

raport zrównoważonego rozwoju. 2022 2023



„fritz-kola oznacza otwartość, różnorodność i tolerancję – wartości, które charakteryzują nasze wspólne życie i są obecnie zagrożone bardziej niż kiedykolwiek. Naziści i populści nie są alternatywą, nienawiść i przemoc to nie protest. Wierzę, że wszyscy ci w polityce, społeczeństwie i biznesie, którzy są nastawieni na demokrację, mają obowiązek słuchać obywateli z całego demokratycznego spektrum i wspólnie rozwiązywać problemy w taki sposób, aby sily antydemokratyczne nie miały szans. Chcemy pomóc w kształtowaniu naszego społeczeństwa, dlatego jesteśmy zaangażowani w otwarte i demokratyczne wspólne życie, czyste środowisko i pomoc ludziom, którzy zmagają się z ubóstwem i bezdomnością.”

mirco wolf wiewert, założyciel eco

Oczy otwartel Oto nasz nowy raport dotyczący zrównoważonego rozwoju w latach 2022 i 2023, który daje wgląd w to, co osiągnęliśmy w ciągu ostatnich dwóch lat, aby uczynić dobre rzeczy jeszcze lepszymi. Zanim zaczniemy, przyjrzyjmy się szybko temu, co się wydarzyło we fritz-koli – bo wiele dzieje się także w naszej firmie.

Naszą kole można już pić od wybrzeży Atlantyku w Portugalii po Morze Bałtyckie w Estonii. A ponieważ dobre rzeczy nie znają granic, nasze produkty można znaleźć w coraz większej liczbie krajów europejskich. Pod koniec 2023 roku stworzyliśmy nawet naszą pierwszą międzynarodową lokalizację w Wiedniu – a tym samym stary dom dla naszego austriackiego zespołu. Aby dobrze zaprezentować się na przyszłość, w 2023 roku sprowadziliśmy wielu nowych pracowników: Florian Wehns, jako Co-CEO oraz dyrektor zarządzający, wraz z naszym założycielem i CEO Mirco Wolfem Wiewerterem, kierując internacjonalizacją. Będą mocno wspierani przez Moritza Sohlera, który również jest nowy na pokładzie. Jako Commercial Director Europe odpowiada za wszystkie rynki poza granicami Niemiec.

1. kola prezentuje postawę.

opowiadamy się za tolerancją.

Bez odpowiedniego wsparcia istnieje ryzyko regresu. Dlatego prowadzimy kampanie na rzecz demokratycznego społeczeństwa. Wraz z naszymi partnerami nieustannie jasno i głośno opowiadamy się za tolerancyjnym światem na ulicach i w Internecie.

podróżujemy razem, autobusem lub pociągiem – nasze wzwanie do różnorodności wraz z berliner verkehrsbetriebe.

Kiedy każdy myśli tylko o sobie, to w zasadzie nie ma już miejsca na szacunek i uwagę. Wiadć to w wielu obszarach – w tym w transporcie publicznym, gdzie ludzie lubią rozpychać się lokami o najlepsze miejsca. Wraz z Berliner Verkehrsbetriebe (berlińskim przewoźnikiem publicznym), latem 2023 r. wzwaliśmy ludzi do walki o różnorodność. Centralnym punktem kampanii była specjalna edycja fritz-kola x BVG, dostępna w wybranych sklepach Späti w Berlinie i zawierająca odwołanie „Serce Różnorodność” w kultowym wzorze poduszki fotela BVG. Przyczepiając je do kurtki, plecaka lub innych osobistych przedmiotów, takich jak laptop lub telefon komórkowy, każdy miał możliwość wyraźnego podkreślenia swojego stanowiska.

Nasz apel z 2022 r. przeciwko skrajnej prawicy - „to the right, please exit” („na prawo, proszę wyjść”) - był również skierowany przeciwko ograniczeniom rozmówkani i rasizmowi. Wraz z inicjatywą EXIT Deutschland i TSV 1860 Munich prowadziliśmy kampanie na rzecz zniechęcenia ludzi, którzy chcieli dotyczyć do radykalnej prawicy. Kampania umieszczona na stadionie i w jego okolicach, a także na środkach transportu publicznego, została nominowana do nagrody PR Report Award.



stylowa pewność siebie wbrew uprzedzeniom – nasza kolekcja z marką modową habibi.

To materiał, z którego utkane są marzenia o bardziej tolerancyjnej przyszłości. Latem 2023 roku połączyliśmy siły z hamburską marką Habibi, aby stworzyć kolekcję, która wyraża jasne stanowisko wobec uprzedzeń. Kolekcja streetwearowa przenosi arabskie pismo na niemieckie ulice i stanowiła deklarację na rzecz większej otwartości – ze stylem przeciwko stygmatyzacji. Dodatkowo zwróiliśmy uwagę na kampanię sklepem pop-up.

głośniej dla wielu dobrych rzeczy.

