

rheinberger
**PREUSSEN
QUELLE**

Gemeinwohlbericht
Kompaktbilanz

Berichtszeitraum: 2023 - 2024

Inhalt

Vorwort.....	4
Testat	5
Allgemeine Informationen zum Unternehmen	6
Produkte / Dienstleistungen	8
Das Unternehmen und Gemeinwohl	9
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	10
A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	12
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	12
A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen.....	13
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	13
A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	17
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	17
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	18
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	18
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln	19
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	20
B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	22
B4 Eigentum und Mitentscheidung	23
B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme	23
C Mitarbeitende	24
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	24
C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	29
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	29
C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	32
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden.....	32
C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens..	35
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	35
C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	37
D Kund*innen und Mitunternehmen.....	38
D1 Ethische Kundenbeziehung	40
D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen	43
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	43
D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	45
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	45
D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen.....	48
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz.....	48
D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	49
E Gesellschaftliches Umfeld	50
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	50
E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	53
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	53

Rheinsberger Preussenquelle GmbH
Gemeinwohlbilanz – Kompaktbilanz 2023 - 2024

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung	54
E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention	55
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	55
E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	60
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	61
E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	61
Ausblick	63
Kurzfristige Ziele	63
Langfristige Ziele	63
Dank	64
Impressum	64

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

unser zweiter Gemeinwohlbericht!

Was in der ersten Runde noch neu und in Teilen sehr aufwändig war, ging uns nun schon etwas leichter von der Hand. Gleich blieb aber natürlich, dass die Er- und Zusammenstellung aller Daten wieder höchst erkenntnisreich war.

Zum einen können wir festhalten, dass sich die Rheinsberger Preussenquelle treu geblieben ist. Weiterhin bilden wir in der großen Landschaft von Mineralwasser-Unternehmen eine Ausnahme. Denn wir sind und bleiben fokussiert auf konsequente Nachhaltigkeit. Das beinhaltet unsere ausgeprägte regionale Vertriebsausrichtung, die sich vorrangig auf das Gebiet Berlin und Brandenburg konzentriert, unser Verzicht auf Plastikflaschen, unser Bekenntnis zu Glas-Mehrweg, der schonende Umgang mit unserer Quelle und der Schutz von Wasser, Böden und Natur.

Zum zweiten stellen wir fest: hohe und höchste Ansprüche sind schwer zu toppen. Denn wir wollen uns nicht vorrangig mit anderen vergleichen, sondern vielmehr besser werden als die Preussenquelle aus dem letzten Gemeinwohlbericht!

Vieles konnten wir bereits in die Wege leiten, einiges liegt noch vor uns. So ist beispielsweise die Auswahl der Projekte, mit denen wir Umwelt, Natur und natürlich Grundwasser schützen Jahr für Jahr neu zu bewerten. Wo und wie können wir noch effektiver werden? Noch mehr positive Effekte erreichen? Und noch mehr Menschen für unsere nachhaltigen Ziele gewinnen?

Auch die Ansprüche der Kundinnen und Kunden unterliegen Veränderungen. Nachhaltigkeit hat für viele bei der Kaufentscheidung an Gewicht verloren. Auch, weil nicht wenige Unternehmen den Begriff in Werbung und Produktdesign ungeniert überstrapazieren, ohne es wirklich ernst zu meinen. Wir stehen daher nicht nur vor der Herausforderung, uns stetig zu verbessern, sondern auch, wieder Vertrauen in gelebte unternehmerische Nachhaltigkeit zu schaffen. Viele unserer Anstrengungen sind daher erst einmal nach Innen bzw. auf den tatsächlichen Effekt ausgerichtet. Auch weiterhin handeln wir zunächst, bevor wir nach Außen kommunizieren.

Wir sind überzeugt, dass dieses verlässliche und langfristige Engagement der richtige Weg ist: Der Weg, um wirklichen Umwelt- und Wasserschutz umzusetzen und der Weg, um anders zu sein als jene, deren Marketingbudget mehr verschlingt als ihre Nachhaltigkeitsprojekte.

Dr. Leonie Weber, Daniel Dembski, Peter Kreideweiss, Philipp Meckelburg, Hilmar Hilger
Leitungskreis der Rheinsberger Preussenquelle



TESTAT

Externes Audit

Testat gültig bis
31.12.2027

ZertifikatsID
u2rva

Gemeinwohl Bilanz

Rheinsberger Preussenquelle GmbH

Zur Preussenquelle 5, DE 16831 Rheinsberg

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
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: 40 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: ./.	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	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: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 80 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %
				BILANZSUMME: 487

Mit diesem Audit Zertifikat bestätigt der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. das Ergebnis des ECONGOOD Audits basierend auf der Version: M5.0 Kompaktbilanz
Dieses Audit wurde durchgeführt von Jan Koltermann.

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf
www.econgood.org

Hamburg, 03.12.2025

International Federation for the Economy for the Common Good e.V.
Stresemannstraße 23
22769 Hamburg

federation-accounting@econgood.org
Amtsgericht Hamburg, VR 24207

Gus Hagelberg
Executive Director

Markus Müllenschläder
Executive Director

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:	18
Vollzeitäquivalente:	18
Saison- oder Zeitarbeitende:	

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 Naturkostgroßhändler 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, so dass 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.

Mit der Erweiterung der Produktionskapazitäten wurde die Ausrichtung des Unternehmens als ökologisch-nachhaltiges 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, eine CO₂-Berechnung (inkl. aller Transportwege) durchgeführt und in CO₂-reduzierende Maßnahmen umgesetzt. 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., dem Förderverein für Öffentlichkeitsarbeit im Natur- und Umweltschutz e.V. und Der Gemeinschaft aufgenommen sowie eigene Initiativen ins Leben gerufen (z.B. die Landwirtschaftstage und der firmeneigene Nachhaltigkeitspreis „Nachhall“).

Wir verfolgen zudem ein vorrangig regionales Vertriebskonzept und damit einen konsequenten und kompromisslosen Gegenentwurf zu den Auswüchsen nationaler und internationaler Mineralwasseranbieter.

Gleiches gilt auch für die Nutzung der Quelle, reduziert auf eine ökologisch vertretbare Entnahmemenge.

Wir vertreten die Meinung, dass es ausreichend regionale Brunnen in Deutschland gibt, sodass lange Transportwege vermeidbar und international vertriebene Mineralwasser Marken unter den zunehmenden Problemen des Klimawandels nicht mehr zeitgemäß sind.

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

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 98%. Weitere 2% ergeben sich aufgrund von Pfanderträgen aus dem Aufbau des Flaschenpools.

Wir vertreiben unser Mineralwasser aus Nachhaltigkeitsgründen ausschließlich in Mehrweg-Glasflaschen. 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.

