

Melitta®



MELITTA GROUP:  
UNSER STATEMENT NACHHALTIGKEIT 2019

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2-3
01. Die Melitta Group	4-7
02.1 Nachhaltigkeit: Unsere Haltung	10-11
02.2 Nachhaltigkeit: Unsere strategische Ausrichtung	ab 12
Was wir bereits erreicht haben	12-15
Woran wir derzeit arbeiten	16-21
Wo wir hinwollen	22-23
03. Produkt- und Lieferkettenverantwortung	ab 25
Kaffee und Kaffeeanbau	26-27
Kunststoffe und Kunststoffprodukte	28-29
Papier und Zellstoffe	30-31
Elektrogeräte	32-33
04. Ökologische Verantwortung	ab 35
Energieverbrauch und Emissionen	36-37
Wasserverbrauch	38
Abfallvermeidung und -reduktion	39
05. Gesellschaftliche Verantwortung	ab 41
Menschenrechte	42
Produktsicherheit und -qualität	43
Produkttransparenz/Verbraucherbewusstsein und -befähigung	44
Corporate Citizenship	45
06. Verantwortung für Mitarbeiter	ab 47
Arbeitgeberattraktivität	48-49
Arbeitssicherheit und Gesundheit	50-51
Statements	52-53
Impressum/Kontakt	54

# DAS NACHHAL- TIGKEIT'S STATE- MENT

In diesem Dokument stellen wir wesentliche Inhalte unseres Nachhaltigkeitsengagements dar. Das Statement beschreibt schwerpunktmäßig, auf welcher Haltung unser Engagement basiert, was wir in den vergangenen Jahren erreicht haben, wohin wir uns entwickeln wollen und welche Schritte wir auf diesem Weg gehen werden. Auf dieser Basis dient es insbesondere dazu, den Dialog mit unseren Stakeholdern weiter anzuregen und zu intensivieren.

2015 haben wir damit begonnen, die Nachhaltigkeitsaktivitäten unserer Unternehmensbereiche gruppenweit und strategisch auszurichten. In den darauffolgenden Jahren haben wir ein bereichsübergreifendes Nachhaltigkeitsmanagement aufgebaut, um in unseren Geschäftsprozessen systematisch Nachhaltigkeitsanforderungen zu berücksichtigen. Mit diesem Statement legen wir erstmals die wichtigsten Ziele der zentralen Handlungsfelder unseres Nachhaltigkeitsengagements offen. Ab 2020 werden wir jährlich formell über unsere Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse berichten.

*Hinweis:*

*Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit nutzen wir in diesem Dokument ausschließlich die männliche Form. Es sind jeweils alle Geschlechter (männlich/weiblich/divers) gemeint.*

**Liebe Leserinnen und Leser,**

*die Melitta Group ist ein 111 Jahre altes Familienunternehmen, das in der vierten Generation geführt wird. Eine langfristige Sicht- und Handlungsweise auf Basis fester Werte, einer tief verankerten Unternehmenskultur und klarer Ziele prägt das Entscheidungsverhalten in unserer Unternehmensgruppe seit vielen Jahrzehnten.*

*Es ist uns gelungen, diese Haltung von Generation zu Generation zu übertragen und dabei unseren Zusammenhalt auch in herausfordernden Zeiten zu bewahren. Unsere Unabhängigkeit gibt uns die Freiheit, das zu tun, wovon wir überzeugt sind: Dass es die Aufgabe von Unternehmen ist, das Leben der Menschen besser zu machen – der Kunden, der Mitarbeiter und der Beschäftigten in den Lieferketten. Daher sehen wir die Förderung der Nachhaltigen Entwicklung als integrierten Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit an und haben Nachhaltigkeit als einen von sieben Kernwerten des Unternehmens definiert. Unsere strategische Ausrichtung greift auf dieser Basis die Herausforderungen auf, die sich unter anderem aus der Digitalisierung und Globalisierung ergeben. Sie legt den Schwerpunkt auf eine weitere Internationalisierung unserer Aktivitäten sowie die Entwicklung neuer, zukunftsweisender Produkte und Märkte. In diesem Zusammenhang haben wir einen umfassenden Kulturwandelprozess initiiert, der unsere Mitarbeiter zu mehr bereichsübergreifender Kooperation, Eigenverantwortung und unternehmerischer Initiative anleitet.*

*Über Selbstverpflichtungen und interne Vorgaben, beispielsweise in Form von Verhaltenskodizes für Mitarbeiter und für Lieferanten sowie Compliance-Richtlinien, haben wir einen verbindlichen Rahmen für verantwortliches Handeln in unserer Unternehmensgruppe und den Lieferketten festgelegt.*

*Darauf aufbauend haben wir gruppenweit ein strategisches Nachhaltigkeitsengagement entwickelt. Ziel war und ist es, die vielen einzelnen Nachhaltigkeitsaktivitäten unserer Unternehmensbereiche zu systematisieren, einheitlich auszurichten und ihnen noch mehr Wirkung zu verleihen. In den vergangenen Jahren haben wir hierzu unsere Organisationsstrukturen, unsere Kompetenzen, unser Mindset, unsere Führungsprinzipien und unsere Innovationskraft weiterentwickelt. Darüber hinaus haben wir unsere Ziele und Commitments mit Blick auf Kreislaufwirtschaft, Klimaneutralität, nachhaltigen Kaffee und viele weitere zentrale Handlungsfelder unseres Engagements konkretisiert.*

*In diesem Statement legen wir überblicksartig dar, wo wir mit Blick auf nachhaltigkeitsrelevante Themenstellungen stehen und wo wir in einigen Jahren sein wollen. Wir sind davon überzeugt, dass sich auch in den nächsten 5, 10 und 30 Jahren enorme Chancen und Herausforderungen für uns ergeben. Wir wollen diesen im engen Dialog mit unseren Stakeholdern begegnen. Daher dient dieses Statement auch als Einladung zu einem intensiveren Dialog.*

*Wir freuen uns sehr, wenn Sie uns auf diesem Weg begleiten.*



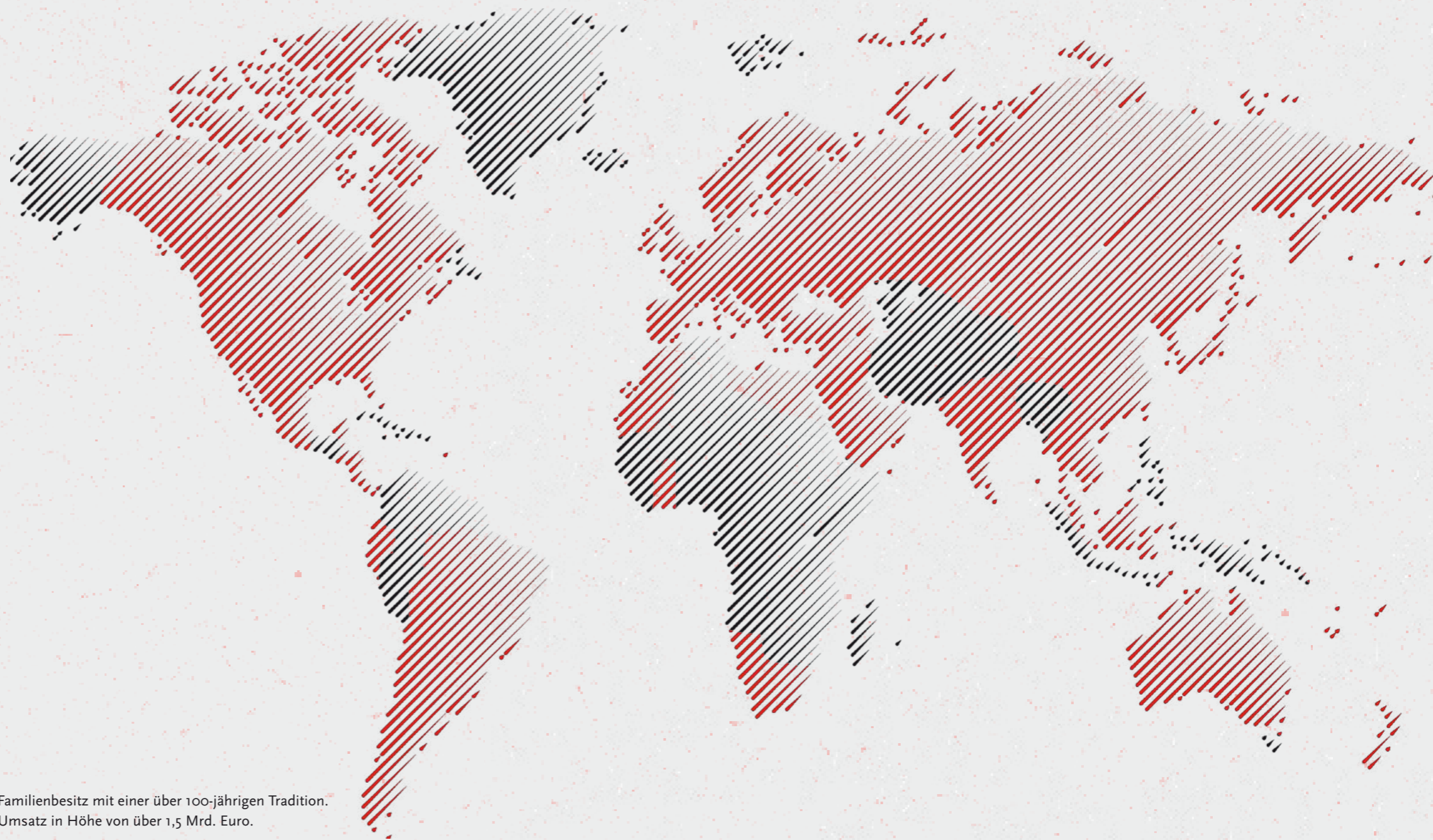
JERO BENTZ



VOLKER STÜHMEIER

# 01.

## Die Melitta Group



### DIE MELITTA GROUP

Die Melitta Group ist eine international tätige Unternehmensgruppe in Familienbesitz mit einer über 100-jährigen Tradition. Unsere rund 5.200 Mitarbeiter im In- und Ausland erzielten 2018 einen Umsatz in Höhe von über 1,5 Mrd. Euro.

Mit unseren Produkten sind wir in 86 Ländern der Welt vertreten, in vielen unserer Märkte sind wir Markt- und Qualitätsführer. Insbesondere unsere Marken Melitta®, Toppits®, Albal®, handy bag®, Bacofoil®, Wrapmaster®, Bom Jesus, Swirl® und Cilia® verfügen bei privaten Haushalten über eine hohe Bekanntheit und qualitative Wertschätzung.

#### *Unsere Leistungen gliedern sich in drei Geschäftsfelder:*

##### **Kaffee:**

Im Geschäftsfeld Kaffee ist unser breites Spektrum unterschiedlichster Kaffeesorten und -produkte für jeden Geschmack zusammengefasst: gemahlener Filterkaffee, ganze Bohnen für Kaffeefullautomaten, Spezialitäten-Kaffees, Instant-Spezialitäten, Kaffeekapseln sowie Pad-Sortimente für die Einzeltassen-Zubereitung.

##### **Kaffe Zubereitung:**

Zu diesem Geschäftsfeld gehören alle Produkte, die für die Zubereitung einer Tasse Kaffee oder Tee nützlich sind, und zwar als Premiumanbieter sowohl für den Endkunden- als auch den Geschäftskundenbereich: Kaffeefilter, Kaffeepads, Filterkaffeemaschinen, Kaffeefullautomaten, Pour-over-Maschinen, Wasserkocher, Milchaufschäumer und vieles mehr.

##### **Haushaltsprodukte:**

Das Geschäftsfeld Haushaltsprodukte besteht zum einen aus Papier- und Folienprodukten für die Zubereitung und Aufbewahrung von Lebensmitteln im Haushalt und in der Gastronomie. Zum anderen bieten wir in diesem Geschäftsfeld diverse Lösungen zur Abfallsorgung, zum Staubsaugen, zum Entkalken von Geräten, zum Putzen von Brillen und zur Wohnraumlüftung.

Darüber hinaus produzieren wir für gewerbliche Anbieter Spezialpapiere sowie Folien zur Verpackung von Lebensmitteln.

### IN VIELEN MÄRKTEN ZUHAUSE

Organisatorisch besteht die Melitta Group aus 15 rechtlich eigenständigen Unternehmensbereichen, die für das operative Geschäft verantwortlich sind, und der Melitta Group Management in Minden. Die Melitta Group Management definiert die Strategie der Unternehmensgruppe und erbringt gegenüber den Unternehmensbereichen diverse Dienstleistungen.

Hierbei handelt es sich insbesondere um strategische und operative Leistungen in den Bereichen Finanzwesen, Recht, Personalpolitik, Unternehmensentwicklung sowie Kommunikation und Nachhaltigkeit.

