



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex

Entsprechenserklärung

Hassia Mineralquellen

Berichtsjahr 2016

Leistungsindikatoren-Set GRI 4

Kontakt Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG

Ullrich Schweitzer (Geschäftsführer Marketing)
Laura von Flemming (Nachhaltigkeitsbeauftragte)

Gießener Straße 18-30
61118 Bad Vilbel
Deutschland

+49 (0) 6101 403-1136
+49 (0) 6101 403-45713

laura.von-flemming@hassia-gruppe.com

Allgemeine Informationen

Beschreiben Sie Ihr Geschäftsmodell (u. a. Unternehmensgegenstand, Produkte/Dienstleistungen)

Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG ist auf die Abfüllung und regionale Vermarktung von qualitativ hochwertigen Mineralwässern und alkoholfreien Süßgetränken spezialisiert.

Kriterien 1–10: Nachhaltigkeitskonzept

Kriterien 1–4 zu STRATEGIE

1. Strategische Analyse und Maßnahmen

Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.

Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG ist auf die Abfüllung und regionale Vermarktung von qualitativ hochwertigen Mineralwässern und alkoholfreien Süßgetränken im oberen Preissegment (Markenartikelstrategie) spezialisiert. Das Naturprodukt Mineralwasser, das aus unterirdischen, vor Verunreinigungen gut geschützten Wasservorkommen stammt, muss direkt am Quellort abgefüllt werden und erfüllt in einem Höchstmaß die Kriterien eines nachhaltigen Produkts.

Die Globalisierung der Märkte, der Klimawandel, die zunehmende Digitalisierung, die Verknappung wichtiger Ressourcen wie Energie, Wasser und Rohstoffe, der demografische Wandel und die damit einhergehende Erkenntnis vom dauerhaften Ende des Mengenwachstums sind Herausforderungen, die sowohl Risiken als auch Chancen für ein Familienunternehmen bergen. Vielfältige Chancen ergeben sich insbesondere in Bereichen, in denen Hassia traditionell stark positioniert ist. Dazu zählen das Angebot qualitativ hochwertiger Produkte in Mehrweg aus der Region für die Region, die Konzentration auf starke glaubwürdige Marken und der seit Jahrzehnten gelebte Dialog mit Handel, Verbraucher und Öffentlichkeit.

Wichtiger Bestandteil der Hassia Nachhaltigkeitsstrategie ist die regionale Vermarktung der Produkte in einem Umkreis von durchschnittlich 150km. Weiterhin eine hohe Bedeutung hat das über alle Marken und Produkte realisierte Prinzip umfassender Ernährungstransparenz mit detaillierten Informationen über Nährwerte, Zutaten, Zusatzstoffe, Allergikerinformationen und Ernährungsformen. Diese nachhaltige Informationstransparenz und das alle Bereiche umfassende Qualitätsmanagement-System stellen sicher, dass eine Vielzahl nationaler und internationaler Normen und Standards eingehalten werden:

- International Featured Standard (IFS), zur Qualitätsüberprüfung unserer Produkte
- Zertifiziertes Nachhaltigkeitsmanagement durch das Institut SGS Fresenius
- Zertifiziertes Energiemanagement nach ISO 50001
- HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) ist bei uns ein langjährig implementiertes Konzept zur Qualitätssicherung innerhalb der Produktion

2. Wesentlichkeit

Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.

Als produzierendes Unternehmen entstehen in der Abfüllung unserer alkoholfreien Getränke, Abwasser sowie diverse Abfallfraktionen (z.B. Pappe, Kunststoff, Glas), aber auch der Verbrauch von Energie zählt zu den Umweltauswirkungen. Die zum Familienunternehmen Hassia Mineralquellen gehörende

eigene LKW-Flotte sowie Subunternehmer in der Logistik, transportieren diese unter CO₂-Ausstoß in den Handel und die Gastronomie.

Als Risiko sehen wir vor allen das Thema des demographischen Wandels, einerseits in dem Recruiting von jungen Menschen sowie von Fachpersonal und andererseits eine Veränderung in den Zielgruppen der Verbraucher.

Aus diesem Grund haben wir uns vor allem auf soziale, aber auch ökologische Nachhaltigkeitsziele konzentriert, wie beispielsweise Verringerung der Ressourcennutzung (Energie, Wasser, Abfall), Erhöhung der Recyclingquote, Quellenschutz, nachhaltiges Einkaufsmanagement sowie innovative Produktkonzepte, z.B. vegane Marke (hassia). Aber auch Weiterbildung, Ausbildung und Gesundheitsmanagement, sind unabdingbare Voraussetzungen für zufriedene Mitarbeiter. Diese Nachhaltigkeitsaspekte sehen wir als Chance für unser Unternehmen.

In 2016 waren die Nachhaltigkeitszertifizierung durch das SGS Institut Fresenius sowie die Eröffnung eines eigenen 200 Quadratmeter großen Fitness- und Kommunikationscenters für alle Mitarbeiter am Standort Bad Vilbel, die Nachhaltigkeits-Meilensteine. Einen sechsstelligen Betrag haben wir für ein betriebs eigenes, allen Mitarbeitern zugängliches Fitness- und Kommunikationscenter investiert, das darüber hinaus einen Kommunikationsbereich mit Grill-Platz auf dem Außengelände beinhaltet, der im Laufe des Jahres 2017 einsatzbereit sein wird.

Mit all unseren nachhaltigen Aktivitäten werden wir unserer Verantwortung gegenüber unseren Verbrauchern, Kunden und Mitarbeitern, der Region sowie unserer wirtschaftlichen Ziele und der damit verbundenen Wertschöpfung gerecht. Dabei wollen wir mit unserem Wachstum bei Absatz und Umsatz um einen Prozentpunkt über der Entwicklung des Wettbewerbs liegen. Dieses ehrgeizige Ziel konnten wir nicht ganz erreichen, obwohl wir uns im Absatz* mit 0,9 Prozent besser als der relevante Wettbewerb mit 0,7 Prozent entwickelt haben. Im Umsatz lagen wir mit 1,7 Prozent jedoch unter der Entwicklung des Wettbewerbs mit 2,6 Prozent.