Selbst während der Corona-Einschränkungen 2021 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. 2023 und 2024 wurden je ein Feldtag umgesetzt. Themen waren „Natur im Garten“ sowie eine Kennartenbestimmung im Bereich der Region Kuhlmühle.

Die Landwirtschaftstage, als Treffpunkt für Austausch und Ideengeber wurden konsequent fortgesetzt und gelten als fester Jahresbestandteil in der Region für Landwirt*innen, interessierte Bürger*innen und Studierende aus anliegenden Hochschulen.

Mit der Teilnahme an der Zertifizierungskommission im Bund für Nachhaltige Entwicklung (BNE) tritt das Unternehmen ehrenamtlich für die Entwicklung nachhaltiger pädagogischer Angebote im Raum Brandenburg ein.

Ein politisches Engagement wurde durch die ehrenamtliche Teilnahme im Nachhaltigkeitsausschuss der IHK Brandenburg erweitert.

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

Ansprechpartner im Unternehmen ist der fünfköpfige Lenkungskreis der Rheinsberger Preussenquelle.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Als Mineralwasser-Hersteller 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 2024 lag dieser Wert bei unter 44,9%. 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“ und „International“.

Bei allen Entscheidungen werden preisliche, ökologisch-nachhaltige Aspekte sowie die Herkunft berücksichtigt.

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

Unser regionales Engagement umfasst die Kompensationsmaßnahmen aller entstandenen Emissionen durch Moorrenaturierung und Humusaufbau im Ökolandbau, die regelmäßige Umsetzung von Veranstaltungen zur Förderung des nachhaltigen Bewusstseins bei Landwirt*innen und Verbraucher*innen (Landwirtschaftstage, Feldtage), einen eigenen Nachhaltigkeitswettbewerb, die Förderung von Naturschutzmaßnahmen in der Region sowie das Sponsoring von nachhaltigen Initiativen und Projekten. Die Schutzmaßnahmen wirken sich erst auf das Wasser in 200-300 Jahren aus, wir selbst haben davon heute nichts.

***Wir investieren in eine Zukunft, die wir selbst nicht erleben werden,
aber kommende Generationen!***

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 anerkannter Marktteilnehmer sowie auf langjährigen Geschäftsbeziehungen. Wir pflegen unsere Lieferantenverbindungen durch jährliche Gespräche und unterjährige Kontakte, sodass ein Vertrauensverhältnis bei den Hauptlieferanten aufgebaut ist.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Für Etiketten wird auf den FSC-Standard gesetzt. Der verwendete Leim ist vegan, sodass auf Einsatz von Kasein/tierische Ressourcen verzichtet werden kann.

Für sämtliche produktrelevanten Materialien liegen Lebensmitteltauglichkeitserklärungen 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.

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.

Wir sehen unseren Brunnen nicht wie viele andere als ausbeutbare Ressource, 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 solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wasser als unser Haupttrahstoff 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*innen 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.

Eingeführt wurde daher eine Lieferantenbewertung, die unter anderem auch soziale Aspekte abfragt.

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 Kommunika-

tionskultur werden eingefordert oder angestrebt. 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 Lieferant*innen jederzeit gegeben. Das gelingt allerdings nicht in allen Bereichen. (Quasi-)Monopolstellungen, z.B. im Glasbereich lassen kaum noch Einflussmöglichkeiten zu.

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

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

Für die Verköstigung im Haus wird auf Bezug von Bio-Lebensmittel geachtet und Wert auf regionalen Einkauf gelegt.

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.

Problematisch ist die Überprüfung eventueller Risiken und Missstände innerhalb der Lieferkette der Glasindustrie. Insbesondere der Bezug von Sand zur Herstellung des Glases ist intransparent. Nachfragen haben bislang nicht zu ausreichenden Antworten geführt. Es bleibt weiterhin die Aufgabe bestehen, bessere und zuverlässige Angaben über die Lieferkette zu erhalten.

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.

A3 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 über 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, so dass 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.

2023 wurde eine neue, energiereduzierende Erhitzungsanlage zur Dampferzeugung installiert.

Bei Einkäufen für Marketing und Merchandising-Produkte wird auf CO₂-Neutralität geachtet. Wenn diese nicht gegeben ist, erfasst die Rheinsberger Preussenquelle die CO₂-Werte und setzt diese in ausgleichende ökologische Maßnahmen um.

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.

Aufgrund des Angriffskrieges Russlands auf die Ukraine musste die Strom- und Gasversorgung neu justiert werden. Insbesondere die Versorgung mit Gas aus ökologisch nachhaltigen Quellen wurde unsicher und die Option zu einer langfristigen Versorgung entfiel. In 2024 ist gelungen, mit neuen Anbietern für Gas- und Strom, langfristige Anschlussverträge zu den bestehenden Qualitätsmaßstäben des Unternehmens abzuschließen.

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.

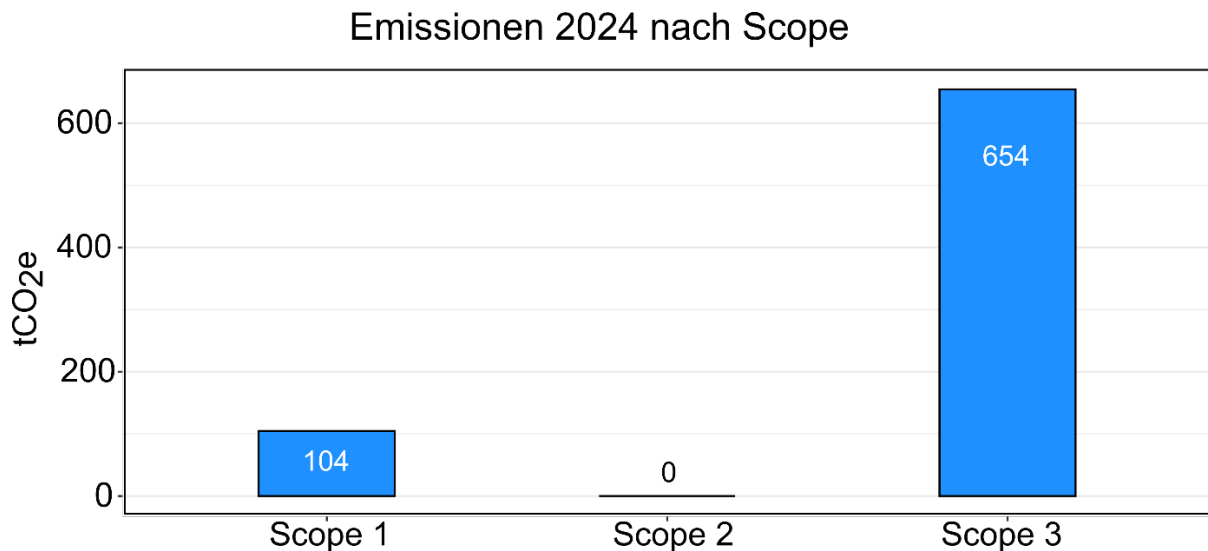
Die ökologisch höchsten Maßstäbe im Mineralwasserbereich bildet der Anforderungskatalog der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. ab. Dieser beinhaltet eine deutlich höhere Analysetätigkeit, die den Nachweis einfordert, dass keine – in einfacher Form gesagt – von Menschenhand verursachten Rückstände 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 sowie 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 Sustainable Creating Impact in Hamburg zu einer CO₂-Bilanz zusammengefasst. Details zur Berechnung finden sich in unserer Umwelterklärung (www.preussenquelle.de/transparenz).

