



ht leicht, in Zeiten des Corona-phorisch über die großartigen Chancen wie in unserem (Seite 6) zu berichten, die sich stehenden Fußball-Europas ergeben. Oder ertragreiche Saft (S. 10), süddeutsche (S. 12), Korn (S. 14) oder den Fokus zu rücken.

art, Ex-Handelsblatt-Herausgeber von Media Pioneer, merkt an: steht derzeit unter Quarantäne.“: Übertreibungslust habe das Aufklärung derzeit keine Chance. es mit den Kollegen der „Zeit“, vergangene Ausgaben zum titelten: „Vorsicht - aber keine mehr als 200 Toten, die in hon an Influenza, dem Grippevi sind, spricht kaum einer. Man lenselben Langmut bei Corona.

schon Folgen sind längst noch ; aber so viel ist gewiss: hat der gesamten Wirtschaft jetzt erben Dämpfer verpasst. Messen in oder die Internorga werden abgesagt oder zumindest 1). Bei allen Verantwortlichen dheit an erster Stelle, was richtige Schritt ist. Veranstaltungs 1.000 Besuchern sollen nach :undheitsminister Jens Spahn r abgesagt werden. Auch die ng handelt schnell und mit lem sie Unternehmen in der it Kredithilfen, Bürgschaften ndungen flüssig halten will.

hoffen, dass Mediziner und r es vorzeitig schaffen, zu Beginn i Großereignisse in ganz Europa, ler so richtig „balla-balla“ sind, nde Gegenmittel gegen das Virus ensmittel- und Getränkehandel Getränkeindustrie für das üstet. Auf dass Jogis Jungs dieses Virus des „Rumpelfußballs“ n und der Sommer seinem re macht.

Die gesamte Berentzen-Gruppe setzt sich neuerdings intensiv mit Fragen der Nachhaltigkeit und des Klimaschutzes auseinander. Die jetzt erreichte Klimaneutralität bei Produkten der Konzerngesellschaft Vivaris soll dabei ein sichtbares und wichtiges Zeichen für die Unternehmensgruppe setzen. Seit Beginn des Jahres sind die Produkte der beiden Mineralwassermarken Emsland Quelle und Märkisch Kristall sowie der Marke Mio Mio, die überwiegend in Mehrweggebinden abgefüllt werden, vollständig klimaneutral.

GZ Herr Völkner, hat Nachhaltigkeit einen höheren Stellenwert bekommen?

Frank Völkner Ich stimme Ihrer Einschätzung zu, dass das Thema Nachhaltigkeit einen immer größeren Stellenwert bei Unternehmen einnimmt, auch bei uns. Wir wollen uns diesem Thema als verantwortungsbewusstes Unternehmen stellen. Dass Vivaris nun als Vorreiter innerhalb der Berentzen-Gruppe agiert, ist aus Gruppensicht ein logischer Schritt, weil wir aufgrund unseres Sortiments beim Nachhaltigkeitsaspekt jetzt schon einen großen Stellenwert haben. Seit Beginn des Jahres sind die Produkte der beiden Mineralwassermarken Emsland Quelle und Märkisch Kristall sowie der Marke Mio Mio, die überwiegend in Mehrweggebinden abgefüllt werden, vollständig klimaneutral. Für Vivaris bedeutet Klimaneutralität nicht nur, die in der eigenen Produktion verursachten CO₂-Emissionen zu kompensieren. Wir betrachten vielmehr den gesamten CO₂-Fußabdruck einschließlich der vorgelegerten Lieferkette und dem Transport in den Handel.

GZ Wie hoch sind die geschätzten Emissionen für die drei genannten Marken im Jahr 2020?

Völkner Insgesamt haben wir für die drei Marken die für das Jahr 2020 geschätzten Emissionen von über 10.000 Tonnen CO₂ kompensiert.

GZ Wie erfährt der Kunde von der Nachhaltigkeitsinitiative von Vivaris als Vorreiter der Berentzen-Gruppe?