Wir hatten uns vorgenommen, fünf Prozent des Umsatzes wieder in den Betrieb zu investieren. Tatsächlich haben wir diese Quote mit 11,6 Prozent sogar mehr als verdoppelt. Insgesamt wurden 12,2 Millionen für zwei Industrie-4.0-Mixer, drei Dichtigkeitskontrollmaschinen für PET-Flaschen („Squeezer“), eine CO₂-Tankanlage und zwei Blockheizkraftwerke investierte. Wir schlossen unsere seit Jahren größte Investition in ein umweltfreundliches Mehrweg-Gebinde ab: Mehr als insgesamt neun Millionen Euro setzten wir 2015 und 2016 ein, um im Handel mit einer neuen Generation von Glasmehrwegkästen präsent zu sein.

3. Ziele

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.

Unsere Nachhaltigkeitsziele- und Kennzahlen für 2016 haben wir auf unserer Homepage einsehbar:

[NH-Ziele und Kennzahlen Hassia Mineralquellen 2016](#)

Die NH-Ziele unseres Unternehmens werden innerhalb der einzelnen Abteilungen thematisiert, diskutiert und priorisiert. Diese werden im Anschluss durch die Geschäftsführung freigegeben und umgesetzt. Die Kontrolle der Umsetzung liegt bei den Verantwortlichen.

4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.

Unsere 30 aktiv genutzten Quellen kontrollieren wir aktiv durch unser Quellenmanagement, bevor sie in der Qualitätssicherung durch interne sowie externe (SGS Institut Fresenius) Proben kontinuierlich überprüft werden. In der Abfüllung achten wir durch eine ressourcenschonende Produktion, z.B. umweltschonende Nutzung von Wasser durch effiziente Kreislaufführung, auf die ökologische Nachhaltigkeit. Besonders stolz sind wir auf unseren Mehrweganteil von insgesamt 91%. Das fertige Produkt gelangt in der Lagerlogistik von Elektrostaplern auf unsere mit Euro 6 Schadstoffnorm ausgestattete LKW-Flotte.

Risiken für unsere Quellen sehen wir durch nicht boden- und gewässerschonenden landwirtschaftlichen Anbau, bezogen auf die ökologische Nachhaltigkeit. Bei unsere Belegschaft, die sich aus 18 Nationen zusammensetzt, mit unterschiedlicher kultureller und ethnischer Herkunft, liegen die Herausforderungen der sozialen Nachhaltigkeit in einem respektvollen Umgang miteinander.

Als Unternehmen sind wir verantwortlich für das, was wir in eigenem Haus tun und produzieren, wie auch für das, was wir von außen dafür einsetzen. Von unseren Lieferanten erwarten wir deshalb, dass sie ihrem Handeln dieselben ethischen Grundsätze zugrunde legen wie wir. Der Code of Conduct ist seit 2016 die Basis einer verantwortungsvollen Beschaffung bei Hassia und formuliert Verhaltensanweisungen für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten.

Dieser Verhaltenskodex fordert von sämtlichen Unternehmen, die mit uns in Geschäftsbeziehungen stehen, die Wahrung von Menschenrechten, Umweltschutzvorschriften und Diskriminierungsverboten und ist für uns eine grundlegende Voraussetzung einer künftigen Geschäftspartnerschaft. Ein detailliertes internes Lieferantenbewertungssystem, welches wir mit eigenen Mitarbeitern durch Stichproben vor Ort bei ausgewählten Lieferanten kontrollieren, dokumentieren diesen Anspruch.

Für Plakate, Publikationen und Werbematerial achten wir bereits seit einiger Zeit darauf, daß der Rohstoff aus zertifizierter Forstwirtschaft stammt und klimaneutral gedruckt wurde. Darüber hinaus wird seit 2016 im gesamten Unternehmen auf Recyclingpapier gedruckt. 70 Prozent unserer Kundenanschriften an Händler und Gastronomen erfolgen elektronisch, also papierlos.

Für unseren ganzheitlichen Ansatz achten wir auch im Werbemittelbereich auf ökologisch vorteilhafte Alternativen, wie z.B. Base-Caps von Rosbacher aus recyceltem PET-Material oder Trinkflaschen aus nachwachsenden Rohstoffen, die kompostierbar sind.

Unser Code of Conduct ist hier einsehbar: [Code of Conduct der HassiaGruppe](#)

Kriterien 5–10 zu PROZESSMANAGEMENT

5. Verantwortung

Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.

Für zentrale Nachhaltigkeits-Themen tragen die Mitglieder der Gruppen-Geschäftsführung (GF) (Kernteam Nachhaltigkeit) gemeinsam die Führungs- und Aufsichtsverantwortung. Das Gremium wird regelmäßig über wesentliche Maßnahmen, Ereignisse und Kennzahlen über den neuesten Stand informiert. In der Chefetage der HassiaGruppe freuen wir uns auf tatkräftige Unterstützung zur Erfüllung all unserer nachhaltigen Ziele und zukünftigen Herausforderungen: mit Oliver Natge als Geschäftsführer IT und Personal tragen wir der stark zunehmenden Anforderung der Digitalisierung und des Personalwesens Rechnung; und mit Stefan Müller als Geschäftsführer Marketing wird eine wichtige Position kompetent nachbesetzt.

Mit dem Ziel, dem Thema Nachhaltigkeit auf Geschäftsleitungsebene bei Hassia Mineralquellen ein noch stärkeres Gewicht zu geben, haben wir 2013 eine neue Stelle in Form einer Nachhaltigkeits-Beauftragten eingerichtet, die direkt an ausgewählte Gruppen-GF Mitglieder berichtet.

Unter der Leitung der Nachhaltigkeits-Beauftragten informiert und berichtet das operativ tätige „Koordinierungsteam Nachhaltigkeit“ in regelmäßigen Abständen an das für die Nachhaltigkeits-Strategie verantwortliche Kernteam. Die Mitglieder im standortbezogenen Koordinierungsteam setzen sich aus jeweils einem delegierten Vertreter aus den für die operative Steuerung des Geschäfts verantwortlichen Bereiche bzw. Abteilungen zusammen. Diese zeichnen für die inhaltliche und zeitlich fristgerechte Umsetzung der im Koordinierungsteam erarbeiteten Maßnahmen und Aktionen verantwortlich.

