

TRANSFORM TO
FLOURISH

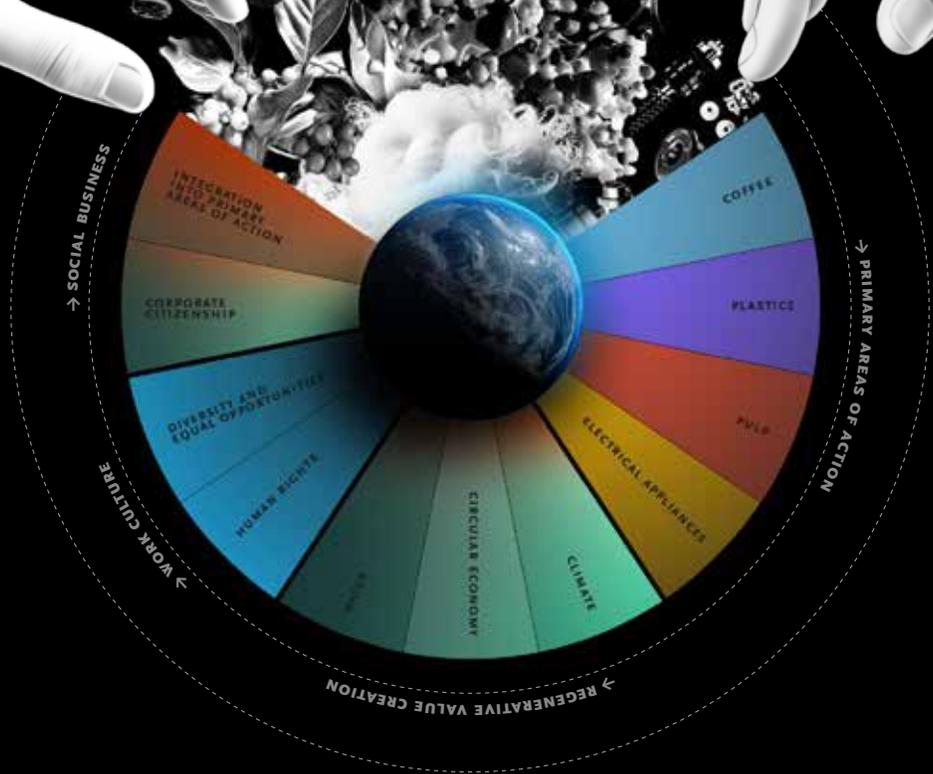
KEEP GOING



MELITTA GRUPPE JAHRESBERICHT
2023

TRANSFORM TO
FLOURISH

KEEP GOING



Wir gestalten die Zukunft – insbesondere die von Kaffee, Kunststoff, Zellstoff und Elektrogeräten. Unser Ziel: Mit unseren Produkten treiben wir den nachhaltigen Wandel in unseren Märkten maßgeblich voran. Dazu richten wir unsere Marken und Unternehmen konsequent auf eine regenerative Wirtschaftsweise aus.

So kann eine gesunde, lebendige und gerechte Welt für uns alle entstehen, in der ein ökologisch sinnhaftes Leben und Wirtschaften zur kollektiven Selbstverständlichkeit wird.

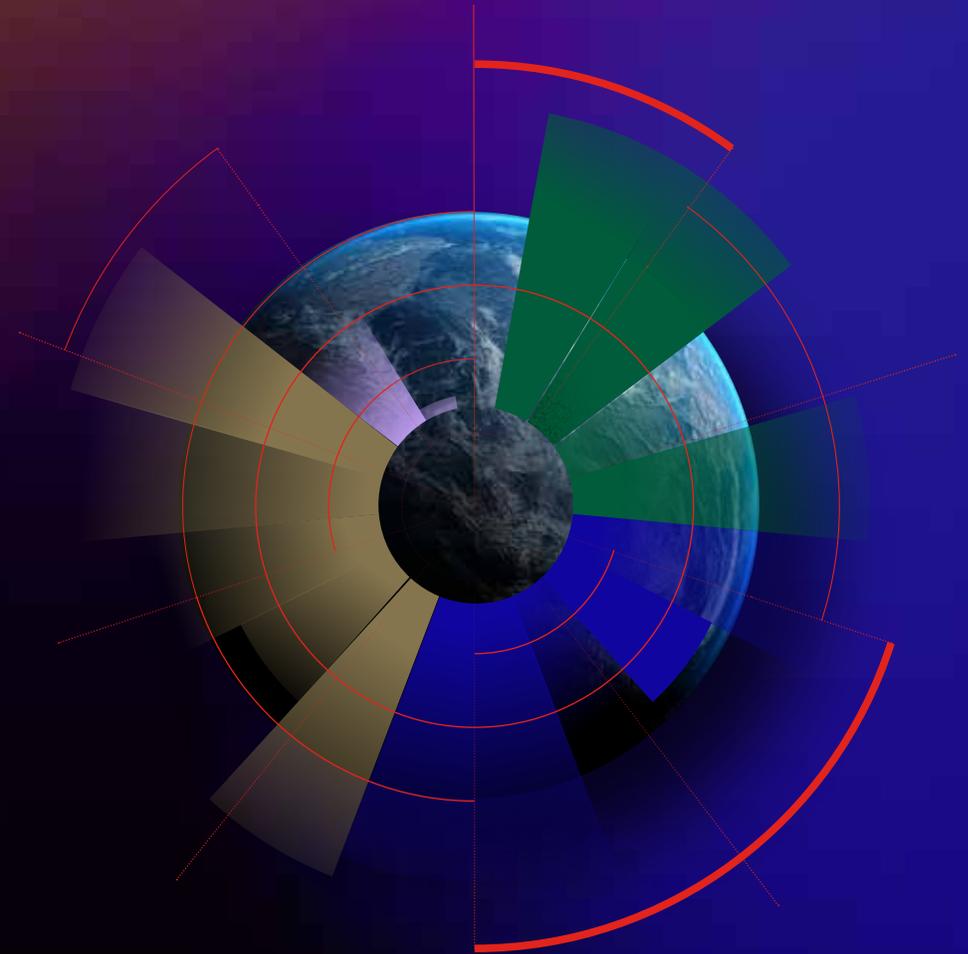
**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DER ELEKTROGERÄTE**



Die Erde ist überlastet. Sechs der neun planetaren Grenzen sind bereits überschritten. Das Risiko gravierender und möglicherweise irreversibler Umweltschäden, und daraus folgender negativer Wirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft, ist damit weiter gestiegen.

Um die ökologische Belastbarkeit wieder zu stärken, soziale Gerechtigkeit zu fördern und die wirtschaftliche Lebensfähigkeit für künftige Generationen zu sichern, führt kein Weg an einer nachhaltigen Wirtschaftsweise vorbei.

Eine solche Wirtschaftsweise erfordert tiefgreifende Veränderungen unseres Verhaltens und unserer Prioritäten – und einen neuen Umgang mit Ressourcen und Energie. Wir brauchen ein zukunftsorientiertes Unternehmertum, das auf der Einsicht basiert: Wir Menschen sind Teil, nicht Herrscher des vielfältigen, sich selbst organisierenden Systems Erde.



Wir sind davon überzeugt:
Die Aufgabe von Unternehmen ist es, das Leben der Menschen besser zu machen. Die Förderung der nachhaltigen Entwicklung und Transformation – auch über unser Kerngeschäft hinaus – verstehen wir daher als Teil unseres Unternehmenszwecks.

Der Schlüssel zum Erfolg: der Fokus auf den Menschen

Wir sind davon überzeugt: Die Aufgabe von Unternehmen ist es, das Leben der Menschen besser zu machen. Die Förderung der nachhaltigen Entwicklung und Transformation – auch über unser Kerngeschäft hinaus – verstehen wir daher als Teil unseres Unternehmenszwecks.

Unsere lange Unternehmensgeschichte hat uns immer wieder gezeigt, dass der Fokus auf den Menschen und seine Bedürfnisse der Schlüssel zum Erfolg ist. Wir glauben, dass dieser Fokus in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen wird und ein wesentliches Element des Next Entrepreneurship darstellt. Wir werden daher in den kommenden Jahren unser Denken und Handeln noch konsequenter an gesellschaftlichen Anforderungen und unserem Anspruch ausrichten, als Teil der Gesellschaft proaktiv einen Beitrag zu leisten.

Dies gilt nicht nur für die Produkte und Dienstleistungen, die wir anbieten, sondern auch für die Art und Weise, wie wir wirtschaften. Unsere Verantwortung endet nicht mit dem Verkauf eines Produkts. Mehr denn je stehen Prozesse im Mittelpunkt. Wir lernen viele Systeme neu zu verstehen und vor allem, welche weitreichenden Auswirkungen sie haben. Und wie wir mit unseren Fähigkeiten andocken können und müssen, um die gewünschten flächendeckenden Effekte zu erzielen.

Transformation bei voller Fahrt – Widersprüche und Ambivalenzen aushalten

Wie viele andere Unternehmen befinden wir uns in einem beispiellosen Transformationsprozess. Globale Phänomene und Dynamiken fordern uns eine erhöhte Reaktionsfähigkeit ab, aber auch Sensibilität und Antizipation, um unsere Lieferketten und damit unser Geschäftsmodell zu sichern. Gleichzeitig analysieren wir Datenmassen, um mittel- und langfristige Investitionsentscheidungen treffen zu können.

Die Zukunft entsteht nicht mehr am Reißbrett. Wir gestalten sie ständig neu – und das bei voller Fahrt. Learning by doing und Try and Error werden zu Grundprinzipien unseres Handelns.

Unternehmerisch tätig zu sein, erfordert mehr denn je, sich an wechselnde Dynamiken und Intensitäten anzupassen, sich zu fokussieren und schnell zu agieren – und gleichzeitig ausreichend Ruhe im Inneren des

Wirbelsturms zu suchen, um keine unüberlegten Entscheidungen zu treffen. Wir müssen die Widersprüche und Ambivalenzen aushalten (lernen) und dürfen uns nicht darin verlieren. Das stellt neue Anforderungen an Führung und Unternehmertum.

Keine Frage: Das Heute und Jetzt stellt uns vor viele Herausforderungen. Die Sorgen und Nöte der Menschen in und um unsere Organisation sind real. Aber für ein Unternehmerherz ist eine Transformation, wie wir sie derzeit erleben und mitgestalten dürfen, auch eine große Chance. Und diese Chance wollen wir nutzen.

Unternehmerisch tätig zu sein, erfordert mehr denn je, sich an wechselnde Dynamiken und Intensitäten anzupassen, sich zu fokussieren und schnell zu agieren – und gleichzeitig ausreichend Ruhe im Inneren des Wirbelsturms zu suchen.

Next Entrepreneurship: Verschmelzung von Ökonomie, Ökologie und Sozialem

Strategie heißt für uns heute: immer wieder reflektieren und nachjustieren. Die Strategie muss einen Rahmen stecken, aber auch dieser Rahmen muss beweglich und justierbar bleiben. Starre Korsetts, die viele Jahre gelten und unantastbar sind, gehören der Vergangenheit an. Die Welt in ihrer ganzen Komplexität zu erfassen und in dieser Komplexität handeln zu können – das muss das Ziel einer wirkungsorientierten Strategie sein.

Für den Aufbau resilienter Wertschöpfungsketten und Netzwerke sind permanente Reflexionsprozesse unabdingbar, um auf kurzfristige Veränderungen, Durchbrüche, Disruptionen oder Chancen reagieren zu können. Anpassungsfähigkeit sowie die kontinuierliche Beobachtung und Analyse von Veränderungsprozessen sind daher die entscheidenden Kriterien des Next Entrepreneurship.

Wir wollen dazu beitragen, den Weg von der Konsum- zur Sinngesellschaft zu ebnen und eine intakte Umwelt, die im Einklang mit dem Wohlbefinden der Menschen steht, zu

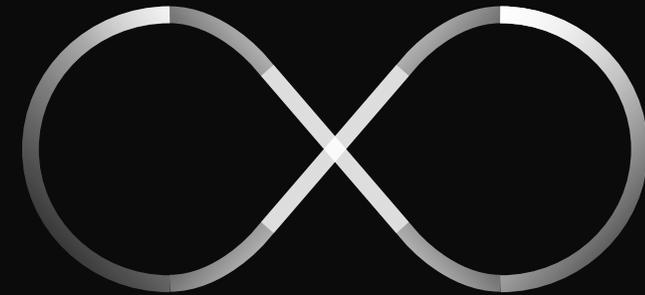
erhalten und zu fördern. Wir wollen eine Welt, in der ökologisch sinnhaftes Leben und Wirtschaften zur kollektiven Selbstverständlichkeit wird.

