

NH-Ziele Hassia Mineralquellen 2016

Stand 31.12.2016

JAHRESZIEL	NH-ZIELE	STATUS 2016	BEGRÜNDUNG
ÖKONOMIE			
jährlich bis 2020	Absatz + Umsatz: jährlich 1% über vergleichbaren Wettbewerbern		- beide Ziele konnten nicht erreicht werden
jährlich bis 2020	Investitionsquote: mind. 5% vom Umsatz		- Investitionen in bspw. Industrie-Mixer 4.0, Squeezer, CO2- Tankanlage, zwei BHKW, MW-Gebinde 6er + 12-Kästen wurden getätigt und somit mehr als 5% investiert
jährlich bis 2020	ein unabhängiges, inhabergeführtes Unternehmen bleiben		- in fünfter Familiengeneration von Dirk Hinkel geführt
jährlich bis 2020	kontinuierliche Weiterentwicklung des Sortiments und Erhöhung eines nachvollziehbaren Nutzenvorteils für die Konsumenten:		- NH-Qualitätssiegel von SGS Institut Fresenius für Rosbacher, hassia, Elisabethen Quelle und Bad Vilbeler UrQuelle - Marke hassia und bizzl Premium-Limonaden sind vegan - "Clean Label"-Prinzip für Elisabethen Quelle "pur & fruchtig"
2016	Erhöhung Altpapieranteil in Kartonagen		- liegt wie 2015 bei 90% und kann nicht weiter erhöht werden, da sonst die Stabilität verloren geht
2016	Fruchtsaftklärung ohne Gelatine für die Marke hassia		- erfolgreich umgesetzt
2016	Reduzierung nicht natürlicher Aromen in Süßgetränken auf unter 4% der gesamten Produktpalette		- dieses Ziel konnte nicht erreicht werden und wird vorerst auch nicht weiter verfolgt, aufgrund von Geschmacksabweichungen
2016	NH-Zertifikat + Siegel von SGS Institut Fresenius		- seit April 2016 zertifiziert
2016	1. NH-Bericht, Berichtszeitraum 2015		- in Print-Version und online verfügbar
2016	Tochterunternehmen der HassiaGruppe veröffentlichen ihren jeweils eigenen NH-Bericht		- Umsetzung zuerst bei Lichtenauer Mineralquellen geplant für den Berichtszeitraum 2017
ÖKOLOGIE			
jährlich bis 2020	verstärkte Zusammenarbeit mit Landwirten in der Region für einen präventiven Quellenschutz durch Boden- und Gewässerschutz		- Zusammenarbeit mit einem Ingenieurbüro zur Messung und Kartierung des Einzugsgebietes der Quellen in Rosbach
jährlich bis 2020	kontinuierliche Überprüfung des grundsätzlichen Einsatzes von z.B. nachwachsenden Rohstoffen, recycelten Materialien und anderen nachhaltigeren Materialien im Bereich der Werbemittel		- Base-Caps aus recyceltem Material - Plakate, Publikationen und Werbematerial aus zertifizierter Forstwirtschaft + klimaneutral gedruckt
jährlich bis 2020	den ökologischen Fußabdruck messbar verkleinern		- erfolgreich umgesetzt (siehe NH-Kennzahlen-Tabelle)
jährlich bis 2020	ein klimaneutrales Sortiment		- begonnen - Berechnung des unternehmensspezifischen CO2- Fußabdrucks durchgeführt
jährlich bis 2020	eine verantwortungsbewusste Beschaffung für alle Unternehmensbereiche		- internes Lieferantenbewertungssystem optimiert Durchführung von Stichproben vor Ort (bei Lieferanten)
2016	Zertifizierung des Umweltmanagements		- Zertifizierung auf 2017 geschoben
SOZIALES			
jährlich bis 2020	ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement für alle Mitarbeiter aufbauen		- Fitness- und Kommunikationscenter für MA eröffnet ergonomische Trainings "on the job" Gesundheitsmanagerin ausgebildet
jährlich bis 2020	Partnerschaften für ein vielfältiges gesellschaftliches Engagement kontinuierlich fortführen und ausbauen		- Streuobstwiesen in Rosbach - Charity-Golfturnier zugunsten des Olympiastützpunktes - Umfangreiche Wasserspenden an Luftfahrt ohne Grenzen und "Brot & Salz"
jährlich bis 2020	stetige Personalentwicklung und Weiterbildung		- Fahrsicherheitstrainings für alle Dienstwagenfahrer - Bestandsaufnahme für innerbetriebliche Deutschkurse - Einführung eines zentralen Schultages im gewerblichen Bereich zu Hygiene/Umwelt/Energie
jährlich bis 2020	Hassia Mineralquellen als Arbeitgeber mit attraktiven Aufstiegschancen		- Employer Branding gestartet - Teilnahme an "ausbildungsmesse-ffm"
jährlich bis 2020	Implementierung eines Managementsystems für Arbeitssicherheit		- Einführung eines Meldesystems für Beinahe-Unfälle
jährlich bis 2020	mehr Stellenbesetzung durch qualifizierte Bewerber aus dem eigenen Haus		- von 17 ausgeschriebenen Stellen wurden 5 intern besetzt
2016	stetiger Informationsfluss zu den NH-Aktivitäten von Hassia mittels Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie ein NH-Weblog für den Austausch mit Mitarbeitern und breiter Öffentlichkeit		- NH-Blog ist online gegangen - Kundenmagazin Quellenpost mit NH-Themen - NH-Bericht 2015 als Printversion sowie online verfügbar - für MA: Info-Statements der GF-Leitung sowie hassia news (MA-Zeitung)
2016	Wertekanon erarbeiten		- Wertekanon erarbeitet und die ersten Workshops mit Mitarbeitern umgesetzt