In den über das Jahr vorab festgelegten Terminen berichten die Mitglieder über den Stand der Zielerreichung ihrer Projekte, so bspw. der Einkauf über die bereits umgesetzten und noch offenen Lieferanten-Audits; das Marketing stellt bspw. den aktuellen Prozessstand des Stakeholder Dialogs dar, während der Verantwortliche aus dem Personalbereich die Maßnahmen zur Nachhaltigkeits-Sensibilisierung der Mitarbeiter durch Schulungen und Mitarbeiter-Information erläutert

6. Regeln und Prozesse

Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.

Die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Hassia werden seit 2013 von der neu eingerichteten Stabsstelle „Nachhaltigkeitsbeauftragte(r)“ geleitet. Diese Stelle berichtet direkt an ausgewählte Mitglieder der Gruppen-Geschäftsführung und wird in ihrer Koordinationsfunktion, im Schwerpunkt durch die verantwortlichen Geschäftsführer Produktion/i-Logistik und Marketing, direkt unterstützt.

Die Geschäftsführung der HassiaGruppe ist für die Implementierung und das Monitoring der Nachhaltigkeitsstrategie das entscheidende Gremium, das die Umsetzung der beschlossenen Maßnahmen und den Austauschprozess über alle Standorte und Fachabteilungen fordert und fördert. Um eine überdurchschnittlich hohe Sicherheit ihrer Lebensmittel zu gewährleisten, lässt sich Hassia Mineralquellen seit 2016 jedes Jahr zusätzlich durch das Institut SGS Fresenius überprüfen. Diese Zertifizierung umfasst nicht nur qualitative Aspekte der Produktzusammensetzung (Bio-Mineralwasser) sondern erfasst auch explizit die Kontrolle von ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitskriterien.

Mehr zu der Zertifizierung und Bio-Mineralwasser: <http://www.qualitaetssiegel.net/de/>

7. Kontrolle

Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.

Die bestehenden Indikatoren werden im Rahmen der jährlichen Geschäftsleitungssitzung kommuniziert, auf Verbesserungspotentiale geprüft und über unser jährliches Nachhaltigkeitsaudit durch das Institut SGS Fresenius einer weiteren Prüfung unterzogen sowie die Indikatoren in Bereich

Energiemanagement in einem gesonderten Audit (ISO 50001) jährlich kontrolliert.

Beispielhafte Leistungsindikatoren sind, neben den betriebswirtschaftlichen Kennzahlen, auch die folgenden:

Quellenschutz, durch eine kontinuierliche Auswertung unserer Messdaten (Leitfähigkeit, Volumenstrom oder auch Wasserspiegellage), Einsatz von erneuerbaren Ressourcen erhöhen (Bereich der Werbemittel), Ressourcenschonung wie durch den Aufbau eines eigenen Blockheizkraftwerkes (Nutzung der Wärmeenergie) oder auch der Aufbau eines ganzheitlichen Gesundheitsmanagements im Betrieb.

Innerhalb des gesamten Jahres werden die Daten von der Nachhaltigkeitsbeauftragten evaluiert und die Erreichung der festgelegten Kennzahlen regelmäßig mit den vorherigen Daten verglichen und überprüft.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 5 bis 7

Leistungsindikator G4-56

Beschreiben Sie die Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen (Verhaltens- und Ethikkodizes) der Organisation. [Link](#)

Zuverlässigkeit, ein offenes Miteinander sowie Fairness und ein respektvoller Umgang zählen zu den Werten der Mitarbeiter von Hassia Mineralquellen. Diese wurden 2016 anhand von Interviews ausgewählter Mitarbeiter, nach dem "bottom-up"-Prinzip in der HassiaGruppe ermittelt und in neun Werten in einem Werte-Kanon zusammengefasst. Die Erarbeitung von Spielregeln zu den einzelnen Werten hat Ende 2016 bereits in Form von Workshops begonnen und wird 2017 fortgeführt. Alle Mitarbeiter sollen dadurch die Möglichkeit bekommen, ein besseres Verständnis für die Werte zu entwickeln und einen Beitrag zu den gemeinsamen Spielregeln einbringen zu können.

Die Werte der HassiaGruppe: <https://www.hassia.com/nachhaltigkeit/unternehmenskultur>

8. Anreizsysteme

Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/ Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.

Im Rahmen der ab 2015 einheitlich geführten Mitarbeitergespräche zwischen Vorgesetztem und Mitarbeiter, werden die persönlichen Ziele und/oder Teamziele definiert und die bisherige Zielerreichung beurteilt.

Basis der Zielvereinbarungen mit den Mitarbeitern sind die strategischen Unternehmensziele, die sich aufgrund unseres nachhaltigen Unternehmensleitbildes und der daraus resultierenden Nachhaltigkeitsstrategie ableiten lassen. Über bereits vorhandene Leistungsindikatoren können die Ziele gemessen und bewertet werden. Die Erreichung der auf Nachhaltigkeit beruhenden Unternehmensziele fließt in die Bewertung jedes Geschäftsleitungsmitglieds ein und wirkt sich zukünftig auf die Höhe der gezahlten Leistungsprämie aus.

Bei Hassia Mineralquellen hat die im Rahmen der Mitarbeitergespräche definierte persönliche Zielerreichung nur dann einen Einfluss auf die Vergütung, wenn es einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen individueller Leistung und Steigerung der Unternehmensperformance gibt.

Für alle anderen Beschäftigten gibt es individuelle Belohnungen, die persönliche Interessen und Bedürfnisse in den Vordergrund stellen. Diese erscheinen uns gut geeignet, die Mitarbeiter zu motivieren. Darüber hinaus können unsere Mitarbeiter das betriebliche Vorschlagswesen nutzen, in dem auch qualitative Verbesserungen zum Thema Arbeitssicherheit, Nachhaltigkeit oder Arbeitsklima honoriert und prämiert werden.