Laura Schnober Natürlich möchten wir die Verbraucher auf die Klimaneutralität aufmerksam machen. Dies erfolgt durch das neue Label „Klimaneutral“, wel-



ches zukünftig auf den Etiketten zu finden ist. Die Umstellung der Etiketten erfolgt nun Schritt für Schritt. Das Sternchen, welches ebenfalls auf dem neuen Label zu finden ist, verweist auf eine eindeutige ID-Nummer. Durch die Eingabe dieser ID-Nummer auf der Homepage unseres Partners „ClimatePartner“ erhält der Verbraucher transparent alle Informationen über die unterstützten Klimaschutzprojekte und die kompensierte Menge CO₂.

GZ Welche Klimatreiber innerhalb des Unternehmens wollen Sie in Zukunft weiter reduzieren?

Schnober Da wir in der Produktion schon mit 100 Prozent Ökostrom arbeiten, haben wir schon eine deutliche Reduktion bei den CO₂-Emissionen erzielt. Weitere Maßnahmen zur Reduktion werden zurzeit im Rahmen des Entwicklungsprozesses der Berentzen-Gruppe definiert.

GZ Welche Zeitziele hat sich die Berentzen-Gruppe bei ihrer Unternehmenstochter Vivaris gesetzt?

Völkner Es geht uns weniger um Zeit. Die Unternehmensgruppe Berentzen produziert im Jahr

ungefähr 5.500 Tonnen CO₂. Wir kompensieren aber durch die drei Produkte, die wir klimaneutral herstellen, mehr als 10.000 Tonnen CO₂ pro Jahr. Wir gleichen also viel mehr aus als wir selbst verursachen. Wir haben uns für den Produktansatz entschieden, nicht für den Unternehmensansatz.

GZ Welche konkreten Ziele verfolgen Sie mit ihrer Nachhaltigkeitsstrategie?

Völkner Wir haben Märkte, die mehr oder weniger als gesättigt gelten. Wenn man in diesen Märkten gewinnen möchte, dann muss man als Unternehmen zukunftsgerichtet und modern sein, vor allem, wenn es um gesamtgesellschaftliche Themen wie den Umweltschutz geht. Ansonsten gehört man nicht zu der Spitze solch einer Bewegung. Und natürlich ist es auch unser Ziel, über ein noch weiter verbessertes Image letztlich einen größeren ökonomischen Erfolg zu haben. Dieses positive Image wirkt sich in Zukunft ebenso auf andere Ebenen aus, wie zum Beispiel bei der Suche nach qualifiziertem Personal. Auf diesem Wege bekommen wir natürlich auch besser die Talente der Zukunft ans Unternehmen gebunden.

GZ Werden sich durch die klimaneutralen Maßnahmen Ihre Produkte in Zukunft verteuern?

Völkner Als Unternehmen haben wir grundsätzlich mit steigenden Kosten zu tun. Das betrifft die meisten der wesentlichen Kostenarten, von Rohstoffen bis hin zur Verpackung. Ein gerade jetzt sehr wichtiges Beispiel ist die permanente Beschaffung von Glas-Mehrweg bei steigenden Preisen. Neben dem Ersatz des natürlichen Schwundes, treibt die aktuell erfreulicherweise stark steigende Verbrauchernachfrage den Bedarf. Das belastet alle Unternehmen, die auf dieses Gebinde setzen. In dem Kontext genereller Kostenerhöhungen bei verschiedenen Positionen nehmen wir selbstverständlich von Zeit zu Zeit Anpassungen unserer Abgabepreise vor. Dies hat also keineswegs etwas mit unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie zu tun, diese wirkt sich nicht auf den Preis aus. Da gibt es keinen Zusammenhang.

Interview: Pierre Pfeiffer

Mehr Infos unter dieser Adresse: www.berentzen-gruppe.de

MEININGERS

CRRAFT

MAGAZIN FÜR BIERKULTUR

HELLER BOCKE

TRENDY
Wird in 100 Jahren noch gebrannt

B-DAY!
10 Jahre! 100 Jahre!
Die Future entscheidet!

KOHLE STAHL &

SETZT IM ABO

BAHNHOFBUCHHANDEL!

Ihre Ansprechpartnerinnen für Anzeigen: