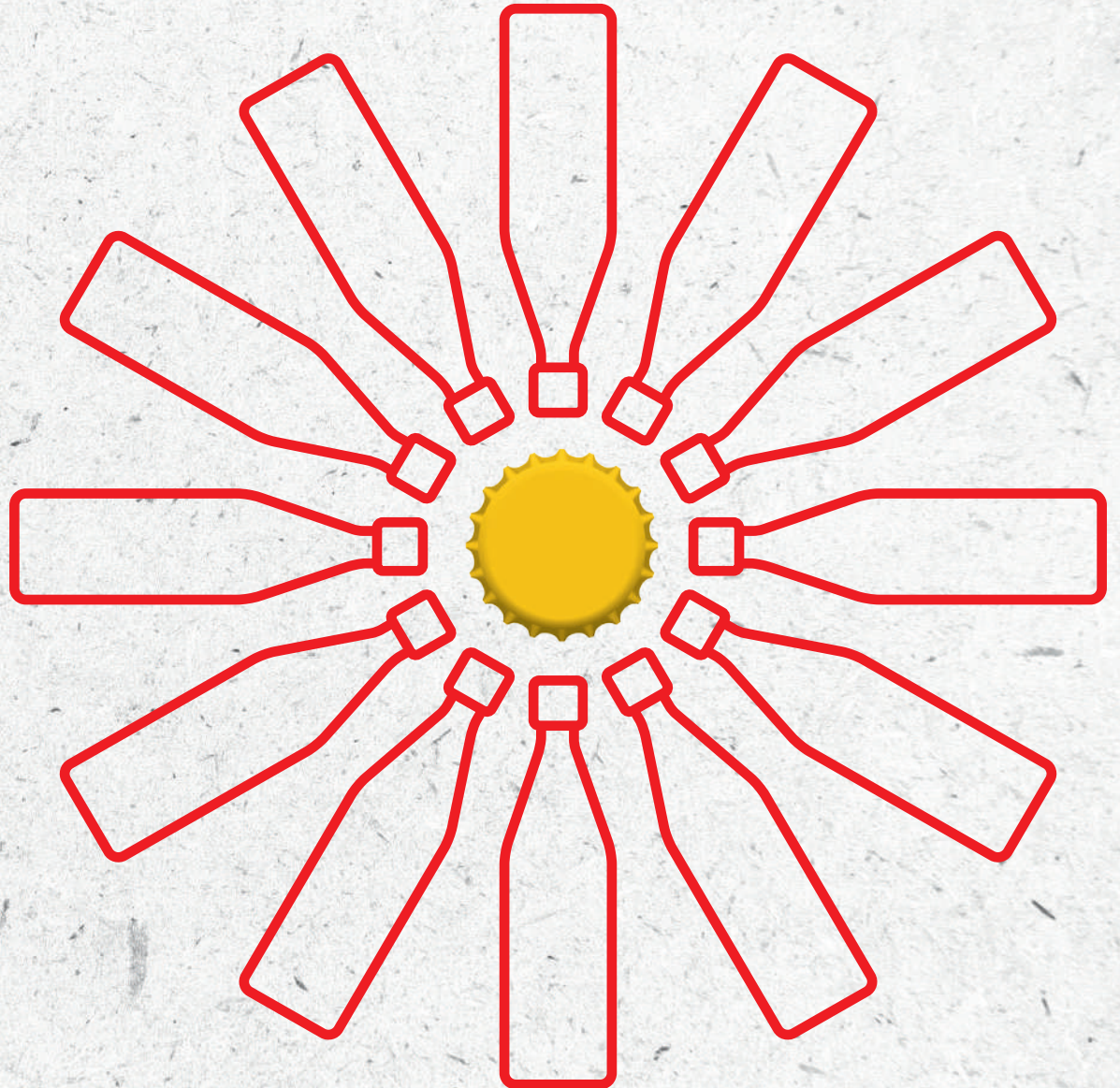


***Nachhaltig handeln.
Regional wirken.***

Nachhaltigkeitsbroschüre



Über diese Broschüre

In dieser Broschüre stellen wir die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Getränke Hoffmann (GH) erstmals in kompakter Form vor. Wir geben einen Einblick in unser Nachhaltigkeitsprogramm inklusive unserer Ziele und Maßnahmen und präsentieren unser Nachhaltigkeitsmanagement. Die Ziele, Kennzahlen und Maßnahmen messen und unterstützen die Implementierung der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Wirtschaft, Umwelt und Soziales – in unserer Geschäftstätigkeit. In unserer sich stetig weiterentwickelnden Berichterstattung orientieren wir uns an den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Der Stichtag für Daten in dieser Broschüre ist, wenn nicht anders gekennzeichnet, der 31. Dezember 2021.

Inhalt

2

**Grußwort
der Geschäftsführung**

3

Unser Nachhaltigkeitsboard

4

Über Getränke Hoffmann

6

**Ein Tag bei
Getränke Hoffmann**

10

**Nachhaltigkeitsmanagement
bei Getränke Hoffmann**

14

**Starke Märkte.
Starke Regionen.**

18

**Ressourcen schonen.
Umwelt schützen.**

22

**Für alle.
Mit Verantwortung.**

26

**Getränke Hoffmann
in Zahlen 2021**

28

Impressum



Grußwort der Geschäftsführung

Liebe Leserinnen und Leser,

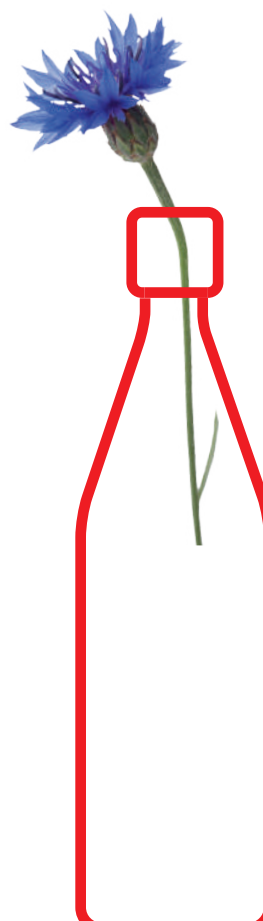
wir freuen uns sehr, Ihnen mit dieser Broschüre unsere erste Veröffentlichung zum Thema Nachhaltigkeit zu präsentieren!

Am Thema Nachhaltigkeit führt kein Weg mehr vorbei. Auch bei Getränke Hoffmann ist Nachhaltigkeit ein Teil unserer Geschäftstätigkeit und inzwischen zentral verankert. Wir verfolgen nun noch konsequenter das Ziel, die verschiedenen Aspekte der Nachhaltigkeit mit externen Erwartungen, zum Beispiel veränderten Kundenanforderungen, in Einklang zu bringen. Wir sind uns bewusst, dass es nicht möglich ist, von einem Tag auf den anderen all diese Anforderungen zu erfüllen. Daher implementieren wir Nachhaltigkeit in unserer Strategie und haben mit unserem jährlich fortzuschreibenden Nachhaltigkeitsprogramm einen stetigen Verbesserungsprozess begonnen. Dabei bauen wir neben unserem neuen Nachhaltigkeitsmanagement vor allem auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Viele Kolleginnen und Kollegen sind an dem Thema interessiert und engagieren sich in dem Bereich. Wir als Getränke Hoffmann schaffen für dieses Engagement die nötigen Voraussetzungen und eröffnen Möglichkeiten, bei der nachhaltigen Entwicklung unseres Unternehmens mitzuwirken. Für dieses Engagement möchte ich mich ganz herzlich bei jeder und jedem Einzelnen bedanken!



Nachhaltigkeit ist für uns kein Lippenbekenntnis. Wir sind der größte Getränkefach Einzelhändler in Deutschland und treiben das Thema aktiv voran. In dieser Broschüre zeigen wir, wie wir unsere Geschäftstätigkeit entlang der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit ausrichten: Wirtschaft, Umwelt und Soziales. Dabei machen wir deutlich, welche Aspekte für Getränke Hoffmann besonders relevant sind, was wir bereits umsetzen und an welcher Stelle wir uns noch verbessern wollen. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Mario Benedikt



Unser Nachhaltigkeitsboard

Für die strategische Verankerung unseres Nachhaltigkeitsmanagements haben wir 2021 ein neues internes Gremium, das Nachhaltigkeitsboard, gegründet. Es ist mit der Geschäftsleitung und Führungskräften aus mehreren zentralen Abteilungen besetzt. In unserem Nachhaltigkeitsboard können sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einbringen und dem Thema Nachhaltigkeit bei Getränke Hoffmann eigene Impulse verleihen. Hier berichten die Mitglieder selbst, warum sie sich engagieren und welche Vision sie für Nachhaltigkeit bei Getränke Hoffmann haben:



Nachhaltigkeit ist – mit unserem sehr hohen Mehrwertanteil – seit 55 Jahren Teil unseres Kerngeschäfts. GH wird sich weiter den aktuellen Bedürfnissen und Trends anpassen und das Thema gemeinsam mit dem Nachhaltigkeitsboard auf eine neue Ebene heben. So wollen wir auch bei der Nachhaltigkeitsleistung zu den besten in der Getränkefachmarktbranche werden.

Mario Benedikt (Geschäftsführer)



Bei der Arbeit im Nachhaltigkeitsboard merke ich immer wieder, dass Nachhaltigkeit viel mehr ist als „grüne Themen“. In vielen Bereichen sind wir bereits auf dem richtigen Weg. Für die Zukunft sehe ich einen starken regionalen Fokus in der Vertriebsstrategie.

Thomas Lindemann (Leitung Vertrieb National, Mitglied der Geschäftsleitung)



Die Zusammenarbeit im Nachhaltigkeitsboard ist sehr motivierend. Beim Mehrwegs Sortiment sind wir bereits sehr gut aufgestellt. Um Ressourcen in der gesamten Lieferkette einzusparen, wünsche ich mir, dass wir wieder zum Grundgedanken des Mehrwegs Systems mit einheitlichen Gebinden zurückkehren.

Bianca Heitze (Leitung Marketing, Mitglied der Geschäftsleitung)



Für eine starke Marke wie Getränke Hoffmann ist es unabdingbar, nachhaltig zu handeln und ein nachhaltiges Leben zu unterstützen. Mich motiviert es, bereits heute die Basis für die Zukunft zu legen und GH so zum „First Mover“ unter den Getränkefach Einzelhändlern zu machen.

Stefan Kaube (Leitung Einkauf, Mitglied der Geschäftsleitung)



Es freut mich besonders, nicht nur privat, sondern auch beruflich einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Ich sehe großes Potenzial, Getränke Hoffmann in allen Facetten nachhaltiger zu machen und diese Entwicklung auch mit handfesten Ergebnissen zeigen zu können.

