



Unsere Welt erneuert sich.

Wir befinden uns inmitten einer allumfassenden Transformation, auf dem Weg in ein neues Zeitalter. Unternehmer, Entscheider, Wissenschaftler – kurzum alle Menschen unserer Generation – haben die Chance völlig neue Lebensarten mitzugestalten. Mit einem Bein noch in alten Strukturen verhaftet, tasten wir uns mit dem anderen ins Neue, Unbekannte. Die Problemstellungen und Herausforderungen scheinen dabei schier unendlich und hochkomplex. Das macht eines klar: Wir müssen radikal denken, aber vor allem handeln, umsetzen, riskieren. Nicht kopflos, son-

dern sinnorientiert. In diesen hochvolatilen Zeiten ist wohl die einzige Gewissheit, die wir haben: Wir können die so notwendigen Umwälzungen nur gemeinsam schaffen – weg von alter Wettbewerbsdenke, hin zu Co-Creation, Wissensaustausch, Open Innovation ... Aus dem Wandel vom Ich zum Wir, von persönlichen Patenten zu Open Source, vom geistigen Eigentum zum gemeinsamen Wissen, von reagierender Hektik zu gestaltender Dynamik, vom Meins zu gemeinschaftlichen Gütern, zu globaler Gemeinschaft – so gedeiht und erblüht die Zukunft unseres Planeten.

Unser aller Zukunft.

**TRANS-
FORMING
WORLD**



eingeorordnet statt übergeordnet – wir menschen sind teil des vielfältigen sich selbst organisierenden systems erde.

PLANETARE GRENZEN

Nachhaltiges Wirtschaften ist nicht verhandelbar. Das System Erde wankt, viele planetare Grenzen der Belastbarkeit sind längst überschritten. Zu lange, zu intensiv haben wir unseren Planeten als scheinbar unerschöpfliche Quelle betrachtet, zur Verwirklichung individueller Ziele und zum Steigern von dem, was wir als Wohlstand empfinden.

Alles ist möglich. Die faszinierende Fähigkeit unseres Planeten, sich stetig zu erneuern, ist ein unveränderliches, unaufhaltsames Naturgesetz. Wir als globale Gemeinschaft entscheiden in bis dato ungeahnten Dimensionen fundamental mit, ob und wie diese Transformation unseren Lebensraum erhält. Wir lenken mit, wir gestalten mit. Wir können Kreisläufe wieder schließen, Vielfalt gedeihen lassen, das gestörte Gleichgewicht von Geben und Nehmen wieder reaktivieren oder neu erfinden.

Die Menschheit hat längst damit begonnen, ihr Denken von Erwerb und Konsum auf Erhaltung und Regeneration umzustellen, sich loszulösen vom ständigen Schneller, Weiter, Größer. Konsum und Luxus taugen nicht mehr als Orientierung – andere, sinnhafte Ideale sind erstrebenswert. In den Mittelpunkt rücken ein wertebasiertes Denken und Handeln sowie eine gemeinsame Suche nach guten, besseren Lösungen. Individualität wird damit nicht verloren gehen, aber immer mit der Frage verknüpft sein, ob es hilft und gut ist für das Große und Ganze, für das übergeordnete gemeinsame Ziel.

Unsere Welt zu verändern, unseren Lebensraum zu erhalten, verlangt unser Verhältnis zur Natur zu reformieren, uns in ihren Rhythmus einzuordnen und an ihren Fähigkeiten und Möglichkeiten zu orientieren – ein Leben, Wirken und Wirtschaften innerhalb der planetaren Grenzen. Wir selbst entscheiden, was Wohlstand für uns bedeutet. Die Rückkehr zu einem Wirtschaften, Handeln und Leben im Rahmen des für unsere Erde Verkräftbaren und Leistbaren ist nicht verhandelbar. Von unserer Fähigkeit, sich wieder in die planetaren Grenzen hinein zu verändern – und das in der erforderlichen Geschwindigkeit – hängt die Zukunft der kommenden Generationen ab. Jahrzehnte haben sich Wissenschaftler, Umweltschützer, Aktivist*innen, ökologisch orientierte Parteien und vorausschauende Unternehmen

für einen rücksichtsvollen Umgang mit der Natur eingesetzt. Mit ihrer Arbeit und ihren Gedanken haben sie wichtige ökologische Themen in der Gesellschaft platziert, grüne Technologien und Alternativen vorangetrieben – eine Basis, auf der jetzt und in Zukunft notwendige Veränderungen, radikales Umdenken und konsequentes Umlenken stattfinden können. Mit den zunehmend sichtbaren Folgen von Klimaerwärmung und der Verschmutzung unserer Planeten rückt eine ökologische Lebensweise in die Mitte unserer Gesellschaft – sie wird die zentrale Aufgabe der kommenden Generationen, bewegt alle Menschen und verändert weltweit Erwartungen, Lebensweisen und Wertvorstellungen.

**von der konsum-
zur sinngesell-
schaft: ökologi-
sche werte er-
schaffen neue
märkte als trei-
ber der wirt-
schaftstransfor-
mation.**

BEWUSSTSEINSWANDEL

WENIGER
-
DAFÜR BESSER

Das Zukunftsbild, für das sich die aktuelle Generation engagiert, ist eine ökologisch intakte Umwelt im Einklang mit dem Wohlbefinden der Menschen. Für sie ist es essentiell, dass ökonomischer Wandel nicht nur theoretisch erzählt und erklärt, sondern messbar, sichtbar, zählbar und damit nachvollziehbar und real wird. Sie verlangt mehr als Lippenbekenntnisse und lose Zielvereinbarungen. Versprechen wie fair, 100 % recycelbar, divers, klimaneutral, klimapositiv oder CO2-frei will sie mit konkreten Daten, Zahlen und einem transparenten Einblick in die Wertschöpfungsketten untermauert wissen – messbar und unverrückbar, verbunden mit sichtbaren Aktivitäten und Veränderungen.

Wie keine Generation vorher sieht sie ihre Zukunft gefährdet und ist in einer Notwendigkeit und Dringlichkeit vereint, die ein weltweit vernetztes Handeln erfordern.

**GESTALT-
TUNGS-
SPIELRAUM
VERANT-
WORTUNG**

INDEM WIR UNSER UNTERNEHMEN GESTALTEN UND
UNTERNEHMERTUM NEU DEFINIEREN, GESTALTEN WIR DIE
ZUKUNFT DER WIRTSCHAFT MIT. INDEM WIR DIE ZUKUNFT
DER WIRTSCHAFT MITPRÄGEN, GESTALTEN WIR ZUKUNFT
FÜR UNS ALLE.



**TRANS-
FORMING
BUSINESS**

eine neue wirtschaft – orientiert an den bedürfnis- sen* der men- schen.

Hoffnungsträger und Treiber der ökologischen Wende. Es ist nur logisch, dass eine sich transformierende Gesellschaft mit einem globalen Mindset – weg vom ungebremsten Konsum, hin zu einem wertebasierten Denken und Handeln – hohe Erwartungen an Unternehmen, Institutionen und Global Player hat und ihnen eine bedeutende Verantwortung auferlegt. Zweifellos haben Unternehmen durch ihre Innovationskraft und Geschäftstätigkeiten innerhalb ihrer Wertschöpfungs- und Lieferketten den größten Hebel, um auf Lebensräume und Gesellschaft Einfluss zu nehmen. Ihre Entscheidungen in Bezug auf Ressourcenverbrauch, Energieeffizienz, Abfallmanagement, soziale Verantwortung und Menschenrechte haben erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt und damit das Wohlergehen von Menschen.

Gestaltungsspielraum und Verantwortung gehen somit Hand in Hand, wenn es um die Ausrichtung auf eine nachhaltige Unternehmenspraxis geht. Der individuelle Nutzen allein wird einer Marke nicht mehr genug Strahlkraft geben, um im Kontext der globalen Krisen bestehen zu können. Superlative wie der Beste, der Eleganteste, der Komfortabelste, der Hochwertigste, Gesundeste, am meisten Gekaufte oder sonst irgendwie Herausragende in einem Teilbereich, einem Produkt oder Angebot zu sein sind belanglos geworden. Kundinnen und Kunden fokussieren sich nicht mehr auf die

Frage, was für sie persönlich das Beste ist. Sie wollen Einblick, Klarheit, Orientierung und wissen, was für alle das Beste ist.

Nachhaltiges Wirtschaften ist also längst zur license to operate geworden und steht für treibende Interessengruppen wie Partner, Kunden und Regierungen nicht mehr zur Disposition. Zunehmend werden rechtsverbindliche Standards eingeführt und durchgesetzt. Wer ein Unternehmen zukunftsicher aufstellen möchte, sollte also dafür sorgen, dass es eine sichtbare und erlebbare Relevanz für die Gesellschaft und die Erhaltung unseres Lebensraums hat.

zukunftswei- sendes unter- nehmertum: impact driven, gemeinschafts- orientiert, freie kultur, commu- nity, diversity, future literacy, anpassungs- fähig, ...

Wir als Melitta Gruppe wollen – wie alle Unternehmen und Branchen – unsere Rolle beim Lösen globaler Probleme, also unseren Nutzen für die Menschen, klar definieren – und daraus unsere unternehmerischen Ziele ableiten. Es liegt in unserem ureigenen unternehmerischen Interesse, systemisch so zu wirken, dass sich all unser Tun positiv auf Gesellschaft und Umwelt auswirkt.

Aufbauend auf unserem Pioniergeist, unserem Anspruch zu gestalten und für die Menschen da zu sein, entwickeln wir Leitlinien, um das Zusammenspiel mit anderen Branchen, Unternehmen, der Gesellschaft und Politik zu gestalten, um die Transformation aktiv voranzutreiben. Dabei stellen wir uns Fragen, die für die Ausrichtung unseres Unternehmens und damit der Wirtschaft und Gesellschaft grundlegend sind: Wie können wir unsere Prozesse, Systeme und Strukturen weiterhin so optimieren, dass unternehmerische Entscheidungen ökologische und gesellschaftliche Zielsetzungen unterstützen und keinesfalls negativ beeinflussen? Wie können wir in Kooperation mit anderen Branchen, Unternehmen und Zulieferern transparent über sämtliche Lieferketten hinweg konsequent ökologisch agieren? Wie können wir Einfluss nehmen, um das politisch wirtschaftliche Geflecht neu zu justieren, um wirksam zusammenzuarbeiten? Wie können wir gelingende Beziehungskultur gestalten – Menschen

inspirieren und Orientierung geben, um damit Zuversicht und Vertrauen zu schaffen? Wie schaffen wir es gemeinschaftlich, als ineinandergreifende, funktionierende Einheiten eingesetzte Ressourcen zu erhalten und in einen wertschöpfenden Kreislauf zurückzuführen, um Rohstoffsicherheit zu gewährleisten? Wie wird Wirtschaften möglich, jenseits klassischer Wachstumsvorstellungen und traditioneller Wirtschaftslogiken? Bei allem, was wir tun, steht die Frage am Anfang „Was ist gut für alle?“. Wie können wir die Zukunft unseres Unternehmens und damit die Zukunft der Menschheit sinnvoll mitgestalten?

Fähigkeiten statt Fertigkeiten.

Anpassungsfähigkeit ist das Lebenselixier erfolgreicher Unternehmen, um in unserer hypervernetzten, sich immer schneller wandelnden Welt erfolgreich zu sein – also eine positive Wirkung auf die Gesellschaft und die Umwelt auszuüben. Anpassungsfähigkeit beinhaltet, stets mit Unvorhersehbarkeiten zu rechnen und zu lernen, damit umzugehen, immer wieder bereit zu sein, die Welt aus neuen Perspektiven zu betrachten, Konzepte zu hinterfragen und erlerntes Wissen umzuschreiben. Langfristiger Erfolg hängt mehr denn je davon ab, wie man als Unternehmen mit beunruhigenden Veränderungen und Krisen in der Welt und den damit einhergehenden Sehnsüchten, Notwendigkeiten und Wer-

ten von Kunden und Stakeholdern umgeht.

Rückblickend haben wir in unserer Geschichte immer wieder unsere Anpassungsfähigkeit bewiesen und damit unsere Widerstandsfähigkeit gestärkt. Zweifelsohne war dies nur möglich, weil wir uns damals wie heute und in Zukunft nicht damit zufriedengeben lediglich auf veränderte Marktbedingungen zu reagieren – es liegt in unserem innersten Selbstverständnis, zu antizipieren, progressiv zu gestalten, um so als Vorbild zu inspirieren.

Um weiterhin überzeugend zu agieren, wollen wir uns mehr und mehr hin zu einem Netzwerk von eigenständigen, dezentralen Teams entwickeln – weg von hierarchischen Strukturen und starren Prozessen. Unser Ansatz ist immer, sowohl das individuelle als auch das gemeinschaftliche Potenzial aller Menschen in unserer Organisation bestens zu entfalten. Jeder einzelne Mitarbeiter und jede einzelne Mitarbeiterin soll involviert werden, Verantwortung und Autonomie erhalten, um deren Kreativität zu fördern. So wollen wir auch zukünftig eine Kultur des Vertrauens und der Offenheit innerhalb unseres Unternehmens gedeihen lassen. Dies entspricht unserem Verständnis einer wertschätzenden Kultur, die den Nährboden für das Engagement und die Hingabe unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bildet. Unsere Kultur ist von ent-

scheidender Bedeutung für die Leistungsfähigkeit unseres Unternehmens und seinem Beitrag für die Gesellschaft.

100 % circular – Fundament der Transformation.

Die Regenerative Wirtschaftsweise für unsere gesamte Wertschöpfungskette ist ein unausweichlicher Schritt in Richtung einer widerstandsfähigen und umweltfreundlichen Wirtschaft, um Ressourcen zu erhalten, wiederherzustellen und zu regenerieren, anstatt sie zu erschöpfen oder zu zerstören. Unternehmenspraktiken des 21. Jahrhunderts werden sowohl durch die Notwendigkeit eines regenerativen Wirtschaftsmodells als auch durch die damit verbundenen bahnbrechenden Potenziale in ihren Grundfesten revolutioniert. Regenerative Strategien haben nicht nur positive Auswirkungen auf die Umwelt, sondern vor allem auch wirtschaftliche Vorteile: Die Untersuchungen der Ellen MacArthur Foundation zeigen, dass die Kreislaufwirtschaft derzeit nur in einem kleinen Teil der Weltwirtschaft umgesetzt wird. Die Kreislaufwirtschaft kann einen wichtigen Beitrag zur Eindämmung und Umkehrung des Verlusts der biologischen Vielfalt leisten, weil sie ein nachhaltiges Ressourcenmanagement fördert und insbesondere bei Rückführung organischer Reststoffe in den biologischen Kreislauf einen wichtigen Beitrag zur Regene-

WAS WÄRE WENN...

PURPOSE BEYOND PROFITS = SOCIETY- DRIVEN BUSINESS



ration der Ökosysteme leisten kann. Durch die Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und die Optimierung der Ressourceneffizienz können wir den Druck auf die Ökosysteme verringern und natürliche Lebensräume erhalten. Durch die Einführung effektiver Abfallmanagementsysteme, den kontinuierlichen Ausbau von Recycling- und Wiederverwendungssystemen können wir die Menge an Abfall, die auf Deponien, in Verbrennungsanlagen oder in unsere Umwelt gelangt, minimieren, indem wir Ressourcen zurückgewinnen und den größtmöglichen Wert aus ihnen ziehen. Durch die kontinuierliche Umstellung auf erneuerbare Energien sowie erneuerbare Rohstoffe und deren Kreislaufführung können wir unsere soziale und ökologische Verantwortung wahrnehmen und gleichzeitig Kosten sparen.

Natürlich kann Kreislaufwirtschaft allein nicht alle Herausforderungen im Bereich der biologischen Vielfalt lösen und muss um vielfältige ineinandergreifende Maßnahmen ergänzt werden. Aber wir sind überzeugt, dass sie einen wichtigen Beitrag zum übergeordneten Ziel, den Verlust der biologischen Vielfalt aufzuhalten und umzukehren, leisten kann. Die Transformation unserer komplexen Welt kann nur in einem sich bedingenden Zusammenspiel aller Faktoren gelingen.

Die Komplexität des Kreises.

Derartig komplexe Lösungen wie Kreislaufsysteme lassen sich alleine nicht gestalten – weder durch Regularien der Politik noch vom Wirtschaftssektor und schon gar nicht von einzelnen Unternehmen. Eine vollständig geschlossene Kreislaufwirtschaft erfordert ein nie dagewesenes Zusammenspiel aller Akteure aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft. Alleingänge oder Insellösungen können kein tragfähiges Fundament für zukunftsgewandtes Unternehmertum im Sinne des gemeinsamen Ziels bilden. Entscheidend werden Allianzen unterschiedlicher System- und Funktionslogiken sein. Lieferketten sind zu komplex, zu sensibel und mit den Dynamiken der Märkte verwoben, sodass jede minimale Veränderung Auswirkungen auf die Prozesse vor- und nachgelagerter Einheiten hat.

Selbstverständlich spielen Regierungen eine aktive Rolle bei der Schaffung eines zukunfts- und innovationsfreundlichen Umfelds. Zu einem effektiven Mix politischer Instrumente gehören aus unserer Sicht politische Anpassungsmaßnahmen, rechtliche Rahmenbedingungen, Anreize, Subventionen für nachhaltige Technologien oder die Festlegung von Recyclingquoten. Gerne beteiligen wir uns an dem gesellschaftlichen Dialog zur gemeinschaftlichen Ausgestaltung und Weiterentwicklung dieser Instrumente.

Die standardisierte Bewertung der Inanspruchnahme planetarer Ressourcen ist für Verbraucher, Unternehmen und Politik ein Faktor, ein Gradmesser, an dem sich Handlungsfelder identifizieren lassen und Konsequenzen gezogen werden können. Diese Bewertung und, in manchen Fällen, sozial verantwortliche Bepreisung von ökologischen und gesellschaftlichen Gütern wird die Identifizierung von Entwicklungsmöglichkeiten für tiefgreifende Marktveränderungen erleichtern. Dadurch könnten wir gänzlich neue Marktkategorien, Geschäftsmodelle, Technologien und Strategien entwickeln, die auf ökologischer und sozialer Verantwortung fußen. Solange wir aber die Effekte ökologischer und gesellschaftlicher Güter nicht bewerten, tendieren wir dazu, sie zu unterschätzen oder sogar zu ignorieren, weil wir sie nicht in ökonomische Entscheidungsprozesse einbeziehen können.