Ausgleichende CO₂-Maßnahmen erfolgen über Moorrenaturierung in Niedersachsen. Die Überkompensation durch Humus-bildende Maßnahmen (z. B. Anbau von Klee gras) mit den Biohöfen Engemann.



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 nicht in Frage kommt.

Im Bürobereich wurden während des bilanzierten Zeitraumes kleinere Maßnahmen umgesetzt. Dazu gehören die Umstellung auf Heftklammer-freie Tacker, der zunehmende Verzicht auf Visitenkarten, standardmäßiger zweiseitiger Druck im Kopierbereich oder Umstellung auf eine papierlose Ablage.

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

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. 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. Den Prozess gilt es kontinuierlich fortzuführen.
- Potential: Konkretere Kriterien formulieren, damit es für außenstehende greifbarer & systematischer wird. Qualitative Abfragen sind dafür auch geeignet.

A3 Negativaspekt: 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 Kunststoff 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

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 langfristige angelegte Beziehungen auf. Die Ansprechpartner*innen sind in vielen Betrieben bekannt, sodass schwierige Themen, zum Beispiel Preisanpassungen offen angesprochen werden können.

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 teils unmöglich machen.

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%.

B 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 Lenkungsreis 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 Geldgebenden 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. Die Produktionseffizienz wurde in 2023 und 2024 nachweislich erhöht. Die Anzahl der Mitarbeitenden wurde durch natürliche Fluktuation verkleinert.

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.

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 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

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 bis heute im Einsatz ist. Energiemäßig liegen hier Verbesserungspotentiale vor.

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

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 Wärmegewinnung zur Erzeugung von Wasserdampf. Ergebnisse liegen vor, stehen aufgrund der Investitionshöhe derzeit nicht in Umsetzungsplanung.

Ein Einsatz von Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach der Produktion ist überprüft worden, aber aus statischen Gründen nicht umsetzbar.

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. KMU-Förderprogramme fallen aufgrund der Zugehörigkeit zu Terra-Naturkost GmbH aus.

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, Blog, Veranstaltungen sowie in einem Newsletter kommuniziert werden.

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 aktuelle Themen berichten. 2023 und 2024 wurden jeweils ein Landwirtschaftstag und ein Feldtag umgesetzt. 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 Sustainable Impact berechnet.

Die Kompensation erfolgt über namhafte Bio-Landwirt*innen durch Humusaufbau in der Nähe von Erfurt sowie durch Moorrenaturierungsmaßnahmen in Niedersachsen. Wir legen Wert darauf, die Partner*innen und Projekte zu kennen. Im Berichtszeitraum 2023/2024 wurden 21.864,-- € netto zur Umsetzung der Maßnahmen investiert, davon 14.440,-- € in 2024

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. Seit 2022 ist ein E-Fahrzeug im Einsatz.

Ökologische Begrünung:

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

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 Schulensee, im Wassereinzugsgebiet der Rheinsberger Preussenquelle. Kostenbeteiligung 5.000,-- €

2016: Restaurierung von zwei Fischadlerhorste 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,-- €.

2024: Verleihung des dritten Nachhaltigkeitspreises „Nachhall“ an drei private Initiativen. Preisgeld: 3.500,-- €.

2024: Start der Kooperation mit der Berliner „Clubkommission“ zur Förderung der Berliner Clubkultur (soziale, ökologische und kulturelle Förderungsentwicklung): 5.000,-- €

2024: kontinuierliches Sponsoring sozial-ökologischer Veranstaltungen und Projekte in Berlin und Brandenburg.

Dazu sind zahlreiche Partner und Veranstaltungen zu benennen: Heldenmarkt, NABU Brandenburg, Clubcommission, Clubtopia, Baum-Entscheid Volksentscheid, HNEE, Die Gemeinschaft, Pop-Kultur Festival, Texte zur Kunst, Über den Tellerrand e.V. A LÄrme Festival, Summit 202030, Akademie der Künste, FÖL, Floating University, Ostkreuzschule für Fotografie, Kunsthochschule Weissensee.

B3 Negativaspekt: 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 Firmengrundsätzen widersprechen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

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.

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

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.

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.

C Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Wir sind ein kleines mittelständiges Unternehmen mit 18 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 Stelleninhaber*innen benannt. Es gibt eine klare Vertretungsregelung.

Die Unternehmenskultur baut eine weitgehende Transparenz und eine offene Kommunikation auf. Die Ansprache wird im gesamten Unternehmen in der „Du-Form“ gehalten. Trotz lockerem Umgang wird ein respektvolles Miteinander, 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, funktioniert das gesamte Getriebe nicht. Daher gibt es keine „wichtigen“ oder „weniger wichtigen“ Rollen im Unternehmen.

Es bleibt ein fortlaufender 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.

Es bleibt eine wichtige Aufgabe, neue Mitarbeiter*innen in die Philosophie des Unternehmens einzuführen und den Generationswechsel zu begleiten. Ziel ist, das Know-how im Unternehmen zu halten und zu erweitern.

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 auszuweichen. So wird die Produktion auch durch Verwaltungsmitarbeiter*innen unterstützt. In der Hauptsaison wird die Flaschensortierung durch alle Abteilungen inklusive Geschäftsführung umgesetzt.

Montagsmorgens finden regelmäßig, für alle Produktions- und produktionsrelevante Mitarbeiter*innen ein Jour fixe statt. Darin werden die Produktionsergebnisse und Auswertungen der vergangenen Woche besprochen, sowie die Ziele der laufenden Produktionswoche aufgezeigt. Zu diesem Zeitpunkt werden die aktuellen Ereignisse aus Vertrieb und Verwaltung kommuniziert.

Neu eingeführt wurde ein täglicher, kurzer Jour fixe zur aktuellen Tages- und Aufgabenlage.

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 Zeit zum Austausch von den 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 tieferen Kenntnissen bewertet werden können. Dafür aber Absatz- und Umsatzzahlen, sowie prozentuale Entwicklungen und inwieweit das Jahresergebnis erreicht wurde.