Wiele osób chce zaangażować się społecznie, ale nie wie, jak to zrobić. Dzięki naszej kampani pod hasłem „Mund auf für Toleranz” pomogliśmy im to zrobić w 2023 roku: kupując nasze promocyjne butelki, mieli szansę wygrać bilet na festiwal lub możliwość uruchomienia automatycznej dawki wody na rzecz jednej z trzech organizacji pozarządowych, które są zaangażowane w wolne i otwarte wspólne życie. Wśród nich: inicjatywa non-profit Start with a Friend e.V., inicjatywa edukacyjna GermanDream i ENAR, Europejska Sieć przeciwko Rasizmowi. Nie zawsze trzeba robić wielkie gesty, czasem duży łk tylko w szczytnym celu jest wystarczający – jak uduwnożnić to 111.111.111 euro, które udało nam się zebrać oraz ponad 15 milionów wyświetleń podczas kampanii.

wyrwaliśmy bundeslag z leńiego snu.

W 2022 r. w dzielnicy rządowej zabrzmieli polityczne kotyśanki, aby obudzić Bundestag z letniej przerwy. Dzięki tym streamom zebrałmy ponad 11 000 euro na rzecz inicjatywy Brand New Bundestag. Inicjatywam zasłużyła na nagrodę: nasz #Keinschlaflieder zdobył brąz na ADC 2023.



2. kola chroni srodowisko.

sprawa jest jasna: pełne szkło zamiast plastiku.

Jesteśmy zalewani plastikami, a przemyśl napojów pogarsza tę sytuację produkując miliardy plastikowych butelek rocznie. Nie gładzamy się na to i od samego początku konsekwentnie stawiamy na szkło wielokrotnego użytku. Zaleta: nasze butelki mogą być napełniane do 50 razy i w 100% poddawane recyklingowi bez utraty jakości.

Jednak udamy i zrównoważony system wielokrotnego użytku – i niezbędna zmiana systemu w branży napojów – są możliwe tylko poprzez zwiększenie kaucji z 8 do 25 centów. Przedstawiając tę propozycję, zaangażowaliśmy w dyskusję cały przemysł. Jest to szczególnie ważne, ponieważ musimy współpracować, aby osiągnąć cel.

Nawet na arenie międzynarodowej nigdy nie odlegamy od szkła i używamy tylko butelek wielokrotnego użytku, chyba że lokalne systemy kaucji, struktury i odległości uniemożliwiają zwrot pustych opakowań. W ciągu ostatnich dwóch lat zapetrzaliśmy naszych importerów w 12 krajach wyłącznie w produkty wielokrotnego użytku.

Aby zwiększyć tę liczbę w przyszłości, zobowiązujemy się do tworzenia systemów kaucji dla opakowań wielokrotnego użytku w różnych krajach, na przykład w Polsce lub za pomocą własnej kampanii plakatuowej w Austrii. Aby uzyskać jeszcze większy zasięg, wspólnie z innymi europejskimi działaczami założyliemy New European Reuse Alliance (New ERA). Celem jest rezygnacja ze społeczeństwa produkującego śmieci na rzecz przyszłości opartej na obiegu zamkniętym.

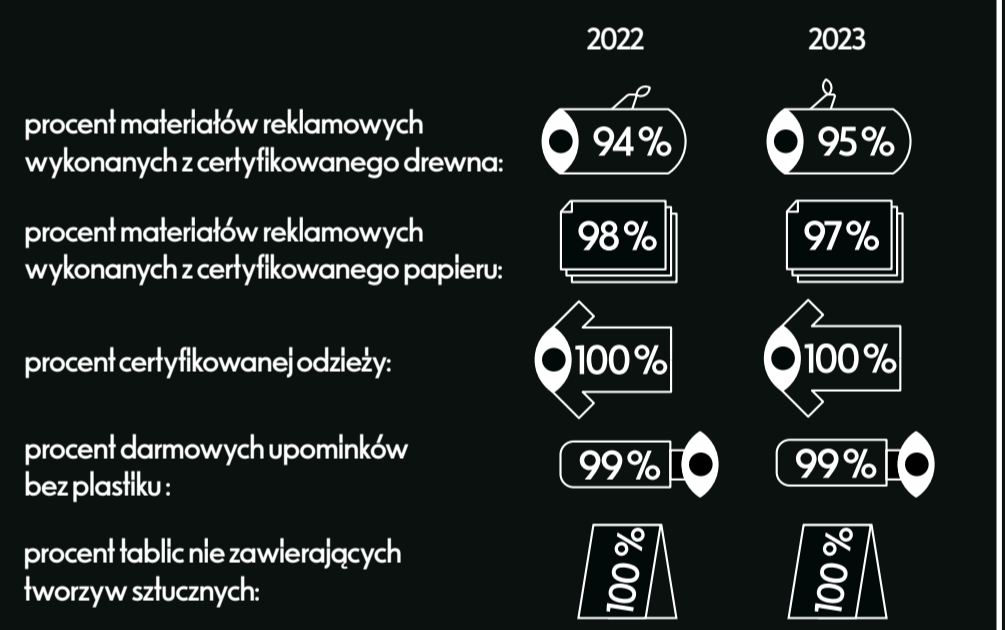
(p)raise our glass: nagrody za nasz nowy system szkła wielokrotnego użytku w essenburgu.