Claudia Kalbitz (Leitung Personal)



Wir sollten alle Verantwortung für unser Handeln übernehmen. GH hat bereits die ersten kleinen Bausteine umgesetzt, wie eine veränderte Papierstärke oder das Jobrad. Jetzt gilt es, nachhaltiges Handeln in die täglichen Arbeitsprozesse aufzunehmen und den weiteren Ausbau eines nachhaltigen Sortiments voranzutreiben.

Florian Süßdorf (Leitung Category Management)



Treu dem Motto „Kleinvieh macht auch Mist“ kann jeder täglich einen kleinen Teil dazu beitragen, das große Ziel der Klimaneutralität zu erreichen. Beim papierlosen Arbeiten sind wir dabei bereits große Schritte vorangekommen.

Vincent Düring (Leitung Technik)

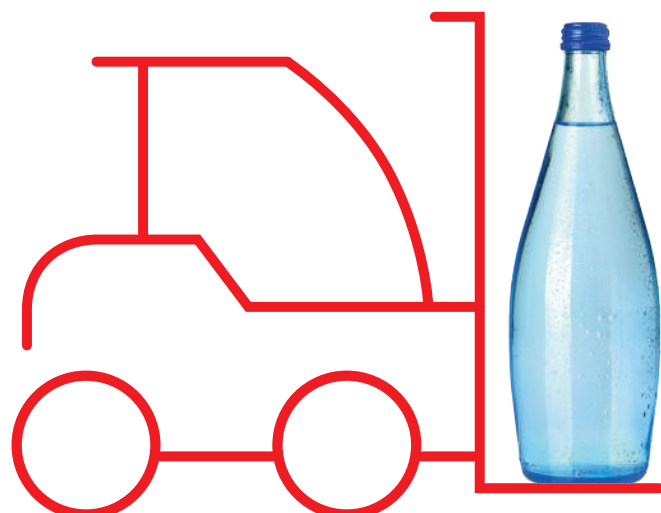
Über Getränke Hoffmann

Getränke Hoffmann gehört zu den erfolgreichsten Getränkefach Einzelhändlern in Deutschland. In den Bundesländern Berlin, Brandenburg, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein sind wir Marktführer. Unser breit ausgebautes Filialnetz und das umfassende Angebot ermöglichen es unseren Kundinnen und Kunden, schnell und bequem bei uns einzukaufen.

Bis Ende 2021 war die Geschäftstätigkeit von Getränke Hoffmann auf drei Regionen in insgesamt neun Bundesländern verteilt. Mit unserer neuen Region GH 4 sind wir seit 2022 in zwölf Bundesländern aktiv. Damit sind wir der größte Getränkefach Einzelhändler in Deutschland. Getränke Hoffmann gehört vollständig zur Radeberger-Gruppe, die wiederum Teil der Oetker-Gruppe ist.

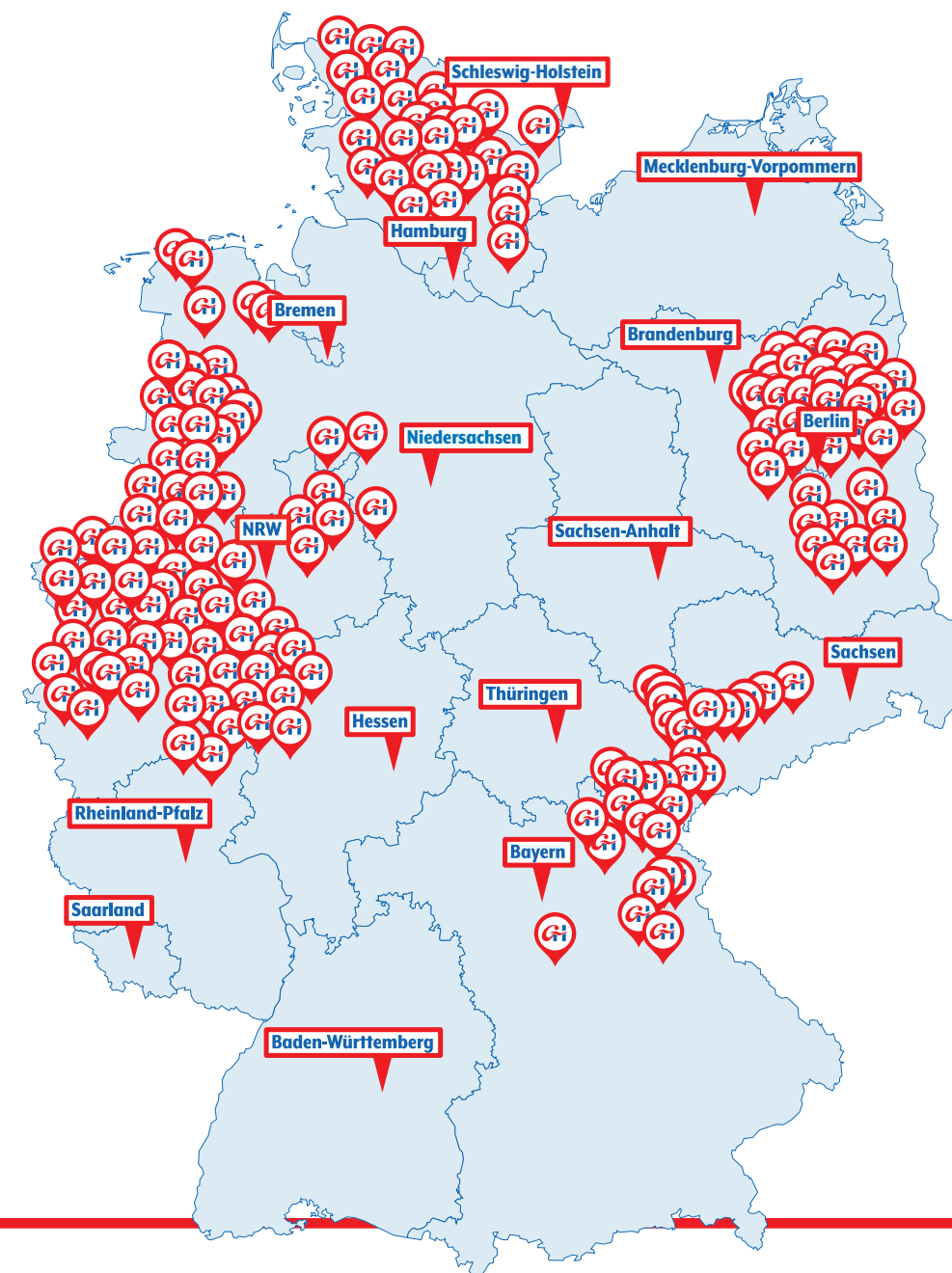
Für Getränke Hoffmann sind 1.279 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie 274 selbstständige Handelspartnerinnen und Handelspartner tätig, die unsere Kundinnen und Kunden in rund 500 Filialen beraten und mit frischen Getränken versorgen. Unser Kerngeschäft ist der Getränkefach Einzelhandel. Das breite Getränkeangebot wird durch exklusive Eigenmarken und ausgewählte Non-Food-Artikel ergänzt. In einer modern eingerichteten Umgebung schaffen wir für unsere Kundinnen und Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis.

Wir setzen jährlich
3.200.000
 Hektoliter Volumen Getränke ab



Neben den klassischen Getränkemärkten betreiben wir in Berlin ein urbanes Shop-Format, das auch über die regulären Marktöffnungszeiten hinaus ein breites Sortiment anbietet. Die urbanen Märkte heißen „Mein Hoffi“ und sind perfekt an den Bedarf der Berlinerinnen und Berliner angepasst. In Berlin und Umgebung sowie in Bielefeld betreiben wir mit HoffmannBrings zudem einen Getränke-Lieferservice. So liefern wir unseren Kundinnen und Kunden alle Durstlöscher direkt ins Büro oder, wenn gewünscht, auch direkt nach Hause. Mit dem Service etablieren wir einen zusätzlichen Vertriebsweg und orientieren uns dabei an den Bedürfnissen unserer Kundschaft.

Unsere Produkte inklusive unserer Eigenmarken beziehen wir von unseren Lieferanten. Dabei legen wir großen Wert auf Regionalität und beauftragen wo immer möglich Lieferanten mit regionalen und lokalen Produkten. Zusätzlich zum Betrieb der Märkte und allen damit verbundenen organisatorischen Aufgaben ist die Logistik ein wesentlicher Bestandteil unseres Geschäftsbetriebs. Täglich beliefern wir die Märkte mit neuer Ware und wickeln gleichzeitig den Rücktransport des Leerguts ab.



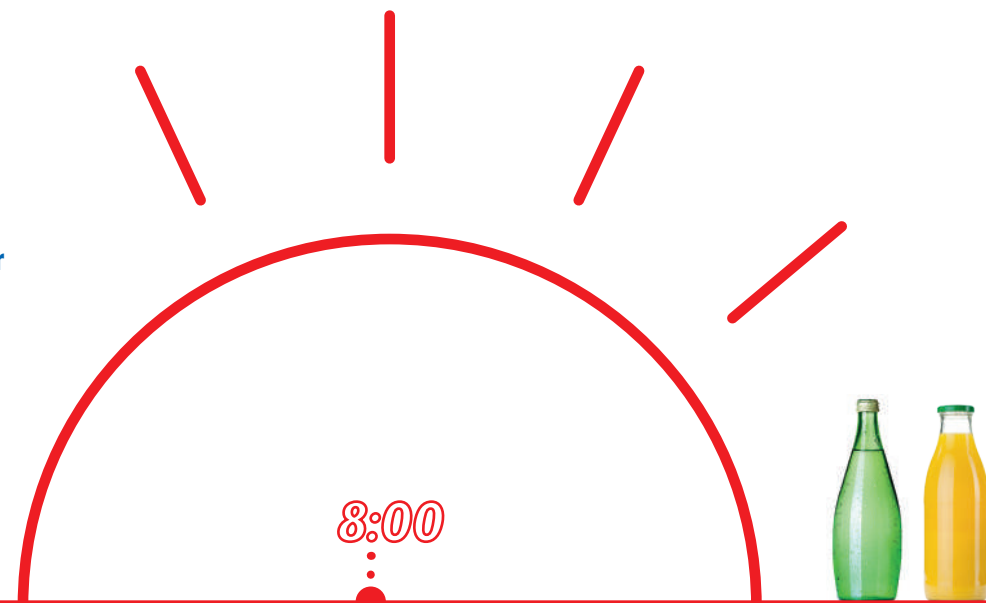
Mit unseren rund 500 Filialen sind wir 2022 in zwölf deutschen Bundesländern vertreten und damit der größte Getränkefach Einzelhändler Deutschlands.