Die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Vorteile und Möglichkeiten einer nachhaltigen Nutzung von Ressourcen liegt uns sehr am Herzen. Verbraucher sollen befähigt und ermutigt werden, bewusst ökologisch und sozial sinnvolle Kaufentscheidungen zu treffen. Dies wird den Übergang in die Kreislaufwirtschaft entscheidend beschleunigen. Je mehr der Einzelne die Auswirkungen seiner Entscheidungen verstehen kann – positiv wie negativ – je mehr sie mit Zahlen hinterlegt und mit Fakten bewiesen

sind, desto mehr wird er sich in den Prozess der Transformation einbringen können und wollen.

Wir wollen und müssen mit sinnvollen Ideen und nachhaltigen Innovationen den Menschen – vor allem aus sozial schwächeren Schichten und ärmeren Ländern – ein ökologisches und dabei bezahlbares und würdiges Leben ermöglichen. Ermutigt von der Hoffnung und vom Willen der Generation Global, werden wir gemeinsam mit Unternehmen unterschiedlichster Sektoren und Branchen, aber mit gleichem Mindset, zum Möglichmacher und Mitgestalter der ökologischen Wende.

Alles ist verbunden. Wir sind voneinander abhängig. Die über allem stehende Zielsetzung – die Erhaltung unseres Lebensraums – ist mehr als nur Motivation, sie muss als richtungsweisend betrachtet und unbedingt erreicht werden! Es ist eine weltumspannende Vision, ein globales Ziel und immerwährende Aufgabe, für die wir alle jetzt, in unserer Zeit, die Lösungen und Strategien auf den Weg bringen können.

Alle Grundsteine für diese globale Transformation sind bereits gelegt, und sie wird sich unaufhaltsam beschleunigen. Wie gut und wie schnell diese Transformation gelingt, hängt davon ab, wie wir die Dringlichkeit begreifen und die Gelegenheit ergreifen, etwas Bedeutsames zu gestalten. Wir werden immer wieder vor mühsame Fragen gestellt werden und aufgefordert sein, Antworten zu suchen und zu finden. Wir werden uns mit den Gegebenheiten unserer Umwelt auseinandersetzen und uns von ihnen herausfordern lassen, um uns selbst und unsere Welt zu gestalten.

Es kann sehr inspirierend sein, sich daran zu erinnern, welche Kraft wir als Gemeinschaft entfalten können, um unsere eigene Zukunft zu gestalten.

150

YEARS
MELITTA
BENTZ



VON
MELITTA BENTZ
ZU
MELITTA GROUP

Aus einer cleveren Idee ist unser globales Unternehmen gediehen; durch die Weitsicht und den Einfallsreichtum einer Frau und ihrer Familie.

Melitta Bentz – deine Idee hat den Kaffeegenuss auf der ganzen Welt revolutioniert und damit Kaffeekultur fundamental geprägt. Du hast dich gegen alle Widerstände durchgesetzt. Du warst deiner Zeit voraus; deine Hingabe inspiriert uns für immer.

Deshalb ist Melitta für uns viel mehr als ein Name, eine Marke, ein Geschäft. Melitta – du bist unsere stille Kraft, unser Leitstern – du inspirierst uns, dein Vermächtnis zu gestalten und darüber hinauszuwachsen.

Dein Herz schlägt in jedem von uns. Deine Vision trägt uns bis heute und weiter in die Zukunft.

HER SPIRIT GUIDES US ...

**WE ARE
INVENTOR'S**
HEART

... TO MOVE BEYOND

**WE ARE
ENTREPRENEURS**
AT HEART

Wir gestalten die Zukunft von Kaffee, Kunststoff, Zellstoff und Elektrogeräten. Kein einziges Produkt, das wir herstellen, darf unserem Lebensraum schaden. Die konsequente Ausrichtung unserer Marken und Unternehmen hin zu einer regenerativen Wirtschaftsweise ist das Ziel unserer gesamten Wertschöpfung.

So kann eine gesunde, lebendige und gerechte Welt für uns alle entstehen, in der ein ökologisch sinnhaftes Leben und Wirtschaften zur kollektiven Selbstverständlichkeit wird.

Neue Dimensionen der Wertschöpfung.

Unsere ganzheitlich systemische Betrachtung ermöglicht uns, immer wieder unsere Geschäftspraktiken zu reflektieren, unseren Wirkungsgrad zu erfassen und daraus neue Konzepte zu entwickeln. Unsere Ausrichtung auf eine regenerative Wirtschaftsweise mit Fokus auf Social Business etablieren wir zunehmend. Damit einhergehend werden sich Strukturen, Prozesse sowie völlig neue Prioritäten und Standards in unserer Organisation und darüber hinaus durchsetzen. So beteiligen wir uns aktiv an der Entwicklung eines umfassend neuen Wirtschaftssystems.

Wir sind auf dem Weg – noch nicht da, wo wir hin möchten –, aber unser Anspruch und Selbstverständnis inspiriert und verpflichtet uns in jedem Moment, unsere Fähigkeiten für die Bedürfnisse der Menschen einzusetzen.

UNSERE STRATEGISCHEN DIMENSIONEN

WIRKEN UMFASSEND UND INEINANDERGREIFEND AUF ALL UNSERE GESCHÄFTSTÄTIGKEITEN. SIE MANIFESTIEREN SICH DURCH UNSERE HANDLUNGSFELDER IN JEDEM UNSERER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN.

SOCIAL BUSINESS

ARBEITS- KULTUR

MELITTA GROUP
Next Entrepreneurship

Menschenrechte
Co-Creation
Empowerment
Bildung
Wissen
Aufklärung

REGENERATIVE WERTSCHÖPFUNG

100 % Circular
Klima und Energie
Sinnökonomie
Green Technology

WIR LEBEN VON DER VIELFALT TO CO-CREATE IMPACT.

Die Expertise unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ist unser intellektuelles Kapital. Ihr Einfallsreichtum, ihre Anpassungsfähigkeit, Weitsicht und Kreativität sind die Quelle unserer individuellen und kollektiven Stärke, um die Zukunft zu gestalten – um in jeder Dimension Wirkung zu erzeugen.

Vielfalt ist Lebendigkeit.

Lebendigkeit ist der Schlüssel, um die grundlegendsten Probleme unserer Zeit zu bewältigen. Es erfordert von uns als Unternehmen eine nie dagewesene Zusammenarbeit, sowohl in der eigenen Organisation als auch branchenübergreifend außerhalb der eigenen Reihen. Nur so können die unterschiedlichen Logiken verschiedener Akteure ineinandergreifen und Wirkung entfalten.

Co-Creation ist eine uralte und die einzig sinnvolle Form des menschlichen Zusammenwirkens, um komplexe Systeme umzuwälzen. Die Anerkennung gegenseitiger Abhängigkeit und steter Dialog sind essenziell für das Gelingen tiefgreifender vertrauensvoller Beziehungen. Die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten, entscheidet über das Gelingen der ökologischen Wende.

Lernen und Erfahrung gehören

zusammen. Als vielfältig vernetzte Organisation erschaffen wir Raum, in dem sich die Potentiale des Einzelnen entfalten und kollektiv zusammenwirken können. So kann immer wieder Neues entstehen und erprobt werden. Wir verstehen es als unsere Pflicht, Nährboden für innovatives Lernen zu gestalten, Erfahrungen zu ermöglichen und Erkenntnisse zu teilen.

Wir wollen (aus)bilden und befähigen. Wir wollen eine vernetzte Inspirationskultur generieren – ein Zusammenspiel ineinandergreifender Beziehungen, einen lebendigen Organismus, in dem wir alle voneinander lernen und wachsen: für individuelle und gemeinschaftliche Potenzialentfaltung. Für die beste kollektive Performance, um lebendige Zukunft gedeihen zu lassen.

100% REGENERATIVE WERTSCHÖPFUNG

... sodass es für
alle Menschen zum
No-Brainer wird,
ökologisch verant-
wortlich zu leben
und zu wirtschaften.

Wir denken in Kreisläufen.

Wir streben ein tiefgreifendes gesundes Wirtschaftshandeln als Voraussetzung für einen gesunden Planeten an. Wir wollen helfen, unseren Lebensraum zu schützen, indem wir 100% zirkuläre Produktionsprozesse und Produktzyklen entwickeln und wirtschaftliche Aktivitäten vorantreiben, die dem Wohl der Menschen und unserer Umwelt dienen.

Wir setzen auf erneuerbare Energiequellen, regenerative Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft, um ein widerstandsfähiges, gerechtes und ökologisch gesundes Wirtschaftssystem mitzuerschaffen. Ein Wirtschaftssystem, das darauf beruht, die Widerstandsfähigkeit natürlicher und sozialer Systeme aufzubauen und zu erhalten und gleichzeitig einen gerechten Zugang zu Kapital, Ressourcen und Chancen zu bieten. Nur dies kann den Bedürfnissen der Gesellschaft und der Umwelt gerecht werden.

CHANGE OF MIND —
PLANETARY BOUNDARIES

TRANSFORMATION OF
ECONOMIC SYSTEM

REGENERATIVE ECONOMY

MELITTA GROUP

NEXT GENERATION
OF BUSINESS

Collaboration / Open innovation / Open knowledge
Start-up culture / From self-efficiency to unlocking potential

CULTIVATION

SELLING

coffee cultivation

HARVESTING

DRYING

CORING

organic waste

SCIENTIFIC RESEARCH | KNOWLEDGE

social impact

new living perspectives for young people

promotion of new regenerative business models

reduction of chem

COMPOST FROM

en
im

GOOD

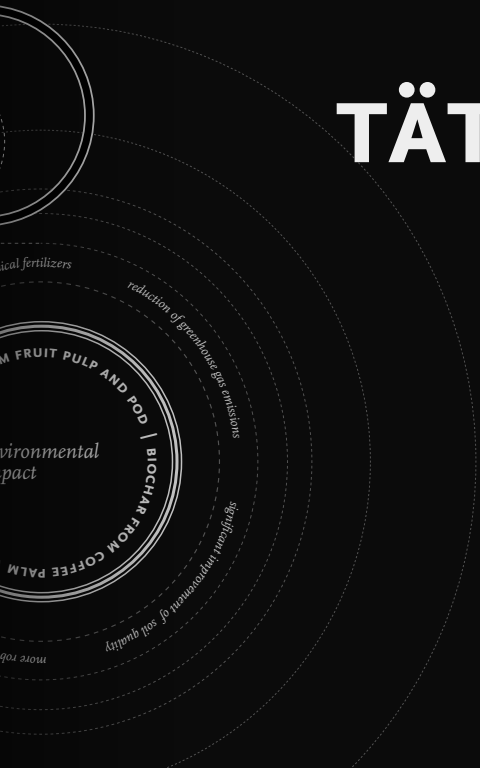
use plants

SOCIAL BUSINESS ALS INTEGRALER BESTANDTEIL UNSERER UNTERNEHMERISCHEN TÄTIGKEITEN

Als globales Unternehmen begreifen wir uns als Teil eines globalen Netzwerks, einer globalen Gemeinschaft. Wir verstehen uns weder als eine Wohltätigkeitsorganisation noch als ein ausschließliches Traditionsunternehmen, sondern als ein Impact-orientiertes Unternehmen.

Als logische Konsequenz ist das Konzept des Social Business integraler Bestandteil der Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells. Wir sind auf das soziale Wohlergehen unserer Stakeholder und die Erhaltung unseres Lebensraums ausgerichtet und angewiesen. Gemeinsam mit unseren Partnern arbeiten wir daran, soziale und ökologische Probleme zu lösen und den Lebensstandard aller Beteiligten zu verbessern, sodass langfristig gerecht verteilter Wohlstand, Menschenwürde und soziale Gerechtigkeit gedeihen kann.

Unser Ziel ist es, ökologisch-ökonomische Prozesse auch in Entwicklungs- und Schwellenländern miteinander zu verbinden, technische Innovationsprozesse und Infrastrukturen voranzutreiben, die sowohl positive Umweltauswirkungen als auch wirtschaftlichen Nutzen bringen. So wollen wir Menschen befähigen, ein bezahlbares und würdiges Leben zu führen.



KAFFEE DER ZUKUNFT TO CREATE IMPACT

Herausforderung Kaffee gilt als zweitwichtigste Handelsware der Welt, wird in über 70 Ländern angebaut und von Millionen von Menschen weltweit konsumiert. Neben seiner unbestreitbaren Bedeutung für die Wirtschaft wird Kaffee in einigen der artenreichsten Ökosysteme unseres Planeten angebaut. Somit stehen die Kaffeefarmer – und damit die gesamte Kaffeewirtschaft – vor großen Herausforderungen. Die komplexen Auswirkungen des Klimawandels und der Monokultur wirken sich häufig negativ auf die Biodiversität und Qualität der Böden und somit auf die Ernteerträge sowie die langfristige Nachhaltigkeit des Kaffeeanbaus aus. Die daraus resultierende Volatilität der Rohkaffeepreise ist ein Problem, das die Einkommenssicherheit und damit eine der Lebensgrundlagen der Kaffeefarmer bedroht und den Anbau von Kaffee weniger attraktiv macht, insbesondere für die jüngere Generation.

Strategie Um den Kaffeesektor zukunftsfähig zu gestalten, entwickeln wir – gemeinsam mit unseren Partnern – kontinuierlich Maßnahmen und Wege, die neue systemische Ansätze und nachhaltige Geschäftsmodelle entlang der gesamten Kaffee-Wertschöpfungskette etablieren. Unsere Priorität liegt dabei in der Regeneration der Kaffeeanbaugebiete.

Ziel > 2025 > 2030 Der „Kaffee der Zukunft“ wird klimaschonend und unter nachhaltiger Wassernutzung verarbeitet, transportiert und geröstet. Kaffeeverpackungen sind recycelbar, aus Rezyklaten hergestellt und/oder mehrfach nutzbar. Unsere Kaffeemaschinen werden kreislauffähig sein und energieeffizient produziert. Mit ihnen kann Kaffee energiesparend zubereitet werden.

Impact Die Produktion von Kaffee trägt wo immer möglich zur Zukunftssicherung von Mensch und Umwelt vor Ort bei, und Verbraucherinnen und Verbrauchern wird ein rundum nachhaltiger Genuss ermöglicht.

KUNSTSTOFF DER ZUKUNFT TO CREATE IMPACT

Herausforderung Meeres- und Mikroplastik haben weitreichende Auswirkungen auf die Umwelt und die globalen Ökosysteme. Die Ausbreitung von Plastikmüll beeinträchtigt sowohl die marine Lebensvielfalt als auch unsere Nahrungskette. Die notwendige Weiterentwicklung von wirkungsvollen Sammel-, Sortier- und Recyclingsystemen, begreifen wir als globale Aufgabe für die wir gemeinschaftlich Lösungen entwickeln.

Strategie Wir sind davon überzeugt, dass eine umfassende Umsetzung des Kreislaufwirtschaftsprinzips die Belastung der Umwelt durch Kunststoffe reduziert. Deshalb stellen wir unsere Kunststoffsortimente und -verpackungen konsequent auf zirkuläres Wirtschaften um und ordnen die Kunststoffproduktion und -verwertung neu. Wir verfolgen dabei die Prinzipien „ReDesign – ReCycle – ReUse – ReDuce“. Wir verbessern kontinuierlich die Umwelteigenschaften von Kunststoffen und entwickeln ökologisch sinnvolle Alternativen, die leicht recycelbar oder wiederverwendbar sind. Nicht zuletzt suchen wir aktiv den Austausch mit anderen Marktteilnehmern, Initiativen und wissenschaftlichen Einrichtungen,

um übergeordnete Sammel- und Verwertungssysteme, verbunden mit dem Aufbau entsprechender Märkte zum Beispiel für Rezyklate, schnellstmöglich und fokussiert weiterzuentwickeln.

Ziel > 2025 > 2030 Ganzheitlich betrachtet weisen Kunststoffe in vielen Anwendungen eine bessere Umweltbilanz als viele andere Materialien auf. Unser ultimatives Ziel ist es, ausschließlich Produkte anzubieten, die vollständig aus recycelten oder erneuerbaren Rohstoffen klimafreundlich und ressourcenschonend hergestellt sind. Diese sollen langlebig und 100% recyclingfähig sein oder alternativ schadstofffrei in der Natur abgebaut werden können.

Impact Damit leisten wir einen Beitrag zum globalen Aufbau und zur Verbesserung der Abfallwirtschaftssysteme und fördern die nachhaltige Kunststoffproduktion und -verwertung. Aufklärung und Bildung sind dabei ebenso Teil der Lösung als auch unsere Aufgabe. Nur so können Beschaffungs- und Vertriebsmärkte gesichert und unser Lebensraum geschützt und regeneriert werden.

ZELLSTOFF DER ZUKUNFT TO CREATE IMPACT

Herausforderung Die zunehmende Nutzungskonkurrenz für Holz und Zellstoffe sowie die Schädigung von Wäldern durch Klimawandel und Abnahme der Biodiversität stellt die Papier- und Zellstoffindustrie vor eine der drängenden Aufgaben unserer Zeit. Die langjährige Fokussierung auf Monokulturen schnell wachsender Baumarten ist ein weiteres Problem, da diese anfälliger für Schädlinge und Krankheiten sind und die natürlichen Lebensräume anderer Arten beeinträchtigen. Darüber hinaus ist die Papierindustrie als weltweit fünfgrößter Energieverbraucher und drittgrößter industrieller Emittent von Treibhausgasen für etwa 5 % der globalen Kohlenstoffemissionen verantwortlich.

Strategie Um dem entgegenzuwirken, etablieren wir gemeinsam mit unseren Partnern eine regenerative Waldbewirtschaftung. Wir beziehen unseren Zellstoff aus recycelten oder nachhaltig bewirtschafteten Quellen; klimaschonend und unter nachhaltiger Wassernutzung. Am Ende seiner Nutzung wird unser Zellstoff stofflich recycelt oder baut sich in der Natur rückstandsfrei biologisch ab.