## Die Melitta Group



# WESENTLICHER BESTANDTEIL UNSERER AUSRICHTUNG ist die Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsengagements.

## VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Geführt wird die Melitta Group von der Unternehmensleitung. Ihr gehören Jero Bentz und Volker Stühmeier an. Die Unternehmensleitung definiert die Strategie der Unternehmensgruppe und handelt gemäß dem Grundsatz der Gesamtvertretung im Rahmen der Satzung und der Geschäftsordnung.

Die Unternehmensleitung wird bei wichtigen strategischen Fragen und Entscheidungen durch einen Beirat unterstützt. Dieser wird von den Gesellschaftern berufen und besteht aus sieben Mitgliedern. Der Beirat tagt regulär viermal im Jahr und agiert auf Grundlage einer Beiratsordnung.

Die persönlich haftenden Gesellschafter der Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG sind Dr. Stephan Bentz und Jero Bentz. Die Kommanditisten sind Claudia Tauß, Jara Bentz, Thomas Dominik Bentz sowie Dr. Thomas Bentz.

## UNSERE GRUPPENSTRATEGIE MELITTA 2020

In den vergangenen Jahren haben wir wichtige Weichen für die Zukunft der Melitta Group gestellt. Hierzu wurden die Geschäftsfelder neu strukturiert, die Portfolien überarbeitet und neue Unternehmensbereiche geschaffen. Gleichzeitig wurden Standorte zusammengelegt, Organisationseinheiten verschlankt und Aufgaben in zentrale Unterstützungseinheiten verlagert.

Zu unseren herausragenden strategischen Zielen gehört die weitere Internationalisierung unserer Geschäftsaktivitäten. Wir sehen in zahlreichen Ländern viele Wachstumsmöglichkeiten für unsere Produkte und Services und wollen diese Chancen in den kommenden Jahren systematisch nutzen. Darüber hinaus streben wir die Entwicklung innovativer, zukunftsweisender Produkte und Produktkonzepte an und wollen in neue Märkte eintreten, die zu unserer strategischen Ausrichtung passen.

Wesentlicher Bestandteil unserer strategischen Ausrichtung ist die Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsengagements. Derzeit integrieren wir unsere Nachhaltigkeitsziele in die Geschäftsstrategien unserer operativen Einheiten; denn nur eine unmittelbare Berücksichtigung von ökologischen und gesellschaftlichen Aspekten entlang unserer Wertschöpfungsketten ermöglicht ein dauerhaft zukunftsfähiges Wirtschaften.



# UNSERE HALTUNG UND STRATEGISCHE AUSRICHTUNG



o2.1 Nachhaltigkeit: Unsere Haltung	10-11
o2.2 Nachhaltigkeit: Unsere strategische Ausrichtung	ab 12
Was wir bereits erreicht haben	12-15
Woran wir derzeit arbeiten	16-21
Wo wir hinwollen	22-23

## 02.1

### Nachhaltigkeit: Unsere Haltung



Unser Nachhaltigkeitsverständnis basiert auf unserer Haltung und unseren Werten: Wir orientieren uns bei unserer Entscheidungsfindung an der langfristigen Entwicklung unseres Unternehmens und denken generationenübergreifend. Wir wollen positive Beiträge zur Nachhaltigen Entwicklung leisten und bekennen uns zu unserer Verantwortung für den Schutz von Mensch und Umwelt.

Unsere Werte sind so gestaltet, dass sie sich gegenseitig bedingen und positiv beeinflussen. Wir sind davon überzeugt, dass nachhaltiges Handeln unseren Erfolg unterstützt, unsere Exzellenz erhöht und unsere Zusammenarbeit fördert. Nachhaltiges Handeln ist gleichzeitig Ausdruck von Leidenschaft, Verbindlichkeit und Wertschätzung.

Um den zukünftigen Herausforderungen gewachsen zu sein, haben wir einen mehrjährigen Kulturwandelprozess angestoßen. Unter dem Motto „Zusammen Wachsen“ motivieren wir unsere Mitarbeiter dazu, unternehmerisch, abteilungsübergreifend und eigenverantwortlich zu denken und zu handeln. Wir vermitteln ihnen Mut und Gestaltungswillen, halten sie zu einer stärkeren Zusammenarbeit an und stärken ihre Agilität und Resilienz.

Diese Eigenschaften sind mit Blick auf die Melitta Unternehmensstrategie, bei der Innovationen, Digitalisierung und Nachhaltigkeit eine wesentliche Rolle einnehmen, besonders wichtig. Ziel ist es, eine Unternehmenskultur zu schaffen, in der Neuem mit Neugier begegnet und Veränderung als Chance begriffen wird. Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil unseres zukunftsorientierten Mindsets und der Gruppenstrategie Melitta 2020.

# UNSER NACHHALTIGKEITSVERSTÄNDNIS basiert auf unserer Haltung und unseren Werten.

## NACHHALTIGKEIT: VERPFLICHTUNG UND CHANCE

In unseren Wertschöpfungsketten sehen wir mit Blick auf nachhaltigkeitsrelevante Themen folgende wesentliche Herausforderungen:

1. Im Klimawandel erkennen wir eine potentielle Bedrohung sowohl unseres Geschäftsmodells als auch der Situation unserer Geschäftspartner in den Wertschöpfungsketten. Denn ein deutlicher Anstieg des weltweiten Temperatur-niveaus würde unter anderem zu klimatischen Bedingungen und Extremereignissen führen, die den Bezug der von uns benötigten Rohwaren, wie z. B. Rohkaffee oder Zellstoff, erheblich erschweren könnten. Unser Ziel ist es daher, den ökologischen Fußabdruck unserer eigenen unternehmerischen Aktivitäten, aber auch der unserer Lieferanten Schritt für Schritt zu verringern.
2. Ein wesentlicher Teil unserer Produkte besteht aus Kunststoff. Wir sehen uns daher in der Pflicht, einen Beitrag gegen die Verschmutzung der Meere und Böden durch Plastik zu leisten und Lösungen zu entwickeln bzw. auszubauen, die eine derartige Umweltbelastung gar nicht erst entstehen lassen.
3. Dass wir in unserer Unternehmensgruppe und in unserer Lieferkette unethische Arbeitspraktiken und die Verletzung von Menschenrechten bekämpfen, ist nicht nur eine Verpflichtung aus den Globalen Prinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, sondern vor allem Ausdruck unserer Überzeugungen und Werte. Wir wollen unseren Mitarbeitern ein attraktiver Arbeitgeber und unseren Lieferanten ein verantwortungsvoller Kunde sein.
4. Darüber hinaus ist es uns wichtig, benachteiligte oder schutzbedürftige Menschen zu unterstützen. Hierzu bringen wir uns mit unseren Corporate-Citizenship-Aktivitäten insbesondere dort ein, wo sich unsere unternehmerischen Aktivitäten direkt auswirken und wo wir die Dringlichkeit und den Erfolg der Projekte unmittelbar beobachten können.

Gleichzeitig beschäftigen sich immer mehr Menschen intensiver mit den von ihnen nachgefragten Produkten und interessieren sich für die Herkunft der Inhaltsstoffe und Rohwaren, für die Lieferkette, für den Herstellungsprozess und für die Entsorgung des Produkts. Mit unseren qualitativ hochwertigen Produkten begegnen wir dieser Entwicklung. Die Erfüllung von Nachhaltigkeitsanforderungen ist für uns ein wesentlicher Qualitätsbestandteil unserer Produkte – sowohl mit Blick auf ihre Eigenschaften als auch hinsichtlich ihrer Herkunft und Herstellung. Wir stellen über unseren Supplier Code of Conduct klare Anforderungen an unsere Lieferanten und überprüfen die Einhaltung dieser Anforderungen über Audits. Um der Komplexität in den Lieferketten zu begegnen, denken wir außerdem über innovative Lösungen nach, beispielsweise über neue Formen einer branchenweiten und branchenübergreifenden Zusammenarbeit.

Zu den herausragenden Zielen unseres Engagements zählt es, den Anteil nachhaltig beschaffter und produzierter Waren weiter auszubauen. Außerdem wollen wir die Transparenz über unsere Wertschöpfung in den kommenden Jahren weiter erhöhen. Über die Markteinführung innovativer, zukunftsweisender Produkte wollen wir einen Beitrag zur Nachhaltigen Entwicklung auch über unsere Geschäftstätigkeit hinaus leisten.

# 02.2

## Nachhaltigkeit: Unsere strategische Ausrichtung

### WAS WIR BEREITS ERREICHT HABEN

2015 haben wir damit begonnen, in Abstimmung mit unseren internen und externen Stakeholdern ein gruppenweites Nachhaltigkeitsengagement zu entwickeln und dieses mit entsprechenden Programmen und Maßnahmen auf Gruppen- wie auf Unternehmensbereichsebene umzusetzen. Dabei haben wir Folgendes erreicht:

### KULTURWANDEL UND NACHHALTIGKEIT

Im Rahmen unseres langfristigen Programms zum Kulturwandel haben wir insbesondere über die regelmäßigen Führungskräfte-meetings ein gemeinsames Verständnis für die Bedeutung der Kombination von Innovation, Kooperation und Nachhaltigkeit geschaffen. Auf Basis der vermittelten Impulse haben wir unternehmensbereichsinterne und -übergreifende Konzepte und Programme abgeleitet, die im Berufsalltag diese Werte und daraus abgeleitete Prinzipien vermitteln.

So war während unserer Führungskräftekonferenz Anfang Juni 2019 in Dresden Nachhaltigkeit wesentliches Thema. Unter anderem wurden von allen Beteiligten innovative, nachhaltige Ideen zur Weiterentwicklung unserer Prozesse und Sortimente entwickelt. Viele dieser Ideen haben wir in unser Portfolio aufgenommen. Sie finden sich auch in diesem Statement wieder, zum Beispiel die Implementierung des Circular Economy Prinzips in unsere Haushaltsgerätesortimente.



### DAS MELITTA NACHHALTIGKEITSHAUS

Um die zentralen Handlungsfelder unseres Engagements festzulegen, haben wir die wichtigsten Wertschöpfungsketten unserer Unternehmensgruppe analysiert, gemeinsam mit unseren Stakeholdern eine entsprechende Materialitätsanalyse durchgeführt und für jeden unserer Unternehmensbereiche Nachhaltigkeitsschwerpunkte definiert. Zur Entwicklung von Aktionsfeldern und Bereichszielen wurden ergänzend Wettbewerbsanalysen durchgeführt.

antwortung“, „Ökologische Verantwortung“, „Gesellschaftliche Verantwortung“ und „Verantwortung für Mitarbeiter“ zugeordnet. Aus dieser Zuordnung ist das Melitta Nachhaltigkeitshaus entstanden, das die wichtigsten Elemente unseres strategischen Nachhaltigkeitsengagements visualisiert.

Die in den Unternehmensbereichen ermittelten Nachhaltigkeitsschwerpunkte wurden anschließend auf Gruppenebene zusammengeführt und den Kategorien „Produkt- und Lieferkettenver-



Unser übergeordnetes Nachhaltigkeitsziel ist es, unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitern durch unsere Produkte und unser Know-how die Möglichkeit zu bieten, Nachhaltigkeit zu ihrer alltäglichen Entscheidung zu machen. Daher trägt das Nachhaltigkeitshaus den Namen „Gelebte Nachhaltigkeit im Alltag“.



# 02.2

## Nachhaltigkeit: Unsere strategische Ausrichtung

### VERANKERUNG UNSERES NACHHALTIGKEITSVERSTÄNDNISS

Unser Nachhaltigkeitsverständnis haben wir durch mehrere Selbstverpflichtungen fest in unseren Unternehmensprozessen und -strukturen verankert:

1. In unserem gruppenweiten Code of Conduct definieren wir für alle unsere Mitarbeiter klare Verhaltensrichtlinien, insbesondere mit Blick auf Menschenrechte, die Vermeidung von Korruption und auf den täglichen Umgang miteinander.
2. Über unseren Supplier Code of Conduct stellen wir an unsere Lieferanten klare Anforderungen und fordern u. a. die Anwendung der ILO Kernarbeitsnormen und anderer Menschenrechtskonventionen ein.
3. Wir haben gruppenweit eine Nachhaltigkeitssoftware implementiert, die uns über den Stand wesentlicher nichtfinanzieller Leistungsindikatoren in unseren Unternehmensbereichen und auf Gruppenebene informiert.
4. Wir arbeiten in diversen Verbänden und Initiativen mit, die sich mit Nachhaltigkeitsfragen beschäftigen. Hierzu zählen beispielsweise Mitgliedschaften im Nachhaltigkeitsausschuss des Markenverbandes, im Verwaltungsrat der Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister, im B.A.U.M. e. V., im Netzwerk Nachhaltiger Konsum und der Global Coffee Platform (GCP).

Rechtswidriges Verhalten bekämpfen wir mit Hilfe unserer Compliance-Richtlinien. Einen besonderen Schwerpunkt legen die Compliance-Richtlinien auf die Themenbereiche Vermeidung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten. Unsere interne Revision analysiert stichprobenartig alle unsere Geschäftsstandorte auf Korruptions- und andere Risiken und prüft darüber hinaus bei Auffälligkeiten unsere Organisationsstrukturen und -prozesse. Ein Verstoß gegen die Compliance-Richtlinien wird ggf. arbeitsrechtlich verfolgt.