Wir betreiben deutschlandweit rund
500
 Filialen

Ein Tag bei Getränke Hoffmann

Bei Getränke Hoffmann ziehen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an einem Strang, um täglich den buchstäblichen Laden am Laufen zu halten. Hier stellen wir die einzelnen Bereiche am Beispiel eines typischen Tages bei Getränke Hoffmann vor.



5:00



Der Tag beginnt in der Einweglogistik

Bereits um 5:00 Uhr morgens beginnt der Tag bei Getränke Hoffmann. Während viele noch schlafen, beladen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Logistik die Lkw und liefern die Ware an die Getränkemärkte. Während ihrer Fahrt fallen unsere Lastwagen durch ihr markantes Design auf – es zeigt die lebendige Welt von GH.

8:00

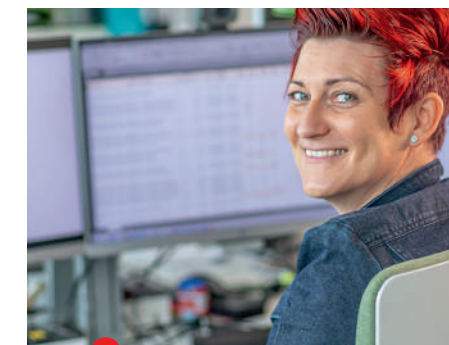


Unsere Märkte öffnen

Um 8:00 Uhr öffnen die ersten Getränkemärkte. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rücken das vielseitige Angebot in das rechte Licht und sorgen für ein ansprechendes Umfeld. So können wir gut vorbereitet die ersten Kundinnen und Kunden empfangen.

Auch die Verwaltung ist schon mittendrin

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Verwaltung sind um 8:30 Uhr schon mittendrin. Sei es im Marketing, beim Einkauf oder in der Personalabteilung – alle Prozesse müssen im Hintergrund geplant, koordiniert und umgesetzt werden.



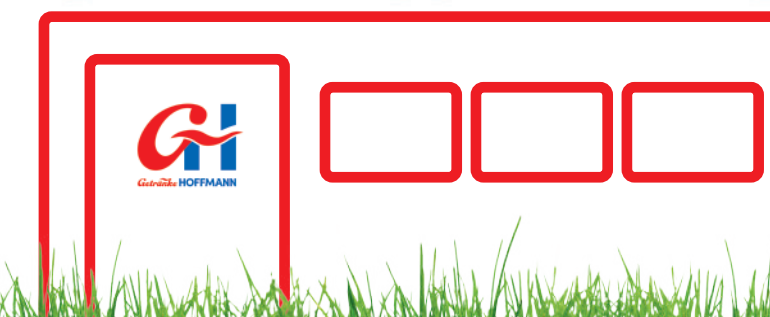
8:30

Solaranlage der Filiale Panketal läuft mit voller Leistung

Mittags steht die Sonne am höchsten und treibt so die Solaranlage auf unserer Filiale in Panketal bei Berlin zu Höchstleistungen. Erneuerbare Energien nehmen bei Getränke Hoffmann eine immer größere Rolle ein.



12:00



HoffmannBrings bis vor die Haustür

Unser Lieferservice bringt die Getränke direkt ins Büro oder nach Hause. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erleichtern vielen Kundinnen und Kunden den Tag mit exklusiv angebotenen Dienstleistungen, wie dem Verräumen der Ware.



15:00

Training im Olympiastützpunkt

Seit 2001 fördert Getränke Hoffmann den Nachwuchs am Olympiastützpunkt Berlin. Mit unserer Unterstützung können sich die jungen Athletinnen und Athleten voll auf ihr Training konzentrieren.

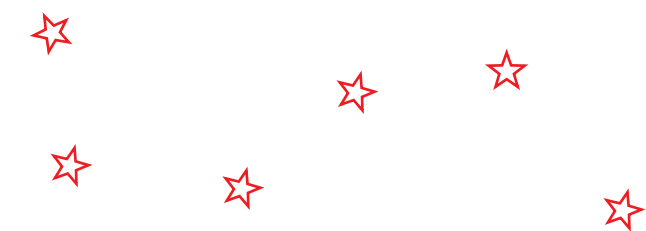
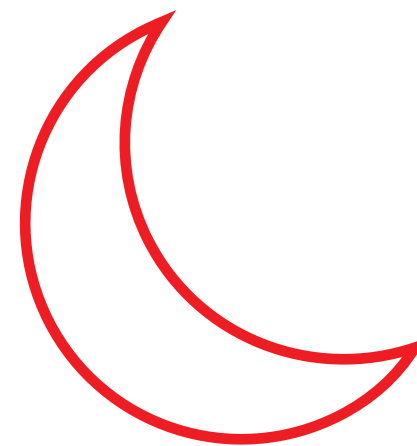
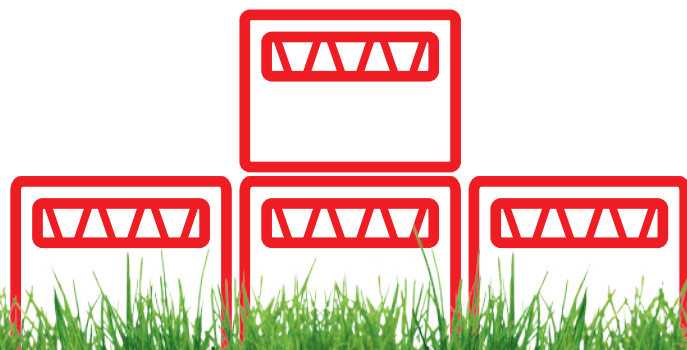


18:00



2-3 Liter

Flüssigkeit pro Tag fördern die Gesundheit – Sportlerinnen und Sportler brauchen noch mehr



20:00



Einweglogistik: Der Tag hört auf, wie er angefangen hat

Am Ende des Tages bringen wir das Leergut der Filialen wieder zurück in die Einweglogistik. Dort werden die Einwegflaschen und Getränkedosen über eine Anlage gezählt und durch anschließendes Schreddern entwertet. Die anfallenden Rohstoffe werden wieder dem Recyclingkreislauf zugeführt. Zum Schluss werden die Lkw für den nächsten Tag vorbeladen.

21:00



Mein Hoffi ist auch spätabends geöffnet

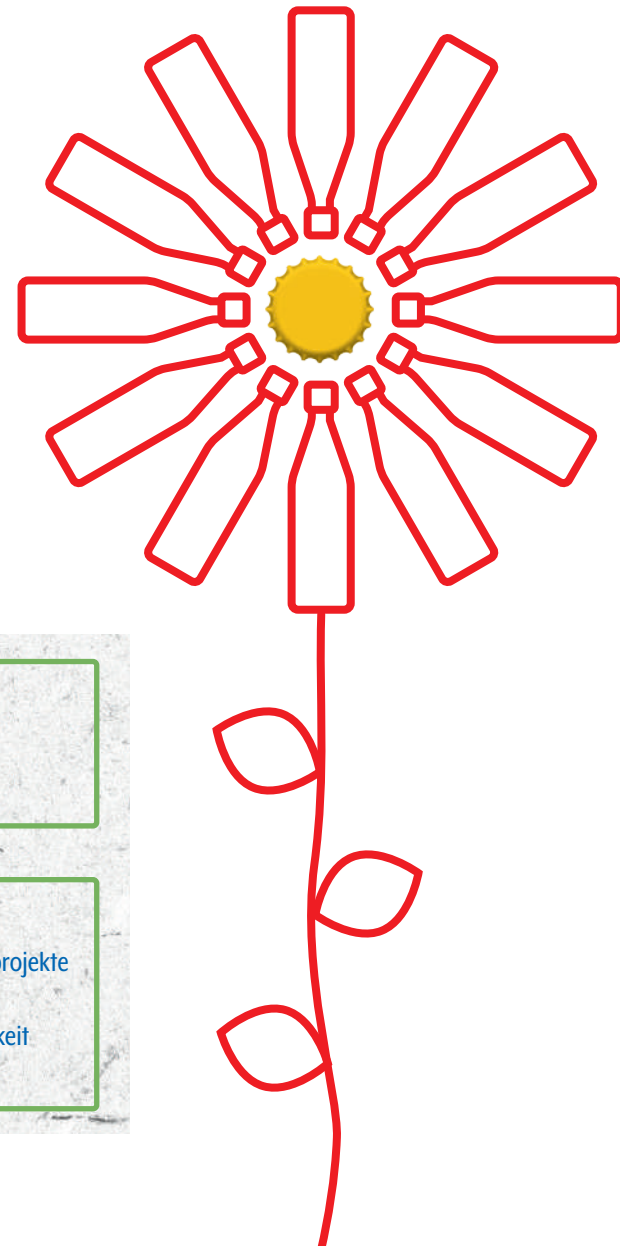
Auch spätabends finden die Berlinerinnen und Berliner in unseren „Mein Hoffi“ ein breites Angebot. Sie bekommen hier um die Ecke alles für die Party oder einfach ein kaltes Getränk zum Feierabend und einen Snack – ein echter GH-Späti.



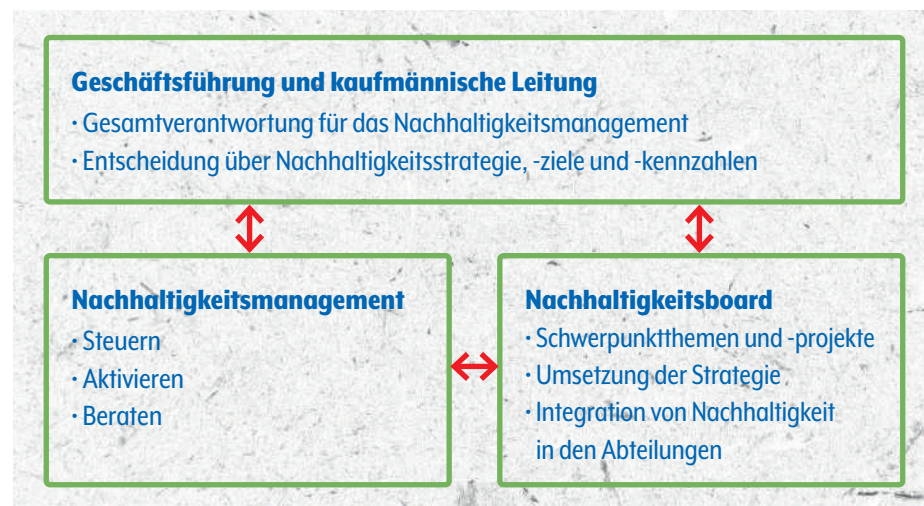
Nachhaltigkeitsmanagement bei Getränke Hoffmann

Seit dem Jahr 2021 baut Getränke Hoffmann ein strategisches Nachhaltigkeitsmanagement auf. Es betrachtet ökologische, ökonomische und soziale Aspekte der Nachhaltigkeit gleichermaßen. Wir haben ebenfalls ein internes Gremium, das Nachhaltigkeitsboard, gegründet. In diesem Board sind der Geschäftsführer Mario Benedikt, die gesamte Geschäftsleitung und zentrale Ansprechpartner zum Thema in den unterschiedlichen Abteilungen vertreten. Nachhaltigkeitsmanagerin Maria Blume koordiniert das Board und entwickelt das Thema strategisch weiter. So bringen wir die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Wirtschaft, Umwelt und Soziales – mit der Geschäftstätigkeit in Einklang und verankern sie systematisch.