Unser unternehmerisches Selbstverständnis, unsere Strukturen und Prozesse, unsere gesamten Wertschöpfungsketten bis hin zu unseren Produkten und Dienstleistungen richten wir auf „Regenerative Wertschöpfung“, „Arbeits-Kultur“ und „Social Business“ aus.

Natürlich ist es unser Anspruch, als Unternehmen immer für die Menschen relevant zu sein. Wir wissen, dass dies dann der Fall ist, wenn wir uns mit all unseren Fähigkeiten den Bedürfnissen und Notwendigkeiten der heutigen Gesellschaft widmen und uns für den Erhalt unseres Lebensraums einsetzen.

Deshalb arbeiten wir an der Weiterentwicklung unserer Unternehmensstrategie, in der Nachhaltigkeitsanforderungen systematisch integriert sind. Dies erfolgt ganzheitlich in allen Bereichen unserer Organisation – von der Gruppenebene über die Unternehmensbereiche bis hin zu unseren Marken. Im Fokus stehen dabei die Weiterentwicklung unseres Produktportfolios sowie unserer Produktionsprozesse und Lieferketten.

Next Entrepreneurship



Verschmelzung von Ökonomie, Ökologie und Sozialem

Tempo durch Kulturwandel und Weiterentwicklung des Mindsets

Unternehmen sind lebende Systeme. Sie sind ein Konstrukt aus Menschen, die miteinander interagieren. Dabei entstehen eine Kultur und ein Mindset, die entscheidend dafür sind, wie und vor allem wie schnell die Transformation gelingt.

Wie wir miteinander umgehen, wofür wir Leidenschaft und Herzblut entwickeln und wie wir organisiert sind, ist für uns daher ein zentraler Aspekt unserer Unternehmensführung. Tag für Tag tarieren wir aus, wie viel Freiheit und Übertragung von Verantwortung beflügelt – oder zur Last wird. Und wie viel Guidance und Unterstützung willkommen und hilfreich sind – oder einengen und bremsen.

Die nachhaltige Transformation ist für uns deshalb eng mit einem Kulturwandel verknüpft, in dessen Zentrum das zukunftsorientierte Unternehmertum steht. Wir wollen, dass möglichst jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter die Notwendigkeit einer nachhaltigen Wirtschaftsweise erkennt und in ihrem/seinen jeweiligen Verantwortungsbereich eigenverantwortlich Veränderungen vorantreibt. Denn nur durch eine Kombination von Top-down- und Bottom-up-Impulsen und das gemeinsame Ziehen an einem Strang können wir das angestrebte Tempo erreichen.

Nachhaltige Transformation ist untrennbar mit Kulturwandel verknüpft, in dessen Zentrum zukunftsorientiertes Unternehmertum steht.

In unserer zunehmend vernetzten Welt ist systemisches Denken keine Option, sondern eine Notwendigkeit.

Verständnis für Systeme und für ihre Beziehungen untereinander entwickeln

In einer zunehmend vernetzten Welt ist systemisches Denken keine Option, sondern eine Notwendigkeit. Es verlangt von uns, über traditionelle Silos hinauszudenken und ganzheitliche Lösungen zu entwickeln, die sich langfristig positiv auf Unternehmen, Gesellschaft und Umwelt auswirken. Das ist zweifellos ein Kraftakt – denn systemisches Denken erfordert ein radikales Umdenken.

Es setzt voraus zu verstehen, wie Systeme aufgebaut sind, wie sie funktionieren und wie sie sich oder wie sich ihre Teile gegenseitig beeinflussen. Nur so können Entwicklungsdynamiken in komplexen Strukturen erkannt und für fundierte unternehmerische Entscheidungen richtig interpretiert werden.

Dies gilt in besonderer Weise für unsere Wertschöpfungsprozesse. Um nachhaltig wirtschaften zu können, müssen wir analysieren, wie diese in sich und miteinander vernetzt sind. Wie sie beeinflusst werden und welche Wirkungen von ihnen ausgehen.

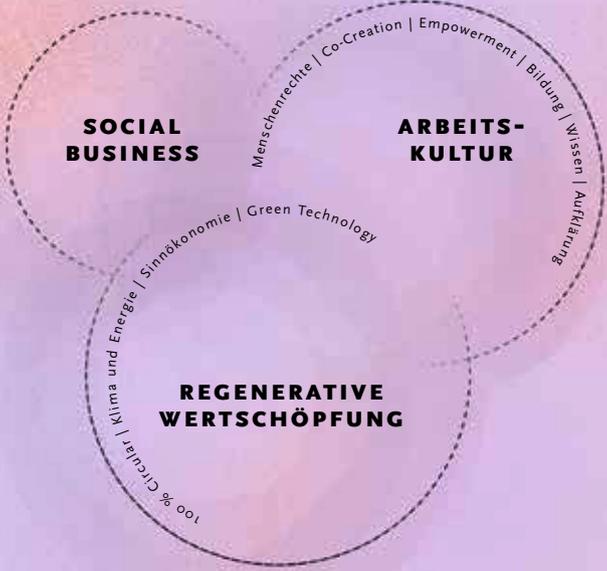
Aus diesem Grund beschäftigen wir uns intensiv mit unseren Wertschöpfungsketten. In unserem Kaffeegeschäft erkennen wir so Herausforderungen und Chancen, Wechselwirkungen und Ansatzpunkte. Dies beginnt beim Kaffeeanbau und reicht bis zur Verwertung des Kaffeesatzes. Gleiches gilt für unsere Wertschöpfungsbereiche Kunststoff, Zellstoff und Elektrogeräte: Eine tiefgreifende Analyse der Wertschöpfungsketten zeigt uns, welche Auswirkungen unser Handeln oder Nicht-Handeln hat und ob wir überhaupt etwas bewirken können. Vieles, was wir tun wollen, erfordert nicht nur Innovation und Gestaltungswillen, sondern auch Kollaboration und Co-Creation, damit regenerative Wertschöpfung, Kreislaufwirtschaft und gerecht verteilter Wohlstand gedeihen können.



**SOCIAL
BUSINESS**

**ARBEITS-
KULTUR**

**REGENERATIVE
WERTSCHÖPFUNG**



**SOCIAL
BUSINESS**

**ARBEITS-
KULTUR**

MELITTA GROUP
NEXT
ENTREPRENEURSHIP

**REGENERATIVE
WERTSCHÖPFUNG**

Die Gesundheit von Mensch und Erde ist für uns untrennbar miteinander verbunden. Unser Ziel ist es deshalb, ein Wirtschaftssystem mitzugestalten, das die Widerstandsfähigkeit der ökologischen Systeme erhält und fördert. Als zentral sehen wir dabei Produktionsprozesse und Produktzyklen an, die zu 100 Prozent zirkulär gestaltet sind. An ihrer Entwicklung wollen wir mitarbeiten und sie so schnell und so konsequent wie möglich in unseren Wertschöpfungsprozessen verwirklichen. Dabei setzen wir auf erneuerbare Energiequellen, regenerative Landwirtschaft und Ressourcennutzung sowie Kreislaufwirtschaft.

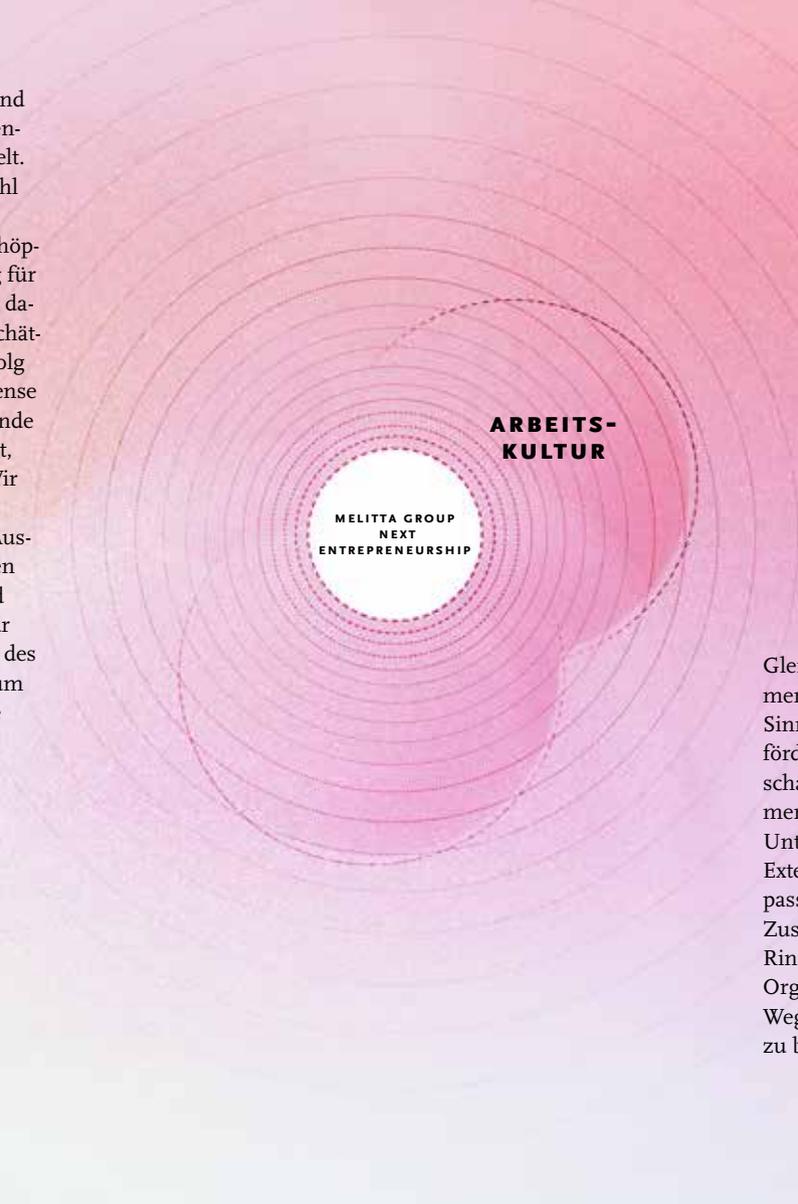
Großen Wert legen wir auf Green Tech: innovative Technologien, die Umweltbelastungen von vornherein vermeiden, verringern oder bereits entstandene Schäden beheben. Unser Ansatz für alle unsere Wertschöpfungsprozesse: ReDesign – ReCycle – ReUse – ReDuce.



MELITTA GROUP
NEXT
ENTREPRENEURSHIP

**REGENERATIVE
WERTSCHÖPFUNG**

Grundlage all unseren Handelns sind Wertschätzung und Respekt – gegenüber den Menschen und der Umwelt. Diesem Anspruch wollen wir sowohl innerhalb unserer Unternehmensgruppe als auch in unseren Wertschöpfungsketten und deren Umfeld Tag für Tag gerecht werden. Denn wir sind davon überzeugt, dass nur mit Wertschätzung und Respekt langfristiger Erfolg möglich ist und wir so unsere „License to operate“ sicherstellen. Tiefgreifende Transformationen brauchen Vielfalt, Co-Creation und Empowerment. Wir wollen daher einen Nährboden für innovatives Lernen sowie für den Austausch von Wissen und Erfahrungen schaffen. Wir wollen ausbilden und befähigen und eine vernetzte Kultur der Inspiration, der Kreativität und des Erfindungsreichtums generieren, um individuelle und gemeinschaftliche Potenziale zu entfalten.



MELITTA GROUP
NEXT
ENTREPRENEURSHIP

**ARBEITS-
KULTUR**

Gleichzeitig wollen wir unternehmerisches Denken und Handeln im Sinne eines Next Entrepreneurships fördern und dafür genügend Freiräume schaffen. Wir bauen unsere Zusammenarbeit – sowohl innerhalb unserer Unternehmensgruppe als auch mit Externen – aus und stärken unsere Anpassungsfähigkeit. Denn in der engen Zusammenarbeit, dem gemeinsamen Ringen um Lösungen und der fluiden Organisation sehen wir den einzigen Weg, die großen Fragen unserer Zeit zu beantworten.

Als globales Unternehmen begreifen wir uns als Teil eines globalen Netzwerks, einer globalen Gemeinschaft. Wir verstehen uns als ein Impact-orientiertes Unternehmen.