### DIE MELITTA CODES OF CONDUCT

Die wesentlichen internationalen Übereinkommen und Prinzipien für Nachhaltige Entwicklung und zur Achtung der Menschenrechte sind Basis unseres Melitta Code of Conduct. Dieser ist Grundlage unseres Handelns im betrieblichen Alltag und regelt unseren Umgang mit Geschäftspartnern und Kunden. Er gilt für alle Mitarbeiter. Führungskräfte sind verpflichtet, ihre Mitarbeiter regelmäßig auf den Code of Conduct, dessen Bedeutung und seine Regelungen hinzuweisen. Ergänzende Online-Pflicht-Schulungen zum Thema Compliance werden derzeit aufgesetzt.

In die Verträge mit unseren Geschäftspartnern integrieren wir den Supplier Code of Conduct als verpflichtenden Bestandteil. Er definiert Mindestanforderungen an Arbeitsbedingungen und Umweltstandards, zu deren Einhaltung sich die Geschäftspartner verpflichten.



### REGELMÄSSIGER DIALOG MIT UNSEREN STAKEHOLDERN

Den kontinuierlichen Dialog mit unseren Stakeholdern halten wir für essenziell. Nur durch einen regelmäßigen Informationsaustausch können wir ihre Erwartungen und Bedürfnisse in ihrer Tiefe verstehen und aufgreifen. Diese Informationen bilden die Grundlage unserer „License to operate“ und sind Voraussetzung für eine weiterhin erfolgreiche Entwicklung unserer Unternehmensgruppe.

Wir stehen mit unseren Stakeholdern über diverse Kommunikationskanäle, wie persönliche Treffen, Befragungen, Veranstaltungen, Versammlungen und Messen, in einem regelmäßigen Kontakt. Wir bieten Dialogmöglichkeiten über unsere Website, unser Intranet, unsere Social-Media-Angebote, Newsletter, Magazine und andere Maßnahmen unserer Öffentlichkeitsarbeit.

Zu unseren Stakeholdern gehören unsere Geschäftskunden, die Verbraucher, unsere Mitarbeiter, unsere Lieferanten und unsere Kapitalgeber. Darüber hinaus zählen zu ihnen Vertreter der Medien, der Wissenschaft und Forschung, der Verbraucherorganisationen, der Gewerkschaften, der Politik sowie relevanter Nichtregierungsorganisationen.

# 02.2

## Nachhaltigkeit: Unsere strategische Ausrichtung

### WORAN WIR DERZEIT ARBEITEN

### WEITERENTWICKLUNG UNSERER NACHHALTIGKEITS- ORGANISATION

Das Nachhaltigkeitsengagement der Melitta Group wird von der Unternehmensleitung mit Jero Bentz und Volker Stühmeier verantwortet. Der Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit ist direkt an die Unternehmensleitung angebunden. Der Bereich entwickelt gemeinsam mit dem Zentralbereich Unternehmensentwicklung und den Unternehmensbereichen das Nachhaltigkeitsengagement weiter, sorgt für die Integration in die Geschäftsstrategien und deren Implementierung und Umsetzung. In Zusammenarbeit mit den Unternehmensbereichen definiert der Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit die Nachhaltigkeitsziele und die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren. Darüber hinaus ist er für die gruppenweite Nachhaltigkeitskommunikation sowie für den Dialog mit den Stakeholdern verantwortlich.

Um den wachsenden Aufgaben gerecht zu werden, wurde der Bereich im Frühjahr 2019 erweitert. Hierzu wurde zum einen eine neue Abteilung („Nachhaltigkeitsstrategie“) eingerichtet, die sich maßgeblich um die Weiterentwicklung der integrierten Geschäftsstrategien kümmert. Zum anderen wurde ein Team („Nachhaltigkeitsservices“) gebildet, das die Unternehmensbereiche bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsprogrammen und -maßnahmen zur Implementierung beschlossener Strategien unterstützt. Diese Struktur stellt die Umsetzung, Effizienz und Stimmigkeit des gruppenweiten Engagements sicher.

Um auf Gruppenebene zeitnah informieren und entscheiden zu können, wurden zusätzliche Entscheidungsgremien installiert: Das Sustainability Strategie Board, das sich aus der Unternehmensleitung und den Geschäftsführern der Unternehmens- und Zentralbereiche zusammensetzt, entscheidet über die grundsätzliche Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsengagements. Für die Themenfelder Kaffee und Kaffeeanbau sowie Kunststoff und Kunststoffprodukte sind aufgrund ihrer hohen Bedeutung für das Geschäftsmodell der Melitta Group eigene Focus Strategie Boards auf Unternehmensleitungs- und Geschäftsführungsebene eingesetzt worden. Geplant ist die Einrichtung eines Internationalen Stakeholder Board, das mit anerkannten externen Experten besetzt werden soll.

Zur Bearbeitung einzelner Themenfelder bestehen bereichsübergreifend zusammengesetzte Projekt- und Arbeitsgruppen. Je nach Aufgabe und Zusammensetzung unterscheiden wir zwischen strategischen und operativen Arbeitsgruppen. Als zentrale Schnittstelle für Nachhaltigkeit wurde in allen Unternehmensbereichen, sofern noch nicht vorhanden, die Position des Nachhaltigkeitskoordinator

geschaffen. Dieser berichtet direkt an die jeweilige Geschäftsführung und koordiniert, ggf. mit weiteren beauftragten Nachhaltigkeitsmanagern in den Fachabteilungen, die Umsetzung der Maßnahmen zur strategischen Integration.

01 / Vision  
und Strategie



Beratung und Begleitung  
des Strategie Board

02 / Kooperation,  
Planung, Abstimmung  
und Steuerung



### THEMENSPEZIFISCHE ARBEITSGRUPPEN – STRATEGISCH

**NACHHALTIGKEITSTEAM  
DER MELITTA GROUP**  
*Nachhaltigkeitskoordinatoren und -manager  
der Unternehmensbereiche*

Koordination, Beratung  
und Begleitung des  
Nachhaltigkeitsteams  
und Capacity Building

### THEMENSPEZIFISCHE ARBEITSGRUPPEN – OPERATIV

03 / Spezifische  
Umsetzung durch  
Unternehmens-  
bereiche



Koordination, Beratung  
und Begleitung bei  
der Umsetzung  
der Strategie



# 02.2

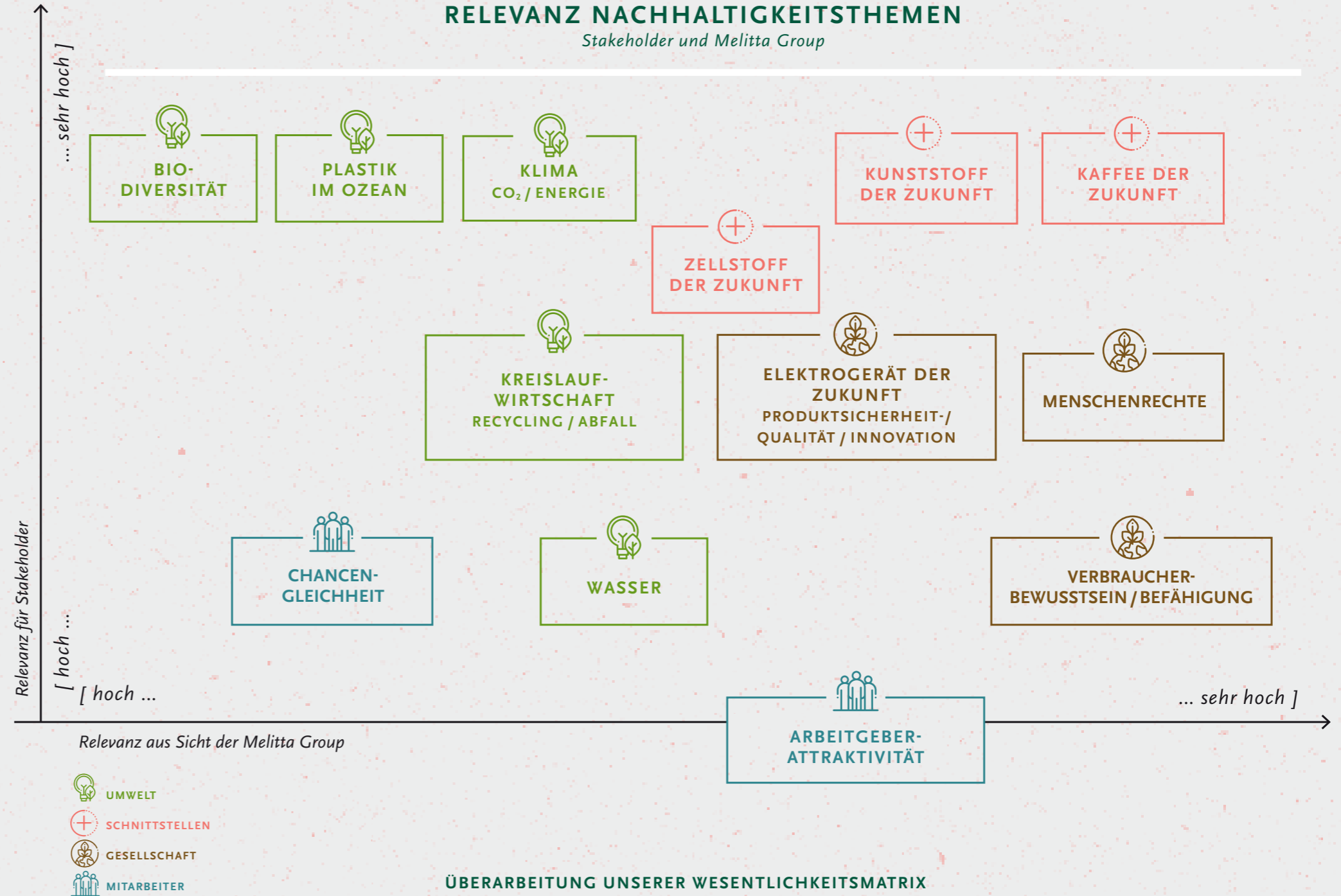
Nachhaltigkeit:  
Unsere strategische  
Ausrichtung

## AUSBAU DES DIALOGS

Den persönlichen Austausch – vor allem auch mit unseren kritischen Stakeholdern – weiten wir aktuell deutlich aus. Wir erhoffen uns dadurch Impulse für die Weiterentwicklung unserer Aktivitäten. Dabei prüfen wir auch mögliche Kooperationen in unseren Wertschöpfungsketten und sind offen für innovative und unternehmensübergreifende Kooperationen. Wir sind davon überzeugt, dass an vielen Stellen übergreifende Kooperationen erforderlich sind, um die notwendigen Veränderungen zu erreichen.

## RELEVANZ NACHHALTIGKEITSTHEMEN

Stakeholder und Melitta Group



## ÜBERARBEITUNG UNSERER WESENTLICHKEITSMATRIX

2015 haben wir im Austausch mit externen und internen Stakeholdern eine erste Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Seitdem überarbeiten wir die Wesentlichkeitsmatrix regelmäßig. Wir sehen insgesamt 13 Themen als zentrale Handlungsfelder unseres Nachhaltigkeitsengagements an. Sowohl mit Blick auf den Erfolg unseres Unternehmens als auch aus der Perspektive unserer Stakeholder sind dies insbesondere die Themen „Kaffee der Zukunft“, „Menschenrechte“, „Verbraucherbewusstsein/-befähigung“, „Kunststoff der Zukunft“ und „Elektrogerät der Zukunft“. Außerdem haben die Themen „Kreislaufwirtschaft“, „Wasser“, „Klima“ und „Zellstoff der Zukunft“ eine hohe Relevanz für unser weiteres Handeln. Für wichtig erachten wir und unsere Stakeholder außer-

dem die Themenfelder „Chancengleichheit“, „Arbeitgeberattraktivität“, „Plastik im Ozean“ und „Biodiversität“. Die beiden letztgenannten Themen sehen wir als Querschnittsaufgaben und haben diese daher in unsere jeweiligen Tätigkeitsbereiche integriert. Mit dem Begriff „Schnittstellen“ bezeichnen wir ganzheitliche, die Wertschöpfungsketten und alle relevanten Wirkungen umfassende Zielbilder für unsere wesentlichen Sortimentsbereiche. Die dargestellte Wesentlichkeitsmatrix dient uns als Arbeitsgrundlage und wird im Rahmen des Dialogs mit unseren Stakeholdern kontinuierlich weiterentwickelt.