Das Nachhaltigkeitsboard ist mit Führungskräften aus mehreren Abteilungen besetzt, die Nachhaltigkeit aus den verschiedenen zentralen Funktionen heraus steuern. Das Board trifft sich viermal jährlich. So sichern wir die Umsetzung von Nachhaltigkeit in den Abteilungen, stoßen neue Projekte an, setzen uns mit Best Practices auseinander, lernen davon und entwickeln den Nachhaltigkeitspfad weiter. Abschließende Entscheidungen zu Nachhaltigkeitsstrategie, -zielen und -kennzahlen trifft die höchste Leitungsebene. Der Geschäftsführer und die kaufmännische Leitung bekennen sich unmissverständlich zur nachhaltigen Entwicklung des Unternehmens und tragen die Gesamtverantwortung.



Die Geschäftsführung und kaufmännische Leitung tragen die Hauptverantwortung für Nachhaltigkeit bei Getränke Hoffmann. Das Nachhaltigkeitsmanagement und das Nachhaltigkeitsboard unterstützen in der Steuerung und strategischen Implementierung.

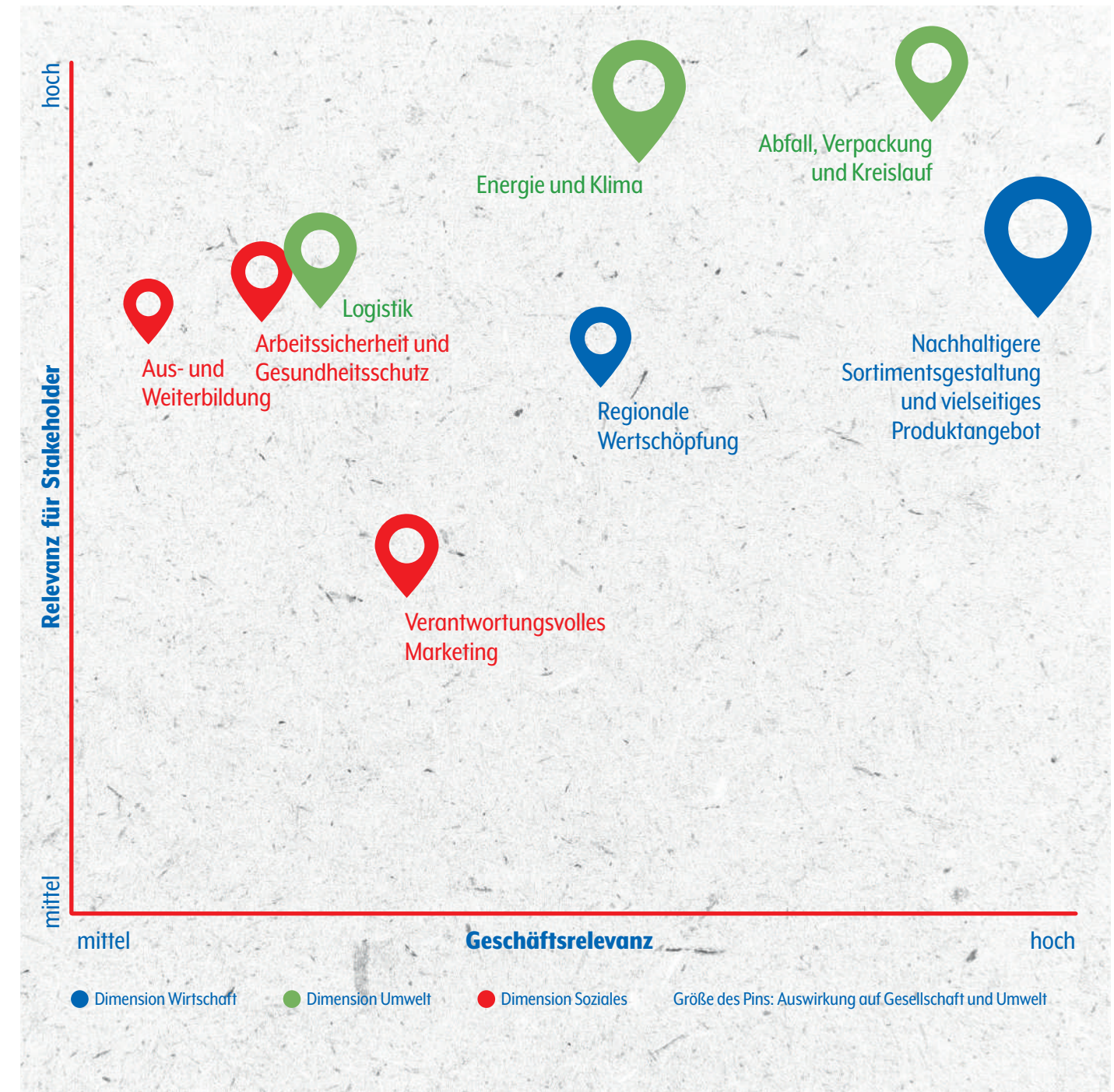


Wesentlichkeit

Um eine Basis für ein tiefergreifenderes Nachhaltigkeitsmanagement zu schaffen, führten wir im November 2021 eine Wesentlichkeitsanalyse durch. Mittels einer STEP-Analyse ermittelte unser Nachhaltigkeitsboard soziale, technologische, ökonomische sowie politische Einflüsse zwischen Umwelt und Gesellschaft und der Geschäftstätigkeit von Getränke Hoffmann. Hierbei wurden diejenigen Themen ausgewählt, bei denen einerseits Getränke Hoffmann selbst Einfluss auf wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Auswirkungen hat und die andererseits unsere eigene Geschäftstätigkeit stark beeinflussen. Dadurch verankern wir den Grundsatz der doppelten Wesentlichkeit bei Getränke Hoffmann.

Durch eine Gruppierung der Beziehungen entstanden 18 klar definierte Themen. In einem zweiten Schritt priorisierten wir die unterschiedlichen Themen nach ihrer Relevanz für Getränke Hoffmann. Zusätzlich bewerteten Stakeholder die Themen hinsichtlich ihrer Relevanz. Die acht relevantesten Themen wurden für Getränke Hoffmann als wesentlich eingestuft. Zu den Stakeholdern gehören Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kundinnen und Kunden, Geschäfts- und Handelspartner sowie Gesellschafter zuzüglich Vertretern von Politik und Verbänden, der Wissenschaft und NGOs. Auch die Auswirkungen der jeweiligen Themen auf Umwelt und Gesellschaft wurden berücksichtigt. Die Wesentlichkeitsmatrix führt alle Sichtweisen anschaulich zusammen.

Um möglichst effizient mit den wesentlichen Themen arbeiten zu können, ordneten wir sie jeweils einer Nachhaltigkeitsdimension zu. Das Nachhaltigkeitsprogramm führt für jedes wesentliche Thema laufende oder geplante Maßnahmen auf. Zusätzlich definierten wir für jedes Thema strategische Ziele.

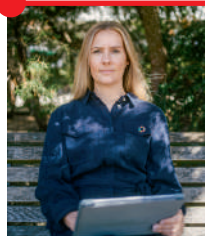
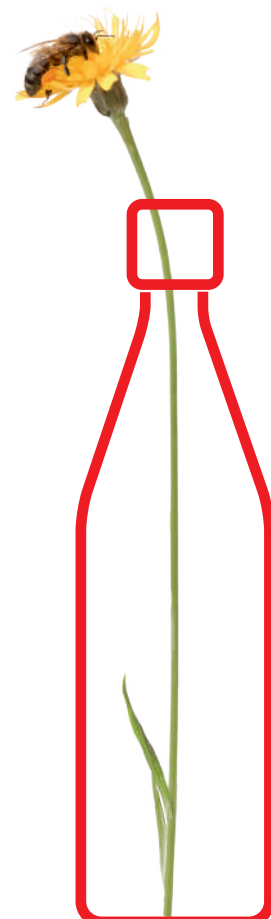


Unser Nachhaltigkeitsprogramm

Das strategische Nachhaltigkeitsmanagement bietet Getränke Hoffmann eine Vielzahl unternehmerischer Chancen. Als einer der erfolgreichsten Getränkefach Einzelhändler in Deutschland möchten wir auch im Bereich Nachhaltigkeit zu den Vorreitern der Branche gehören. Eines unserer Ziele ist es, als Arbeitgeber noch attraktiver zu werden und so unsere Beschäftigten sowie Nachwuchs- und Führungskräfte von uns zu überzeugen und an uns zu binden. Zusätzlich vernetzen wir uns innerhalb der Oetker- und Radeberger-Gruppe, um Wissen aufzubauen und Synergien zwischen den Unternehmen zu nutzen. Durch langfristige Maßnahmen stärken wir die Kundenbindung und erhöhen unsere Reputation. Den Weg eines umfassenden strategischen Nachhaltigkeitsmanagements wollen wir in Zukunft entschlossen weitergehen und dadurch unsere ökonomische und ökologische Performance verbessern.

Die gesetzlichen Anforderungen werden im Bereich unternehmerischer Nachhaltigkeit in Zukunft strenger. Insbesondere aufgrund der zukünftigen europäischen Nachhaltigkeitsberichtsspflicht wird auch Getränke Hoffmann in größerem Umfang nicht-finanzielle Kennzahlen erheben und über sie berichten. Um darauf frühzeitig vorbereitet zu sein, widmen wir uns dem Thema Nachhaltigkeit bereits jetzt ganzheitlich.