Ziel > 2025 > 2035 Unsere Priorität liegt auf klimaneutralen, ressourcenschonenden Zellstoff- und Papierprodukten. Hierzu zählt neben der Beschaffung zertifizierten Zellstoffs auch eine ressourcenschonende Herstellung unserer Papierprodukte. Wir entwickeln Technologien und Verfahren, um unsere Herstellungsprozesse auf erneuerbare Energien umzustellen.

Impact Auch wenn wir mit 99,3 % heute schon einen hohen Anteil an zertifiziertem Zellstoff beziehen, ist die kontinuierliche Entwicklung der Prozesse für die nationalen bzw. regionalen Standards für Waldwirtschaft eine unbedingte Voraussetzung, um die weltweiten Waldbestände, die biologische Artenvielfalt und Treibhausgasspeicherung in den Wäldern zu schützen und zu erhalten.

ELEKTROGERÄTE DER ZUKUNFT TO CREATE IMPACT

Herausforderung Durch die steigende Nachfrage unserer stetig wachsenden, technologiebegeisterten Gesellschaft überschlagen sich Innovationszyklen von Elektrogeräten. Der Mangel an, der Komplexität der Geräte gerecht werdenden Rücknahme- und Recycling-Systemen führt zu Elektroschrott. Ressourcenknappeit ist die unvermeidliche Folge dieses linearen Abfallmanagements. Und auch der Energieverbrauch während der Nutzung und Herstellung, die Reparaturfähigkeit sowie die Recyclingmöglichkeit der verwendeten Materialien sind Gradmesser für die vergleichsweise hohe Umweltbelastung vieler Elektrogeräte.

Strategie Um den gesellschaftlichen Bedürfnissen nach einer nachhaltigen Entwicklung gerecht zu werden und unseren Lebensraum zu schützen, sind wir auf dem Weg unsere Lieferketten umfassend (von Rohstoffgewinnung, Produktion, Vertrieb bis Entsorgung) umzugestalten: hin zu einer transparenten, zirkulären und klimagerechten Wertschöpfung energieeffizienter und kreislauffähiger Elektrogeräte.

Ziel > 2025 > 2030 Wir wollen Vorreiter bei der Entwicklung und Markteinführung zukunftsfähiger Elektrogeräte sein. Bei der Entwicklung unserer Elektrogeräte reduzieren wir die Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – z. B. durch den Einsatz erneuerbarer Energien in der Produktion der Geräte. Durch die Implementierung effektiver Rücknahme- und Recycling-Systeme sowie eine Ausweitung der Reparatur- und Serviceangebote minimieren wir Abfall und gewinnen wertvolle Bauteile und Materialien zurück.

Impact Mithilfe unseres Produktentwicklungstools „Mission Eco&Care“ unterstützen wir unsere Kunden, fundierte Entscheidungen für nachhaltige Produkte und Konsum zu treffen. Durch den bewussten Kauf langlebiger und reparierbarer Produkte können wir alle gemeinsam die Kreislaufwirtschaft fördern. So können auch neue Formen des Konsums wie zum Beispiel Mietmodelle entstehen.

WIR ENTWICKELN, CO-KREIEREN
UND INVESTIEREN ENTLANG **UNSERER
PRIMÄREN HANDLUNGSFELDER.**



**TRANSFORM
TO FLOURISH**

FINANZ
BERICHT
MELITTA
GROUP 2022

INHALT

<i>Zentrale Kennzahlen 2022</i>	2
<i>Brief der Unternehmensleitung</i>	6
<i>Markenstruktur</i>	8
<i>Organisationsstruktur</i>	10
<i>Übersicht der Zentral- und Unternehmensbereiche</i>	12
<i>Konzernlagebericht</i>	22
<i>Konzernbilanz</i>	36
<i>Erläuterungen zur Konzernbilanz</i>	40



report.melitta-group.com/geschaeftsbericht-2022/

ZENTRALE KENN- ZAHLEN

ÜBERBLICK 2022

KENNZAHLEN
DER MELITTA GROUP

	2022	2021
Umsatz <i>in Tsd. €</i>	2.284.054	1.882.123
Investitionen* <i>in Tsd. €</i>	37.533	39.217
Mitarbeiter <i>Vollzeit-Arbeitskräfte, im Jahresdurchschnitt</i>	5.957	5.904
Sachanlagen <i>in Tsd. €</i>	283.749	273.075
Finanzanlagen <i>in Tsd. €</i>	8.163	51.102
Eigenkapital <i>in Tsd. €</i>	323.702	307.096
Bilanzsumme <i>in Tsd. €</i>	1.363.924	1.325.125
Eigenkapitalquote <i>in %</i>	26	26

* ohne Zugänge Konsolidierungskreis
und nur Investitionen in Sachanlagevermögen

KENNZAHLEN
DER UNTERNEHMENSBEREICHE
UND DER SERVICE UNIT

Umsatz <i>in Tsd. €</i>	2022	2021
Melitta Europa – Geschäftsbereich Kaffeezubereitung *	192.482	215.336
Cofresco *	307.310	290.132
Wolf PVG *	45.765	57.461
Melitta Europa – Geschäftsbereich Kaffee	528.611	387.569
Melitta Nordamerika	179.021	110.297
Melitta Südamerika	409.794	302.372
Melitta Asia Pacific	1.870	1.708
Melitta Single Portions	972	558
Melitta Professional Coffee Solutions	230.581	198.763
Coffee at Work	14.710	13.508
Cuki Cofresco	256.650	244.635
Neu Kaliss Spezialpapier	33.242	34.547
ACW-Film	8.880	7.990
Caffè Corsini **	14.729	--
Roastmarket **	40.785	--
Services und Sonstiges *	18.652	17.247
GESAMT	2.284.054	1.882.123

* davon Melitta Europa – Geschäftsbereich Sales Europe gesamt 2022: 480.389 | 2021: 507.952
** Erstkonsolidierung im Geschäftsjahr 2022

Mitarbeiter <i>Vollzeit-Arbeitskräfte, im Jahresdurchschnitt</i>	2022	2021
Melitta Europa – Geschäftsbereich Kaffeezubereitung	584	590
Cofresco	1.041	1.035
Wolf PVG	236	258
Melitta Europa – Geschäftsbereich Sales Europe	437	441
Melitta Europa – Geschäftsbereich Kaffee	243	243
Melitta Nordamerika	181	162
Melitta Südamerika	884	920
Melitta Asia Pacific	29	25
Melitta Single Portions	47	36
Melitta Professional Coffee Solutions	983	993
Coffee at Work	86	94
Cuki Cofresco	503	556
Neu Kaliss Spezialpapier	135	188
ACW-Film	48	46
Caffè Corsini **	44	--
Roastmarket **	109	--
Services und Sonstiges	367	317
GESAMT	5.957	5.904

Sehr geehrte Damen und Herren,

2022 war ein überaus herausforderndes Geschäftsjahr für die Melitta Gruppe. Es war geprägt von Rohwarengespässen, erheblich gestiegenen Energie-, Material- und Transportkosten und von vielen Unsicherheiten, die die Konsumstimmung in nahezu allen für die Melitta Gruppe relevanten Märkten eintrübten.

In diesem schwierigen Umfeld hat sich die Melitta Gruppe gut behauptet und das Geschäftsjahr 2022 zufriedenstellend abgeschlossen. Es ist uns gelungen, frühzeitig auf die veränderten Rahmenbedingungen zu reagieren und unsere Lieferfähigkeit durchgehend sicherzustellen. Die zu unserer Unternehmensgruppe zählenden Gesellschaften konnten so überwiegend ihre Marktpositionen halten und viele ihrer zu Jahresbeginn definierten Ziele erreichen.

Dieser Erfolg ist allem voran ein Verdienst unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie haben sich im vergangenen Jahr erneut mit großer Leidenschaft eingesetzt und mit viel Weitblick Lösungen entwickelt. Dass wir uns in unseren Märkten erneut behaupten konnten, ist aber auch das Ergebnis unserer von Langfristigkeit, Vertrauen und Partnerschaft geprägten Zusammenarbeit mit unseren Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartnern.

Die Melitta Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2022 insgesamt einen Umsatz in Höhe von 2.284 Mio. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr (1.882 Mio. Euro) erhöhte sich der Umsatz daher um 21,4 Prozent. Dieser deutliche Anstieg ist vor allem auf das Geschäftsfeld Kaffee zurückzuführen, in dem

die Erlöse von 707 Mio. Euro im Vorjahr auf 1.058 Mio. Euro gesteigert werden konnten. Die Umsätze der Geschäftsfelder Kaffeezubereitung und Haushaltsprodukte stiegen um 5,9 bzw. 3,4 Prozent.

Die deutlich höheren Umsatzerlöse sind vor allem auf Preiserhöhungen zurückzuführen, die aufgrund der massiv gestiegenen Material-, Energie- und Transportkosten notwendig wurden. Die Absatzmengen waren dagegen in den meisten unserer Unternehmensbereiche rückläufig. Einen positiven Effekt auf den erzielten Umsatz der Melitta Gruppe übte außerdem der erstmalige Einbezug der 2021 mehrheitlich übernommenen Gesellschaften Roast Market GmbH und Corsino Corsini S.r.L. in den Konzernabschluss aus.

Die Preiserhöhungen in nahezu allen unseren Unternehmensbereichen sowie unser striktes Kostenmanagement konnten die erheblich gestiegenen Material-, Energie- und Transportkosten jedoch nur zum Teil kompensieren. Daher kam es 2022 zu einer spürbaren Belastung des Ergebnisses der Melitta Gruppe.

An unserer strategischen Ausrichtung halten wir fest. Sie hat in den vergangenen Jahren dazu geführt, dass wir heute widerstandsfähiger und flexibler geworden sind. Sie hat uns neue Perspektiven und Märkte eröffnet und unsere Innovationsfähigkeit und -kraft gestärkt.

Daher setzen wir auch in den kommenden Jahren auf eine weitere Internationalisierung unserer Aktivitäten und treiben die digitale sowie die nachhaltige Transformation voran. Denn wir

sehen aktuell zahlreiche Möglichkeiten, in unseren bestehenden, aber auch in neuen Märkten zu wachsen. Wichtige Voraussetzungen hierfür sind eine weitere Digitalisierung unserer Prozesse, Produkte und Services sowie die Verankerung von Nachhaltigkeit in allen unseren Geschäftsstrategien. Gerade mit Blick auf die zunehmenden Unsicherheiten im Markt wollen wir in den kommenden Jahren unsere Agilität, Flexibilität und Effizienz weiter steigern und uns auf Produkte und Services fokussieren, die den Zeitgeist von heute und morgen treffen und prägen.

Daher haben wir auch 2022 wieder eine Vielzahl neuer Produkte und Services in den Markt eingeführt und unsere Sortimente weiterentwickelt. Dazu zählten im Geschäftsfeld Kaffee insbesondere neue Kaffeemischungen, die Erweiterung unserer Produktrange im Bereich Ganze Bohne, der Ausbau unserer 2021 gelaunchten Manufaktur-Kaffee-Produktreihe sowie neue Angebote für den B2B-Markt. Im Geschäftsfeld Kaffeezubereitung wurden verschiedene Filterkaffeemaschinen und Vollautomaten weiterentwickelt und im Markt eingeführt und im Geschäftsfeld Haushaltsprodukte wurden mehrere Folien, Behälter und Müllbeutel überarbeitet und insbesondere mit Blick auf ihre Nachhaltigkeitsleistung verbessert. Darüber hinaus haben wir auch in unserem Sortiment für Industriekunden eine Reihe innovativer Produkte im Markt vorgestellt.

Große Fortschritte haben wir bei der nachhaltigen Ausrichtung unserer Geschäftsaktivitäten erzielt: In allen unseren vier Wertschöpfungsbe-

reichen – Kaffee und Kaffeezubereitung, Papier und Zellstoff, Kunststoffe und Kunststoffprodukte sowie Elektrogeräte – ist eine Vielzahl von Initiativen und Projekten gestartet worden, um unsere gruppenweit vereinbarten Zukunftskonzepte zu erreichen. Viele unserer Strukturen und Prozesse befinden sich daher derzeit in einem Veränderungsprozess – von der Entwicklung unserer Produkte über die Beschaffung von Rohwaren und Materialien bis hin zu unseren Herstellungs- und Vermarktungsprozessen.

Nicht zuletzt durch die weitere Integration von Nachhaltigkeit in unsere Geschäftsstrategien hat sich die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmensbereichen unserer Gruppe weiter intensiviert. Diesen zunehmend engeren Austausch, die Bündelung unserer Stärken und unseren Zusammenhalt auf Basis einer gemeinsamen Wertekultur sehen wir als wichtige Erfolgsfaktoren für die weitere Entwicklung unserer Unternehmensgruppe und wollen sie daher in den kommenden Jahren weiter stärken.

Für ihr Engagement, ihre Loyalität und ihren Willen, sich Tag für Tag für die heutigen und zukünftigen Bedürfnisse unserer Kunden einzusetzen, danken wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr herzlich! Unseren Geschäftspartnern danken wir für ihre Treue, ihre Verlässlichkeit und ihr Vertrauen in uns.



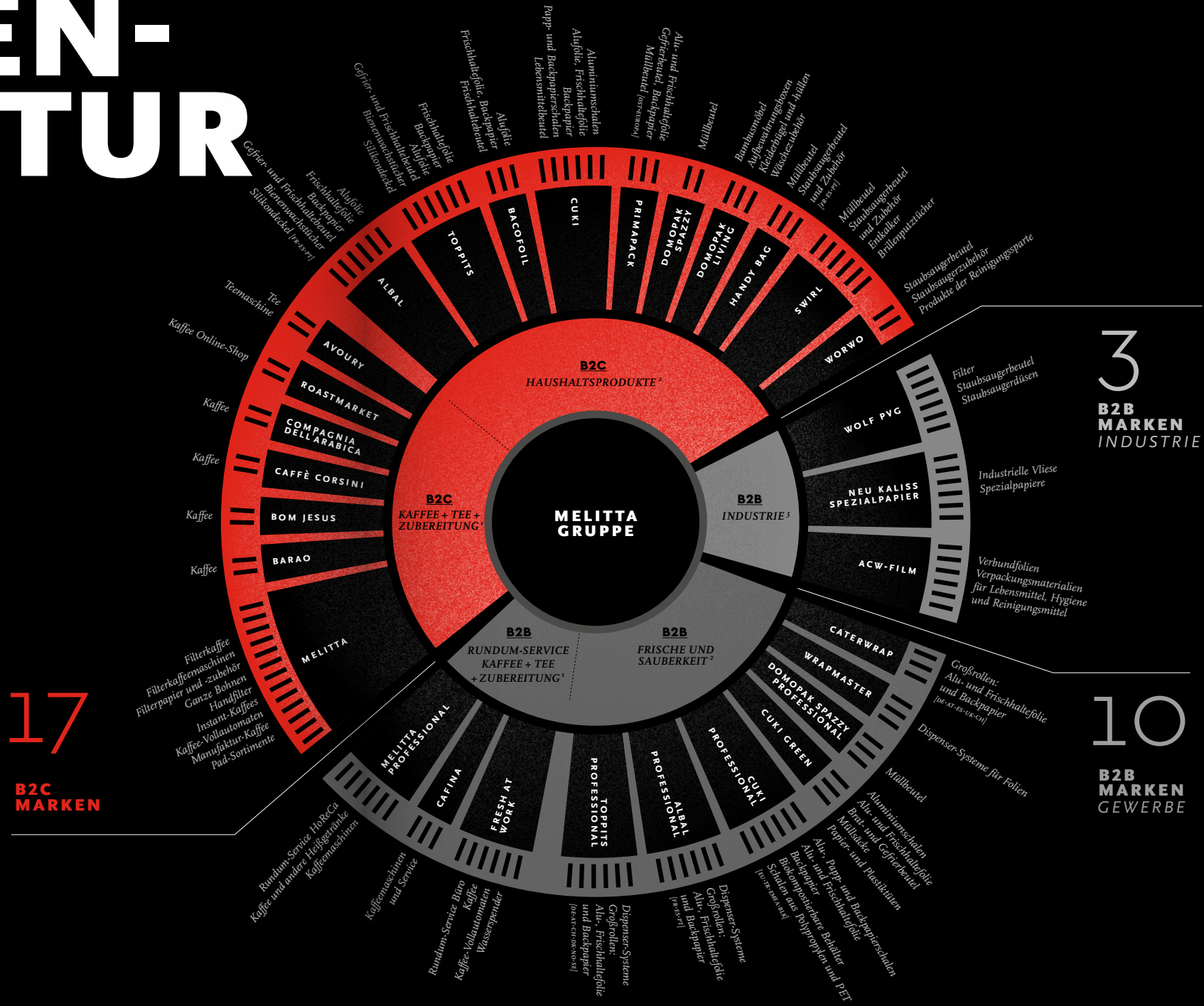
Jero Bentz



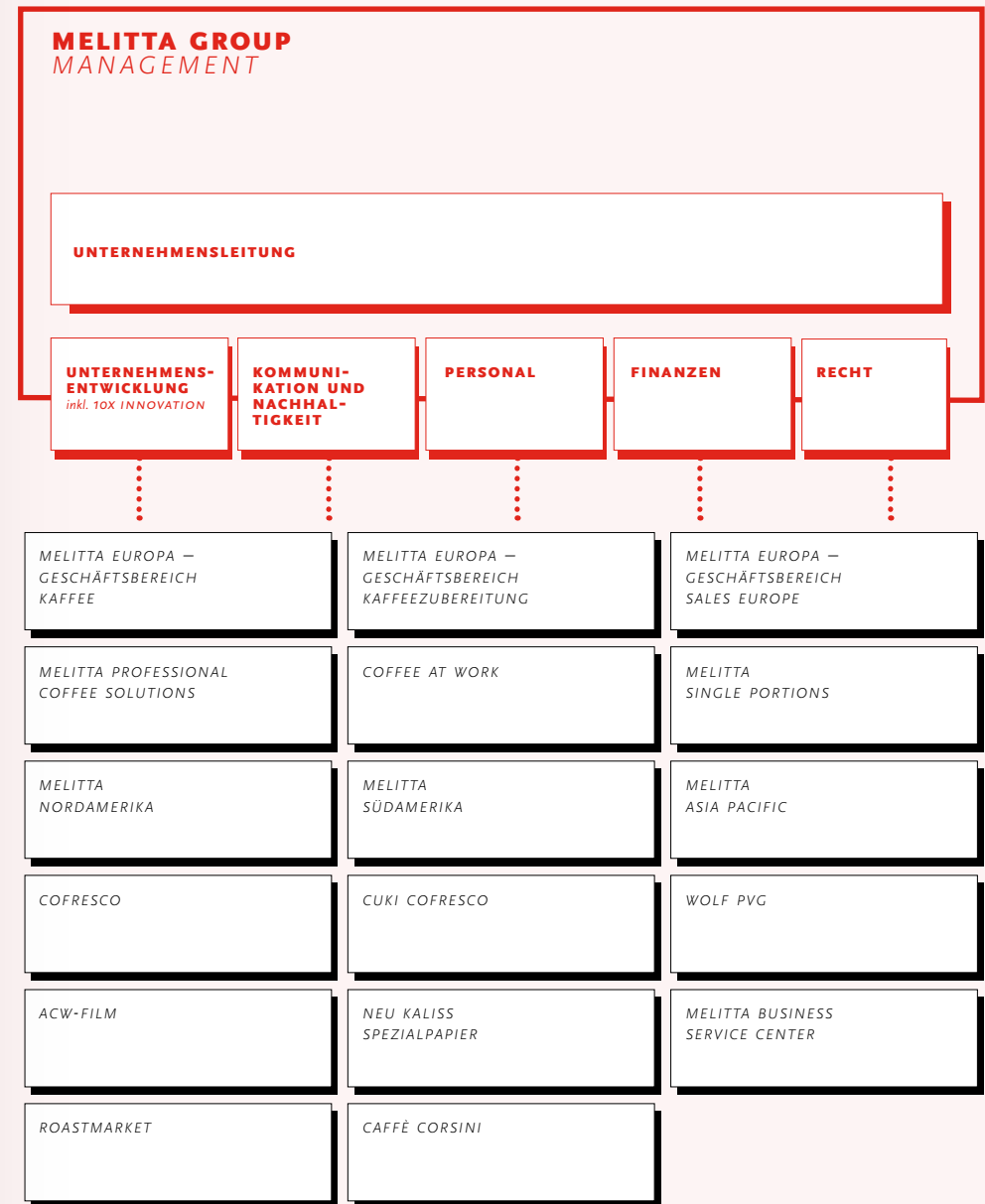
Volker Stühmeier

MARKEN-STRUKTUR

UNSERE PRODUKTMARKEN UND KOMPETENZEN IN DER 360°-CUSTOMER EXPERIENCE.



ORGANISATION- STRUKTUR



Persönlich haftender Gesellschafter der Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG: Jero Bentz
Kommanditisten: Dr. Thomas Bentz, Thomas Dominik Bentz, Claudia Tauß, Johannes Taufß, Maximilian Taufß, Jara Bentz, Dr. Stephan Bentz, Eva Maria Bentz, Alexandra Taufmann, Tilman Bentz, Nora Sophie Bentz
Beirat: Joachim Rabe (Vorsitz), Dr. Stephan Bentz, Jara Bentz, Claudia Tauß, Alastair Bruce, Javier González, Andreas Ronken

ZENTRAL- BEREICHE



UNTERNEHMENSENTWICKLUNG inkl. 10X Innovation Geschäftsführer — Günther Klatt

Der Zentralbereich Unternehmensentwicklung beschäftigt sich mit der strategischen Ausrichtung der Melitta Unternehmensgruppe und ihren einzelnen Unternehmensbereichen. Er unterstützt die Unternehmensleitung bei der Weiterentwicklung der Gruppenstrategie und die Unternehmensbereiche bei der Umsetzung ihrer Strategieprojekte. Zu den wichtigsten Aufgaben zählt es, Empfehlungen für die Ausgestaltung und Umsetzung der strategischen Handlungsalternativen zu geben. Dazu werden Trends und Entwicklungen am Markt beobachtet, strategische Optionen bewertet sowie Strategieprogramme entwickelt und gemeinsam im Rahmen der Gruppenstrategie umgesetzt. Der Zentralbereich untergliedert sich in die Abteilungen Gruppenstrategie, Beteiligungsmanagement, Planungs- und Berichtswesen sowie Corporate Innovation/Melitta 10X Inkubator und das Digital Acceleration Team.

PERSONAL Geschäftsführer — Roberto Rojas

Der Zentralbereich Personal gestaltet den strategischen und infrastrukturellen Rahmen für die Bereiche Personalbetreuung, -gewinnung und -entwicklung. Wesentliche Aufgabe ist es, die Arbeitgeberattraktivität nach innen und außen zu stärken, um aktuelle und neue Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Dazu unterstützt der Zentralbereich die operativen Personaleinheiten mit geeigneten Maßnahmen und Instrumenten einschließlich digitaler Tools zur Prozessoptimierung. Indem er mit Führungskräften, Mitarbeitern und den kollektiven Mitbestimmungsorganen partnerschaftlich zusammenarbeitet und zwischen den einzelnen HR-Bereichen gruppenweite Synergien ermöglicht, fördert der Zentralbereich zugleich die Flexibilität und Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Organisation.

FINANZEN Geschäftsführer — Jochen Emde

Der Zentralbereich Finanzen entwickelt die Finanzstrategie sowie die Bilanz- und Steuergrundsätze der Unternehmensgruppe. Als Finance Business Partner ist er außerdem für die Finanzorganisation der Melitta Gruppe zuständig und verantwortet das zentrale Treasury, das Versicherungsmanagement sowie die Zoll- und Steuerthemen der Unternehmensgruppe. Zu den wesentlichen Aufgaben gehören die Planung und Steuerung der Cashflows, die Koordination des Group Data Managements und des Financial Reporting auf der Basis einheitlicher Standards, Prozesse und Systeme. Der Zentralbereich ist außerdem zuständig für die risikoorientierte Durchführung von Revisionsaufgaben in den Unternehmensbereichen. Er erstellt Richtlinien zur Einhaltung von gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften und erbringt verschiedene finanzwirtschaftliche Dienstleistungen wie Beratungen und Trainings für die Unternehmens- und Zentralbereiche. Darüber hinaus ist er für die operative Koordination und Steuerung von Akquisitionen und Kooperationen zuständig.

KOMMUNIKATION UND NACHHALTIGKEIT Geschäftsführerin — Katharina Roehrig

Der Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit verantwortet die gruppenweite interne wie externe Kommunikation. Hierzu zählen die Entwicklung der Kommunikationsstrategie der Melitta Gruppe sowie ihre Umsetzung in den Bereichen Corporate Communications, Public Relations, Sponsoring und Veranstaltungen. Darüber hinaus gehören zu seinem Verantwortungsbereich die gruppenweite strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung der Sportpartnerschaften sowie das betriebliche Immobilienmanagement in Zusammenarbeit mit den zuständigen Bereichen. Zu den wesentlichen Aufgaben des Zentralbereichs zählen außerdem die gruppenweite strategische Ausrichtung und Koordination der Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie die Integration von Nachhaltigkeit in die Geschäftsstrategie.

RECHT Geschäftsführer — Hans-Rudolf Lenhartz

Der Zentralbereich Recht hat die Aufgabe, Risiken zu erkennen, die durch neue Gesetze, durch Änderungen in der Rechtsprechung, durch unternehmensinterne oder -externe Veränderungen entstehen. Er unterstützt die Unternehmensleitung, die anderen Zentralbereiche sowie die operativen Einheiten in allen rechtlichen Themen. Hierzu prüft er Rechtsfragen und Verträge sowie Verpackungen und Werbemittel, steuert rechtliche Auseinandersetzungen mit Behörden und Dritten und koordiniert gruppenweit die Zusammenarbeit mit externen Anwälten. Auch die rechtssichere Gestaltung der Gesellschaften, die Anmeldung, Verlängerung und Verteidigung der Schutzrechte und der Konzerndatenschutz fallen in seinen Verantwortungsbereich.

UNTER- NEHMENS- BEREICHE

JAHRESBERICHTE DER
UNTERNEHMENSBEREICHE



MELITTA EUROPA — GESCHÄFTSBEREICH KAFFEE

Der Unternehmensbereich Melitta Europa – Geschäftsbereich Kaffee – verantwortet das Kaffeegeschäft von Melitta in Europa, Afrika und im Mittleren Osten (EMEA). Das Sortiment bietet für jeden Geschmack den passenden Kaffeegenuss: Filterkaffee, Ganze Bohnen für Kaffee-Vollautomaten und frisches Mahlen, Pad-Sortimente für die Einzeltassen-Zubereitung, Spezialitätenkaffees aus der Melitta Manufaktur und Instant-Kaffees.

MELITTA®
Geschäftsführer — Dr. Frank Strege
Hauptstandort — Bremen, Deutschland

Umsatz in Tsd. €	
2022	528.611
2021	387.569

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	243
2021	243

MELITTA EUROPA — GESCHÄFTSBEREICH KAFFEEZUBEREITUNG

Mit dem Selbstverständnis „Wir ermöglichen Kaffeegenuss“ entwickelt, produziert und vermarktet der Unternehmensbereich Melitta Europa – Geschäftsbereich Kaffeezubereitung Qualitätsprodukte für die Kaffeezubereitung in privaten Haushalten unter der Marke Melitta®. Dies umfasst sowohl Produkte für die Zubereitung von Filterkaffee wie Melitta® Filtertüten®, Handfilter, Filterkaffeemaschinen, Kaffeemühlen und Wasserkocher als auch Kaffee-Vollautomaten für die Zubereitung von Kaffeespezialitäten zuhause.

MELITTA®
Geschäftsführerin — Katja Möller
Hauptstandort — Minden, Deutschland

Umsatz in Tsd. €	
2022	192.482
2021	215.336

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	584
2021	590

MELITTA EUROPA — GESCHÄFTSBEREICH SALES EUROPE

Melitta Europa – Geschäftsbereich Sales Europe – ist verantwortlich für den Vertrieb sämtlicher Konsumprodukte der Melitta Gruppe in der Region Europa, Naher Osten, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA) mit Ausnahme des deutschen Kaffeegeschäfts. Zu den bekanntesten von diesem Unternehmensbereich vertriebenen Marken zählen Melitta®, Toppits®, Albal®, BacoFoil®, handy bag® und Swirl®.

**MELITTA®, TOPPITS®, ALBAL®,
BACOFoil®, HANDY BAG®, SWIRL®**
Geschäftsführer — Stefan Knappe (interim)
Hauptstandort — Minden, Deutschland

Umsatz in Tsd. €	
2022	480.398
2021	507.952

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	437
2021	441

MELITTA PROFESSIONAL COFFEE SOLUTIONS

Melitta Professional Coffee Solutions ist weltweit Partner für die professionelle Heißgetränkzubereitung im Außer-Haus-Markt. Zum umfangreichen Angebots- und Leistungsspektrum des Unternehmensbereichs gehören Kaffeemaschinen, Kaffees, technische Services, digitale Lösungen und Finanzierungen nach Maß.

MELITTA®, CAFINA®
Geschäftsführer — Marco Gottschalk
Hauptstandort — Minden, Deutschland

Umsatz in Tsd. €	
2022	230.581
2021	198.763

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	983
2021	993

COFFEE AT WORK

Die Coffee at Work GmbH & Co. KG bietet unter dem neuen Markennamen fresh at work® einen Rundum-sorglos-Service für die Kaffee- und Wasserversorgung am Arbeitsplatz. Zum Angebot gehört die Bereitstellung von Kaffeemaschinen und Tafelwassergeräten inklusive einer regelmäßigen Wartung. Der Service beinhaltet zudem die Lieferung von Kaffeebohnen, Milchpulver, Schokoladenpulver und allen sonstigen Verbrauchsmaterialien.

FRESH AT WORK®
Geschäftsführer — Martin Sesjak
Hauptstandort — Witten, Deutschland
Besitzanteil der Melitta Gruppe: 80 %

Umsatz in Tsd. €	
2022	14.710
2021	13.508

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	86
2021	94

MELITTA SINGLE PORTIONS

Melitta Single Portions ist innerhalb der Melitta Gruppe für Produkte rund um die Heißgetränkzubereitung in Form der Einzelportionierung zuständig. Ziel des Unternehmensbereichs ist es, mit innovativen Lösungen und Produkten einer der führenden, global agierenden Anbieter für einzelporionierte Heißgetränke zu werden. Seit November 2019 wird mit Avoury®, der ersten Marke von Melitta Single Portions, einzelporionierter Tee im Premium-Sortiment produziert und vertrieben. Mit der Avoury® One Teemaschine und 40 biozertifizierten Teesorten sorgt Avoury® für einen neuen, nachhaltigen und hochwertigen Teegenuss.

MELITTA®, AVOURY®
Geschäftsführer — Holger Feldmann
Hauptstandort — Minden, Deutschland

Umsatz in Tsd. €	
2022	972
2021	558

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	47
2021	36

MELITTA NORDAMERIKA

Melitta Nordamerika stellt Papierfilter und gerösteten Kaffee sowohl für Verbraucher unter der Marke Melitta® als auch für den B2B-Markt her. Kernmärkte sind die USA und Kanada. Vertrieben werden die Produkte außerdem in Mexiko, Mittelamerika und der Karibik.

MELITTA®
Geschäftsführer — Martin T. Miller
Hauptstandort — Clearwater, Florida, USA

Umsatz in Tsd. €	
2022	179.021
2021	110.297

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	181
2021	162

MELITTA SÜDAMERIKA

Melitta Südamerika bietet ein breites Sortiment für den Kaffeegenuss zu Hause. Dazu gehören unter anderem verschiedene Kaffeearten, Kapseln und Instant-Kaffees sowie Produkte zur Kaffeezubereitung wie Filterpapier. Zum Unternehmensbereich gehören vier Produktionsstätten in Brasilien: drei Kaffeeröstereien und eine Papierfabrik. Melitta Südamerika ist einer der führenden Anbieter von Kaffeeprodukten in Brasilien und mit seinen Marken Melitta® und Brigitta® Marktführer für Filterpapier in Südamerika.

MELITTA®, BARÃO®, BRIGITTA®, BOM JESUS®
Geschäftsführer — Marcelo Barbieri
Hauptstandort — São Paulo, Brasil

Umsatz in Tsd. €	
2022	409.794
2021	302.372

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	884
2021	920

MELITTA ASIA PACIFIC

Melitta Asia Pacific verantwortet das B2C- und B2B-Geschäft von Melitta im chinesischen Markt. Während der Unternehmensbereich im B2C-Bereich einen Schwerpunkt auf den Vertrieb von Produkten der Marke Melitta® legt, liegt der Fokus im B2B-Geschäft auf der Identifizierung neuer Geschäftsmöglichkeiten mit Großkunden und der Entwicklung von Marketingaktivitäten. Darüber hinaus bietet Melitta Asia Pacific Büros, Hotels, Gastronomie und Cafés insbesondere Kaffee-Vollautomaten und Kaffeebohnen für den Out-of-Home-Bereich an.

MELITTA®
Geschäftsführer — Oliver Heppener
Hauptstandort — Shanghai, China

Umsatz in Tsd. €	
2022	1.870
2021	1.708

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	29
2021	25

CAFFÈ CORSINI

Caffè Corsini stellt seit 1950 Kaffee in der Toskana her und verwendet hierzu Rohkaffee aus allen Kaffee-Ursprungsländern. Unter den Marken Caffè Corsini und Compagnia dell'Arabica vermarktet der Unternehmensbereich in Italien und in weiteren 60 Ländern der Welt ganze Bohnen, gemahlene Kaffee und Einzelportionen. Darüber hinaus vertreibt Caffè Corsini Kaffeeprodukte für die Gastronomie, insbesondere für Bars und Hotels in der Toskana und den angrenzenden Regionen.

CAFFÈ CORSINI, COMPAGNIA DELL'ARABICA

Geschäftsführer — Patrick Hoffer
Hauptstandort — Arezzo, Italien
Anteile der Melitta Gruppe: 70 %

Umsatz in Tsd. €	
2022	14.729
2021	n.a.*
Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	44
2021	n.a.*

COFRESCO

Cofresco ist Europas führender Hersteller von Markenprodukten im Bereich Haushaltsfolien für zuhause und in der professionellen Küche. Mit seinen Marken ist der traditionsreiche Unternehmensbereich in fast allen europäischen Ländern präsent. Zum Leistungsspektrum von Cofresco gehören Produkte für das Frischhalten, Zubereiten und Einfrieren von Lebensmitteln, für das Verstauen in Haus und Garten sowie für das Entsorgen von Abfällen.

TOPPITS®, ALBAL®, BACOFIL®, HANDY BAG®, SWIRL®, WRAPMASTER®, CATERWRAP®

Geschäftsführer — Oliver Strelecki
Hauptstandort — Minden, Deutschland

Umsatz in Tsd. €	
2022	307.310
2021	290.132
Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	1.041
2021	1.035

ROAST MARKET

Die Roast Market GmbH („roastmarket“) ist einer der marktführenden Online-Kaffee-Fachhändler in der DACH-Region. Der eigene Vertrieb bzw. Verkauf umfasst die Bereiche Kaffee, Kaffeemaschinen, Zubehör und Lebensmittel.

ROASTMARKET

Geschäftsführer, Geschäftsführerin — Stefan Scholle, Isis Abou-Aly
Hauptstandort — Frankfurt am Main, Deutschland
Anteile der Melitta Gruppe: 72 %

Umsatz in Tsd. €	
2022	40.785
2021	n.a.*
Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	109
2021	n.a.*

CUKI COFRESCO

Cuki Cofresco ist auf die Produktion und den Verkauf von Lebensmittelverpackungen, Einwegbehältern, Folien zur Konservierung von Lebensmitteln sowie Müllbeuteln spezialisiert. Die mehr als 4.000 Produkte richten sich sowohl an Verbraucher als auch an gewerbliche Kunden und die Lebensmittelindustrie. Mit seinen Produkten setzt der Unternehmensbereich Standards in Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit.