Szkło wielokrotnego użytku to droga do zwycięstwa. Świadczy o tym również nasza wysocę wydajna rozlewnia, którą stworzyliśmy wraz z naszym partnerem, Franken Brunnen w 2022 roku w Ellenburgu pod Lipskiem, i która zdobyła dwie nagrody: Reusable Innovation Award od Deutsche Umwelthilfe (DUH) oraz nagrodę Stiftung Initiative Mehrweg. To w pełni zastosowane nagrody – dzięki nowej technologii wytwórnia oszczędza między innymi 75% wody.

Nasza firma została również nominowana do Niemieckiej Nagrody Ochrony Środowiska i Niemieckiej Nagrody Zrównoważonego Rozwoju. W tym ostatnim byłśmy jedyną firmą zajmującą się produkcją coli i lemoniady, która dotarła do finału w kategorii „Napoje”.

Staramy się, aby nasza sieć produkcyjna była jak najbardziej wydajna i elastyczna. Z tego powodu na koniec 2023 roku zmniejszyliśmy liczbę rozlewni, z którymi współpracujemy. Dzięki czterem lokalizacjom w Wagenfeld (Dolna Saksonia), Gústrow (Meklemburgia-Pomorze Przednie), Sersheim (Badenia-Wirtembergia) i Ellenburg (Saksonia) a także centrum logistycznym w Unterschleißheim (Bawaria), zapotrujemy klientów w zakresie od zapotrzebowania. Skracamy również trasy transportowe naszych butelek o pojemnościach 0,33 i 0,5 litra, ponieważ dzielimy je także z innymi producentami. Dzielenie się jest wyrazem troski o środowisko. Nasze małe butelki o pojemności 0,2 litra są dostępne wyłącznie w sektorze gastronomicznym i niemal nie wymagają segregacji.

Nie chcemy dodawać kolejnych śmiej do sterty odpadów. Dlatego w ciągu ostatnich dwóch lat zwiększyliśmy udział zrównoważonych materiałów reklamowych, a teraz oferujemy o wiele więcej produktów, które są trwałe, nadające się do recyklingu, certyfikowane i wolne od plastiku – zgodnie z naszymi wewnętrznymi wytycznymi dotyczącymi materiałów reklamowych. Osiągnęliśmy nasz nadrzędny cel, jakim jest w 95% zrównoważone reklamy we wszystkich kategoriach. Od 2022 r. osiągnęliśmy już cel 100% dla odzieży i tablic kredowych.

