



Umwelt- und Sozialbericht 2022

Unser Beitrag für mehr Nachhaltigkeit

BRAND. For lab. For life.®

BRAND

Kennzahlen aus dem Geschäftsjahr 2022

501

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
national und international

23 %

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
unter 30 Jahren

99 %

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
in Deutschland angestellt

Ergebnisse

53 %

Reduktion der CO₂ Emissionen
im Vergleich zum Basisjahr 2020

80 %

nicht gefährliches Abfallaufkommen
für das Jahr 2022

3 %

Reduktion des Energieverbrauchs
im Vergleich zum Jahr 2021

11 %

Einsparung von Trinkwasser
durch Grundwasser (Brunnenwasser) in 2022

Inhalt

Vorwort der Geschäftsführung	5
UMWELT	
Abfall und Ressourcen	6
Abfall	6
Reduce – Reuse – Recycle	9
Wasser	10
Energie und Emission	12
Energie	12
Emission	14
SOZIALES	
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	20
Zukunftsweisender Arbeitgeber	20
Aus- und Weiterbildung	24
Gesundheitsmanagement	25
Arbeitssicherheit	26
Vereinbarkeit von Familie und Beruf	27
ANHANG	
Daten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	28

Umwelt- und Sozialbericht 2022



Vorwort



Dr. Christoph Schöler

Liebe Leserinnen und Leser,

die Brand Gruppe mit ihren Produkten der Marken BRAND, VACUUBRAND und VITLAB ist weltweit in den Laboren der Biowissenschaften, der Pharmazie, der Chemie, der Prozessanalytik und der erneuerbaren Energien zu Hause. Mit unseren Produkten arbeiten unsere Kundinnen und Kunden an Lösungen für zentrale Zukunftsfragen der Gesundheit, der Ernährung und der Energieversorgung.

Ein nachhaltiger Umgang mit natürlichen Ressourcen und eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung sind ein wesentlicher Teil unseres Handelns. Diese Werte stellen entscheidende Voraussetzungen für den langfristigen Erfolg der Brand Gruppe dar.

Der vorliegende Umwelt- und Sozialbericht ist ein Baustein einer kontinuierlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung. Damit wollen wir unsere Verantwortung im Bereich ESG (Environment, Social and Governance) unterstreichen und transparent über unsere Maßnahmen und Ziele berichten. Der Bericht umfasst wesentliche Themen wie Emissionen, Abfall, Wasser sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In all diesen Bereichen arbeiten wir unabhängig vom Druck des Zeitgeistes bereits seit sehr vielen Jahren an einem spürbaren Beitrag zur Nachhaltigkeit. Wir leisten diesen für die Labore unserer Kundinnen und Kunden, an unseren weltweiten Standorten und entlang unseren globalen Lieferketten.

Die vorliegende Berichterstattung ist an den Standards der „Global Reporting Initiative“ (GRI) orientiert. In den kommenden Jahren werden wir den Berichtsumfang erweitern und einen gemeinsamen Nachhaltigkeitsbericht für die gesamte Brand Gruppe vorlegen. Zur Fortschreibung unserer Nachhaltigkeitsstrategie arbeiten wir an einer gruppenweiten Wesentlichkeitsanalyse, aus der wir die wichtigsten und effektivsten Maßnahmen ableiten wollen.

Begleiten Sie uns auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Wir wünschen Ihnen eine anregende und interessante Lektüre.

Mit besten Grüßen

Dr. Christoph Schöler
Geschäftsführender Gesellschafter



Abfall und Ressourcen

Abfall

Wir übernehmen Verantwortung für das, was wir produzieren. Deswegen sind das Vermeiden und die Reduktion von Abfall ein wichtiger Bestandteil unserer nachhaltigen Unternehmensführung. Mit einem effektiven Abfallmanagement fördern wir die Entwicklung einer Kreislaufwirtschaft, in der Ressourcen möglichst lange genutzt werden und Abfälle als Nebenprodukte betrachtet werden. Auch durch das Recycling von Materialien durch regionale Partner möchten wir unseren Teil zur Schonung der begrenzten Ressourcen unseres Planeten beitragen.

Managementansatz

In unserer Umweltpolitik ist das Prinzip der 3R – Reduce, Reuse and Recycle verankert. Dennoch fallen an unserem Standort Abfall, Papier und Pappe sowie gemischte Abfälle (gemischte Verpackungen und Siedlungsabfall) an. Das Abfallmanagement ist Teil unseres nach ISO 14001 zertifizierten Umweltmanagements und trägt dazu bei, unsere Entsorgungsmengen auf einem geringen Niveau zu halten und weiter zu reduzieren. Dadurch halten wir den Materialverbrauch und die Entsorgungsmengen möglichst gering. Darüber hinaus achten wir auf strenge Abfalltrennung und sichere Entsorgung. Deswegen setzen wir auf die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit zertifizierten Entsorgern in Standortnähe. Dafür werden die Abfallquellen, -mengen sowie die Abfallart am Standort Wertheim stetig erhoben und jährlich in einer Abfallbilanz erfasst. Die Abfälle werden nach dem Kreislaufwirtschaftsgesetz in gefährliche sowie nicht gefährliche Abfälle unterteilt. Auch für unsere Produkte wenden wir das 3R-Prinzip systematisch für den gesamten Produktlebenszyklus an. Dazu gehören z. B. materialsparende Konstruktionen, lange Lebensdauer und gute Reparierbarkeit oder auch die Recyclebarkeit durch sortenreine Materialauswahl.



UMWELT

Kennzahlen und Maßnahmen

Unsere regionalen Partner verwerten oder beseitigen die Abfälle durch verschiedene Verfahren nach dem Kreislaufwirtschaftsgesetz. Im Jahr 2022 stieg die Abfallmenge an unserem alleinigen Produktionsstandort Wertheim teilweise bedingt durch einen Corona-bedingten Absatzschub von 204 Tonnen auf 230 Tonnen. Der Anteil unseres nicht gefährlichen Abfalls am Gesamtabfallaufkommen lag im Berichtsjahr 2022 bei 80 %. Dieser Anstieg von gefährlichem Abfall war vor allem auf den Einmaleffekt der außerordentlichen Entsorgung von etwa

15 Tonnen Beizlösung zurückzuführen, die durch eine Umbaumaßnahme im Produktionsbereich Glas notwendig wurde. Mangels technischer Alternativen ist es in bestimmten Fällen in unserem Unternehmen notwendig, zum Teil gefährliche Stoffe einzusetzen. Unser Ziel ist es weiterhin, den Einsatz dieser Stoffe möglichst gering zu halten. Abgesehen von diesem einmaligen Effekt ist es uns gelungen, die Abfallmenge trotz deutlich gesteigerter Produktionsmengen nahezu konstant zu halten.

Abfallaufkommen in Tonnen

	2020	2021	2022
Abfall (Gesamt)	256	204	230
Nicht gefährlicher Abfall	234	185	185
Gefährlicher Abfall	21	19	45
Verwertungsquote (Gesamt) ¹	–	–	–
Anteil des nicht gefährlichen Abfalls am Gesamtabfallaufkommen	92 %	90 %	80 %

¹ Aktuell keine Daten zur Verwertungsquote vorhanden



Abfall und Ressourcen

Reduce – Reuse – Recycle

BEISPIELE

Umweltschutz wird bei BRAND seit jeher großgeschrieben. Besonders wichtig ist uns, was wir im Interesse von Kundinnen und Kunden erreicht haben: Mit unseren Produkten sind wir über Jahrzehnte hinweg immer wieder Vorreiter bei Qualität, Langlebigkeit und einfacher Wartung. Damit vermeiden wir Kosten, reduzieren Abfälle und verbessern die Arbeitsbedingungen dort, wo unsere Produkte im Einsatz sind.

Reduce

Verpackungsabfall bei eingehenden Waren wird schon seit vielen Jahren durch Mehrweg- und Pendelverpackungen (Abb. 1) konsequent vermieden. Um unseren Ressourceneinsatz zu reduzieren, ermöglicht unsere Produktionstechnik beispielsweise, Pipettenspitzen in einem besonders dünnwandigen Design herzustellen und so Material zu sparen (Abb. 2). Zusätzlich haben wir mit dem Nachfüllsystem TipRack die Abfallmenge im Vergleich zur TipBox um mehr als 20 % reduziert. Auch durch den Einsatz neuer Technologien, wie der Heißkanaltechnik im Spritzguss, verringern wir die Abfallmenge.

Neben den nicht gefährlichen Abfällen fallen auch gefährliche Abfälle wie Maschinenöle oder Emulsionen bei BRAND an. Diese werden in speziellen Lagerorten bis zur Entsorgung durch zertifizierte lokale Entsorger gelagert. Auch unterliegen Gefahrstoffe einer besonderen Aufmerksamkeit. Diese werden nur nach einem definierten Prozess beschafft und ins Gefahrstoffkataster aufgenommen. Dabei sind der Gefahrstoffbeauftragte sowie die Sicherheitsfachkraft involviert, um die Umwelt sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schützen. Diese Information können jederzeit über die Arbeitsschutz-

software sam[®] eingesehen werden. Für einen Betriebsnotfall mit Gefahrstoffen existieren Betriebsanweisungen, die in der Arbeitsschutzsoftware sam[®] hinterlegt sind, sowie ein Notfall- und Alarmplan.

Reuse

Bei der Neu- und Weiterentwicklung unserer Produkte setzen wir uns bereits bei der Konzeptionierung Umwelt- und Arbeitsschutzziele. Die Bewertung der Umweltauswirkungen ist Bestandteil jedes Lastenheftes bei BRAND.

Im Lebenszyklus spielen die Produktnutzung bei unseren Kundinnen und Kunden und das Produktlebensende eine wichtige Rolle. Daher achten wir bereits bei der Entwicklung neben hochwertigen Rohstoffen, um den Verschleiß gering zu halten, auf Reparaturfreundlichkeit und Langlebigkeit (Abb. 3). Durch die lange Nutzungsdauer, vor allem unserer Liquid Handling-Instrumente und Volumenmessgeräte, wird der Ressourcenverbrauch für neue Geräte verringert.

Recycle

Bei den Verbrauchsmaterialien achten wir gleichermaßen auf Materialeinsparung bei der Produktion als auch auf Wiederverwendbarkeit. Um eine möglichst hohe Wiederverwendbarkeit der dennoch anfallenden Abfälle zu erreichen, wird darauf geachtet, dass der Abfall in der Produktion sortenrein und in den Büroräumen getrennt gesammelt wird. Dadurch erreichen wir eine hohe Wiederverwertungsquote für Abfälle, z. B. aus dem Kunststoffspritzguss. Zudem können unsere TipBoxen mehrfach autoklaviert werden und bestehen aus sortenreinem Kunststoff, um die Recyclebarkeit zu gewährleisten (Abb. 4).



1 Mehrwegverpackung für Rohmaterial



2 Produktion dünnwandiger Pipettenspitzen



3 Hochwertige Werkstoffe sorgen für lange Lebensdauer



4 Die TipBox kann mehrfach verwendet und autoklaviert werden



Abfall und Ressourcen

Wasser

Die begrenzte Ressource Wasser ist nicht nur die Grundlage allen Lebens auf der Erde, sondern auch essentiell für den Betrieb von Industrieunternehmen. Durch die klimatischen Veränderungen gewinnt sie in unseren Breitengraden zusätzlich an Bedeutung. Besonders die zunehmende Wasserknappheit in weiten Teilen Deutschlands (steigender Wasserstress) zeigt ihre Auswirkungen durch Herausforderungen u.a. in der Landwirtschaft und der Flussschifffahrt. Dies macht es für uns als Unternehmen umso wichtiger, sorgsam mit dieser wichtigen Ressource umzugehen und den industriellen Wasserverbrauch weiter zu reduzieren.

Managementansatz

Daher gilt auch für Wasser der Anspruch unserer Umweltpolitik, im Sinne des 3R-Ansatzes sparsam mit Ressourcen umzugehen. Das Wassermanagement bei BRAND ist Teil des nach ISO 14001 zertifizierten Umweltmanagements. Kennzahlen zum Wasserverbrauch werden regelmäßig erhoben und Maßnahmen definiert. Das Wassermanagement betrifft verschiedene Bereiche: Sanitäranlagen, Küchen, Maschinen und Maschinenreinigung. So wird das Reinigungswasser durch ein Kaskadensystem mehrfach genutzt, sowie der Verbrauch an Kühlwasser durch geschlossene Kühlsysteme auf das technisch minimale Maß reduziert.



© Raschmi, 500px

Tauberhafen in Wertheim

UMWELT

514 m³
Einsparung

Kennzahlen und Maßnahmen

Unser Partner für die Wasserversorgung in der Region sind die Stadtwerke Wertheim GmbH. Grundlage für die Daten sind ermittelte Verbrauchswerte durch Zähler der Stadtwerke sowie der verbauten Zähler in unserem Unternehmen. Grundsätzlich verwendete BRAND im Jahr 2022 insgesamt 4.814 m³ Wasser, davon 4.300 m³ Trinkwasser.

Unser Standort Wertheim liegt laut Aqueduct Water Risk Atlas in einem Gebiet mit hohem Wasserstress, in dem 40 bis 80 % des erneuerbaren Wasserdargebots genutzt werden. Dies bedeutet eine Belastung für die Umwelt und eine Gefährdung der Versorgung. Wir sind uns daher unserer Verantwortung für die Ressource Wasser bewusst. Zur Reduzierung des Trinkwassereinsatzes wurde ein Brunnen auf dem Gelände gebaut. Dieser wird zur Wasserversorgung der Toiletten des Standorts genutzt. Dadurch wurden 514 m³ Trinkwasser im Jahr 2022 eingespart, das einem Anteil von 11 % am Gesamtverbrauch entspricht.