CUKI®, CUKI PROFESSIONAL®, DOMOPAK®, DOMOPAK LIVING®, DOMOPAK SPAZZY®

Geschäftsführer — Corrado Ariaudo
Hauptstandort — Volpiano, Italien
Anteile der Melitta Gruppe: 80 %

Umsatz in Tsd. €	
2022	256.650
2021	244.635
Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	503
2021	556

*Erstkonsolidierung im Geschäftsjahr 2022

ACW-FILM

Geschäftsführer — Markus Wielens
Hauptstandort — Rhede (Ems), Deutschland

ACW-Film entwickelt und produziert flexible Verpackungsfolien für die Konsumgüterindustrie in Deutschland und Europa. Der Unternehmensbereich liefert – zum Teil just in time – Folien, Folienverbunde, voll recyclingfähige Verbunde oder Monostrukturen, Papiere sowie Papierverbunde für die Spezialverpackungsanlagen seiner Kunden. Schwerpunkt ist die Lieferung von nachhaltigen, hochwertigen, innovativen und kundenindividuell entwickelten Verpackungsfolien für die Frischfleisch-, Lebensmittel-, Reinigungs- und die Süßwarenindustrie.

Umsatz in Tsd. €	
2022	8.880
2021	7.990

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	48
2021	46

WOLF PVG

SWIRL®, WORWO®
Geschäftsführer — Peter Aufdemkamp
Hauptstandort — Minden, Deutschland

Wolf PVG ist ein hochspezialisierter Systemlieferant rund um den Staubsauger, die industrielle Filtertechnik und die medizinische Schutzausrüstung. Zum Produktspektrum gehören Staubsaugerbeutel, Staubsaugerdüsen, Filter und Halteflansche für Staubsaugerbeutel. Die Produkte werden sowohl für die Industrie als auch für das eigene Endverbrauchergeschäft entwickelt und gefertigt. Unter den Kernmarken Swirl® und Worwo® vertreibt Wolf PVG Staubsaugerbeutel, Staubsaugenzubehör, kabellose Beutelstaubsauger und Produkte der Reinigungssparte für private Haushalte in Europa. Darüber hinaus werden hochqualitative Meltblown- und Verbundmaterialien gefertigt, beispielsweise für medizinische Gesichts- und Atemschutzmasken.

Umsatz in Tsd. €	
2022	45.765
2021	57.461

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	236
2021	258

NEU KALISS SPEZIALPAPIER

Geschäftsführer — John Paul Fender
Hauptstandort — Neu Kalib, Deutschland

Neu Kaliss Spezialpapier ist Hersteller von Spezialpapieren und Vliesen für den industriellen Bedarf sowie Verarbeiter und Vermarkter von Papierprodukten. Zu den angebotenen Werkstoffen zählen insbesondere Tapetenvliese, elektrisch leitfähige Vliese und Furniervliese. Im Bereich der Papierprodukte produziert und verarbeitet der Unternehmensbereich unter anderem Kaffeefilter, Pils- und Tassendeckchen, Krepp-Papiere für Großbäckereien, Melkpapiere und Verdunsterpapiere.

Umsatz in Tsd. €	
2022	33.242
2021	34.547

Mitarbeiter in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)	
2022	135
2021	188

MELITTA BUSINESS SERVICE CENTER

Geschäftsführerin, Geschäftsführer —
Stefanie Bohnhorst, Michael Felix
Hauptstandort — Minden, Deutschland

Das Melitta Business Service Center bündelt administrative Aufgaben auf Gruppenebene. Hierzu gehören neben der Gestaltung der operativen Personal- und Buchhaltungsprozesse der strategische Einkauf, das Business Process Management, Business Intelligence und die IT. Ziel ist es, die Prozesse und Systeme der Gruppe zu vereinfachen, zu vereinheitlichen und so auszurichten, dass die Flexibilität und Effizienz der Unternehmensgruppe erhöht und die Voraussetzungen für eine durchgängige Digitalisierung geschaffen werden.

KONZERN- LAGE- BERICHT

FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2022
MELITTA UNTERNEHMENSGRUPPE BENTZ KG



GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Das Unternehmen

Die Unternehmen der Melitta Group bieten in den Geschäftsfeldern Kaffee, Kaffeezubereitung und Haushaltsprodukte führende Markenprodukte im Endkundengeschäft (B2C) und im Geschäftskundengeschäft (B2B) an.

Die Struktur der Gruppe ermöglicht eine eng verzahnte, marktorientierte Führung des operativen Geschäfts über die Unternehmensbereiche, Landesgesellschaften oder Portfolioeinheiten. Die Unternehmensleitung steuert die Unternehmensgruppe mithilfe strategischer Zielsetzungen unter Mitwirkung der Zentralbereiche und orientiert an einem Leitbild, einer gemeinsamen Kultur und Werten sowie grundlegenden unternehmerischen Geschäftsprinzipien.

Im Geschäftsfeld Kaffee wird mit den Kernmarken Melitta®, Café Bom Jesus®, Café Barão® und Caffè Corsini® ein breites Sortiment von Filterkaffee über Instant Cappuccino und Ganze Bohnen bis hin zur Einzeltassen-Zubereitung in regionalen und internationalen Märkten angeboten. Zum Geschäftsfeld Kaffee zählt außerdem roastmarket.de, Deutschlands größter Online-Marktplatz für Kaffee.

Das Geschäftsfeld Kaffeezubereitung umfasst mit seiner Kernmarke Melitta® u. a. das Angebot von Kaffeefiltern, Filterkaffeemaschinen, Kaffee-Vollautomaten, Wasserkochern und Milchaufschäumern. Zu diesem Geschäftsfeld gehören außerdem Melitta Professional Coffee Solutions, ein Spezialist für die professionelle Heißgetränkezubereitung in der Individual- und Systemgastronomie, und die Office Coffee Solutions (OCS) Angebote von fresh at work®.

Im Geschäftsfeld Haushaltsprodukte werden die Kernmarken Toppits®, Cuki®, Swirl®, Albal®, handy bag®,

BacoFoil® und Wrapmaster® mit ihren Produkten zum Frischhalten und Aufbewahren von Lebensmitteln für den Privathaushalt und die Gastronomie sowie Produkte zur Entsorgung von Abfällen, Staubfilterbeuteln und Staubfilterzubehör zusammengefasst.

Die übrigen von der Melitta Group angebotenen Produkte richten sich größtenteils an Industriekunden. Zu ihnen zählen Spezialpapiere und Vliese sowie flexible Verpackungen für die Konsumgüterindustrie.

Die Innovations- und Entwicklungsaktivitäten innerhalb der Melitta Group sind darauf ausgerichtet, neue Verbrauchertrends, Nachhaltigkeitsanforderungen und Technologien aufzugreifen oder sie mitzugestalten, um sie zur nachhaltigen Sicherung der Unternehmensentwicklung in neue, sich vom Wettbewerb klar abgrenzende Produkte umzusetzen. Das gilt auch mit Blick auf die Gastronomie und die Industriekunden.

Die Melitta Group integriert Nachhaltigkeit systematisch in ihre Geschäftsstrategien und -prozesse. Hierzu wurden Zukunftskonzepte im Bereich der Wertschöpfungsketten – Kaffee und Kaffeeanbau, Papier und Zellstoff, Kunststoff und Kunststoffprodukte sowie Elektrogeräte – entwickelt und daraus zahlreiche Initiativen zur Umsetzung dieser Konzepte abgeleitet. Darüber hinaus wurden für die Bereiche „Ökologische Verantwortung“ an den eigenen Standorten, „Gesellschaftliche Verantwortung“ und „Verantwortung für Mitarbeiter“ verbindliche Ziele gesetzt. Über die dabei erzielten Fortschritte und das weitere Vorgehen wird im Nachhaltigkeitsbericht und in der Entsprechenserklärung gemäß des Deutschen Nachhaltigkeitskodex' (DNK) und des CSR Richtlinienumsetzungsgesetzes berichtet.

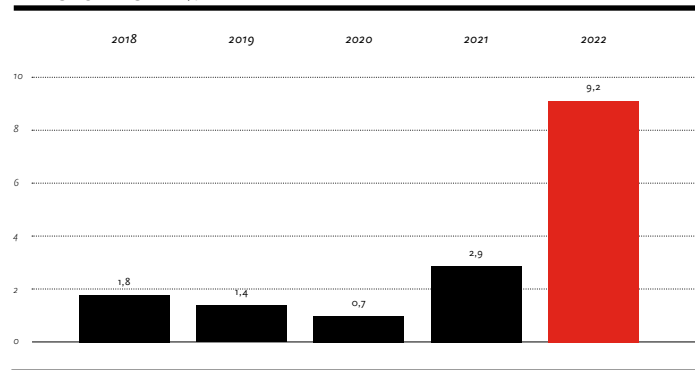
Rahmenbedingungen

Das wirtschaftliche Umfeld in den für die Gruppe relevanten Märkten wurde im abgelaufenen Jahr maßgeblich durch die anhaltenden Herausforderungen in den Lieferketten und die außerordentlich hohen Inflationsraten, u. a. als Auswirkungen des Russland-Ukraine-Krieges, beeinflusst. Um der weltweit steigenden Inflation entgegenzuwirken, erhöhten die Zentralbanken die Leitzinsen.

Vor allem im EU-Raum mit seiner geografischen Nähe und seiner Abhängigkeit von Gaslieferungen zeigten sich die Auswirkungen deutlich. In Deutschland lag die Inflationsrate im Jahresdurchschnitt 2022 bei 7,9 % (3,1 % in 2021) und erreichte im Jahresverlauf den höchsten Wert seit der Wiedervereinigung.

Zwar ist 2022 das BIP gleichzeitig um 1,9 % gewachsen, dennoch führten die Rohstoff- und Energiepreise sowie die gestiegenen Zinsen im Jahresverlauf zu einem merkbar eingetrübten Geschäfts- und Konsumklima. Eine ähnliche Entwicklung zeigte sich für das Jahr 2022 in Italien mit einer Inflationsrate von 8,7 % und einem BIP-Wachstum von 3,9 % sowie in Frankreich mit einer Inflationsrate von 5,9 % und einem BIP-Wachstum von 2,6 %. In Großbritannien betrug das Wachstum 4,0 % (bei einem Anstieg der Konsumentenpreise von 7,9 %). Die Inflationsrate in den USA betrug im Jahresdurchschnitt 2022 6,5 %, während die Wirtschaft auch aufgrund des positiven Arbeitsmarktes um 2,1 % wuchs.

ENTWICKLUNG DER INFLATION IM EURO-RAUM in %

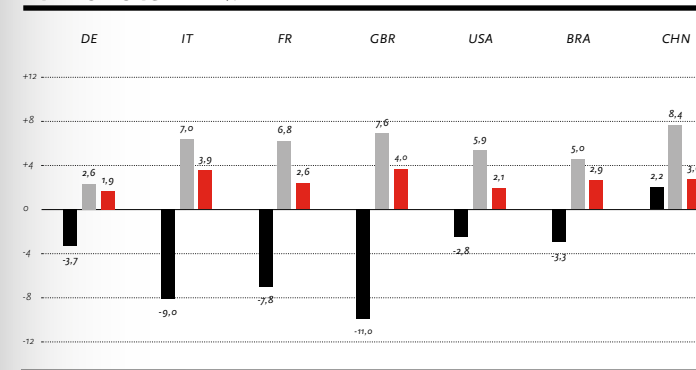


Geschäftsverlauf

Das Wachstum in Brasilien betrug 2,9 %, allerdings schwächten Inflation und gestiegene Zinsen die Kaufkraft. In China ist die Wirtschaft 2022 mit 3,0 % vor allem durch den Einbruch des Immobiliensektors, die anhaltenden Corona-Restriktionen und den Exportrückgang deutlich unter Vorjahr (8,4 %) gewachsen.

Insgesamt hat sich die Melitta Group in diesem herausfordernden Umfeld gut behauptet. Der Umsatz ist 2022 erneut gestiegen, wenngleich der überwiegende Anstieg auf Preiserhöhungen zurückzuführen ist, die aufgrund der Entwicklungen in den Rohstoff-, Logistik- und Energiemärkten notwendig wurden. Außerdem trugen die erstmalig in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen Corsini und Roast Market zum Anstieg der Umsätze bei.

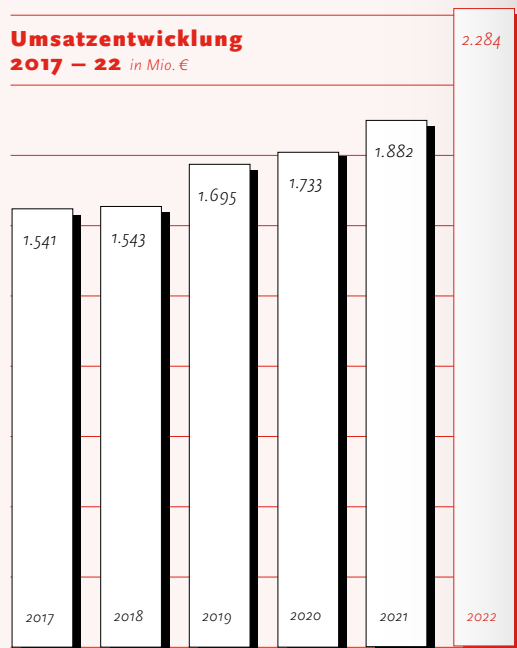
ENTWICKLUNG BIP in %



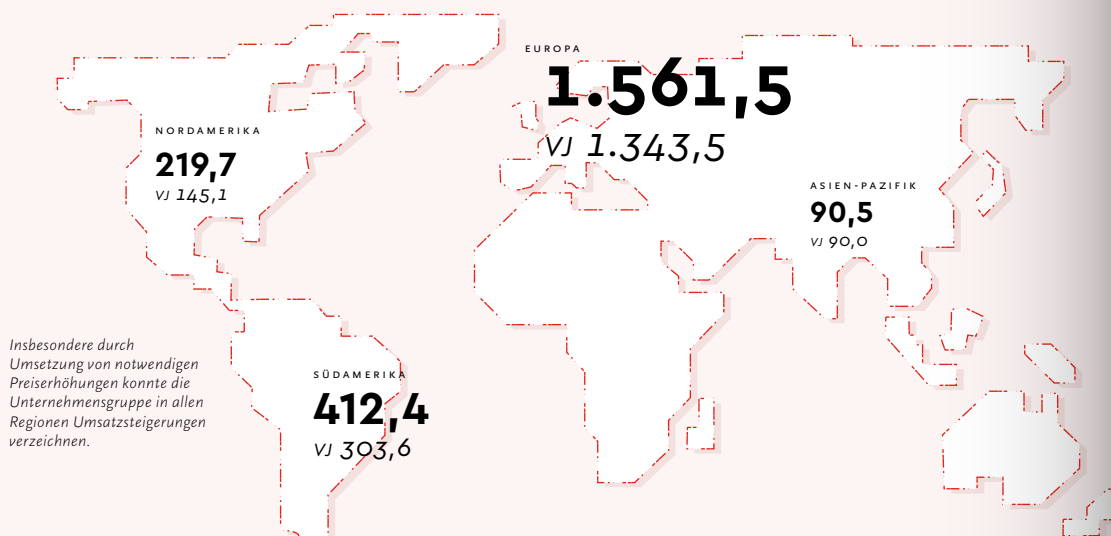
∅ jährliches Wachstum der Umsatzerlöse 2017 – 22



Umsatzentwicklung 2017 – 22 in Mio. €



Umsatz nach Regionen in Mio. €



Insbesondere durch Umsetzung von notwendigen Preiserhöhungen konnte die Unternehmensgruppe in allen Regionen Umsatzsteigerungen verzeichnen.

A) KAFFEE UND TEE

Der 2022 erzielte Absatz im Geschäftsfeld Kaffee der Melitta Group betrug insgesamt 167 Tsd. Tonnen und liegt damit um 12 % unter dem Vorjahreswert (190 Tsd. Tonnen). Die Marktanteile am Kaffeegeschäft in Deutschland blieben mit 11 % nahezu auf Vorjahresniveau (11,3 %). Um die Lieferfähigkeit in einem schwierigen Beschaffungsumfeld und bei einer möglichen Gasverknappung weiterhin zu gewährleisten, mussten die Rohkaffee- und Fertigwarenbestände im Verlauf des Jahres 2022 überdurchschnittlich aufgestockt werden. Die wesentlichen Volumenrückgänge in den Regionen Nord- und Südamerika, wo die geschwächte Kaufkraft zu einer verstärkten Mengennachfrage der Konsumenten nach niedrigpreisigen Wettbewerbsprodukten führte, resultierten vorrangig aus den Preismaßnahmen der jeweiligen Gesellschaften zur Absicherung der relativen Rohermargen.

Für den Vertrieb der Produkte unter der Premium-teemarke Avoury® wurden 2022 das Händlernetzwerk und innovative Vermarktungswege weiter ausgebaut. Das Gleiche gilt für Roast Market, wo das Wachstum im Handelsvolumen fortgeführt werden konnte.

B) KAFFEEZUBEREITUNG

Im Bereich der professionellen Kaffeemaschinen konnte in 2022 – auch durch die Wiederbelebung des Kundenumfeldes nach der Corona-Pandemie – das Niveau der erbrachten Leistungen im Vergleich zum Vorjahr spürbar gesteigert werden.

Im Bereich der Filterpapiere kam es – aufgrund von Preismaßnahmen zur Absicherung der relativen Rohermargen – zu einem moderaten Absatzrückgang von -6 %.

Nachdem sich der Absatz von Filterkaffeemaschinen und Kaffee-Vollautomaten in den Vorjahren auch durch die Corona-Pandemie außerordentlich

positiv entwickelte, ergab sich aufgrund der Normalisierung und des schwierigen Konsumklimas sowie den zur Absicherung der Rohermargen initiierten Preismaßnahmen ein Mengenrückgang von -36 % bzw. -20 %.

C) HAUSHALTSPRODUKTE

Nach außerordentlich positiven Effekten durch die Corona-Pandemie der Vorjahre ist die Gesamtnachfrage der Kunden und damit das Gesamtvolumen in den relevanten Märkten unter Vorjahresniveau. Dies gilt auch für die jeweiligen Produktgruppen der Melitta Group in diesem Geschäftsfeld.

Alle Bereiche wurden auf der Ergebnisseite allerdings durch deutlich gestiegene Kunststoff- und Aluminiumpreise an den Rohstoffmärkten beeinflusst. Beispielhaft für die Materialpreisentwicklung sei hier die Entwicklung des Kunststoffpreisindex Plastixx aufgeführt. Gegenmaßnahmen wie z. B. hieraus resultierende Preisverhandlungen und Kostensenkungen konnten den negativen Effekt auf die Deckungsbeiträge nur teilweise kompensieren.

