

rheinsberger
**PREUSSEN
QUELLE**

Gemeinwohlbericht
Kompaktbilanz

Berichtszeitraum: 2021 - 2022

rheinsberger

PREUSSEN QUELLE

Gemeinwohlbericht
Kompaktbilanz

Berichtszeitraum: 2021 - 2022

Inhalt

Vorwort	6
Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	8
Produkte / Dienstleistungen	12
A Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	13
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	14
A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	15
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	16
A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	17
A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette	18
A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	22
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	22
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen.....	25
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	25
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	26
B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln	27
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	27
B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	31
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	31
B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme	32
C Mitarbeitende	33
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	33
C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	38
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	39
C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	42
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	42
C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens	46
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	46
C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates	48

D	Kund*innen und Mitunternehmen	49
	D1 Ethische Kundenbeziehung.....	50
	D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen.....	54
	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	54
	D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	56
	D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	56
	D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen.....	59
	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	59
	D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	60
E	Gesellschaftliches Umfeld	61
	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	61
	E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	65
	E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung	67
	E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention	67
	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	67
	E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	73
	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	74
	E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	75
	Ausblick	76
	Kurzfristige Ziele	76
	Langfristige Ziele	76

Vorwort

Vor knapp zehn Jahren wurde aus einer kleinen, zufällig entdeckten Mineralquelle ein Betrieb, der sich vor allem eines vorgenommen hatte: konsequente Nachhaltigkeit. Denn für Berlin und Brandenburg gab und gibt es kein Mineralwasser-Unternehmen, das unsere Ansprüche – die Ansprüche der regionalen Bio-Branche – wirklich erfüllt.

Von da an taten wir Dinge, die andere Mineralwasser-Unternehmen nicht tun. Wir legten uns einen Lieferumkreis von 300 Kilometern auf. Über diese Distanz hinaus bieten wir niemanden unsere Produkte an, denn Wasser ist ein schweres Gut und sollte nur regional getrunken werden.

Wir verzichten auf Plastikflaschen, füllen nur in Glas ab und das natürlich in Mehrwegflaschen. Unser Wasser erfüllt die höchsten Standards, womit es nebenbei sogar Bio-zertifiziert ist.

Wir entnehmen der Quelle nur so viel, wie auf natürlichem Wege nachfließt. An Verteilungskämpfen nehmen wir nicht teil.

Unser Mineralwasser bleibt naturbelassen. Das bedeutet, keine Bestrahlung, keine synthetische Kohlensäure und keine Rückstände menschlichen Ursprungs. Denn Genuss und Natürlichkeit gehören zusammen.

Und natürlich setzen wir uns für den Schutz der Natur in Berlin und Brandenburg ein. Das bedeutet vor allem die Förderung des Ökolandbaus in der Region.

Wir sind froh und auch ein bisschen stolz, dass wir nun den nächsten großen Schritt – die Gemeinwohl-Zertifizierung – mit dem gesamten Team umsetzen konnten. Aber keine Zeit zum Stehenbleiben. Die Preussenquelle geht ihren Weg weiter:

Natürlich. Regional. Nachhaltig. Grün.



Frank Stieldorf
Geschäftsführung



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:

GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft
Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

Testat: Externes Audit Gemeinwohl-Bilanz Rheinsberger Preussenquelle GmbH

M5.0 Kompaktbilanz

2020-2021

Auditor*In:
Jan Koltermann

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 80 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: ./.	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 20 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 80 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 10 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 10 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 80 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %

Testat gültig bis:
31.10.2025

BILANZSUMME:
453

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: aato5
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 11.10.2023

**Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good
e.V., VR 24207**

**INTERNATIONAL
FEDERATION**
for the Economy for the Common Good e.V.

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:.....Rheinsberger Preussenquelle GmbH
Rechtsform:.....Gesellschaft mit begrenzter Haftung
Website:.....www.preussenquelle.de
Branche:.....Bio-Lebensmittel, Getränke, Mineralwasser
Firmensitz:.....Rheinsberg
**Gesamtanzahl der
Mitarbeitenden:**25
Vollzeitäquivalente:23
**Saison- oder
Zeitarbeitende:**2

rheinsberger
**PREUSSEN
QUELLE**

- **Wer gehört zur Organisation?**
- **In welchen Ländern sitzen diese Tochtergesellschaften?**
- **Welchen Eigentumsanteil hält die Muttergesellschaft daran?**

Die Rheinsberger Preussenquelle ist eine hundertprozentige Tochter der Terra Naturkost Handels KG in Berlin. Zur Rheinsberger Preussenquelle gehören keine weiteren Unternehmen und es bestehen auch keine Beteiligungen.

- **Bitte stellen Sie Ihr Unternehmen kurz vor, mit allem, was Ihnen wichtig erscheint.**

Die Rheinsberger Preussenquelle wurde 2007 als Manufaktur

zur Abfüllung von Mineralwasser gegründet.

Zuvor, im Jahr 2001, verfolgte die Stadt Rheinsberg das Vorhaben, ein Thermalbad in der touristisch geprägten Stadt zu etablieren. Es wurden Probebohrungen unternommen, bei denen man auf ein qualitativ außergewöhnliches Mineralwasser stieß und damit der Gedanke einer Abfüllung geboren war.

Die Umsetzung des Thermalbadvorhabens wurde eingestellt, dafür nahm die Förderung des Mineralwassers Gestalt an. So entstand auf kleinstem Niveau eine Handabfüllung für Mineralwasser, das vorrangig in der Berliner Gastronomie angeboten wurde.

2012 nahm der Berliner Naturkost-großhändler Terra Naturkost Handels KG, Kontakt zu der jungen Firma auf, mit dem Ziel, ein eigenes Mineralwasser für den regionalen Bio-Markt in Berlin und Brandenburg zu entwickeln. Der Gesellschafter der Terra Naturkost Handels KG setzt sich in vielen Aktivitäten und Projekten für die Erweiterung des Bio-Anbaus und der Verbreitung des Bio-Gedankens ein. Dies vor allem in der Kombination mit regionaler Herkunft. Gerade die Verbindung von **Bio** und **Regional** ist oftmals nicht gegeben, sodass eigene Initiativen zur Umsetzung notwendig sind. So auch im Bereich der Mineralwässer. Bis dato gab es kein regionales Bio-Mineralwasser. Die im Biohandel angebotenen Produkte mussten von Terra Naturkost selbst über weite Strecken eingekauft und transportiert werden. So entstand zunächst der Entschluss zur Etablierung einer eigenen Marke als Private-Label-Abfüllung und zwei Jahre später die Initiative zum Kauf des Unternehmens, nachdem finanzielle Gründe einer benötigten Kapazitätserweiterung im Wege standen.



Blick in die Produktion

Mit der Erweiterung der Produktionskapazitäten wurde die Ausrichtung des Unternehmens als ökologisch-nachhaltig arbeitendes Unternehmen festgelegt und bis heute konsequent weiterverfolgt und weiterentwickelt. In den nächsten Jahren wurde der

IFS-Standard aufgestellt, die EMAS-Umweltzertifizierung erarbeitet, Strom- und Gas auf regenerative Energien umgestellt, die Bio-Mineralwasser-Zertifizierung erreicht, die CO₂-Neutralität (inkl. aller Transportwege) umsetzt, Kooperationen mit gleichdenkenden Partner*innen, wie dem Naturpark Stechlin-Ruppiner Land, dem Landschaftspflegeverband Prignitz-Ruppiner Land e.V., der Heinz Sielmann-Stiftung, dem Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V., der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin Brandenburg e.V. und dem Förderverein für Öffentlichkeitsarbeit im Natur- und Umweltschutz e.V. aufgenommen sowie eigene Initiativen ins Leben gerufen (z.B. die Landwirtschaftstage und der firmeneigene Nachhaltigkeitspreis „Nachhall“).

Wir verfolgen zudem ein rein regionales Vertriebskonzept, das sich auf einen Lieferradius von 300 Kilometer beschränkt und damit einen konsequenten und kompromisslosen Gegenentwurf zu den Auswüchsen nationaler und internationaler Mineralwasseranbieter darstellt.

Gleiches gilt auch für die Nutzung der Quelle, reduziert auf eine ökologisch vertretbare Entnahmemenge. Mit der eingeschränkten Entnahmemenge ist eine nationale oder internationale Belieferung nicht möglich.

Wir vertreten die Meinung, dass es ausreichend regionale Brunnen in Deutschland gibt, sodass lange Transportwege vermeidbar und national vertriebene Marken überflüssig sind.

Von unseren Kunden*innen werden wir als ökologisch-nachhaltiges Unternehmen betrachtet, das mit einer hohen Ernsthaftigkeit seine Ansichten verfolgt und mit Projekten untermauert.

Unsere nachhaltigen Meilensteine:

- > Firmengründung und erste Handabfüllung (damals 120 Flaschen pro Stunde)

2007

- > Gesellschafterwechsel zu Terra Naturkost und damit 100%ige Tochter der Terra Handels KG
- > Investition in eine neue Abfüllanlage und Lagerhalle
- > Fixierung des Regionalitätskonzeptes (Vertrieb bis max. 300km Entfernung)

2012

- > Erste Abfüllung für den Naturkost-Markt unter der Handelsmarke „Theodor“ von Terra Naturkost

2014

- > Bio-Mineralwasserzertifizierung
- > 1. Nachhaltigkeitstag auf unserem Firmengelände
- > Umstellung des Gasanbieters auf Öko-Gas

- > Zertifizierung der Produktion nach IFS- und EMAS-Standards
- > Umweltprojekte in Zusammenarbeit mit dem Naturpark Stechlin-Ruppiner Land
- > Start des Schulprojektes „WasserWertSchätzen“
- > Umstellung der Energieversorgung auf 100 Prozent Öko-Strom

2015

2016

- > Unser Blog „bleibt natürlich!“ geht online

2017

- > 1. Landwirtschaftstag als Kommunikationsplattform zwischen Herstellern, Handel und Verarbeitung
- > 2. Nachhaltigkeitstag

> Auszeichnung mit dem EMAS-Umweltmanagement Award

> CO₂-neutrale Produktion

> 3. Nachhaltigkeitstag

> 2. Landwirtschaftstag mit Expertenbeiträgen aus dem Bio-Handel und aus Herstellung und Verarbeitung

2018

> „Nachhall 2020“ – der bleibt natürlich! Nachhaltigkeitspreis der Rheinsberger Preussenquelle geht am 01. Mai 2019 an den Start

> Die Rheinsberger Preussenquelle wird durch den Rat für Nachhaltige Entwicklung und die Regionalen Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien (RENN) als „Projekt Nachhaltigkeit 2019“ ausgezeichnet.

> 3. Landwirtschaftstag mit Expertenbeiträgen aus Verbänden, Politik und der Praxis

> Die bleibt natürlich!-Linie ist klimapositiv. Wir gleichen mehr CO₂ aus als verursacht wird.

2020

> 4. Landwirtschaftstag (dieses Mal digital und für ganz Brandenburg)

> Unser ganzes Unternehmen – inkl. aller Produkte – ist klimapositiv. Wir gleichen mehr CO₂ aus als verursacht wird.

> Bereits zum zweiten Mal vergeben wir unseren Nachhaltigkeitspreis „Nachhall“ an fünf Naturschutz-Projekte.

2021

> 5. Landwirtschaftstag mit Expertenbeiträgen aus Verbänden und der Praxis. Dieses Mal wieder in der Regionalwerkstatt in Menz.

2022

> 6. Landwirtschaftstag mit Expertenbeiträgen aus Verbänden und der Praxis. Hauptthema: Hofnachfolge und Biodiversität verursacht wird.

2023

Produkte / Dienstleistungen

→ Welche Produkte / Dienstleistungen bietet Ihr Unternehmen an?

→ Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz?

Die Rheinsberger Preussenquelle füllt ausschließlich Bio-Mineralwasser in mehreren Gebindegrößen ab.

Der Umsatzanteil Mineralwasser beläuft sich auf 94%. Weitere 6 % ergeben sich aufgrund von Pfanderträgen aus dem Aufbau des Flaschenpools.

Wir vertreiben unser Mineralwasser aus Nachhaltigkeitsgründen ausschließlich in Mehrwegglasflaschen. PET-Abfüllungen stehen wir ablehnend gegenüber.

Ein in der Fünf-Liter-Bag-In-Box-Packung angebotenes Produkt aus den Anfangsjahren des Unternehmens wurde 2017 aus ökologischen Gründen aus dem Sortiment genommen.



Das Unternehmen und Gemeinwohl

- **Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?**
- **Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?**
- **Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ?**



Wir verstehen uns als ökologisch-nachhaltig arbeitendes und wirtschaftendes Unternehmen. Die Ausrichtung wurde 2014 mit der Übernahme durch Terra Naturkost festgelegt. Beide Unternehmen verfolgen in vielen Punkten die gleichen Ideale, dazu gehören eine konsequente Bio-Ausrichtung und die Gewichtung auf regionale Lieferketten.

Darüber hinaus hat sich die Rheinsberger Preussenquelle als Hersteller auf das Grundlebensmittel „Wasser“ spezialisiert und tritt damit als ein Verfechter zum Erhalt jeder Form von Wasser als Lebensgrundlage auf. Darin ist auch Leitungswasser inbegriffen, das oftmals von anderen Brunnenbetrieben als Konkurrenz angesehen wird.

Über das Thema „Wasser“ sind wir tief im „Gemeinwohl“ angekommen, da Wasser die Grundlage jeder

Form von Leben und Gesundheit ist. Damit verbunden sind viele ökologische Themen, wie z.B. der Erhalt von gesunden Böden, aber auch Produktionsthemen, wie Wasserverbräuche bei der Herstellung jedes Produktes.

Im weitergefassten Umfeld geht es aber auch um Bildung, Wissen und Verständnis, damit die Omnipräsenz von Wasser für jegliche Form des Lebens verstanden werden kann.

Die Rheinsberger Preussenquelle hat bereits seit 2014 mit Nachhaltigkeitstagen, Schulprojekten, Feldtagen sowie Landwirtschaftstagen den Wissenstransfer und den Netzwerkausbau zum GemeinwohltHEMA Wasser auf den Weg gebracht.

Trotz der Corona-Einschränkungen wurde ein Feldtag, ein Landwirtschaftstag und die Verleihung des Nachhaltigkeitspreises „Nachhall“ umgesetzt. Diese öffentlichen Veranstaltungen stehen auch den Mitarbeiter*innen zur Schulung und zur Mitarbeit zur Verfügung.

Die Gemeinwohl-Bilanzierung ist eine konsequente Weiterentwicklung des Unternehmens auf einem seit 2014 eingeschlagenen Weg.

Hauptansprechpartner im Unternehmen ist der Geschäftsführer der Rheinsberger Preussenquelle, Frank Stieldorf.



Menschen- würde in der Zulieferkette

→ Welche Produkte / Dienstleistungen werden zugekauft?

→ Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Als Mineralwasserhersteller bzw. -abfüller haben wir das Glück, mit einer minimalen Zutatenliste arbeiten zu können. Das Produkt selbst kommt aus einer nur 2,3 Kilometer weit entfernt liegenden Quelle und füllt damit die Rezeptur zu 100%.

Der Zugang zu Trinkwasser ist ein grundsätzliches Menschenrecht. Damit dieses Recht auch in Zukunft gewahrt werden kann, verpflichten wir uns zu Maßnahmen, die die Qualität des Grundwassers, des Trinkwassers und später auch des Mineralwassers erhalten.

Die Anforderungen an das Produkt, also an das Mineralwasser und damit an uns selbst, sind sehr hoch. Dazu gehört, dass wir keine Ausbeutung der Quelle vornehmen. Wir haben uns gemäß der Bio-Mineralwasser-richtlinien verpflichtet, niemals mehr als 80% der durch ein wissenschaftliches Gutachten ermittelten Entnahmemenge zu fördern. Für das Jahr 2022 lag dieser Wert bei unter 40%. Auch akzeptieren wir keine weiten Streckenleitungen.

Alle zusätzlichen Produkte und Dienstleistungen werden für Verpackung oder Herstellung benötigt. Der meist sehr intensive und aufwändige Zutateneinkauf entfällt.

Weitere Produkte und Dienstleistungen werden gemäß der beiliegenden Liste hinzugekauft.

Dabei spielen Lieferfähigkeit und Zuverlässigkeit eine maßgebliche Rolle. Über einen Fragebogen werden Leistungsmerkmale abgefragt.

Generell gilt für uns, dass ein internationaler Einkauf vermieden werden soll. Regionaler Bezug hat Vorrang zu „National“ zu „International“. Bei allen Entscheidungen werden preisliche, ökologisch-nachhaltige Aspekte sowie die Herkunft berücksichtigt.



Wir sind Bio-Wasser-Bauern



Gesunder Boden durch Ökolandbau

Wasser ist das Ergebnis davon, wie man mit der näheren Umwelt umgeht (Landbau, Landwirtschaft, Industrie usw.).

Unser regionales Engagement umfasst die Überkompensation aller entstandenen Emissionen durch Moornaturierung und Humusaufbau im Ökolandbau, die regelmäßige Umsetzung von Veranstaltungen zur Förderung des nachhaltigen Bewusstseins bei Landwirt*innen und Verbraucher*innen (Landwirtschaftstage, Feldtage), einen eige-

nen Nachhaltigkeitswettbewerb, die Förderung von Naturschutzmaßnahmen in der Region sowie das Sponsoring von nachhaltigen Initiativen und Projekten. Die Schutzmaßnahmen wirken sich auf das Wasser erst in 200-300 Jahren aus, wir selbst haben davon heute nichts.



Wir investieren in eine Zukunft, die wir nicht erleben werden.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Für Etiketten wird auf den FSC-Standard gesetzt. Der verwendete Leim ist auf eine vegane Variante umgestellt, sodass auf Einsatz von Kasein verzichtet werden kann.

Für sämtliche produktrelevanten Materialien liegen Lebensmittel-tauglichkeitserklärungen vor. Auf die Umsetzung von Umwelt- bzw. Qualitätsmanagementsystemen wird geachtet. Mithilfe von Fragebögen werden der Stand von Umweltschutz, Qualitätssicherung sowie Einhaltung der Menschenwürde bei unseren Lieferanten erhoben.

Bei Lebensmittelbezug für die Mitarbeiterverpflegung sowie bei Reinigungsmittel im Mitarbeiterbereich werden ausschließlich Bio-zertifizierte Produkte gekauft.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?

Wir beziehen Waren und Dienstleistungen hauptsächlich aus Deutschland. Es gilt die europäische und deutsche Gesetzgebung, die einen - im weltweiten Vergleich - hohen Standard abbildet und damit auch Anforderungen an die Zulieferkette stellt. Auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften verlassen wir uns.

Sich auf seine Lieferanten verlassen zu können, beruht auf der Auswahl

A1

Negativaspekt:

Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird?

Das Unternehmen kann das bestätigen.

Wir treten für das Recht aller Menschen auf Zugang zu sauberem Trinkwasser ein. Vielerorts sinken die Grundwasser-Spiegel. Ursache

ist meist der menschengemachte Klimawandel. Sobald Wasser knapp zu werden droht, bringen sich Unternehmen in Stellung, um ihren teils gewaltigen Wasser-Bedarf zu befriedigen. Das gilt nicht nur für die produzierende Industrie, sondern auch für große Konzerne.