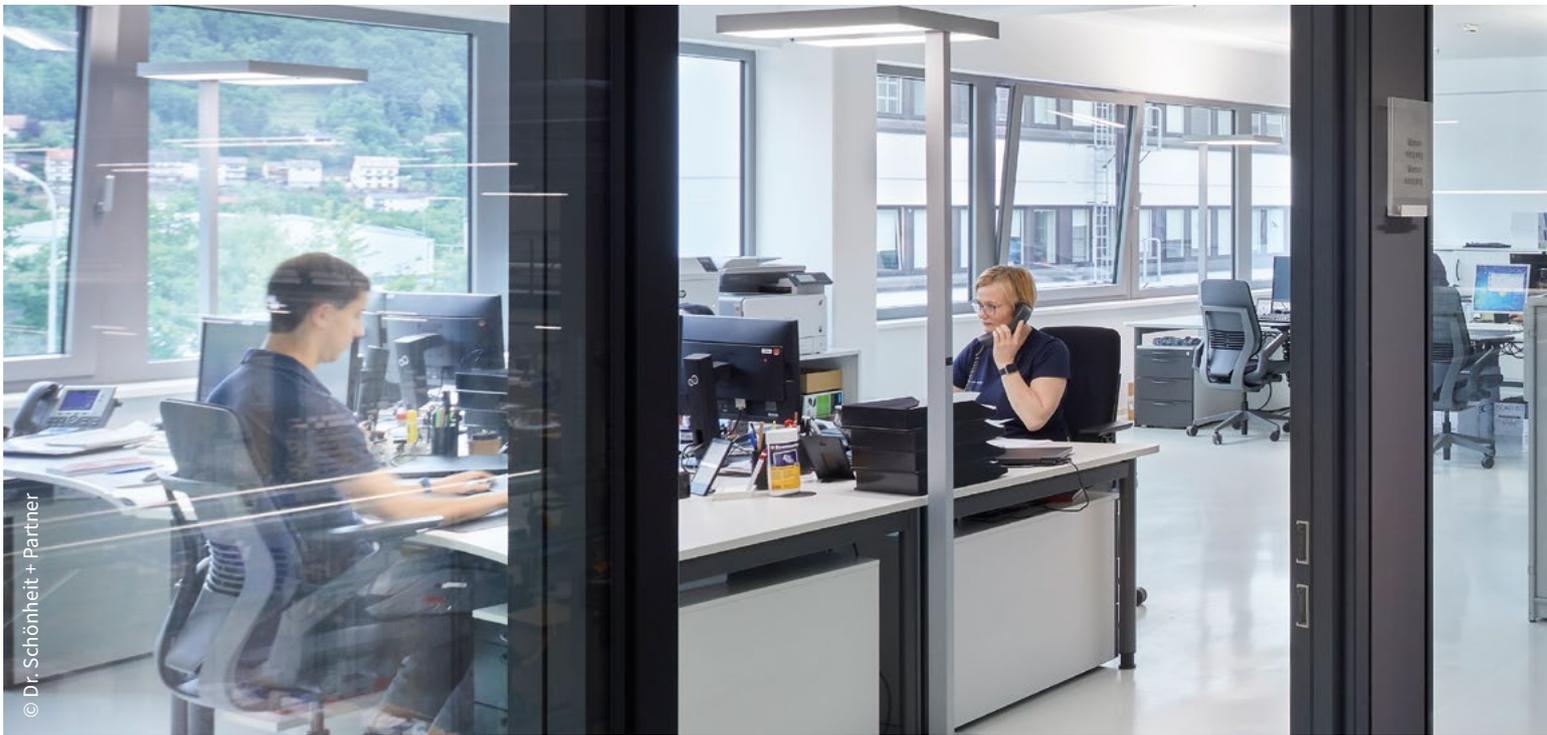
Wasserverbrauch in m³

	2020	2021	2022
Wasserverbrauch	4.587	2.896	4.814
davon Frischwasser	4.454	2.464 ¹	4.300
davon Grundwasser (Brunnenwasser)	133 ²	432	514
Verbrauchtes Wasser in Wasserstressgebieten³	4.587	2.896	4.814

¹ Defekter Stadtwerkezähler – Verbrauch konnte nicht nachträglich rekonstruiert werden

² Erstmöglicher Einsatz des Zählers ab September 2020

³ Klassifiziert nach Aqueduct Water Risk Atlas



© Dr. Schönheit + Partner

Energie und Emission

Energie

Als Unternehmen stehen wir in der Pflicht, unseren Energieverbrauch genau zu beobachten, immer wieder in Frage zu stellen und so weit wie möglich zu reduzieren. Das bedeutet nicht nur geringere Kosten und höhere Effizienz für uns, sondern auch weniger Treibhausgase für die Umwelt. Indem wir Einsparpotenziale nutzen, bleiben wir wettbewerbsfähig und leisten einen Beitrag zum Klimaschutz. Dadurch können wir wirtschaftliches und nachhaltiges Handeln miteinander verbinden.

Managementansatz

Die Effizienzsteigerung in unserer Produktion sowie der effiziente Ressourceneinsatz in unseren Bürogebäuden stellt einen wichtigen Einflussfaktor für die Treibhausgasemission dar. Jede gesparte Kilowattstunde – auch als Strom aus erneuerbaren Quellen – führt zu einer langfristigen Einsparung von Ressourcen und Emissionen. Deswegen haben wir uns in unserer Unternehmenspolitik seit Langem dazu verpflichtet, nachhaltig Ressourcen einzusetzen und umweltschonend zu produzieren.

Auch für das Thema Energie sind in der Unternehmenspolitik unsere Ziele definiert. Im Mittelpunkt steht die Effizienz unserer energiebezogenen Leistung, die wir ständig verbessern. Dafür stellen wir die erforderlichen Informationen und Ressourcen zur Verfügung. Damit erweitern wir unsere Leistung zum Schutz der Umwelt. Somit spielen die 3R-Regeln auch im Energiemanagement eine wichtige Rolle.



UMWELT

Dabei bemühen wir uns unter dem Anspruch „Reduce“ unseren Energieverbrauch zu reduzieren sowie unter dem Anspruch „Reuse“ erneuerbare Energien einzusetzen. Das dritte R „Recycle“ verfolgen wir durch Energierückgewinnung (Energy recycling).

Im Rahmen des Energiemanagements werden zur Identifikation von Einsparpotentialen alle Energieverbräuche kontinuierlich erfasst und ausgewertet. Verantwortlich dafür ist der Energiemanagement-Beauftragte.

Auch für den Energieverbrauch an unserem alleinigen Produktionsstandort Wertheim haben wir uns im Jahr 2022 ein quantitatives Ziel gesetzt und auf unserer Website (www.brand.de) veröffentlicht. Um das prognostizierte Wachstum zu berücksichtigen, haben wir uns für die elektrische Energieintensität (kWh pro Mio. EUR Umsatz) entschieden. Wir werden ausge-

hend vom Basisjahr 2020 bis 2030 unsere Energieintensität im Mittel um 4 % pro Jahr verringern.

Verantwortlich für die Überwachung der Zielerreichung ist bei BRAND die oberste Management-Ebene im Strategiekreis „Quo Vadis“ in Zusammenarbeit mit dem Energiemanagement-Beauftragten.



Energie und Emission

Energie

Kennzahlen und Maßnahmen

Im Jahr 2022 lag der gesamte Energieverbrauch von BRAND bei 10.103 MWh. Dieser hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verändert. Dabei konnten wir den Erdgasverbrauch reduzieren, während die Kraftstoff- und Stromverbräuche leicht stiegen. Der Strom- und Wärmebedarf im Jahr 2022 lag an unserem alleinigen Produktionsstandort in Wertheim bei 9.433 MWh Energie und sank damit zum Vorjahr 2021 um 3 %. Verglichen mit dem Basisjahr 2020 stellt dieser Bedarf einen Anstieg von 2 % Energie dar, wobei gleichzeitig der Umsatz deutlich stärker stieg.

Die Energieintensität – das Verhältnis von Energieverbrauch (bestehend aus eingekauftem Strom und Erdgas) zu Umsatz – hat sich bei BRAND positiv entwickelt. Unsere Energieintensität sank um 12 % von 129.161 kWh / Mio. EUR Umsatz im Basisjahr auf 113.124 kWh / Mio. EUR Umsatz im Jahr 2022. Damit übertreffen wir das linearisierte Einsparziel bezogen auf das Basisjahr 2020 deutlich. Zu dieser außerordentlich günstigen Entwicklung hat neben der forcierten Reduktion des Gasverbrauchs in Folge des Angriffskrieges von Russland auf die Ukraine durch Skaleneffekte auch die gute Umsatzentwicklung beigetragen.

Energie

Energieverbrauch in MWh und Energieintensität in kWh pro Mio. EUR Umsatz

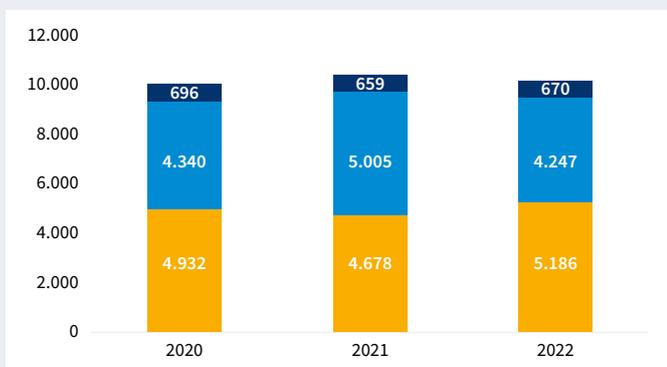
	2020	2021	2022
Gesamtenergiebedarf	9.968	10.341	10.103
Strom- und Wärmebedarf	9.272	9.683	9.433
Eingekaufte Strommenge	4.932	4.678	5.186
davon aus erneuerbaren Energien	0	4.678	5.186
Erdgas	4.340	5.005	4.247
Fuhrpark²	696	659	670
Kraftstoffe (Diesel und Benzin)	696	659	670
Energieintensität (Strom- und Wärmebedarf in kWh pro Mio. EUR Umsatz)	129.161	128.186	113.124

² Umrechnung des Kraftstoffverbrauchs (Diesel und Benzin) aus dem Merkblatt zur Ermittlung des Gesamtenergieverbrauchs des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle übernommen

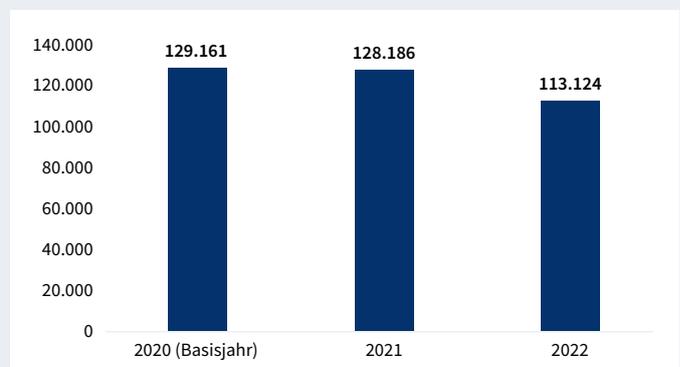
Mit verschiedenen Maßnahmen tragen wir bei BRAND dazu bei, unseren Energieverbrauch zu verringern und die Energieeffizienz zu erhöhen. Dazu gehört im Jahr 2022 unter anderem der optimierte Betrieb unserer Lüftungsanlagen. Darüber hinaus statteten wir den Produktionsbereich mit Lichtmanagement zu individuellen Lichtbedarfseinstellung aus. Neben den bereits umgesetzten technologischen Maßnahmen hat auch die Umstellung unserer Lüftungsanlage ein hohes Potenzial mit einer geschätzten Einsparung von ca. 36.000 kWh.

Für die kommenden Jahre planen wir kontinuierlich weitere Investitionen in die Erhöhung unserer Energieeffizienz, z. B. durch die gezielte Beschaffung energieeffizienter Maschinen und Anlagen im Rahmen von Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen.

Energieverbrauch in MWh



Energieintensität in kWh pro Mio. EUR Umsatz



■ Eingekaufte Strommenge
 ■ Erdgas
 ■ Kraftstoff (Diesel und Benzin)



© Raschmi, 500px

Energie und Emission

Emission

Ein Ziel des deutschen Bundes-Klimaschutzgesetzes ist, Emissionen aus der Industrie bis zum Jahr 2040 im Vergleich zu 1990 um mindestens 88 % zu mindern. Das Treibhausgas Kohlenstoffdioxid (CO₂) fällt dabei am meisten ins Gewicht. Eine der notwendigen Maßnahmen ist der Umstieg auf erneuerbare Energien. Auch bei BRAND verfolgen wir diesen Weg. In den vergangenen Jahren konnten wir durch den Umstieg auf Strom aus erneuerbaren Quellen (im Wesentlichen hydroelektrische Energie) bereits eine erhebliche Reduktion der Emission von Treibhausgasen erzielen.

Managementansatz

Bei der Entwicklung und den Auswirkungen des Klimawandels spielt die Emission von Treibhausgasen (THG) und Schadstoffen eine entscheidende Rolle. Daher ist uns unsere Verantwortung für den Ausstoß von Emissionen bei der Herstellung und Verwendung unserer Produkte in allen Phasen der Wertschöpfungskette bewusst. Die größte Auswirkung auf die Umwelt haben wir durch den Ausstoß von Treibhausgasen, vor allem Kohlenstoffdioxid. Bei der Treibhausgasbilanzierung werden nach dem Greenhouse Gas (GHG) Protokoll die Emissionen in drei Scopes unterteilt.

Unter Scope 1 fallen direkte Emissionen, die unmittelbar durch unser Handeln entstehen. Dazu gehören die Nutzung von Erdgas für unser Blockheizkraftwerk oder der Betrieb unseres Fuhrparks mit Kraftstoffen. Indirekte Emissionen, die nicht direkt von uns als Unternehmen verursacht werden, fallen unter Scope 2 und 3. Scope 2 umfasst dabei Emissionen, die durch unseren Strombezug verursacht werden, da wir den Strom nicht selbst produzieren, diesen allerdings für unseren Standort bzw. unsere Produktion benötigen. Scope 3 schließt alle übrigen Emissionen in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette ein. Vorgelagerte Emissionen entstehen zum Beispiel durch die Herstellung und den Transport von Rohstoffen für unsere Produktion und unseren Betrieb.



UMWELT

Dahingegen umfassen nachgelagerte Emissionen unter anderem den Transport unserer Produkte zu unseren Kunden sowie die Entsorgung unseres Abfalls.

Der Großteil der im Unternehmen verursachten Treibhausgasemissionen (Scope 1) entsteht bei der Verbrennung von Primärenergieträgern wie Erdgas und Kraftstoff. Durch die Nutzung von Erdgas erzeugen wir Strom und Wärme für unsere Büroräume sowie den Produktionsbereich. Andere Gase oder weitere Emissionen fallen aufgrund unseres Tätigkeitsfeldes nicht oder nur in geringer Menge an.

Bei den Berichten der Treibhausgasemission orientieren wir uns an dem internationalen Standard „Greenhouse Gas Protocol“ (GHG-Protokoll) für Unternehmen. Wir nutzen als Maßeinheit die Treibhausgasäquivalente aus der Datenbank „Emission Factor Database“ (EFDB) vom Ausschuss „Intergovernmental Panel on Climate Change“ (IPCC) sowie der Stadtwerke Wertheim GmbH.

Um jeden Einzelnen für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren, thematisieren wir im Rahmen des Schulungsplans für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch unser Umweltmanagement.

Für die THG-Emissionen in Scope 1 und 2 haben wir auf Basis der vorliegenden THG-Bilanz im Juli 2022 eine Strategie und Ziele bis 2030 verabschiedet und auf unserer Website (www.brand.de) veröffentlicht. Als Basisjahr haben wir 2020 gewählt, da dieses Jahr annähernd den Zustand vor den großen Veränderungen abbildet, die Covid 19-bedingt ab Anfang 2021 unseren Markt beeinflusst haben. Unser Ziel ist es, die absoluten Emissionen unserer Aktivitäten an unserem Produktionsstandort von 2020 bis 2030 um 70 % zu reduzieren (Scope 1 und 2). Damit möchten wir einen Beitrag zur Unterstützung der sektoralen Ziele des deutschen Bundesklimagesetzes und dem Ziel des Pariser Abkommens, das auf der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen über Klimaänderungen (UNFCCC) basiert, tragen.

Verantwortlich für die Überwachung der Zielerreichung ist bei BRAND die oberste Management-Ebene im Strategiekreis Quo Vadis. So wird ein interdisziplinäres Herangehen sichergestellt, da im Quo Vadis-Team die Leitungen aller Geschäfts- und Fachbereiche einschließlich der Shared Services vertreten sind.



Energie und Emission

Emission

Kennzahlen und Maßnahmen

Nach einer starken Reduzierung der THG-Emissionen um 46 % im Jahr 2021 im Vergleich zum Ausgangsjahr 2020, die vor allem durch den Einkauf von CO₂-neutralem Strom aus erneuerbaren Quellen erreicht wurde, konnten wir auch 2022 die Emissionen deutlich um 13 % reduzieren. Die Emissionsintensität sank von 15 Tonnen CO₂ / Mio. EUR Umsatz (2021) auf 12 Tonnen CO₂ / Mio. EUR Umsatz (2022).

Zu diesem Erfolg haben neben Skaleneffekten durch eine deutliche Umsatzsteigerung vor allem gezielte Maßnahmen des Energiemanagements nach ISO 50001 beigetragen. Mehr Informationen dazu sind im Kapitel „Energie“ zu finden. Auch die sukzessive Umstellung des Fuhrparks auf Elektrofahrzeuge trägt – wenn auch aktuell noch in geringerem Umfang – zur Emissionsreduzierung bei.