Der begonnene Weg zur vollständigen Zirkularität der Haushaltsprodukte und Verpackungen wird trotz herausfordernder Rahmenbedingungen weitergegangen. Nach wie vor gilt das Ziel, zum Jahr 2025 ausschließlich recycelte, recyclingfähige oder nachwachsende Rohstoffe für die Produkte und Verpackungen zu verwenden. Am Ende des Jahres 2022 wurden bereits die Hälfte der Cofresco Produkte aus Abfällen oder Reststoffen hergestellt. Den größten Anteil machen hierbei die Lebensmittelfolien und -beutel mit 70 % recycelten Ressourcen sowie die Müllbeutel mit 80 % recyceltem Plastik aus.

Der Geschäftsverlauf der 2018 mehrheitlich übernommenen Cuki Gruppe verlief auch 2022 erfolgreich. In ihrem Kerngeschäft Aluminium konnte die Cuki Gruppe ihre Marktanteile trotz

eines insgesamt rückläufigen Marktes weiter ausbauen. Im Bereich der Staubfilterbeutel ist der Absatz im Vergleich zum Vorjahr auch aufgrund anhaltender Vertragsverhandlungen mit Geschäftskunden rückläufig.

D) ÜBRIGE GESCHÄFTE

Im Bereich der flexiblen Verpackungen für die Konsumgüterindustrie konnte ein höherer Absatz als im Vorjahr erzielt werden. Die energieintensive Branche der Tapetenindustrie wurde in 2022 von den gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen weiterhin beeinträchtigt.

Ertragslage

Die Melitta Group erzielte 2022 einen Umsatz in Höhe von 2.284 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahr (1.882 Mio. €) entspricht dies einer nominalen Steigerung von 21 %. Währungsbereinigt beträgt der Umsatzanstieg rund 18 %. Vor dem Hintergrund der zu Beginn des Jahres 2022 weiterhin bestehenden

Unsicherheiten in Bezug auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie und des eingetrübten Konsum- und Geschäftsklimas bei hohen Inflationsraten, u. a. als Ergebnis des Russland-Ukraine-Krieges, haben sich die Erwartungen an den Umsatz erfüllt.

Die Entwicklung der einzelnen Unternehmensbereiche zeigt, dass die Umsätze in den Geschäftsfeldern teilweise durch die Gewinnung von Marktanteilen, vor allem aber durch erforderliche Preisanpassungen, gestiegen sind. Gleichzeitig führten die zum Teil stark gestiegenen Material-, Energie- sowie Transportkosten zu einer spürbaren Ergebnisbelastung. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Gesamtentwicklung der Melitta Group im Berichtsjahr als insgesamt zufriedenstellend dar. Wesentliche Investitionen wurden insbesondere in das Sachanlagevermögen sowie in zukunftsorientierte Projekte vorgenommen.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Aufteilung des konsolidierten Netto-Umsatzes:

in Tsd. €	31.12.2022	31.12.2021
Kaffee	1.057.753	706.697
Haushaltsprodukte	634.507	613.814
Kaffeezubereitung	548.667	518.162
Übrige	43.117	43.450
KONZERN	2.284.054	1.882.123

Der Umsatz im Geschäftsfeld Kaffee liegt – insbesondere aufgrund von Preissteigerungen – um 49,7 % über dem Vorjahr.

Die Umsatzerlöse im Geschäftsfeld Haushaltsprodukte liegen um 3,4 % über dem Vorjahresniveau. Zu dieser Entwicklung haben insbesondere der Bereich Foodservice und die Cuki Gruppe beigetragen.

Der Umsatz im Geschäftsfeld Kaffeezubereitung liegt um 5,9 % über dem Vorjahr. Die Wiederbelebung der professionellen Heißgetränkezubereitung in der Individual- und Systemgastronomie durch die Lockerung der Corona-Verordnungen wirkte sich erwartungsgemäß positiv aus. Darüber hinaus trugen auch Preiserhöhungen in den Bereichen Filterpapier, Filterkaffeemaschinen und Kaffee-Vollautomaten zu dieser Entwicklung bei, die die Absatzzrückgänge teilweise kompensieren konnten.

Vermögens- und Finanzlage

A) VERMÖGENS- UND KAPITALSTRUKTUR

Die Konzernbilanz der Melitta Group wies zum 31. Dezember 2022 ein Eigenkapital in Höhe von 324 Mio. € aus. Die Erhöhung zum Vorjahr i. H. v. 17 Mio. € ist per Saldo auf den Konzernjahresüberschuss, Veränderungen der erfolgsneutralen Währungsumrechnung sowie Einlagen und Entnahmen der Gesellschafter und Veränderungen des Konsolidierungskreises zurückzuführen.

Die Eigenkapitalquote beträgt 26 %. Hierbei wurde die Bilanzsumme um Bankguthaben, Wertpapiere des Anlage-/Umlaufvermögens sowie in sonstigen Aktiva enthaltene Finanzmitteläquivalente gekürzt.

Die Nettobankverschuldung der Melitta Group zum 31. Dezember 2022 beträgt 243 Mio. € (Vorjahr 236 Mio. €) und setzt sich zusammen aus Bankverbindlichkeiten und liquiden Mitteln. Die Nettofinanzverschuldung beträgt einschließlich weiterer verzinslicher Netto-Finanzverbindlichkeiten 255 Mio. € (Vorjahr 243 Mio. €).

Zur Liquiditätssteuerung und Optimierung des Working Capitals wurde im Rahmen eines ABCP-Programms (Asset Backed Commercial Papers) ein Teil der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verkauft.

Die Bankverbindlichkeiten reduzierten sich um 18 Mio. € von 379 Mio. € auf 361 Mio. €.

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen reduzierten sich von 178 Mio. € auf 176 Mio. €. Bei den übrigen Rückstellungen einschließlich Steuerrückstellungen ergab sich eine Verringerung um 11 Mio. € auf 149 Mio. €. Vor allem Steuer- und Personalrückstellungen fielen aufgrund des Ergebnissrückgangs geringer aus.

Zum 31. Dezember 2022 sind die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen der Melitta Group im Vergleich zum Vorjahr um 27 Mio. € – auch aufgrund von Preissteigerungen – gestiegen.

Die sonstigen Verbindlichkeiten haben sich gegenüber dem Vorjahr um 24 Mio. € erhöht. Hintergrund sind vor allem höhere Steuerverbindlichkeiten sowie mit dem ABCP-Programm verbundene Verbindlichkeiten.

Die Bilanzsumme des Konzerns erhöhte sich um 39 Mio. € von 1.325 Mio. € auf 1.364 Mio. €.

Das Anlagevermögen entsprach in etwa der Höhe des Vorjahres. Die Finanzanlagen reduzierten sich per Saldo um insgesamt 43 Mio. €, insbesondere aufgrund der Erstkonsolidierung der Roast Market GmbH sowie der Corsino Corsini S.r.l. Die Melitta Group investierte 50 Mio. € in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen, im Wesentlichen in den Maschinenpark sowie in Software. Gegenläufig wirkten sich Abschreibungen in Höhe von 54 Mio. € und sonstige Veränderungen aus.

Die kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich um 39 Mio. € von 878 Mio. € auf 917 Mio. €. Dieser Anstieg ist vor allem auf das Vorratsvermögen zurückzuführen, das sich infolge allgemeiner Rohstoffpreissteigerungen und höherer Bestände zur Vermeidung von Lieferengpässen vergrößerte.

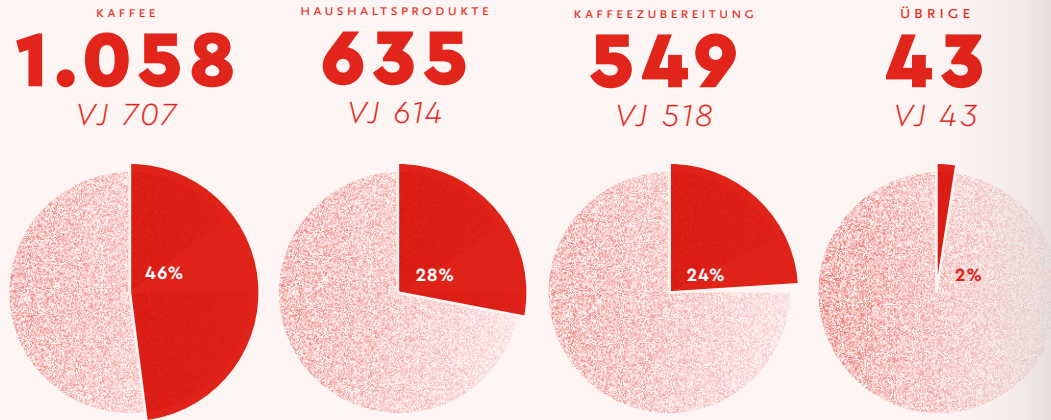
B) LIQUIDITÄT

Die Liquidität der Melitta Group wird anhand der Kapitalflussrechnung analysiert. Aus der laufenden Geschäftstätigkeit erwirtschaftete die Gruppe 2022 einen Mittelzufluss. Ein Mittelabfluss ergab sich aus der Investitionstätigkeit. Die Finanzierungstätigkeit umfasst im Wesentlichen die Reduzierung von Finanzverbindlichkeiten, Entnahmen der Gesellschafter und Zinszahlungen.

Im Geschäftsjahr 2022 standen dem Konzern unverändert ausreichende Barkreditlinien zur Betriebsmittelfinanzierung zur Verfügung.

Umsatz nach Geschäftsfeldern in Mio. €

Alle drei wesentlichen Geschäftsfelder verzeichnen eine positive Entwicklung mit teilweise deutlichen Umsatzzuwächsen.



Kapitalstruktur

Eigenkapital in Mio. €

Das Eigenkapital konnte im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden.

324

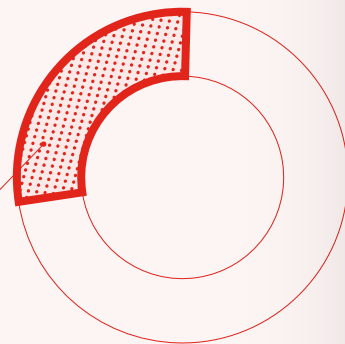
VJ 307 ↗

Eigenkapitalquote in Prozent

Die Eigenkapitalquote entspricht dem Vorjahresniveau und trägt in einem herausfordernden Marktumfeld zur finanziellen Stabilität bei.

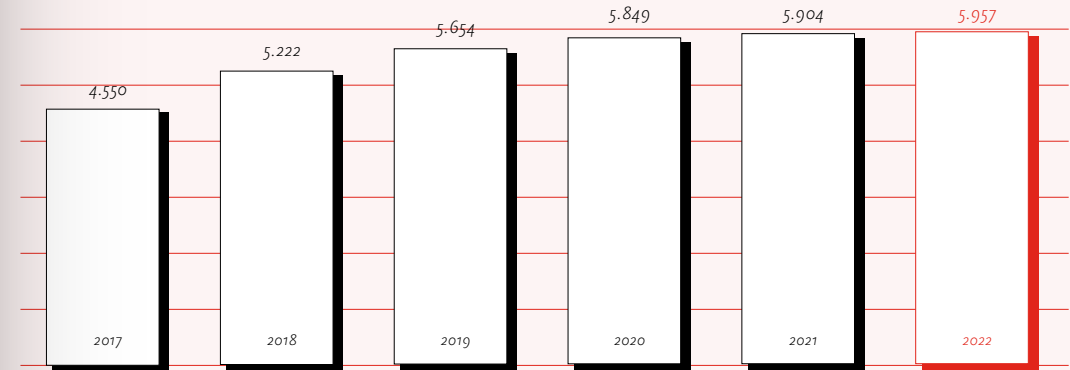
26

VJ 26 →

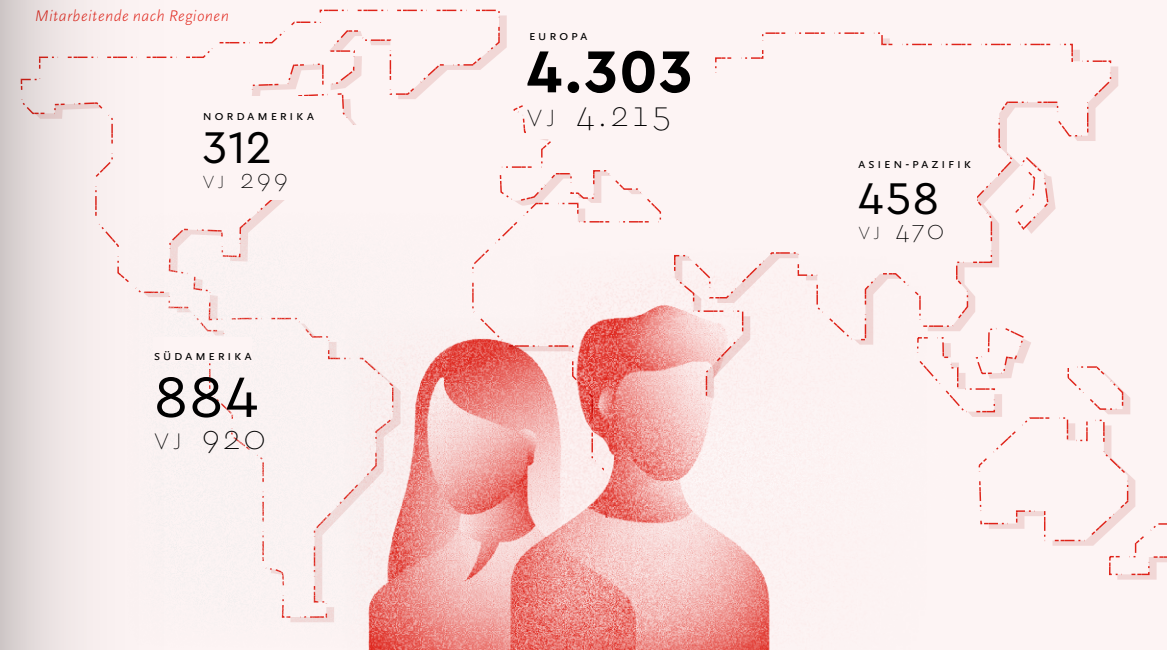


Entwicklung der Anzahl an Mitarbeitenden von 2017 – 2022

Die Zahl der Mitarbeitenden konnte im Geschäftsjahr 2022 auf ca. 6.000 gesteigert werden.



Mitarbeitende nach Regionen



Vor dem Hintergrund der erneut schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind wir mit der Entwicklung des vergangenen Jahres zufrieden. Den an die Geschäftsfelder der Melitta Group gestellten Herausforderungen konnten wir u. a. mit Produktinnovationen und Investitionen in die Sicherung unserer Marktposition erfolgreich begegnen. Die Integration der Beteiligungen wurde vorangetrieben und die Digitalisierung mit verschiedenen Initiativen und Projekten beschleunigt. Einzelne Investitionsprojekte und Produkteinführungen mussten aufgrund des Marktumfeldes zunächst zurückgestellt werden. Vorrangig galt es, die Energieversorgung in allen Produktionsbereichen und damit die Lieferfähigkeit sicherzustellen. Trotz des Nachfragerückgangs konnte ein Umsatz über Vorjahresniveau erzielt werden und somit ein noch zufriedenstellendes Ergebnis vor Ertragssteuern erreicht werden. Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich die Verzinsung des nettogebundenen Kapitals. Die Höhe der Investitionen in Sachanlagen und der immateriellen Vermögensgegenstände bewegte sich auf Vorjahresniveau. Im Vergleich zum Prognosebericht des Vorjahres konnte eine leicht geringere Nettofinanzverschuldung erreicht werden.

Viele Fortschritte sind bei der weiteren Integration von Nachhaltigkeit in unser Kerngeschäft und die daran anknüpfenden Prozesse gelungen. Hierzu gehören beispielsweise der Ausbau unseres Sortiments an nachhaltigen Produkten, die Initiierung mehrerer gruppenweiter Nachhaltigkeitsprojekte und die Weiterentwicklung unserer Kennzahlen. Tief ergehende Informationen hierzu stellen wir in unserem Nachhaltigkeitsbericht sowie in unserer Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) bereit.

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die Unternehmenssteuerung von Melitta ist auf ein langfristig wertorientiertes und profitables Wachstum ausgerichtet. Hierzu sind Steuerungsprozesse definiert worden, bei denen der Umsatz, das EBIT und die Verzinsung des nettogebundenen Kapitals (EBIT im Verhältnis zum durchschnittlichen nettogebundenen Kapital) sowie der Free Cash-Flow zu den wichtigsten Messgrößen zählen. Neben finanziellen Leistungsindikatoren berücksichtigen wir bei unserer Unternehmenssteuerung auch nichtfinanzielle Kennzahlen. Hierzu gehören insbesondere Leistungsindikatoren, die unsere Produkt- und Liefer-

kettenverantwortung, unseren ökologischen Fußabdruck, unsere gesellschaftliche Verantwortung und unsere Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden abbilden. Bei der Definition dieser Kennzahlen orientieren wir uns an den maßgeblichen nationalen und internationalen Standards sowie an der Aussagekraft zum Stand der Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele. Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz nutzen wir zur kontinuierlichen Weiterentwicklung des nachhaltigen Managements unserer Einkaufsprozesse und Lieferketten und bilden dies durch entsprechende Kennzahlen ab.

Mitarbeitende

Um die Wachstumsstrategie der Melitta Group zum Erfolg zu führen, bedarf es auch des Aufbaus von Personalkapazitäten – und dies in den unterschiedlichsten Bereichen der Unternehmensgruppe. In 2022 beschäftigte die Melitta Group im Durchschnitt 5.957 Mitarbeitende. Dies ist ein Anstieg von 1 % gegenüber dem Vorjahr und verdeutlicht die für das weitere Wachstum der Gruppe notwendige Investition in unsere internen Strukturen und Kompetenzen.

Die Melitta Group nutzt zur strukturierten Erfassung der unternehmensbezogenen Risiken ein differenziertes Risikomanagementsystem. Dieses beinhaltet organisatorische Regelungen und Maßnahmen zur Risikofrüherkennung und Risikoanalyse bzw. -bewertung.