Gehaltsunterschiede resultieren daher ausschließlich aus leistungsbezogenen Faktoren wie Fähigkeiten, Erfahrung oder Verantwortung eines Mitarbeiters.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 8

Leistungsindikator G4-51a

Vergütungspolitik – Berichten Sie über die Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und die leitenden Führungskräfte. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-54

Nennen Sie das Verhältnis der Jahresvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters in jedem Land mit signifikanten geschäftlichen Aktivitäten zum mittleren Niveau (Median) der Jahresgesamtvergütung aller Beschäftigten (ohne den höchstbezahlten Mitarbeiter) im selben Land. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

9. Beteiligung von Anspruchsgruppen

Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.

Mit dem ersten Nachhaltigkeitsbericht über das Geschäftsjahr 2015 - vom unabhängigen Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) begutachtet - dem NH-Update 2016 sowie einem NH-Blog und Medienarbeit mit aktuellen News über die nachhaltige Entwicklung bei Hassia Mineralquellen, wird die interessierte Öffentlichkeit über Etappenziele und zukünftige Herausforderungen informiert. Auf dem ersten nationalen Mineralwassersymposium in Kooperation mit der WirtschaftsWoche und dem Gerolsteiner Brunnen diskutierten Branchenkenner 2016 in Düsseldorf den Mehrwert von mineralstoffreichem Mineralwasser, seine Vorteile gegenüber Leitungswasser und ernährungsphysiologische Aspekte.

Die viermal jährlich erscheinende Quellenpost spricht sowohl Lieferanten, Handelskunden als auch Vertreter öffentlicher Institutionen, Politik, Wissenschaft, Medien und Nichtregierungsorganisationen (NGO) an und gibt auch den eigenen Mitarbeitern Auskunft über die Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf Mensch und Umwelt. Über unsere auf den Produktetiketten kommunizierten Service-Hotline-Nummern stehen wir über alle Marken in einem täglichen konstruktiven Meinungs-austausch mit unseren Endverbrauchern, die Produktinformationen einholen oder ihre (Un-)Zufriedenheit mit Produkten unseres Hauses ausdrücken wollen.

Für 2017 haben wir eine Wiederholung der Stakeholderbefragung aus 2013 geplant, wo wir für uns relevante Anspruchsgruppen zu unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten befragen werden. Diese Anspruchsgruppen wurden innerhalb des Nachhaltigkeits-Kernteam auf Grund vorhandener Erfahrung und Branchen-Know-how eruiert und festgelegt und werden so auch für die Befragung 2017 genutzt.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 9

Leistungsindikator G4-27

Nennen Sie die wichtigsten Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind, und wie die Organisation auf jene wichtigen Themen und Anliegen reagiert hat, einschließlich durch ihre Berichterstattung. Nennen Sie die Stakeholdergruppen, die die wichtigen Themen und Anliegen jeweils angesprochen haben. [Link](#)

Aus unserer ersten Stakeholder-Befragung 2013 hat sich unter anderem das Thema "Kommunikation" nach außen herausgestellt. Daraufhin haben wir unseren ersten DNK-Bericht erstellt. Eine erneute Befragung werden wir 2017 durchführen.

In einer repräsentativen Marktforschung durch ein unabhängiges Institut im Januar 2016 ermittelte Hassia Mineralquellen den Status seiner Marken im Vergleich zum Wettbewerb hinsichtlich der Wahrnehmung seiner NH-Aktivitäten. Der ermittelte Status gibt ein Bild vor Veröffentlichung unserer NH-Initiativen und soll durch kontinuierlich Wiederholung den Fortschritt im Meinungsbild der Verbraucher messen. Dabei zeigte jeder zweite Verbraucher, daß ihm das NH-Verhalten des Herstellers und eine Quelle aus der Region wichtig sind. Darüber hinaus wünschen sich Konsumenten nicht nur ökologische und soziale NH-Kompetenz, sondern insbesondere auch eine informative Kompetenz, die sich u. a. in der Qualität der Informationen auf Verpackungen und Werbemittel ausdrückt.

10. Innovations- und Produktmanagement

Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.

Unsere Verbraucher erleben Nachhaltigkeit bei Hassia Mineralquellen vor allem über unsere Produkte. Entsprechend hatten wir uns 2016 vorgenommen, unser Sortiment kontinuierlich weiterzuentwickeln und den nachvollziehbaren Nutzenvorteil für die Konsumenten zu steigern. Ein bedeutendes Etappenziel auf diesem Weg war im April 2016 die offizielle Vergabe des Nachhaltigkeits-Qualitätssiegels des SGS Institut Fresenius.

Hassia, Rosbacher, Elisabethen Quelle und Bad Vilbeler UrQuelle wurden von SGS Institut Fresenius erfolgreich als Premium-Mineralwasser mit Bioqualität zertifiziert. Damit erfüllen sie strengere Anforderungen als gesetzlich vorgeschrieben, unterliegen einer hohen Anzahl an Kontrollen mit verdeckten Stichproben im Handel. Der erweiterte Umfang regelmäßiger Qualitätskontrollen in Form von Beurteilungskriterien von Substanzen wie bspw. Radium, Süßstoffe etc., die in der Mineral- und Tafelwasser-Verordnung (MTVO) nicht enthalten sind, macht den Unterschied zu herkömmlichen Mineralwasser und insbesondere zu Leitungswasser aus. Die zertifizierte soziale und ökologische nachhaltige Unternehmensführung ist unabdingbare Voraussetzung, die für ein Mineralwasser in Bio-Qualität gemäß den SGS Institut Fresenius-Richtlinien zwingend vorgeschrieben ist. Die Basis für die Auslobung eines Bio-Mineralwassers wurde 2012 durch ein höchst richterliches Urteil des Bundesgerichtshofes, Karlsruhe, geschaffen.

Im Vorfeld hatten wir einen ersten NH-Kriterienkatalog für Neuprodukte entwickelt, der auf allen Mineralwässern mit Bio-Qualität Anwendung fand. Zu den Kriterien für Flasche, Verschluss, Etikett, Kasten oder Multipack zählen beispielsweise die Verwendung biogener Kohlensäure aus nachwachsenden Rohstoffen oder kaseinfreiem Leims für die Etikettierung. Darüber hinaus verzichten wir bei der Enteisung auf Ozon und verwenden stattdessen Kiesbettfilter und Sauerstoff. Und für die neuen Kastenengebinde kommen nur noch schwermetallfreies Kunststoffgranulat zum Einsatz.