Treibhausgasemission in Tonnen CO₂

	2020 (Basisjahr)	2021	2022
Emission Scope 1 + 2	2.169	1.167	1.015
Emission Scope 1	1.045	1.167	1.015
Emission Scope 2	1.124	0	0

Emission

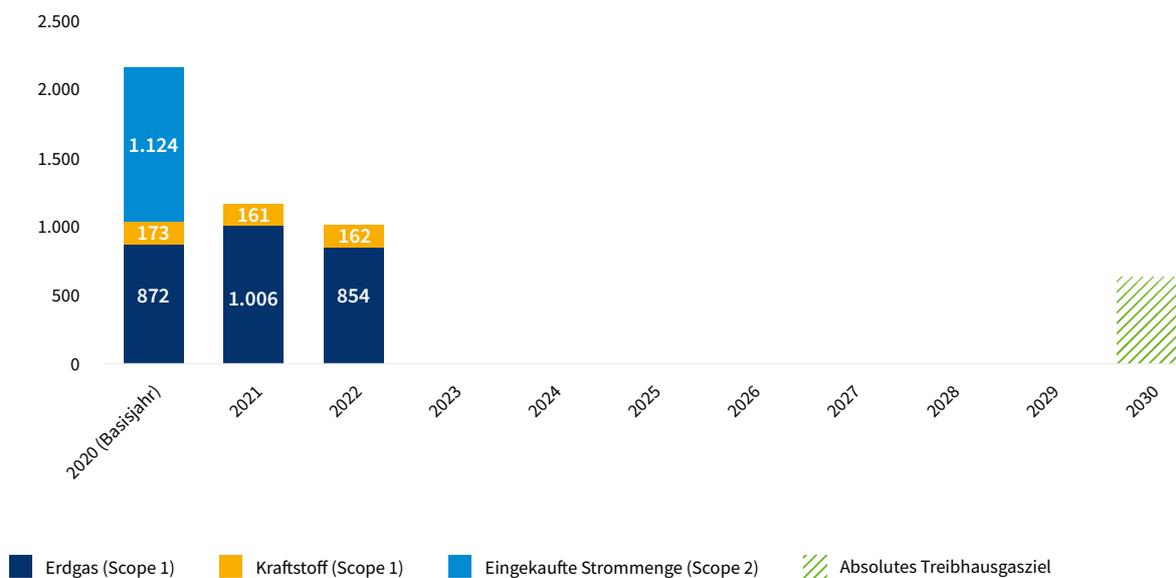
Unser größter Beitrag für die Umwelt: Seit dem Jahr 2021 erhalten wir „Main-Tauber-Naturstrom“ aus zertifizierten Wasserkraftwerken der Stadtwerke Wertheim GmbH als unserem regionalen Partner. Dadurch sparen wir 1.000 Tonnen CO₂ pro Jahr ein. Bereits zuvor konnten wir einen Teil des Stroms über den Betrieb eines Blockheizkraftwerks reduzieren, das zu geringeren Emissionen führt.

Auch außerhalb von Scope 1 und Scope 2 wurden Maßnahmen ergriffen, um die THG-Emissionen zu senken. Dazu gehören die Förderung umweltfreundlicher Mobilität (Fahrradstellplätze), der Ersatz von Luftfracht durch See- und Landtransport und die optimierte Frachtenkonsolidierung zur Reduktion von LKW-Fahrten in der EU. Diese Scope 3-Maßnahmen gehen im Moment noch nicht in die THG-Bilanzierung ein.

1.000 Tonnen
CO₂-Einsparung
pro Jahr



Treibhausgasziel bis 2030 in Tonnen CO₂





Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Zukunftsweisender Arbeitgeber

Als Teil der Brand Gruppe leisten wir mit unserem Unternehmen einen nachhaltigen Beitrag für die Gesellschaft an unseren Standorten und darüber hinaus. Dadurch können wir langfristig international erfolgreich sein. Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bieten wir einen sicheren, modernen Arbeitsplatz in einem inhabergeführten, mittelständischen Unternehmen. Die Unternehmensziele „langfristiger Erfolg“ und „wirtschaftliche Unabhängigkeit“ erreichen wir nur als Gemeinschaft mit einer motivierten und hoch qualifizierten Belegschaft. Daher ist die persönliche und fachliche Entwicklung jedes Einzelnen wichtig. Angefangen bei unseren Auszubildenden und dualen Studentinnen und Studenten legen wir im Sinne lebenslangen Lernens großen Wert auf eine optimale Aus- und Weiterbildung. Darüber hinaus fördern wir mit strukturierten Maßnahmen wie Schulungen die Entwicklung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Unternehmenskultur

Respekt und Wertschätzung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind selbstverständlicher Teil unserer gelebten Werte. Um unserem gemeinsamen Werteverständnis eine möglichst breite Basis zu geben, wurden in allen Unternehmen der Brand Gruppe Workshops und Gesprächsrunden durchgeführt. Zusammen mit den Beschäftigten entwickelten und definierten wir folgende Werte der Brand Gruppe:

Wertschätzende Kommunikation

Gegenseitiges Vertrauen

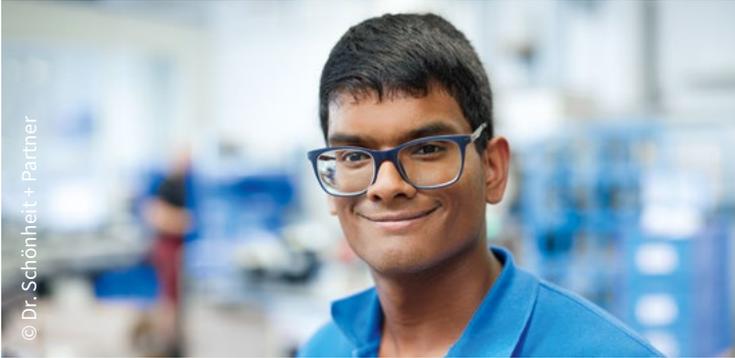
Fördernde Zusammenarbeit

Lebendige Vielfalt

Ganzheitliche Verantwortung

Zukunftsweisende Entwicklung

In Gesprächsrunden werden die Werte in der gesamten Unternehmensgruppe mit Leben erfüllt, sodass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich an diesen orientieren können. Darüber hinaus werden wir auch zukünftig regelmäßige Schulungen anbieten, um unsere gemeinsamen Werte weiter zu festigen.



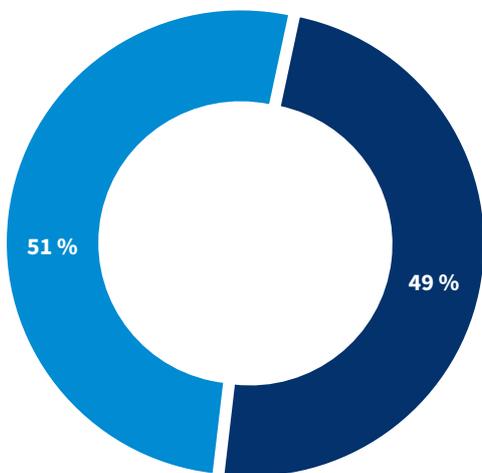
SOZIALES

Daten zu Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

Am 31. Dezember 2022 beschäftigte BRAND weltweit 501 Personen, wovon 495 Personen in Deutschland angestellt waren. Die weiteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten in den Niederlanden, Kolumbien, Mexiko und Brasilien. Die Belegschaft bestand zu 49 % aus Männern und zu 51 % aus Frauen.

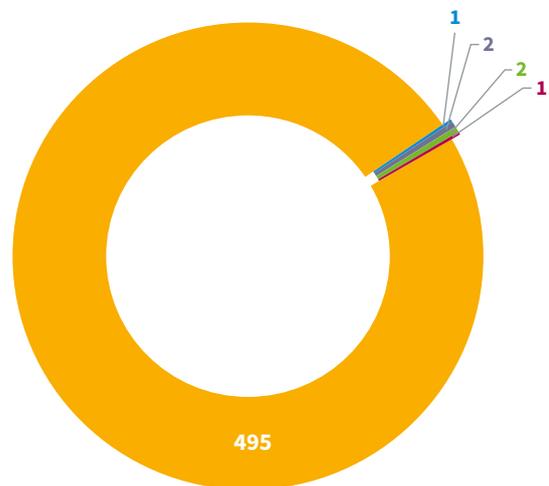
Ein gewählter Betriebsrat steht als Interessenvertretung und Ansprechpartner zur Verfügung. Zahlreiche Betriebsvereinbarungen regeln zentrale Fragen. 79 % der Beschäftigten sind tariflich abgedeckt. Die verbleibenden 21 % sind Führungskräfte und Geschäftsführer und fallen als solche nicht unter den Tarifvertrag.