Das Konzept des Social Business ist integraler Bestandteil der Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells. Weil wir erkannt haben, dass unser Erfolg untrennbar mit dem Wohlergehen unserer Stakeholder und dem Schutz unseres Lebensraums verknüpft ist. Unser Blick richtet sich nicht nur auf den wirtschaftlichen Gewinn, sondern vor allem auf einen regenerativen, langfristigen Einfluss, der das Gleichgewicht zwischen Profit, unserem Lebensraum Erde und uns als Menschheit herstellt.



**SOCIAL
BUSINESS**

MELITTA GROUP
NEXT
ENTREPRENEURSHIP

Gemeinsam mit unseren Partnern arbeiten wir daran, soziale und ökologische Probleme zu lösen. Unsere Mission geht über bloße Unternehmensziele hinaus; sie umfasst die Schaffung von Bedingungen, unter denen langfristig gerecht verteilter Wohlstand, Menschenwürde und soziale Gerechtigkeit gedeihen können.

**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DES KAFFEES**

**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DES KUNSTSTOFFS**

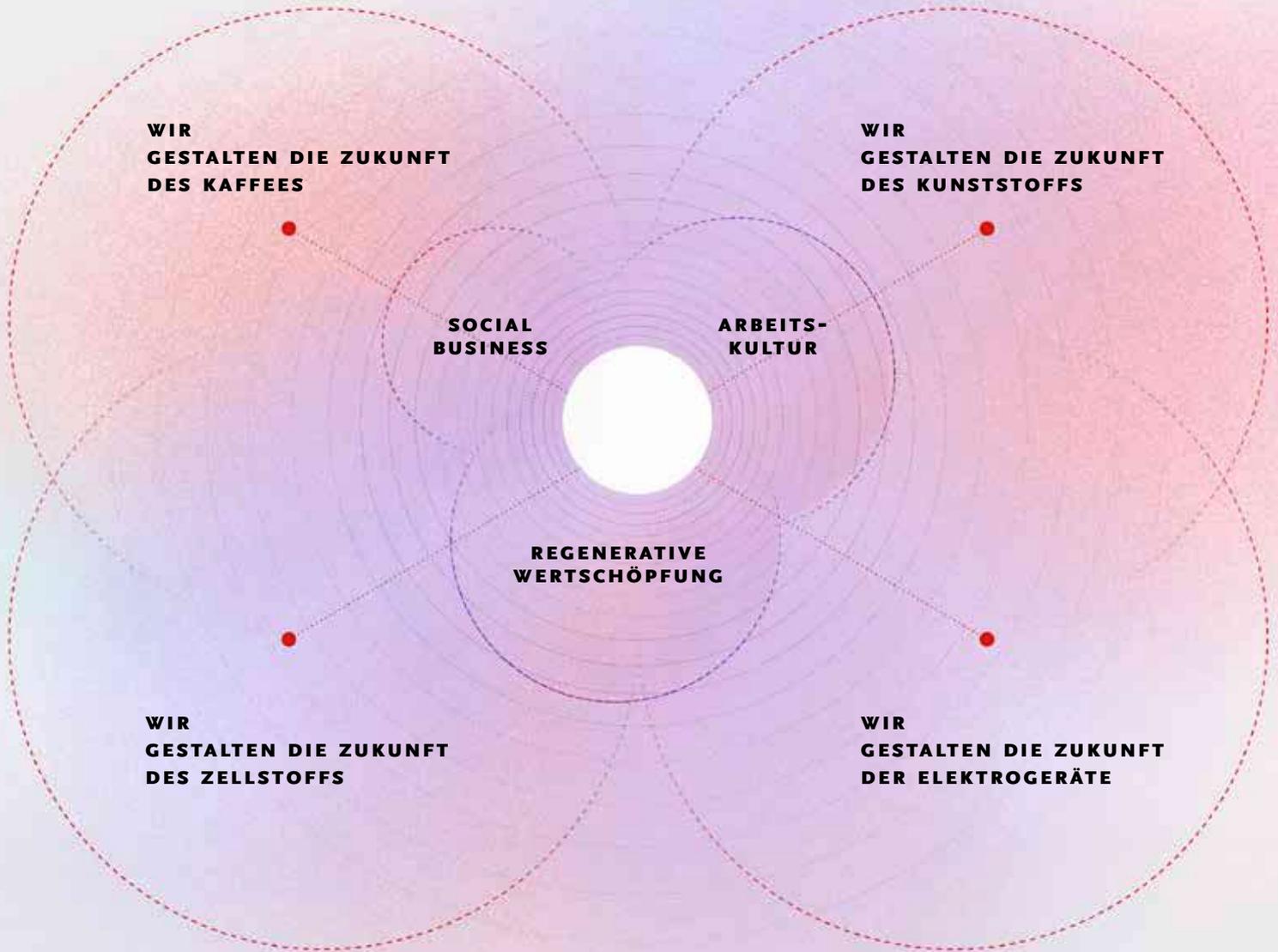
**SOCIAL
BUSINESS**

**ARBEITS-
KULTUR**

**REGENERATIVE
WERTSCHÖPFUNG**

**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DES ZELLSTOFFS**

**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DER ELEKTROGERÄTE**



**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DES KAFFEES**

**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DES KUNSTSTOFFS**

**SOCIAL
BUSINESS**

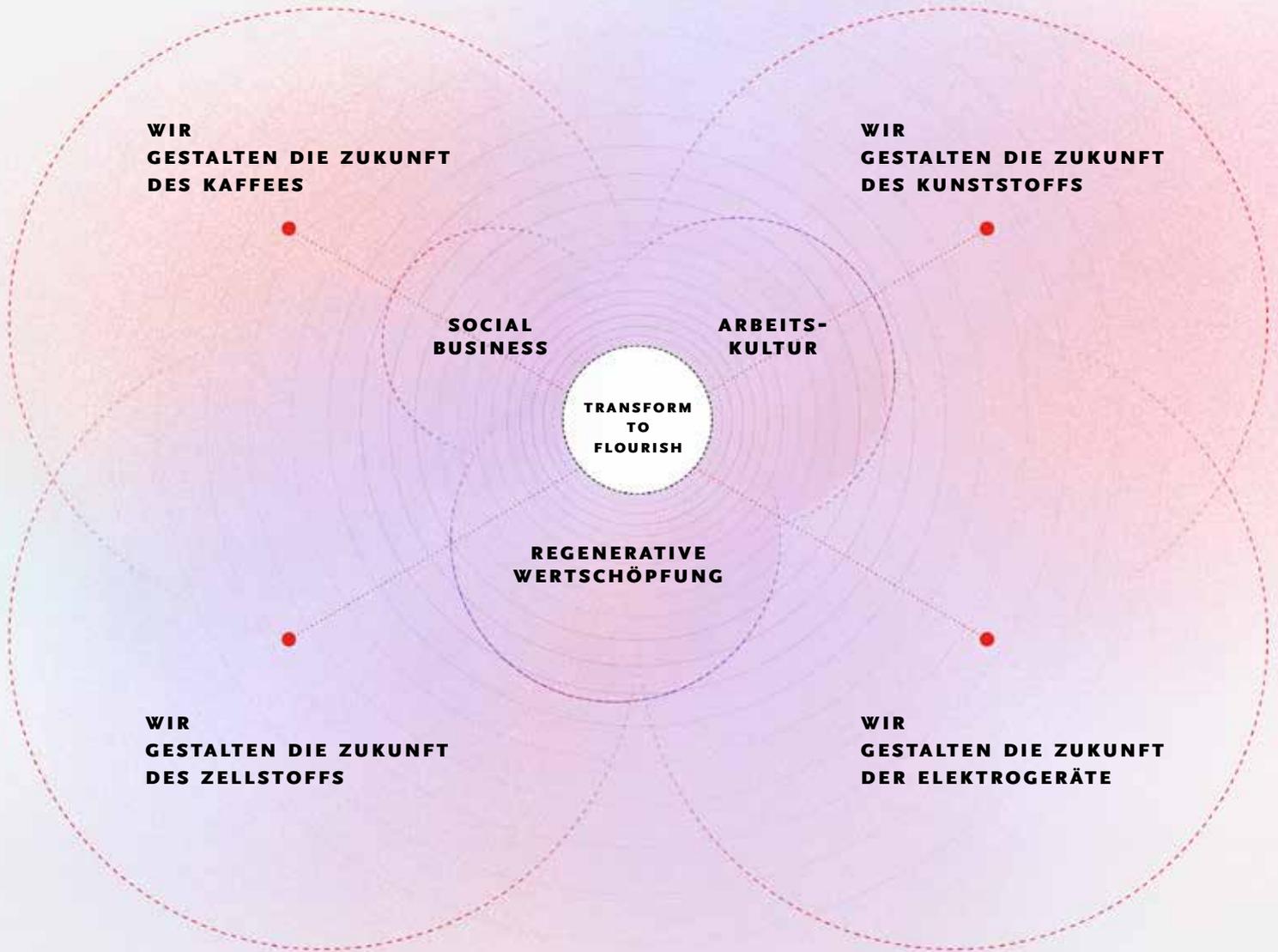
**ARBEITS-
KULTUR**

**TRANSFORM
TO
FLOURISH**

**REGENERATIVE
WERTSCHÖPFUNG**

**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DES ZELLSTOFFS**

**WIR
GESTALTEN DIE ZUKUNFT
DER ELEKTROGERÄTE**



WIR GESTALTEN DIE ZUKUNFT DES KAFFEES



Unsere Vision ist es, all unsere Wertschöpfungsketten so zu gestalten, dass diese verantwortungsvolle Beschaffungspraktiken pflegen, die vorrangig die Menschenrechte fördern. Wir möchten eine Welt mitgestalten, in der jeder Mensch, der Teil unserer Wertschöpfungskette ist, gestärkt wird und die Möglichkeit hat, sein volles Potenzial auszuschöpfen. Durch partnerschaftliche Beziehungen und transparente Prozesse streben wir danach, eine nachhaltige und gerechte Zukunft zu schaffen, in der die Würde und die Rechte aller Menschen geachtet und geschützt werden.

Kaffee gilt als das zweitwichtigste Handelsgut der Welt. Er wird in über 50 Ländern angebaut und ist in vielen Regionen eines der beliebtesten Getränke. Rund 125 Millionen Menschen sind in der Kaffeewirtschaft beschäftigt – vom Anbau der Kaffeebohnen bis hin zum Verkauf des fertigen Getränks.

Doch insbesondere beim Kaffeeanbau gibt es zahlreiche Herausforderungen: So wirkt sich der Klimawandel bereits deutlich auf die Ernteerträge aus. Gleichzeitig führen Monokulturen zu einem Rückgang der Artenvielfalt, Bodendegradation und zu Wasserknappheit. Zudem führen unsichere Ernten, schwankende

Marktpreise und geringe Margen zu einer schwierigen Einkommenssituation der Kaffeebauern, machen den Kaffeeanbau unattraktiv und lassen die Anbauggebiete schrumpfen.

Diesen Herausforderungen kann nur mit einem systemischen Ansatz begegnet werden. Denn die zu beobachtenden Entwicklungen bedingen sich in vielerlei Hinsicht gegenseitig. Statt sich auf Einzelaspekte zu konzentrieren, ist eine ganzheitliche Betrachtung notwendig, die berücksichtigt, wie verschiedene Teile des Systems zusammenwirken.

Um unser Konzept „Kaffee der Zukunft“ umzusetzen, analysie-

ren wir daher alle Stufen unserer Kaffee-Wertschöpfungskette und entwickeln darauf aufbauend Maßnahmen und Wege, die neue systemische Ansätze und nachhaltige Geschäftsmodelle etablieren („Theory of Change“). Der Fokus liegt dabei auf der Regeneration der Kaffeeanbaugebiete und der Durchsetzung einer regenerativen Landwirtschaft.