Die Ansprüche der Verbraucher entwickeln sich – unsere Produkte mit ihnen. Ein markantes Beispiel hierfür ist Hassia, die erste Getränkemarken in der HassiaGruppe, deren Produkte komplett vegan sind und seit Anfang 2016 nach den Richtlinien des Deutschen Vegetarierbundes zertifiziert sind. Dazu gehört, dass wir nicht den branchenüblichen Etikettenklebstoff mit Kasein verwenden und dass die Klärung der von Natur aus trüben Fruchtsäfte ohne Gelatine auskommt. Die Hassia Unternehmenstochter Kumpf entwickelte

ein Verfahren, daß es ermöglicht, auf Gelatine tierischen Ursprungs zu verzichten. Seit 2016 setzen wir bei sämtlichen naturtrüben Säften ein Erbsenenzym für die Klärung ein.

Ähnlich verhält es sich mit Zusatzstoffen in Getränken, unser Ziel lautete: in Süßgetränken den Anteil nicht-natürlicher Aromen signifikant zu reduzieren. Mit den bizzl Premium-Limonaden Feine Zitrone, Feine Orange und Feine Johannisbeere haben wir dieses Ziel erreicht.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 10

Leistungsindikator G4-FS11

Prozentsatz der Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt- oder sozialen Faktoren durchlaufen. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

KRITERIEN 11–20: Nachhaltigkeitsaspekte

Kriterien 11–13 zu UMWELTBELANGEN

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.

Fundament und Quelle des Erfolgs des Familienunternehmens Hassia Mineralquellen sind unsere 30 aktiv genutzten Mineralwasserquellen in und um Bad Vilbel. Kaum ein Lebensmittel ist dabei so sensibel wie natürliches Mineralwasser. In Gesteinstiefen weit unter dem Grundwasser bewahrt es seine wertvolle Zusammensetzung bis zur Förderung. Damit dies so bleibt, widmen wir uns seit 2016 verstärkt dem präventiven Schutz unserer Quellen. Mit unserem Quellenmanagement wollen wir den aktiven Quellschutz heute und für die Zukunft vorantreiben. Beginnend in Rosbach, letztlich für sämtliche Quellen des Unternehmens. 2016 haben wir zu diesem Zweck ein Ingenieurbüro beauftragt, das das Einzugsgebiet ober- und unterhalb der Erdoberfläche in einem „Grundwassermodell“ kartiert, welches die Wasserverläufe unter- und oberhalb der Erde zur Speisung der Quelle aufzeigt. So kann eine Schutzzone entstehen, die beispielsweise gegen Fracking ausgewiesen oder in Kooperation mit Landwirten, dauerhaft vor landwirtschaftlichen Belastungen geschützt werden kann.

Für unsere eigene LKW-Flotte und zu deren Optimierung der Tourenplanung, arbeiten wir mit einem ausgefeiltem Telematiksystem, modernen Euro 6 Motoren, Reifendruckkontrollen sowie GPS-unterstützende Schaltvorgänge. Die LKW-Touren können nachverfolgt und systemseitig ausgewertet werden, eine Diesel-Spar-Prämie motiviert unsere Kraftfahrer zu ökologisch bewusstem fahren.

Neben Eco-Schulungen und Intensiv-Spritspar-Trainings erhalten alle Kraft- und Dienstwagenfahrer auch einen individuellen Monatsbericht über ihren gemessenen Spritverbrauch im Vergleich mit identischen Modellen innerhalb des Unternehmens sowie zu einem unabhängigen offiziellem Referenzwert. Umfangreiche Tipps zum Kraftstoffsparen, eine neue Dienstwagen Nutzungsvereinbarung sowie Fahrverhaltensgrundsätze komplettieren das Angebot für Dienstwagennutzer. Bis 2020 haben wir uns zum Ziel gesetzt drei Prozent des Spritverbrauches im Vergleich zu 2015 einzusparen. Dies gilt für LKW sowie den Fuhrpark der Dienstwagen. Der 2016 zu beobachtende leichte Anstieg des durchschnittlichen Spritverbrauchs pro LKW von 34,5 l/100 km auf 34,6 l/100 km resultiert aus herstellerbedingten technischen Mängeln der neuen LKW-Generation, die inzwischen komplett behoben wurde.

Zwei neue Blockheizkraftwerken (BHKW) liefern seit Anfang Dezember 2015 Strom und Wärme und werden zur flexiblen Energieversorgung von Hassia Mineralquellen beitragen. Die Wärmeleistung der beiden BHKWs liegt bei jeweils 495 Kilowatt und deckt genau den Teil an Strom- und Wärmeleistung für Hassia Mineralquellen ab, den wir für mehr als 4.400 Stunden im Jahr kontinuierlich benötigen. Das entspricht circa der Hälfte der Jahresstunden und garantiert eine optimale Versorgung und Regelung des Gesamtsystems.

12. Ressourcenmanagement

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.

Unsere Nachhaltigkeitsziele- und Kennzahlen für 2016 haben wir auf unserer Homepage einsehbar:

[NH-Ziele und Kennzahlen Hassia Mineralquellen 2016](#)

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 bis 12

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>.
Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

Leistungsindikator G4-EN1
Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-EN3
Energieverbrauch innerhalb der Organisation. [Link](#)

Unsere Nachhaltigkeitsziele- und Kennzahlen für 2016 haben wir auf unserer Homepage einsehbar:
[NH-Ziele und Kennzahlen Hassia Mineralquellen 2016](#)

Leistungsindikator G4-EN6
Verringerung des Energieverbrauchs. [Link](#)

Unsere Nachhaltigkeitsziele- und Kennzahlen für 2016 haben wir auf unserer Homepage einsehbar:
[NH-Ziele und Kennzahlen Hassia Mineralquellen 2016](#)

Leistungsindikator G4-EN8
Gesamtwasserentnahme nach Quellen. [Link](#)

Unsere Nachhaltigkeitsziele- und Kennzahlen für 2016 haben wir auf unserer Homepage einsehbar:
[NH-Ziele und Kennzahlen Hassia Mineralquellen 2016](#)

Leistungsindikator G4-EN23
Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode. [Link](#)

Diese Daten werden von uns erfasst, aber bisher noch nicht veröffentlicht. Die Relevanz hierzu wird für den Bericht 2017 geprüft.