Beschäftigte in Zahlen nach Geschlecht 2022



Frauen Männer

Beschäftigte in Zahlen nach Region 2022



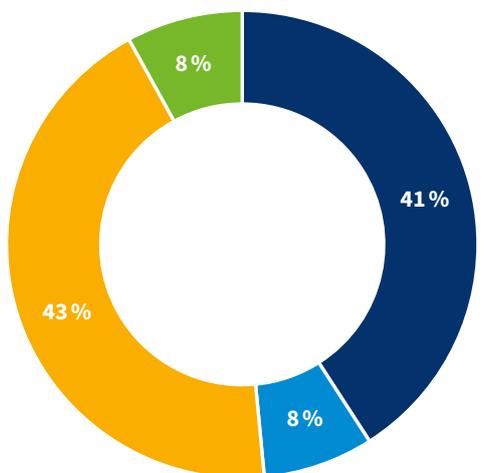
Deutschland Niederlande Mexiko
Brasilien Kolumbien



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

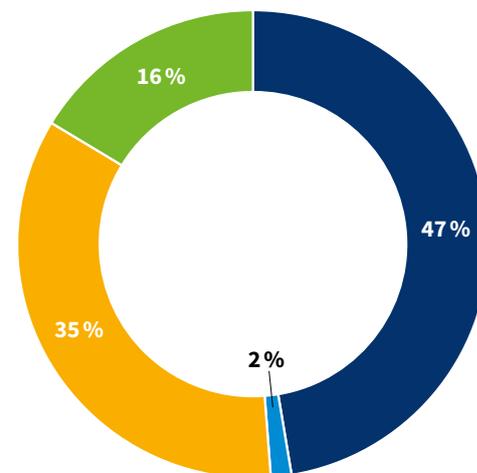
Bei BRAND GMBH + CO KG wurde im Jahr 2022 ein Anteil von 16 % der gesamten Belegschaft mit einem befristeten Vertrag beschäftigt. Auf die Gesamtbelegschaft bezogen waren 8 % der Belegschaft männliche und 8 % weibliche befristete Angestellte. Nach dem Statistischem Bundesamt (Destatis) lag die Befristungsquote in Deutschland im Jahr 2021 bei 7 % der Arbeitnehmer ab 25 Jahren.

Beschäftigte in Zahlen nach Beschäftigungsstand und Geschlecht 2022



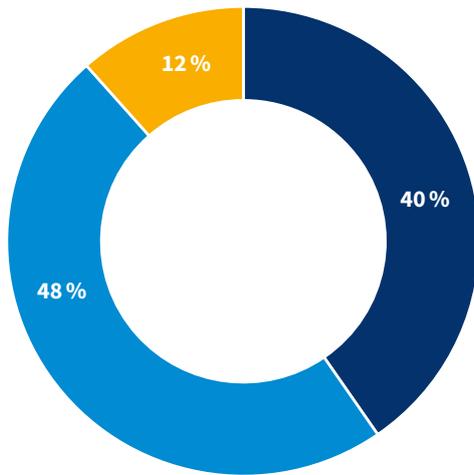
■ Frauen (unbefristet) ■ Männer (unbefristet)
■ Frauen (befristet) ■ Männer (befristet)

Beschäftigte in Zahlen nach Beschäftigungsart und Geschlecht 2022



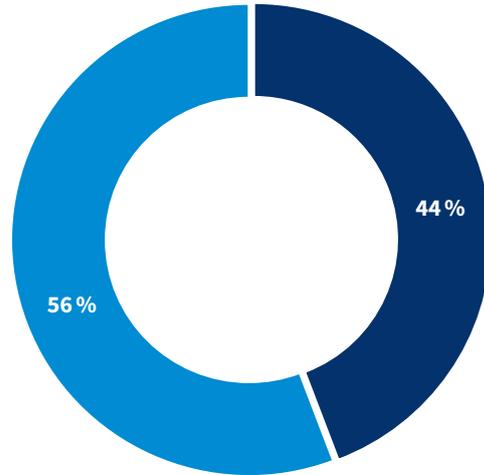
■ Frauen (vollzeitbeschäftigt) ■ Männer (vollzeitbeschäftigt)
■ Frauen (teilzeitbeschäftigt) ■ Männer (teilzeitbeschäftigt)

Altersverteilung neuer Angestellter 2022



■ unter 30 Jahren ■ 30 - 50 Jahre ■ über 50 Jahre

Verteilung neuer Angestellter nach Geschlecht 2022

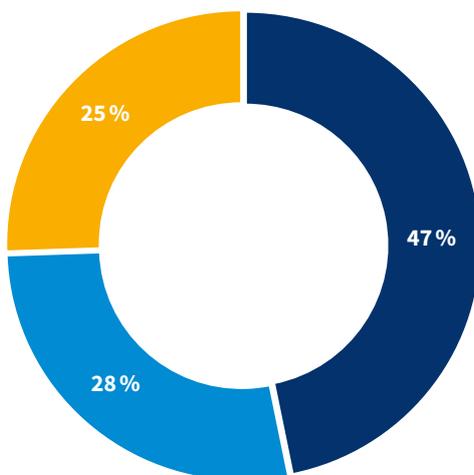


■ Frauen ■ Männer

Im Berichtszeitraum vom 01.01. bis 31.12.2022 wurden bei BRAND GMBH + CO KG 52 Personen eingestellt, was einer Neueinstellungsrate von 10 % entspricht. Dagegen lag die Mitarbeiterfluktuation bei 9 % (47 Personen), wobei 47 % auf unter 30-Jährige entfallen.

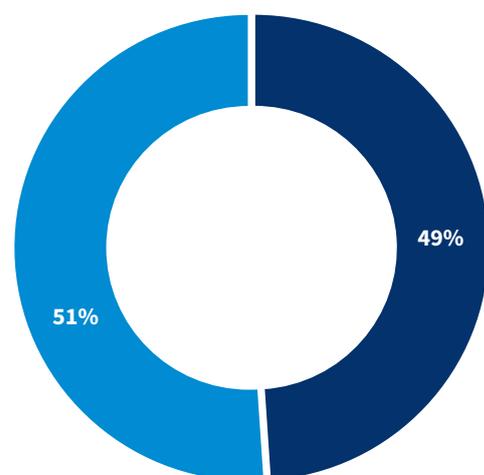
Die Fluktuation nach Geschlecht teilt sich ähnlich zu der Gesamtbelegschaftsverteilung nach Geschlechtern auf. Dies schließen alle arbeitnehmer- und arbeitgeberseitigen Kündigungen, Aufhebungsverträge sowie Pensionierungen und Todesfälle ein.