Dieser Kampf ums Wasser kann für die regionalen Wasserversorger zum Problem werden. Gerade dann, wenn Industrie und große Wasser-Förderer in geringer Tiefe abpumpen. Die Rheinsberger Preussenquelle – als nachhaltiger Mineralwasser-Brunnen – nutzt eine eigene Ressource, die tief liegt und die sonst niemand

benötigt. Außerdem wird nur so viel Wasser gefördert, wie auf natürlichem Wege nachfließt.

Wir sehen unsere Brunnen nicht wie viele andere als ausbeutbare Ressourcen, sondern als Teil des Wasserkreislaufs. Wir ergreifen Maßnahmen, die kurzfristig auf Bodenschutz, mittelfristig auf das Grundwasser und erst langfristig auf das Mineralwasser Einfluss haben. Damit wollen wir sicherstellen, dass auch zukünftige Generationen sauberes Trinkwasser zur Verfügung haben.



A2

Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

→ **Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarisches Umgang aller Beteiligten miteinander?**

Wasser als unser Hauptrohstoff ist ein Produkt des Bodens. Wir arbeiten deshalb eng mit Landwirt*innen und dem Raum des Naturparks Stechlin-Ruppiner Land zusammen (bspw. Landwirtschaftstage, Hilfe bei Umstellung auf Ökolandbau). Außerdem stehen wir in konstruktivem Dialog zu lokalen Behörden und dem Trink- und Abwasserverband.

Wir fördern und fordern einen transparenten Umgang zu und von unseren Partner*innen. Es gibt keinen Unterschied zwischen Lieferant*in-

nen und Kund*innen. Langjährige Partnerschaften mit regelmäßigen Gesprächen werden gesucht und aufgebaut. Das schafft die Grundlage für die Erarbeitung von Lösungen, auch wenn schwierigere Themen umzusetzen sind.

Eine Besprechung auf Augenhöhe ist von Seiten der Rheinsberger Preussenquelle immer gegeben. Rang, Position oder Abhängigkeitsverhältnisse spielen keine Rolle im Gespräch mit Lieferant*innen und Kunden*innen. Transparenz und eine gleichberechtigte Kommunikationskultur werden eingefordert oder versucht umzusetzen. Dies gelingt bei langjährigen Partner*innen wie bei unserem Etikettendrucker sehr gut. So wurde frühzeitig auf FSC-Papier umgestellt und die Umsetzung auf veganen Leim mit begleitet. In der Umsetzung auf Ökofarben und Ökopapier sind wir weiterhin im Gespräch, auch wenn bislang keine umsetzbaren Lösungen gefunden wurden. Transparenz und eine Kommunikation auf Augenhöhe sind bei diesem und einigen anderen Liefere-

rant*innen jederzeit gegeben. Das gelingt allerdings nicht in allen Bereichen. (Quasi-)Monopolstellungen, z.B. im Glasbereich lassen kaum noch Einflussmöglichkeiten zu.

So wurde bei einem Corona-bedingten Produktionsengpass bei unserem langjährigen Verschlusshersteller eine Übergangslösung mit unbedruckten Deckeln toleriert. Von beiden Seiten lag der Wille zur Lösungsfindung vor, sodass die Engpass-Situation gelöst werden konnte.

Nachvollziehbare Preiserhöhungen werden akzeptiert. Frühzeitige Bestellungen sichern für alle Beteiligten eine gute Planung.

Aufgrund eines Abhängigkeitsverhältnisses im Bezug auf ein Etikettenpapier wurde nach einem längeren Prozess, in Zusammenarbeit mit unserem Drucker Götz und Müller, eine Alternative gefunden und eine Umstellung vollzogen.

Alle Rechnungen werden zuverlässig zum Zahlungsziel beglichen. Es gibt keine Mahnungen.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Lieferanten werden mittels Fragebögen auf ihren Stand des Umweltschutzes, der Qualitätssicherung und der Solidarität überprüft. Sanktionen sind aufgrund geringer Marktmacht kaum möglich.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir erstellen einen Katalog zur Überprüfung der sozialen Kriterien bei unseren Vorlieferanten. Zudem überprüfen wir die angestrebte regionale Beschaffung von Lebensmitteln für unsere Mitarbeiter*innen-Verpflegung.

A2

Negativaspekt:

Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden?

Ja, das Unternehmens kann das bestätigen.



Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

→ Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Siehe Antworten und Kriterien in Punkt A1.

→ Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Wir haben uns mit der Firmengründung im Jahr 2007 bewusst für das Glasmehrweggebinde entschieden. 2014 wurde die Umsetzung in Richtung eines ökologisch-nachhaltigen Betriebes konsequent weiterentwickelt. Daher werden alle Unternehmensaspekte auf ihre ökologisch-nachhaltige Ausrichtung überprüft. Auch wenn nicht alle Entscheidungen wegen zu hoher preislicher Differenzen, wie auch aus technischen Bedingungen, in Richtung Ökologie entschieden werden können, so liegt dieser Aspekt nicht als Zusatz-, sondern als Grundgedanke vor. Diese Herausforderungen sind grundlegende Motivation im Unternehmen.

Im Bereich der Verpackung setzen wir auf Mehrwegkisten. Der Einsatz der Kisten erlaubt eine Kreislaufwirtschaft, die es ermöglicht, die gekauften Kisten über viele Jahre – meist mehr als zehn Jahre – im Einsatz zu halten. Damit ist ein Verzicht auf Einwegverpackungen fest- und umgesetzt. Die Herstellung der Kisten erfolgt in Deutschland und unterliegt den bundesdeutschen rechtlichen

Bestimmungen, sodass die Frage zur Einhaltung der Menschenrechte positiv beantwortet werden kann.

2017 verabschiedete sich die Rheinsberger Preussenquelle von der Abfüllung einer Bag-in-Box-Abfüllung (5 Liter), aufgrund einer nicht der Firmenphilosophie entsprechenden Papp- und Kunststoffverpackung und fehlender ökologischer Alternativen.

Ende 2022 wurde die Abfüllung für Private-Label-Kunden in 18,9 Liter Gallonen aus gleichen ökologischen Gründen eingestellt, sodass seither eine 100%-Glasmehrweg-Nutzung kommuniziert werden kann.

In einem mehrmonatigen Entwicklungsprozess und in enger Zusammenarbeit mit dem Hersteller wurde 2022 auf ein Phosphorsäure-freies Reinigungsmittel im Produktionsprozess umgestellt. Die Anforderungen im Reinigungsprozess sind komplex und müssen sowohl Umwelt- als auch Hygieneanforderungen gerecht werden. Das steht oftmals im Gegensatz zueinander. Umso erfreulicher ist, dass 2022 der Einsatz von Phosphorsäure im Reinigungsprozess ausgeschlossen werden konnte.

Für die Erweiterung der Produktionsanlage wurde eine Niedrigenergie-Waschmaschine eingebaut. Diese wird mit Heißwasser statt mit Dampf betrieben. Der energieintensive Verdampfungsprozess kann also in diesem Bereich entfallen. Ebenso wurde ein erster E-Stapler in Betrieb genommen.

Bei Einkäufen für Marketing und Merchandising-Produkte wird auf CO₂-Neutralität geachtet. Wenn diese nicht gegeben ist, wird die CO₂-Freistellung durch die Rheinsberger Preussenquelle gewährleistet und findet in der Firmenberechnung Berücksichtigung. Diese werden

nicht nur kompensiert, sondern überkompensiert.

Der Bezug von Werbemitteln und auch die Gestaltung werden möglichst klimaneutral umgesetzt. Lieferanten, die diesem Anspruch nicht genügen, werden über unsere Jahresbilanzierung klimaneutral gestellt.

→ Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Ökologische Kriterien müssen zwingend immer in die Entscheidungsfindung einfließen. Diese müssen technisch umsetzbar sowie verfügbar sein und preislich im Verhältnis stehen. Es muss auf jeden Fall eine Abwägung erfolgen.

Für die Energieversorgung werden ausschließlich ökologische Energien verwendet. Die Umstellung des Stromvertrages erfolgte 2015, gefolgt von der Gasversorgung. Der Gasanbieter bezieht sein Gas ausschließlich aus Abfallverwertung und nicht aus Maisanbau.

Die Kohlensäure im Getränkebereich ist üblicherweise ein Abfallprodukt der Kunstdüngerherstellung. Der Bezug dieser technischen Kohlensäure ist nicht mit unserem Verständnis von Boden- und Wasserschutz vereinbar. Unser Bedarf an Kohlensäure wird ausschließlich über natürliche Quellsäure abgedeckt. Die Verwendung dieser Kohlensäure wird 1:1 in unserer Klimabilanz berücksichtigt.

Bei Etikettenpapier wird FSC-zertifiziertes Papier verwendet. Als Kleber wird ausschließlich veganer Leim verwendet. Im Mitarbeiterbereich kommen Bio-Reinigungsmittel zum Einsatz.

← Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Die Rheinsberger Preussenquelle hat sich in ökologischer Sicht deutlich höhere Maßstäbe gesetzt als ihre Mitbewerber im Mineralwasserbereich und im Bio-Segment.

Da die Hauptzutat unseres Produktes „Wasser“ ist, das wir aus einer örtlichen Brunnenbohrung in 170 Metern Tiefe beziehen, müssen wir uns selbst als Hauptlieferant sehen und bewerten.

Die ökologisch höchsten Maßstäbe im Mineralwasserbereich bildet der Anforderungskatalog der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. ab. Dieser beinhaltet eine deutlich höhere Analysetätigkeit, die den Nachweis einfordert, dass keine – in einfacher Form gesagt – von Menschenhand verursachten Rückstände im Mineralwasser nachzuweisen sind. Der Kriterienkatalog wird kontinuierlich erweitert. Im Vergleich zur gesetzlichen Vorgabe (Mineral- und Tafelwasserverordnung), liegen die Anforderungen der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser weit über den gesetzlichen Verpflichtungen. Darüber hinaus ist ein Nachweis zur Förderung der ökologischen Landwirtschaft zu erbringen.

Die Anforderungen im Einkauf beginnen mit der Motivation des Unternehmens, Ökologie und Nachhaltigkeit ständig mit zu bedenken und konzeptuell weiterzuentwickeln. Wir wollen echte Nachhaltigkeit aufbauen, die wissenschaftlicher Überprüfung standhält. Dies entspricht auch dem Wunsch der Verbraucher*innen.

So gleicht die Rheinsberger Preussenquelle alle entstandenen Emissionen in der Beschaffung aus.

Unser Unternehmen hatte bereits 2017 Klimaneutralität erreicht und überkompensiert mittlerweile sogar den verursachten CO₂-Ausstoß. Als Berechnungsgrundlage liegen intern gesammelte Daten aus der Produktion, dem Einkauf und anonymisierte Transportdaten von Großhändlern vor. Damit betrachten wir nicht nur die direkt und indirekt selbst erzeugten Emissionen (Scope 1 & 2), wie es allgemein üblich ist, sondern nehmen auch auf den größten CO₂-Verursacher, den Transport (Scope 3) ins Visier.

Die Daten werden mit Unterstützung des Unternehmens Soil & More Impacts in Hamburg zu einer CO₂-

Bilanz zusammengefasst. Diese werden dann noch zusätzlich unabhängig durch die GUTcert GmbH geprüft und unter Vorlage der Kompensationsnachweise zertifiziert. Details zur Berechnung finden sich in unserer Umwelterklärung (siehe www.preussenquelle.de).

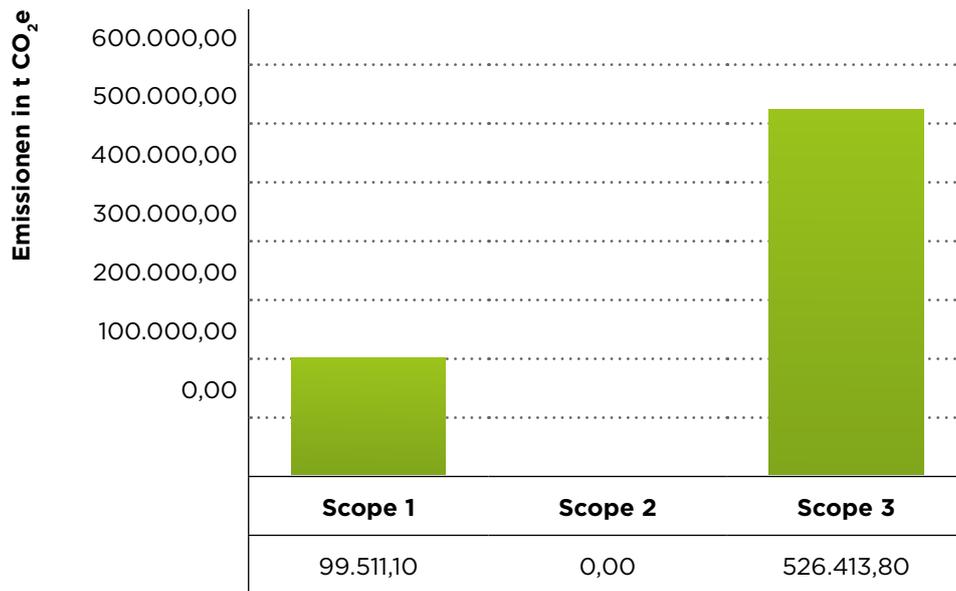
Die Kompensation erfolgt über Moorrenaturierung in Niedersachsen. Die Überkompensation durch Humus-bildende Maßnahmen (z. B. Anbau von Klee gras) mit den Biohöfen Engemann und Dannwisch.



Impressionen von Bio-Betrieben, die durch die Rheinsberger Preussenquelle unterstützt werden.



Gesamtemissionen nach Scope im Jahr 2021



Die Rheinsberger Preussenquelle verwendet ausschließlich Mehrwegglas und hat sich von Einwegvarianten getrennt. Fast alle Mineralbrunnen, inklusive Bio-Mineralbrunnen verwenden Polyethylenterephthalat (PET) als Verpackungsmaterial, was für uns absolut nicht in Frage kommt.

Zu guter Letzt: für die Rheinberger Preussenquelle ist es selbstverständlich, dass die von ihr benötigte Energie (Strom und Gas) aus regenerativen Quellen stammt.

So soll beispielsweise der Einkauf von nachhaltigen Büromaterialien für den Verwaltungsbereich verbessert werden.

- Im Verwaltungsbereich sollen nachhaltige Büromaterialien eingekauft werden, was aktuell nur teilweise gelingt. Der Entwicklungsprozess wird kontinuierlich fortgesetzt.
- Potential: Konkretere Kriterien formulieren, damit es für außenstehende greifbarer und systematischer wird. Qualitative Abfragen sind dafür auch geeignet, nicht nur quantitative

→ Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir werden sowohl unsere Kriterienkataloge für Nachhaltigkeit im Unternehmen insgesamt weiterentwickeln, um diese für Außenstehende noch greifbarer zu machen. Zudem ist angestrebt, die bestehenden Anstrengungen stetig zu optimieren.

A3Negativaspekt:

Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

Wir können bestätigen, dass wir, trotz Sand für Glasflaschen und Plastik in den Kisten, verhältnismäßig wenig Umweltauswirkungen in der Zulieferkette, auch bedingt durch die firmeneigene Kompensation bzw. Umweltschutzmaßnahmen, haben.

**A4**

Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Die Beziehungen zu den direkten Lieferanten basieren auf langjähriger Zusammenarbeit und Vertrauen. Es finden regelmäßige Gespräche statt. Über jede Preisänderung, Neuentwicklung u. Ä. werden wir stets auf dem Laufenden gehalten und mit einbezogen.

Die Vorstufen zu Einkaufsprodukten sind nur teilweise bekannt. Transparenz und eine Kommunikation auf Augenhöhe werden versucht umzusetzen. Allerdings gibt es hier besonders im Glas- und Chemiebereich (Quasi-)Monopolstellungen, die dies unmöglich machen.

→ **Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?**

Wir suchen den Kontakt zu Lieferant*innen und bauen langfristig angelegte Beziehungen auf. Die Ansprechpartner*innen sind in vielen Betrieben bekannt, sodass schwierige Themen, zum Beispiel Preisanpassungen offen angesprochen werden können.

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.

Der Anteil liegt bei 20%.

Lieferantentabelle

Produkt(gruppe)	Lieferstufe (1st-End)	Lieferant
Wasser	1	Landesumweltamt Brandenburg
Kästen	1	Ringoplast
Neuglas	1	Hillebrandt Glas (Großhandel)
	2	(Glashütten)
Etiketten	1	Goetz + Müller
Öko-Strom	1	MVV
Waschchemikalien- produzent	1	Wigol
Werbeagentur	1	Eberle
div. Dienstleistung (Autovermietung, Lebensmittel, Buch- haltung etc.)	Muttergesellschaft	Terra
Städtische Trink- wasserversorgung	1 / Potenziell Mitbewerber	TAV Lindow-Gransee
Anlagen	1 / Investitionen / Ersatzteile	Markl
Verschlüsse	1	Metallwaren-Fabrik Wipperfürth
Tech. Bedarf (Han- delsplattform ähnl- lich Amazon)	1	Mercateo
Filter	1	Pall
Produktanalyse	1	MLUA
Gase	1	Linde
Steuerberatung	1	Stb. Bartsch
Elektronikhandel	1	ifm electronic
Logistik	1	Oelrich
QS		Inst. Romeis
Anlagen		ATB
Kompensation		v. Bismarck Ackerbau

Lieferantentabelle

Produkt(gruppe)	Lieferstufe (1st-End)	Lieferant
Drucktechnik	1	Bluhm Systeme
		Synergy Consultants
		IFCS
		Telekom
Anlagen - Wartung		Cavitator Systems
Laborbedarf		VWR
Gasbezug		Naturstrom



Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Allgemeine Informationen zu B Geldgeber:

→ Wie sind Rechtsform und Eigentumsverhältnisse?

Die Rheinsberger Preussenquelle ist eine 100%ige Tochter der Terra Naturkost Handels KG in Berlin.

→ Wie sind Mitsprache und Gewinnverteilung vertraglich festgelegt?

Das Unternehmen wurde 2014 von der Terra Naturkost Handels KG übernommen. Mit der Erweiterung der Produktionsanlagen und dem Neubau einer Lagerhalle ist eine langfristige Investition getätigt worden. In einem 100%-Verdrängungswettbewerb musste die Marke

aufgebaut und entwickelt werden. Ein detaillierter Entwicklungsplan wurde aufgestellt. Vorrangiges strategisches Ziel ist, Umsatzwachstum zu generieren.

Eine Mitarbeiterbeteiligung ist zum derzeitigen Zeitpunkt nicht geplant und wird zu einem späteren Zeitpunkt neu besprochen.

Die Maßnahmen zur Zielerreichung werden im Managementkreis und in einem erweiterten Lenkungskreis erarbeitet und von der Muttergesellschaft freigegeben.

Auf hohe Transparenz wird von allen Seiten Wert gelegt. Durch monatliche Abgleiche und einer wöchentlichen Lageberichtserstattung erfolgt die Umsetzung der eingeforderten Transparenz.

B1

Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

← Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Da Terra Naturkost als Muttergesellschaft 100%iger Kapitalinvestor ist, gibt es keinen Anlass, andere Möglichkeiten zum Gewinn von Eigenmitteln in Erwägung zu ziehen.

→ **Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?**

Zum aktuellen Zeitpunkt ist diese Frage für uns nicht gegeben. Die Umsetzung der Finanzplanungen hat Priorität. Die künftige Beteiligung von Berührungsgruppen wird nicht prinzipiell ausgeschlossen.

← **Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?**

Diese Frage ist für uns nicht relevant, da keine Mittel aus Fremdkapital bezogen werden.