# 02.2

## Nachhaltigkeit: Unsere strategische Ausrichtung

### BERÜCKSICHTIGUNG DER SDGS

2016 wurden von den Vereinten Nationen Ziele für eine Nachhaltige Entwicklung definiert. Dabei handelt es sich um die SDGs: Sustainable Development Goals. Wir bekennen uns zu diesen Zielen und haben uns dazu entschlossen, diese in unser Nachhaltigkeitsengagement einzubinden. Als besonders relevant für die Melitta Group sehen wir die folgenden sechs SDGs an:

#### SDG



#### UNSERE BEITRÄGE

Auch wenn bereits viele unserer Leistungen Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigen, wollen wir unsere Beschaffungs- und Produktionsaktivitäten zukünftig noch nachhaltiger gestalten und die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte verringern. Zu den herausragenden Zielen unserer Unternehmensstrategie zählt daher, den Anteil an nachhaltig hergestellten Produkten in den kommenden Jahren deutlich zu erhöhen und den nachhaltigen Konsum zu fördern.

→ Kapitel 03. „Produkt- und Lieferkettenverantwortung“



In unserer Unternehmensgruppe und in unserer Lieferkette setzen wir uns für den Schutz der Menschenrechte, für faire Arbeitsbedingungen und für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz ein. Grundlage hierfür sind unsere Codes of Conduct, die für alle unsere Mitarbeiter und Lieferanten gelten. Durch unsere internationalen Beschaffungs- und Vermarktungsaktivitäten unterstützen wir das Wirtschaftswachstum in zahlreichen Regionen der Welt.

→ Kapitel 05. „Gesellschaftliche Verantwortung“



Eine Veränderung des Klimas hat für unsere Lieferanten und uns erhebliche Beeinträchtigungen zur Folge. Wir achten daher bei unseren eigenen unternehmerischen Aktivitäten, aber auch bei denen unserer Lieferanten auf eine effiziente Verwendung von Ressourcen und auf eine Minimierung von schädlichen Emissionen. In den vergangenen Jahren sind uns durch Investitionen in neue Produktionsanlagen und durch die Umstellung von Prozessen bereits große Fortschritte gelungen.

→ Kapitel 04. „Ökologische Verantwortung“

#### SDG



#### UNSERE BEITRÄGE

Zu den wichtigsten Rohwaren, die wir beziehen, gehören Kaffee und Zellstoff. Durch unsere Beschaffungsprozesse sind wir in der Lage, einen nachhaltigen Anbau dieser Rohstoffe zu unterstützen und beim Schutz der Ökosysteme mitzuwirken. Unser Ziel ist es, in den kommenden Jahren diesen Einfluss noch stärker auszuüben, um eine verantwortungsvolle Nutzung von Anbaugeländen und Wäldern durchzusetzen.

→ Kapitel 03. „Produkt- und Lieferkettenverantwortung“



Auch unsere Kunststoffprodukte und -verpackungen können bei unsachgemäßer Entsorgung zur Verschmutzung der Meere beitragen. Um dies zukünftig noch besser zu vermeiden, kümmern wir uns um die Entwicklung mehrfach nutzbarer Produkte, den Ausbau von Sammlungs- und Recyclingstrukturen sowie die Forschung zur Verwendung erneuerbarer und ggf. abbaubarer Rohstoffe. Zusätzlich arbeiten wir mit Initiativen, deren Ziel der Schutz und die Reinigung der Meere ist.

→ Kapitel 03. „Produkt- und Lieferkettenverantwortung“



Die Qualifikation sowohl unserer eigenen Mitarbeiter als auch der Menschen, die in unseren Wertschöpfungsketten tätig sind, ist von zentraler Bedeutung für dauerhaften wirtschaftlichen Erfolg aller Beteiligten. Daher räumen wir einer fundierten Ausbildung, einer regelmäßigen Weiterbildung und Qualifikation sowie einem leistungsfähigen Wissensmanagement hohe Bedeutung ein.

→ Kapitel 06. „Verantwortung für Mitarbeiter“

# 02.2

## Nachhaltigkeit: Unsere strategische Ausrichtung

### WO WIR HINWOLLEN

Die derzeit entwickelten Maßnahmen stellen wichtige Schritte dar, um unser Nachhaltigkeitsengagement systematisch in unsere Geschäftsstrategien zu integrieren. Unser Ziel dabei ist es, wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte so mit der strategischen Ausrichtung unserer Unternehmensgruppe zu verknüpfen, dass sich daraus eine nachhaltige Unternehmensstrategie ergibt. Nur wenn Nachhaltigkeit in die Strategie sowie in die Ziele und Prozesse der Unternehmensgruppe und ihrer operativen Einheiten integriert ist, sind Wirksamkeit und Effizienz der verfolgten Programme gewährleistet.

Als wesentlichen Schritt hierzu werden wir Anfang 2020 die Grundsatzklärung zur Achtung der Menschenrechte veröffentlichen.

Geplant ist, 2020 neue Beschwerdemechanismen einzuführen und auf dieser Basis die aktualisierten Codes of Conduct zu veröffentlichen.

Ehrgeizige Ziele haben wir uns auch in der zukünftigen Kommunikation und im Reporting unseres Nachhaltigkeitsengagements gesetzt. Denn wir sehen in der Kommunikation unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten nicht nur eine Darstellung von Informationen gegenüber unseren Stakeholdern, sondern auch einen wichtigen Hebel, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Wir wollen mit unserer Berichterstattung sensibilisieren, zum Dialog einladen und zum Handeln bewegen.

Um dies zu erreichen, orientieren wir uns prozessual insbesondere an der OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct sowie am Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte. Diese Dokumente beschreiben, wie Unternehmen ihren Sorgfaltspflichten gegenüber zentralen nachhaltigkeitsrelevanten Fragestellungen nachkommen können und gemäß guter Praxis sollten. Dabei richten wir unsere Prozesse an der in der Grafik dargestellten Vorgehensweise mit sechs Schritten aus.

Daher bekennen wir uns zu einer transparenten Kommunikation. Wir wollen sowohl über Erfolge als auch über Misserfolge berichten – auch wenn damit das Risiko negativer Kritik einhergeht. Um vergleichbar zu sein und die Verständlichkeit zu erleichtern, werden wir uns bei der regelmäßigen Nachhaltigkeitsberichterstattung an global anerkannten Standards orientieren: Ab 2020 werden wir jährlich öffentlich über unsere Nachhaltigkeitsziele und daraus abgeleiteten Geschäftsstrategien sowie über unsere Aktivitäten und KPIs berichten.

In den nächsten Monaten werden wir ein Konzept hierfür entwickeln, das uns auch die erforderliche Effizienz bei der Datenerhebung und -auswertung sowie Berichterstellung ermöglicht.

# NACHHALTIGKEITS- ENGAGEMENT *systematisch in unsere Geschäftsstrategie integrieren.*

## DUE DILIGENCE PROZESS UND UNTERSTÜTZENDE MASSNAHMEN



Grafik: Eigene Darstellung auf Basis der OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct.



# PRODUKT- UND LIEFERKETTEN VERANTWORTUNG

03. Produkt- und Lieferkettenverantwortung	ab 25
Kaffee und Kaffeeanbau	26-27
Kunststoffe und Kunststoffprodukte	28-29
Papier und Zellstoffe	30-31
Elektrogeräte	32-33

# 03.

## Produkt- und Lieferkettenverantwortung

Zu unserem Selbstverständnis gehört, dass wir für unser Handeln Verantwortung übernehmen. Um dieser mit Blick auf unsere Produkte und Lieferketten gerecht zu werden, haben wir entsprechende Prozesse etabliert und viele unserer Managementsysteme in den Bereichen Qualität und Umwelt zertifizieren lassen. In der Beschaffung und in der Produktion orientieren wir uns an anspruchsvollen Branchenstandards.

Qualität verstehen wir ganzheitlich: Unsere Produkte sollen den Anforderungen unserer Kunden bestmöglich entsprechen – mit Blick auf Eigenschaften, Herstellung und Rohstoffe. Zu diesen Anforderungen zählt zunehmend auch die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien. Daher haben wir in den vergangenen Jahren in unseren Lieferketten, in unseren Produktionsprozessen und in unseren Produkten selbst gezielt und systematisch Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt. Wenngleich wir in diesen Bereichen viele Fortschritte erzielt haben, sind wir noch nicht dort, wo wir sein wollen. Daher haben wir uns ambitionierte Ziele für die kommenden Jahre gesetzt.

### KAFFEE UND KAFFEEANBAU: DAS UMFELD

In unserem Geschäftsfeld Kaffee sind wir insbesondere auf den Bezug von Rohkaffee angewiesen, den wir in unseren eigenen Röstereien in Deutschland, in Nordamerika und in Südamerika weiterverarbeiten. Um die von uns angebotenen Qualitäten und Mengen bereitstellen zu können, treten wir in nahezu allen Kaffeeanbaugebieten der Welt als Nachfrager auf. Wir beziehen den Rohkaffee von Farmern, Kooperativen, Exporteuren, Importeuren und internationalen Rohkaffeehändlern.

Der Anbau und die Ernte sowie die Weiterverarbeitung von Kaffeebohnen ist häufig mit nachhaltigkeitsrelevanten Herausforderungen verbunden: In vielen Kaffeeanbauländern bestehen mit Blick auf die politischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen

Systeme gute Entwicklungen, aber auch Herausforderungen bei der global anerkannten Standards. Dies kann beispielsweise Arbeitsstandards, Entlohnungssysteme, Menschenrechte, Wettbewerbs- und Korruptionsaktivitäten, soziale Sicherungssysteme, die Gleichbehandlung von unterschiedlichen Geschlechtern, den Einsatz von Pflanzenschutz- und Düngemitteln oder die Kultivierung von Anbauflächen betreffen. Auch sind viele dieser Länder stark vom Klimawandel und dessen Folgen betroffen. Aktuell trägt zusätzlich eine Preiskrise auf dem Weltmarkt für Rohkaffee zu gesellschaftlichen Problemen wie zu Abwanderungstendenzen der Bevölkerung bei.

### WO WIR STEHEN

2018 bezogen wir insgesamt gut 184.000 Tonnen Rohkaffee. Hiervon wiesen über 15 % entsprechende Nachhaltigkeitszertifizierungen und -label auf. Diese setzen sich aus Produkten für unser Geschäftskunden-, Handelsmarken- und Markengeschäft zusammen.

Die Anzahl der zertifizierten Melitta Kaffeeprodukte ist 2019 stark gestiegen: Elf weitere Kaffeeprodukte aus unserem Kernsortiment tragen das Siegel eines anerkannten Nachhaltigkeitsstandards, insbesondere der Rainforest Alliance. Darüber hinaus nutzen wir Kaffees, die nach den Anforderungen der Organisation 4C Services zertifiziert sind.

Unserer Überzeugung nach sind Nachhaltigkeitszertifizierungen nur eine der Maßnahmen, um mittel- bis langfristig auch lieferkettenübergreifende Verbesserungen in den Kaffeeanbauländern zu erreichen. Da rund 70 bis 80 % des globalen Kaffeeanbaus durch Kleinfarmer geleistet werden, kann eine dauerhafte Sicherung von Quantitäten und Qualitäten nur durch gemeinschaftliche Ansätze aller Beteiligten in den jeweiligen Regionen erfolgen. Dies schließt explizit neben den Akteuren der Kaffeekette auch andere Wirtschaftsbereiche, Regierungen und Behörden sowie Wissenschaft und Zivilgesellschaft mit ein.



#### Die Melitta Selection des Jahres

Der Kaffee der Melitta Selection des Jahres trägt ein Nachhaltigkeitssiegel, in der Regel das der Rainforest Alliance. In dem ausgelobten Ursprungsland führt Melitta jeweils über einen Zeitraum von fünf Jahren Projekte zur Förderung Nachhaltiger Entwicklung der jeweiligen Region durch.



#### Nachhaltiger Gastronomiekaffee

In der Gastronomie bietet die Melitta Group beispielsweise den Rainforest-Alliance-zertifizierten Melitta Espresso Nature und das Melitta La-Tazza-Verde-Sortiment in Bio-Fairtrade-Qualität an. 2018 wurde Melitta® La Tazza Verde® in der Kategorie Nachhaltigkeit – Beverage sogar zum „Best of Market“ gewählt. Die Auszeichnung basiert auf einer Online-Umfrage unter den Lesern der Fachzeitschriften „First Class“, „GV-Manager“, „24 Stunden Gastlichkeit“ und „Streetfood Business“.

### WO WIR HINWOLLEN

#### Unsere Ziele/Commitments:

Bis spätestens 2030 wollen wir ausschließlich Rohkaffee beziehen und Röstkaffee verkaufen, den wir als „Kaffee der Zukunft“ bezeichnen. Dieser hat folgende Eigenschaften:

- Er stammt aus einem Kaffeeanbau, von dem die Farmer und ihre Familien dauerhaft gut leben können und der die ökologischen Systeme vor Ort erhält bzw. regeneriert.
- Er wird klimaschonend und unter nachhaltiger Wassernutzung verarbeitet, transportiert und geröstet.
- Seine Verpackung ist recycelbar und – soweit immer möglich – auch mehrfach nutzbar oder aus Rezyklat hergestellt.
- Er wird energiesparend zubereitet.
- Bei Vorhandensein entsprechender Strukturen: Er geht im Sinne der Circular Economy als Kaffeesatz in die jeweils ökologisch beste Verwertung (stoffliche Wiederverwertung, Kompostierung).

Wir werden in den kommenden Jahren unser Engagement für einen zukunftsfähigen Kaffeeanbau deutlich ausbauen. Hierzu haben wir beispielsweise unsere Mitgliedschaft in der Global Coffee Platform (GCP) bereits auf die gesamte Unternehmensgruppe ausgeweitet und werden unser diesbezügliches Engagement erheblich verstärken.

Ziel unserer integrierten Kaffeestrategie ist es, einen Mix aus Maßnahmen entlang der Wertschöpfungskette – zum Beispiel Ausbildung, Ausbau von direkten Lieferbeziehungen und Kooperation mit Nachhaltigkeitsstandards – und Projekten zur politischen, ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Weiterentwicklung der wichtigsten Anbauregionen zu etablieren. Letzteres ist aus unserer Sicht nur durch Bildung von Allianzen möglich.

Unsere strategische Ausrichtung wird durch das Kaffee Strategie Board bestimmt. Für die Entwicklung und Umsetzung der Maßnahmen ist die bereichsübergreifende Arbeitsgruppe Nachhaltiger Kaffeeanbau verantwortlich. Sie hat außerdem zur Aufgabe, die bisherigen Maßnahmen des Sektors zur Erhöhung des nachhaltigen Kaffeeanbaus zu analysieren, Risiko- und Potenzialanalysen zu initiieren und durchzuführen sowie operationale Ziele für die kommenden Jahre zu definieren.





# 03.

## Produkt- und Lieferkettenverantwortung

### PAPIER UND ZELLSTOFFE: DAS UMFELD

Insbesondere mit unserem Kaffeefilter-Geschäft sind wir an der Herstellung von Papierprodukten beteiligt. Über unseren Unternehmensbereich Neu Kaliss/Neukölln Spezialpapier bieten wir außerdem gewerblichen Nachfragern Spezialpapiere und Vliese für industrielle Anwendungen an. Hierzu zählen beispielsweise Backdielen-Papiere, Bier- und Tassendeckchen, Melkpapiere, diverse Filterpapiere, Verpackungsmaterialien sowie Vliese für zahlreiche Produkte aus unterschiedlichen Branchen. Auch der Unternehmensbereich Wolf PVG setzt Zellstoffe ein – zum Beispiel für Staubsaugerbeutel.

Die Herstellung von Papier belastet die Umwelt in mehrfacher Hinsicht: Da Papier aus Holzfasern besteht, wird für die Herstellung frisches Holz oder Altpapier benötigt. Um aus diesen Holzfasern neues Papier zu produzieren, werden unter hohem Energieeinsatz große Mengen an Wasser und Chemikalien eingesetzt.

### WO WIR STEHEN

Die Melitta Group setzt bei der Herstellung von Papier seit vielen Jahren auf nachhaltig produzierten Zellstoff. 2018 betrug die von uns bezogene Gesamtmenge an Zellstoff insgesamt gut 53.000 Tonnen. Hiervon waren rund 81 % entweder nach FSC® oder nach PEFC™ zertifiziert, davon 74 % aus FSC®-zertifizierten Quellen. FSC® (Forest Stewardship Council) und PEFC™ (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) sind internationale, unabhängige Organisationen zur Sicherstellung und kontinuierlichen Verbesserung einer nachhaltigen Waldbewirtschaftung.

Dies wiederum führt zu diversen Verschmutzungen und hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen.

In vielen Ländern fehlt es an Strukturen zur Umsetzung nachhaltiger Waldwirtschaft, häufig findet ein unkontrollierter Holzeinschlag statt. Der Bestand an Bäumen, die wichtige ökologische Funktionen erfüllen, verringert sich. Außerdem werden in manchen Gebieten Plantagen mit schnell wachsenden Baumarten angelegt, die zu Monokulturen und damit zu einer Beeinträchtigung des Ökosystems führen. Neben diesen ökologischen Auswirkungen können zusätzlich humanitäre und soziale Herausforderungen bei der Zellstoffgewinnung bestehen.

Neben der Beschaffung von Rohwaren, die unter Einhaltung der Menschenrechte und gängiger Umwelt- sowie Sozialstandards angebaut werden, legen wir großen Wert auf eine effiziente, ressourcenschonende Herstellung unserer Papierprodukte. Uns sind hierbei in den vergangenen Jahren große Fortschritte gelungen. So konnten wir durch innovative Technologien die von uns benötigten Mengen an Wasser und Energie für die Papierherstellung signifikant reduzieren und den bei der Produktion entstehenden Abfall verringern (siehe hierzu das Kapitel „Ökologische Verantwortung“).

### Zertifizierte Filtertüten®

Die Melitta® Filtertüten® sind aus FSC®-zertifiziertem Zellstoff hergestellt. Der FSC® (Forest Stewardship Council®) ist eine unabhängige, gemeinnützige Nicht-Regierungsorganisation mit dem Ziel, weltweit Beiträge zur Verbesserung der Waldbewirtschaftung zu leisten. Ein großer Teil unseres Sortiments an Filtertüten® besitzt darüber hinaus weitere Nachhaltigkeitszertifizierungen wie Blauer Engel, NF und Nordic Swan.



### WO WIR HINWOLLEN

Den Weg einer immer ressourceneffizienteren Papierherstellung aus nachhaltig gewonnenen Zellstoffen werden wir fortsetzen. Gleichzeitig werden wir die Zusammenarbeit mit Initiativen und Organisationen intensivieren, die eine Einhaltung der vereinbarten Nachhaltigkeitsstandards durchsetzen und kontrollieren. So werden wir uns ab 2020 beispielsweise als Mitglied des FSC® international verstärkt für nachhaltige Waldwirtschaft engagieren. Zukünftig werden wir außerdem den Anteil an recycelten Materialien erhöhen.

#### Unsere Ziele/Commitments:

Bis 2025 werden wir die Papier- und Zellstoffverwendung soweit wie möglich auf recycelte Quellen umstellen.

Wo dies aus rechtlichen oder anderen Gründen nicht möglich ist, greifen wir ausschließlich auf forstwirtschaftliche Rohstoffe aus zertifizierter nachhaltiger Waldwirtschaft zurück.

Dabei orientieren wir uns am Konzept des „Zellstoffs der Zukunft“. Dieses ist geprägt durch folgende Merkmale:

- Er stammt aus recycelten oder nachhaltig bewirtschafteten Quellen.
- Er wird klimaschonend und unter nachhaltiger Wassernutzung verarbeitet.
- Er wird nach Ende der Nutzung stofflich recycelt.
- Er baut sich in der Natur rückstandsfrei biologisch ab.

# 03.

## Produkt- und Lieferkettenverantwortung

### ELEKTROGERÄTE: DAS UMFELD

In unserem Geschäftsfeld Kaffeezubereitung bieten wir diverse Elektrogeräte an. Hierzu zählen insbesondere Filterkaffeemaschinen, Kaffeevollautomaten, Wasserkocher und Milchaufschäumer. Darüber hinaus stellen wir in unserem Unternehmensbereich Melitta Professional Coffee Solutions leistungsstarke Kaffeevollautomaten für Unternehmen, die Hotellerie und Gastronomie her.

Elektrogeräte verbrauchen nicht nur Energie, sondern tragen auch zur Emission von Treibhausgasen bei. Darüber hinaus wirken sich die Nutzungsdauer des Geräts sowie die Recyclingfähigkeit der verwendeten Materialien auf die Belastung der Umwelt aus. Häufig enthalten Elektrogeräte auch Schadstoffe, die bei nicht fachgerechter Entsorgung Gesundheit und Umwelt beeinträchtigen können. Die komplexen Lieferketten der Vorprodukte stellen uns vor weitere Herausforderungen, die nur gemeinsam mit unseren Partnern in den Ketten gelöst werden können.

### WO WIR STEHEN

Wir messen die Nachhaltigkeit unserer Elektrogeräte mit dem 2013 eingeführten Bewertungssystem MISSION eco & care. Der für dieses Bewertungssystem herangezogene Kriterienkatalog ist umfangreich: Er deckt den Herstellungsprozess (z. B. Anteil umweltverträglicher Materialien, Energieverbrauch, Verpackung, Arbeitsbedingungen) genauso ab wie die Nutzung (z. B. Energieeffizienz, Produktsicherheit, Lebensdauer) und die Recyclingfähigkeit bzw. Entsorgung des Geräts. Das in Sternen zusammengefasste Bewertungsergebnis veröffentlichen wir, damit sich auch jeder Verbraucher über die Nachhaltigkeit des Geräts schnell und unkompliziert informieren kann.

#### **Umfassendes Bewertungssystem**

*Grundlage der Bewertung eines Elektrogeräts durch MISSION eco & care ist ein fiktives Ideal-Produkt. Mit diesem wird das zu bewertende Produkt verglichen. Das Ergebnis wird in Sternen ausgedrückt (maximal fünf Sterne) und für jedes Elektrogerät von Melitta veröffentlicht.*



# NUR GEMEINSAM MIT UNSEREN PARTNERN können Herausforderungen gelöst werden.

### WO WIR HINWOLLEN

Die guten Erfahrungen, die wir mit MISSION eco & care gemacht haben, haben uns dazu bewogen, dieses Bewertungssystem auszuweiten und auch auf andere Produkte unserer Unternehmensgruppe anzuwenden. Die damit verbundene Erwartung ist, nicht nur die zum Teil schon hohen gesetzlichen Anforderungen weltweit zu erfüllen, sondern eine Vorreiterrolle in der Entwicklung nachhaltiger Elektrogeräte einzunehmen.

#### **Unsere Ziele/Commitments:**

Bis 2030 werden alle von Melitta vertriebenen Elektrogeräte aus Umweltgesichtspunkten eine Vorreiterrolle in ihren jeweiligen Märkten („Best in Class“) hinsichtlich des Energieverbrauchs, der Langlebigkeit, des Einsatzes nachhaltiger Materialien sowie der Reparatur- und Serviceangebote einnehmen.

Dabei orientieren wir uns am Konzept des „Elektrogeräts der Zukunft“. Hierunter verstehen wir ein Produkt, das...

- aus wieder verwerteten und / oder verantwortlich gewonnenen Rohstoffen und Einzelteilen besteht,
- gemäß der global anerkannten Menschenrechts- und Arbeitsstandards produziert wird,
- hinsichtlich Qualität inklusive Lebensdauer und Produkttransparenz höchsten Ansprüchen genügt,
- energie- und ressourcenschonend genutzt werden kann,
- repariert werden kann, auch durch Ersatz von Einzelteilen und
- nach Ende der Nutzung wieder- oder weiterverwertet wird (bei Vorhandensein entsprechender Strukturen).



# ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG

04. Ökologische Verantwortung	ab 35
Energieverbrauch und Emissionen	36-37
Wasserverbrauch	38
Abfallvermeidung und -reduktion	39

# 04.

## Ökologische Verantwortung

Wir sind auf viele natürliche Rohwaren angewiesen. Eine intakte Umwelt ist daher eine unabdingbare Voraussetzung für den Erfolg unserer Unternehmensgruppe. Darüber hinaus ist für uns der Schutz der Umwelt eine Aufgabe, die unseren Unternehmenswerten und unserer generationenübergreifenden Unternehmensführung entspricht. Wir wollen den nachfolgenden Generationen die ökologischen Systeme mindestens in dem Zustand hinterlassen, den wir vorgefunden haben.

Aus diesen Gründen berücksichtigen wir bei unserer Entscheidungsfindung seit langem auch die ökologischen Auswirkungen unserer unternehmerischen Aktivitäten. Dies zeigt sich beispielsweise in der regelmäßigen Zertifizierung unserer Umwelt- und Energiemanagementsysteme, in unseren Investitionen in energieeffiziente Anlagen und Maschinen oder an unseren internen Informationskampagnen und Weiterbildungsangeboten zum effizienten Umgang mit Ressourcen.

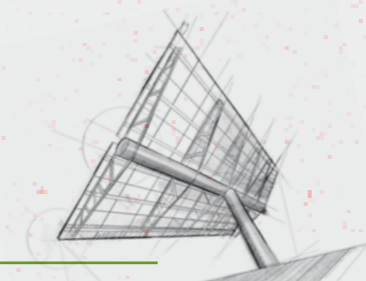
### ENERGIEVERBRAUCH UND EMISSIONEN: WO WIR STEHEN

2018 haben unsere Produktions- und Verwaltungsstandorte insgesamt knapp 371 Millionen Kilowattstunden (kWh) Energie verbraucht. Um unseren Energiebedarf zu senken, setzen wir derzeit ein umfassendes Maßnahmenprogramm um. Hierzu zählen Programme zur Energieeinsparung (z. B. durch Dampfabschaltung), Konzepte zur Wärmerückgewinnung, die Erneuerung von Anlagen und Maschinen (z. B. Druckluftkompressoren, Belüftungsanlagen) oder die Erneuerung der Steuerungstechnik. Wir analysieren die vorhandenen Gebäudetechnologien (Lichtsysteme, Bewegungsmelder, Klimaanlage, Informationstechnologie usw.), die Fahrzeugflotte und die damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen, eine Änderung des Energiemix sowie Möglichkeiten der eigenen Energieerzeugung. Außerdem nehmen wir laufend Optimierungen der Produktionsabläufe vor und sensibilisieren unsere Mitarbeiter für die Relevanz einer hohen Energieeffizienz.