konnte nicht umgesetzt werden

befindet sich noch in der Umsetzung

konnte erfolgreich umgesetzt werden

Die Tabelle zu den NH-Zielen 2016 stellt eine Ergänzung zu unserem NH-Bericht 2016 dar. Diese wird auch für die folgenden Berichtsjahre fortgeführt und ergänzt.

NH-Kennzahlen Hassia Mineralquellen / Status 2015 und 2016

Stand 31.12.2016

	Kennzahlen	2015	2016	Bewertung
ökologische Kennzahlen	stoffliche Verwertungsquote	93,83%	94,57%	Korrektur des Wertes im NH-Report 2015
	Frischwasserverbrauch in Liter pro Liter Fertiggetränk	0,95l/ l Fertiggetränk	0,80l/ l Fertiggetränk	
	Kilogramm Restmüll je 1.000 l Fertiggetränk	2,15 kg/ 1000l	1,96 kg/ 1000l	
	Milliliter Frischwasser pro gereinigter Flasche	275ml/ gereinigte Flasche	240 ml/ gereinigte Flasche	
	Stromverbrauch in kWh je 1000 Liter Produkt	43,98 kWh/ 1000l	41,71 kWh/ 1000l	
	Gasverbrauch in kWh je 1000 Liter Produkt	39,10 kWh/ 1000l	37,91 kWh/ 1000l	
	Spritverbrauch PKWin Liter pro 100km	7,61l/100km	7,02l/ 100km	
	Spritverbrauch LKW in Liter pro 100km	34,47 l/100km	34,57l/ 100km	Aufgrund von technischer Probleme lag der Verbrauch höher als zum Vorjahr- dies konnte aber behoben werden.
	CCF - Corporate Carbon Footprint (unternehmensbezogener Fußabdruck)	7.134 tCO2	6.889 t CO2	Korrektur des Wertes im NH-Report 2015
	Papierverbrauch am Standort: Blatt pro MA	1,9 Mio Blatt	1,6 Mio. Blatt	
soziale Kennzahlen	Mitarbeiter Hassia Mineralquellen am Standort	491	481	
	Azubis	16 (3,2%)	24 (5%)	
	MA in Produktion und Logisitk (Technik)	366	348	
	davon Männer	335 (91,5%)	319 (92%)	
	davon Frauen	31 (8,5%)	29 (8%)	
	MA in Verwaltung, Vertrieb und Marketing	125	133	
	davon Männer	70 (56%)	76 (57%)	
	davon Frauen	55 (44%)	57 (43%)	
	Nationen im Betrieb	17	18	
	Betriebszugehörigkeit der MA:			
	bis zu 1 Jahr	30	37	
	1 bis 10 Jahre	100	129	
	11 bis 20 Jahre	159	150	
	21 bis 30 Jahre	162	155	
	31 bis 40 Jahre	37	30	
über 40 Jahre	4	4		

Die NH-Kennzahlen-Tabelle stellt eine Ergänzung zu unserem NH-Bericht 2016 dar. Diese wird auch für die folgenden Berichtsjahre fortgeführt und ergänzt.