B2

Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

→ **Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?**

Seit der Gründung der Rheinsberger Preussenquelle gibt es einen Plan für den Weg in die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens. Allen Eigentümern und Geldgebern ist bewusst, dass es einen festgelegten Zeitrahmen benötigt, bis sich das Unternehmen in einem vollbesetzten Markt etabliert. In monatlichen Managementtreffen mit der Muttergesellschaft Terra Naturkost werden Plan- und Ist-Zahlen verglichen und der Fortschritt der geplanten Maßnahmen kommuniziert.

Dem Lenkungskreis, zusammengesetzt aus den Abteilungsverantwortlichen, obliegt es, die vereinbarten Maßnahmen und Unternehmensziele umzusetzen und die gesetzten Planzahlen zu erreichen.

Vertriebsplanung, Kostenplanung und Personalentwicklung sind in der Kurz- und Langzeitplanung aufgestellt, so dass ein Soll-/Ist-Vergleich monatlich durchgeführt werden kann.

Die vertrieblichen Ziele liegen dabei in der Erhöhung der Absatzstellen im Handel und in der Gastronomie. Die vorhandenen Produktionskapazitäten reichen aus. Mit einer Effizienzsteigerung ist die geplante Produktionsmenge 2025 innerhalb einer Schicht umzusetzen. Das bedeutet: Die geplante Umsatzsteigerung ist bei annähernd gleichen Fixkosten erreichbar.

← **Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?**

Derzeit gibt es keine Ausschüttungen. Zukünftige Gewinne werden an Terra Naturkost weitergeleitet, um die getätigten Investitionen auszugleichen.

Verifizierende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit:	0 €
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben:	75.000 €
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben:	25.000 €
Anlagenzugänge:	0 €
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn):	0 €

Vom Gesellschafter werden Rücklagen für die benötigte Liquidität zurückgelegt.

B2

Negativaspekt:

Unfaire Verteilung von Geldmitteln

**Kann das Unternehmen bestätigen,
dass die Verteilung von Geldmitteln
trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?** ←

Das Unternehmen kann bestätigen,
dass Geldmittel nicht unfair verteilt
werden.



B3

Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

In der Erweiterung des Unternehmens im Jahr 2014 wurden die Hauptinvestitionen in den Aufbau einer neuen Abfüllanlage und in den Bau einer neuen Lagerhalle gelegt. Eine Erweiterung der Bürogebäude hat nicht stattgefunden, sodass 2017 ein Büro-Container aufgestellt wurde, der als Übergangslösung dient und bis heute im Einsatz ist. Energie-mäßig liegen hier Verbesserungspotentiale vor.

→ **Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?**

Es besteht die Möglichkeit, einen Teil der Energie durch Wärmerückgewinnung zu optimieren. Überlegungen bestehen, sind jedoch aus Kostengründen bislang noch nicht umgesetzt worden.



Feldtag zum nachhaltigem Gärtnern in Rheinsberg 2023.

Mit dem benachbarten Heizkraftwerk der Stadt Rheinsberg besteht die Idee zur Nutzung von Fernwärme (Projektphase). Angedacht ist der Einsatz des warmen Rücklaufwassers aus den Haushalten in die Wärmegegewinnung zur Erzeugung von Wasserdampf. Ergebnisse liegen derzeit noch nicht vor.

Ein Einsatz von Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach der Produktion ist überprüft worden, aber aus statischen Gründen nicht umsetzbar. Aktuell erfolgt die Berechnung zur Nutzung von benachbarten Photovoltaik-Anlagen im Gewerbegebiet der Stadt Rheinsberg.

Die Rheinsberger Preussenquelle ist in kontinuierlicher Besprechung mit Landwirt*innen, dem Landschaftspflegeverband Prignitz-Ruppiner Land e.V. und dem Naturpark Stechlin-Ruppiner Land zur Erweiterung der ökologisch genutzten Fläche im Quelleinzugsgebiet. Die Rheinsberger Preussenquelle übernimmt zudem die Kosten für die Umsetzung

von Landwirtschafts- und Feldtagen. Jede Erweiterung dient dem langfristigen Schutz der Wasserqualität und damit dem Schutz des Unternehmens.

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Investitionen in Verbesserungspotentiale, wie den Bau eines ökologisch-nachhaltigen Bürogebäudes, werden nach Erreichen der gesetzten Ziele umgesetzt.

Förderprogramme wurden geprüft. Bislang konnte kein schlüssiges bzw. passendes Förderprogramm gefunden werden.

Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?

Wir vermeiden möglichst Marketingkosten und setzen diese lieber sinnvoll in ökologisch-nachhaltige Projekte, die dann über die Social-Media-Kanäle, Website, Veranstaltungen sowie in einem Newsletter kommuniziert werden.



Feldtag zu ökologischen Landwirtschaftsmaßnahmen in Banzendorf 2022.

→ Landwirtschaftstage und Feldtage:

Finanziert werden Landwirtschafts- und Feldtage, zu denen Landwirt*innen, Handel und Interessierte eingeladen werden, um auf die Notwendigkeit zur Erweiterung der ökologischen Landwirtschaft und auf die Notwendigkeit des Wasserschutzes hinzuweisen. Die Veranstaltungen sind öffentlich. Als Referent*innen werden Fachleute engagiert, die zu speziellen oder aktuellen Themen berichten. 2020 wurde ein digitaler Landwirtschaftstag umgesetzt. 2021 konnte nach der Corona-Zeit ein weiterer Landwirtschaftstag vor Ort in Menz gestaltet werden. Die Aufwendungen liegen je nach Format zwischen 1.000,- € und 5.000,- €.

→ CO₂-Kompensation:

Ein wichtiges Thema ist für uns die CO₂-Kompensation. Die dazu notwendigen Daten werden unterjährig dokumentiert und am Ende des Geschäftsjahres zusammengeführt.

Sämtliche Emissionen aus allen drei Scopes finden Berücksichtigung. Vom Einkauf bis zu den Endverbraucher*innen werden die Emissionen ermittelt – das ist deutlich mehr als gefordert. Die Berechnung der Transport-Emissionen von Rheinsberg zum Großhandel, dann zum Einzelhandel, bis zu den Endverbraucher*innen und zurück zur Firma werden über interne Daten, Großhandelsangaben und statistische Werte ermittelt. Die Daten werden von Soil & More Impacts berechnet und durch den TÜV-Nord zertifiziert.

Die Kompensation und Überkompensation erfolgt über namhafte Bio-Landwirt*innen durch Humusaufbau in der Nähe von Erfurt und in Schleswig-Holstein sowie durch Moorrenaturierungsmaßnahmen in Niedersachsen. Wir legen Wert da-

rauf, die Partner*innen und Projekte zu kennen. Im Berichtszeitraum wurden 22.111,- € zur Umsetzung der Maßnahmen investiert.

Fuhrpark: ←

Generell gilt, dass Fahrzeuge möglichst lange genutzt und damit ihre gesamte Laufzeit eingesetzt werden. Einen frühzeitigen und Ressourcen ausbeutenden Austausch zu Neuwagen lehnen wir ab.

2022 wurde nach 520.000 Kilometer Fahrleistung der Firmenwagen des Geschäftsführers ausgetauscht .



Feldbegehung beim Partnerbetrieb Biolandhof Engemann.

Ökologische Begrünung: ←

Umgesetzt wurde die Begrünung des Büro-Containers, die in Zusammenarbeit mit der Heinz Sielmann Stiftung unter ökologischen und Artenvielfaltsaspekten umgesetzt wurde. Damit wurde zusätzlich eine bessere Isolierung in den Sommermonaten erreicht.



Containerbegrünung auf dem Gelände der Rheinsberger Preussenquelle.

→ In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

In der Zusammenarbeit mit dem Naturpark Stechlin-Ruppiner Land wurden mehrere sozial-ökologische Projekte umgesetzt, die im folgenden vorgestellt werden:

2015: Sanierung einer Sohlgleite zum Schutz des Wasserstandes im Schulzensee, im Wassereinzugsgebiet der Rheinsberger Preussenquelle.
Kostenbeteiligung 5.000,- €

2016: Restaurierung von zwei Fischadlerhorsten im Erholungsgebiet rund um Rheinsberg.
Kostenübernahme: 4.000,- €

2021: Mitfinanzierung des Buches „Der Stechlin“
Kostenbeteiligung: 2.500,- €

2019 bis 2021: Umstellungsförderung: Begleitung zur Umstellung auf ökologische Landwirtschaft eines 15ha großen Feldstücks bei Binenwalde. **Unterstützung in Höhe von 2.500,- € pro Jahr**

2020: Erste Verleihung des firmeneigenen Nachhaltigkeitspreises „Nachhall“ an fünf private Initiativen.
Preisgeld 7.500,- €

2022: Erweiterung des Wanderweges Rheinsberg und Erosionsschutz durch **Pflanzung von 25 Eichen.**

2022: Verleihung des zweiten Nachhaltigkeitspreises „Nachhall“ an fünf private Initiativen rund um das Thema Ökologie, Nachhaltigkeit und Wasserschutz.
Preisgeld: 5.000,- €

Verifizierende Indikatoren

Investitionsplan 2021:	22.500 €
Realisierung der ökologischen Investitionen 2021:	25.900 €
Finanzierte Projekte:	0 €
Fonds-Veranlagungen:	0 €

B3Negativaspekt:

Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenkliche Ressourcen aufbaut. Das würde unseren Firmen-grundsätzen widersprechen.

**B4**

Eigentum und Mitentscheidung

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?

→ **Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?**

Die Terra Naturkost Handels KG ist der 100%ige Eigentümer der Rheinsberger Preussenquelle GmbH. Es ist vertraglich geregelt, dass Verluste über die Muttergesellschaft getragen werden.

→ **Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?**

Eine Eigentumsbeteiligung von außen ist derzeit nicht vorgesehen. Zu gegebenem Zeitpunkt wird es diese Option möglicherweise geben.

Entscheidungsgrundlagen werden in monatlichen Management-Meetings aufgestellt. Der Kreis setzt sich aus dem kaufmännischen Leiter der Muttergesellschaft, dem Geschäftsführer der Rheinsberger Preussenquelle und einem externen Berater zusammen. Der Jahresplan wird monatlich anhand der betriebswirtschaftlichen Auswertung sowie eines Vertriebs- und Produktionsberichtes abgeglichen. Maßnahmen werden festgelegt und als Zwischenziele definiert. Die monatlichen Treffen, die sowohl vor Ort wie auch als Online-Konferenz stattfinden, werden ergänzt durch wöchentliche Lageberichte. All das schafft eine hohe Transparenz zwischen der Mutter- und Tochtergesellschaft. Der kaufmännische Leiter der Muttergesellschaft berichtet monatlich an den Gesellschafter.

→ **Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?**

In den letzten Jahren hat sich die Eigentümerstruktur nicht verändert.

Verifizierende Indikatoren

Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent auf
(Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100%):

Unternehmer*innen: 100%	Lieferant*innen: 0%
Führungskräfte: 0%	Weiteres Umfeld: 0%
Mitarbeiter*innen: 0%	Nicht mittätige Kapital-Investor*innen: 0%
Kund*innen 100%: 0%	

B4

Negativaspekt:

Feindliche Übernahme

← **Kann das Unternehmen bestätigen,
dass keine feindlichen Übernahmen
erfolgt sind?**

**Falls nicht, ist dieser Negativaspekt
nach Vollbilanz zu berichten.**

Wir können bestätigen, dass keine
feindlichen Übernahmen erfolgt sind.



Mitarbeitende

C1

Menschenwürde am Arbeitsplatz

→ Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Wir sind ein kleines, mittelständiges Unternehmen mit 25 Mitarbeiter*innen. Bei dieser Unternehmensgröße kennen sich alle untereinander.

Hierarchien sind bei uns flach gehalten und es gibt klare Aufgaben sowie Verantwortungsbereiche. Mitarbeiter*innen in Leitungsfunktionen sind keine „Machtinhaber“, sondern „Hutträger“, die Verantwortung für einen Bereich übernehmen. In einem Organigramm sind die Arbeitsplätze mit Stelleninhabern benannt. Es gibt eine klare Vertretungsregelung.

Die Unternehmenskultur baut auf eine weitgehende Transparenz und eine offene Kommunikation. Die Ansprache wird im gesamten Unternehmen in der „Du“-Form gehalten. Trotz lockerem Umgang wird ein respektvolle Haltung, eine hohe Sachlichkeit bei Entscheidungen und die Umsetzung von Zielen eingefordert.

Fehler können passieren und müssen gemeldet werden, ohne dass Sanktionen befürchtet werden müssen.

Alle Arbeitsplätze werden als gleichwertig angesehen. Jede/jeder Mitarbeiter*in hat eine wichtige Funktion zu meistern. Fällt ein Zahnrad aus, dann funktioniert das gesamte

Getriebe nicht. Daher gibt es keine „wichtigen“ oder „weniger wichtigen“ Rollen im Unternehmen.

Diese Einstellung ist noch nicht jedem/r Mitarbeiter*in präsent, und ein „altes“ Rollendenken stellt sich zuweilen ungewollt ein. Insbesondere bei Neueinstellungen und wenn Hierarchien beim vorherigen Arbeitgeber stärker gelebt wurden. Es ist also ein Prozess, die vom Unternehmen ungewollte Einstellung von „Oben“ und „Unten“ aufzulösen. Führungskräfte, also Abteilungsleiter*innen, Schichtleiter*innen sowie Beauftragte haben unter der Gleichwertigkeits-Sichtweise ihre Lenkungs- und Verantwortungsaufgabe uneingeschränkt zu übernehmen. Ein respektvoller Umgang ist dabei zu berücksichtigen.

Aufgrund vieler Neuzugänge in der Nach-Corona-Zeit wird es eine wichtige Aufgabe in den nächsten Jahren sein, die Arbeitsweisen der unterschiedlichen Generationen in den nächsten Jahren zu harmonisieren.

Kommunikation: ←

In unserem Unternehmen gibt es regelmäßige Abstimmungen und Besprechungsrunden auf Abteilungs- und Unternehmensebene. Es ist gewünscht, dass sich jede/jeder Mitarbeiter*in aktiv an allen Gesprächen beteiligt.

Bei Engpässen hat jede/jeder Mitarbeiter*in die Möglichkeit, in anderen Bereichen auszuhelfen. So wird die Produktion auch durch Verwaltungs-

mitarbeiter*innen unterstützt. In der Hauptsaison wird die Flaschensortierung durch alle Abteilungen inklusive Geschäftsführung umgesetzt.

An den Geschäftsführer kann sich jede/r Mitarbeiter*in persönlich und ohne Wartezeiten wenden.

Einmal im Jahr gibt es eine Mitarbeiterversammlung und unterjährig wird in kleineren, gemeinsamen Runden der aktuelle Stand des Unternehmens durchgegeben.

Wenn die Zeit zum Austausch von Mitarbeiter*innen eingefordert wird, so wird diese gewährt.

Konflikte werden anhand von Konfliktgesprächen versucht auszugleichen. Bei länger anhaltenden Problemen oder Unstimmigkeiten zwischen Abteilungen wird bei Bedarf ein Coach hinzugezogen.

Die wirtschaftliche Lage des Unternehmens und die zentralen Ziele bis 2025 sind den Kolleg*innen bekannt.

Bei Einstellungsgesprächen wird das Mutter-Tochter-Verhältnis zwischen Terra Naturkost und der Rheinsberger Preussenquelle dargestellt sowie die Zielsetzung genannt. Damit ist jede/r neue Mitarbeiter*in über die Aufgabe, das Unternehmen in die wirtschaftliche Unabhängigkeit zu führen, informiert.

Konkrete Ergebniszahlen werden nicht genannt, da diese nur mit fachlichen Kenntnissen bewertet werden können. Dafür aber Absatz- und Umsatzzahlen, sowie prozentuale Entwicklungen und inwieweit das Jahresergebnis erreicht wurde.

sich einbringen. Raum für Besprechungen und Austausch wird gegeben. Es wird von der Geschäftsführung immer wieder aufgerufen und Gelegenheiten gegeben, Verantwortung zu übernehmen.

Generell wird jedem/r Mitarbeiter*in ein Vertrauensvorschuss gegeben, so dass er oder sie sich in der Aufgabe beweisen und entwickeln kann. Erst bei Nicht-Erreichen von Vorgaben oder bei Abweichungen von gewünschten Entwicklungen werden engere Leitplanken gesetzt.

Feedbackgespräche bringen einen gegenseitigen Abgleich des aktuellen Arbeits- und Wissenstandes, so dass rechtzeitig korrigiert werden kann.

Zum Jahresende werden mit jedem/r Mitarbeiter*in Jahresgespräche geführt. Darin wird ein schriftlicher Rückblick vortragen und die Ziele des kommenden Jahres vorgestellt. Damit ist sichergestellt, dass alle Mitarbeiter*innen den gleichen Wissensstand erhalten. Daran anschließend, wird individuell über die jeweilige Entwicklung gesprochen und beidseitige Kritikpunkte sowie Wünsche ausgesprochen und aufgenommen.

Aufgrund des ungewöhnlich hohen Personalwechsels nach der Corona-Pandemie kann ein recht hoher Knowhow-Verlust beklagt werden. Für 2022 galt es, nach Neubesetzung der Arbeitsplätze den Wissensstand wiederherzustellen. Dazu wurden Personalfragebögen aufgestellt, die eine Selbsteinschätzung an den einzelnen Arbeitsbereichen abfragen und mit der Einschätzung des Abteilungsleiters verglichen wurden. Nach Auswertung wurden individuelle Schulungen abgestimmt. Der Abfrageprozess wurde nach weiteren Wochen wiederholt und der Verbesserungsprozess festgestellt.

→ Verantwortung und Verantwortungsförderung:

Es ist vom Unternehmen gewollt, dass Mitarbeiter*innen Verantwortung übernehmen. Jede/r Mitarbeiter*in darf und soll

Eine Weiterverfolgung ist in 2023 und 2024 notwendig. Schulungspläne müssen aufgestellt und in die Füllplanung mit aufgenommen werden.

In der Produktion ist die Selbstorganisation der Mitarbeiter*innen durch festgelegte Arbeitsabläufe und Hygienevorschriften eingeschränkt. Änderungsvorschläge können den Vorgesetzten mitgeteilt werden.

→ **Selbstorganisation:**

Einmal im Monat findet vor Ort oder per Online-Konferenz ein Management-Meeting statt. Der Kreis besteht aus dem kaufmännischen Leiter der Muttergesellschaft, aus dem Geschäftsführer der Rheinsberger Preussenquelle und einem externen Berater. Zu speziellen Abteilungsthemen werden die Abteilungsleiter*innen hinzugeschaltet. In diesem Kreis werden die vereinbarten Jahresziele mit den aktuellen Monatsberichten abgeglichen. Daraus werden gegebenenfalls Maßnahmen abgeleitet.

In einem Lenkungskreis, der sich aus den jeweiligen Abteilungsleiter*innen zusammensetzt, werden mindestens einmal monatlich die Abteilungsergebnisse besprochen und weiterentwickelt. Es besteht ein hoher Gestaltungsspielraum in den Gesprächsrunden, so dass alle Vorschläge gehört und besprochen werden. Alle Punkte werden protokolliert.

Die Maßnahmen tragen die Abteilungsleiter*innen zu ihren Mitarbeiter*innen weiter. Damit ist eine weitgehende Transparenz zu allen Kolleg*innen aufgebaut.