Um diese Maßnahmen gruppenweit voranzutreiben und für einen Best-Practice-Austausch zu sorgen, haben wir 2017 eine Arbeitsgruppe zum Thema „Energie & CO<sub>2</sub>“ eingerichtet, die sich aus den Energieexperten unserer gesamten Unternehmensgruppe zusammensetzt. Diese Arbeitsgruppe analysiert die entwickelten Maßnahmen auf ihren Wirkungsgrad, erarbeitet Ideen für weitere Aktivitäten und dient als Plattform für einen bereichsübergreifenden Informationsaustausch.

### Hohe Energieeffizienz durch moderne Absauganlage

In unserer Kaffeefilterproduktion sorgt seit 2014 eine weltweit einzigartige Absauganlage für mehrere nachhaltige Effekte: Sie spart rund 60% der bislang benötigten Energie ein, senkt den anfallenden Reststaub und reduziert die bisherigen CO<sub>2</sub>-Emissionen um ca. 1.200 Tonnen pro Jahr. Aufgrund der vielen innovativen Nachhaltigkeitseffekte beteiligte sich das Bundesumweltministerium an der Entwicklung der Anlage mit einem hohen Förderbetrag.



### Einsatz erneuerbarer Energien

In Nordamerika nutzen wir seit 2016 die Kraft der Sonne. Das hocheffiziente Photovoltaiksystem auf dem Dach des Produktionsgebäudes liefert einen wesentlichen Teil der von uns benötigten Energie am Standort und reduziert die jährlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen um rund 462 Tonnen.

### WO WIR HINWOLLEN

#### Unsere Ziele/Commitments:

Wir verfolgen für unsere Standorte ein „Energiekonzept der Zukunft“. Daher streben wir Klimaneutralität an den relevanten Standorten und darüber hinaus an.

- Bis 2025 werden wir Klimaneutralität bei allen Emissionen herstellen, die durch die Melitta Group selbst verursacht werden, z. B. durch das Verbrennen fossiler Energieträger (Scope 1).
- Bis 2030 werden wir Klimaneutralität bei allen Emissionen herstellen, die durch die von der Melitta Group eingekaufte Energie verursacht werden, z. B. Strom (Scope 2).
- Bis 2050 werden wir Klimaneutralität bei allen Emissionen herstellen, die durch erworbene Vorleistungen und Dienstleistungen Dritter verursacht werden (Scope 3).

Erreichen wollen wir diese Ziele insbesondere durch Maßnahmen zur Eigenerzeugung von Energien, durch den Bezug erneuerbarer Energien sowie durch eine kontinuierliche Reduktion unserer Energieverbräuche. Dabei folgen wir dem Prinzip „Vermeiden – Vermindern – Kompensieren“.

# 04.

## Ökologische Verantwortung

### WASSERVERBRAUCH: WO WIR STEHEN

Bei der Erstellung unserer Produkte benötigen wir Wasser. Insbesondere die Papierherstellung und -verarbeitung ist sehr wasserintensiv. Wir sind daher seit vielen Jahren aus ökonomischen und ökologischen Gründen darum bemüht, den Wasserbedarf effizient zu gestalten und unseren gruppenweiten Wasserverbrauch Schritt für Schritt zu reduzieren.

So ist es uns in den vergangenen Jahren beispielsweise durch konsequente Kreislaufführung des Betriebswassers gelungen, den Wasserverbrauch bei der Papierherstellung immer weiter zu senken. Auch Filter und Wasseraufbereitungsanlagen an den Papiermaschinen haben zu signifikanten Einspareffekten geführt. Darüber hinaus investieren wir in moderne Maschinen und Anlagen und tauschen uns in regelmäßigen Fachgesprächen gruppenweit über Möglichkeiten und Maßnahmen zur Einsparung von Wasser aus.

#### Optimierter Wasserkreislauf

Bei der Herstellung von Filterpapier werden an mehreren Stellen des Produktionsprozesses große Mengen an Wasser benötigt – als Transportmedium, bei der Auflösung von Zellstoff, als Dichtungswasser oder zur Spülung. Um den hohen Wasserbedarf zu reduzieren, haben wir den Wasserkreislauf Schritt für Schritt optimiert. Hierzu wird das verbrauchte Wasser aufgefangen, gefiltert und dem Produktionsprozess wieder zugeführt. Während der Durchschnittswert der spezifischen Abwassermenge in der deutschen Papierindustrie bei ca. 10 m<sup>3</sup> pro Tonne Papier liegt, beträgt dieser in unserer Mindener Filterpapierproduktion rund 1 m<sup>3</sup>.

### WO WIR HINWOLLEN

Unser Ziel/Commitment:

- Wir reduzieren bis 2025 unseren Wasserverbrauch an den Standorten Papierproduktion um weitere 25 %.

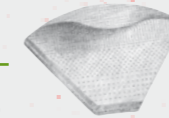
### ABFALLVERMEIDUNG UND -REDUKTION: WO WIR STEHEN

Im Geschäftsjahr 2018 sind in der Melitta Group global insgesamt 11.483,79 Tonnen Abfall angefallen. 86 % des gesamten Abfalls wurden – zum Beispiel in Form eines werkstofflichen Recyclings, einer Vergärung, einer energetischen Verwertung oder durch Kompostierung – verwertet. 14 % mussten beseitigt werden. Die Wahl der Entsorgungsmethode und der Umgang mit den Abfällen sind in unseren Umweltmanagementsystemen festgelegt.

Um das Abfallaufkommen zu reduzieren, haben wir 2015 ein gruppenweites Abfallmanagementprojekt aufgesetzt. Hierzu wurden zunächst die Wertschöpfungsprozesse jedes einzelnen Unternehmensbereichs analysiert und die Abfallwege vor Ort ermittelt. Im zweiten Schritt wurden die Entsorgungsstrukturen hinterfragt und

neu ausgerichtet. Auf diesem Wege hat sich nicht nur die Menge des Abfalls deutlich reduziert, es konnten auch die Verwertungsquote sowie die Rückführung von Abfällen in die eigene Produktion erhöht werden. Derzeit implementieren wir Leuchtturmprojekte, die aufzeigen sollen, wie Abfälle verstärkt als Sekundärrohstoffe aufbereitet und genutzt werden können. Auch die Umstellung auf Mehrwegsysteme sowie eine noch umfassendere Trennung und Wiederverwertung von Abfällen sind geplant.

#### Rückführung von Papierabfällen in die Produktion



Bei der Herstellung von Papier fallen regelmäßig hohe Abfallmengen an. Mit Hilfe unserer zu großen Teilen selbst entwickelten Absauganlage saugen wir an jeder Walzenrotationsmaschine in der Kaffeefilterproduktion die Reste auf. Pro Jahr führen wir so 10.000 Tonnen Papierreste wieder der Produktion zu. Außerdem werden jährlich 28 Tonnen Papierstaub gewonnen, der in Form von Briketts thermisch verwertet wird.

#### Abfallreduzierung durch neue Farbmischanlage

Eine neue Farbmischmaschine im Unternehmensbereich ACW-Film sorgt für eine vollautomatische Mischung und Dosierung von Farben und leitet diese in einem geschlossenen System direkt in den Produktionsprozess weiter. Restfarbmengen werden dabei gespeichert und für kommende Produktionschargen wieder zur Verfügung gestellt. Dadurch reduzieren sich die Entsorgungsmengen und -kosten erheblich bei gleichzeitig geringeren Emissionen und einer höheren Arbeitssicherheit.

### WO WIR HINWOLLEN

Unser Ziel/Commitment:

- Bis 2025 werden wir ein Wertstoffmanagement entwickelt und vollständig in der Gruppe integriert haben, dass dem Circular Economy Ansatz entspricht.



# GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

05. Gesellschaftliche Verantwortung	ab 41
Menschenrechte	42
Produktsicherheit und -qualität	43
Produkttransparenz/Verbraucherbewusstsein und -befähigung	44
Corporate Citizenship	45

## Gesellschaftliche Verantwortung

Unternehmen heißt verantworten. Wir stehen für unsere unternehmerischen Aktivitäten ein und leisten Beiträge zur Entwicklung der Gesellschaft. Dies gilt sowohl mit Blick auf die Einhaltung der Menschenrechte als auch mit Blick auf unsere Produktqualität, -sicherheit und -transparenz sowie unser gesellschaftliches Engagement.

### MENSCHENRECHTE

Die Achtung der Menschenrechte ist für uns selbstverständlich. Wir bekennen uns nachdrücklich zur Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie zu den ILO Kernarbeitsnormen und setzen uns dafür ein, dass diese Rechte innerhalb unserer Wertschöpfungs- und Lieferkette strikt eingehalten werden. Im Anfang 2020 werden wir die Melitta Grundsatzklärung zur Achtung der Menschenrechte veröffentlichen.

Diese Haltung haben wir auch in unserem Code of Conduct verankert. Sie setzen einen verbindlichen Rahmen für ethische Geschäftspraktiken und verantwortungsvolles Verhalten in unserer

Unternehmensgruppe. Wir erwarten von allen unseren Mitarbeitern, dass sie den Code of Conduct kennen und konsequent anwenden.

Unser Supplier Code of Conduct ist die Grundlage für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Wir legen Wert darauf, mit Lieferanten zusammenzuarbeiten, die unseren Wertekanon teilen.

### PRODUKTSICHERHEIT UND -QUALITÄT

Die Produkte unserer Unternehmensgruppe stehen durchweg für hohe Qualität. In vielen Märkten besetzen wir die Position des Qualitätsführers und grenzen uns vom Wettbewerb durch besondere Haltbarkeit, hohe Zuverlässigkeit und gleichbleibende Eigenschaften unserer Produkte ab. Eine hohe Produktsicherheit und -qualität ist daher eng verbunden mit unserer Reputation und mit unserem wirtschaftlichen Erfolg in allen unseren Geschäftsfeldern.

Aus diesen Gründen stellen wir bei der Entwicklung unserer Produkte durchgängig hohe Qualitätsanforderungen und greifen dabei auf überzeugende Innovationen, neue Verfahren sowie wissenschaftliche Erkenntnisse zurück. Mit unseren Kunden stehen wir in einem intensiven Austausch und führen regelmäßig Kundenbefragungen und Produkttests durch. Im B2B-Geschäft setzen wir darüber hinaus Kooperationsprojekte zur Neu- oder Weiterentwicklung von Produkten mit unseren Geschäftskunden auf.

Hohe Qualitätsanforderungen stellen wir auch gegenüber unseren Lieferanten, da die Qualität unserer Produkte zu einem wesentlichen Teil von den bezogenen Inhaltsstoffen und Materialien abhängt. Mit unseren Lieferanten haben wir daher klare Qualitätskriterien definiert. Waren- und Rohstoffeingänge werden systematisch auf die Einhaltung der vereinbarten Eigenschaften überprüft.

Großen Wert legen wir darüber hinaus auf die Qualitätsüberwachung unserer Herstellungsprozesse. In allen unseren Unternehmensbereichen sind seit vielen Jahren wirkungsvolle Kontroll- und

Sicherungsmechanismen im Einsatz, die eine lückenlose Qualität entlang der Produktionskette sicherstellen. Alle Produkte werden während des Herstellungsprozesses auf Sicherheit, gesetzliche Verkehrsfähigkeit und nach den definierten Qualitätseigenschaften geprüft.

Da innerhalb der Melitta Group sehr unterschiedliche Produkte hergestellt werden, liegt die Verantwortung für die Qualitätsmanagementsysteme in den operativen Einheiten. Zertifizierte Qualitätsmanagementsysteme nach ISO 9001 liegen in allen Unternehmensbereichen vor, in denen dies sinnvoll und zielführend ist. Darüber hinaus bestehen im Rahmen unseres Qualitätsmanagements neben den gesetzlichen Anforderungen diverse Selbstverpflichtungen sowie Beteiligungen an nationalen wie internationalen Qualitätsinitiativen und Zertifikaten. Hierzu zählen beispielsweise IFS Food, IFS HPC, BRC Consumer Products, FSSC 22000, QAI Organic und HACCP.

In einigen Unternehmensbereichen werden bereits bei Produktweiterentwicklungen Nachhaltigkeitsaspekte unmittelbar im Design berücksichtigt.