Angestelltenfluktuation nach Alter 2022



■ unter 30 Jahren ■ 30 - 50 Jahre ■ über 50 Jahre

Angestelltenfluktuation nach Geschlecht 2022



■ Frauen ■ Männer



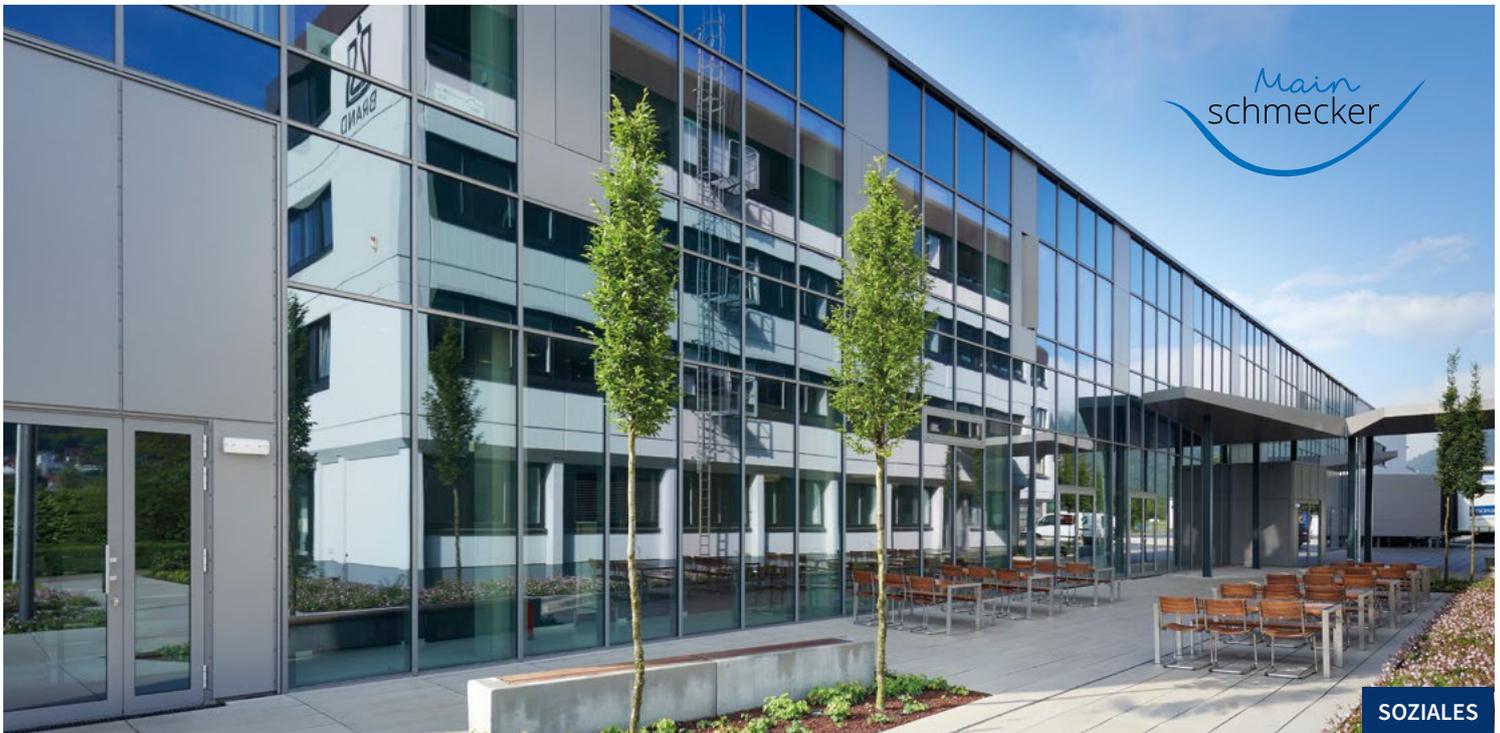
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Aus- und Weiterbildung

Die persönliche und berufliche Entwicklung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist uns wichtig. Daher bieten wir Inhouse-Schulungen zu den unterschiedlichsten Themen an. Individueller Bedarf wird über externe Seminare und Schulungen gedeckt.

Lebenslanges Lernen ist bei BRAND gelebte Praxis. Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten im Onboarding-Prozess einen Überblick über das Unternehmen und eine Einweisung in Arbeitssicherheit, Energie-, Qualitäts- und Umweltmanagement. Feedbackgespräche mit dem Vorgesetzten dienen anschließend dazu, kontinuierlich den persönlichen Schulungsbedarf zu ermitteln – das reicht von der Weiterbildung in den Bereichen IT, Sprachen oder Soft Skills wie Kommunikation bis zu Zertifikatslehrgängen und Masterabschlüssen. Mittelfristiges Ziel ist die Entwicklung eines unternehmensinternen Wissensmanagements, von dem unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und unser Unternehmen gleichermaßen profitieren.

Das Programm BRAND Personalentwicklung (BPE) wird übergreifend mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus der gesamten Brand Gruppe geführt und dient dazu, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit geeigneten Trainings auf Fach- und Führungsaufgaben vorzubereiten.



Gesundheitsmanagement

Die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind wesentlich für den Erfolg von BRAND in der Unternehmensgruppe und liegen uns daher am Herzen. Wir wollen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesund und fit sind. Daher bieten wir im Rahmen unseres aktiven Gesundheitsmanagements ein umfassendes Angebot zur Förderung und Erhalt der Gesundheit an.

Für eine gesunde Ernährung können unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Betriebsrestaurant „Mainschmecker“ mit zusätzlicher Salattheke und Obsttag täglich frische Mahlzeiten zu sich nehmen. Neben der Verpflegung unterstützen wir zusammen mit der Brand Gruppe diverse Sportevents wie Firmen-Fußballturniere und -Läufe und bieten wöchentliche Fitnesskurse wie Yoga oder Ganzkörpertraining an. Zur Entspannung können unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Pausenzeiten die wöchentliche „mobile Massage“ in Anspruch nehmen.

In Kooperation mit externen Beratern bieten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Teilnahme am „Employee Assistance Program“ (EAP) an. Dabei erhalten sie Hilfe in allen Lebenslagen – etwa, um Stress zu bewältigen oder Privatleben und Arbeit in eine (bessere) Balance zu bringen.

Unser Betriebsarzt steht allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei allen Fragen rund um das Thema Arbeits- und Gesundheitsschutz mit Rat und Tat zur Seite. Dieser bietet auch Impfungen wie beispielsweise die Grippeimpfung an. Während der Covid 19-Pandemie erfolgte die Freigabe des betriebsärztlichen Impfprogramms durch den Gesetzgeber. Daraufhin gehörten wir mit unserer Unternehmensgruppe landesweit zu den Ersten, die ein eigenes Impfzentrum auf dem Werksgelände betrieben.



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Arbeitssicherheit

Arbeitssicherheit ist ein zentraler Bestandteil des präventiven Gesundheitsmanagements und wird durch eine qualifizierte Fachkraft für Arbeitssicherheit gesteuert. Um Gefahren und Unfälle bei der Arbeit zu vermeiden sowie ein sicheres und ergonomisches Arbeiten zu ermöglichen, sind Arbeitsräume, Betriebsvorrichtungen, Maschinen und Gerätschaften entsprechend gestaltet. Dabei werden Gefahrenpotenziale regelmäßig bewertet und softwaregestützte Risikoanalysen durchgeführt. Daraus abgeleitete Maßnahmen, wie beispielsweise die Nutzung von Schutzausrüstung, werden umgesetzt. Darüber hinaus gehören regelmäßige softwarebasierte Schulungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum verbindlichen Standard.

Die langjährige kontinuierliche Optimierung der Arbeitsschutzmaßnahmen zeigt messbare Ergebnisse. So lag die Quote für meldepflichtige Unfälle pro 1.000 Mitarbeiter für BRAND im Jahr 2022 bei 6 Unfällen. Im Jahr 2021 lag die Quote noch bei 8 meldepflichtigen Unfällen pro 1.000 Mitarbeiter, sodass wir unsere Quote um 27 % reduzieren konnten. Im Vergleich zu den Verwaltungsberufsgenossenschaftsquoten¹ für Arbeitsunfälle gibt es bei BRAND deutlich weniger meldepflichtige Unfälle.