Verantwortung und Verantwortungsförderung:

Es ist vom Unternehmen gewollt, dass Mitarbeiter*innen Verantwortung übernehmen.

Jede/r Mitarbeiter*in darf und soll 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 Wissenstand 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 Know-how-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.

Die Fortführung der bewährten Praxis wurde nach Corona auch in den Jahren 2023 und 2024 umgesetzt. Schulungspläne müssen aufgestellt und in die Füllplanung mit aufgenommen 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, 2023 wurde dieser auf sieben Personen erweitert. Damit ist man dem gewünschten Teamverständnis deutlich nähergekommen. Aufgrund der personell breiteren Aufstellungen konnten dominante Positionierungen aufgelöst werden. Die Ergebnisse von Besprechungen finden eine breitere Zustimmungsbasis als in den voraus gegangenen Jahren.

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

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 Know-how-Aufbau zu erreichen ist.

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 es zulässt. Idealerweise stimmen sich die Mitarbeiter*innen untereinander ab und legen bis zum Montag-Jour fixe 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 2024 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.

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

Die Krankheitsquote 2024 lag bei 8,95%.

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 2023/2024 wurde eine Kooperation mit der AOK zur Gesundheitsförderung umgesetzt.

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.

Die Möglichkeit zum Bike-Leasing wurde geschaffen, um sportliche Aktivitäten im Freizeitraum zu unterstützen, bzw. die Anfahrt zum Arbeitsplatz zur Arbeit umzustellen. Das Angebot wird derzeit von einem Mitarbeiter in Anspruch genommen.

Über eine regelmäßige Auswahl an Obst- und Gemüse im Pausenraum sowie abwechselnde Bio-Snacks und vegane Alternativen wird zu einer gesunden Ernährungsweise inspiriert.

Literatur und Magazine zur gesunden Ernährung werden ausgelegt und zum Ausleihen angeboten.

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 keine Rolle.

Dennoch ist die Verteilung mit 14 männlichen und vier weiblichen Mitarbeitenden in 2024 nicht ausgeglichen. Der Anteil hat sich nicht verbessert und bleibt unausgeglichen. Dies erfolgt nicht aus unternehmerischen Gründen, sondern aus der Verfügbarkeit von Personal. Für Aufgaben in der Produktion und Technik bewerben sich fast ausschließlich Männer, so dass in der Produktion 2024 nur eine Frau in der Belegschaft arbeitete.

In Leitungspositionen befanden sich 2024 zwei weibliche und fünf männliche Mitarbeiter*innen. In der Ausbildung befand sich 2024 ein Mitarbeiter.

Aus der Belegschaft wurde bestätigt, dass generell jede/r neue Mitarbeiter*in willkommen ist und unabhängig von Herkunft, Ethnie oder Religion 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, wird mit ihrer stringenten ökologischen, nachhaltigen Prägung und ihrer weltoffenen Ausrichtung, mit ihren Aktionen oft als „Exot“ in der Region gesehen, der 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, 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.

Aufgrund der zunehmenden Rechtsorientierung des politischen Umfelds, sieht sich das Unternehmen in der Pflicht eine deutlichere Positionierung zu Weltoffenheit und Toleranz zu kommunizieren, als es vor wenigen Jahren noch der Fall gewesen ist.

In Besprechungsräumen sind Stiftehalter und Plakate vorhanden, die die Einstellung des Unternehmens leise und kontinuierlich bei allen Gesprächen und Meetings transportieren.

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 unterstützt.

C2 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.

Der Mindestverdienst wurde gehalten und der Median aller Gehälter weiterhin 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. Seit 2022 wurde dieses Verständnis in den Lenkungsreis, sprich auf Abteilungsleitungsebene eingebracht und aufgebaut.

**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 Arbeitszeiterfassungssystem 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-Mitarbeitende (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 16:30 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 1,5-Schichtbetriebs eingehen, da dies eine gute Planungsmöglichkeit für den Privatbereich möglich macht.

Seit 2023 werden Plan-Samstage für die Hochsaison bekanntgegeben (max. sechs Samstage), wodurch mehr Planungssicherheit für Mitarbeiter*innen und Firma ermöglicht wird.

Von einer Zeitarbeitsfirma wurde 2024 eine Person für einen Monat zum Auffangen saisonaler Schwankungen eingesetzt.

Saisonale Schwankungen wurden, durch eine optimierte Planung, besser als in den Jahren zuvor ausgeglichen. In 2024 gab es keine Lieferausfälle.

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine 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 es zulassen, möglich.

Der 1,5-Schichtbetrieb stellt insgesamt eine sehr gute Möglichkeit dar, die Work-Life-Balance zu gewährleisten. Im unternehmerischen Umfeld sind oftmals 3- oder 4-Schichtbetriebe üblich, so dass die Arbeitszeiten in der Rheinsberger Preussenquelle geschätzt werden.

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

Für 2024 wurden Plansamstage (sechs Samstage) festgelegt und im Januar für das komplette Jahr kommuniziert. Von den sechs geplanten wurden nur drei umgesetzt. Die Mitarbeiter*innen können langfristig ihr Wochenende planen.

Die geplanten Produktionssamstage wurden weitgehend abgewendet, indem die Mitarbeiter sich alternativ für längere Tagesarbeitszeiten und gegen eine Samstagsarbeit entschieden.

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

Die Gehaltsspreizung von Mindestverdienst zu Höchstverdienst liegt mit dem Faktor 2,88 weit unterhalb des, von der Gemeinwohlökonomie empfohlenen maximalen Spreizung von Faktor 5.

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?

Aufgrund der Betriebsgröße gibt es keine Kantine für die Mitarbeiter*innen. Dafür einen Pausenraum, in dem die selbst mitgebrachten Speisen erwärmt werden können.

Um das Bewusstsein für ökologische Lebensmittel zu fördern, stellt die Rheinsberger Preussenquelle Obst, Snacks, Kaffee, Getränke und natürlich Mineralwasser in Bio-Qualität zur Verfügung. Die Lebensmittel werden ausschließlich über den Bio-Großhandel bezogen. Wir fördern den Genuss von gesunder Nahrung 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 in 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 Mitarbeiter*innen-Kreis noch bekannter zu machen, werden immer wieder Musterbestellungen zur Verkostung im Pausenraum zur Verfügung gestellt.

Jedem Mitarbeiter steht ein kostenfreier Bezug von Bio-Mineralwasser für den privaten Gebrauch zur Verfügung.

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

2024 fuhren 16 Mitarbeiter*innen per Pkw zur Arbeit und zwei nahmen das Fahrrad zur Firmenerreichung.

Der Gründe dafür liegen zum einen in der schlechten öffentlichen Anbindung. Darüber hinaus gibt es keine separaten Fahrradwege. Zudem erschwert der Schichtbetrieb 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.