Zusätzlich gibt es spezielle Arbeitskreise wie zu den Themen: Technik, Hygiene, Umwelt, HCCP, VCCP, Produktsicherheit.

Der Lenkungskreis bestand bis 2022 aus vier Mitarbeitern, die 2023 auf sieben Personen erweitert wurde. Damit ist man dem gewünschten Teamverständnis deutlich nähergekommen. Aus „Koalitionsverhandlungen“ wurden gemeinsam verabschiedete Lösungsansätze.

An den unterschiedlichen Anlagen soll eine Rotation der Mitarbeiter*innen aufgebaut werden, so dass jeder/jede Mitarbeiter*in alle Anlagen bedienen kann und die Aufgaben abwechslungsreicher werden. Dies ist ein Prozess, dessen Zielerreichung über Knowhow-Aufbau zu erreichen ist. Die Anfänge sind gemacht, müssen aber weiterentwickelt werden.

Die Arbeitszeitgestaltung (ausgedehnter Einschichtbetrieb) in der Produktion wird von der Betriebsleitung für die jeweils nächste Woche vorgegeben. Auf einzelne Mitarbeiteranfragen wird soweit Rücksicht genommen, wie es die Funktionalität und Effektivität der Produktion zulässt. Idealerweise stimmen sich die Mitarbeiter*innen untereinander ab und legen Vorschläge vor, die die privaten und die betrieblichen Interessen miteinander vereinen.

Einmal im Jahr findet der sogenannte „Wasserbotschaftertag“ statt. An diesem, mit einem Coach begleiteten Tag, werden speziell anstehende Themen erarbeitet und allgemein an der Teambildung gearbeitet. Das Treffen findet außerhalb des Unternehmens an unterschiedlichen Orten statt; idealerweise in einem passenden ökologischen oder gemeinwohlorientierten Umfeld. So fand 2022 der Wasserbotschaftertag im Stechlin-Institut statt, das beiden Kriterien in vollem Umfang entspricht.

Im Aufenthaltsraum werden aktuelle Themen sowie monatliche Vertriebsergebnisse mit Vorjahresvergleich ausgehangen. Ebenfalls werden Fachzeitschriften und Mitteilungen

aus dem Branchen-Presserverteiler zur Verfügung gestellt. Fachliteratur wird ebenfalls ausgelegt oder kann nach Anfrage bestellt werden.

vegane Alternativen wird zu einer gesunden Ernährungsweise inspiriert. Literatur und Magazine zur gesunden Ernährung werden ausgelegt und zum Ausleihen angeboten.

→ Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

Die Krankheitsquote in der Corona-Zeit lag bei 10%. Diese wäre unter normalen Umständen deutlich zu hoch, was unter den besonderen Umständen der Pandemie aber als tolerierbar angesehen wird (Krankheitsausfall, Kinderbetreuung).

Es ist besonders darauf hinzuweisen, dass bei Ausfall von nur wenigen Mitarbeiter*innen in der Produktion, die Produktionsfähigkeit schnell in Frage gestellt werden muss. Eine bestimmte Anzahl an geschulten Mitarbeiter*innen ist notwendig um den Produktionsablauf zu sichern. Daher ist die Erhaltung der Gesundheit ein wichtiger Aufgabenbereich des Unternehmens.

Der Gesundheitsaspekt hat, neben weiteren Gründen, dazu beigetragen, sich von der körperlich belastenden Gallonenabfüllung zu verabschieden.

In 2023 ist eine Kooperation mit der AOK zur Gesundheitsförderung geplant.

An einem abgestimmten Tag wird die Möglichkeit angeboten, sich freiwillig über Ausgleichsübungen am Arbeitsplatz zu informieren. Ebenfalls sollen Hinweise zur Verbesserung des Arbeitsplatzes aus gesundheitlicher Sicht gegeben werden.

Über eine regelmäßige Auswahl an Obst- und Gemüse im Pausenraum sowie abwechselnde Bio-Snacks und

← Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Wir verstehen uns als weltoffenes und multikulturelles Unternehmen auch wenn der Vertrieb bewusst, aus ökologischen Gründen, auf den regionalen Markt beschränkt ist. Diversität ist gewünscht. Bei Einstellungen spielen kulturelle oder geschlechterspezifische Gründe keinerlei Rolle.

Dennoch ist die Verteilung mit 17 männlichen und sechs weiblichen Mitarbeiter*innen in 2021 nicht ausgeglichen. Dies erfolgt nicht aus unternehmerischen Gründen, sondern aus der Verfügbarkeit von Personal. Für Aufgaben in der Produktion und Technik bewerben sich fast ausschließlich Männer, sodass in der Produktion 2021 nur eine Frau in der Belegschaft arbeitete.

In Leitungspositionen befanden sich 2021 eine weibliche und zwei männliche Mitarbeiter*innen. In 2022 hat sich der Leitungskreis neu formiert.

In der Ausbildung befand sich 2021 ein Mitarbeiter mit Migrationshintergrund, der 2022 nach erfolgreicher Abschlussprüfung mit einem unbefristeten Vertrag übernommen wurde. Eine Labormitarbeiterin stammt aus Südamerika.

Aus der Belegschaft wurde bestätigt, dass generell jede/r neue Mitarbeiter*in willkommen ist und unabhängig von Herkunft, Ethnie oder Reli-

gion daran gemessen wird, ob die zu leistende Arbeit umgesetzt wird.

Im ländlich geprägten Rheinsberg ist das Diversitätsverständnis unter den Bürger*innen eher konservativ geprägt. Also gänzlich anders als es in der rund 80 Kilometer entfernten Bundeshauptstadt Berlin gelebt wird. Die Rheinsberger Preussenquelle mit ihrer stringenten ökologisch nachhaltigen Prägung und ihrer weltoffenen Ausrichtung wird mit ihren Aktionen oft als „Exot“ in der Region gesehen, die Dinge anders macht, als man es gewohnt ist.

Nicht zu unterschätzen ist im brandenburgischen Umfeld der verhältnismäßig hohe Anteil rechtsorientierter Gedankenströme. Das Unternehmen steht rechtsradikalen,

faschistischen und rassistischen Ansichten in vollem Umfange entgegen. Der Unternehmensleitung ist sich des rechtsorientierten Bevölkerungsanteils bewusst und damit auch der Thematik, dass Mitarbeiter*innen (vor allem bei Neueinstellung) eine konträre Meinung zur Unternehmensphilosophie mitbringen könnten.

Die Rheinsberger Preussenquelle hat sich frühzeitig der Thematik gestellt und vorbeugend professionelle Beratung eingeholt und steht in Verbindung mit einer regionalen Beratungsstelle. Das Selbstverständnis des Unternehmens wurde festgelegt und intern veröffentlicht. Es besteht die Aufgabe der Unternehmensleitung, eventuelle Auffälligkeiten direkt und persönlich anzusprechen.

Verifizierende Indikatoren

	2020	2021
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	6,1 Jahre	5,8 Jahre
Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene	64 Std. (3,2h/MA)	76 Std. (4h/MA)
Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)	12,59% (3.824 Krankstunden zu 30.368 Arbeitsstunden)	9,76 % (2.688 Krankstunden zu 27.548 Arbeitsstunden)
Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	0	0

	2020	2021
Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle	Schnittverletzungen Keine Meldungen an die Berufsgenossenschaft	Schnittverletzungen Keine Meldungen an die Berufsgenossenschaft
In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden	Keine (aufgrund Corona keine Präventionsangebote)	Keine (aufgrund Corona keine Präventionsangebote)
Kennzahlen zu Diversität		
Mitarbeitende nach Geschlecht	17 x männlich (73,9%), 6 x weiblich (26,1%)	17 x männlich (68%), 8 x weiblich (32%)
Führungskräfte nach Geschlecht	3 x männlich (75%), 1 x weiblich (25%)	3 x männlich (75%), 1 x weiblich (25%)
nach Alter	39,6 Jahre	41,3 Jahre
Elternzeit nach Geschlecht & Position	2 MA > männlich 100% / 312 Std.	0

C1

Negativaspekt:

Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen? ←

Das Unternehmen kann im vollem Umfang bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeit unterstützen.



Ausgestaltung der Arbeitsverträge

→ **Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?**

Es ist unser ureigenes Interesse, einen lebenswürdigen Verdienst an unsere Mitarbeiter*innen auszuzahlen, um eine möglichst langfristige Mitarbeiterbindung zu erreichen. Personal ist knapp und Fachkräfte (Technik, Elektrik, Fachkräfte für Lebensmitteltechnik) in der ländlichen Rheinsberger Umgebung zu gewinnen ist herausfordernd.

So wurde der Mindestverdienst und der Median aller Gehälter signifikant angehoben, was über einen Inflationsausgleich hinausging.

→ **Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?**

Momentan besteht keine Möglichkeit, den Verdienst im Unternehmen mitzubestimmen. Ziel ist es, die Mitarbeitenden Stück für Stück an dieses Thema heranzuführen, um diese für Gehälter-Gerechtigkeit zu sensibilisieren. Dazu gehören die Transparenz über die wirtschaftliche Lage des Unternehmens, das Erarbeiten eines wirtschaftlichen Verständnisses inklusive der Verhältnismäßigkeiten von Zahlen, damit diese bewertet werden können. In 2022 wird dieses Verständnis zuerst in den Lenkungs-kreis, sprich auf Abteilungsleitungs-ebene eingebracht und aufgebaut.

Intern gibt es einen Katalog (Qualifizierungen), nachdem die Gehälter ermittelt werden. Dieser ist jedoch nicht offen zugänglich.

← **Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?**

← **Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?**

Die Arbeitszeiten der Mitarbeiter*innen werden über ein Arbeitszeiten-erfassungssystem aufgenommen. Alle Kolleg*innen „stempeln“ beim Beginn der Arbeit, zur Pause und zur Pausenbeendigung sowie beim Verlassen der Arbeit (Feierabend). Das Zeitkonto erfasst die tatsächliche Arbeitszeit der Mitarbeiter*innen. Eine minutengenaue Angabe der Über- bzw. Minusstunden ist gewährleistet.

Außendienst-Mitarbeiternde (Vertrieb und Marketing) sowie der Geschäftsführer loggen sich in diesem Erfassungssystem nicht ein.

Überstunden sollen zeitnah abgebaut werden. Wir arbeiten mit einem Stundenkonto. Damit hat der/die Mitarbeiter*in die Möglichkeit, Überstunden zu erarbeiten (max. 40h), um diese für private Termine nutzen zu können. Überstunden müssen genehmigt und als angemessen von Schicht- bzw. Produktionsleitung abgezeichnet werden.

← **Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?**

Durch die offene Unternehmenskultur werden ehrenamtliche Aktivitäten, sofern möglich, unterstützt.

Folgende Aktivitäten von Mitarbeitenden konnten außerhalb des Unternehmens ermöglicht werden:

- **Acht Tage Freistellung als IHK-Prüfer**
- **Teilnahme bei der freiwilligen Feuerwehr**
- **Ehrenamtlicher Fußballtrainer**

Spontane Einsätze sind ebenfalls möglich, sofern der Produktionsablauf nicht ernsthaft gefährdet wird. Die anfallende Zeit wird als Urlaub bzw. Gleitzeit, je nach individuellem Wunsch, verbucht.

→ **Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?**

→ **Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?**

Der Betrieb ist in Verwaltungs- und Produktionsarbeit zu unterteilen. In der Verwaltung ist es erheblich einfacher Flexibilität zu gewährleisten als im Schichtbetrieb der Produktion.

In der Verwaltung gilt die Maßgabe, dass die Erreichbarkeit von 8.00 bis 17.00 Uhr wochentags und freitags von 8.00 bis 14.00 Uhr gewährleistet sein muss. Die Einhaltung einer Kernarbeitszeit von 9.00 bis 15.00 Uhr hat sich nicht bewährt und wurde 2017 abgeschafft. Seitdem herrscht weitgehend Selbstorganisation vor, wenn die Erreichbarkeit des Büros gewährleistet ist und die Arbeitsaufgaben umgesetzt werden.

Ein Mitarbeiter im Marketing arbeitet zu 100% im Homeoffice. Hier muss die Erreichbarkeit innerhalb der

Bürozeiten gewährleistet sein, was auch eine mobile Erreichbarkeit einschließt. Die eigentliche Arbeitszeit kann von Montag bis Freitag selbstbestimmt werden.

Im Außendienst ist eine weitgehende Selbstorganisation notwendig, da die Anforderungen in Handel und Gastronomie zeitlich unterschiedlich liegen. Hier wird dem Mitarbeiter eine sehr hohe Selbstorganisation ermöglicht, was auf einem gegenseitig entgegengebrachten Vertrauensverhältnis basiert.

In der Produktion ist die Selbstbestimmung der zeitlichen Einteilung aufgrund von Produktionsanforderungen deutlich begrenzter umsetzbar. Da wir bisher nur im 1,5 Schichtbetrieb pro Tag arbeiten, ist die vorhandene Flexibilität noch immer recht hoch. Es ist sogar so, dass Bewerbungen aufgrund des 1,5fach-Schichtbetriebs eingehen, da dies eine gute Planungsmöglichkeit für den Privatbereich möglich macht.

Ab 2023 werden Plan-Samstage für die Hochsaison bekanntgegeben (Sechs Samstage), wodurch mehr Planungssicherheit für Mitarbeiter und Firma ermöglicht wird.

Es werden zwei Teilzeitkräfte (ein Mann, eine Frau) beschäftigt. Von Zeitarbeitsfirmen wurden 2021 zwei Personen eingesetzt um saisonale Schwankungen und Unterbesetzung aufgrund Fluktuation auszugleichen. Der Aufbau von Überstunden konnte damit weitgehend vermieden werden.

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um einen Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten, sollen Überstunden zeitnah abgebaut werden. Die Arbeitszeitkonten werden regelmäßig von der Personalabteilung kontrolliert.

Das Arbeiten im Home-Office ist, sofern es die Art der Arbeit und die Besetzung im Unternehmen zulassen, möglich.

Der 1,5-Schichtbetrieb gewährt insgesamt eine sehr gute Möglichkeit, die Work-Life-Balance zu gewährleisten. Im unternehmerischen Umfeld stehen oftmals 3- oder 4-Schichtbetriebe im Vergleich, so dass die Arbeitszeiten in der Rheinsberger

Preussenquelle geschätzt werden.

Produktion an Wochenenden ist in der vergangenen Jahren nur vereinzelt (ein bis zwei Samstage) vorgekommen.

Für 2023 wurden Plansamstage (Sechs Samstage) festgelegt und im Januar für das komplette Jahr kommuniziert. Die Mitarbeiter*innen können langfristig ihr Wochenende planen.

Jedem Mitarbeiter stehen 24 Tage Urlaub zu. Nach jedem zweiten Zugehörigkeitsjahr wird ein weiterer Urlaubstag hinzugegeben. Eine Deckelung erfolgt bei 30 Tagen.

Verifizierende Indikatoren

	2020	2021	2022
Mindestverdienst (monatlich)	1.771,00 €	1.886,00 €	2.300,00 €
Maximalverdienst (monatlich)	7.500,00 €	7.500,00 €	7.500,00 €
Medianverdienst (monatlich)	2.593,00 €	2.300,00 €	2.700,00 €
Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)	40	40	40
Tatsächlich geleistete Überstunden	Aufgrund Systemwechsels nicht ermittelbar	-5,46	268,53

→ Verbesserungspotenziale/Ziele:

Über alternative Arbeitszeitmodelle soll in 2023 gesprochen werden. Die Vermeidung von Samstagsarbeit

durch eine Verlegung der Überstunden auf längere Wochenarbeitszeiten kann 2023 durch die Mitarbeiter*innen mit beeinflusst werden.

C2

Negativaspekt:

Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C3

Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

→ **Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?**

Es gibt aufgrund der Betriebsgröße keine Kantine für die Mitarbeiter*innen. Dafür einen Pausenraum, in dem die selbstmitgebrachten Speisen erwärmt werden können.

Um das Bewusstsein für ökologische Lebensmittel zu fördern stellt die Rheinsberger Preussenquelle Obst und Snacks, Kaffee, Getränke und natürlich Mineralwasser in Bio-Qualität zur Verfügung. Diese werden ausschließlich über den Bio-Groß-

handel bezogen. Wir fördern den Genuss von gesunden Lebensmitteln und gleichzeitig das Vertrautwerden mit anderen Produkten, Marken und Geschmacksrichtungen. Vorschriften werden den Mitarbeiter*innen nicht gemacht. Der Anteil der ökologischen-Verpflegung, die von der Rheinsberger Preussenquelle zur Verfügung gestellt wird, liegt zwischen 95% und 100%.

Bei der Bewirtung von Besuchen und der Verpflegung der Mitarbeiter*innen wird auf ein biologisches und vegetarisches, wenn möglich veganes Angebot geachtet. Der Bezug erfolgt über die Muttergesellschaft Terra Naturkost oder durch regionale Anbieter.

Es besteht außerdem für jede/jeden Mitarbeiter*in die Möglichkeit, Bio-Lebensmittel zu vergünstigten Preisen bei Terra Naturkost zu bestellen. Um die Produktpalette im Mitarbei-

ter*innen-Kreis noch bekannter zu machen werden immer wieder Musterbestellungen zur Verkostung im Pausenraum zur Verfügung gestellt.

→ Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

2021 fuhren 16 Mitarbeiter*innen per Pkw zur Arbeit, zwei nutzten öffentliche Verkehrsmittel und drei nahmen das Fahrrad zur Firmenerreichung.

Der Gründe dafür liegen unter anderem in der schlechten öffentlichen Anbindung. Darüber hinaus gibt es keine separaten Fahrradwege. Der Schichtbetrieb erschwert die Umsetzung von Fahrgemeinschaften.

→ Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Dem Unternehmen ist sehr daran gelegen, die Mitarbeiter*innen in ökologische Themen mit einzubeziehen und ein Bewusstsein für die dramatische Lage, in der sich die (Um-)Welt befindet, zu schaffen.



Regelmäßig treffen sich die Mitarbeiter*innen zur internen Klausur und Vorträgen.

Die Motivation der Mitarbeiter ist unterschiedlich zu bewerten. Bei Neueinstellungen ist das Vorhandensein eines ökologischen Bewusstseins zwar gewünscht, aber keine Voraussetzung. Dieses entwickelt sich meist erst über eine längere Betriebszugehörigkeit, weil sich jede/jeder Mitarbeiter*in mit dem Thema Wasser – das Grundlebensmittel überhaupt – täglich beschäftigt.

Es ist also Aufgabe der Firma, kontinuierlich an der Weiterbildung der Mitarbeiter zu arbeiten und Angebote aufzustellen. Genannt wurde bereits die Bereitstellung von Bio-Lebensmitteln im Betrieb und deren günstigerer Bezug über Terra Naturkost.

Folgende regelmäßige Veranstaltungen werden von der Rheinsberger Preussenquelle initiiert und finanziert. An diesen Veranstaltungen können Mitarbeiter*innen teilnehmen, sofern sie sich mit der Abteilungsleitung abgesprochen haben und freigestellt werden:

Landwirtschaftstag: ←

Jährlich lädt die Rheinsberger Preussenquelle in Partnerschaft mit dem Naturpark Stechlin-Ruppiner Land und dem Landschaftspflegeverband Prignitz-Ruppiner Land e.V. zu einem landwirtschaftlichen Thementag ein. Eingeladen werden Landwirt*innen, interessierte Bürger*innen, Verarbeiter*innen und Personal von Bildungseinrichtungen.

Ziel ist, die ökologische Landwirtschaft zu fördern und die Umstellung von konventioneller Landwirtschaft auf Ökolandwirtschaft voranzutreiben. 2022 wurden zum fünften Mal in Folge Referent*innen zu speziellen Themenfeldern eingeladen. So wurde 2022 das Thema „Trockenheit in Brandenburg“ aufgegriffen, von

unterschiedlichen Referent*innen aus Bildung, Politik und Landwirtschaft beleuchtet und ökologische Methoden vorgestellt. An der Veranstaltung nehmen in der Regel fünf bis sieben Mitarbeiter*innen teil, die die Veranstaltung betreuen und an den Fachvorträgen teilnehmen. Da die Produktion weiter in Betrieb sein muss, ist eine Teilnahme aller Mitarbeiter*innen nicht möglich. Insgesamt nehmen 40 bis 50 Personen am Landwirtschaftstag teil.

→ **Feldtage:**

Zwei Mal jährlich wird mit dem Naturpark und dem Landschaftspflegeverband zu so genannten „Feldtagen“ eingeladen. Vor Ort, also auf dem Acker, der Wiese oder dem Betrieb wird ein ausgewähltes Thema mit einem/r Fachreferent*in ausgearbeitet und vorgestellt. Zwischen dreißig und fünfzig Personen nehmen durchschnittlich teil. Auch hier steht den Mitarbeiter*innen eine Teilnahme frei und wird regelmäßig von zwei bis fünf Kolleg*innen wahrgenommen. Bisher behandelte Themen waren CO₂ Kompensation durch Humusbildung, Trockenheit in Brandenburg sowie Lupine als neue Anbau- und Vermarktungschance.

→ **Wasserbotschaftertag:**

Einmal im Jahr findet mit den Mitarbeiter*innen der sogenannte „Wasserbotschaftertag“ statt. Dieser dient dazu, aktuelle Themen aus dem Unternehmen aufzugreifen und die Sichtweise des Unternehmens bis in die Produktion hinein zu vermitteln. Bewusst werden Orte ausgesucht, die aus dem traditionellen Tagungsgedanken herausführen. So wurde bereits zweimal die Tagung in einem Yoga-Seminarraum durchgeführt und einmal im Stechlin-Institut, das

dem Gemeinwohldenken und dem ökologischen Aspekt weitgehend entspricht. Damit werden alle Mitarbeiter*innen bewusst alternativen Denkweisen nähergebracht. In den vergangenen Jahren wurden interne Themen wie „Zusammenarbeit“, „Kommunikation“ und „Wofür steht das Unternehmen?“ erarbeitet.



Frank Stieldorf bei der Preisverleihung der Ökofilmtour 2023.

Ökofilmtour: ←

Die Ökofilmtour ist das Brandenburger Festival des Umwelt- und Naturfilms. Wir unterstützen das Festival finanziell seit 2016. Seit 2021 stellt die Rheinsberger Preussenquelle den Kinder- und Jugendpreis. Filme aus dem Programm der Ökofilmtour werden im Unternehmen vorgestellt und im Besprechungsraum gezeigt. Ziel ist auch hier, das ökologische Bewusstsein der Mitarbeiter*innen zu fördern. 2021 wurden drei Filme vorgeführt. Die Teilnahme ist unverbindlich und wird als Angebot verstanden.

Die Teilnahme an den Ökofilmtour-Veranstaltungen, insbesondere Auftakt und Endveranstaltung, wird von der Rheinsberger Preussenquelle unterstützt. In den vergangenen Jahren nahmen jeweils ein bis zwei Mitarbeiter*innen an den Veranstaltungen teil.

→ Bio-Mineralwassertagung:

Zwei Mal jährlich findet die Tagung der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser statt. Eine Tagung wird bewusst an einem Tagungsort mit starker Bio-Anhaftung gewählt und neben der Tagung wird eine Firmen- oder Betriebsbesichtigung angeboten. So wurden die Firmen Bohlsener Mühle, Voelkel und die Hermannsdorfer Landwerkstätten besichtigt. Wir nehmen jeweils einen zusätzliche/n Mitarbeiter*in zur Tagung mit, um das ökologische Denken intern weiter zu entwickeln.

Die komplexen Audits wie IFS, EMAS, Bio-Mineralwasser-Zertifizierung und neu auch die GWÖ-Zertifizierung, die im Arbeitsalltag oftmals umständliche und aufwändige Dokumentationen und Handlungsabläufe einfordern, werden besser verstanden, nachdem Zusammenhänge erkannt

wurden. Daher nehmen bei jeder Zertifizierung ein- oder mehrere „Zertifizierungsarbeiten-fremde“ Mitarbeiter*innen am Audit teil.

Tempolimit 100km/h ←

Wir haben für Firmenwagen das Projekt „Tempolimit 100km/h auf Autobahnen“ umgesetzt. Im Gespräch mit den Außendienstmitarbeiter*innen wurde auf Basis freiwilliger Entscheidung der Kolleg*innen ein Tempolimit umgesetzt, was neben Klimaaspekten ein deutlich entspannteres Fahren erlaubt. Die längeren Fahrtzeiten werden durch kürzere Arbeitsphasen vom Unternehmen akzeptiert.



Verifizierende Indikatoren

	2021	2022
Ökologisches Angebot für Mitarbeitende	Stets Obst, Kaffee, Wasser in Bio-Qualität zur Verfügung, Firmenfahrrad	Stets Obst, Kaffee, Wasser in Bio-Qualität zur Verfügung. Firmenfahrrad
Nutzung Pkw für Arbeitsweg	16	16
Nutzung ÖPNV für Arbeitsweg	2	0
Nutzung Fahrrad für Arbeitsweg	3	4

→ Verbesserungspotenziale/Ziele:

Neben den jährlichen Pflichtschulungen (HACCP, Arbeitsschutz etc.) wird eine Schulung zu den Nachhaltigkeitsthemen des Unternehmens in den Jahresturnus aufgenommen.

Zusätzlich sollen einzelne Themenfelder wie „Umsetzung der CO₂-Kompensation“ in einzelnen Schulungen vermittelt werden.

C₃

Negativaspekt:

Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Das Unternehmen ist stets darauf bedacht, Ressourcen einzusparen und duldet unökonomisches Verhalten im Unternehmenskontext nicht.

C₄

Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

→ **Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?**

Im Pausenraum werden aktuelle Mitteilungen ausgehängt. Dazu gehören die monatlich aktualisierten Absatzzahlen aus dem laufenden Geschäftsjahr im Vergleich zu den Vorjahren und den gesetzten Planzahlen. Veranstaltungstermine, Küchendienst, Kann-Samstage (angekündigte Samstagsarbeit für das gesamte

Geschäftsjahr), Ablaufpläne und Wochenfüllplanung werden somit kommuniziert. Die während der Corona-Zeit umgesetzte Kurzarbeit wurde wöchentlich besprochen und die aktuelle Lage kommentiert. In der mindestens einmal jährlich stattfindenden Mitarbeiterversammlung werden die Ergebnisse des Jahres und die neuen Bilanzziele vorgestellt.

Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?

Neue Führungskräfte werden vom Geschäftsführer benannt. Diese kommen entweder aus der eigenen Belegschaft oder aus externen Bewerbungsverfahren.

Stellenausschreibungen werden intern ausgehängt. Auf diese Stellen kann man sich intern bewerben. Generell gilt, zuerst eine interne Neubesetzung zu durchdenken, bevor Stellen extern vergeben werden. Bewerbungsgespräche werden mit mindestens zwei Vertreter*innen des Unternehmens begleitet. Das sind in der Regel der Geschäftsführer und die entsprechende Abteilungsleitung. So wurde 2022 die Stellen der Qualitätssicherung, Produktionsleitung und Lagerleitung intern neu besetzt und damit die Weiterentwicklung der jeweiligen Personen gefördert. Unter allen Mitarbeiter*innen gilt, dass eine Kommunikation auf Augenhöhe erfolgt. Leitungspositionen sind vor allem Verantwortungspositionen, die Zielvereinbarungen zu erreichen haben und dabei eine integrierende Mitarbeiterführung beachten sollen. Es ist ein gut auf den Weg gebrachter Prozess, dass gerechtfertigte Kritik und klare Ansagen auch von den Mitarbeiter*innen angenommen und respektiert werden. Dabei lehnen wir sämtliches Hierarchiegebahren ab. Die Kommunikation im Unternehmen wird ausnahmslos in der „Du“-Form geführt. Kündigungen erfolgen nur und erst nach mehrfachen Mitarbeitergesprächen mit Hilfe- und Begleitungsangeboten. Die Gespräche werden dokumentiert und beiden Seiten vorgelegt. Erst nach erfolglosen Verbesserungsversuchen erfolgen Abmahnungen und Kündigung. Ausnahmen sind fristlose Kündigungen bei vorsätzlichen Übertretungen.

→ **Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?**

Die in der Corona-Zeit angesetzte Kurzarbeitsschichten wurden von den Mitarbeiter*innen zeitlich aufgestellt und umgesetzt. 2023 wird die Arbeitskleidung in der Produktion umgestellt, sodass in den Sommermonaten eine geringe Hitzebelastung entsteht. Der Wunsch wurde von der Belegschaft geäußert. Die neuen Vorgaben werden ausgearbeitet und mitgeteilt. Sämtliche Produktions-, Vertriebs-, und Verwaltungsaufgaben werden gemeinsam entwickelt, besprochen und nach Abstimmung mit der Geschäftsführung umgesetzt.

Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht? ←

Transparenz und Mitbestimmung sollen weitestgehend im Unternehmen umgesetzt werden. Es zeigt sich aber eine unterschiedliche Ausprägung zwischen den Abteilungen Verwaltung, Vertrieb, Marketing und Produktion. Während in Verwaltung, Vertrieb und Marketing sehr gute Erfahrungen mit Transparenz und Mitbestimmung gemacht wurden, ist die Ausprägung in die Produktion hinein ausbaufähig. Aufgebaut werden die sogenannten „Montagsrunden“, in denen der Produktionsablauf der neuen Woche besprochen und alle wichtigen Informationen über die Schichtleitung an die Produktionsmitarbeiter*innen weitergeleitet werden. Mit den Schichtleiter*innen und Produktionsmitarbeiter*innen wird ein eintägiges Coaching zum Thema Kommunikation, Leitung und Führung im Januar 2023 umgesetzt.

Verifizierende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung 70 %).
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in Entwicklung gerade: 10 %).
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (50-70 %).
- Darstellung der Preistransparenz

Verbesserungspotenziale/Ziele: ←

- Know how-Aufbau innerhalb der Produktion
- Coaching über Kommunikation und Mitarbeiterführung

C4

Negativaspekt:

Verhinderung des Betriebsrates

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt? ←

Die Mitarbeiter*innen haben in einem Workshop ohne Führungskräfte bestätigt, dass Betriebsräte und andere Personalvertretungen nicht behindert werden.



Kund*innen und Mitunternehmer

→ Was sind die Werte und Prinzipien und wie setzen wir diese am Markt gegenüber Kund*innen und Mitbewerber*innen um?

Die Rheinsberger Preussenquelle setzt die Werte, die innerhalb des Unternehmens gelten auch im Markt zu ihren Kund*innen und Mitbewerber*innen um. Das bedeutet, man begegnet sich mit Respekt, argumentiert auf Basis von Ehrlichkeit und Fairness.

Ein respektvoller Umgang ist unausgesprochenes Gesetz. Wir begegnen Stakeholdern auf Augenhöhe und verweigern uns, sobald von der Einkaufseite Marktmacht ausgenutzt wird. Wir gehen ins Gespräch und klären Kund*innen darüber auf. Vermeindliche Mitbewerber*innen sehen wir als Co-Existierende, bauen auf unsere eigenen Produkt- sowie Unternehmenswerte und legen Unterschiede mit Argumenten dar. Eine Herabwürdigung gibt es nicht, dafür Qualitätsargumente für die Produkte aus unserem Haus

Auch Leitungswasser stehen wir nicht ablehnend gegenüber, sondern sehen die Notwendigkeit eines für alle Bürger*innen verfügbaren Wassers in Trinkwasserqualität. Wir vertreten die Meinung, dass Wasser ein Grundrecht ist und dass die Wasserqualität gehalten werden muss. Weite Transportwege, PET

oder Mineralwässer von quellausbeutenden Brunnen gilt es zu vermeiden. Daher ist unser Credo: regionales Bio-Mineralwasser oder gefiltertes Leitungswasser. Daraus resultiert auch die Kooperation mit einem Berliner Unternehmen für Leitungswasserfilter.

Diese Argumentation erfordert viel Ehrlichkeit in der Kommunikation und Aufklärung. Das Wissen, was mit Wasser geschieht, ist in der Bevölkerung nicht ausgeprägt. Wir klären über den Umstand der langen Transportwege nach Berlin und der damit verbundenen Umweltbelastung auf, veröffentlichen unsere gesamte Analysentabelle mit über 500 Parametern und beschränken uns nicht auf wenige Pflichtangaben, die aufgrund der Mineral- und Tafelwasserverordnung anzugeben sind.

Der Maßnahmenkatalog aus den Zertifizierungen wird zugänglich gemacht und nicht verschwiegen.

Bei Betriebsführungen werden gerne kritische Themen angesprochen, um umfassende und oftmals schwer zugängliche Probleme verständlich zu machen. So werden Besucher*innen neben der Produktionsbesichtigung zu einer Exkursion auf einen biologisch bewirtschafteten Acker eingeladen, um die Bedeutung der Bodenpflege für den Erhalt der Wasserqualität zu verdeutlichen.

Eng verbunden mit Ehrlichkeit ist Fairness. Als kleines Unternehmen kann Macht nicht ausgeübt werden und soll auch nicht. Wie im Umgang mit den Mitarbeiter*innen soll zu jedem Außenkontakt eine Kommuni-

kation auf Augenhöhe erfolgen. Wir pflegen den Austausch und suchen immer wieder die Diskussion zu den Wertethemen, die mit Wasser verbunden sind.

D1

Ethische Kundenbeziehung

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Neukund*innen werden maßgeblich über ein gut aufgebautes Netzwerk und über Empfehlungen gewonnen. Dazu gehört auch die Zusammenarbeit mit Mitbewerber*innen, wie einem Leitungswasserfilter-Unternehmen.

Großabnehmer*innen werden direkt angesprochen. Ansonsten werden Kontakte auf Messen und Veranstaltungen gesucht (BIOFACH, Vegginale, sonstige Bio-Messen), wie auch auf Straßenveranstaltungen und Verkostungsaktionen im Handel.

Die Betreuung der Stammkund*innen erfolgt über die Außendienstbetreuung oder über Gespräche mit Marketing und Geschäftsführung. Ein gut aufgestelltes CRM-System erleichtert die Berichtserfassung und damit die Nachverfolgungen von Besuchen und Kundenkontakten. Besuche und Besuchsergebnisse sowie Absprachen können ausgewertet und nachgeschlagen werden. Mit den Eintragungen werden alle Mitarbeiter*innen, intern und extern, mit gleichen Informationen versorgt. Wissensverluste bei Personalwechsel

können vermindert und die Betreuung auf hohem Niveau fortgesetzt werden.

Mit den Großhandelskund*innen und Hauptabnehmer*innen in Gastronomie und Einzelhandel werden Jahresgespräche vereinbart, die die Zusammenarbeit rückblickend bewerten und in denen neue Vereinbarungen getroffen werden. Unterjährig werden gegebenenfalls Entwicklungsgespräche geführt.

Angeboten werden Firmenbesichtigungen, die weit über den eigentlichen Produktionsablauf hinausgehen, mit dem Ziel, ein Gesamtverständnis für das Thema „Wasser“, „Ökologie“ und „Nachhaltigkeit“ zu vermitteln. Dazu gehören auch Fahrten auf die umliegenden Felder und zum Brunnen.

Die Rheinsberger Preussenquelle wird mittlerweile als Vorreiter im Thema „nachhaltige Unternehmensführung“ gesehen, so dass Groß-



Die Rheinsberger Preussenquelle auf der BIOFACH in Nürnberg 2021.

kunden sich einen ganzen Tag Zeit nehmen, um die Firma kennenzulernen. Aus Kundenkreisen erfolgen Einladungen zu Vorträgen, um gelebte Nachhaltigkeit im Unternehmen aus erster Hand zu erfahren.

Endverbraucher*innen steht das Unternehmen für Firmenbesichtigungen auf unkomplizierte Weise zur Verfügung. Es reicht in der Regel eine kurze Vorlaufzeit, um Termine zu vereinbaren.

→ **Wie kommuniziert ihr mit den Kunden? Welche konkrete Beratungsleistungen werden in den Kundengesprächen und darüber hinaus erbracht?**

Mit den Kund*innen kommen wir über persönlichen Kontakt, Telefon, E-Mail, Facebook, Instagram, Website und Blog in Verbindung.

In den meisten Gesprächen kommt man schnell über das Produkt „Wasser“ hinaus auf ökologische und nachhaltige Themen.

→ **Dazu gehören die Beantwortung der Fragen:**

- **Was ist Bio-Mineralwasser?**
- **Wie kompensiert man CO₂?**
- **Warum ist die Förderung von ökologischem Landbau gleichzeitig Wasserschutz?**
- **Warum ist Wasserqualität von vielen Faktoren abhängig?**
- **Was kann jeder Einzelne tun, um nachhaltig zu leben?**
- **Wie kann man sein Unternehmen nachhaltig aufstellen?**

Oftmals entsteht daraus ein Empfehlungsmarketing für gute regionale Produkte, ohne Unternehmen nennen zu müssen und das Vermitteln einer Begeisterung, anders handeln zu können. Die verkäuferischen Aspekte treten dabei in den Hintergrund und stellen sich eher automatisch ein, weil die Argumente eine hohe Sinnhaftigkeit und Identifikation ergeben.

Als nachhaltig arbeitendes Unternehmen, werden wir immer häufiger zu Vorträgen und Podiumsdiskussionen eingeladen oder auch zur Mitarbeit in Nachhaltigkeitsgremien angefragt.

Die Beziehungen zu unseren Kund*innen ist sehr gut. Persönliche Kontakte durch regelmäßige Besuche fördern das gute Verhältnis. Insbesondere der Gastronomie-Bereich lebt von einem schnellen, zuverlässigen und unkomplizierten Austausch. Das Regionalkonzept macht eine unverzügliche Reaktion durch die Vertriebsmitarbeiter*innen möglich. Immer wieder ist man als „Problemlöser“ sofort vor Ort (z.B. Sponsoring-Transport, kurzfristige Warenanlieferung oder Reklamationsabholung).

Reklamationen? ←

Reklamationen werden sachlich und ohne Wertung angenommen. Die Abläufe sind im IFS-Standard festgelegt und dokumentiert. Es gibt fixe Handlungsabläufe, die eine kompetente Bearbeitung ermöglichen und den Kund*innen eine ehrliche, zügige und aussagekräftige Erklärung geben.

Am Anfang einer Reklamationsbearbeitung findet die Überprüfung statt, ob eine Reklamation oder ein Krisenfall vorliegt. Vor allem das Vorliegen einer möglichen Gesundheitsgefährdung muss sofort erkannt werden. Die Unterscheidung sowie

der Ablauf einer Reklamationsbearbeitung wird geschult. Jährlich findet ein inszenierter, unangekündigter Krisentest statt.

In den meisten Fällen wird die reklamierte Ware direkt bei dem/der Endverbraucher*in abgeholt und Ersatzware zur Verfügung gestellt.

→ Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Alle unternehmerischen Tätigkeiten, die nicht im Einklang mit einem engen, ökologischen Denken stehen, können langfristig nicht dem Kundennutzen entsprechen.

Wir übernehmen Verantwortung für unser Handeln und haben uns hohen Auflagen verpflichtet, die weit über den Standard hinausgehen. Daher verzichtet das Unternehmen auf PET-Flaschen, da der Ressourcenverbrauch und v.a. die Entsorgung zu Schädigungen der Umwelt führen.

Zu unseren Standards gehört eine vertriebliche Selbstbeschränkung, die besagt, dass Belieferungen nur in einem Radius von 300 Kilometer erfolgen. Nationale wie internationale Anfragen werden aus ökologischen Gründen abgelehnt. Dazu gehört die Umsetzung eines selbstverordneten Tempolimits zur Reduktion von Klimagasen.

Das Unternehmen verzichtet auf branchenübliche Wasserbehandlungen, die unterschiedliche Bestrahlungen einschließen und entspricht allen Anforderungen der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser, was Kosten deutlich erhöht und die Rendite schmälert.



Kerngebiet unseres Vertriebs.

Die unter D3 beschriebene Klimaneutralität, bzw. CO₂-Überkompensierung zeigt das hohe Verantwortungsbewusstsein des Unternehmens, das den Verbraucheranforderungen entspricht und sich nicht auf einen kompromisslosen Preiskampf einlässt.

Generell vertreten wir die Überzeugung, Marketingausgaben soweit wie möglich zu minimieren und Ausgaben vorrangig in die Kommunikation der ökologischen Unternehmensleistungen zu legen oder diese sogar umzuwandeln in Naturschutzmaßnahmen. So wird seit 2017 die komplette CO₂-Kompensation aus dem Marketingbudget gedeckt und reduziert somit das Budget und den Einsatz von Werbemaßnahmen.

~
**Das Marketingbudget
wird dazu verwendet,
etwas Gutes zu tun,
und dann muss man nur
noch darüber sprechen.**

→ Welche Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen?

Große Unternehmen haben andere Marketingvorstellungen und andere Abnahmemengen, ergo auch andere Preisverhandlungsmöglichkeiten. Darauf wollen wir uns möglichst nicht einlassen.

Umgesetzt werden können ausschließlich kleine Maßnahmen: Verkostungen, direkte Einzelmaßnahmen vor Ort bei kleinen Unternehmen oder Jahresgespräche und Vereinbarungen bei Großkund*innen.

Preise sind bei allen Kund*innen gleich gestaltet. Gewährte Rabatte sind an Leistungen gebunden. Werbekostenzuschüsse, die in der Gastronomie handelsüblich in utopischer Höhe gewährt werden, sind in der Rheinsberger Preussenquelle nicht möglich.

Der Zugang zu den Produkten ist generell allen Kund*innen möglich. Die Kalkulation vieler Gemeinkosten (z.B. CO₂-Kompensation) erhöht jedoch den Verkaufspreis, sodass der höhere Verkaufspreis zu einer Zugangser schwerung führen könnte.

Der eingeschränkte Lieferradius auf 300 Kilometer begrenzt den Kauf innerhalb der Region.

→ Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

Das Unternehmen arbeitet kontinuierlich an der Verfügbarkeit des Bio-Mineralwassers innerhalb des Vertriebsbereiches. Das gelingt in Berlin mittlerweile sehr gut, da sowohl Bio-Märkte, Getränke-Groß-

händler, Direktbelieferer und Teile des konventionellen Handels die Marke führen.

Im regionalen Umkreis, wo das ökologisch, nachhaltige Interesse geringer ist und die Preissensibilität höher liegt, ist die Durchdringung nicht vollumfänglich gegeben.

Die Kund*innen der Rheinsberger Preussenquelle sind Bio-Einzelhändler*innen (37%), Gastronomiekund*innen (32%), Getränkefachgroßhandel (6%), Lieferservice (7%), Gallonenkund*innen (7%) und sonstige Kund*innen (11%). Über 95% des Umsatzes erfolgt im Bereich Berlin/Brandenburg.

Sportveranstaltungen und große Festivals können nicht beliefert werden, da wir ausschließlich in Glasflaschen abfüllen, die bei solchen Events nicht zugelassen sind. Bei Endverbraucher*innen ist die Schwelle höher. Menschen mit niedrigem Einkommen können sich gegebenenfalls das Mineralwasser nicht leisten. Die höheren Preise entstehen aber durch das internalisieren von Kosten und der handwerklichen Produktion mit entsprechend höheren Kosten je Einheit.

Verbesserungspotenziale/Ziele: ←

Wir werden verstärkt den Austausch mit unseren Kund*innen zu den Grundproblemen der Lebensmittelbranche suchen. Dazu gehört auch die Benennung „wahrer Preise“ und die allgemeine Preisgestaltung sowie die Benachteiligung von ökologisch arbeitenden und Gemeinwohlunternehmen im Vergleich zu konventionell arbeitenden und wirtschaftenden Firmen.

D1Negativaspekt:

Unethische Werbemaßnahmen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?

Ja, wir können bestätigen, keine unethischen Werbemaßnahmen durchzuführen.

**D2**

Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Wir suchen Kooperationen und Kontakte zu Firmen, Vereinen und Verbänden, um ökologische Aspekte zu vertiefen, Reichweite zu erhöhen, Kräfte zu bündeln und Projekte gemeinsam umsetzen zu können. Die Rheinsberger Preussenquelle war Vorreiter mit dem ersten Bio-Mineralwasser in ganz Ostdeutschland und einem wirklich klimapositivem Produkt.

LEOGANT:

Die Firma Leogant GmbH ist Anbieter für Leitungswasseraufbereitungsanlagen. Wir verstehen Wasserfilteranbieter nicht als Konkurrenz, sondern als Option für eine nachhaltige Wasserversorgung mit anderen Ansprüchen. Schnittmenge bildet die Nachhaltigkeit, was ein gemeinsames Auftreten auf Veranstaltungen und Messen ermöglicht.

AVAA VERJUS:

Die Avaa Verjus UG ist ein Unter-

nehmen, das Saft unreifer Trauben vermarktet und in der Gastronomie vertreibt. Unser Mineralwasser und die Produkte von Avaa Verjus ergänzen sich hervorragend, wie auch die Inhalte der Firmenphilosophien, sodass eine vertriebliche Kooperation entstanden ist.

Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser:

Wir sind Lizenznehmer der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser. Die Anforderungen werden als Lizenznehmer erfüllt, darüber hinaus wird der qualitative Austausch gesucht.

Austausch mit den Rheinsberger Wasserbetrieben.

Mit den Rheinsberger Wasserbetrieben besteht ein jährlicher Austausch über aktuelle Themen in der Wasserversorgung der Region. Probleme oder Aufgabenbereiche werden benannt und die Ziele und Maßnahmen vorgestellt sowie gegebenenfalls abgestimmt.

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

→ Fördergemeinschaft ökologischer Landbau Berlin/Brandenburg (FÖL):

Wir stellen Arbeitszeit für das Ehrenamt der FÖL-Vorstandsarbeit zur Verfügung. Die Rheinsberger Preussenquelle engagiert sich damit aktiv an der Entwicklung ökologischer Projekte in Berlin und Brandenburg.

→ Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN):

Wir sind Verbandsmitglied, verstehen uns als Teil der Bio-Branche und unterstützen die Arbeit des Verbandes auch durch Personaleinsatz bei Veranstaltungen wie bspw. das jährliche Packen der Bio-Brotboxen für die Schulanfänger*innen von Berlin und Brandenburg.

Verifizierende Indikatoren

→ Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

2021 wurden elf Tage des Geschäftsführers für Verbands- und Vereinstätigkeiten aufgewendet. (sechs Tage FÖL, ein Tag Naturpark, ein Tag Landschaftspflegeverein, zwei Tage Bund für Nachhaltige Entwicklung, ein Tag Ökofilmtour)

Unser Außendienstmitarbeiter ist ca. fünf Tage pro Jahr im Einsatz zur Belieferung von Umweltaktivitäten (z.B.

Friday for Future, Klimastreik, Wir haben es satt-Demo)

← Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional):
Avaa Verjus (zehn Tage)
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen:
Leogant (drei Tage. U.a. ein gemeinsamer Messeauftritt)

← In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards:
Wir sind Mitglied im Landschaftspflegeverband Prignitz-Ruppiner Land e.V.
- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)
Wir sind Mitglied der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser sowie Mitglied und Vorstandsvorsitz in der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin Brandenburg e.V.

← Verbesserungspotenziale/Ziele:

In 2022 wurden bereits weitere Kooperationen angestoßen, die sich in 2023 realisieren; auch werden die Kooperation mit anderen GWÖ-Unternehmen der Bio-Lebensmittelbranche ausgebaut werden.

D2Negativaspekt:

Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern komplett verzichtet wird?

Wir können bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern komplett verzichtet wird.

**D3**

Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Das Produkt Mineralwasser ist grundsätzlich ein umweltfreundliches Lebensmittel. Es gibt weder weitere Inhaltsstoffe noch lange Beschaffungswege für Rohwaren. Es gibt keine Abfallprodukte, die anfallen und entsorgt werden müssen.

Etwaige ökologische Auswirkungen sind in der Verpackung, der Herstellung oder den Transportwegen zu sehen und zu bewerten.

Als Verpackungsform wird ausschließlich Glasmehrweg verwendet. Auf Einwegverpackungen wird gänzlich verzichtet..

Darüber hinaus vertreten wir die Meinung, dass es an sich falsch ist, Mineralwasser überregional zu vertreiben. Es gibt über 200 Mineralbrunnen in Deutschland und eine flächendeckend regionale Abdeckung ist möglich.

Ebenso sind wir überzeugt, dass Plastikverpackungen für Mineralwasser keine Verpackungsalternative sind. Die Belastung der Meere durch Plastik – unter anderem durch nicht recycelte PET-Flaschen – ist bekannt, wie auch der Zerfall in Mikroplastik und dessen negative Auswirkungen auf alle Lebewesen.

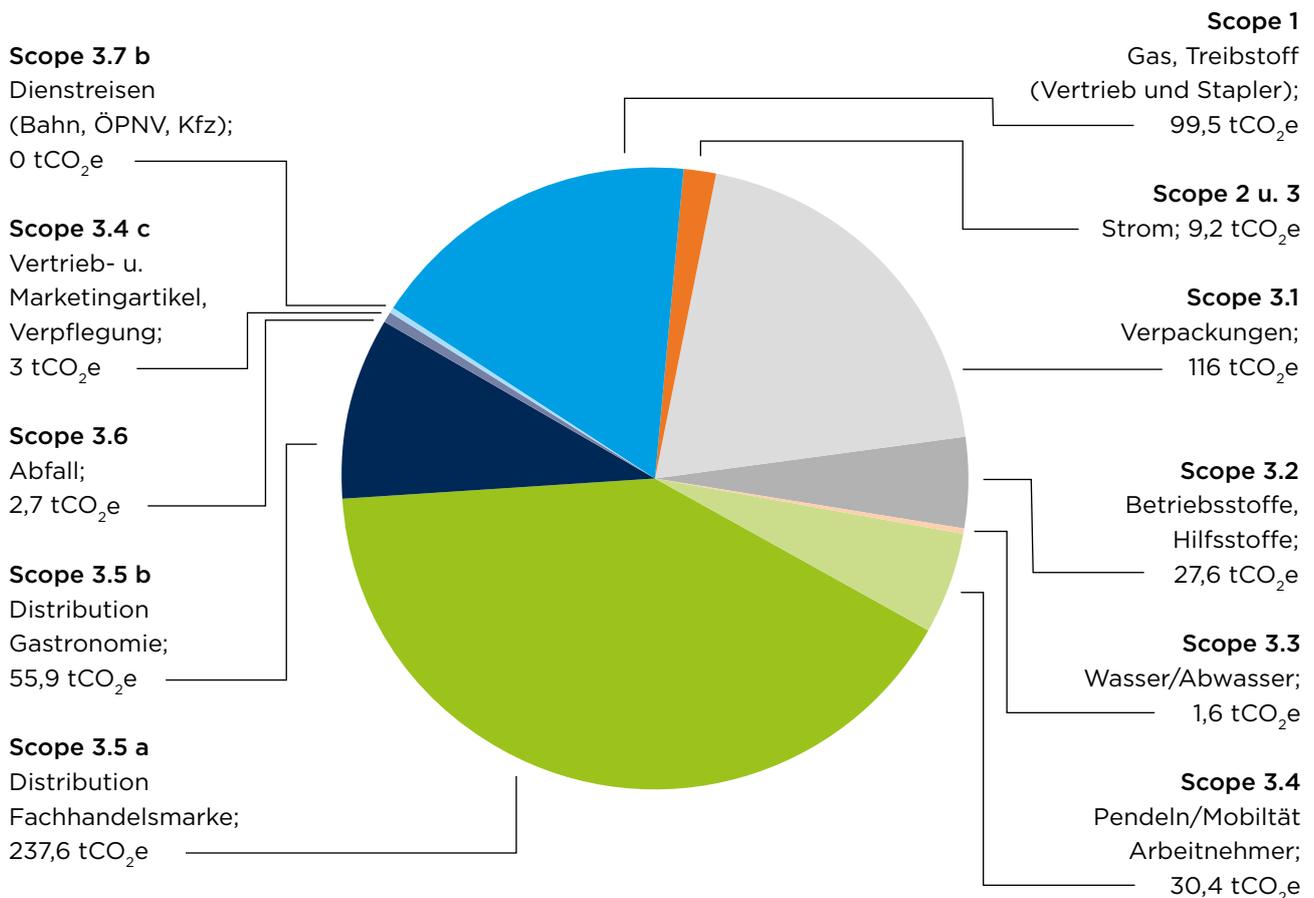
Glas ist dagegen eine energieintensive, dafür aber entsorgungsunproblematische Verpackungsform. Unsere Glasmehrwegflaschen sind oftmals über eine Dauer von mehr als zehn Jahren im Einsatz.

In Kombination eines ausschließlich regionalen Vertriebs bleiben die Transportwege begrenzt und damit auch die Klimabelastungen.

Ein Verzicht auf Plastikkisten ist durch lebensmittelrechtliche Vorschriften im Produktionsprozess leider nicht umsetzbar. Die mit einem Firmenlogo bedruckten Kisten gelangen im Kreislauf des Vertriebsablaufs (Herstellung, Großhandel, Einzelhandel, Endverbraucher*innen und zurück) nahezu ohne Verluste zum Unternehmen zurück. Durch den funktionierenden Kreislauf und geringen Schwund sehen wir den Einsatz von Plastikkisten als momentan beste vorhandene Möglichkeit an. Während des gesamten Produktionsprozesses, wie auch in den vor- und

nachgelagerten Stufen sind CO₂-Emissionen zu verzeichnen. Diese Daten werden im Unternehmen erfasst. Die Scopes 1 bis 3 werden einbezogen und darüber hinaus sämtliche CO₂-Ausstöße, die während des Hin- und Rücktransports der Produkte bis zu den Endverbraucher*innen entstehen. Der Kompensationsprozess erfolgt in Form von langfristiger Kohlenstoffbindung durch Moorenaturierung und Humusaufbau.

Emissionen Scope 1 bis Scope 3



→ **Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?**

Wie bereits beschrieben gleicht die Rheinsberger Preussenquelle sämtliche CO₂-Emissionen entlang der gesamten Produktkette aus. Damit übernehmen wir Verantwortung für einen Teil der ökologischen Auswirkungen, die eigentlich in Verantwortungsbereich des Logistikers liegt.

Die ökologischen Folgen von nicht in den Mehrwegkreislauf zurückgegebenen Flaschen sind vergleichsweise harmlos. Der größte Anteil wird im Altglas, getrennt nach Farben, einem Recyclingprozess zur Verfügung gestellt. Das gleiche gilt für Verschlüsse.

→ **Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?**

Wir verfolgen eine kontinuierliche Kommunikation mit Kund*innen, Mitarbeiter*innen und zu Partner*innen. Dabei geht es immer wieder um die Fortführung der ökologischen Themen.

Im Geschäftsmodell ist verankert, dass der Vertriebsradius auf 300km beschränkt bleibt. Ebenso sieht man sich als Wasserspezialist und nicht als Getränkespezialist, der seine Produktpalette kontinuierlich vergrößert.

In diesem Zusammenhang vertreten wir einen kritischen Standpunkt zum ausufernden Konsum bzw. Konsumaufruf und wir plädieren für mehr Reduzierung sowie Konzentration auf das Wesentliche.

Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert? ←

Wir appellieren in Veranstaltungen (Feldtagen, Landwirtschaftstagen, Messen, Vorträgen, Schulbesuchen) immer wieder zu einem maßvollen Umgang mit der Ressource Wasser. Das eigene Produkt steht dabei als „Pate“ für ein gesundes und unbelastetes Wasser, das kontinuierlich in Gefahr ist. Letztendlich ist jeder Mineralbrunnen „Untermieter“ der Land- und Forstwirtschaft, wie auch der Gemeinden und Kommunen.

Umweltdaten Nutzung bis Entsorgung inkl. Produktion: ←

Aus der konsolidierten Umwelterklärung (2019) ergeben sich viele Daten, die wir in E3 berichten.

D3Negativaspekt:

Bewusste Inkaufnahme unverhältnis- mäßiger ökologischer Auswirkungen

**Kann das Unternehmen bestätigen,
dass es keine bewusste Inkaufnahme
unverhältnismäßiger ökologischer
Auswirkungen gibt?**

Ja, wir können bestätigen, keine unverhältnismäßigen ökologischen Auswirkungen in Kauf zu nehmen.

**D4**

Kund*innen- Mitwirkung und Produkt- transparenz

**Welche konkreten Mitsprache-
möglichkeiten und Mitentscheidungs-
rechte werden Kund*innen
eingeräumt und wie wird darüber
kommuniziert?**

Kund*innenwünsche werden gerne sowie offen entgegengenommen und auf Kompatibilität und Umsetzbarkeit geprüft. Es gibt eine Servicetelefonnummer und eine E-Mail-Adresse, die auf dem Rücketikett kommuniziert werden, sodass eine hohe Erreichbarkeit gewährleistet ist.

Auf Kunden*innenwunsch wurde neben der Still- und Medium-Version des Bio-Mineralwassers eine Classic-Variante ins Sortiment aufgenommen. Die Erweiterung bedeutete eine neue Glasvariante einzubinden, die den höheren Kohlendruck aushält. Der Aufbau des neuen Flaschenpools und der hohe Sortier-

aufwand bei Leergutrückführung bedeuten hohe Investitionen und laufende Kosten. Dem Kund*innenwunsch wurde trotzdem entsprochen.

Anders lag die Entscheidung zur Einstellung der Bag-in-Box Packung, die aus ökologischen Gründen aufgegeben wurde, obwohl es eine kleine aber feste Käufer*innenschicht gab. Im Ganzen betrachtet entsprechen wir mit der Entscheidung dennoch den Anforderungen unseres Kund*innenkreises, der sich auf die Glaubwürdigkeit des Unternehmens verlässt und eine umweltgerechte Verpackung einfordert.

**Werden Impulse von Kund*innen
zur sozial-ökologischen Verbesserung
der Produkte und Dienstleistungen
aufgenommen?**

Auf der Website sind alle Zertifikate und Analysenwerte veröffentlicht. Dazu gehört auch die große Brunnenanalyse, die sämtliche Untersuchungsergebnisse der Wasserqualität zur Verfügung stellt und gemäß der Bio-Mineralwasser-Richtlinien veröffentlichen muss. Diese Informationen werden immer wieder von

Kund*innen an- und abgefragt. Aufgrund der Tiefe und Masse der angebotenen Informationen zu Qualität und Nachhaltigkeit erreichen uns nur selten Impulse zur Verbesserung in diesem Bereich. Falls doch, nehmen wir diese auf und behandeln sie in unseren verschiedenen Gremien und Runden.

→ **Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?**

Auf unserer Website sind alle produktrelevanten Informationen verfügbar. Dazu gehören die Produktspezifikationen, wie auch weiterführende Analysen, bspw. die große Brunnenanalyse. Zertifikate über IFS, EMAS, Umwelterklärung oder Nachhaltigkeitsbericht liegen als Download bereit. Preisbestandteile werden nicht veröffentlicht. Natürlich sind auf dem Etikett alle Pflichtangaben aufgeführt und darüber hinaus Angaben über zusätzlich erhobene Werte.

Verifizierende Indikatoren

- **Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind:**
Keine im Berichtszeitraum
- **Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes):**
100%
- **Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes):**
0%

Verbesserungspotenziale/Ziele: ←

2023 werden wir unsere Website überarbeiten, um die Übersichtlichkeit zu verbessern. Außerdem wird der GWÖ-Bericht online veröffentlicht werden.

D4

Negativaspekt:

Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

← **Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?**

Ja, das können wir bestätigen.



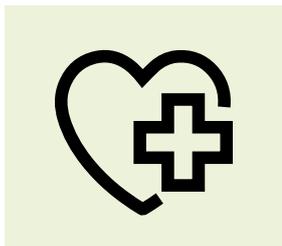
Gesellschaftliches Umfeld

E1

Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/ Dienstleistungen des Unternehmens? ←

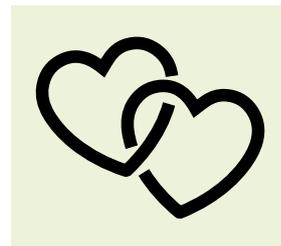
Folgende neun Bedürfnisse laut M. Maslow und M. Rosenberg sind als menschliche Grundbedürfnisse zu verstehen:



Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden



Schutz / Sicherheit



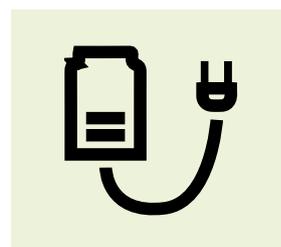
Zuneigung / Liebe



Verstehen / Einfühlung



Teilnehmen / Geborgenheit



Muße / Erholung



kreatives Schaffen



Identität / Sinn



Freiheit / Autonomie

Wasser ist ein Grundrecht und ein unveräußerliches Menschenrecht. Wasser sichert Überleben und Autonomie. Wasser dient der Lebenserhaltung, der Gesundheit und ist Voraussetzung für Wohlbefinden. Daher ist es umso wichtiger, sehr sensibel und umfassend mit der Ressource Wasser umzugehen, was für uns bedeutet, keine Ausbeutung des Quellvorhabens zu betreiben (aktuell nur 50% der genehmigten Abnahmemenge).

Alle ökologischen Bemühungen, die die Rheinsberger Preussenquelle betreibt, zahlen auf den Erhalt oder die Verbesserung der Bodenqualität ein und damit auf den Erhalt der Wasserqualität.

An dieser Stelle soll auch genannt sein, dass sämtliche ökologischen Aktivitäten der Rheinberger Preussenquelle keine direkten Auswirkungen auf die Qualität unseres Mineralwassers haben. Die Durchlaufzeiten durch wasserdurchlässige und wasserundurchlässige Bodenschichten für unsere Ressource betragen mehrere hundert Jahre. Die Maßnahmen dienen also ausschließlich dem Gemeinwohl durch Beiträge zur Gesunderhaltung der Böden und damit der Trinkwasserqualität.

nur der kleinste Teil des aufbereiteten Wassers wird als Trinkwasser verwendet.

Mineralwasser ist ein Monoprodukt und benötigt daher verhältnismäßig wenig begleitende Wasserverbräuche. Mineralwasser wird abgefüllt und transportabel gemacht und hat damit eine zusätzliche Aufgabe neben Leitungswasser.

In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Die Rheinsberger Preussenquelle fördert ein erstklassiges Mineralwasser, das der Gesundheit der Menschen dient.

Unsere zusätzlichen Aktivitäten fördern den Erhalt der Böden und des Wassers und damit an erster Stelle den Erhalt der Trinkwasserqualität. Die Wasserentnahmemengen sind klein und nicht ausbeutend, sodass keine Gefahr zur Absenkung des Grundwasserspiegels besteht. Der Vertrieb ist regional ausgerichtet, sodass keine nationale oder sogar internationale Versorgung aus der Region Rheinsberg erfolgt. Damit verfolgen wir eine komplett gegensätzliche Strategie zu großen Lebensmittelkonzernen, die Wasser zu Ungunsten der Bevölkerung abziehen und international vertreiben.

Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

(Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)

Welche der Produkte/Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Wasser ist definitiv ein Grund- sowie Menschenrecht und dient dem Überleben. Kein Leben auf diesem Planeten ist ohne Wasser möglich. Daher ist Wasser an sich kein Luxusgut. Die Trinkwasserversorgung ist notwendig, aber mittlerweile mit enorm hohen Aufwänden verbunden und

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



Quelle: unric.org

SDG 1,2,3 – Keine Armut, kein Hunger und Gesundheit:

In Brandenburg zeigt sich der Klimawandel nicht nur mit vielen trockenen Jahren, sondern damit einhergehend auch immer öfter mit einer Absenkung des Grundwassers. Wir füllen Mineralwasser ab, das den Menschen zur Verfügung steht und transportabel gemacht wird. Das Wasser hat eine ausgezeichnete Qualität und fördert daher die Gesunderhaltung des Körpers. Gleichzeitig fehlt das abgefüllte Wasser nicht für die Gewinnung von Trink- oder Brauchwasser.

SDG 6 – Sauberes Wasser:

Wasser ist Grundrecht aller Menschen und ein unveräußerliches Menschenrecht. Wir ermöglichen einen Zugang zu Wasser in abgefüllter Form. Darüber hinaus setzt sich die Rheinberger Preussenquelle mit Umweltmaßnahmen zum Erhalt der Böden ein.

SDG 12 - Nachhaltiger Konsum:

Durch die Überkompensation unseres CO₂-Ausstoßes, die Einschränkung des Liefer- und Vertriebsradius sowie die enge Zusammenarbeit mit nachhaltigen Partner*innen tragen wir zu einem nachhaltigen Konsum bei.

SDG 13 – Klimaschutz:

Unser Engagement für Bodenschutz ist immer auch Klimaschutz.

SDG 15 – Leben an Land:

Ein gutes nachhaltiges Wassermanagement, gemeinsam mit der Landwirtschaft, den Wasserwerken sowie den Naturparks vor Ort, sichert langfristig die lokale Versorgung mit gutem Trinkwasser für Menschen, Tiere und Pflanzen in der Region.

Verifizierende Indikatoren

Erfüllte Bedürfnisse	
decken Grundbedürfnisse	100 %
Statussymbol/Luxus	5 % (sauberes Wasser ist kein Luxus) 60-70 %*

(*weil Biowasser mit besonders guter Qualität in einem Land mit prinzipiell guter Leitungswasserqualität durchaus einen Luxusaspekt hat)

Dienen der Entwicklung	
der Menschen	100 %
der Erde/Biosphäre	100 %
löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	100 %

Nutzen der Produkte/Dienstleistungen	
Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	100 %
Hemmender/Pseudo-Nutzen	0 %
Negativnutzen	0 %

Beitrag zum Gemeinwesen

→ **Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?**

Wir führen bislang keine direkten materiellen Beiträge zur Sicherung des Gemeinwesens ab. Dennoch werden Beiträge an das Gemeinwesen geleistet, dazu gehören die finanzierte CO₂-Kompensation, aber auch Feld- und Landwirtschaftstage.

→ **Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?**

→ **Folgende Aktivitäten/Vereine wurden gemeinsam identifiziert:**

Aktivitäten in Verbänden:
Förderungsgemeinschaft ökologische Landwirtschaft Berlin Brandenburg:
Fünf Tage Vorstandsarbeit.

Landschaftspflegeverband Prignitz-Ruppiner Land e.V.:
Ein Tag Besprechung

Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung (ANU) Brandenburg e.V.:
Ein Tag Mitgliederversammlung

Der Eigennutzen liegt in der Vernetzung mit anderen Unternehmen und der gemeinsamen Umsetzung ökologischer Ziele, die dem Boden und Wasserschutz dienen.

Folgende Spendenbeiträge wurden geleistet:

Ökofilmtour: 3.000,- €
Produktspenden: 22.500,- €

Der Eigennutzen liegt in der Erhöhung der Reichweite der Marke und damit für mehr Bewusstsein für ökologisch, nachhaltige Produkte sowie eines anderen Konsumverhaltens.

Wir haben in den zurückliegenden Jahren zunehmend Marketingbudgets in Richtung Umweltleistungen verlagert. Das zur Verfügung stehende Budget wird nicht in kostspielige Marketingmaßnahmen gesetzt, dafür in konkrete Maßnahmen (z.B. die CO₂-Kompensation oder unser Nachhaltigkeitspreis „Nachhall“). 17% des Vertriebs- und Marketingbudgets gehen in Direktmaßnahmen.

Naturschutzmaßnahmen	Konto: Naturschutzmaßnahmen
Ökofilmtour	3.000,00 €
CO ₂ -Freistellung	14.000,00 €
Nachhall (Preise, Blog, Flyer, Kommunikation)	6.000,00 €
Unterstützung Biofläche Bienenwalde	2.500,00 €

→ **Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?**

15ha Ackerland wurden mit unserer Unterstützung auf Ökolandbau umgestellt. 600ha Boden wurden mit humusbildenden Maßnahmen gefördert.

Über kontinuierliche Kundenberatungen, Teilnahme an Endverbraucher*innen-Messen (bspw. Vegginale), Podiumsbeiträge, Vorträge, Schulungen, Betriebsbesichtigungen oder Verkostungen sensibilisieren wir zum Umgang mit Boden, Klima und Wasser.

Durch die weit verbreitete, aber falsche Meinung, dass Wasser etwas Selbstverständliches sei, ist Aufklärung notwendig. Das trägt zum Verständnis des Produktes, aber auch zum Umgang mit Wasser bei.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird? ←

Das widerspricht all unseren Firmengrundsätzen und würde daher bereits im Ansatz gestoppt werden.

E2Negativaspekt:

Illegitime Steuer- vermeidung

→ Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Es wird bestätigt, dass das Unternehmen keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

E2Negativaspekt:

Mangelnde Korruptions- prävention

← Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Es wird bestätigt, dass das Unternehmen selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt werden.

**E3**

Reduktion ökologischer Auswirkungen

→ Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?

Der gesamte Herstellungsprozess wird unter mehreren Blickwinkeln betrachtet.

Das ist einerseits die produktbezogene Betrachtung, die der IFS-Standard einfordert und auf der anderen Seite die umweltbezogenen Aspekte, die umfassend unter der EMAS-Zertifizierung belegt werden müssen. Erstellt werden eine Umwelterklärung und ein Klimabericht.

Mit der ersten Umweltbetriebsprüfung 2015 und einer internen Auditierung durch einen unabhängigen Sachverständigen wurden die Umweltaspekte identifiziert und eine erste Bewertung vorgenommen. Danach ist zusammenfassend festgestellt worden:



Die Schutzgüter Luft, Boden, Wasser werden durch den Betrieb der Rheinsberger Preussenquelle lediglich im Rahmen zulässiger Werte belastet. Besondere Umweltgefährdungen sind nicht erkennbar, da Gefahren für die Umwelt auf Grund des Betriebes und dem geringen Einsatz von gefährlichen und wassergefährdenden Stoffen praktisch ausgeschlossen sind. Lärm- und Geruchsemissionen können vernachlässigt werden.

Daraus resultierend haben wir begonnen, die Umweltaspekte der Tätigkeiten und Produktion mit Hilfe einer Matrix zu bewerten. Als Ergebnis der Bewertung werden die Umweltaspekte in drei Gruppen eingeteilt:

- A** große Auswirkungen auf die Umwelt - dringender Handlungsbedarf - große Verbesserungspotentiale
- B** mittlere Auswirkungen auf die Umwelt - mittelfristiger Handlungsbedarf - Verbesserungspotentiale
- C** kaum (keine) relevanten Auswirkungen auf die Umwelt - kaum (kein) Handlungsbedarf

Durch festgeschriebene Umweltprogramme und Umweltziele haben sich viele negative Umweltauswirkungen seit 2015 deutlich verringert und konnten zunehmend zu positiven Effekten weiterentwickelt werden. Trotzdem bleibt es Aufgabe, dieses gute Niveau zu halten und/oder an einigen Stellen weiter zu verbessern. Die Hauptaufgabe des Unternehmens wird in der Abfüllung mit natürlichem Bio-Mineralwasser erbracht. Hierfür sind folgende Umweltaspekte zuzuordnen:

Der Betrieb verschiedener Anlagen und Maschinen der Mineralwasserherstellung, der Wartung und Instandhaltung sowie der Betriebsverkehr rufen Lärmemissionen hervor.

Die Anlagen, Maschinen und Geräte sind auf dem Stand der Technik und sind in der Lage, die Lärmpegel insgesamt in den rechtlich vorgeschriebenen Toleranzen zu halten.

Im Rahmen der Pflichten für den Gesundheitsschutz und die Arbeitssicherheit wird streng darauf geachtet, dass der aktive und passive Lärmschutz im betrieblichen Arbeitsprozess beachtet wird. Messungen werden regelmäßig durch die Fachkraft für Arbeitssicherheit vorgenommen.

Emissionen in die Atmosphäre resultieren fast ausschließlich durch den Betrieb der eigenen Wärmeerzeugung (Wasch- und Reinigungsprozesse), Beheizung sowie von den eigenen Kraftfahrzeugen.

Diese unterliegen regelmäßigen Abgasuntersuchungen. Bisher gab es keinerlei Beanstandungen.

Das Tragen von Atemschutzmasken bei Arbeiten mit Staubentwicklung, auch bei Reinigungs-, Wartungs-, Reparaturarbeiten, ist betriebliche Vorschrift. Die am Standort

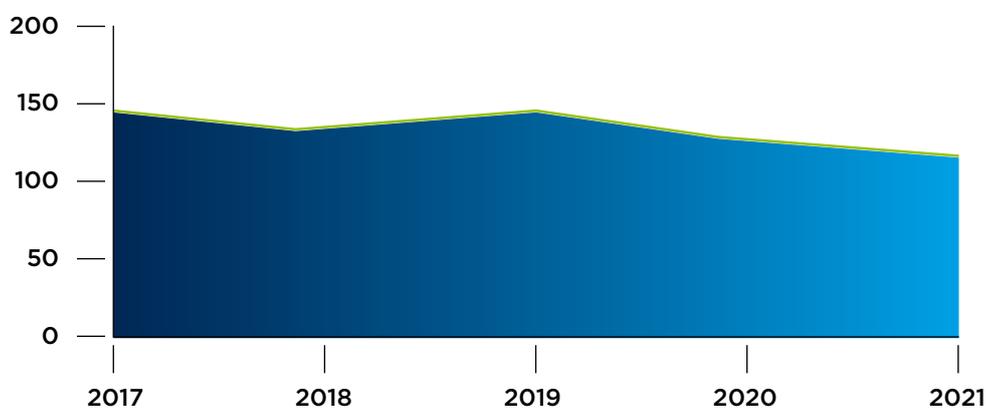
des Unternehmens ablaufenden Produktionsprozesse verursachen **Erschütterungen**, stellen jedoch keine Belastung des Öko-Systems dar. Um Schädigungen des menschlichen Organismus auszuschließen, sind entsprechende Sicherheits- und Arbeitsanweisungen für exponierte Arbeitsplätze erstellt und umgesetzt worden. Insgesamt sind Beschwerden über Emissionen weder bei der Belegschaft noch aus dem Gewerbeumfeld bekannt.

→ Der Bedarf unseres Unternehmens an Leitungswasser wird aus dem öffentlichen Netz mit einer Jahresmenge von rd. 150 m³ gedeckt, 2021 waren es nur ca. 127 m³, als Ursache ist aber eine Kurzarbeit Periode durch die Corona-Pandemie zu nennen.

Der Bedarf ergibt sich aus:

- dem Einsatz für die Betriebsfunktion im Sozialbereich
- dem Einsatz für sanitäre/allgemeine Nutzung.

Trinkwasserverbrauch in m³



Einsparung bei Leitungswasser wird als Umweltaspekt angesehen, der, bezogen auf das Unternehmen, jedoch von untergeordneter Bedeutung ist.

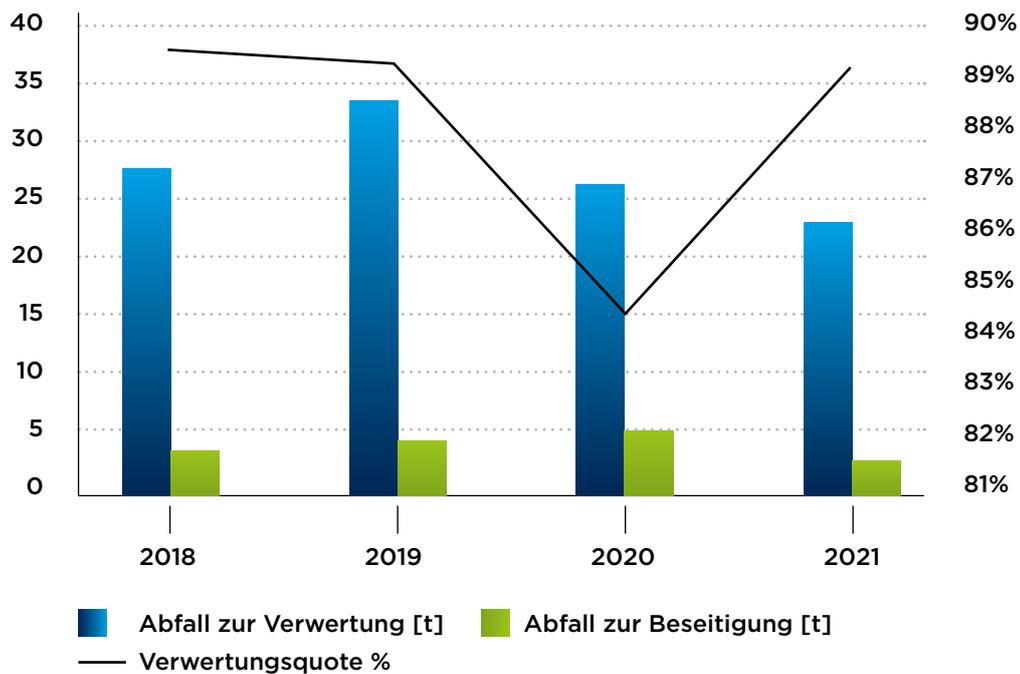
Mit **Gefahrstoffen** wird im Unternehmen so umgegangen, dass Gefährdungen der Schutzgüter Menschen, insbesondere die menschliche Gesundheit, Tiere, Pflanzen und biologische Vielfalt, Klima und Luft, Landschaft, Boden und Fläche sowie Wasser ausgeschlossen sind.