¹ <https://www.dguv.de/de/zahlen-fakten/au-wu-geschehen/au-1000-vollarbeiter/index.jsp>

Meldepflichtige Unfälle

	2020	2021	2022
Arbeitsunfälle			
Auf 1.000 Vollarbeiter kommen meldepflichtige Unfälle	10	8	6
Absolute Unfallzahlen	5	4	3



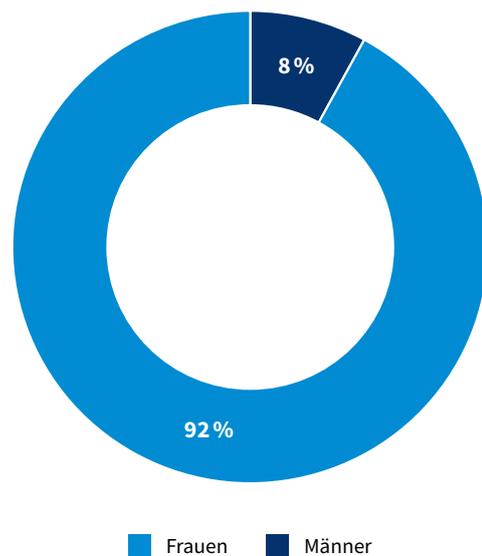
Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Für uns ist die Vereinbarkeit von beruflichen und privaten Interessen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein wichtiges Anliegen. Daher stehen ihnen unter anderem sehr flexible Arbeitszeiten und, soweit möglich, alternative Arbeitsorte zur Verfügung. Um unseren Angestellten die höchste Flexibilität zu bieten, haben wir eine Rahmenarbeitszeit von 06.00 bis 20.00 Uhr eingeführt. Besonders attraktiv ist das Angebot, die tägliche Mindest-Arbeitszeit bei Vollzeit durch eine Kerndauer von vier Stunden, die auch auf mehrere nicht zusammenhängende Blöcke verteilt werden kann, zu erbringen.

Als familienfreundliches Unternehmen unterstützen wir besonders werdende Mütter. In enger Abstimmung mit unserem Betriebsarzt, der Fachkraft für Arbeitssicherheit und der Personalabteilung kümmern wir uns darum, alle Maßnahmen zu treffen, die das gesundheitliche Wohlbefinden werdender Mütter am Arbeitsplatz sicherstellen. Die Möglichkeiten der gesetzlichen Eltern- und Erziehungszeiten werden regelmäßig genutzt.

Die Nutzung von Teilzeitmodellen wurde von 18 % der Beschäftigten im Berichtsjahr 2022 in Anspruch genommen. Dabei teilte es sich auf 92 % Frauen und 8 % Männer im Teilzeitenmodell auf.

In Teilzeit beschäftigte Angestellte nach Geschlecht 2022



Daten

GRI 2 ALLGEMEINE ANGABEN

Berichtszeitraum 01.01 – 31.12.2022

		Frauen	Männer	Gesamt
GRI 2-7a Angestellte				
Angestellte, Gesamt¹	International	258	243	501
	davon in Deutschland	253	242	495
	davon in Niederlande	1	0	1
	davon in Mexico	2	0	2
	davon in Brasilien	1	1	2
	davon in Kolumbien	1	0	1
i. unbefristete Angestellte	International	218	205	423
	davon in Deutschland	214	204	418
	davon in Niederlande	0	0	0
	davon in Mexico	2	0	2
	davon in Brasilien	1	1	2
	davon in Kolumbien	1	0	1
ii. befristete Angestellte	International	40	38	78
	davon in Deutschland	39	38	77
	davon in Niederlande	1	0	1
	davon in Mexico	0	0	0
	davon in Brasilien	0	0	0
	davon in Kolumbien	0	0	0
<i>Anteil von befristeten Arbeitnehmern an Gesamtmitarbeitern nach Geschlecht</i>		16 %	16 %	16 %
<i>Anteil von befristeten Frauen an befristeten Angestellten</i>		16 %		
iii. Arbeitnehmer mit nicht garantierten Arbeitszeiten²		0	0	0
iv. vollzeitbeschäftigte Angestellte	International	177	236	413
	davon in Deutschland	173	235	408
	davon in Niederlande	0	0	0
	davon in Mexico	2	0	2
	davon in Brasilien	1	1	2
	davon in Kolumbien	1	0	1
v. teilzeitbeschäftigte Angestellte	International	81	7	88
	davon in Deutschland	80	7	87
	davon in Niederlande	1	0	1
	davon in Mexico	0	0	0
	davon in Brasilien	0	0	0
	davon in Kolumbien	0	0	0
<i>Anteil von Teilzeitbeschäftigten an Gesamtangestellten</i>		31 %	3 %	18 %
<i>GRI 2-30 Tarifvertrag Tarifliche Arbeitnehmer</i>		79 %		
<i>Außertarifliche Arbeitnehmer</i>		21 %		

	Frauen	Männer	Gesamt
GRI 401-1 Arbeitnehmer			
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	Gesamt		501
	unter 30 Jahre		117
	30 – 50 Jahre		222
	Über 50 Jahre		162
a. Gesamtzahl³ neuer Angestellter während des Berichtszeitraums	29	23	52
	11	10	21
	15	10	25
	3	3	6
Zugänge einer Altersgruppe an Gesamtzahl der Beschäftigten in der jeweiligen Altersgruppe	Gesamt		10 %
	unter 30 Jahre		18 %
	30 – 50 Jahre		11 %
	Über 50 Jahre		4 %
b. Gesamtzahl³ der Angestelltenfluktuation während des Berichtszeitraums	24	23	47
	7	15	22
	9	4	13
	8	4	12
Abgänge einer Altersgruppe an Gesamtzahl der Beschäftigten in der jeweiligen Altersgruppe	Gesamt		9 %
	unter 30 Jahre		10 %
	30 – 50 Jahre		8 %
	Über 50 Jahre		23 %
GRI 404-1 Weiterbildung			
Durchschnittliche Schulungszeit⁴ sam® in Stunden pro Vollzeitäquivalent			4,4

¹ Alle verwendeten Daten beziehen sich auf den Stichtag 31. Dezember 2022

² Dazu zählen Einsatz von Leiharbeiterinnen und Leiharbeitern, Minijobbern, Werkstudentinnen und Werkstudenten und Ferienarbeiterinnen und Ferienarbeitern

³ Diese Daten sind eine Summe im Zeitraum 01. Januar bis 31. Dezember 2022

⁴ Nur Daten aus sam®-Schulungszeiten. Es wurde mit den Vollzeitäquivalent (VZÄ) von 441,6 gerechnet. Es fehlen Daten aus weiteren Schulungsmaßnahmen, da Daten bisher noch nicht erfasst wurden.

Wir sind davon überzeugt, dass Umweltschutz im Labor der Zukunft ein sehr wichtiges Thema sein wird und werden unsere Unternehmensstrategie konsequent danach ausrichten.

Als Teil der Brand Gruppe arbeiten wir eng mit VACUUBRAND und VITLAB zusammen, um diese Umweltstrategie gemeinsam und nachhaltig weiterzuentwickeln.





BRAND GMBH + CO KG

Postfach 1155 | 97861 Wertheim | Germany

T +49 9342 808 0 | F +49 9342 808 98000 | info@brand.de | www.brand.de



BRAND. For lab. For life.®

BRAND®, BRAND. For lab. For life.® sowie die abgebildeten Wort-Bild-Marken und die Wort-Bild-Marke BRAND sind Marken oder eingetragene Marken der BRAND GMBH + CO KG, Deutschland. Die Wort-Bild-Marke Brand Group ist Marke oder eingetragene Marke der Brand Group GmbH & Co. KG, Deutschland. Alle anderen abgebildeten oder wiedergegebenen Marken sind Eigentum der jeweiligen Inhaber.

Wir wollen unsere Kunden durch unsere technischen Schriften informieren und beraten. Die Übertragbarkeit von allgemeinen Erfahrungswerten und Ergebnissen unter Testbedingungen auf den konkreten Anwendungsfall hängt jedoch von vielfältigen Faktoren ab, die sich unserem Einfluss entziehen. Wir bitten deshalb um Verständnis, dass aus unserer Beratung keine Ansprüche abgeleitet werden können. Die Übertragbarkeit ist daher im Einzelfall vom Anwender selbst sehr sorgfältig zu überprüfen.

Technische Änderungen, Irrtum und Druckfehler vorbehalten.

© 2023 BRAND GMBH + CO KG | Printed in Germany | 0823

BRAND (Shanghai) Trading Co., Ltd.
Shanghai, China

T +86 21 6422 2318
info@brand.com.cn
www.china.brand.com.cn

BRAND Scientific Equipment Pvt. Ltd.
Mumbai, India

T +91 22 42957790
customersupport@brand.co.in
www.brand.co.in

BRANDTECH® Scientific, Inc.
Essex, CT. United States of America

T +1 860 767 2562
info@brandtech.com
www.brandtech.com