13. Klimarelevante Emissionen

Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.

Zur Ermittlung unserer Energieverbräuche - und Kennzahlen, haben wir innerhalb der Technik eine eigene Software (efficio) installiert, die die Kennzahlen kontinuierlich an allen Abfüllanlagen erfasst und dokumentiert. Hierdurch wird ein nachhaltiges Reporting und eine gezielte Steuerung zur Verringerung des Energieverbrauchs möglich. Die identifizierten Hotspots sind im Bereich der Abfüllung ansässig, wie beispielsweise die Flaschenwaschmaschine. Hier konnten wir bereits eine Reduktion erreichen, indem wir die Temperatur innerhalb der Flaschenwaschmaschine herabgesetzt haben, bei gleichbleibend hygienischer Reinigung. Zudem nutzen wir bereits am gesamten Standort in Bad Vilbel, seit Januar 2015, zu 100% Ökostrom aus bayrischen Wasserwerken.

Mit der hassia "Klima-Aktion", die bis 2016 unter dem Aktionsmotto „1 Kasten – 1 Baum“ kommuniziert wurde, engagieren sich Hassia und PrimaKlima e.V. gemeinsam mit Handelspartnern und Verbrauchern für aktiven und nachhaltigen Klimaschutz. Mit dieser Aktion soll nicht nur das Klima-Bewusstsein des Verbrauchers geschärft, sondern auch ein Beitrag zur CO₂-Reduktion geleistet werden. Für jeden verkauften Aktionskasten spendet Hassia mindestens 12 Cent für Aufforstungsprojekte beispielsweise 2016 in Mecklenburg-Vorpommern und Nicaragua. Seit 2008 realisierten wir durch weltweite Baumanpflanzungen eine tatsächliche CO₂-Einbindung von 6.491,5 Tonnen mit mehr als 1,1 Millionen Bäumen auf gut 900 Hektar, was 1.266 Fifa-Fußballfeldern entspricht. Damit leisten wir einen effektiven Beitrag für den Klimaschutz, die Umwelt und die Menschen vor Ort.

Bei der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks muss bei dem eingesetzten Ökostrom ein Emissionsfaktor von 0,04 eingerechnet werden. Daraus ergeben sich richtigerweise 7.100 Tonnen CO₂ für 2015 – nicht: 6.500 Tonnen, wie im NH-Bericht 2015 auf S. 28 geschrieben. Mit 6.889 Tonnen konnte der CO₂-Fußabdruck 2016 aber dennoch erfolgreich verringert werden.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 13

Leistungsindikator G4-EN15
Direkte THG-Emissionen (Scope 1). [Link](#)

Unser unternehmensspezifischer CO₂-Fußabdruck (Scope I & II wird zusammengefasst) beträgt für das Jahr 2016 6.042 t CO₂.

Leistungsindikator G4-EN16
Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2). [Link](#)

Unser unternehmensspezifischer CO₂-Fußabdruck (Scope I & II wird zusammengefasst) beträgt für das Jahr 2016 6.042 t CO₂.

Leistungsindikator G4-EN17
Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3). [Link](#)

Unser unternehmensspezifischer CO₂-Fußabdruck (Scope III) beträgt für das Jahr 2016 847 t CO₂.

Leistungsindikator G4-EN19
Reduzierung der THG-Emissionen. [Link](#)

Unsere Nachhaltigkeitsziele- und Kennzahlen für 2016 haben wir auf unserer Homepage einsehbar:
[NH-Ziele und Kennzahlen Hassia Mineralquellen 2016](#)

Kriterien 14–20 zu GESELLSCHAFT

Kriterien 14–16 zu ARBEITNEHMERBELANGEN

14. Arbeitnehmerrechte

Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.

Als regionaler Arbeitgeber stehen nationale Standards hinsichtlich der Arbeitnehmerrechte im Vordergrund. In unserem Hause wird seit jeher eine offene Informationspolitik betrieben. Das Verhältnis zwischen Geschäftsleitung und Betriebsrat ist als sehr informell und partnerschaftlich zu bezeichnen. Es finden zwischen diesen Gremien auch regelmäßige Treffen zu einem intensiven Gedankenaustausch statt. Neben der Einhaltung einschlägiger Standards aus dem Personalbereich existieren mit dem Betriebsrat gemeinsam festgelegte Betriebsvereinbarungen, die regelmäßig überprüft und angepasst werden

Die Mitarbeiter werden sowohl über die Unternehmenszeitung „Quellenpost“ als auch über die regelmäßig erscheinende Mitarbeiterzeitung "hassia news" über Vorhaben und Geschehen im Hause informiert und sind aufgefordert, sich aktiv am Firmengeschehen zu beteiligen.

Den Beschäftigten steht ein Mitteilungsblock zur Verfügung, mittels welchem Sie ihre Anregungen in schriftlicher Form, unter Nennung ihres Namens, an die Geschäftsleitung herantragen können, falls sie es nicht persönlich tun möchten. Es besteht zudem ein Betriebliches Vorschlagswesen, welches zusätzlich einen finanziellen Anreiz zur Einreichung von Verbesserungsvorschlägen bietet

15. Chancengerechtigkeit

Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.

Die Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens – jeder einzelne trägt wesentlich zur Entwicklung des Unternehmens bei. Das Prinzip der Gleichberechtigung gilt deshalb bei uns auch hinsichtlich einer gerechten Entlohnung. Aspekte wie Geschlecht, Herkunft, Religion, Behinderungen, Familienstand oder Alter besitzen keinen Einfluss auf die Entlohnung.