### WO WIR HINWOLLEN

#### Unsere Ziele/Commitments:

- Wir werden den Schutz der Menschenrechte entlang der Anforderungen der UN-Prinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte kontinuierlich weiter in unsere Wertschöpfungsketten implementieren. Dazu werden wir auch innovative, gemeinschaftliche Ansätze erarbeiten und ausprobieren.
- 2020 werden wir weitere Beschwerdemechanismen implementieren und unsere Codes of Conduct entsprechend aktualisieren.
- 2020 werden wir außerdem Risikoanalysen mit Blick auf die Einhaltung der Menschenrechte durchführen und – daraus abgeleitet – entsprechende Maßnahmen zur Gewährleistung der Menschenrechte in unseren Lieferketten entwickeln.

### WO WIR HINWOLLEN

In einem zunehmend komplexeren Umfeld setzen wir auf von unabhängigen Dritten anerkannte Standards in Produktsicherheit und -qualität im Sinne eines „Elektrogeräts der Zukunft“. Dieses erfüllt höchste Anforderungen im Hinblick auf:

#### Unsere Ziele/Commitments:

- Nutzungsqualität und Lebensdauer.
- Ersatzteil- und Reparaturangebote.
- Recycelbarkeit und Wiederverwendung von Produkt und Verpackung.
- Ganzheitlich verantwortliche Gestaltung der Lieferketten.
- Energie- und Ressourcenverbrauch.

**PRODUKTTRANSPARENZ SOWIE VERBRAUCHERBEWUSSTSEIN UND -BEFÄHIGUNG**

Als Markenhersteller begrüßen wir die vom Gesetzgeber in vielen Ländern eingeschlagene Tendenz, die Transparenz der Produktherstellung zu erhöhen. Wir sind davon überzeugt, dass wir von einer höheren Transparenz aufgrund unserer qualitativ hochwertigen Rohwaren und Materialien sowie aufgrund unserer auditierten und mehrfach überwachten Produktionsprozesse profitieren werden.

Bei vielen unserer Produkte haben wir in den vergangenen Jahren das Informationsangebot über ihre Bestandteile und über ihre Herstellung ausgebaut. Hierzu zählen neben den gesetzlich geforderten Angaben auch ergänzende freiwillige Informationen wie das Label MISSION eco & care. Dieses Label gibt dem Verbraucher eine schnelle Orientierung über die Nachhaltigkeit unserer Elektrogeräte. Die hohe Akzeptanz dieses Labels im Markt hat dazu geführt, dass wir dieses in den kommenden Jahren schrittweise auch auf andere Produkte übertragen werden.

Unseren Kunden bieten wir eine Vielzahl von Kommunikationsangeboten und -kanälen. So finden sie auf unserer Website nicht nur Serviceadressen, sondern auch Frage-und-Antwortkataloge, Videos, Bedienungsanleitungen und Rezepturinformationen. Anregungen und Kritikpunkte, die uns über alle gängigen Kanäle mitgeteilt werden können, werden von unseren Kundenservice-Teams schnell, umfänglich und sorgfältig aufgenommen und beantwortet. Die Zufriedenheit unserer Kunden messen wir regelmäßig, insbesondere mit Hilfe von Verbraucherbefragungen und der Net-Promoter-Score-Methode.

**WO WIR HINWOLLEN**

Unser Ziel/Commitment:

- Wir informieren unsere Kunden umfassend über die umweltschonenden Eigenschaften (z. B. Materialien und deren Herkunft) sowie die Nutzung unserer Produkte. Darüber hinaus planen wir, in Zusammenarbeit mit der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz die Förderung des bewussten Konsums in der Gesellschaft zu unterstützen.

In naher Zukunft ist eine Kommunikations- und Marketingkampagne geplant, die unsere Kunden in Bezug auf eine nachhaltige und sichere Nutzung und Entsorgung unserer Produkte sensibilisiert. Entsprechende Konzepte und Inhalte werden derzeit ausgearbeitet. Gleichzeitig prüfen wir, inwieweit wir für unsere Produkte zusätzliche Online-Informationen zur Verfügung stellen können, die die üblichen Verpackungsangaben ergänzen und tiefergehende Fragen unserer Kunden beantworten.

**CORPORATE CITIZENSHIP**

Wir sehen es als unsere Verpflichtung an, bei der Lösung gesellschaftlicher Fragestellungen mitzuarbeiten und Beiträge zu leisten. Um unsere Corporate-Citizenship-Aktivitäten möglichst wirkungsvoll auszurichten und zu koordinieren, verfolgen wir eine gruppenweite Social-Engagement-Strategie. Zu den Prinzipien dieser Strategie zählt, dass Melitta sich insbesondere dort einbringt, wo sich die unternehmerischen Aktivitäten direkt auswirken und wo Dringlichkeit und Erfolg der Projekte unmittelbar beobachtet werden können.

Wir nehmen an Hilfsaktionen für karitative Organisationen und für Menschen in Not teil und sammeln Spenden innerhalb unserer Unternehmensgruppe. Darüber hinaus initiieren wir, in aller Regel mittel- bis langfristige, Corporate-Citizenship-Projekte. Dabei liegt unser Schwerpunkt im sozialen Engagement. Hierzu zählen insbesondere die Sicherung von Schul- und Ausbildung, die Bereitstellung von Kindergarten-, Schul- und Ausbildungsplätzen und die Zusammenarbeit mit Initiativen und Stiftungen, die sich mit der Unterstützung von Kindern, Jugendlichen und jungen Familien beschäftigen.

**Bildung für notleidende Kinder und Jugendliche**

*In Südamerika unterstützen wir die Schulbildung von Kindern. Wir stellen Schulmaterialien zur Verfügung und organisieren Kindertage und Bildungswettbewerbe. Seit 2016 sind wir in diesem Zusammenhang Kooperationspartner des Ayrton Senna Instituts, einer philanthropischen Einrichtung, die Bildungsprojekte für brasilianische Kinder und junge Menschen entwickelt.*

**Day of Caring**

*Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Melitta Europa – Geschäftsbereich Kaffee krempeln bereits seit einigen Jahren regelmäßig die Ärmel hoch, um gemeinnützigen Einrichtungen zu helfen. Am Day of Caring, der seit 2012 in Bremen stattfindet, organisiert der Unternehmensbereich eine gemeinsame Aktion, während die Mitarbeiter ihre Arbeitskraft einen Tag lang einer sozialen Organisation zur Verfügung stellen können.*

**WO WIR HINWOLLEN**

Unser Ziel/Commitment:

- Ab 2021 leisten wir auf Basis einer gruppenweiten Strategie über unser Engagement im Kerngeschäft hinaus einen wesentlichen Beitrag in der Gesellschaft als Good Citizen und erhöhen so unsere positive Wirkung als Teil der Gesellschaft. Dabei streben wir insbesondere auch Kooperationen an, die den Projektbeteiligten Möglichkeiten zur eigenständigen wirtschaftlichen Entwicklung ermöglichen („Inclusive Business“).





# VERANTWORTUNG FÜR MITARBEITER

o6. Verantwortung für Mitarbeiter	ab 47
Arbeitgeberattraktivität	48-49
Arbeitssicherheit und Gesundheit	50-51

## Verantwortung für Mitarbeiter

Unseren jahrzehntelangen Erfolg verdanken wir dem Engagement, der Kreativität und der Qualifikation unserer Mitarbeiter. Wir wollen daher unseren Beschäftigten ein attraktiver Arbeitgeber sein, der moderne Arbeitsplätze, faire Vergütungen, vielfältige Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten sowie hohe Standards in der Gesundheitsvorsorge und Arbeitssicherheit bietet.

### ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT: Stärkung unserer Employer Brand

Mit unseren bekannten Marken und unserer Präsenz im In- und Ausland sind wir ein begehrter und attraktiver Arbeitgeber. Dies belegen Jahr für Jahr diverse Umfragen und Analysen unter Studenten, Arbeitnehmern und eigenen Mitarbeitern. Insbesondere in den Branchen „Lebens- und Genussmittel“ sowie „Fertig- und Gebrauchsgüter“ belegen wir regelmäßig Top-Platzierungen unter den besten Arbeitgebern.

Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter erfragen wir mit Hilfe einer externen Agentur und nach methodisch bewährten Prinzipien. Die Ergebnisse werten wir systematisch aus, diskutieren diese in Workshops mit unseren Mitarbeitern und leiten daraus wirkungsvolle Maßnahmen ab.

Unser Ziel ist es, in den kommenden Jahren unsere Employer Brand zu stärken und unsere Attraktivität für unsere jetzigen und zukünftigen Mitarbeiter weiter zu steigern. Gute Mitarbeiter wollen wir an uns binden, engagierte Bewerber mit besonderen persönlichen Eigenschaften und Fähigkeiten für uns gewinnen. Einen Schwerpunkt legen wir dabei auf die Gewinnung jüngerer Mitarbeiter: So wollen wir gerade bei den Generationen Y und Z unsere Anziehungskraft als Arbeitgeber erhöhen und ihnen Arbeitsplätze bieten, die ihren Vorstellungen und Qualifikationen entsprechen.

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir einen umfassenden Maßnahmenkatalog erarbeitet: Wir nehmen an diversen Hochschulmessen teil, bieten Praktika, Werkstudenten-Jobs und die Betreuung wissenschaftlicher Arbeiten und beteiligen uns an Lehr-, Forschungs- und Produktentwicklungsaktivitäten ausgewählter Hochschulen. Darüber hinaus stellen wir uns an Berufsorientierungsabenden vor, informieren Schüler über die von Melitta angebotenen Ausbildungsberufe und vermitteln ihnen erste Praxiserfahrungen.

### WO WIR HINWOLLEN

#### Unser Ziel/Commitment:

- Wir stärken unsere Employer Brand nachweislich durch ein überzeugendes Nachhaltigkeitsengagement und ein darauf abgestimmtes gruppenweites Corporate-Volunteering-Angebot bis 2021. Bewerber bevorzugen Melitta als Arbeitgeber aufgrund des Engagements und des stimmigen Gesamtangebots.

### Familienfreundliches Unternehmen



Arbeitsplätze zu bieten, die berufliche mit privaten Interessen in Einklang bringen, ist eines der wichtigsten Ziele unserer Personalpolitik. Unser Unternehmensbereich Melitta Europa – Geschäftsbereich Kaffee ist bereits seit 2014 für seine familienfreundlichen Personalmaßnahmen im Besitz des Zertifikates „audit berufundfamilie“. Die Melitta Group insgesamt wurde außerdem kürzlich vom Kreis Minden-Lübbecke als „Familienfreundliches Unternehmen“ ausgezeichnet.

### Freiwillige Verpflichtung zur Initiative „Fair Company“



Melitta ist Mitglied der Initiative „Fair Company“. Damit hat sich die Unternehmensgruppe zu anerkannten Qualitätsstandards und überprüfbaren Regeln im Praktikum verpflichtet. „Fair Company“ ist eine Initiative von karriere.de, dem Portal von Handelsblatt und Wirtschaftswoche für Berufseinstieg und Karriere.

### ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT: Mitarbeiterentwicklung

Wir sind davon überzeugt, dass unsere Mitarbeiter den Unterschied machen. Daher ist uns eine kontinuierliche und anspruchsvolle Aus- und Weiterbildung sehr wichtig. Wir wollen sie fördern und erwarten von ihnen eine hohe Eigenverantwortlichkeit. Dies setzt auch mit Blick auf Nachhaltigkeitsfragen entsprechende Kenntnisse voraus.

Da wir unsere Führungskräfte am liebsten aus den eigenen Reihen rekrutieren, bieten wir seit 2015 ein Traineeprogramm für vielversprechende Absolventen unterschiedlicher Studiengänge an. Während der 18-monatigen Ausbildung werden die Trainees gezielt auf eine Führungsposition vorbereitet.

2016 haben wir ein gruppenweites Talent-Management-Programm aufgesetzt, das unsere umfassenden Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen auf Gruppenebene und auf Ebene der Unternehmensbereiche ergänzt. Es dient dazu, gerade unsere talentiertesten Mitarbeiter bei ihrer weiteren persönlichen und beruflichen Entwicklung zu unterstützen und sie auf höherqualifizierte Aufgaben vorzubereiten.

### WO WIR HINWOLLEN

#### Unser Ziel/Commitment:

- Wir integrieren bis 2021 Nachhaltigkeit systematisch und sinnvoll adaptiert in unsere Weiterbildungsangebote mit dem Ziel „Gelebte Nachhaltigkeit im Alltag“. Dazu bieten wir sowohl Informationsveranstaltungen als auch Workshops zur gemeinsamen Ideenfindung zu einem mitarbeiterrelevanten Thema an. Wir bilden Nachhaltigkeitsexperten in den Fachbereichen aus und integrieren Nachhaltigkeitsaspekte in die Aus- und Weiterbildung unserer Führungskräfte.