Allein können wir das nicht schaffen. Daher arbeiten wir eng mit Verbänden auf nationaler und internationaler Ebene zusammen und suchen den Dialog mit relevanten Akteuren des Kaffeesektors in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Wir tragen dazu bei, den Wandel in der Kaffeewirtschaft voranzutreiben

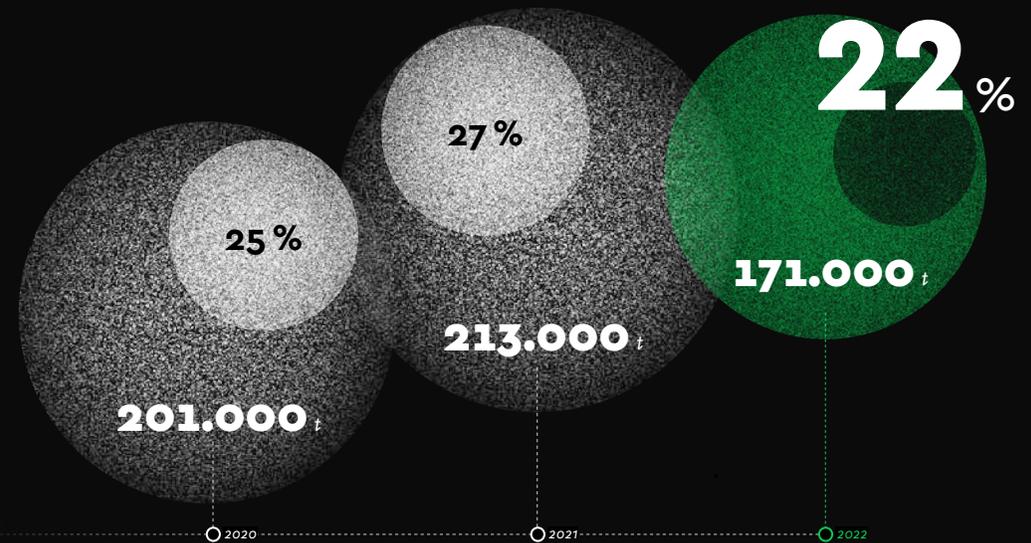


Back to the Roots,
Minas Gerais,
Brasilien

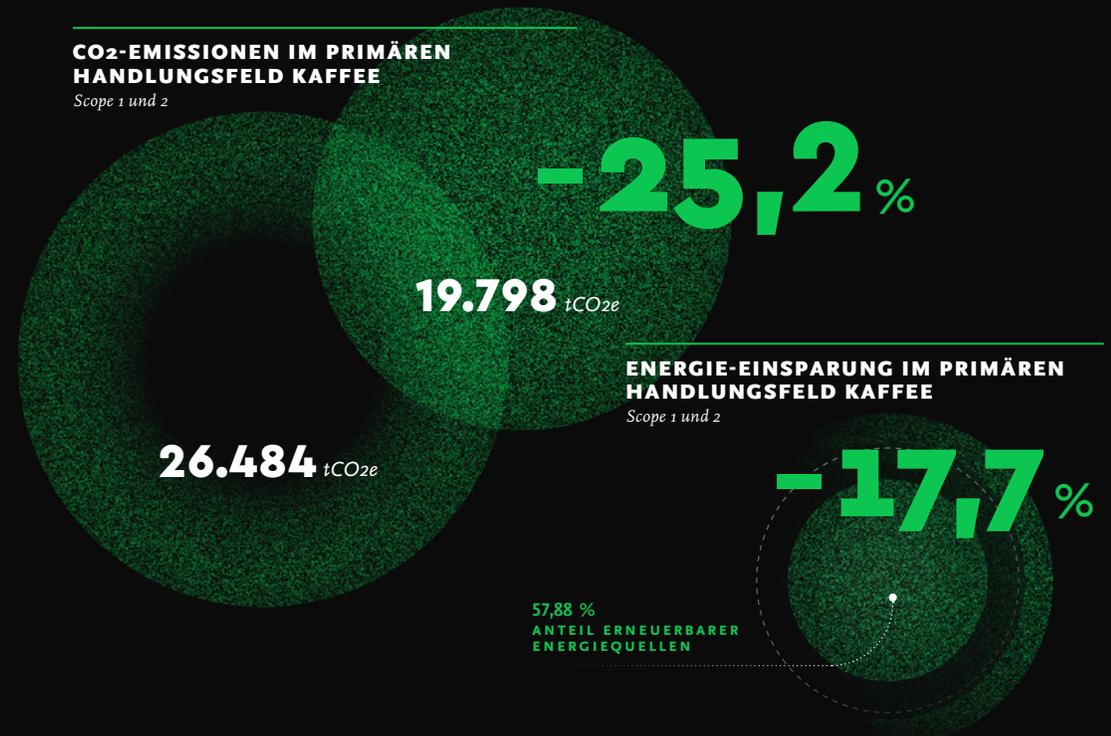


ökologischer Impact

MENGE BEZOGENEN ROHKAFFEES IM VERHÄLTNIS ZU ROHKAFFEE MIT NACHHALTIGKEITZERTIFIZIERUNG



CO₂-EMISSIONEN IM PRIMÄREN HANDLUNGSFELD KAFFEE Scope 1 und 2



ENERGIE-EINSPARUNG IM PRIMÄREN HANDLUNGSFELD KAFFEE Scope 1 und 2

57,88 % ANTEIL ERNEUERBARER ENERGIEQUELLEN



ABFALL IN NATÜRLICHEN DÜNGER UMWANDELN

HANNS R. NEUMANN STIFTUNG × MELITTA GROUP

Im Rahmen des Projekts „Back to the Roots“ hat die Melitta Gruppe mit der Hanns R. Neumann Stiftung und der brasilianischen Universität UFLA verschiedene Kaffeefarmen in Brasilien dabei unterstützt, organische Abfälle in einen natürlichen Dünger umzuwandeln und einzusetzen. Erste Ergebnisse: weniger Abfall, weniger Kunstdünger und mehr Einkommen für die Kaffeefarmen.

Regenerative Wertschöpfung ist mehr als nachhaltiges Wirtschaften

ERSTE SCHRITTE AUF DEM GEMEINSAMEN WEG ZUR UMGESTALTUNG DER WIRTSCHAFT UND ZUR BESCHLEUNIGUNG DES SYSTEMISCHEN WANDELS IM GESAMTEN KAFFEESEKTOR.

Ob Kaffeeschalen, Fruchtfleisch oder das Holz alter Kaffeepflanzen: Beim Kaffeeanbau fallen große Mengen organischer Abfälle an. Bislang werden diese größtenteils entsorgt – und belasten die Umwelt.

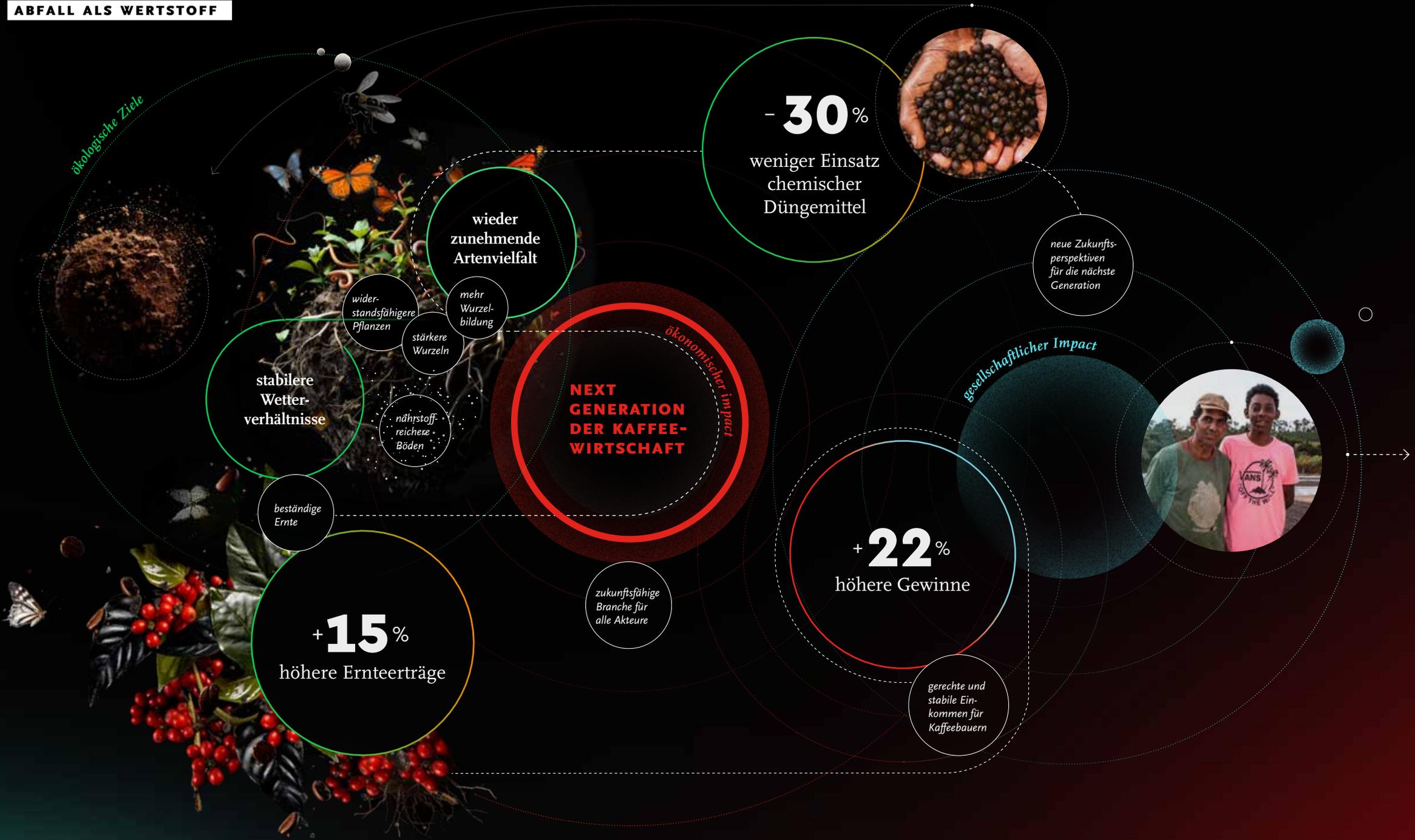
Um die Frage zu klären, ob diese und viele weitere organische Abfälle entlang der Kaffee-Lieferkette sinnvoll verwertet werden können, haben wir gemeinsam mit der Hanns R. Neumann Stiftung das Projekt „Back to the Roots“ ins Leben gerufen. Das von der DEG – Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft kofinanzierte Projekt startete 2020 und fand im brasilianischen Bundesstaat Minas Gerais statt. Im Rahmen des dreijährigen

Projekts entwickelten Abfallwirtschaftsexperten und Wissenschaftler der Universidade Federal de Lavras (UFLA) in enger Zusammenarbeit mit den Kaffeebauern der Region vielversprechende Methoden, um verschiedene organische Abfälle zu nährstoffreichem Bio-Kompost und Bio-Flüssigdünger aufzubereiten.

Wird der so gewonnene Dünger im Kaffeeanbau eingesetzt, ergeben sich nach ersten Erkenntnissen gleich mehrere Vorteile: Die Bodenqualität und die Widerstandsfähigkeit der Kaffeepflanzen verbessern sich, der Bedarf an künstlichem Dünger sinkt und die Rentabilität des Kaffeeanbaus steigt. Zudem wird durch das Sammeln und Verwerten der

Abfälle die Umweltbelastung verringert und es entstehen neue Geschäftsmodelle und Arbeitsplätze.

Das Projekt hat auch dazu geführt, dass sich die Kaffeebauern über eine eigens eingerichtete digitale Plattform noch besser über Recycling- und Kompostierungsmöglichkeiten austauschen können. Außerdem wurden Schulungen für die Gemeinschaften vor Ort und für Schulkinder initiiert, um das Bewusstsein für Abfall zu schärfen und eine bessere Wiederverwertbarkeit bzw. ordnungsgemäße Entsorgung zu fördern. Die Ergebnisse des Projekts werden nun aufbereitet, damit auch andere Kaffeeanbauregionen davon profitieren können.





Empowerment der
nächsten Generation
von Kaffeebauern: Die
Jugendlichen haben
an dem Projekt teil-
genommen und einen
bewussteren Umgang
mit den Veränderun-
gen entwickelt, die sie
bewirken können.



„Wir sehen unseren Abfall
heute ganz anders: Er ist kei-
ne Last, die entsorgt werden
muss, sondern bietet uns
vieles, was wir noch nutzen
können.“





Unser Ziel ist es, das Konzept der Kreislaufwirtschaft entlang der gesamten Kaffee-Lieferkette zu etablieren – zum Nutzen der Umwelt, der Gesellschaft und jedes Einzelnen von uns.

TRANSFORM TO
FLOURISH — KEEP GOING



Beim Kaffeeanbau fallen große Mengen organischer Abfälle an. Diese werden in der Regel entsorgt – und belasten so die Umwelt.

Es geht nicht
mehr darum, die
Welt zu retten –
das ist zu abstrakt.
Wir wollen unsere
Welt, unseren
Lebensraum,
unsere Gesellschaft
auf sinnvolle
Weise gestalten.