Die Motivation 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*innen zu arbeiten und Angebote aufzustellen.

Genannt wurde bereits die Bereitstellung von Bio-Lebensmitteln im Betrieb und deren günstigeren Bezug über Terra Naturkost.

Folgende regelmäßigen 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 partnerschaftlich 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 pol. Vertreter*innen und Personal von Bildungseinrichtungen.

Ziel ist, die ökologische Landwirtschaft zu fördern und die Umstellung von konventioneller Landwirtschaft auf Ökolandwirtschaft voranzutreiben. 2024 wurden zum siebten Mal in Folge Referent*innen zu speziellen Themenfeldern eingeladen. So wurde 2024 das Thema „Direktvermarktung in Ballungsräumen“ aufgegriffen, und von unterschiedlichen Referent*innen aus Bildung, Politik und Landwirtschaft beleuchtet sowie ökologische Methoden vorgestellt. An der Veranstaltung nahmen fünf Mitarbeiter*innen teil, die die Veranstaltung mit betreuten und an den Fachvorträgen teilnahmen. Da die Produktion weiter in Betrieb sein muss, ist eine Teilnahme aller Mitarbeiter*innen nicht möglich. Insgesamt nahmen ca. 40 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.

2024 wurde das Thema „Kennartenbestimmung“ und die Förderung von Grünlandflächen vorgestellt

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 Tagungsdenken 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.

2024 wurde ein „gemeinsames Kochen mit Bio-Lebensmittel“ als teambildende Maßnahme in der Großküche des Stechlin-Instituts durchgeführt.

Bio-Mineralwassertagung:

Zwei Mal jährlich findet die Tagung der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser statt. Eine Tagung wird bewusst an einem Ort mit starker Bio-Anhaftung gewählt und neben der Veranstaltung selbst wird eine Firmen- oder Betriebsbesichtigung angeboten. So wurden die Firmen Bohlsener Mühle, Voelkel, die Hermannsdorfer Landwerkstätten, die Walter Lang GmbH und der Vilsa-Mineralbrunnen 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.

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 ausgehängen.

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. In der mindestens einmal jährlich stattfindenden Mitarbeiterversammlung werden die Ergebnisse des Jahres und die neuen Bilanzziele vorgestellt.

Dem Lenkungskreis werden im monatlichen Turnus alle Themen offen vorgestellt.

Die Produktionsmitarbeiter werden im wöchentlichen Jour Fix und in der täglichen Produktionsbesprechung über alle laufende Themen informiert.

Es ist erklärtes Unternehmensziel, eine sehr hohe Transparenz in alle Bereiche zu gewährleisten.

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 ausgehängen. 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 umgesetzt. Das sind in der Regel der Geschäftsführer und die entsprechende Abteilungsleitung.

So wurde 2024 die Stelle der Qualitätssicherung extern neu besetzt.

Der 2022 aus den eigenen Reihen benannte Produktionsleiter wurde 2024 zum Betriebsleiter ernannt. 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.

Die Kommunikation im Unternehmen wird ausnahmslos in der „Du“-Form geführt.

Kündigungen erfolgen nur und erst nach mehrfachen Mitarbeitergesprächen mit Hilfs- und Begleitungsangeboten. Die Gespräche werden dokumentiert und beiden Seiten vorgelegt. Erst nach erfolglosen Verbesserungsversuchen erfolgen Abmahnungen oder Kündigung. Ausnahmen sind fristlose Kündigungen bei vorsätzlichen Übertretungen.

Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?

2023 wurde die Arbeitskleidung in der Produktion umgestellt, sodass in den Sommermonaten eine geringe Hitzebelastung entsteht. Der Wunsch wurde von der Belegschaft geäußert. Die neuen Vorgaben wurden 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 können. Es zeigt sich aber eine unterschiedliche Ausprägung zwischen Verwaltungs-, Vertriebs- und Marketingabteilungen und den Produktionsabteilungen.

Während in Verwaltung, Vertrieb und Marketing sehr gute Erfahrungen mit Transparenz und Mitbestimmung gemacht wurden, bleibt die Ausprägung in die Produktion hinein ausbaufähig.

Ausgebaut wurden die sogenannten „Montagsrunden“, in denen der Produktionsablauf der neuen Woche besprochen und alle wichtigen Informationen über die Schichtleitung an die Produktionsmitarbeiter*innen weitergeleitet werden.

Um die Kommunikation zwischen den Abteilungen zu verbessern, wurde ein Mitarbeiter als Teamleiter bestimmt, der sich der täglichen Belange der Mitarbeiter annimmt. Mit einer täglichen Morgenrunde innerhalb der Produktion und vor Produktionsbeginn wurde die Kommunikation verbessert. Die Maßnahmen wurden positiv von den Produktionsmitarbeitern aufgenommen.

Verifizierende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung 80%).
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in Entwicklung gerade: 15%).
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (50%-70%).

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Darstellung der Preistransparenz
- 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.

D Kund*innen und Mitunternehmen

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

In 2023 und 2024 hat sich das Unternehmen mit seinen ökologisch geprägten Werten zunehmend um eine umfassendere Sicht auf ein verantwortungsvolles Handeln bemüht. Verantwortung für nächste Generationen zu übernehmen, erfordert einen umfassenden Blick

auf die Gesellschaft und benötigt, gerade heute, deutliche Signale in soziale und politische Handlungen.

Wir sagen, dass von der Wasserqualität, das Ergebnis des menschlichen Handels abgeleitet werden kann. Den Erhalt der Wasserqualität durch gesunde Böden, gefördert durch biologisch angebaute Böden und dem Ausbau artenreicher Wäldern ist primär zu sehen.

Damit umfassende ökologische Ziele zum Wohl von Natur und Lebewesen erreicht werden können, bedarf es aber mehr als einer ausschließlich ökologischen Fokussierung. Zu unterstützen gilt es Initiativen, die zu einer inneren Einstellung beitragen, die das Gemeinwohl fördern.

Im aktuellen Zertifizierungszeitraum stellte sich das Unternehmen mit zahlreichen Maßnahmen für ein umfassendes ökologisches Denken ein, indem man sich gegen rückwärtsgegangene rechte Strömungen positionierte und sich offen für mehr Toleranz, Weltoffenheit, Vielfalt und Demokratie einsetzte. Nur mit einem ausgeprägten Gemeinwohl-Denken ist eine umfassende ökologische Verbesserung zu erreichen.

Deshalb wurden im direkten Vertriebsgebiet, in der Bundeshauptstadt, neben ökologischen Veranstaltungen zunehmend soziale und kulturelle Veranstaltungen mit Sponsoring-Ware ausgestattet und unterstützt. Mit der Marke „Hier₂O“ wurde eine eigene Sonderetikettierung für die Berliner Clubszene entwickelt, die mit jeder verkauften Flasche, eine vielfältige und bunte Clubszene unterstützt.

Weitere unterstützte Veranstaltungen waren:

Brandenburger Sommerabend, Berliner Hoffest im Roten Rathaus, eat! Berlin, Berlin Sommer Weinfest, Königliches Weinfest Potsdam, Alpina Wein Auslese, tipBerlin, EssPress, Most Wanted Music Conference, Berliner Meisterköche, Cyclope-Festival, Holitopia Festival, Mexico Vorpommern, KW KunstWerke, DEHOGA Azubitag, GlogauAIR.

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, Heldenmarkt, BioOst, sonstige Bio-Messen), wie auch auf Straßenveranstaltungen und Verkostungsaktionen im Handel.

Die Betreuung der Stammkund*innen erfolgt über den Außendienst 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 sich auch Großkunden 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.

Endverbraucherkund*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 gehört die Beantwortung der Fragen:

- Was ist Bio-Mineralwasser?
- Wie kompensiert man CO₂?
- Warum ist die Förderung von ökologischem Landbau gleichzeitig Wasserschutz?
- Warum ist die Wasserqualität die Summe von allen?
- 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.

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

Die unter D3 beschriebene CO₂-Kompensation 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 - 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 Großkunden*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 mit 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 Zugangserschwerung führen könnte.

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-Großhändler, 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 (27%), Gastronomiekund*innen (52%), Getränkefachgroßhandel plus Lieferservice (21%) - 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 meist nicht zugelassen sind.

Bei Endverbraucher*innen ist die Schwelle höher. Menschen mit niedrigem Einkommen können sich gegebenenfalls das Mineralwasser für den täglichen Gebrauch nicht leisten. Die höheren Preise entstehen aber durch das internalisieren von Kosten und der Leistungsmöglichkeit einer immer noch 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.

D1 Negativaspekt: 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 Mitunternehmen

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 klimapositiven Produkt.

Avaa Verjus :

Die Avaa Verjus UG ist ein Unternehmen, 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):

Im Zertifizierungszeitraum stellten wir 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.

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)**

2024 wurden zehn Tage des Geschäftsführers für Verbands- und Vereinstätigkeiten aufgewendet. (vier Tage FöL, ein Tag Naturpark, ein Tag Landschaftspflegeverein, zwei Tage Bund für Nachhaltige Entwicklung, drei Tage Ökofilmtour)

Unser Außendienstmitarbeiter ist ca. acht Tage pro Jahr im Einsatz zur Belieferung von Umweltaktivitäten (z.B. Friday for Future, Klimastreik, Wir haben es satt-Demo, NABU)

- **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 Zielgruppen ansprechen:
Bouche Kombucha (drei Tage), Voelkel (zwei Tage), LemonAid&ChariTea (zwei Tage)

- **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.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

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

Wir können bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen 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 mehrheitlich überregional zu vertreiben. Es gibt über 200 Mineralbrunnen in Deutschland und eine flächendeckende, regionale Abdeckung ist möglich.

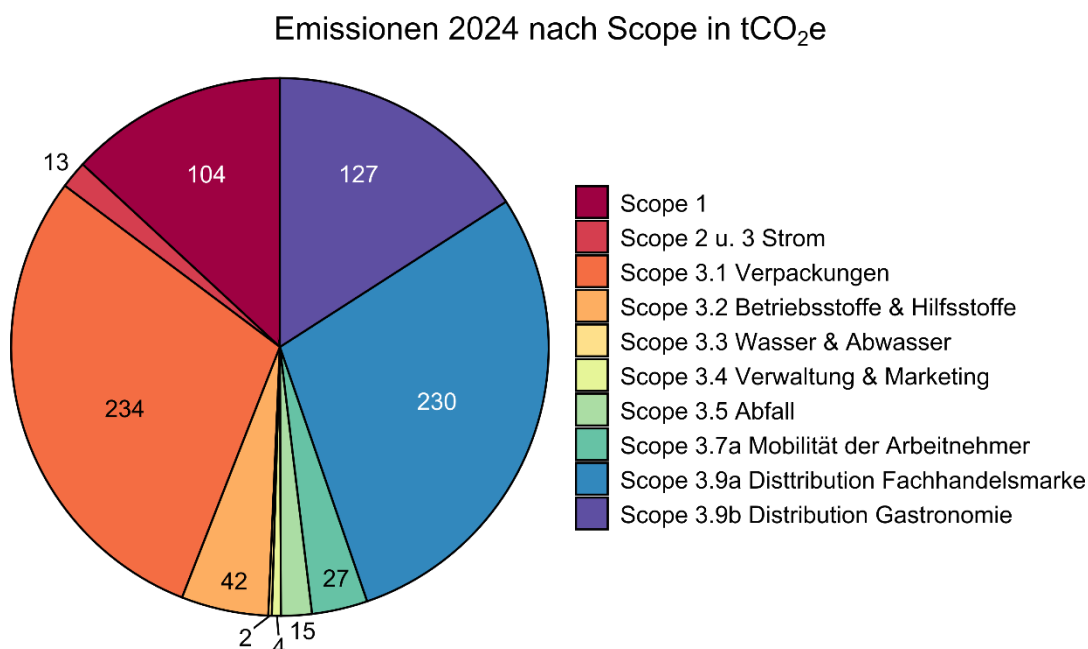
Ebenso sind wir überzeugt, dass Plastikverpackungen für Mineralwasser keine Verpackungsalternative sind. Die Belastung der Meere durch Plastik – unter anderem durch nicht recycelte PET-Flaschen – ist bekannt, wie auch der Zerfall in Mikroplastik und dessen negative Auswirkungen auf alle Lebewesen.

Glas ist dagegen eine energieintensive, dafür aber entsorgungsunproblematische Verpackungsform. Unsere Glasmehrwegflaschen sind oftmals über zehn Jahre 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 Moorrenaturierung und Humusaufbau.



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, Mitbewerber*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 „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 (2024) ergeben sich viele Daten, die wir in E3 berichten.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger 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 Produkttransparenz

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte 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 Sortieraufwand bei Leergutrückführung bedeuten hohe Investitionen und laufende Kosten. Dem Kund*innenwunsch wurde 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 (letzte Aktualisierung 05/2025) sind alle produktrelevanten Informationen verfügbar. Dazu gehören die Produktspezifikationen, wie auch weiterführende Analysen;

bspw. die große Brunnenanalyse. Zertifikate über IFS, EMAS, Umwelterklärung oder Nachhaltigkeitsbericht, GWÖ-Bilanz und Bericht 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%

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.