Außer allgemeinen Gefährdungen im Werksbetrieb gehören vor allem Vorkehrungen gegenüber Gefahren aus einem **Brand** zu vordringlichen

Maßnahmen. An erster Stelle stehen die mehrfach erprobten Maßnahmen im Falle eines Brandes, z. B. Übungen im Umgang mit Feuerlöschern sowie die Abwehr von Schädigungen des Schutzgutes Boden durch auslaufende technische Öle oder Chemikalien.

In der eigenen **Abfallwirtschaft** wurde in den vergangenen Jahren in folgender Reihenfolge der Grundsatz konsequent angewendet:

- **Abfall vermeiden**
- **Abfall verwerten**
- **Abfall ordnungsgemäß entsorgen**

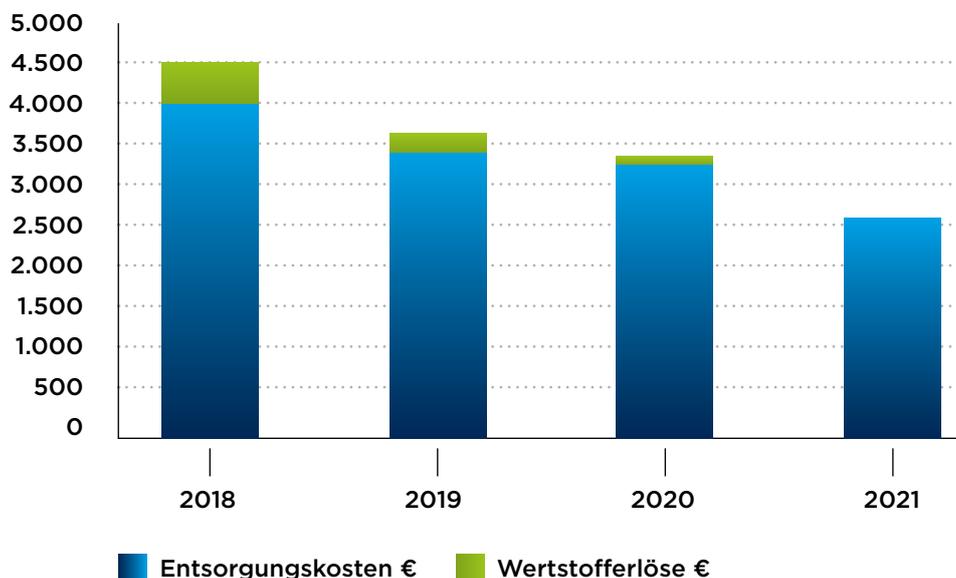


Abfälle fallen hauptsächlich durch zum Recycling bestimmte Verpackungen und Glasbruch an. Alle Abfälle werden sortiert und bestimmungsgemäß der Verwertung zugeführt oder nach rechtlichen Vorschriften entsorgt.

Dafür sind alle Müllentsorgungsplätze mit Müllschlüsselnummern versehen und intern im Werk über ein

Farbleitsystem geregelt. Insgesamt bewegt sich die Menge des anfallenden Abfalls in den zurückliegenden Jahren auf ähnlichem Niveau, der Anteil der Verwertungsquote bleibt nahezu konstant. Die Zahlen für 2020-21 sind durch Kurzarbeit und Pandemiegeschehen mit weniger Stückzahlen in den Abfüllungen nicht wesentlich aussagekräftig.

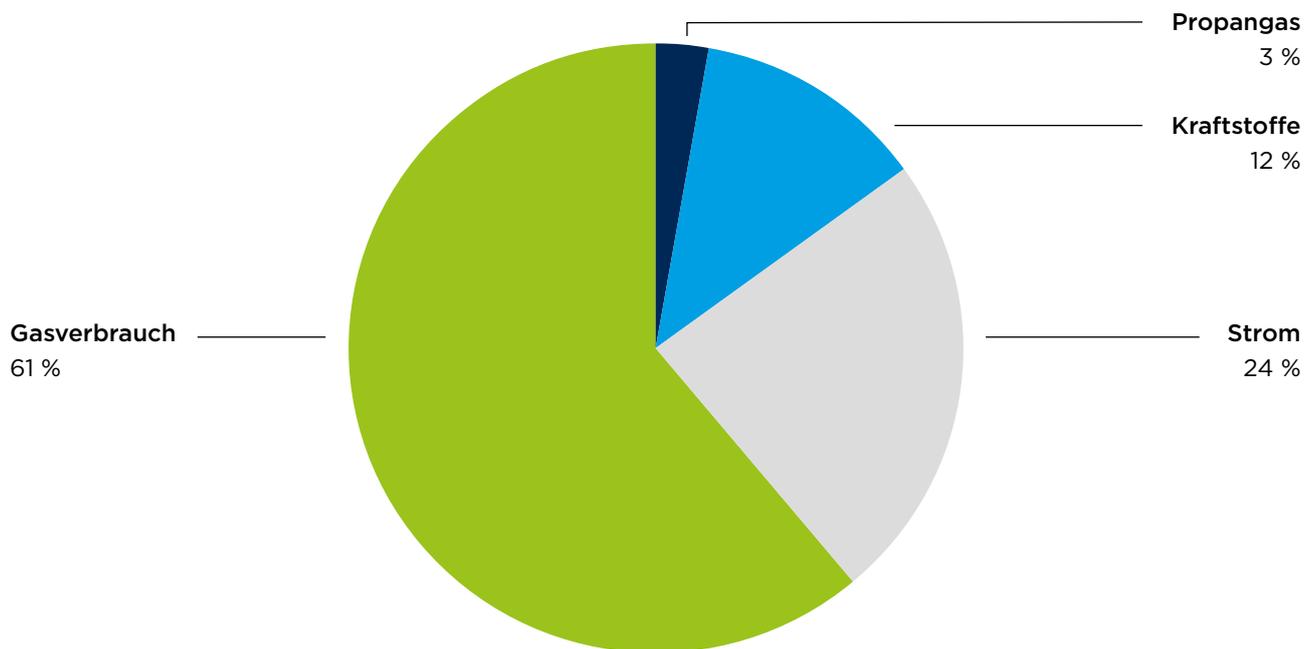
Entsorgungskosten zu Wertstoff Erlösen



Erwähnenswert ist, dass die Entsorgungskosten im Anteil auf einem hohen Niveau sind und es kaum noch nennenswerte Erlöse gibt. Damit gibt es für uns keine rein finanziellen Anreize für unser Abfallkonzept.

Im Unternehmen werden Ökostrom, Ökogas, Propantreibgas und Dieselmotorkraftstoff als **Energieträger** eingesetzt, die zum Teil direkte oder indirekte **Emissionen** verursachen.

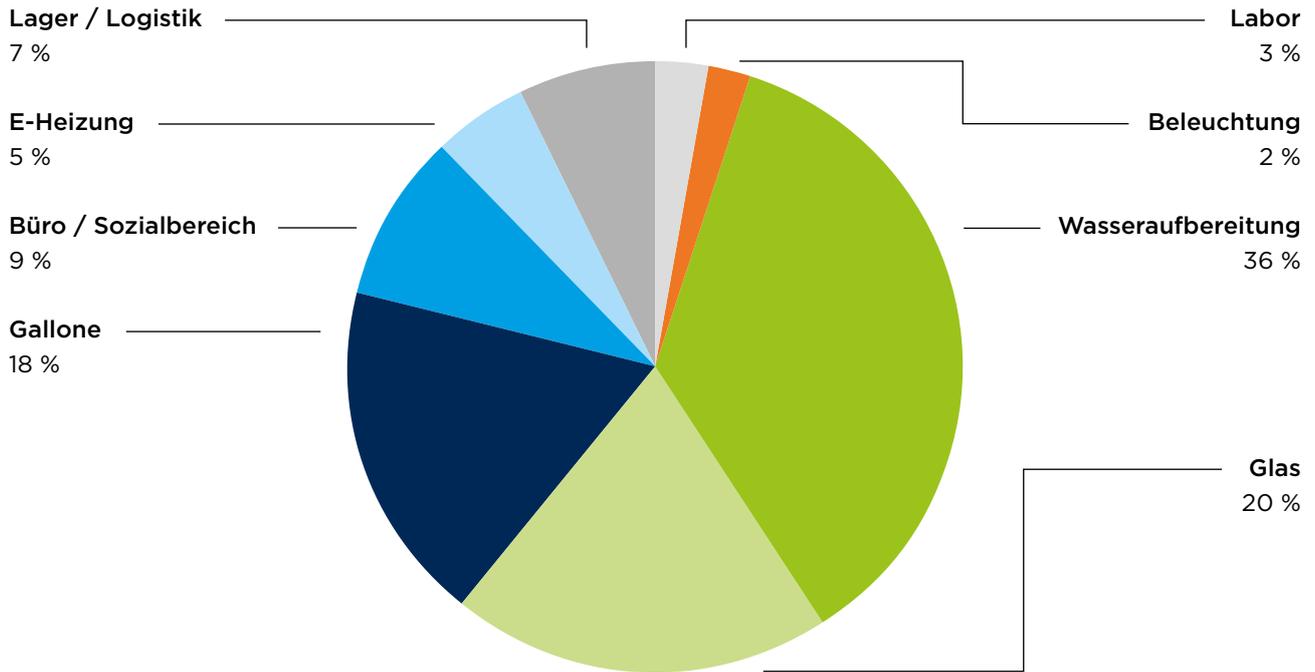
Anteil der Energieträger 2021



Der Einsatz von **Elektroenergie** in Form von Ökostrom erfolgt im gesamten Werk und Verwaltungsbereich auf verschiedenster Art und Weise. Der Großteil wird für Abfallzwecke genutzt, gefolgt vom Sozialbereich/Büro/Verwaltung. Um

eine genaue Verbrauchserfassung zu erarbeiten werden über Unternehmensstellenzähler die Energieströme zunehmend besser verfolgt. Die Beleuchtung wurde im Jahr 2020 auf neueste LED-Beleuchtung umgestellt.

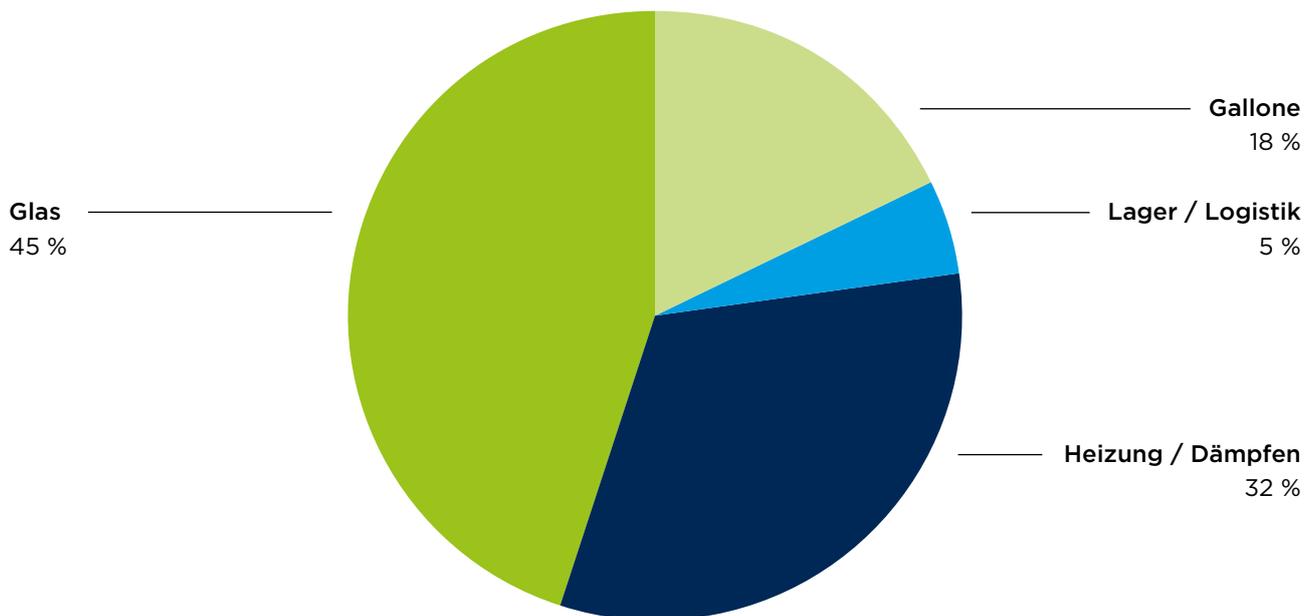
Öko-Stromverbrauch



Ökogas dient ausschließlich der Wärmeversorgung des Unternehmens. Hierzu betreibt die Rheinsberger Preussenquelle sechs Kleinfeuerstellen. Es gibt einen Dampferzeuger mit einer Leistung von 130 kW sowie

einen Warmwassererzeuger mit 250 kW Leistung für den Betrieb der Waschmaschinen, eine Heizungstherme für den Sozialbereich und drei Deckenheizungen zum Heizen der Produktionshalle.

Gasverbrauch



Zur Erläuterung des beigefügten Diagramms soll noch angemerkt werden, dass, bezogen auf die Produktionszeit und Ausbringung, die Glaslinie ca. 75 % und die übrigen beiden Bereichen nur 25% beanspruchen. Dass der Anteil des Energieträgers der Glaslinie insgesamt nur bei gut 50 % liegt hängt hauptsächlich mit der Niedrigenergiewaschmaschine zusammen, da diese mit Heißwasser und nicht mit Dampf betrieben wird und wir damit deutlich Energie einsparen.

Unser Vertrieb der Ware erfolgt ausschließlich ab Rampe durch vom Kunden beauftragte Speditionen. Im Außendienst sind zurzeit drei Pkw und ein erdgasbetriebener VW Caddy eingesetzt, die ausschließlich

Dieselmotoren bzw. Erdgas benötigen. Propangas wird ausschließlich für Gabelstapler bei Umschlags- und Lagerprozessen eingesetzt.

Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Siehe oben.

Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Die Umweltdaten werden auf der Website veröffentlicht.

E3

Negativaspekt:

Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Ja, wir können bestätigen, dass weder gegen Umweltauflagen verstoßen, noch die Umwelt unangemessen belastet wird.



E4

Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

→ **Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?**

Über unsere social media-Kanäle (Instagram & Facebook), den regelmäßigen Newsletter sowie über Website (Aktuelles) und das Blog (bleibt natürlich!) werden alle Themen, die die Rheinsberger Preussenquelle betreffen an die interessierte Öffentlichkeit kommuniziert. Hinzu kommen Pressearbeit, öffentliche Auftritte (Messen, firmeneigene Veranstaltungen, Podiumsdiskussionen) und das persönliche Gespräch. Da das Thema „Nachhaltiges Mineralwasser“ ein komplexes ist, liegt es im vitalen Interesse der Rheinsberger Preussenquelle möglichst viel und tiefe Informationen zu (Über-)Kompensation, Naturschutzmaßnahmen, Regionalitätskonzept usw. an die Verbraucher*innen zu kommunizieren. Dies geschieht über die genannten Kanäle und hat Priorität in der Kommunikation/Marketing.

→ **Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?**

Die Möglichkeiten, mit uns in Kontakt zu treten, sind zahlreich. Auf der Website gibt es – neben der Kontaktadresse kundenservice@preussenquelle.de – die Option, drei unterschiedliche Mitarbeiter zu insgesamt vier Themenbereichen direkt anzuschreiben und in Dialog zu treten. Ferner laden wir die verschiedenen Zielgruppen zu Landwirtschaftstag, Feldtagen oder Nachhaltigkeitstagen ein, um im persönlichen Gespräch größtmögliche Transparenz zu bieten. Dies gilt natürlich auch für Besuche des Unternehmens durch Verbraucher*innen sowie externe Veranstaltungen (bspw. Vorträge, Podiumsdiskussionen).

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Die Ergebnisse werden auf der Website („Aktuelles“), dem Blog (Beiträge) und durch Pressemitteilungen (Website-Bereich „Presse“) dokumentiert.

Die gemachten Erkenntnisse, Meinungen und Bedürfnisse der Zielgruppen werden berücksichtigt und haben erheblichen Einfluss auf die spätere Entscheidungsfindung durch die Rheinsberger Preussenquelle.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir versuchen stetig, noch mehr Transparenz herzustellen, vor allem mit anderen, auf den ersten Blick nicht assoziierten Organisationen. Ferner sollen die entnommenen Wassermengen sowie die Verdeutlichung, wie nachhaltig die Wassernutzung durch uns ist, auf der Website transparenter gemacht werden.

E4

Negativaspekt:

Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ja, wir können bestätigen, dass keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet werden.



Ausblick

Kurzfristige Ziele

Langfristige Ziele

→ Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

← Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Die Gemeinwohlökonomie ist für uns eine konsequente Weiterführung der bereits erarbeiteten Qualitätsstandards, die sich nicht ausschließlich auf die Produktqualität beschränken. Die Gemeinwohlökonomie erweitert den Blickwinkel des Verantwortungsspektrums.

Kurzfristige Ziele sind die aktuell weniger bearbeiteten GWÖ-Kriterien zu intensivieren. Dazu gehören:

- Die Bewertungen der Lieferanten in den Lieferketten zu erweitern
- Die interne Ausbildung an ökologischen Themen zu erweitern
- Die innerbetriebliche Mitentscheidung und damit die Verantwortungsübernahme der Mitarbeiter zu fördern

- Die hohe Authentizität der Marke und des Unternehmens zu untermauern
- Den kontinuierlichen Verbesserungsprozess weiterzuführen
- Teil einer zeitgerechten Wirtschaftsweise zu sein
- Eine wertorientierte Handlungsweise mitzuentwickeln
- Das Thema „Wasser“ und das Produkt „Mineralwasser“ als Gesamtergebnis allen Handelns zu sehen und so zu kommunizieren



Preussenquelle

STILL

0,33l

Danke

Eine Unternehmensbilanz nach den Kriterien der Gemeinwohl-Ökonomie aufzustellen, bedeutet für alle Mitarbeiter*innen Herausforderung und zugleich zusätzliche Aufgaben neben dem laufenden Arbeitspensum. Während der Erhebung des umfangreichen Datenmaterials wurde deutlich, wie wichtig die aktive Mitarbeit aller Kolleg*innen ist, um das gemeinsame Ziel – die erste GWÖ-Bilanz der Rheinsberger Preussenquelle – zu erreichen.

Alle Beschäftigten waren in den Prozess involviert und daher gilt allen Mitarbeiter*innen unser großer Dank. Ohne ihre Bereitschaft zur

Mitarbeit und das individuelle Engagement, wäre dieser Bericht und unser hervorragendes Abschneiden nicht möglich gewesen.

Herzlich bedanken möchten wir uns auch bei Urte Töpfer (Führen mit... Urte Töpfer) sowie Ralph Lubasch (ECB-Beratung GmbH), die uns während des gesamten Prozesses kompetent begleitet und tatkräftig unterstützt haben.

Impressum

Rheinsberger Preussenquelle GmbH
Zur Preussenquelle 5
16831 Rheinsberg

fon +49 (0) 339 31. 34 95 80
fax +49 (0) 339 31. 34 95 89

www.preussenquelle.de
info@preussenquelle.de

Gestaltung:
Verena Fäth / verenafaeth.de

Bildnachweise:
Umschlag: www.canva.com
Die Nutzungsrechte aller weiteren Bilder liegen (soweit nicht anders angegeben) bei der Rheinsberger Preussenquelle GmbH.