Die Melitta Group verfolgt eine ausgewogene Risikopolitik. Im Rahmen der Abschlussprüfung 2022 haben wir unser Früherkennungssystem gemäß § 91 Abs. 2 AktG freiwillig durch den Abschlussprüfer prüfen lassen. Dieser bestätigte uns, dass das Risikofrüherkennungssystem auch unter der Neufassung des IDW PS 340 angemessen ist und den gesetzlichen Anforderungen grundsätzlich entspricht. Unabhängig davon wurde 2022 der Risikomanagementprozess laufend weiterentwickelt.

Das Risikomanagementsystem beinhaltet ein adäquates Berichtswesen. Es stellt sicher, dass die Verantwortlichen der Unternehmensgruppe über potenzielle Risiken und Chancen laufend und zeitnah informiert werden. Es ermöglicht, dass sowohl auf der Ebene der Gruppe als auch in den Einzelgesellschaften zeitnah und wirksam Steuerungsmaßnahmen eingeleitet werden können.

Die wesentlichen Risiken der Melitta Group ergeben sich aus den gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen, den Entwicklungen in den Branchen sowie aus der allgemeinen unternehmerischen Geschäftstätigkeit. Um Nachfrageschwankungen und verändertes Kundenverhalten frühzeitig zu erkennen, erfolgt eine kontinuierliche und detaillierte Beobachtung der Märkte. Damit wird die Aktualisierung und Anpassung von Produktstrategien an veränderte Kundenanforderungen und an die Reaktionen des Wettbewerbs gewährleistet. Preissteigerungen bei Rohstoffen (insb. Rohkaffee), Energiekosten (insb. Gas und Strom), nicht immer störungsfreie Lieferketten (insb. Rohkaffee und Aluminium) und ungünstige Wechselkursentwicklungen (insb. durch einen stärkeren USD) können zu negativen Auswirkungen auf das Ergebnis der Gruppe führen. Diese Risiken werden momentan auch durch die schwer absehbaren langfristigen wirtschaftlichen Auswirkungen des Russland-Ukraine-Krieges auf unsere Geschäftsbereiche geprägt.

Im Produktionsbereich werden zur Verringerung der Risiken des Ausfalls von Produktionsanlagen und der damit verbundenen Gefahr von Betriebsunterbrechungen alle Anlagen regelmäßig gewartet. Zusätzlich sichern Versicherungsverträge die Auswirkungen von Produktionsausfällen je nach Versicherungsereignis ab.

Die Arbeitszeitmodelle gewährleisten grundsätzlich, dass die benötigten personellen Ressourcen an den jeweiligen Auslastungsgrad angepasst werden können. Zur Reduzierung von Qualitätsrisiken existieren an den Standorten Qualitätsmanagementsysteme, die eine Einhaltung und Erfüllung der vorgegebenen Standards sicherstellen.

Die Melitta Group hat einen kontinuierlichen Bedarf an Fach- und Führungskräften. Risiken ergeben sich durch eine Verknappung verschiedener Gruppen von Arbeitskräften am Arbeitsmarkt und eine dadurch verursachte zeitlich verzögerte Nachbesetzung von Stellen. Die Gruppe agiert daher mit einer internen Nachwuchsförderung sowie einer systematischen Ausbildung und Personalentwicklung. Neben der dualen Berufsausbildung sorgt das internationale Traineeprogramm dafür, dass Mitarbeitende im Unternehmen ausgebildet werden. Des Weiteren werden Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und -erhaltung angeboten.

Die Geschäftsprozesse der Melitta Group werden durch leistungsfähige und moderne IT-Systeme unterstützt. Wie alle Unternehmen ist auch die Melitta Group dem in den letzten Jahren signifikant angestiegenen Risiko eines Cyber-Angriffs ausgesetzt. Zur Vermeidung von Störungen legt die Gruppe besonderes Gewicht auf die Hard- und Software-Landschaft, auf die Integrität und die Sicherung der Datenbestände sowie auf die Steuerung der Zugriffsberechtigungen. Die zuverlässige technische Absi-

cherung der Daten wird durch konsequente Aufklärung und Schulung der Belegschaft in vielfältiger Weise ergänzt.

Die Überwachung und Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken erfolgt durch das Konzern-Treasury. Zur Absicherung konkreter Risiken aus bestehenden oder absehbaren Grundgeschäften werden bei Bedarf Währungs- und Zinssicherungsinstrumente (Optionsgeschäfte, Swap- und Termingeschäfte sowie Zinsderivate) eingesetzt. Liquiditätsrisiken und Risiken aus Zahlungsstromschwankungen begegnet die Unternehmensgruppe durch eine lokale und konzernübergreifend fortlaufende Liquiditätsplanung sowie eine ausreichende Liquiditätsvorsorge.

Den allgemeinen Risiken stehen auch Chancen gegenüber. Sie ergeben sich für die Gruppe im Besonderen mit der Erschließung von Marktpotenzialen durch eine weitere Ausdehnung der internationalen Präsenz sowie durch den zunehmenden Bekanntheitsgrad der Marken der Gruppe und einer zunehmenden Investitionsneigung bei gewerblichen Kaffeemaschinen.

Finanz- und ertragswirtschaftliche Chancen mit einer positiven Abweichung der geplanten Umsatz- und Ergebnisentwicklung ergeben sich bei zusätzlichen Verkäufen, bei rückläufigen Rohstoffpreisen und günstigeren Wechselkursentwicklungen.

Unser Risikomanagementsystem haben wir in 2021 um Nachhaltigkeitsrisiken erweitert und leiten aus den

definierten Risiken integrierte Strategien und Prozesse zur Risikovermeidung und -minderung ab. Die ganzheitliche Integration von Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft und die abgeleiteten Maßnahmen dienen, zusätzlich zu der Reduktion bestehender oder erwarteter Risiken wie z. B. den Auswirkungen des Klimawandels, darüber hinaus auch der Generierung weiterer Chancen in unseren Märkten, z. B. durch das Angebot innovativer nachhaltiger Produkte.

Die Gesamtrisiko- und -chancenlage hat sich im Vergleich zum Vorjahr vor dem Hintergrund der o. g. Erläuterungen nur unwesentlich verändert, wenngleich Risiken aus der Verfügbarkeit von Materialien und Vorprodukten sowie die anhaltende Erhöhung von Material- und Rohstoffpreisen sich gegenüber dem Vorjahr zunehmend bemerkbar machen. Für die Melitta Group liegt keine Bestandsgefährdung vor.

PROGNOSEBERICHT

Die wirtschaftlichen Aktivitäten der Melitta Unternehmensgruppe erstrecken sich im Wesentlichen auf die Länder in der EU, Brasilien, USA/Kanada und Asien. Für das Jahr 2023 geht der Internationale Währungsfonds in seiner Prognose vom Februar 2023 von einem reduzierten Wachstum der Wirtschaftsleistung von nur 0,7 % für den Euroraum, 1,4 % für die USA und 1,2 % für Brasilien aus. Für den globalen Kaffeemarkt wird ein Volumenanstieg von insgesamt 1–2 % erwartet.

Für 2023 sehen wir auch als Folge des noch immer andauernden Russland-Ukraine-Konfliktes anhaltende volkswirtschaftliche Herausforderungen, die sich auf unsere Geschäftsentwicklung auswirken werden. Hervorzuheben sind dabei die Preisentwicklungen in den Beschaffungsmärkten, das eingetrübte Konsumklima bei hoher Inflation und die immer noch nicht störungsfrei funktionierenden Lieferketten. Wir gehen diese Herausforderungen mit einem sorgfältigen Management der Deckungsbeiträge, mit einem hohen Bewusstsein für Kosteneffizienz sowie einer risikobewussten

Haltung bei Investitionen an. Gleichwohl setzen wir unsere Strategie der Internationalisierung, der Innovation, der Nachhaltigkeit und der Digitalisierung fort, um die vielen Chancen, die wir zur Weiterentwicklung unserer Unternehmensgruppe sehen, verstärkt zu ergreifen.

Unter diesen Annahmen gehen wir von einer leichten Umsatzsteigerung, einer leichten Steigerung des EBITs und einer erhöhten Verzinsung des netto gebundenen Kapitals für das Gesamtjahr 2023 aus. Die Nettofinanzverschuldung erwarten wir auf einem Niveau von 250 – 275 Mio. € und insgesamt für die Gruppe eine erneut gute Bilanzqualität und stabile Finanzlage. Mit dem für 2023 zu erwartenden Free Cash-Flow und den verfügbaren Kreditlinien ist die Finanzierung von Investitionen in Sachanlagen, in unsere Geschäfte und das Working Capital gesichert.

Minden, am 20. April 2023

KONZERN- BILANZ

MELITTA UNTERNEHMENSGRUPPE BENTZ KG
zum 31.12.2022 (Kurzfassung)

AKTIVA in Tsd. €	31.12.2022	31.12.2021
Immaterielle Vermögensgegenstände	155.439	122.617
Sachanlagen	283.749	273.075
Finanzanlagen		
– Anteile an verbundenen Unternehmen	1.009	43.516
– Beteiligungen	4.578	4.578
– Übrige Finanzanlagen	2.576	3.008
Anlagevermögen	447.351	446.794
Vorräte	375.634	326.524
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
– Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	338.128	331.959
– Übrige Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	46.527	38.059
Wertpapiere	0	39
Bankguthaben, Schecks	118.617	143.503
Umlaufvermögen	878.906	840.084
Übrige Aktiva	37.667	38.247
AKTIVA GESAMT	1.363.924	1.325.125

PASSIVA in Tsd. €	31.12.2022	31.12.2021
Eigenkapital	323.702	307.096
Pensionsrückstellungen	176.045	178.401
Übrige Rückstellungen	148.704	159.528
Rückstellungen	324.749	337.929
Bankverbindlichkeiten	361.452	379.433
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	247.110	220.175
Übrige Verbindlichkeiten	92.174	67.926
Verbindlichkeiten	700.736	667.534
Rechnungsabgrenzungsposten	14.737	12.566
PASSIVA GESAMT	1.363.924	1.325.125

1.363,9

AKTIVA

PASSIVA

Anlagevermögen Immaterielle Vermögensgegenstände	155,4	323,7	Eigenkapital
Sachanlagen	283,7		
Finanzanlagen	8,2	176,0	Rückstellungen Pensionsrückstellungen
Umlaufvermögen Vorräte	375,6	148,7	Übrige Rückstellungen
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	384,7	361,5	Verbindlichkeiten Bankverbindlichkeiten
Wertpapiere Bankguthaben Schecks	118,6	247,1	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
Übrige Aktiva	37,7	92,2	Übrige Verbindlichkeiten
		14,7	Rechnungsabgrenzungsposten

Vermögenswerte

Eigenkapital und Verbindlichkeiten

1.325,1

AKTIVA

PASSIVA

Anlagevermögen Immaterielle Vermögensgegenstände	122,6	307,1	Eigenkapital
Sachanlagen	273,1		
Finanzanlagen	51,1	178,4	Rückstellungen Pensionsrückstellungen
Umlaufvermögen Vorräte	326,5	159,5	Übrige Rückstellungen
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	370,0	379,4	Verbindlichkeiten Bankverbindlichkeiten
Wertpapiere Bankguthaben Schecks	143,6	220,2	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
Übrige Aktiva	38,2	67,9	Übrige Verbindlichkeiten
		12,6	Rechnungsabgrenzungsposten

Vermögenswerte

Eigenkapital und Verbindlichkeiten

ERLÄUTERUNGEN

ZUR KONZERNBILANZ

ALLGEMEINE ANGABEN ZUR BILANZIERUNG

Für die Veröffentlichung im Geschäftsbericht 2022 wurden einzelne Posten des gemäß § 13 PublG in Verbindung mit §§ 294-314 HGB aufgestellten Konzernabschlusses zusammengefasst. Die Melitta Unternehmensgruppe nimmt die Befreiung zur Offenlegung der Gewinn- und Verlustrechnung aus § 13 Abs. 3 Satz 2 PublG in Anspruch. Der mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers versehene Konzernabschluss, Konzernlagebericht und die Angaben nach § 5 Abs. 5 Satz 3 PublG werden im Unternehmensregister offengelegt.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss wurden alle inländischen und ausländischen Unternehmen einbezogen, an denen dem Mutterunternehmen jeweils unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zusteht (§ 290 Abs. 2 Nr. 1 i. V. m. Abs. 3 HGB) bzw. die unmittelbar oder mittelbar unter der einheitlichen Leitung der Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG stehen.

Der Konsolidierungskreis umfasst 75 (Vorjahr 72) Unternehmen, davon 33 deutsche und 42 ausländische Unternehmen. Die Veränderung des Konsolidierungskreises im Geschäftsjahr 2022 betrifft nachfolgende Gesellschaften:

Die Gesellschaften Roast Market GmbH, Frankfurt, Deutschland, Corsino Corsini S.r.L., Badia al Pino (Arezzo), Italien und Melitta Professional Coffee Solutions Canada Inc., Toronto, Kanada wurden zum 1. Januar 2022 erstmals in den Konzernabschluss einbezogen.

Wegen ihrer untergeordneten Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns wurden vier (Vorjahr sieben) Unternehmen nicht konsolidiert. Die Veränderungen betreffen die bereits oben aufgeführten Gesellschaften.

Bei weiteren zwei (Vorjahr zwei) Unternehmen wird trotz eines Anteils von über 20 % kein maßgeblicher Einfluss auf die Geschäfts- und Finanzpolitik durch die Melitta Group ausgeübt, sodass diese nicht als assoziierte Unternehmen einzubeziehen sind.

Wesentliche Beteiligungen werden gem. §§ 311, 312 HGB nach der Equity-Methode bewertet, wenn ein maßgeblicher Einfluss auf die Geschäfts- und Finanzpolitik ausgeübt werden kann. Dies ist bei zwei Unternehmen (Vorjahr zwei) gegeben.

Konsolidierungsmethoden

Der Konzernabschluss wurde auf den 31. Dezember 2022 aufgestellt. Dies ist der Stichtag der Jahresabschlüsse, der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen.

Bei der Kapitalkonsolidierung sind die Anschaffungskosten bzw. Beteiligungsbuchwerte gegen das bilanzierte anteilige Eigenkapital zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung verrechnet. Dabei ermittelte Unterschiedsbeträge werden – sofern sie nicht einzelnen Vermögensposten zugeordnet und mit diesen ergebniswirksam abgeschrieben werden – als Geschäfts- oder Firmenwerte gebildet und in Folgejahren linear über eine Nutzungsdauer von 5-15 Jahren erfolgswirksam abgeschrieben. Die Einschätzung der Abschreibungsdauer erfolgt auf der Grundlage des zukünftigen Nutzens des Geschäfts- oder Firmenwertes.

Beteiligungen an assoziierten Unternehmen werden in der Konzernbilanz nach der Buchwertmethode angesetzt.

Die Schuldenkonsolidierung gemäß § 303 Abs. 1 HGB wurde durchgeführt, ebenso wie die Aufwands- und Ertragskonsolidierung nach § 305 Abs. 1 HGB. Die Eliminierung von Zwischenergebnissen erfolgte nach § 304 Abs. 1 HGB.

Bei ergebniswirksamen und temporären Differenzen aus Konsolidierungsvorgängen wurden latente Steuern unter Anwendung individueller Steuersätze gebildet.

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgte unter Berücksichtigung der Fortführungsprämisse gem. § 252 Abs. 1 Nr. 2 HGB.

Die Einheitlichkeit der Bewertung im Konzern ist durch die Anwendung von Konzernrichtlinien, die für alle Konzerngesellschaften mit Ausnahme der at-Equity einbezogenen Gesellschaften gelten, gegeben. Die angewandten Konzernrichtlinien entsprechen den handelsrechtlichen Vorschriften. Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden bleiben gegenüber dem Vorjahr unverändert.

Immaterielle Vermögensgegenstände sind zu Anschaffungskosten, Sachanlagen zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bewertet; sie werden nach der linearen Methode abgeschrieben. Die Herstellungskosten umfassen neben den direkt zurechenbaren Kosten auch anteilige Gemeinkosten und Abschreibungen. Investitionszuschüsse reduzieren die Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten.

Finanzanlagen werden höchstens zu Anschaffungskosten, ggf. zum niedrigeren beizulegenden Wert, bewertet. Bei dauerhaften Wertminderungen werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen.

Die Bewertung der Vorräte erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten. Bei Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen und Waren werden die durchschnittlichen Einstandspreise oder die niedrigeren Tageswerte angesetzt. Bei den unfertigen und fertigen Erzeugnissen werden die Herstellungskosten unter Einbeziehung von angemessenen Teilen der notwendigen Gemeinkosten und der Abschreibungen ermittelt. Die Herstellungskosten werden entsprechend verringert, soweit dies zu einer verlustfreien Bewertung not-

wendig ist. Für Bestandsrisiken aus der Vorratshaltung werden Abwertungen vorgenommen.

Geleistete Anzahlungen auf Vorräte, Forderungen, sonstige Vermögensgegenstände und liquide Mittel sind zum Nennwert bewertet, soweit nicht bei Währungspositionen der niedrigere Kurs des Bilanzstichtags oder ggf. der niedrigere beizulegende Wert anzusetzen ist. Zur Berücksichtigung allgemeiner Kreditrisiken bestehen Pauschalwertberichtigungen.

Rechnungsabgrenzungsposten werden nach den Vorschriften des § 250 HGB gebildet.

Aktive und passive latente Steuern werden gemäß § 306 HGB auf ergebniswirksame Konsolidierungsbuchungen gebildet. Es wurden darüber hinaus aktive latente Steuern für mit hinreichender Wahrscheinlichkeit nutzbare steuerliche Verlustvorträge und für zeitliche Buchungsdifferenzen zwischen der Handels- und Steuerbilanz (in den Posten Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Rückstellungen und Verbindlichkeiten) gebildet, nach Verrechnung mit passiven latenten Steuern. Für die Bewertung der latenten Steuern wurden die individuellen Steuersätze der in den Konzernabschluss einbezogenen verbundenen Gesellschaften berücksichtigt (12 – 34 %).