E 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 sind als menschliche Grundbedürfnisse zu verstehen:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
2. Schutz/Sicherheit
3. Zuneigung/Liebe
4. Verstehen/Einfühlung

5. Teilnehmen/Geborgenheit
6. Mühe/Erholung
7. kreatives Schaffen
8. Identität/Sinn
9. 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, zählen auf den Erhalt oder die Verbesserung der Bodenqualität ein, damit auf den Erhalt der Wasserqualität und damit auf die Sicherstellung des Hauptlebensmittels „Trinkwasser“.

An dieser Stelle soll auch erwähnt sein, dass sämtliche ökologischen Aktivitäten der Rheinsberger 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.

Durch den Einsatz für kulturelle, soziale und künstlerische Einrichtungen, sowie für den Erhalt der Berliner Clubszene setzen wir uns tatkräftig für die Grundbedürfnisse Freiheit, Autonomie, kreatives Schaffen, Identität, wie auch für Erholung bei.

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?

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 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 maßgeblich regional ausgerichtet, sodass keine vorrangig 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)

- 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 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 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.

- SDG 13 - Klimaschutz:

Unser Engagement für Bodenschutz ist immer auch Klimaschutz.

- 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.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Ja, das Unternehmen kann bestätigen, mit Wasser kein menschenunwürdiges Produkt zu produzieren oder zu verkaufen.

E2 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/Vereinen wurden gemeinsam identifiziert.

Aktivitäten in Verbänden:

Fördergemeinschaft ökologische Landwirtschaft Berlin Brandenburg:

Vier 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 in 2023 / 2024 geleistet:

Ökofilmtour: 6.000,-- €

Produktspenden: 45.000,-- €

Clubcommission: 5.000,-- €

Der Eigennutz 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 2023/ 2024		Konto: Naturschutzmaßnahmen
Ökofilmtour		6.000,00 €
CO ₂ -Freistellung		18.000,00 €
Nachhall (Preise, Blog, Flyer, Kommunikation)		3.000,00 €

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

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.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

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.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

**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 durch die eigenen Kraftfahrzeuge.

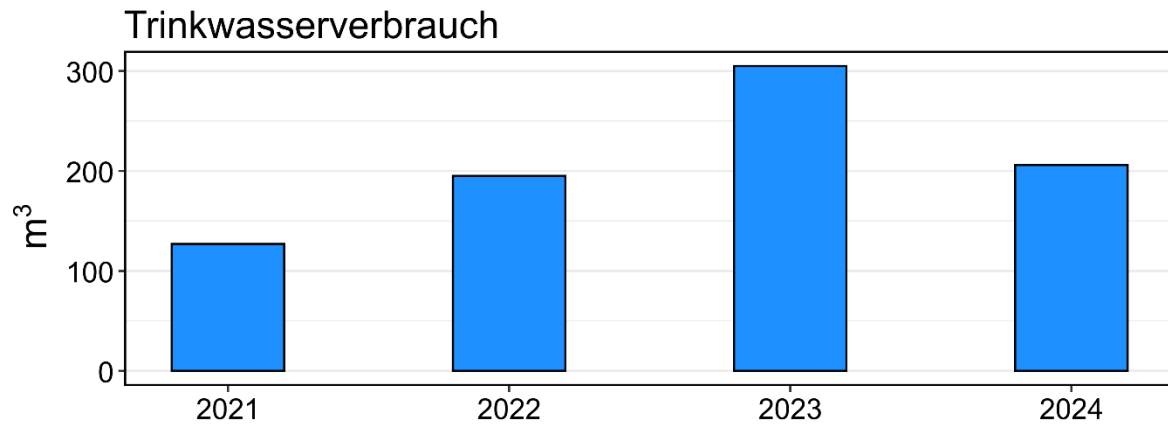
Diese unterliegen regelmäßigen Abgasuntersuchungen. Bisher gab es keinerlei Beanstandungen.

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. 150m³ gedeckt, 2021 waren es nur ca. 127m³, als Ursache ist jedoch 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.



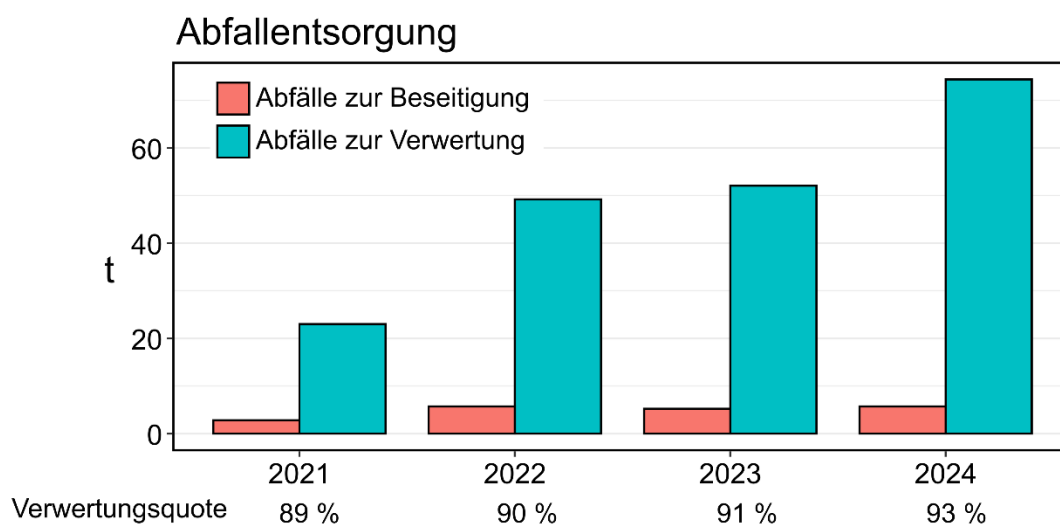
Einsparung bei Leitungswasser wird als Umweltaspekt angesehen, der, bezogen auf das Unternehmen, jedoch von untergeordneter Bedeutung ist.

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.

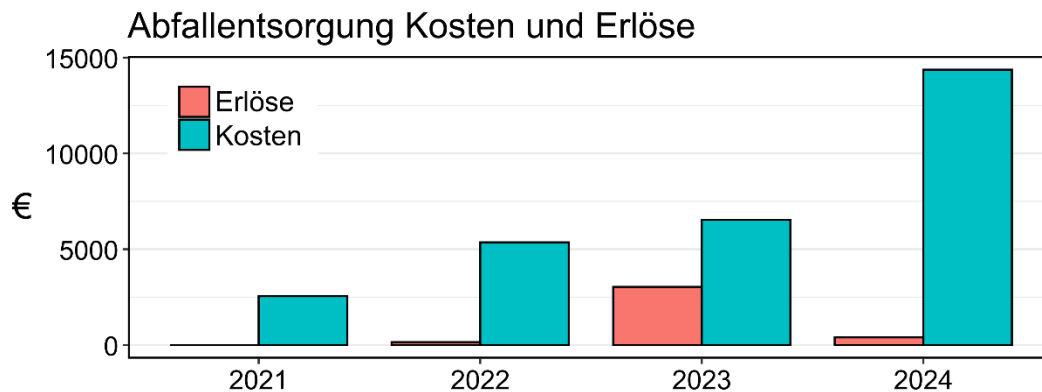
In der eigenen **Abfallwirtschaft** wurde in den vergangenen Jahren in folgender Reihenfolge der Grundsatz konsequent angewendet:

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.