Hassia Mineralquellen vergütet nach dem Tarifvertrag Nahrungs- und Genussmittel (NGG), wodurch eine faire und nachvollziehbare Entlohnung gewährleistet ist. In individuell

konzipierten Werte-Workshops für Mitarbeiter werden Kommunikationsregeln im Miteinander gemeinsam erarbeitet und festgelegt. Das Ziel dieser Workshops ist der faire und wertschätzende Umgang miteinander, um präventiv Diskriminierung vorzubeugen. Zusätzlich besitzen wir auch noch eine Antidiskriminierungsrichtlinie am Standort.

Trotz der körperlich anspruchsvollen Tätigkeiten in der Produktion, suchten wir 2016 gezielt nach weiblichen Auszubildenden. Mit Erfolg! Denn wir sind gezielt auf Ausbildungsmessen und Schulen präsent gewesen und mit jungen Menschen ins Gespräch gekommen. Die Transparenz der Berufsbeschreibung und die freiwilligen sozialen Zusatzleistungen haben überzeugt.

Ganz sicher war die Eröffnung des Fitness- und Kommunikationscenters DAS Highlight 2016 für alle „Hassianer“! 200 Quadratmeter mit Geräten für den Kraft- und Ausdauersport sowie ein Fitnessraum mit unterschiedlichem Kursangeboten stehen allen Mitarbeiter am Standort Bad Vilbel von 5 bis 23 Uhr kostenlos zur Verfügung. Der Wellnessbereich mit Sauna, Dampfbad und Ruheraum sorgt für eine ausgleichende Entspannung. Kostenpflichtig ist nur das optionale Massageangebot.

In einer Mitarbeiterbefragung wurden die Wünsche und Trainingsziele abgefragt und in der Konzeption im Vorfeld berücksichtigt. Mit Erfolg! 158 Mitarbeiter trainieren regelmäßig im Cardio-Kraft-Bereich oder nutzen die Fitnesskurse wie Rückenfit, Athletik oder Entspannung unter professioneller Leitung von Fitnesstrainerin und Profi-Triathletin Katharina Grohmann.

Das ganzheitliche Gesundheitsmanagement bildet einen Schwerpunkt innerhalb der sozialen Nachhaltigkeit und geht über regelmäßige Gesundheitstage oder Gripeschutzimpfungen weit hinaus. Für dessen Auf- und Ausbau sowie für die systematische Personalentwicklung wurde eine neue Mitarbeiterin eingestellt, die in 2016 zur Betrieblichen Gesundheitsmanagerin ausgebildet wurde. Hassia Mineralquellen wird vom Institut für Unternehmenswerte (IFU) in Bezug auf sein Gesundheitsmanagement als eines von „Deutschlands aktivsten Unternehmen 2016“ ausgewählt und mit dem Preis der Gold-Kategorie ausgezeichnet. 55 Kriterien in den Aktionsfeldern Gesunder Arbeitsplatz, Gesundes Miteinander, Gesunder Ausgleich sowie Gesunde Ernährung halfen bei der Entscheidung

16. Qualifizierung

Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.

Fahrerhaltensgrundsätze und Fahrsicherheitstrainings für Kraftfahrer und Dienstwagennutzer standen ebenso auf der Agenda 2016 wie ein neues Monitoring zu Kennzahlen in der Arbeitssicherheit. Ergonomie-Experten der kooperierenden Krankenkassen schulten innerhalb der Gesundheitsvorsorge LKW-Fahrer und Kommissionierer wie man rückenschonend Lasten trägt und hebt. Weitere Kollegen aus Verwaltung, Vertrieb, Qualitätsmanagement, Auftragsannahme und Disposition werden mit ergonomisch auf den Arbeitsplatz abgestimmten Trainings folgen.

Gleichzeitig ist mit dem Employer Branding 2016 eine Initiative gestartet, um die Attraktivität von Hassia als Arbeitgeber herauszustellen und zu verbessern. Auf der „ausbildungsmesse-ffm“ präsentierte Hassia erstmals die Berufsbilder im Unternehmen: neben Industriekaufleuten bildet Hassia auch Chemielaboranten, Fachlageristen sowie Fachkräfte für Lebensmitteltechnik oder Lagerlogistik aus. 2016 neu hinzugekommen ist der Ausbildungsberuf Mechatroniker. Seit langer Zeit konnten wir in 2016 auch wieder eine junge Frau für den technischen Ausbildungsberuf der Lebensmitteltechnik gewinnen.

Mitarbeiter aus 18 Nationen arbeiten bei Hassia Mineralquellen. Die Herkunftsländer sind seit Jahrzehnten auch ein Spiegelbild der wirtschaftlichen und politischen Situation und der damit einhergehenden Krisenherde: Spanien und Italien in den 60er Jahren, Ostdeutschland und Balkanländer in den 90er Jahren sowie aktuell erste Flüchtlinge arabischer Herkunft. Unterschiedliche Kulturen und Mentalitäten fördern die Kreativität, Vielfalt und den Erfolg. Nicht immer verläuft die Kommunikation untereinander dabei reibungslos. Das liegt an Herkunft, Tradition und Religion, aber auch am Sprachverständnis. Um die Integration in unseren Familienbetrieb weiter voran zu treiben, wollen wir neben dem verabschiedeten Werte-Kanon erstmals deutsche Sprachkurse anbieten und haben uns 2016 um eine qualifizierte interne Bestandsaufnahme bemüht. 84 neue und langjährige Mitarbeiter mit Migrationshintergrund aus sechs unterschiedlichen Arbeitsbereichen haben an einem Einstufungstest teilgenommen, um 2017 die Inhouse-Kurse zu absolvieren.

Unsere Nachhaltigkeitsziele und den aktuellen Status haben wir auf unserer Homepage einsehbar unter: <https://www.hassia.com/nachhaltigkeit>

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 14 bis 16

Leistungsindikator G4-LA6

Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-LA8

Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-LA9

Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-LA12

Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-HR3

Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen. [Link](#)

Es liegen für das Jahr 2016 keine Diskriminierungsfälle vor.

Kriterium 17 zu MENSCHENRECHTEN

17. Menschenrechte

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.