Im Zuge der Veröffentlichung haben wir ein internes Nachhaltigkeitscontrolling aufgebaut. So erhoben wir erstmals umfassende Nachhaltigkeitskennzahlen und verschafften uns einen Überblick über die Nachhaltigkeitsaktivitäten bei Getränke Hoffmann. Dies ermöglicht es uns, Fortschritte zu messen und langfristige Ziele zu definieren. In den kommenden Monaten werden wir die Ziele und Maßnahmen aus dem Nachhaltigkeitsprogramm umsetzen. Über die erreichten Fortschritte werden wir auch in Zukunft informieren. Unsere Ziele und Maßnahmen stellen wir in den folgenden Kapiteln vor.



Nachhaltigkeitsmanagerin Maria Blume beginnt bei Getränke Hoffmann

Im vergangenen Jahr haben wir unsere Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit systematisch zusammengefasst und so die Grundlagen für den Aufbau eines strategischen Nachhaltigkeitsmanagements gelegt. Hier haben wir die wichtigsten Schritte unserer Entwicklung zur tieferen Verankerung unternehmerischer Nachhaltigkeit bei Getränke Hoffmann festgehalten.

Commitment des Geschäftsführers und der gesamten Geschäftsleitung zum strategischen Nachhaltigkeitsmanagement bei Getränke Hoffmann

Wir legen die Grundlagen: Wesentlichkeitsanalyse mit Stakeholder-Beteiligung

In einer Online-Umfrage ermittelten wir im November 2021 mit internen und externen Stakeholdern die für Getränke Hoffmann wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen. Diese wesentlichen Themen sind die Grundlage für alle zukünftigen Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit.

Wir kommen das erste Mal zusammen: Erste Tagung des Nachhaltigkeitsboards

Im Dezember 2021 fand das erste Treffen des Nachhaltigkeitsboards statt. Als neu geschaffenes Gremium ist das Nachhaltigkeitsboard für die strategische Steuerung von Nachhaltigkeitsthemen bei Getränke Hoffmann zuständig.



Wir setzen uns Ziele: Beschluss des Nachhaltigkeitsprogramms 2022/2023

Anfang 2022 erstellten wir ein Nachhaltigkeitsprogramm, das im April offiziell verabschiedet wurde. Darin wurden verschiedenste Maßnahmen und Ziele festgeschrieben, die wir nun sukzessive umsetzen, um uns bei Getränke Hoffmann nachhaltiger zu entwickeln.

Wir berichten über unsere Aktivitäten: Veröffentlichung der ersten Nachhaltigkeitsbroschüre

Diese Broschüre ist ein wichtiger erster Schritt im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements bei Getränke Hoffmann. Hier berichten wir über alle relevanten Nachhaltigkeitsthemen, und über die Strukturen, die wir bereits geschaffen haben, und treiben uns so selbst an.



September

November

Dezember

2022

April

August

Wirtschaft

Starke Märkte. Starke Regionen.

In den Filialen von Getränke Hoffmann finden unsere Kundinnen und Kunden ein breites Angebot an Produkten aus der Region. So stärken wir durch unsere Geschäftstätigkeit die regionale Wirtschaft im Umfeld unserer Standorte. Dabei passen wir nicht nur unser Sortiment an, sondern entwickeln auch neue Konzepte. Ob in unseren modernisierten Märkten, im „Mein Hoffi“ oder beim Lieferdienst HoffmannBringts – wir haben überall das passende Angebot und fördern dabei zusätzlich die nachhaltige Ausrichtung unserer Geschäftstätigkeit.

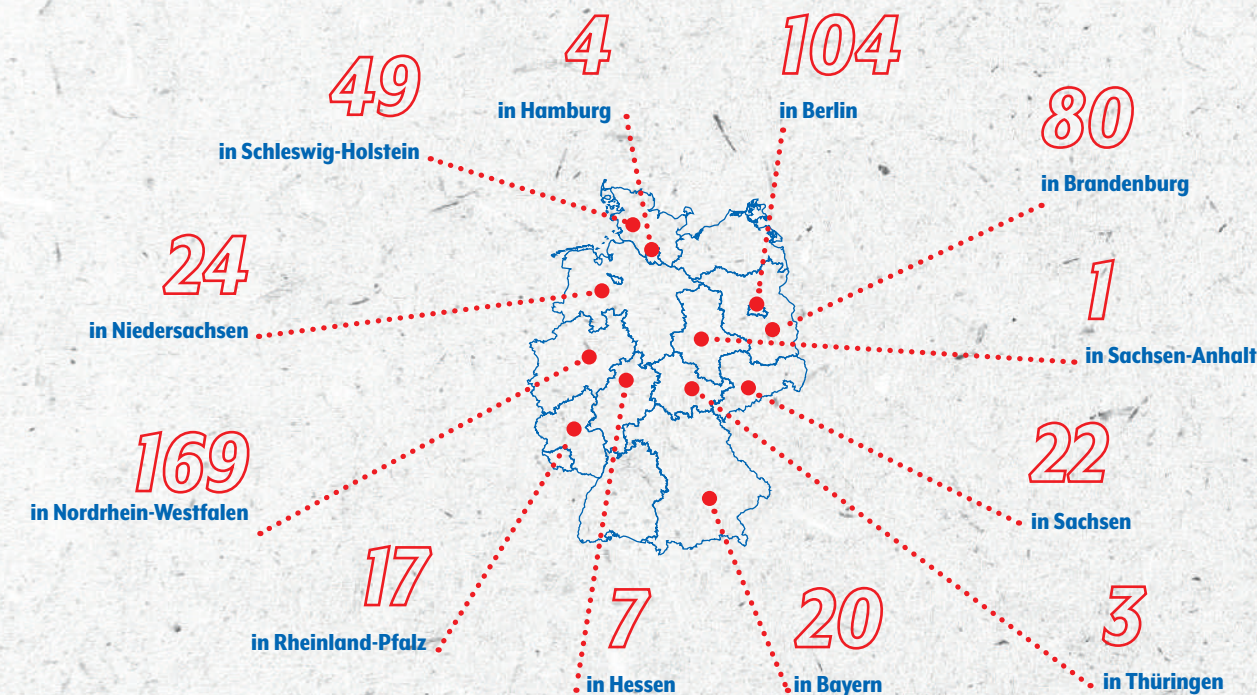


Getränke Hoffmann in vier Regionen

Getränke Hoffmann ist in vier Regionen unterteilt. Zu Beginn des Jahres 2022 durften wir die neue Region GH 4 bei uns in der Getränke Hoffmann Familie begrüßen. Seitdem sind wir neben dem Norden, Osten und Westen Deutschlands auch im Süden vertreten. Obwohl wir damit der größte Getränkefachhändler Deutschlands sind, verlieren wir nicht den Bezug zur jeweiligen Region. Mit einem breiten Sortiment aus der lokalen und regionalen Umgebung gestalten

wir unser Angebot abwechslungsreich und können uns so an die Menschen vor Ort und ihre Vorlieben anpassen. Ob Wasser, alkoholfreie Getränke, Bier oder im Falle der neuen Region GH 4 der Frankenwein – wir nehmen lokale Produkte in unser Sortiment auf und schaffen so nicht nur einen wirtschaftlichen Wert für die Region, sondern gehen auch auf die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kundschaft ein.

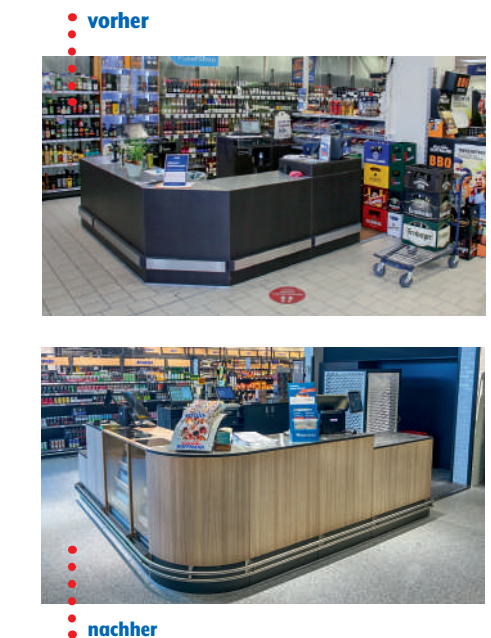
Getränke Hoffmann ist 2022 mit rund 500 Filialen in zwölf deutschen Bundesländern vertreten, damit sind wir der größte Betreiber von Getränkefachmärkten in Deutschland¹



¹Stand: 1.8.2022 – Die Anzahl der Filialen im jeweiligen Bundesland wurde in der Onlineversion nach der Veröffentlichung der Printbroschüre aktualisiert.

Unser Filialkonzept

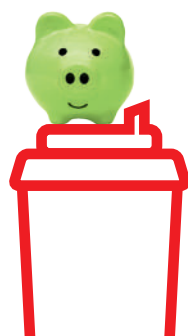
Viele Menschen kennen Getränkeabholmärkte als Lagerhallen mit gestapelten Kisten, wo es gern auch mal kräftig zieht oder unschön riecht. Mit unseren modernen Fachmärkten wollen wir weg vom Industriecharakter und das Einkaufen zum Erlebnis machen. Abgehängte Decken, eine gedimmte Beleuchtung, Holz und dunklere Böden steigern die Wertigkeit unserer Angebote. Im Jahr 2021 haben wir rund 40 Filialen umgestaltet und unsere Getränkemarkte so zu Orten der Vorfreude gemacht. Die im Berichtsjahr eröffnete Flagship-Filiale im Berliner Süden setzt mit innovativen Angeboten wie Weinverkostungen, einer Saftbar, einer Getränkekühlung in nur zwei Minuten und modernster Technik neue Maßstäbe für die Branche. Diese Philosophie werden wir auch zukünftig umsetzen und uns so sichtbar von unseren Mitbewerbern abgrenzen.



Getränke Hoffmann im Berliner Zentrum

Auch im Berliner Zentrum setzen wir frische Ideen in die Tat um. Unser urbanes Shop-Format „Mein Hoffi“ bedeutet ein zusätzliches Angebot, mit dem wir neue Kundschaft gewinnen wollen. Mit Kundennähe und Serviceorientierung wollen wir uns als fester Begleiter der Berlinerinnen und Berliner etablieren. Neben dem klassischen Angebot mit kalten Getränken und der Tüte Chips entwickeln wir neue Ideen, die das urbane Spektrum bereichern. Zum Beispiel können sich Kundinnen und Kunden nach ihrem Einkauf bei uns

kostenlos ein Lastenfahrrad leihen, um ihre Ware problemlos nach Hause zu transportieren. So können wir auch die Erreichen, die nicht mit dem Auto in eine große Filiale fahren möchten. Darüber hinaus bieten wir die Möglichkeit, Flaschen zu kühlen oder kalte Getränke per SMS vorzubestellen. Zusätzlich gibt es für jeden Kauf eines To-go-Kaffees 30 Cent Rabatt, wenn Kundinnen und Kunden ihren eigenen Becher mitbringen. Von früh morgens bis spät abends leisten die „Mein Hoffi“ damit einen Beitrag zum urbanen Umweltschutz. Derzeit sind wir auf der Suche nach neuen Räumlichkeiten, um mit dem erfolgreichen Konzept noch mehr Menschen zu erreichen.



30

Cent Rabatt bekommen unsere Kundinnen und Kunden mit eigenem Kaffeebecher



Nachhaltiges und vielseitiges Sortiment

Wir überzeugen unsere Kundschaft mit über 7.700 verschiedenen Artikeln. Bei uns ist mit über 2.200 alkoholfreien Getränken, 1.400 Bierartikeln, 2.000 Artikeln im Wein-, Sekt- und Spirituosensortiment und 1.200 Artikeln aus dem Non-Food-Bereich für alle das Passende dabei.

Besonders wichtig sind uns regionale und nachhaltige Produkte. Wir fördern lokale und regionale Getränkehersteller und bieten Köstlichkeiten aus der Umgebung an. Mit diesem Angebot fördern wir die Wirtschaft vor Ort und bieten einen Service, bei dem sich unsere Kundinnen und Kunden ihrer Heimat verbunden fühlen. Zusätzlich können wir mit der regionalen Ausrichtung Transportwege verkürzen oder einsparen. Ein nachhaltiges Angebot ist uns mindestens genauso wichtig. Besonders stolz sind wir auf die Bio-Zertifizierung für Getränke Hoffmann, die uns den Vertrieb bio-zertifizierter Produkte ermöglicht! Sie wird seit 2017 jährlich erneuert.



Ziele und Maßnahmen

In unserem Nachhaltigkeitsprogramm zeigen wir, welche Ziele wir uns für die Zukunft gesetzt haben und mit welchen Maßnahmen Getränke Hoffmann das Sortiment in Zukunft nachhaltiger gestalten und die regionale Wertschöpfung ausbauen will.

Wesentliches Thema	Strategisches Ziel	Operative Maßnahmen
Nachhaltigere Sortimentsgestaltung und vielseitiges Produktangebot	Neue Kunden gewinnen, indem wir unsere Attraktivität gegenüber dem Lebensmittel-einzelhandel ausbauen.	Ab Q2 2022 integrieren wir Nachhaltigkeitsaspekte in die Prozesse unserer zukünftigen Sortimentsarbeit. Die Implementierung der Anforderungen eines nachhaltigen Lieferkettenmanagements soll bis 31.12.2022 abgeschlossen sein.
Regionale Wertschöpfung	Durch unsere Wertschöpfung die regionale Wirtschaft stärken.	In Q3 2022 definieren wir unsere regionale Ausrichtung der Gebiete und informieren darüber verstärkt in den wesentlichen Kommunikationsmitteln.

Quantitative Ziele und Indikatoren werden 2022 präzisiert.

Umwelt

Ressourcen schonen. Umwelt schützen.

Wir treiben Schritt für Schritt Maßnahmen voran, um unseren Energieverbrauch zu senken, Rohstoffe zu schonen und den Ressourcenkreislauf zu schließen. Zusammen mit einer sich stetig weiterentwickelnden und immer effizienter werdenden Logistik können wir so Ressourcen schonen und Klima und Umwelt schützen.

Unsere Mehrweg-
quote beträgt

92 %

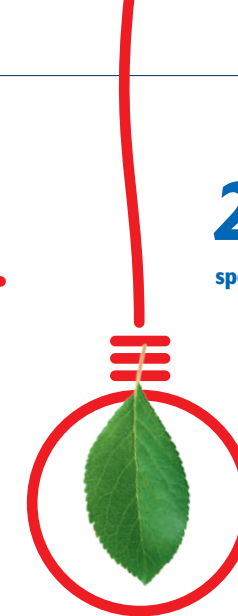
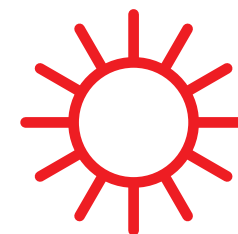
im Sortimentsbereich
alkoholfreie Getränke
und Bier



Die Solaranlage
deckt zurzeit mind.

40 %

des Gesamtstrom-
bedarfs der Filiale in
Panketal bei Berlin



200.000 kWh

sparen wir durch die Umrüstung der Beleuchtung ein

Energieverbrauch senken

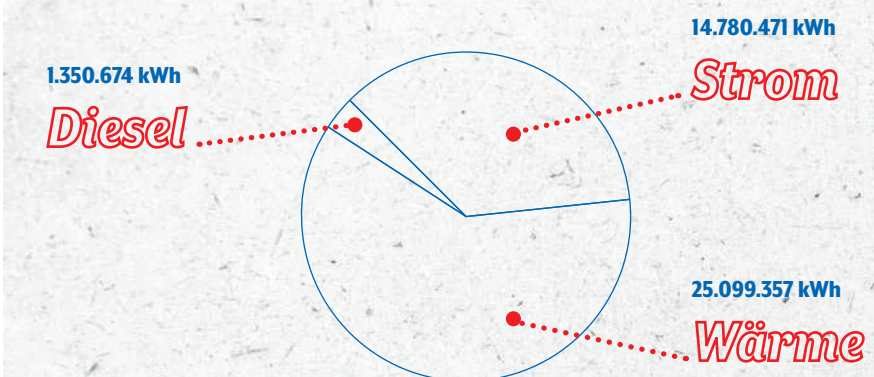
Der Strom- und Wärmeenergiebedarf in unseren Filialen und Verwaltungen stellt unseren größten Verbrauch dar. Im Jahr 2020 betrug unser Energieverbrauch 41.230.502 kWh. Unser nach ISO 50001 zertifiziertes Energiemanagementsystem schreibt eine jährliche Stromeinsparung von 1 Prozent gegenüber dem Vorjahr vor. Dieses Ziel konnten wir in den vergangenen Jahren übertreffen, indem wir eine Reihe von Maßnahmen umsetzten. Eine dieser Maßnahmen ist die Umrüstung der Beleuchtung auf LED-Lampen. Damit konnten wir 2020 über 200.000 kWh Strom einsparen. Mit dem eingesparten Strom können umgerechnet 65 durchschnittliche Haushalte ein Jahr mit elektrischer Energie versorgt werden. Ab 2022 wird ein internes Projektteam definieren, wie wir unsere Filialen zukünftig betreiben wollen und wie wir den Weg zur Klimaneutralität ebnen, indem wir Ziele, Meilensteine, Maßnahmen und ein Monitoring aufsetzen. Des Weiteren sind auch alle anderen Beschäftigten beim Thema Energiemanagement eingebunden und werden entsprechend geschult.

Bereits beim Einstieg erhalten neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Rahmen des Onboardings eine Unterweisung in energieschonendem Verhalten.

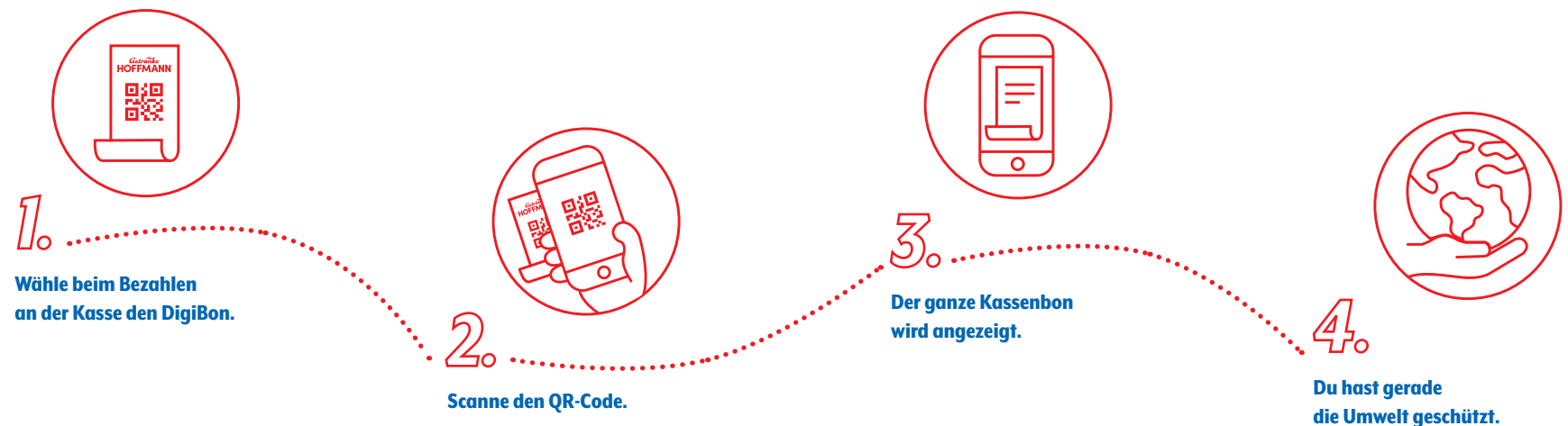
Bei Getränke Hoffmann gehen wir nicht nur sparsam mit Energie um, sondern erzeugen sie auch selbst. Auf dem Dach der Filiale Panketal installierten wir eine Solaranlage und decken so einen Teil des Strombedarfs der Filiale durch eigens erzeugten Strom. Zu Spitzenzeiten speisen wir nicht benötigten Strom ins Netz ein.

Teil unserer Strategie ist es, ausführlichere Daten zum Energie- und Wasserverbrauch sowie zum Verbrauch von Materialien wie Papier zu erheben. Auf dieser Grundlage werden wir die mit unserer Geschäftstätigkeit verbundenen Emissionen nach dem internationalen Standard des Greenhouse Gas Protocol messen und analysieren, wo wir die meisten Treibhausgase ausstoßen. So können wir strategisch Emissionen senken und uns auf den Weg in eine klimaneutrale Zukunft machen.

Gesamtenergieverbrauch 2020:



So funktioniert der DigiBon:



Weniger Abfall, mehr Effizienz

Ressourcenschutz ist Umweltschutz. Daher reduzieren wir so viel Abfall und Verpackungen wie möglich. Wir sind stolz darauf, dass der Anteil von Mehrwegprodukten beim Verkauf von alkoholfreien Getränken und Bier bereits heute 92 Prozent beträgt.

Darüber hinaus ist es uns ein Anliegen, Kassenbons zu reduzieren. Unsere Bons machen etwa ein Drittel bis ein Viertel unseres gesamten Papiervolumens aus. Seit November 2021 gibt es in immer mehr Filialen die Möglichkeit, sich einen digitalen Bon, kurz DigiBon, ausstellen zu lassen. Allein in den ersten zwei Monaten nach der Einführung wurden insgesamt über 1,3 Millionen DigiBons erstellt. Dieser Trend nimmt 2022 weiter an Fahrt auf. Bereits im Januar und Februar 2022 wurden über 1,9 Millionen DigiBons ausgestellt. Im Jahr 2021 verringerten wir unter anderem durch die Ausstellung von DigiBons unseren Verbrauch von Kassenbonpapier auf nun 8.000

Kilometer (eine Reduzierung um 10.000 Kilometer im Vergleich zum Vorjahr). Wir streben an, 2022 zusätzlich über 5.000 Kilometer an Kassenbonpapier einzusparen, was der Strecke von Berlin zum Nordkap und zurück entspricht. Ein weiterer Vorteil des DigiBons ist, dass wir wirtschaftlicher arbeiten können. In Zeiten von immer teurer werdenden Produkten können wir so unsere Betriebskosten minimieren und unseren Kundinnen und Kunden beste Preise anbieten. Eine echte Win-win Situation!

1,3 Millionen
ausgestellte DigiBons in November und Dezember 2021

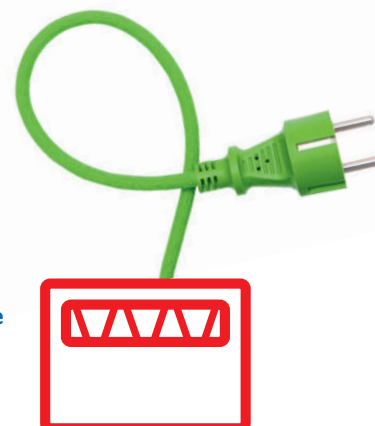


Moderne Logistik

Im Jahr 2020 investierten wir in insgesamt acht neue Lkw. Der moderne Fuhrpark hilft uns mit neuester Antriebstechnik dabei, Kraftstoff einzusparen und Emissionen zu senken. Weitere Pluspunkte sind innen liegende Monitore, die in Verbindung mit ringsum angebrachten Kameras Spiegel ersetzen und die Sicherheit erhöhen. Auch in der Logistik spielt Energieeffizienz eine entscheidende Rolle: In unserem Einweglager konnten wir die für den Transport einer Getränkekiste notwendige Energie von 263 Watt im Jahr 2019 auf 224 Watt im Jahr 2020 senken. Mit den eingesparten 39 Watt pro Kiste kann ein Smartphone etwa fünfmal aufgeladen werden.

Zusätzlich dazu bauen wir unseren Lieferservice HoffmannBringts immer weiter aus. In Berlin und Umgebung sowie in Bielefeld haben Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, sich Getränke und andere Produkte entspannt ins Büro oder nach Hause liefern zu lassen. Somit leistet HoffmannBringts einen Beitrag dazu, einzelne Kundenfahrten zu ersetzen und das Verkehrsaufkommen sowie dadurch entstehende Emissionen zu verringern.

39 Watt
eingesparte Energie pro transportierter Getränkekiste



Ziele und Maßnahmen

In unserem Nachhaltigkeitsprogramm zeigen wir, welche Ziele wir uns für die Zukunft gesetzt haben und mit welchen Maßnahmen Getränke Hoffmann den Energiebedarf weiter reduziert, die Logistik effizienter gestaltet und das Geschäftsmodell im Sinne der Kreislaufwirtschaft ausrichtet.

Wesentliches Thema	Strategisches Ziel	Operative Maßnahmen
Abfall, Verpackung und Kreislauf	Mit optimierten Kreisläufen Ressourcen einsparen.	In Q1 2023 optimieren wir die Abfalltrennung in den Filialen, um so die Recyclingquote zu erhöhen.
		Wir sparen gewöhnliche Kassenbons ein: Ende 2022 wollen wir in 100 Prozent der Filialen die Nutzung des DigiBons anbieten. Zusätzlich testen wir ab Q2 2022 die Einführung des umweltfreundlicheren blauen Kassenbons.
		2022/2023 starteten wir eine Testphase zur stärkeren Nutzung digitaler Aktions- und Preisschilder in unseren Filialen, um unseren Papierverbrauch zu senken.
Energie und Klima	Den Weg in eine klimaneutrale Zukunft ebnen.	Unsere nicht mehr benötigte, aber funktionsfähige IT-Hardware geben wir ab Q3 2022 an das gemeinnützige Unternehmen AfB zur Aufbereitung und Weiterverwendung ab.
		In Q2 2022 nimmt ein eigenes Projektteam die Arbeit auf, das sich um die Frage kümmert: Wie wollen wir die Filialen von Getränke Hoffmann zukünftig versorgen?
		In Q2 2022 prüfen wir eine autarke Stromversorgung der Zentrale.
Logistik	Stetig optimierte Abläufe in der Logistik schaffen.	Wir schaffen Angebote im Bereich der E-Mobilität und installieren dafür spätestens Q4 2022 erste E-Ladesäulen in der Zentrale.
		Um die Logistik unter Nachhaltigkeitsaspekten zu verbessern, analysieren wir fortlaufend die Logistik bei Getränke Hoffmann und HoffmannBringts.

Quantitative Ziele und Indikatoren werden 2022 präzisiert.

Soziales

Für alle. Mit Verantwortung.

Getränke Hoffmann engagiert sich für die eigenen Beschäftigten, für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Vertragspartnern und für die Gesellschaft als Ganzes. Wir ergreifen die Initiative und sorgen so für sichere Arbeitsplätze und eine bessere Gemeinschaft.



Die Getränke Hoffmann
Familie besteht aus

1.553

Mitarbeitenden und selbstständigen
Handelpartnerinnen und Handelspartnern

Die Getränke Hoffmann Familie

Die Getränke Hoffmann Familie besteht 2021 aus 1.553 Personen – auch Hoffis genannt. Somit sind 1.279 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie 274 selbstständige Handelspartnerinnen und Handelspartner für das Unternehmen tätig. Wir fördern ein gesundes und wertschätzendes Arbeitsklima, denn nur in der richtigen Atmosphäre kann eine Gemeinschaft unter den Kolleginnen und Kollegen entstehen.

Die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nimmt eine zentrale Rolle bei Getränke Hoffmann ein. In einem monatlichen Gesundheitstipp erfahren die Beschäftigten, wie sie mit einfachen Maßnahmen sich und ihrer Gesundheit etwas Gutes tun können. Zusätzlich fand 2021 ein Gesundheitswettbewerb statt. Bei einem Schrittwettbewerb der Kolleginnen und Kollegen in der Verwaltung konnten wir viele Hoffis motivieren, aktiv zu werden und sich mehr zu bewegen. Und wem das noch nicht genug Sport ist, kann über unsere Corporate Benefits beispielsweise einen Rabatt für Fitnessstudios nutzen.

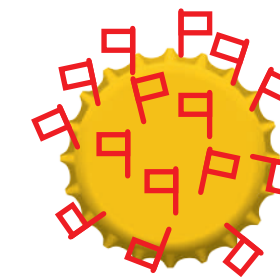
Mit unseren ergonomisch ausgestatteten Büros schützen wir die Gesundheit der Beschäftigten auch im Sitzen und Stehen.

Durch unseren umfangreichen Onboarding-Prozess und unser Intranet werden Kolleginnen und Kollegen über diese und weitere Maßnahmen informiert. Auch in Zukunft werden wir kontinuierlich zusätzliche Arbeitgeberleistungen für die Beschäftigten in der Verwaltung und in den Filialen einführen. Beispielsweise gibt es seit April 2022 für alle Angestellten bei Getränke Hoffmann die Möglichkeit, ein Jobrad zu leasen.

Wir möchten mit umfangreichen Angeboten junge Menschen von einem Berufseinstieg bei Getränke Hoffmann überzeugen. Im Berichtsjahr hatten wir insgesamt 21 Auszubildende in den Filialen und der Verwaltung (inklusive unserer Handelspartner). Zusätzlich ermöglichen wir Studentinnen und Studenten, bereits während des Studiums erste Arbeits-

erfahrungen bei Getränke Hoffmann zu sammeln. Auch nach abgeschlossener Ausbildung haben die bei uns Beschäftigten in allen Fachbereichen die Möglichkeit, zahlreiche Weiterbildungsangebote zu nutzen, und erhalten bei Bedarf auch finanzielle Unterstützung für Weiterbildungen.

Unsere Wertschätzung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wollen wir am liebsten allen auf den ersten Blick zeigen. Daher sind Kolleginnen und Kollegen, die auf Plakaten, Preisschildern, Handzetteln und Flyern zu sehen sind, tatsächlich Angestellte von Getränke Hoffmann. Wir engagieren keine Schauspieler, sondern geben unseren Beschäftigten auf diesem Wege die Aufmerksamkeit, die sie verdienen.



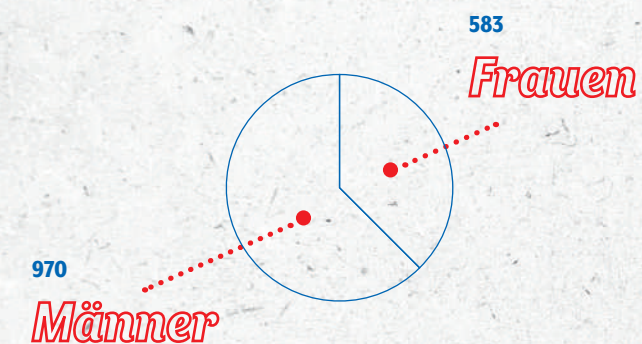
Unsere Hoffis
kommen aus

15

verschiedenen
Ländern



Zahl der Mitarbeitenden nach Geschlecht:



Wir tragen Verantwortung

Getränke Hoffmann engagiert sich fortlaufend in sozialen Projekten. Besonders hervorzuheben ist unsere Lausitzer Spendenaktion: Kundinnen und Kunden können durch den Kauf von Mineralwasser indirekt spenden. Für jede verkaufte Flasche unserer Eigenmarke „Lausitzer“ geht ein Cent an einen sozialen Zweck in der Region, je Region nehmen drei Vereine an der Lausitzer Spendenaktion teil. Jede und jeder kann online abstimmen, an welchen sozialen Verein die Spende in der jeweiligen Region verteilt werden soll.