# 06.

## Verantwortung für Mitarbeiter

### ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT: Vielfalt und Chancengleichheit

Wir setzen auf Mitarbeiter mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Erfahrungen. Denn unser breites Leistungsspektrum, unsere internationale Präsenz und die zum Teil stark voneinander abweichenden Marktstrukturen in unseren Geschäftsfeldern erfordern verschiedene Talente und Persönlichkeiten. Wir sehen daher in der Vielfalt unserer Mitarbeiter eine große Stärke – und zwar mit Blick auf das Alter, das Geschlecht, die Herkunft, das kulturelle Umfeld, den Bildungsstand, die Weltanschauung und vieles mehr.

Selbstverständlich gewähren wir allen Mitarbeitern bei ihrer beruflichen Entwicklung die gleichen Chancen. Dies bezieht sich auch auf das Geschlecht. Wir haben das Ziel, den Anteil an weiblichen Führungskräften weiter zu erhöhen.

### WO WIR HINWOLLEN

#### Unser Ziel/Commitment:

- Wir bauen bis 2025 den Anteil von Frauen in Führungspositionen auf mindestens 30 % aus.

# DIE GESUNDHEIT UNSERER MITARBEITER *steht an erster Stelle.*

### ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Die Arbeitssicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter stehen bei uns kompromisslos an erster Stelle. Wir wollen eine so hohe Arbeitssicherheit wie möglich gewährleisten und die Gesundheit unserer Mitarbeiter unter allen Umständen erhalten und fördern.

Um die Gefahr von Arbeitsunfällen zu minimieren, setzen wir nicht nur die gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitssicherheitsbestimmungen und Arbeitsplatzbegehungen um, sondern entwickeln darüber hinaus viele weitere freiwillige Maßnahmen. Diese reichen von technischen Sicherheitsvorrichtungen über Arbeitsanweisungen bis hin zu Schulungen und Aufklärungskampagnen. Wir nehmen umfassende Gefährdungsbeurteilungen vor, machen nach jedem Unfall Arbeitsplatzbegehungen und ergreifen umgehend Maßnahmen, die eine Wiederholung des Unfalls verhindern.

Da sich die Unfallrisiken in den Unternehmensbereichen voneinander unterscheiden, liegt die Verantwortung für die Gewährleistung einer hohen Arbeitssicherheit in den operativen Einheiten. Die meisten unserer Gesellschaften haben eigene Arbeitssicherheits-Managementsysteme entwickelt. Darüber hinaus wurden an jedem Standort Steuerungskreise bzw. Arbeitssicherheitsausschüsse eingerichtet. Die Zentrale unterstützt die Unternehmensbereiche mit einer Vielzahl gruppenweiter Arbeitssicherheitsmaßnahmen.

Um ihre Gesundheit zu erhalten und zu fördern, bieten wir unseren Mitarbeitern zahlreiche gesundheitsfördernde Maßnahmen an. Hierzu zählen Sportprogramme und Gesundheitstage genauso wie Ergonomiemaßnahmen und Vorsorgechecks.

Derzeit liegen in der Melitta Group zwar bereichsspezifische, aber noch keine gruppenweit vergleichbaren Kennzahlen zur Arbeitssicherheit und Gesundheit vor. Zu unseren kurzfristigen Zielen zählt daher die Definition geeigneter, konsistenter und international anerkannter Kennzahlen. Aufbauend auf diesen Kennzahlen werden wir die Ziele und Maßnahmen unserer operativen Einheiten durch gruppenweite Initiativen ergänzen.

### WO WIR HINWOLLEN

#### Unser Ziel/Commitment:

- Wir harmonisieren bis 2023 unser gruppenweites System für Arbeitssicherheit und betriebliches Gesundheitsmanagement.

## KOMMENTAR: STUDIENGANGSTEAM „STRATEGISCHES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT“ DER HOCHSCHULE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG EBERSWALDE

Im Rahmen einer Lehrveranstaltung lernten Studierende des berufsbegleitenden Masters „Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement“ (M.A.) 2019 das Nachhaltigkeitsengagement der Melitta Group kennen. Daraus ergab sich für eine Gruppe aus Studierenden und Lehrenden die Einladung zu einem Workshop bei Melitta, in dem offen über das vorliegende Nachhaltigkeitsstatement diskutiert wurde. Mit diesem Kommentar geben wir aus der wissenschaftlichen sowie aus der Perspektive kritischer Verbraucher\*innen unsere Einschätzung zum Melitta Nachhaltigkeitsstatement ab. Wir benennen Stärken und zeigen weitergehende Handlungsmöglichkeiten auf.

Am Nachhaltigkeitsstatement überzeugt, dass der 2015 angestoßene Strategieprozess der Melitta Group von einem gleichzeitig eingeleiteten Wandel der Unternehmenskultur begleitet wird. Nachhaltigkeit fließt als zentrales Element in die Unternehmensstrategie ein. Mit diesem vorausschauenden Vorgehen kann nachhaltige Entwicklung langfristig im Unternehmen verankert werden. Folgende Punkte wollen wir hervorheben:

- **Integrativer Ansatz:** Die Verzahnung von Strategieprozess, Kulturwandel und Nachhaltigkeitsengagement sowie die systemische Herangehensweise bilden einen geeigneten Weg, um die Mitarbeiter\*innen und das gesamte Unternehmen bei der Lösung von Nachhaltigkeitsproblemen zu stärken. Im nächsten Schritt sollte die Melitta Group ein gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis aufformulieren.

- **Breit angelegte Diskussion:** Das Unternehmen hat einen Diskussionsprozess über nachhaltige Entwicklung in der gesamten Unternehmensgruppe gestartet und öffnet sich mehr und mehr

der Diskussion mit externen Anspruchsgruppen. Die Bereitschaft zum Dialog und die Offenheit sind bemerkenswert. Wir möchten Melitta darin bestärken, die internen Debatten über nachhaltige Entwicklung noch transparenter darzustellen und z. B. über Spannungsfelder sowie Abwägungsprozesse zu berichten, um Lebendigkeit und Leidenschaft im Prozess zu verdeutlichen.

- **Schwerpunkthemen:** Das Unternehmen positioniert sich zu globalen Nachhaltigkeitsherausforderungen und leitet daraus eigene Ziele ab. Die gewählten Schwerpunkte zu Kaffee und Kunststoffen sind stimmig. Weitere Nachhaltigkeitsaspekte müssen in Abhängigkeit der Unternehmensbereiche mit ihren Produktlinien und Wertschöpfungsnetzen transparent abgeleitet und begründet werden. Künftig könnten dabei die Themen Biodiversität, Digitalisierung und Suffizienz als große gesellschaftliche Herausforderungen adressiert werden, um weiterreichende, transformative Lösungen anzustreben

Geht die Melitta Group den eingeschlagenen Weg konsequent weiter, kann sie den Kulturwandel in Richtung nachhaltiges Unternehmen vorantreiben. Weitere Schritte können aus unserer Sicht sein: Entwicklung a) eines Nachhaltigkeitsleitbildes im Rahmen der Unternehmensstrategie und b) innovativer Geschäftsmodelle, die Antworten auf große Nachhaltigkeitsprobleme geben, sowie c) strategische Allianzen mit Unternehmen, Politik und Zivilgesellschaft. Ein Anfang ist mit diesem Nachhaltigkeitsstatement gemacht.



**Hochschule  
für nachhaltige Entwicklung  
Eberswalde**

STUDIENGANGSTEAM „STRATEGISCHES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT“ DER HOCHSCHULE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG EBERSWALDE: BENJAMIN NÖLTING, NICOLE WOLF (LEITAUTOR\*IN), JUTTA ALBRECHT, SILKE DÜWEL-RIETH, MONIKA GLASER, ALIEN SPILLER (STUDIERENDE), NADINE DEMBSKI, JENS PAPE (LEHRENDE) DES MASTERS „STRATEGISCHES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT“

## STATEMENT: TEAM LÖNING

Ein weiterer Schritt zu mehr Nachhaltigkeit

Wir sind eine Managementberatung mit breit gefächelter, internationaler Expertise bei der Entwicklung und Implementierung von Nachhaltigkeitsprozessen in Unternehmen.

Seit 2015 begleiten wir die Melitta Group bei der Entwicklung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie, dem Aufbau eines gruppenweiten Nachhaltigkeitsmanagements und der Umsetzung daraus abgeleiteter Ziele und Programme. In den vergangenen vier Jahren sind hierbei zahlreiche Fortschritte erzielt worden, so dass das Thema Nachhaltigkeit bei Melitta strategisch verankert ist. Zu unseren Unterstützungsleistungen zählte zunächst eine Analyse der wichtigsten Wertschöpfungsketten von Melitta: Kaffee, Papier, Kunststoffe und Elektrogeräte. Aufbauend auf dieser Analyse wurde eine Wesentlichkeitsmatrix erstellt, die die wichtigsten Handlungsfelder für die Melitta Nachhaltigkeitsstrategie priorisiert. Diese Handlungsfelder wurden im „Melitta Nachhaltigkeitsshäus“ zusammengefasst und bildeten die Grundlage zur Definition von qualitativen und quantitativen Zielen der Melitta Nachhaltigkeitsstrategie.

Daneben haben wir die Melitta Group beim Aufbau geeigneter Governance-Strukturen und Managementprozesse unterstützt. Dazu zählten der Auf- und Ausbau des Nachhaltigkeitsteams, die Implementierung einer Steuerungsstruktur mit unternehmensweiten Arbeitsgruppen zu wesentlichen Themen und die Einrichtung eines Sustainability Boards auf Geschäftsführungsebene für strategische Nachhaltigkeitsfragen. Auch an der Einführung eines Datentools, der Formulierung geeigneter KPIs und der Implementierung einer einheitlichen Datenerfassung in allen Unternehmensbereichen haben wir mitgewirkt.

Unterstützungsleistungen haben wir ferner erbracht bei der Formulierung von Selbstverpflichtungen (z. B. Menschenrechtsstatement, Code of Conduct, Lieferantenanforderungen) und bei der Erfüllung von gesetzlichen Anforderungen, wie beim Bericht nach dem UK Modern Slavery Act.

Ein wichtiger Bestandteil unseres Mandats war außerdem die Begleitung des Nachhaltigkeitsteams bei der Durchführung regelmäßiger interner Workshops und Trainings zum Awareness-Aufbau in allen Unternehmensbereichen.

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsstatement geht die Melitta Group einen weiteren Schritt: Sie macht ihr Nachhaltigkeitsengagement deutlich transparenter als bisher und setzt sich neue, ambitionierte Ziele für die nächsten Jahre. Mit dem Aufbau von Wissen, Bewusstsein und den nötigen Steuerungsinstrumenten hat die Melitta Group die wichtigsten Voraussetzungen zum Erreichen dieser Ziele geschaffen.

Wir werden die Melitta Group weiter unterstützen, insbesondere bei der Entwicklung und Implementierung von Prozessen nach den Vorgaben des Nationalen Aktionsplans für Wirtschaft und Menschenrechte und darüber hinaus bei der Intensivierung des Dialogs mit ihren Stakeholdern.

**Löning** Human Rights & Responsible Business

MARKUS LÖNING – MANAGING DIRECTOR, SENIOR STRATEGY ADVISOR

## IMPRESSUM

Herausgegeben von der Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG

### **Redaktion:**

Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit

Marienstraße 88

32425 Minden

Tel.: +49 571/40 46 – 0

Fax: +49 571/40 46 – 499

E-Mail: [nachhaltigkeit@melitta.de](mailto:nachhaltigkeit@melitta.de)

### **Ansprechpartner**

Katharina Roehrig

Geschäftsführerin Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit

E-Mail: [katharina.roehrig@melitta.de](mailto:katharina.roehrig@melitta.de)

Stefan Dierks

Direktor Sustainability Strategy

E-Mail: [stefan.dierks@melitta.de](mailto:stefan.dierks@melitta.de)

Wolfgang Wäntig

Direktor Sustainability Services

E-Mail: [wolfgang.waentig@melitta.de](mailto:wolfgang.waentig@melitta.de)

### **Fotografie und Illustrationen:**

Franz Bischof, Hannover: S. 2, 37

Paul Grabowski, München: Cover, S. 37

Jindrich Novotny, Hannover: Cover, S. 9, 15, 25, 28, 35, 39, 41, 47

Shutterstock: Cover

Unsplash/Thomas Kelley: S. 8

Melitta: S. 27, 28, 29, 31

Tell Muenzing/1transformation: S. 12

Estúdio Euka/Instituto Ayrton Senna, Pinheiros – São Paulo: S. 45

Caroline Pitzke/Löning GmbH: S. 53

*Melitta ist eine international tätige Unternehmensgruppe in Familienbesitz mit einer über 100-jährigen Tradition. Wir sind ein Hersteller von Markenprodukten für Kaffeegenuss, für die Aufbewahrung und Zubereitung von Lebensmitteln sowie für die Sauberkeit im Haushalt. Darüber hinaus produzieren wir Spezialpapiere für die Tapetenindustrie und industrielle Folien für die Verpackung von Lebensmitteln. In den Märkten, in denen wir präsent sind, sind wir mit unseren Markenartikeln Markt- und Qualitätsführer oder streben diese Position an.*