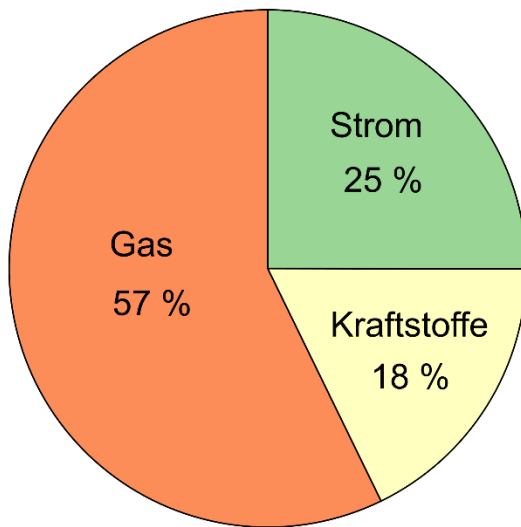
Dafür sind alle Müllentsorgungsplätze mit Müllschlüsselnummern versehen und intern im Werk über ein Farbleitsystem geregelt. Insgesamt bewegt sich die Menge des anfallenden Abfalls in den zurückliegenden Jahren auf ähnlichem Niveau, der Anteil der Verwertungsquote bleibt nahezu konstant. Die Zahlen für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



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.

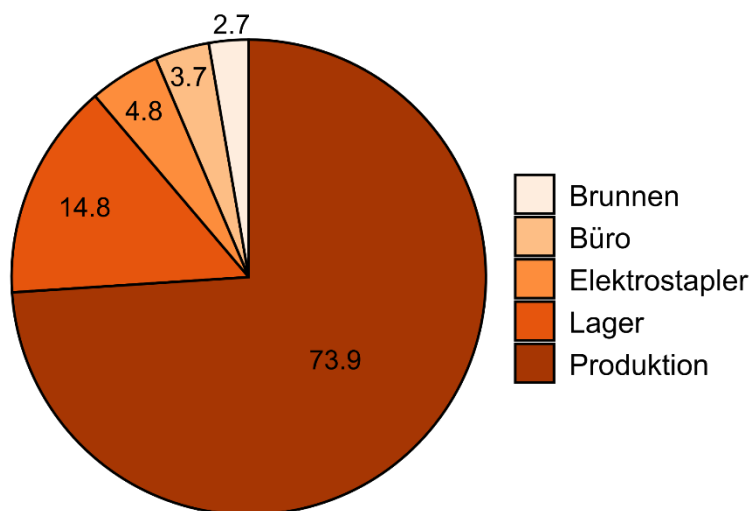
Im Unternehmen werden Ökostrom, Ökogas, Propantriebgas und Dieselkraftstoff als **Energieträger** eingesetzt, die zum Teil direkte oder indirekte **Emissionen** verursachen.

Anteile der Energieträger am Gesamtverbrauch 2024



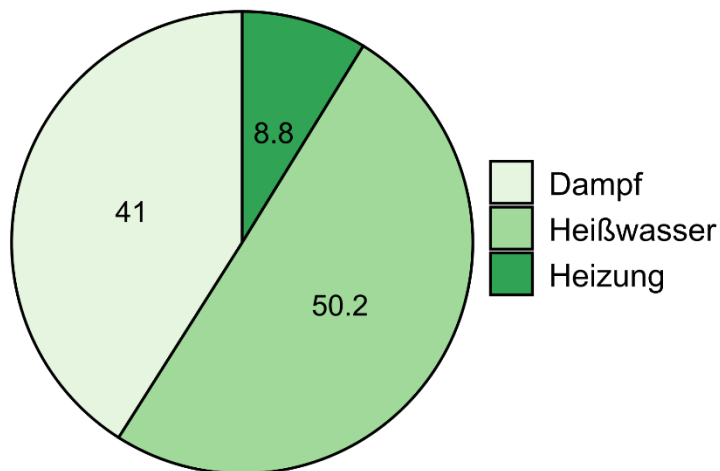
Der Einsatz von **Elektroenergie** in Form von Ökostrom erfolgt im gesamten Werk und Verwaltungsbereich auf verschiedenster Art und Weise. Der Großteil wird für Abfüllzwecke genutzt, gefolgt vom Sozialbereich/Büro/Verwaltung. Um eine genaue Verbrauchserfassung zu erarbeiten, werden über Untermessstellenzähler die Energieströme zunehmend besser verfolgt. Die Beleuchtung wurde im Jahr 2020 auf neueste LED-Beleuchtung umgestellt.

Anteile am Gesamtstromverbrauch 2024 in %



Ökogas dient ausschließlich der Wärmeversorgung des Unternehmens. Hierzu betreibt die Rheinsberger Preussenquelle sechs Kleinf Feuerstellen. 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.

Anteile am Gesamtgasverbrauch 2024 in %



Zur Erläuterung des beigefügten Diagramms soll noch angemerkt werden, dass bezogen auf die Produktionszeit und Ausbringung, die Glaslinie ca. 75% und die übrigen beiden Bereiche 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?

Vgl. 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 die 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 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 und Feldtagen 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 Wasserentnahme 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.

Umweltkonten

	2024	Bemerkungen
Ausstoß klimawirksamer Gase in kg	788616 kgCO ₂ e	
Transporte (und dessen CO ₂ Äquivalent) in km bzw. kg	0,1026 kgCO ₂ /km	
Benzinverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg	34996 kg	
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	177624 kWh	Öko-Strom
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	408172 kWh	Öko-Gas
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C	1,5 kWh/hl	
Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m ³	14,56 m ³	
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg	23615 kg	
Papierverbrauch in kg	4231 kg	
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg	20050 kg	
Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh	nicht erfasst	
Schadstoffemissionen in kg	keine außer CO ₂	

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 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

Langfristige Ziele

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

- Die hohe Authentizität der Marke und des Unternehmens zu untermauern,
- den kontinuierlichen Verbesserungsprozess weiterzuführen,
- Teil einer zeitgerechten Wirtschaftsweise zu sein,
- eine werteorientierte Handlungsweise mit zu entwickeln und
- das Thema „Wasser“ und das Produkt „Mineralwasser“ als Gesamtergebnis allen Handelns zu sehen und so zu kommunizieren.

Dank

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.

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