Gem. § 246 Abs. 2 HGB wurden die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Vermögensgegenstände (Deckungsvermögen) mit Rückstellungen für Altersteilzeitverpflichtungen verrechnet. Ein etwaiger durch die Vermögensverrechnung entstandener Aktivüberhang wird in der Bilanz als aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung ausgewiesen.

Kommanditanteile werden zum Nennwert bewertet.

Pensionsrückstellungen werden nach der Anwartschaftsbarwertmethode ermittelt. Die Bewertung

der Pensionsrückstellungen erfolgte unter Anwendung eines Zinssatzes von 1,79 % (Vorjahr 1,87 %) zum 31. Dezember 2022. Nach Maßgabe der Vereinfachungsregel des § 253 Abs. 2 Satz 2 HGB wurde eine pauschale Restlaufzeit der Verpflichtungen von 15 Jahren unterstellt. Zukünftig erwartete Rentensteigerungen wurden mit 1,5 % p. a. berücksichtigt. Darüber hinaus zu berücksichtigende biometrische Rechnungsgrundlagen (u. a. Sterbetafel RT 2018 G) und sonstige Rechnungsgrundlagen zur Ermittlung des anzusetzenden Erfüllungsbetrages wurden bei den einbezogenen deutschen Gesellschaften einheitlich berücksichtigt. Die Pensionsrückstellungen ausländischer Gesellschaften wurden zum 31. Dezember 2022 mit einem Zinssatz von 1,79 % und individuellen Annahmen zu Lohn- und Gehalts- sowie Rentensteigerungen und biometrischen Annahmen nach der Anwartschaftsbarwertmethode berechnet.

Unter Inanspruchnahme des Wahlrechts nach Art. 67 Abs. 1 Satz 1 EGHGB wird der sich aus der Änderung der Rückstellungsbilanzierung nach §§ 249 Abs. 1 Satz 1, 253 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 HGB durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) ergebende Zuführungsbetrag über den Höchstzeitraum von 15 Jahren gleichmäßig verteilt.

Die übrigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften in Höhe des jeweiligen Erfüllungsbetrages. Rückstellungen mit Restlaufzeiten von über einem Jahr wurden nach Maßgabe des § 253 Abs. 2 HGB angesetzt.

Mit hoher Wahrscheinlichkeit erwartete Transaktionen (Grundgeschäfte) werden zum Ausgleich von gegenläufigen Wertänderungen oder Zahlungsströmen aus dem Eintritt vergleichbarer Risiken bei Vorliegen der entsprechenden Voraussetzungen mit derivativen Finanzinstru-

menten zu Bewertungseinheiten zusammengefasst. Die bilanzielle Abbildung dieser Bewertungseinheiten erfolgt anhand der Einfrierungsmethode. Die sich ausgleichenden positiven und negativen Wertänderungen werden ohne Berührung der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Der Bewertung der Finanzinstrumente liegen allgemein anerkannte Bewertungsmodelle und mathematische Verfahren auf der Basis aktueller Marktdaten zugrunde.

Die Verbindlichkeiten sind mit ihren jeweiligen Erfüllungsbeträgen passiviert.

Aufwandszuschüsse sind nach Maßgabe der Verrechnung des Aufwands, zu dessen Deckung der Zuschuss dient, erfolgswirksam erfasst.

Währungsumrechnung

Die in fremder Währung aufgestellten Jahresabschlüsse der einbezogenen Tochtergesellschaften werden nach der modifizierten Stichtagsmethode umgerechnet. Dies bedeutet, dass die Bilanzposten in fremder Währung zum Euro-Referenzkurs der EZB am Abschlussstichtag und die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung zu Durchschnittskursen des Jahres 2022 umgerechnet werden. Anteile an verbundenen Unternehmen, das gezeichnete Kapital und Rücklagen werden zum historischen Kurs umgerechnet und daraus entstehende Wertunterschiede erfolgsneutral im Eigenkapital verrechnet. Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten sind zum Euro-Referenzkurs der EZB am Abschlussstichtag umgerechnet, sofern keine Sicherungsgeschäfte bestehen.

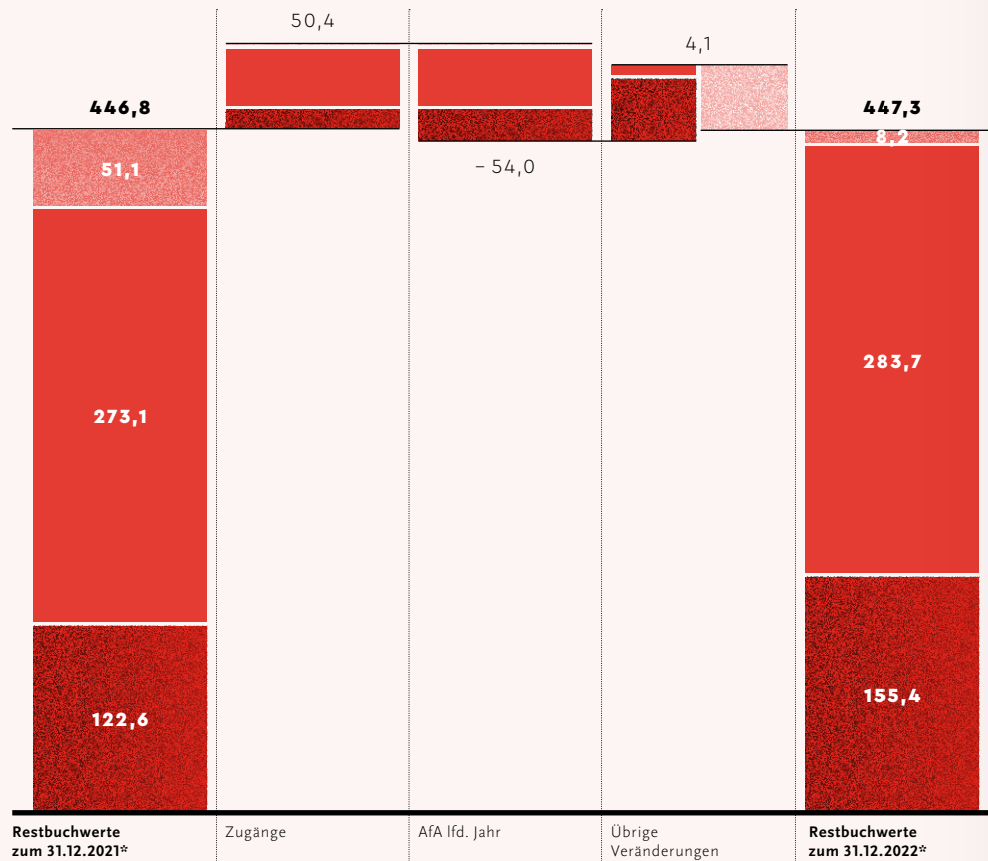
Die Durchschnittskurse werden anhand der einfachen Durchschnittsberechnung auf Basis der täglichen EZB-Fixingkurse ermittelt.

Die Türkei wurde im Laufe des Jahres 2022 als Hochinflationsland eingestuft. Für unsere Tochtergesellschaft Ilmak Makina Sanayi Ticaret AS, Istanbul, Türkei erfolgte die Inflationsbereinigung durch Indexierung des auf dem Anschaffungskostenprinzip beruhenden und in der Landeswährung aufgestellten Jahresabschlusses erstmalig für das Geschäftsjahr 2022. Die inflationsbedingten Auswirkungen auf den Vermögens- und Erfolgsausweis wurden in der Handelsbilanz II vor Übernahme in den Konzernabschluss gemäß DRS 25 bereinigt. Die Währungsumrechnung im Konzern erfolgte sowohl für die Posten der Bilanz als auch für die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung zum Stichtagskurs.

Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Schuldenkonsolidierung werden erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen bzw. sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst. Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Zwischenergebniseliminierung werden erfolgswirksam in den Bestandsveränderungen erfasst.

ENTWICKLUNG
ANLAGEVERMÖGEN in Mio. €

Das Anlagevermögen steigt um 30 Mio. €, insbesondere aufgrund der Mehrheitsübernahmen an der Roast Market GmbH und der Corsino Corsini S.r.L.



Finanzanlagen
 Sachanlagen
 Immaterielle Vermögensgegenstände

ANLAGEVERMÖGEN in Tsd. €

	Restbuchwerte zum 31.12.2022*	Restbuchwerte zum 31.12.2021*	Zugänge	AfA lfd. Jahr	Übrige Veränderungen
Immaterielle Vermögensgegenstände	155.439	122.617	12.636	20.802	40.988
Sachanlagen					
– Grundstücke u. Gebäude	110.399	110.824	2.065	5.805	3.315
– Anlagen u. Maschinen	119.424	121.651	9.757	20.757	8.773
– Übrige Sachanlagen	53.926	40.600	25.711	6.616	-5.769
	283.749	273.075	37.533	33.178	6.319
Finanzanlagen					
– Anteile verb. Unternehmen	1.009	43.516	72	0	- 42.579
– Beteiligungen	4.578	4.578	0	0	0
– Übrige Finanzanlagen	2.576	3.008	181	30	- 583
	8.163	51.102	253	30	- 43.162
	447.351	446.794	50.422	54.010	4.145

* Differenzen aus Währungsumrechnung zu Stichtagskursen im Anlagevermögen und anderen Vermögensgegenständen werden erfolgsneutral mit dem Eigenkapital bzw. den korrespondierenden Passivposten verrechnet.

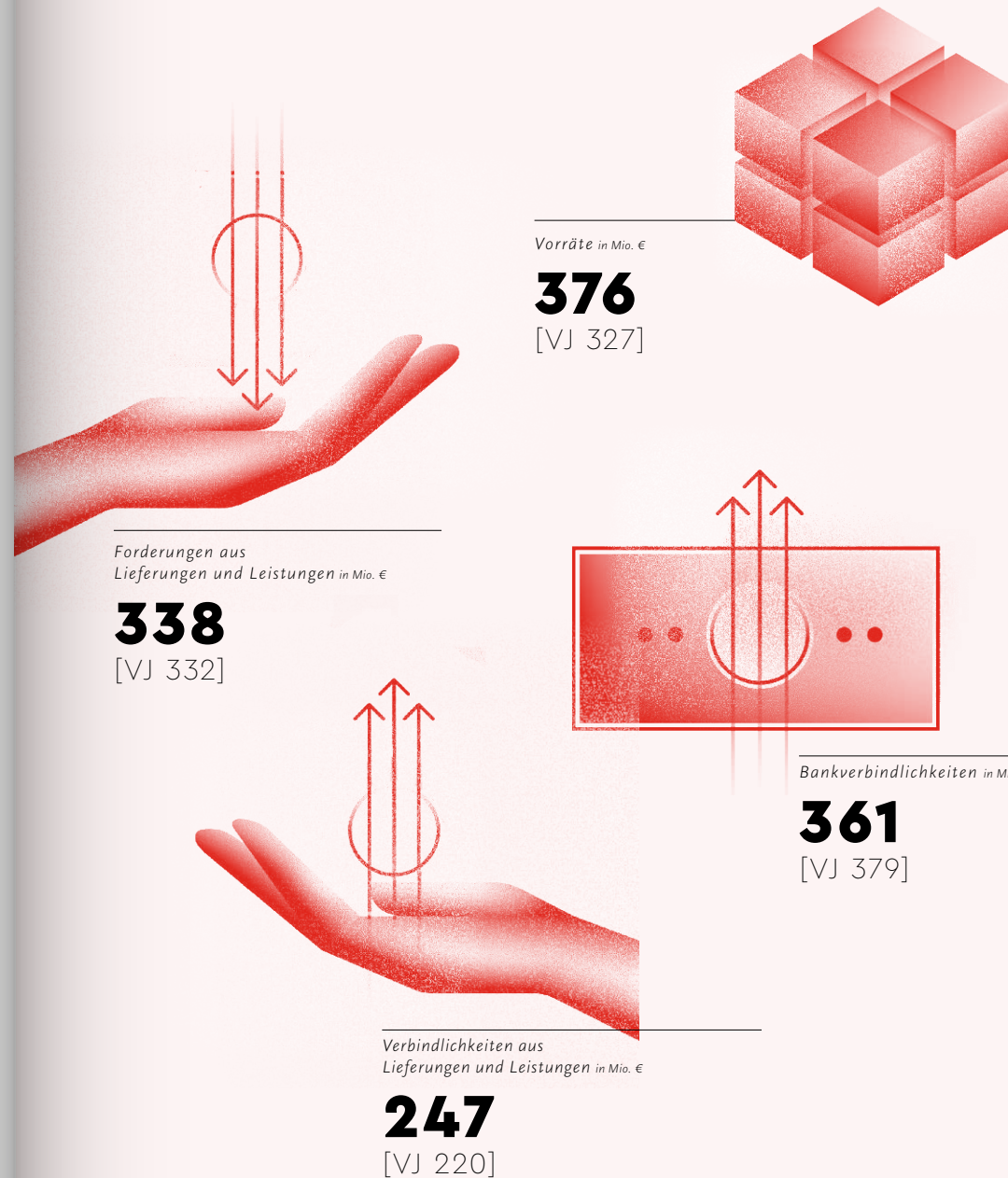
AUSGEWÄHLTE

BILANZPOSITIONEN *in Mio €*

Der Anstieg im Net Working Capital ist insbesondere auf das Vorratsvermögen zurückzuführen, welches sich im Wesentlichen infolge der allgemeinen Rohstoffpreisentwicklung erhöht. Die Bankverbindlichkeiten konnten gegenüber dem Vorjahr reduziert werden.

	Nordamerika	Südamerika	Europa	Asien-Pazifik
Vorräte	30,5	25,6	293,5	26,0
<i>Vorjahr</i>	27,1	26,1	250,7	22,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	42,0	35,2	245,7	15,2
<i>Vorjahr</i>	18,8	35,4	259,6	18,1
Bankverbindlichkeiten	0,1	0	361,3	0,1
<i>Vorjahr</i>	0,4	0	379,0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	36,1	22,0	185,6	3,4
<i>Vorjahr</i>	7,4	25,9	181,6	5,2

Minden, im März 2023
Die persönlich haftenden Gesellschafter
der Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG



Ein bewusster Umgang mit Ressourcen und wohl durchdachte Prozesse gelten für alles, was wir tun – auch für die Produktion unseres Jahresberichtes. Unser Ziel war es, ein ausgewogenes Verhältnis von Umweltauswirkungen, Produktnutzen und Wirksamkeit zu schaffen. Die absolute Priorität lag auf der ökologisch sinnvollsten Produktion. Wir haben Inhalte neu strukturiert, verteilt und adaptiert, sodass sich Print- mit Online-Bericht optimal ergänzen bzw. ineinandergreifen und vielfältige Erlebnisse für unsere Stakeholder ermöglichen. Das ist für uns nachhaltig wirksame Kommunikation.

Für ein wertiges Ergebnis ist die sorgfältige Auswahl und der durchdachte Umgang mit den eingesetzten Ressourcen ausschlaggebend. Papier bleibt als nachwachsender Rohstoff ein Schlüsselfaktor bei der Herstellung nachhaltiger Druckerzeugnisse. Der Innenteil dieses Berichts besteht zu 100 % aus Hanfpapier, einer nachhaltigen Alternative zu Papier aus Holzfasern. Hanf wächst nicht nur sehr viel schneller als Bäume (bis zu vier Meter pro Jahr), sondern kann auch dreimal im Jahr geerntet werden, Bäume nur alle sieben Jahre. Das Papier wurde am Tegernsee in Deutschland unter höchsten Umweltstandards im Hinblick auf den Verbrauch von Wasser, Rohstoffen und Strom sowie den Umgang mit Abfall entwickelt und produziert. Für die Cover und die Umverpackung haben wir 100 % Altpapier ausgesucht (Zertifikat „Blauer Engel“). Alles, was nach der Fertigstellung der Printberichte übrig bleibt sowie Makulatur, geht zurück in den Wertstoffkreislauf.

Der Geschäftsbericht ist auch in diesem Jahr in enger Kooperation mit einer Umweltdruckerei entstanden. Auf Basis eines – nach ISO 9001:2015 – zertifizierten Qualitätsmanagementsystems wird dort nachhaltiges Denken

und Handeln praktiziert – von der Fertigung bis zur Logistik. So werden z. B. prozesslose Druckplatten verwendet und der gesamte Herstellungsprozess wird mit Strom aus eigenen, regenerativen Energiequellen ins Stromnetz eingespeist und für die Produktion 100 % Ökostrom bezogen.

Es wurden ausschließlich ökologische Farben verarbeitet, die eine hervorragende Deinkbarkeit aufweisen. Die Ausgangsmaterialien und Bindemittel dieser Farbgeneration werden, bis auf die Farbpigmente, auf Basis nachwachsender Rohstoffe hergestellt. Sie haben eine außergewöhnlich schöne Farbbrillanz und sind geruchsarm.

Unvermeidbare CO₂-Emissionen werden gemeinsam mit dem Zukunftswerk eG (CLIMATELINE) im Rahmen des Aufforstungsprojekts „Maisa REDD+“ vollständig kompensiert. Das Projekt trägt zum Erhalt des Waldes im brasilianischen Amazonasgebiet bei – und damit auch zum Schutz von Pflanzen und Tieren, die vom Aussterben bedroht sind. Neben der ökologischen Nachhaltigkeit orientiert sich das Unternehmen an den Werten der Gemeinwohlökonomie (GWÖ). Weitere Informationen unter www.climateline.org

Unser Printbericht – so hoffen wir – ist ein inspirierendes Statement für nachhaltige Produktion und bringt auch in dieser Form unsere Werte und unser Selbstverständnis für eine verantwortungsvolle Wirtschaftsweise zum Ausdruck. Mit dieser kurzen Beschreibung am Ende jedes Melitta Group Jahresberichtes wollen wir unsere Erfahrungen teilen, sensibilisieren und inspirieren. Die Wertschätzung für ein Produkt steigt mit dem Wissen um dessen sorgfältige Entstehung.



For Gmund Paper



Herausgegeben von der Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG

Redaktion Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit und Zentralbereich Finanzen / Marienstraße 88, 32425 Minden / +49 571 40 46 – o / pr@melitta.de / Konzept und Gestaltung klee.steinberger, München / Text COMMPARK GmbH, Liederbach am Taunus / Druck und Verarbeitung deVega Medien GmbH, Augsburg //

© 2023 Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG

Melitta®