Darüber hinaus engagieren sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ehrenamtlich im Ronald McDonald Haus. Im Berichtsjahr versorgten sie zum Beispiel dort untergebrachte Familien, deren Kinder und Geschwister im benachbarten Krankenhaus behandelt wurden, bei einem Grillabend. Außerdem backen wir jedes Jahr in der Weihnachtszeit Plätzchen für die Familien. Unsere Kundschaft kann ebenfalls mit kleinen Beiträgen Großes bewirken. In den Filialen stehen Spendenboxen bereit, um alles ab einem Glücksent aufwärts für die McDonald's Kinderhilfe zu sammeln.

Aus dem Jahr 2021 dürften vielen besonders die Bilder aus den Hochwassergebieten in Erinnerung bleiben. Im Juli überfluteten unvorstellbare Wassermassen große Gebiete in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz, die auch unsere Filialen nicht verschonten. Doch die Menschen vor Ort hielten zusammen und packten sofort an – und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter halfen, wo es nur ging. Wir sammelten Spenden für die Flutopfer und versorgten Helferinnen und Helfer während des Einsatzes mit Getränken.

Besonders wichtig ist uns die Unterstützung von jungen Sportlerinnen und Sportlern. Der Nachwuchs am Olympiastützpunkt Berlin kann sich inzwischen seit vielen Jahren auf finanzielle Unterstützung von Getränke Hoffmann verlassen. Amateursportler profitieren durch die Aktion GH-Vereinswelt. Kundinnen und Kunden können beim Einkauf Punkte für ihren Verein vor Ort sammeln und sie dann bei Getränke Hoffmann für neue Trikots oder dringend benötigte Sportgeräte einlösen.



Verantwortungsvolles Marketing

Ein wichtiger Bestandteil unserer Verantwortung ist es, gewissenhaft mit alkoholischen Getränken zu werben. Mit unserer Kampagne Dry January weisen wir auf gesündere Alternativen hin. Diesen Weg wollen wir in Zukunft weiter beschreiten und unsere Kundinnen und Kunden zu einem gesunden Lebensstil ermuntern.



Ziele und Maßnahmen

In unserem Nachhaltigkeitsprogramm zeigen wir, welche Ziele wir uns für die Zukunft gesetzt haben und mit welchen Maßnahmen wir zur Sicherheit und Weiterentwicklung unserer Beschäftigten sowie einem verantwortungsvollen Marketing beitragen.

Wesentliches Thema	Strategisches Ziel	Operative Maßnahmen
Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz	Die Gesundheit unserer Beschäftigten auch über die gesetzlichen Anforderungen hinaus erhöhen und die Attraktivität als Arbeitgeber steigern.	Wir bauen unsere Aktivitäten durch die Optimierung von Prozessen im Arbeitsschutz fortlaufend aus. Durch die stetige Neuausrichtung des Gesundheitsmanagements wollen wir noch mehr Beschäftigte erreichen. Seit April 2022 bieten wir allen Angestellten bei Getränke Hoffmann und HoffmannBrings ein Jobrad an. Dadurch sollen die Beschäftigten für gesunde und umweltschonende Mobilität begeistert werden.
Aus- und Weiterbildung	Uns zusammen mit den Hoffis zukunftsfähig aufstellen.	Wir informieren durch eine eigene Nachhaltigkeitskommunikation in Kunden- und Mitarbeitermagazinen sowie im internen Newsletter „NachhaltigkeitAktuell“ regelmäßig über aktuelle Entwicklungen. Ab Q2 2022 können Mitglieder des Nachhaltigkeitsboards ihre Expertise in der IHK-Weiterbildung „Sustainable Leadership“ ausbauen. Arbeiten bei GH 2.0: für eine effektivere Zusammenarbeit stellen wir uns in den Bereichen Methoden, Kommunikation und Tools fortlaufend neu auf.
Verantwortungsvolles Marketing	Wir engagieren uns für verantwortungsvolles Marketing und wollen unseren Einsatz stetig ausbauen.	Ab Q2 und Q3 2022 berücksichtigen wir im Event-Management nachhaltige Prinzipien. Beim Relaunch unserer Website in Q3 2022 werden wir auch unseren Anforderungen an das verantwortungsvolle Marketing gerecht. Unsere Treueaktion verbinden wir ab Q4 2022, spätestens ab Q1 2023, mit nachhaltigen Aktionen und schaffen so einen Mehrwert für die Kundinnen und Kunden.

Quantitative Ziele und Indikatoren werden 2022 präzisiert.

Getränke Hoffmann in Zahlen 2021

Dimension Wirtschaft

GRI Code¹

Umsatzerlöse	560 Mio. Euro	201-1
Anzahl der Produkte und Dienstleistungen	über 7.700	
Jährliches Volumen abgesetzter Getränke	3.200.000 l	
Anzahl Filialen	457 ²	
Umgestaltete Märkte	41	

¹ In unserer sich stetig weiterentwickelnden Berichterstattung orientieren wir uns an den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative (GRI).

² Im vorderen Teil wurde mit rund 500 Filialen GH 4 bereits mit angegeben. 2021 hat Getränke Hoffmann 457 Filialen betrieben.

Dimension Soziales

GRI Code¹

Fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	1.279	405-1
davon Frauen	500	
davon Männer	779	
Krankenquote	8,69 % ³	403-10
Anzahl Nationalitäten in der Belegschaft	15	405-1
Ausgaben für externe Aus- und Weiterbildungsangebote	101.000 Euro	404-2
Handelspartnerinnen und Handelspartner	274	405-1
davon Frauen	83	
davon Männer	191	
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesamt	1.553	
davon Frauen	583	
davon Männer	970	
Auszubildende	21	
Diskriminierungsvorfälle	0	406-1

³ Nur für die Regionen GH 1 und GH 2.

Dimension Umwelt⁴

GRI Code¹

Stromverbrauch 2020	14.780.471 kWh	302-1
Wärmeverbrauch 2020	25.099.357 kWh ⁵	
Dieselvebrauch 2020	251.413 l	
Benzinverbrauch 2020	10.350 l	
Eingesparter Strom 2018-2020	1.915.777 kWh	302-4
davon eingespart durch Beleuchtungsumbau in 2020	ca. 200.000 kWh	
Energieverbrauch pro Getränkekiste aus dem Einweglager 2020	224 Watt	
Papierverbrauch 2021 ⁶	2.546 t	301-1
davon Recyclingpapier	96 %	
Scope 1 Emissionen 2020	5.791 t CO ₂ e	305-1
davon Wärme ⁷	4.766 t CO ₂ e	
davon Kraftstoff ⁸	835 t CO ₂ e	
Scope 2 Emissionen 2020	3.641 t CO ₂ e	305-2
davon Strom ⁹	3.461 t CO ₂ e	
davon Fernwärme ¹⁰	180 t CO ₂ e	
Scope 3 Emissionen 2021	1.926 t CO ₂ e	305-3
davon Papierverbrauch ¹¹	1.926 t CO ₂ e	
Wasserverbrauch in der Verwaltung 2021 ¹²	1.230 m ³	303-3
Abfallaufkommen 2021 ¹³	3.171 t	306-3
Mehrwegquote im Sortimentsbereich alkoholfreie Getränke und Bier 2021	92 %	
Ausgestellte DigiBons 2021 ¹⁴	1.300.000	

⁴ Aufgrund der Abrechnungsmodalitäten der Energieversorger, Vermieter und Leasinganbieter liegen einige Verbrauchswerte für 2021 noch nicht vor, daher berichten wir die Verbräuche aus 2020.

⁵ Im Jahr 2020 mussten wir aufgrund fehlender Betriebskostenabrechnungen seitens der Vermieter teilweise Schätzungen des Wärmebedarfs vornehmen.

⁶ Enthalten sind folgende Papieraufkommen: Briefpapier, Preisschilder, Wein- und Bierregaleketten, Regalpreisetiketten, Kopierpapier, Handzettel inkl. Sonderhandzettel, Briefumschläge, Fassaden- und Schaufensterplakate sowie das Kunden- und Mitarbeitermagazin.

⁷ Quelle: Eigene Berechnung aus Energiemanagement ISO 50001 (2019).

⁸ Quelle: Umweltbundesamt (2020): <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/aktualisierung-tremod-2019>.

⁹ Quelle: CO₂-Emissionsfaktor des Stromlieferanten (2019).

¹⁰ Quelle: Eigene Berechnung aus Energiemanagement ISO 50001 (2019).

¹¹ Quelle: Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstitutionen e. V. (2022): VfU Kennzahlen 2022: Kennzahlen zur betrieblichen Umweltleistung.

¹² Für die Zentrale in Bordschholm haben wir aufgrund fehlender Betriebskostenabrechnungen seitens der Vermieter die Werte aus 2020 verwendet. Der Verwaltungsstandort Lingen ist nicht enthalten, da die Nebenkosten pauschal abgerechnet werden.

¹³ Aufgrund von Mietverhältnissen liegen nicht alle Abfallmengen vor. Der angegebene Wert deckt etwa 75 % des Abfallaufkommens für 2021 bei Getränke Hoffmann ab.

¹⁴ In November und Dezember 2021. Der DigiBon wurde im November 2021 eingeführt.

Impressum

Herausgeber

Getränke Hoffmann GmbH
Am Weidendamm 1
15831 Blankenfelde-Mahlow OT Groß Kienitz
Telefon: 033 708/55-0
Telefax: 033 708/55-280
E-Mail: info@getraenke-hoffmann.de
www.getraenke-hoffmann.de

Kontakt

Nachhaltigkeitsmanagerin
Maria Blume
nachhaltigkeit@getraenke-hoffmann.de

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer

Mario Benedikt (Sprecher), Maximilian Illers-Leonhardt,
Werner Ludwig

Konzept, Redaktion und fachliche Beratung

:response, Inh. Arved Lüth
www.good-response.de

Gestaltungskonzept, Layout und Illustration

Scheufele Hesse Eigler Kommunikationsagentur GmbH
www.she-kommunikation.de

Redaktionsschluss

31. Mai 2022

Produktion

KOMMINFORM GmbH & Co.KG, Miltenberg und Frankfurt

Herstellung

Druckerei Lokay e.K., Reinheim

Bildnachweise

Getränke Hoffmann GmbH
contentova UG
shutterstock
Getty Images

Nachhaltige Produktion

Diese Publikation wurde auf 100 Prozent Recyclingpapier
gedruckt, welches mit dem Blauen Engel zertifiziert wurde.
Der Druck erfolgte zertifiziert klimaneutral.



Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet



Getränke Hoffmann GmbH
Am Weidendamm 1
15831 Blankenfelde-Mahlow OT Groß Kienitz
www.getraenke-hoffmann.de