WIR GESTALTEN DIE ZUKUNFT DES KUNST- STOFFS



Wir gestalten die Zukunft des Kunststoffs. Anstatt ihn nur als Problem zu sehen, haben wir sein Potenzial für positive Veränderungen erkannt. Ganzheitlich betrachtet haben Kunststoffe oft eine bessere Ökobilanz als andere Materialien. Daher plädieren wir dafür, die Herstellung und das Recycling von Kunststoffen neu auszurichten. Gemeinsam, als bewusste Verbraucher, verantwortungsbewusste Unternehmen und globale Bürger, können wir die Geschichte von Plastik neu schreiben.

Kunststoffe bieten eine Vielzahl von Vorteilen. Ihre einzigartigen Eigenschaften und die Vielseitigkeit ihrer Anwendungsbereiche machen sie zu einem integralen Bestandteil des modernen Lebens. Denn sie sind leichter als viele andere Materialien, bieten Schutz und Sicherheit, sind sehr anpassungs- und widerstandsfähig und zudem kostengünstig herzustellen.

Nicht oder nur langsam zersetzende Kunststoffe belasten jedoch die Umwelt. Werden sie nicht stofflich oder energetisch verwertet, können sie über Jahrzehnte Böden und Gewässer belasten. Und da in vielen Ländern keine wirkungsvollen Sammel-, Sortier- und Recyclingsysteme zur Anwendung kommen, wird ein Großteil der weltweit produzierten Kunststoffe nicht adäquat recycelt oder verwertet.

Wir sind davon überzeugt, dass eine umfassende Umsetzung des

Kreislaufwirtschaftsprinzips die Belastung der Umwelt durch Kunststoffe erheblich reduzieren kann. Deshalb stellen wir unsere Kunststoffsortimente und -verpackungen konsequent auf zirkuläres Wirtschaften um und gestalten unsere Kunststoffproduktion und -verwertung neu. Dazu verbessern wir kontinuierlich die Umwelteigenschaften von Kunststoffen und entwickeln ökologisch sinnvolle Alternativen, die stofflich recycelt, gut recycelbar oder wiederverwendbar sind.

Unser Ziel ist es, ausschließlich Produkte anzubieten, die vollständig aus recycelten oder nachwachsenden Rohstoffen klimafreundlich und ressourcenschonend hergestellt sind. Sie sollen langlebig und zu 100 Prozent recycelbar sein oder sich in der Natur schadstofffrei abbauen. Unser Unternehmensbereich Cofresco, in dem die meisten unserer Kunststoffprodukte hergestellt werden, verfolgt ein klares Ziel: In Zu-

kunft sollen alle Produkte und Verpackungen von Cofresco ausschließlich aus recycelten oder nachwachsenden Rohstoffen bestehen und vollständig recycelbar oder kompostierbar sein.

Um umweltfreundlichere Kunststoffe zu entwickeln und um branchenweite Kreislaufwirtschaftssysteme zu etablieren, suchen wir den Austausch und die Zusammenarbeit mit anderen Marktteilnehmern, Initiativen und wissenschaftlichen Einrichtungen. Wir sind darauf angewiesen, dass die Materialalternativen kommerziell verfügbar sind. Zudem entwickeln wir Geschäftsmodelle, die sowohl ökonomischen Wert schaffen als auch einen Beitrag zur Förderung von Umwelt und Gesellschaft leisten. Wichtig ist uns darüber hinaus Aufklärung und Bildung zur Kreislaufführung von Kunststoffen, wie z.B. Entsorgung und Trennung.

CHANGE OF SOCIAL MINDSET
— PLANETARY BOUNDARIES

NEXT GENERATION
OF BUSINESS

Kollaboration / Open Innovation /
Open Knowledge / Start-up-Kultur /

ökologischer Impact

AUSBAU
REGENERATIVER
WIRTSCHAFT

UNSER
COMMITMENT

Beiträge zur
Umsetzung eines
Kreislaufwirt-
schaftssystems
für Kunststoffe

Steigerung
des Anteils
recyclingfähiger
Produkte und
Verpackungen

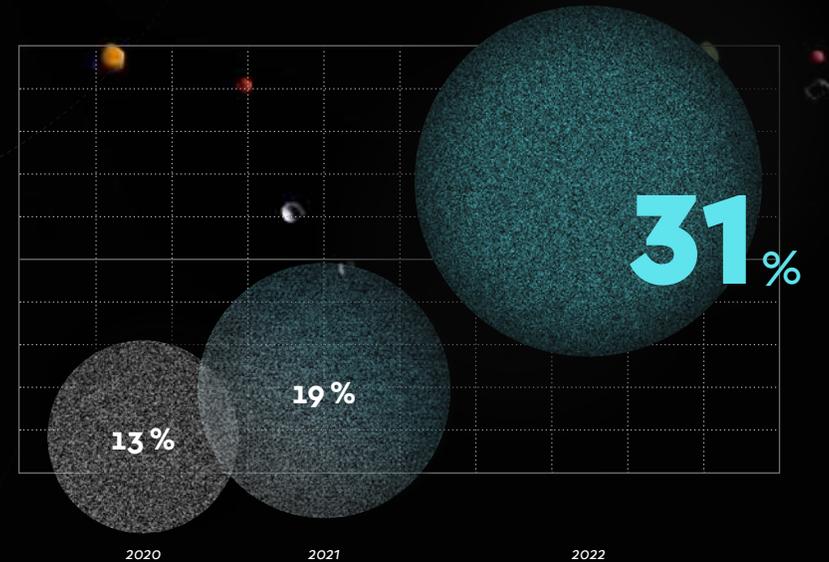
Steigerung
des Anteils
von Rezyklaten
in unseren
Produkten

Entwicklung
von Kunststoffen,
die in ökologisch
verträglicher Zeit
abgebaut werden

Ausbau unseres
Sortiments an
mehrfach nutzbaren
Produkten und
Verpackungen

Wir tragen dazu bei, den Wandel in der Kunststoffindustrie voranzutreiben

ANTEIL DER POST-CONSUMER-/INDUSTRIAL REZYKLATE
AN UNSEREM KUNSTSTOFF-GESAMTVOLUMEN



CO₂-EMISSIONEN IM PRIMÄREN HANDLUNGSFELD KUNSTSTOFF

Scope 1 und 2

2021 **34.296** tCO_{2e}

- 11,4 %

2022 **30.397** tCO_{2e}

ENERGIE-EINSPARUNG IM PRIMÄREN HANDLUNGSFELD KUNSTSTOFF

Scope 1 und 2

- 11,4 %

ANTEIL RECYCLER RESSOURCEN IN UNSEREN PRODUKTEN

70 %

- Toppits® Frischhaltefolie
- Toppits® Zipper® Beutel
- Toppits® Obst- und Gemüsebeutel

100 %

handy bag® Müllbeutel

100 %

Swirl® Müllbeutel

60 – 100 %

- Domopak® Spazzy Müllbeutel
- Domopak® Professional Müllbeutel

VISHUDDH — FAIR RECYCLED PLASTIC

YUNUS SOCIAL BUSINESS X MELITTA GROUP

Erfolg neu definiert: impactorientiertes Business

In vielen Städten stellen Kunststoffabfälle eine große Gefahr für Umwelt und Gesundheit dar. So landen beispielsweise im indischen Bangalore täglich rund 3.500 Tonnen Plastikmüll am Straßenrand oder auf illegalen Deponien. Das belastet nicht nur die Umwelt, sondern auch das Leben vieler Menschen.

Um einen Beitrag zur Lösung dieses Problems zu leisten, haben wir die Initiative „Fair Recycled Plastic“ ins Leben gerufen. Ziel der Initiative ist es, durch die Aufbereitung von Kunststoffabfällen nicht nur die Umwelt- und Meeresverschmutzung zu reduzieren, sondern auch die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Abfallsammler, der sogenannten Waste Picker, und ihrer Familien zu verbessern.

Gemeinsam mit der Yunus Social Business Fund gGmbH und Co-

fresco wurde daher 2022 das Recyclingunternehmen „Vishuddh Recycle“ in Bangalore gegründet. Das Social Business bezieht die Kunststoffabfälle ausschließlich von Entsorgungsunternehmen, die für gute Arbeitsbedingungen ihrer Waste Picker sorgen, und stellt daraus in einem mehrstufigen Produktionsprozess wiederverwendbares Granulat her. Dieses wird dann nach Polen verschifft und dort als Rohstoff für die Herstellung von Müllbeuteln der Marken Swirl® und handy bag® verwendet.

Alle erwirtschafteten Gewinne von Vishuddh Recycle fließen in das Unternehmen zurück oder kommen gemeinnützigen Organisationen zugute, die sich für eine bessere Gesundheitsversorgung und zusätzliche Bildungsangebote für die Waste Picker und ihre Familien einsetzen. Dazu gehören zum Beispiel die Initiative „Smile on

Wheels“, die kostenlose medizinische Erstversorgung für Waste Picker und ihre Familien leistet, oder der „Hasiru Dala Trust“, der dieser Community Weiterbildungsmöglichkeiten bietet. Auf diese Weise etabliert sich nicht nur eine bessere Abfallinfrastruktur in Bangalore – es entstehen auch zusätzliche und verlässliche Einkommensquellen, bessere Lebensbedingungen und neue Zukunftsperspektiven für die Waste Picker und ihre Familien.

Die Granulatproduktion hat 2023 begonnen. Mehr als 600 Tonnen Rezyklat sind bereits in die Produktion der Müllbeutel geflossen. Etwa fünf bis zehn Prozent der Rohstoffe für die Müllbeutel stammen aus den in Indien aufbereiteten Granulaten. 2024 soll die produzierte Menge an Kunststoffgranulat auf rund 2.000 Tonnen steigen und sich im Jahr darauf nochmals verdoppeln.

Gemeinsam mit der Organisation des Nobelpreisträgers Muhammad Yunus – Yunus Social Business – haben wir das Recyclingunternehmen Vishuddh Recycle in der südindischen Stadt Bangalore gegründet. Unsere Recyclingfirma soll jährlich bis zu 2.000 Tonnen Plastikabfall recyceln und das Rezyklat im Produktsegment Abfallbeutel verwendet werden. Alle bei Vishuddh Recycle erzielten Gewinne werden reinvestiert oder kommen gemeinnützigen Organisationen zugute.

„Es ist möglich
ein Unternehmen
zu gründen, das den
Armen dient.
Der Gewinn ist
dabei ein Neben-
produkt und
nicht das Ziel.“