Wir verpflichten unsere Lieferanten in den Verträgen mit uns dazu, die Kernarbeitsnormen der internationalen Arbeitsorganisation (ILO) einzuhalten sowie die Bedingungen des Code of Conduct der Vereinten Nationen einzuhalten. Die Thematik der internationalen Menschenrechte tangiert unser Unternehmen im Bereich der eingesetzten Werbemittel. Hierzu liegt eine ausführliche Dokumentation der mit uns zusammenarbeitenden Dienstleister vor.

Durch stichprobenartige Audits unserer Lieferanten stellen wir sicher, dass die angegebenen Arbeits- und Sozialstandards eingehalten werden.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 17

Leistungsindikator G4-HR1

Gesamtzahl und Prozentsatz der signifikanten Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-HR9

Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft wurden. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-HR10

Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf

Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-HR11

Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen. [Link](#)

Aus unseren bisherigen stichprobenartigen Überprüfungen der Lieferanten sind uns noch keinerlei Abweichungen unseres Code of Conducts bekannt.

Kriterium 18 zu SOZIALES/GEMEINWESEN

18. Gemeinwesen

Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.

Bei dem Projekt „Streuobstwiesen“ stellt Hassia Grundstücke in Rosbach zur Verfügung und unterstützt die Umsetzung der Maßnahmen sowie die Beschaffung von Nistkästen, speziell für den Gerstenrotschwanz. Mit Unterstützung der örtlichen Jäger werden die Bäume gepflegt und zurück geschnitten, die Wiesen nicht mehr gemäht oder gedüngt sondern ihrer natürlichen Entwicklung überlassen und das Gras in Form von Heu abgefahren. Hierdurch erhalten viele Lebewesen neuen Lebensraum und finden Nahrung in den Gras- und Blühflächen. Auch in Massenheim wurde eine Blühfläche auf einem Quellgrundstück angelegt und die herkömmliche Garten- und Grundstückspflege zum Wohle der Artenvielfalt reduziert.

Neben unserem Sportsponsoring in der Hassia-Region oder dem Charity-Golfturnier zugunsten des Olympiastützpunktes Rhein-Main, ist Hassia auch ein verlässlicher Partner und Getränkesponsor für soziale Hilfsorganisationen wie „Luftfahrt ohne Grenzen“ oder die Frankfurter Tafel mit „Brot und Salz“ in Fechenheim.

In unserer Heimatstadt Bad Vilbel unterstützen wir die Niddarenaturierung und die Burgfestspiele. Mit dem Quellenfest und Römer Brunnenfest zu Pfingsten sowie der von Hassia gesponserten Eisbahn vor dem Kurhaus in Bad Vilbel im Winter engagieren wir uns bei Events für die ganze Familie. Zu einem Highlight in Bad Vilbel sind rund 40 übergroße Mineralwasserperlenflaschen geworden, die von Bürgern der Stadt und dem Kunstverein kreativ gestaltet und an zentralen Stellen in der „Stadt der Quellen“ aufgestellt wurden.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 18

Leistungsindikator G4-EC1

Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Kriterien 19–20 zu COMPLIANCE

19. Politische Einflussnahme

Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.

Hassia vertritt auch auf politischer Ebene sein Leitbild der Nachhaltigkeit. Die Teilnahme an politischen Entscheidungsprozessen erfolgt über unterschiedliche Kommunikationskanäle. Im Vordergrund steht die Mitarbeit in nationalen Brancheninstitutionen und Verbänden zur Vermittlung und Festlegung von Firmen- und Industriepositionen; aber auch die direkte Ansprache von politischen Entscheidungsträgern gehört dazu.

Hassia ist Mitglied in folgenden Branchenverbänden:

- Verband Deutscher Mineralbrunnen (VDM), Bonn
- Genossenschaft Deutscher Brunnen (GdB), Bonn
- Wirtschaftsvereinigung alkoholfreier Getränke (wafg), Berlin
- Markenverband, Berlin
- Die FAMILIENUNTERNEHMER, Berlin
- Industrie- und Handelskammer Gießen-Friedberg
- Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung (ZNU), Witten/ Herdecke

Sowohl im VDM als auch im GdB besetzen Vertreter der Hassia wichtige Positionen in Führungsgremien und engagieren sich ehrenamtlich für die

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>.
Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

Interessen aller Branchenmitglieder. Auf Fachveranstaltungen, in unserer Verbandsarbeit und insbesondere in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder im direkten Dialog, nehmen wir Stellung zu wichtigen brancheninternen und politischen Diskussionen wie: Verpackungsverordnung, natürliche Reinheit von Mineralwasser, Fracking, Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV), etc.

Im Geschäftsjahr 2016 unterstützte Hassia die großen sozial und christlich orientierten Volksparteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen in Deutschland mit Anzeigen, Geld- und Getränkespenden in Höhe von ca. 10.000€.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 19

Leistungsindikator G4-SO6

Gesamtwert der politischen Spenden, dargestellt nach Land und Empfänger/Begünstigtem. [Link](#)

Im Geschäftsjahr 2016 unterstützte Hassia die großen sozial und christlich orientierten Volksparteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen in Deutschland, bzw. Hessen, mit Anzeigen, Geld- und Getränkespenden in Höhe von ca. 10.000€.

20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.

Die Mitglieder der Geschäftsführung und die Führungskräfte der zweiten Führungsebene sensibilisieren und informieren ihre Mitarbeiter für dieses Thema in regelmäßigen Abständen, und nehmen die Thematik zukünftig auch in regelmäßig stattfindenden Mitarbeitergesprächen auf.

Bisher sind in der Hassia keine Korruptionsfälle aufgetreten. Aufgrund fehlender Verdachtsfälle und der Tatsache, dass bisher keine entsprechenden Klagen bestehen oder bestanden, erfolgt keine systematische Überwachung des Unternehmens nach Korruptionsfällen.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 20

Leistungsindikator G4-SO3

Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken hin geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-SO5

Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.

Leistungsindikator G4-SO8

Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften. [Link](#)

Diese Leistungsindikatoren werden bisher nicht erhoben. Angestrebt wird dies aber für den NH-Bericht 2017, wo wir diese Indikatoren noch einmal auf Relevanz überprüfen.