Smile Foundation x Melitta Group

Kostenlose medizinische Versorgung der Waste Picker Community

Senkung der Arzneimittelkosten in den Mobilien um

100%



20 Standorte und 20 Service-Stellen

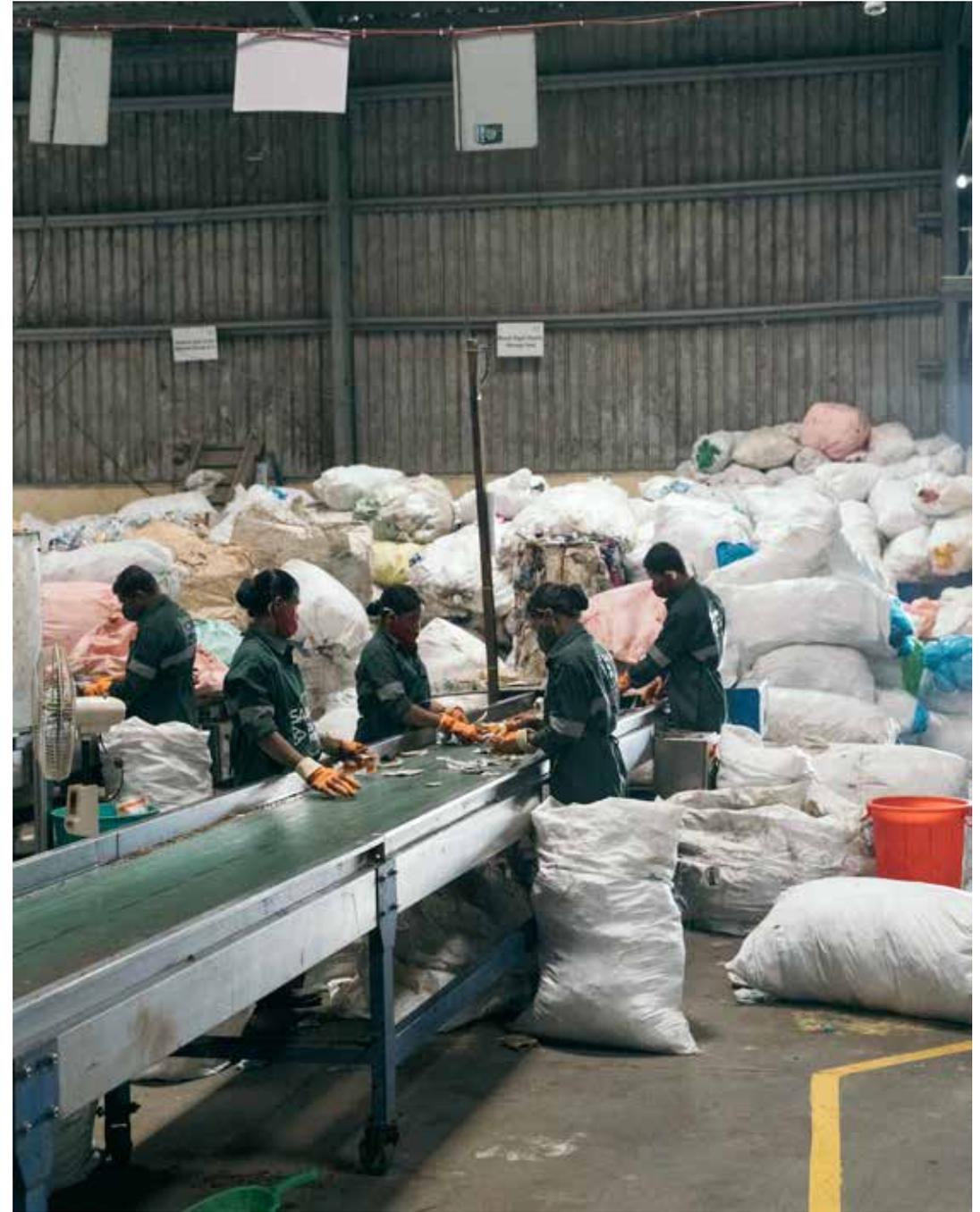
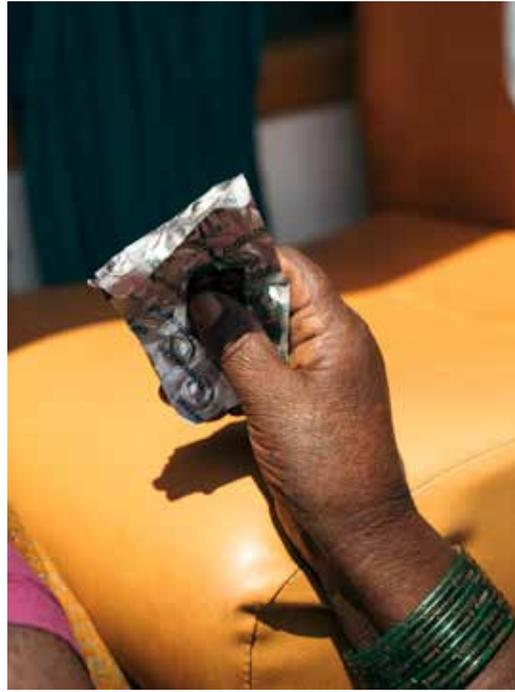
Mit den von Vishuddh Recycle erwirtschafteten Gewinnen unterstützt die Melitta-Gruppe in Zusammenarbeit mit der „Smile Foundation“ die medizinische Versorgung der Abfallsammler in Bangalore.

Anzahl behandelter Patienten im Monat

ca. 1.500



„Ich kann meinen Mitarbeitern Schutzkleidung geben, weil ich sie mir jetzt leisten kann.“



Die kostenlose medizinische Versorgung erleichtert und verbessert das Leben der Müllsammler erheblich.





„Früher haben die Leute ihren Müll einfach überall abgeladen – heute gibt es Müllfahrzeuge und der Müll wird getrennt.“

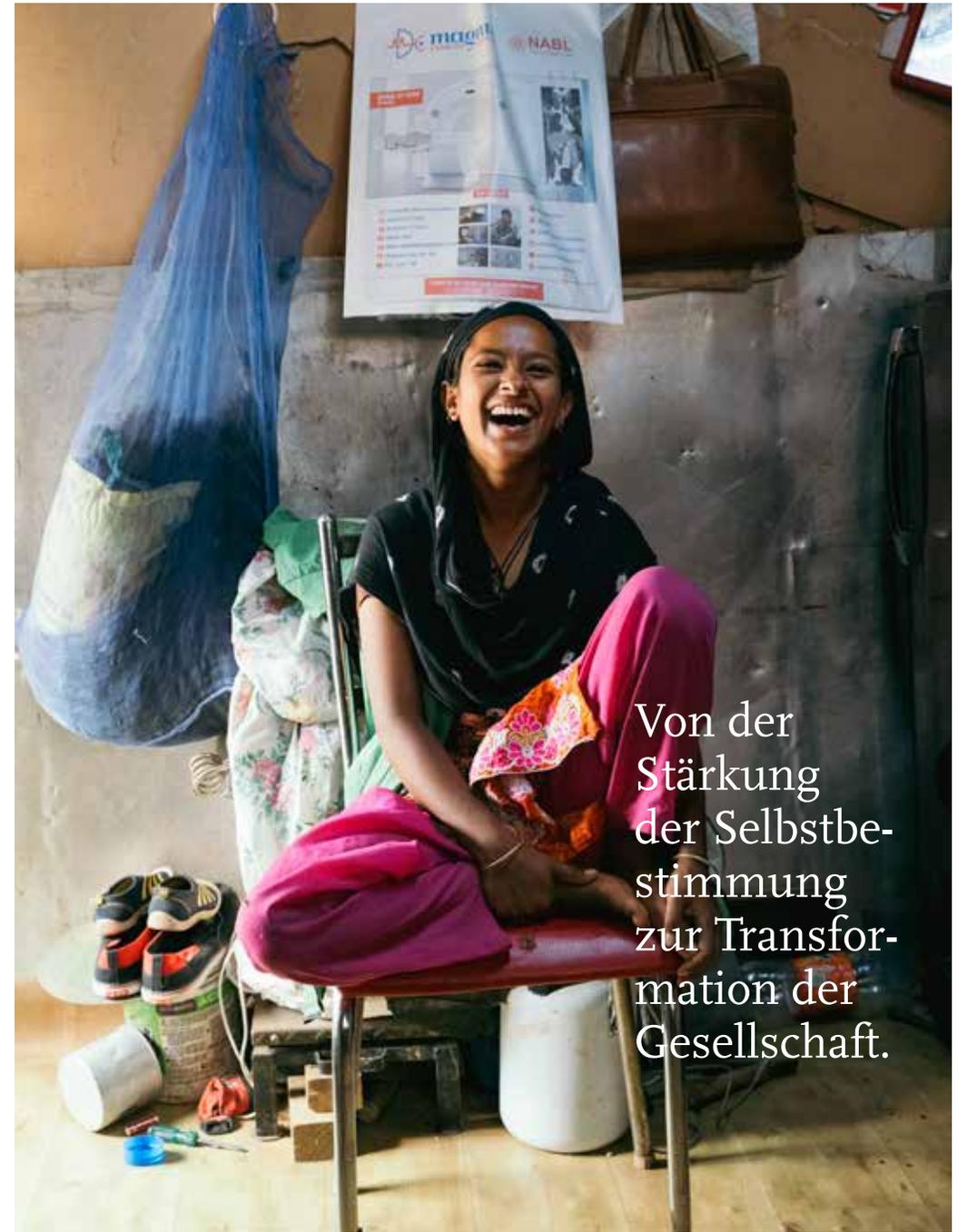


„Heute verwenden wir viel Zeit und Energie darauf, nicht nur Kunststoff zu trennen, sondern auch unsere Lieferanten über die Trennung von Kunststoffen aufzuklären, um diese in die Kreislaufwirtschaft zurückzuführen.“





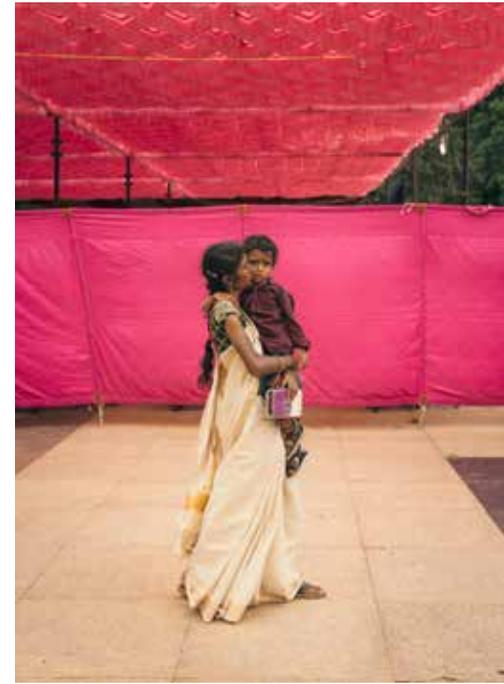




Von der
Stärkung
der Selbstbe-
stimmung
zur Transfor-
mation der
Gesellschaft.

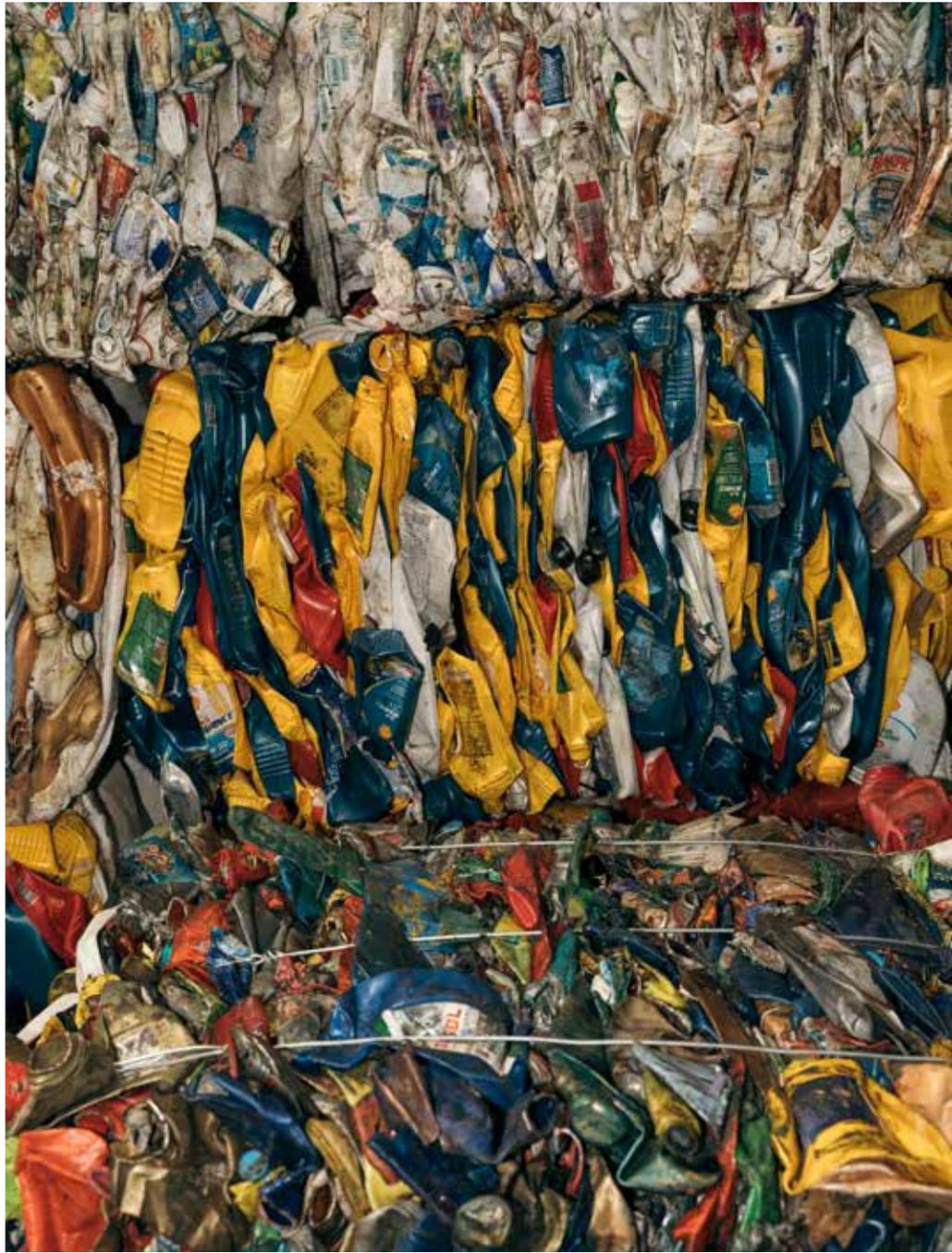
„Dank meiner
Arbeit kann
ich meine Kinder
zur Schule schicken
und sogar Geld für
ein Haus sparen.“





„Ich möchte, dass meine Kinder ein besseres Leben haben. Durch meine Arbeit können sie eines Tages studieren.“







ZONE 5

ALUMINUM FOL

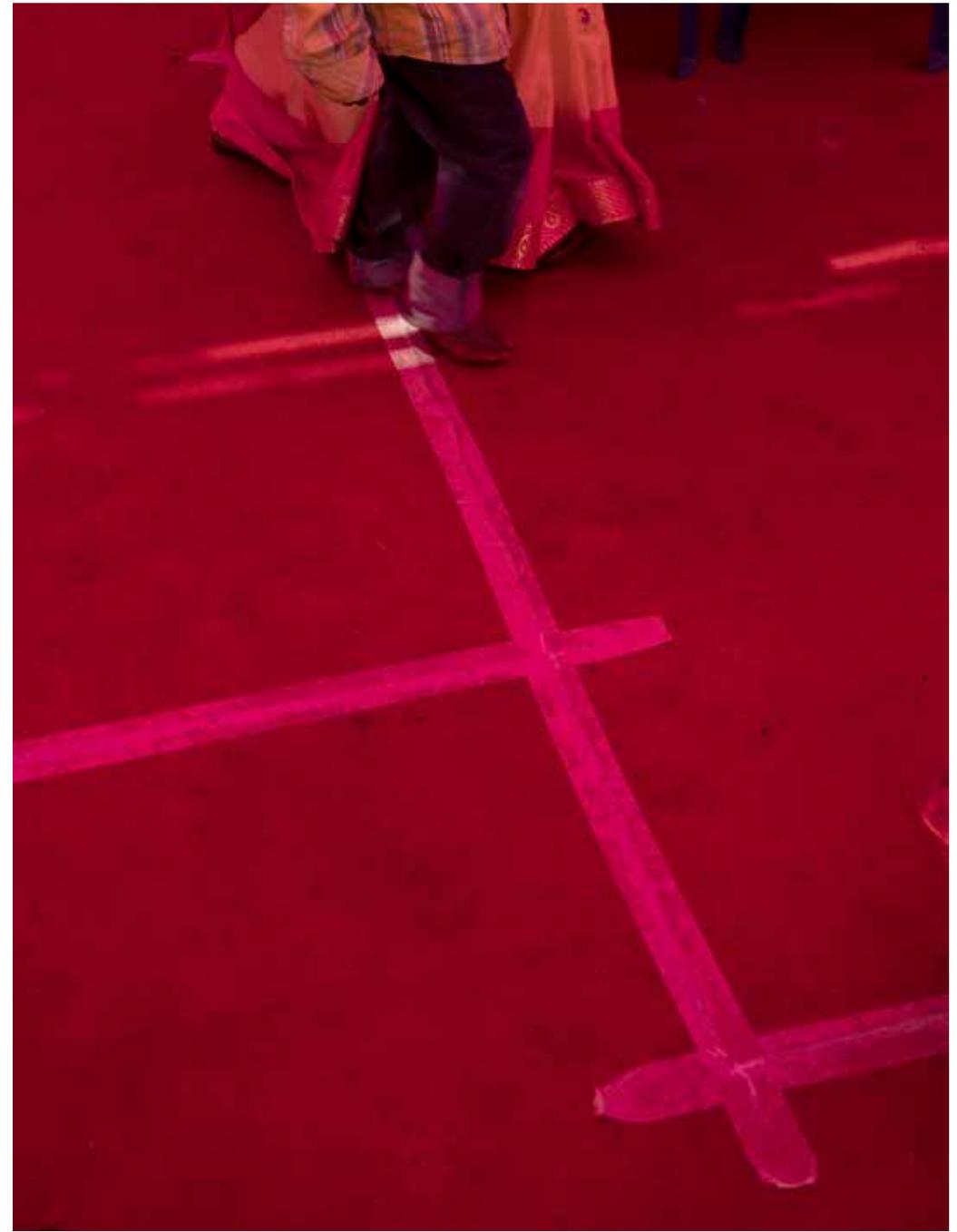
ALUMINUM CANS

FLAT GLASS

FLAT BOTTLES

METAL MIX

CRESTRON





„Der größte Pluspunkt für mich ist unsere Unternehmenskultur, in der meine Talente erkannt und gefördert wurden, und ich ein höher qualifiziertes Aufgabengebiet übernehmen konnte.“



„Ich sage immer: Nicht das Plastik ist das Problem, sondern die Wiederverwendung und die Rückführung in den Wertstoffkreislauf.“







„Heute habe ich nicht nur das Gefühl, dass ich wirklich zu der Organisation gehöre, für die ich arbeite. Ich bin auch Teil einer Veränderung, die zu etwas Gutem führt.“



WIR GESTALTEN DIE ZUKUNFT DES ZELL- STOFFS



UNSERE VISION

Der „Zellstoff der Zukunft“ stammt aus recycelten oder nachhaltig bewirtschafteten Quellen. Wo dies aus rechtlichen oder anderen Gründen nicht möglich ist, wollen wir ausschließlich auf forstwirtschaftliche Rohstoffe aus zertifizierter nachhaltiger Waldwirtschaft zurückgreifen. Der ZdZ wird klimaschonend und unter nachhaltiger Wassernutzung verarbeitet. Er wird nach Ende der Nutzung stofflich recycelt und baut sich in der Natur rückstandsfrei biologisch ab.

Die Papier- und Zellstoffindustrie steht vor zahlreichen Herausforderungen. Denn sie gehört zu den größten industriellen Emittenten von Treibhausgasen. Außerdem sind zur Herstellung von Papier und Zellstoff große Mengen an Wasser sowie Chemikalien notwendig. Die Industrie muss sich darüber hinaus mit Fragestellungen des Abfallmanagements und des Recyclings sowie des Klimawandels, des Rückgangs der Biodiversität sowie der langjährigen Fokussierung auf Monokulturen auseinandersetzen.

Um Lösungen für diese Herausforderungen zu finden, arbeiten wir gemeinsam mit unseren Part-

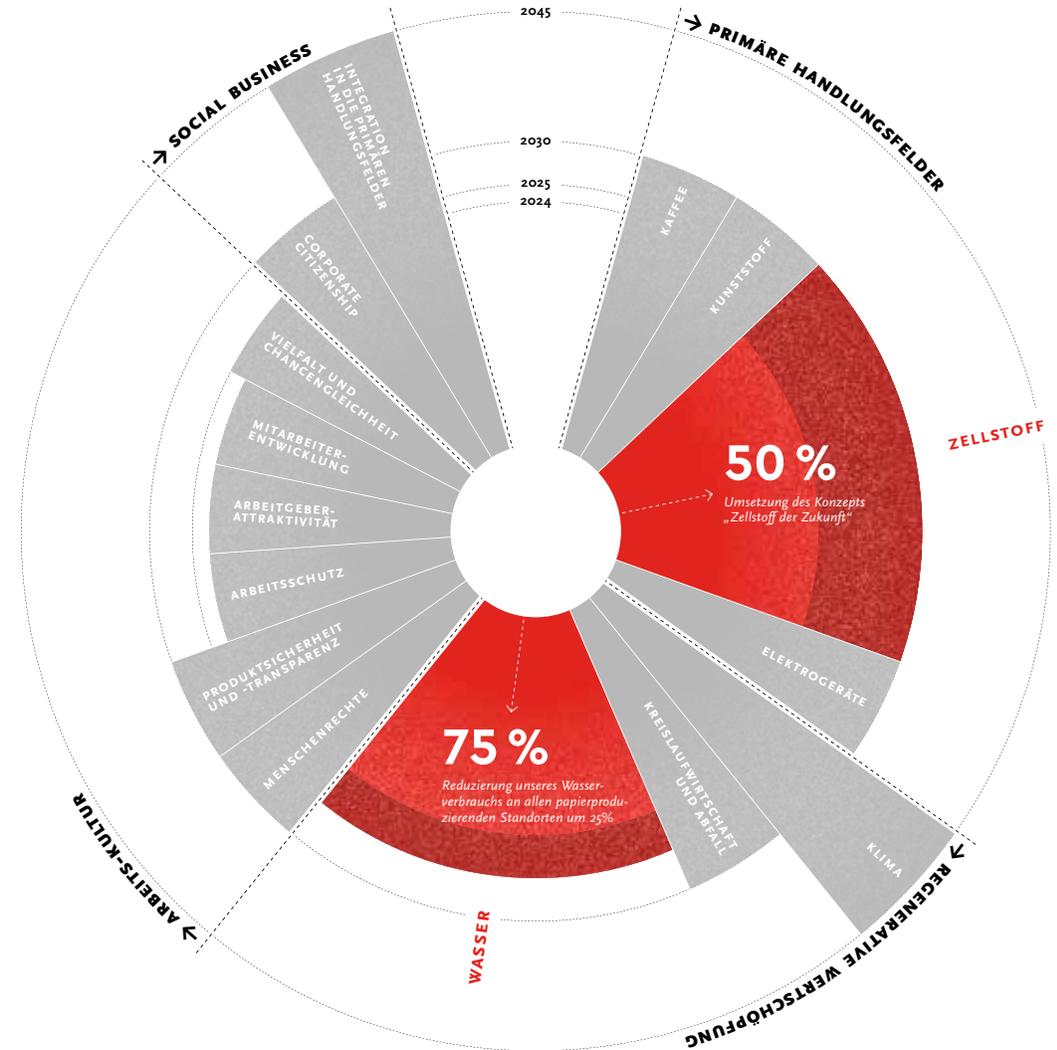
nern an der Etablierung einer regenerativen Forstwirtschaft. Unser Ziel ist es, bis 2025 unseren Zellstoff ausschließlich aus recycelten oder nachhaltig bewirtschafteten Quellen zu beziehen. Außerdem sollen unsere aus Zellstoff bestehenden Produkte am Ende ihrer Nutzung stofflich verwertet werden oder sich in der Natur rückstandsfrei biologisch abbauen.

Wir setzen daher auf klimaneutrale, ressourcenschonende Zellstoff- und Papierprodukte. Dazu gehört neben der Beschaffung von zertifiziertem Zellstoff auch die ressourcenschonende Herstellung unserer Papierprodukte. Wir entwickeln Technologien

und Verfahren, um in unseren Produktionsprozessen die Energieeffizienz zu steigern, auf erneuerbare Energien umzustellen und unseren Wasserverbrauch weiter zu verringern. Auch wenn wir bereits heute mit 99,7 Prozent einen hohen Anteil an zertifiziertem Zellstoff beziehen, ist die kontinuierliche Weiterentwicklung der Prozesse unerlässlich, um den nationalen bzw. regionalen Standards der Waldbewirtschaftung gerecht zu werden. Nur so können wir den Schutz und Erhalt der weltweiten Waldbestände, der biologischen Vielfalt und der Treibhausgasspeicherung in den Wäldern sicherstellen.

UNSERE ZIELE

Bis 2025 wollen wir den „Zellstoff der Zukunft“ verwirklichen.



WIR GESTALTEN DIE ZUKUNFT DER ELEKTRO- GERÄTE



UNSERE VISION

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

Elektrogeräte sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Sie tragen maßgeblich zur Zeiterparnis, zu Bequemlichkeit und Komfort sowie zu einer höheren Lebensqualität bei. Die Nachfrage nach Elektrogeräten steigt daher kontinuierlich an. Gleichzeitig werden die Innovationszyklen immer kürzer.

Nachhaltigkeitsrelevante Herausforderungen bestehen dabei insbesondere bei der Herstellung, dem Gebrauch und dem Recycling. Denn Elektrogeräte verbrauchen nicht nur Energie, sondern tragen auch in der Herstellung zur Emission von Treibhausgasen bei. Darüber hinaus wirken sich die Nutzungsdauer und die Reparaturfähigkeit des Geräts sowie die Recyclingfähigkeit der verwendeten Materialien auf den Grad der Umweltbelastung aus. Häufig enthalten

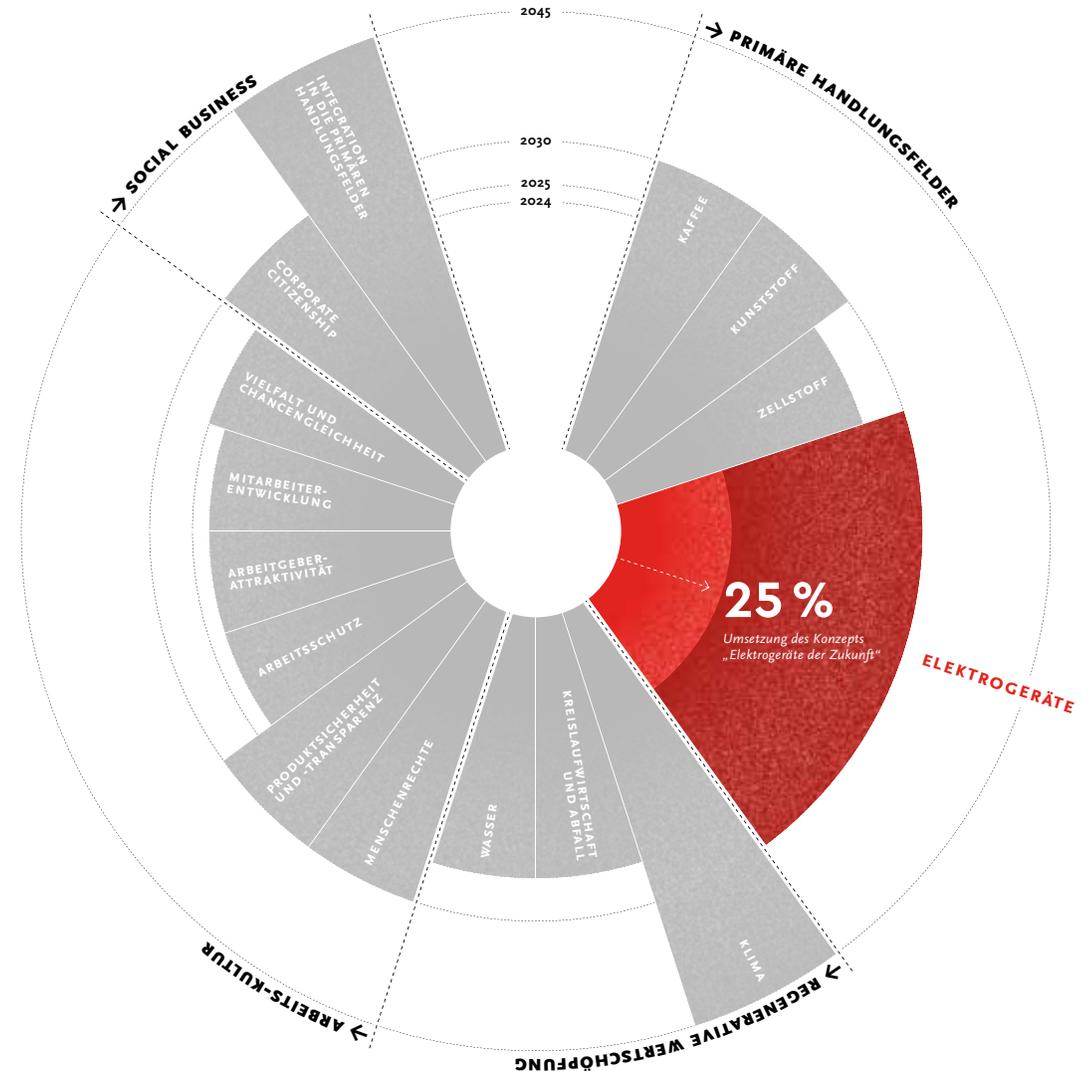
Elektrogeräte auch Schadstoffe, die bei nicht fachgerechter Entsorgung Gesundheit und Umwelt beeinträchtigen können.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, gestalten wir unsere Lieferketten umfassend – von der Gewinnung der Rohstoffe über die Produktion und den Vertrieb bis hin zur Reparatur und Entsorgung – um. Unser Ziel ist eine transparente, zirkuläre und klimagerechte Wertschöpfungskette, die zu energieeffizienten und kreislauffähigen Elektrogeräten führt. Unser Anspruch ist es, Vorreiter bei der Entwicklung und Markteinführung zukunftsfähiger Elektrogeräte zu sein. Mit unserer langjährigen Erfahrung bei der Entwicklung von hochqualitativen Elektrogeräten wollen wir unseren Kunden zukünftig Produkte an die Hand geben, die

nicht nur in der Nutzung, sondern auch bei der Wartung, Reparatur und Bereitstellung von Ersatzteilen Standards setzen. Dazu gehören auch ein möglichst niedriger Energieverbrauch sowie die Einführung innovativer Modelle, wie Leasen oder Mieten. Mit unserem Produktentwicklungstool „MISSION eco & care“ unterstützen wir unsere Kunden bei der fundierten Entscheidung für nachhaltige Produkte. Das gemeinsam mit externen Experten entwickelte System analysiert Produkte hinsichtlich ihrer Herstellung (z. B. eingesetzte Materialien, verbrauchte Ressourcen, Verpackung), ihrer Nutzung (z. B. Energieeffizienz, Produktsicherheit, Lebensdauer) und ihres Lebensendes (z. B. Recyclingfähigkeit von Produkt und Verpackung).

UNSERE ZIELE

Bis 2030 wollen wir das „Elektrogerät der Zukunft“ verwirklichen.



UNSER ENGAGEMENT – KLIMA UND ENERGIE

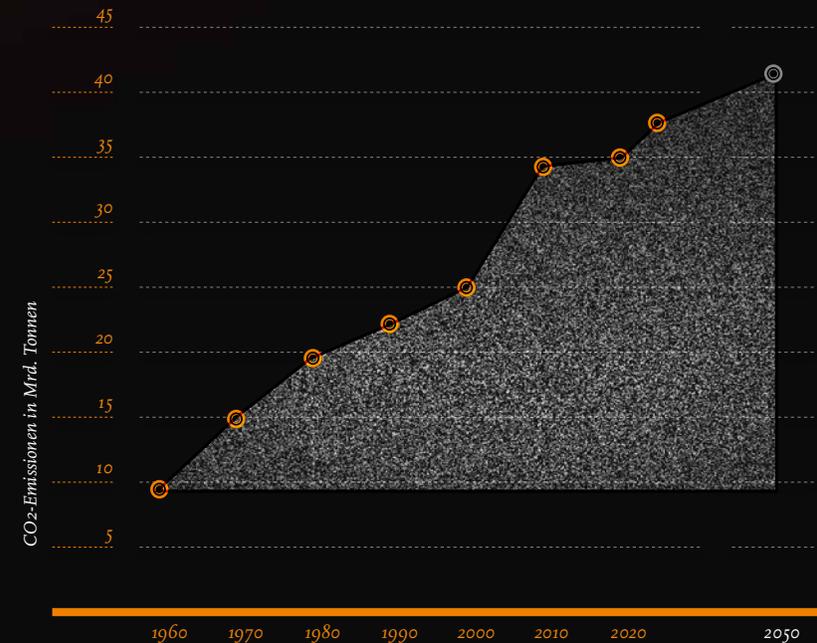
Unser Ziel ist Klimaneutralität. Um dies bis 2045 (Scope 1–3) zu erreichen, haben wir ein „Energiekonzept der Zukunft“ entwickelt. Im Mittelpunkt dieses Konzepts stehen Maßnahmen zur Eigenerzeugung von Energie, der Bezug erneuerbarer Energien, die kontinuierliche Verringerung des Energieverbrauchs und Investitionen in moderne Maschinen und Anlagen. In einem Maßnahmenkatalog, der laufend aktualisiert wird, haben wir festgelegt, welche Maßnahmen von welchen Unternehmens- bzw. Zentralbereichen wann umgesetzt werden. Mit Initiativen wie „Wirf mich nicht weg!“ und „Cuki – Save the Food“ setzen wir zudem Impulse im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung und tragen damit auch zur Reduktion des Energieverbrauchs und der CO₂-Emissionen bei der Herstellung von Lebensmitteln bei.

Auf dem Weg
zur Klimaneutralität

BIOMASSE STATT ERDGAS

CO₂-neutrale Energie
zur Papierherstellung

Prognostizierte
jährliche CO₂-Emissionen
bis 2050, weltweit:
43,1 Milliarden Tonnen



CA. 10 %
DER GRUPPENWEITEN
CO₂-EMISSIONEN

CA. 70 %

REDUKTION DURCH NUTZUNG
VON BIOMASSE

CO₂-EMISSIONEN
VOR 2023

ERWARTETE
CO₂-EMISSIONEN
AB 2023

Ca. 70% weniger CO₂-Emissionen: Erdgaskessel durch Biomasse- kessel ersetzt

Die Melitta Gruppe hat sich ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: Bis 2025 will sie klimaneutral werden. 2023 wurde ein herausragender Meilenstein auf dem Weg dorthin erreicht: Die Papiermaschine von Celupa nutzt nun Dampf, der mit Biomasse statt mit Erdgas erzeugt wird. Durch die Umstellung auf erneuerbare Energien können die CO₂-Emissionen – im Vergleich zum alten Kessel – um rund 70 Prozent reduziert werden.

Zudem verringert die neue Biomasse-Dampfanlage die Produktionskosten und die Unsicherheit über die zukünftige Entwicklung des Erdgaspreises. Bis 2025 plant die Melitta Gruppe zahlreiche weitere Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und der Versorgung mit erneuerbaren Energien.

Lebensmittel-
verschwendung
verursacht jährlich
16 % der
EU-Treibhausgas-
emissionen.

2021 wurden in
Deutschland rund
12 Millionen Tonnen
Lebensmittel
weggeworfen

23 %
aller Lebensmittel
in Deutschland
werden weggeworfen

59 %
der Lebensmittelabfälle
in Deutschland stammen
aus privaten Haushalten

Rund 13,2 Millionen
Menschen lebten
2021 in Armut

2021 wurden in Deutschland ca. 52,5 Millionen Tonnen Lebensmittel verzehrt



Vermittlung des Wertes von Lebensmitteln und die Verringerung der Verschwendung

WIRF MICH NICHT WEG!

Bildungsinitiative des Umweltzentrums Hollen für Grundschulen in Deutschland



Die Schülerinnen und Schüler lernen, woher Lebensmittel kommen, wie aufwändig ihre Herstellung ist und wie man Lebensmittelverschwendung vermeiden kann.



Mehr als 11.000 Kinder in den 3. und 4. Klassen von über 400 Schulen wurden bisher erreicht. Das Ziel: Junge Menschen zu einem nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln, d. h. zu einer bewussten, ökologisch sinnvollen Lebensweise zu befähigen.

CUKI – SAVE THE FOOD

*Nicht genutzte Lebensmittel
aus Kantinen an soziale
Organisationen spenden*

Jedes Jahr werden weltweit
etwa 1,3 Milliarden Tonnen
Lebensmittel weggeworfen

1/3

aller weltweit produzierten Lebensmittel landen im Müll

ca. 4 Milliarden Tonnen Lebensmittel werden jährlich weltweit produziert

58 %

der Italiener scheuen sich, in Restaurants nach übrig gebliebenen Lebensmitteln zu fragen

Allein in Italien werden
etwa 6 Millionen Tonnen
Lebensmittel ungenutzt
weggeworfen

EINKAUF

von Lebensmitteln

ENTSORGUNG

nicht verzehrter Mahlzeiten

Kantinen

ZUBEREITUNG

von Mahlzeiten

VERZEHR

der Mahlzeiten in den Kantinen

BANCO ALIMENTARE

MELITTA GROUP

Collaboration / Open Knowledge / Human Relations

LOGISTISCHES NETZWERK

TRANSPORTVERPACKUNGEN

SAMMLUNG

der nicht eingenommenen Mahlzeiten

Impact

SITICIBO &
SAVE THE FOOD

**VERPFLEGUNG
UND VERZEHR**

von Mahlzeiten
für/von Bedürftige(n)

VERPACKUNG

von nicht konsumierten
Mahlzeiten

TRANSPORT

der nicht eingenommenen
Mahlzeiten an wohltätige
Organisationen

12 Jahre
Unterstützung
im Kampf gegen
Lebensmittelver-
schwendung haben
zur Umverteilung
von 23 Millionen
Lebensmittel-
portionen geführt.



Bei verschiedenen Gelegenheiten macht Cuki Cofresco auf die Lebensmittelverschwendung aufmerksam. Bei der „Terra Madre – Salone del Gusto“ war Cuki Cofresco „Grüner Partner“ und setzte sich mit vielen anderen Organisationen dafür ein, Lebensmittel als wertvolle Ressourcen zu sehen – und den bisherigen Umgang mit Lebensmitteln zu überdenken.



Melitta®