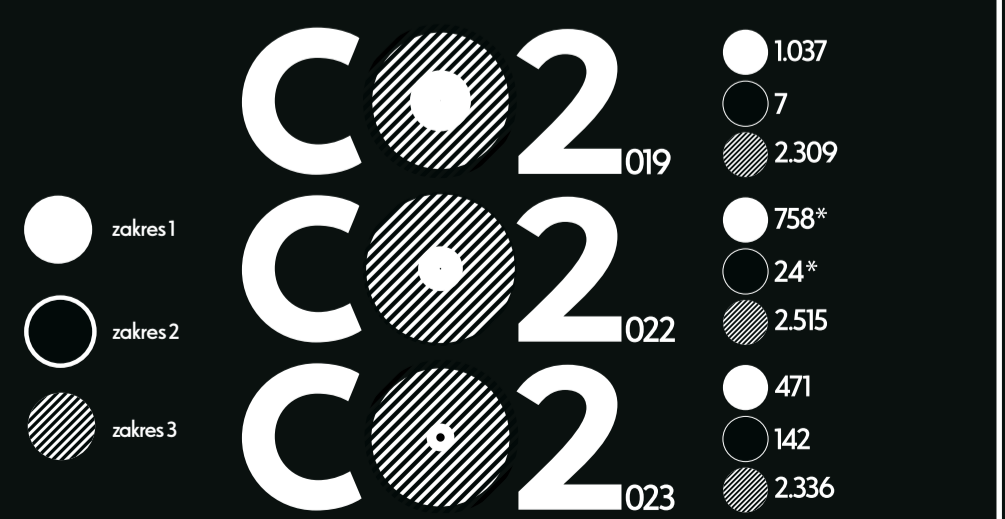


zmniejszenie emisji: pozostawiamy po sobie niewielki ślad

Czasami negatyw może być pozytywny – nasz wpływ na środowisko zmniejszył się już kilkakrotnie w wielu obszarach. Powiększając naszą e-flotę udato nam się zmniejszyć nasz ślad o 54,5% w porównaniu z 2019 r. Podajemy poziom emisji generowanych w związku z energią elektryczną dla naszych samochodów elektrycznych w Zakresie 2, który odpowiednio wzrósł. Retrospektywnie skorygowaliśmy dane za rok 2022. W Zakresie 3 konwersja kolejnych rozlewni na zieloną energię elektryczną spowodowała spadek o 7% w porównaniu z 2022 r. Jednak, od 2019 roku wzrosły one w związku z naszym rozwojem. Od 2019 roku obliczamy emisję gazów cieplarnianych w ekwiwalentach CO2 (CO2e). W 2021 roku dołączyliśmy do inicjatywy Science Based Targets i tym samym zobowiązaliśmy się do osiągnięcia celu ONZ - 1,5°C. Do 2030 r. ograniczymy emisję z Zakresu 1 i 2 o 46% (w porównaniu z 2019 r.) oraz zmierzamy i ograniczymy emisję z Zakresu 3. Przekształcając naszą flotę na e-samochody, jesteśmy bardzo blisko osiągnięcia naszego celu. Do 2025 roku dążymy również do:

- zmniejszenia zużycia wody, ciepła i energii elektrycznej na butelkę o 20% (obecnie -17,5%, +11% i +11%),
- zwiększenia ilości certyfikowanych surowców organicznych (nie wtł czej cukru) do 90%,
- udziału ponad 95% materiałów reklamowych zgodnych ze zrównoważonym rozwojem we wszystkich kategoriach, jak również
- oszczędzenia zrównoważonej energii w 100% (e-mobilność, transport publiczny/transport dalekiego zasięgu, rower).

nasz ślad klimatyczny (w t co2e)



*Skorygowaliśmy dane za 2022 rok w porównaniu z naszą aktualizacją raportu dotyczącego zrównoważonego rozwoju opublikowanego w 2023 roku. Celem jest eksploracja naszej floty elektrycznej w odniesieniu do zakupionej energii (zakres 2), a nie do floty pojazdów (zakres 3). Skorygowaliśmy również dane dotyczące zużycia energii w naszym biurze. Powodem jest to, że początkowo pracowaliśmy na podstawie ekstrapolacji.

Od 2022 roku wyłącznie e-samochody mogą być częścią fritz floty; silniki spalinywe nie są już przedmiotem zakupu. Nasze stare samochody benzynowe również zostaną wycofane do końca 2024 roku, a nasza flota będzie w całości zasilana energią elektryczną. Obecnie koszt ten wynosi już 45%. Niezależnie od kosztów promujemy zrównoważoną mobilność dla wszystkich friteez, bez względu na to, gdzie się udają. W 2023 roku 66 z nich podróżowało transportem publicznym na nasz koszt (2022: 35). Korzystamy z samolotów tylko w wyjątkowych sytuacjach, a poza tym wolimy korzystać z naziemnych środków transportu, ze względu na fakty dotyczące klimatu.

Aby nasza produkcja była jak najbardziej efektywna pod względem zasobów, ściliu współpracujemy z naszymi rozlewniami w Niemczech. W 2023 roku wykorzystali 89,88% zielonej energii elektrycznej (2022: 85%), podobnie jak w przypadku naszego biura w Hamburgu. Od 2024:

100% zielonej energii, wszędzie.

Uważnie śledzimy również resztkę łańcucha dostaw – ponieważ dobro jest dobre tylko od samego początku. Dlatego pytamy nowych dostawców o ich zarządzanie zrównoważonym rozwojem jeszcze przed podjęciem z nimi współpracy. Wraz z zarządzaniem jakością rozpoczęliśmy również skoordynowany proces badania wszystkich naszych dostawców, począwszy od tych, którzy dostarczają nam surowce. Będzie to stanowił podwójną dla zintegrowanego procesu oceny dostawców w przyszłości. Przeprowadzimy analizę ryzyka w oparciu o te informacje oraz informacje dotyczące pochodzenia składników. Następnie wykorzystamy to do oceny składników pod kątem praw człowieka i praw pracowniczych, a także uwzględnimy czynniki ekologiczne, takie jak różnorodność biologiczna i deficyt wody. Ponadto nasz Kodeks postępowania dla Partnerów biznesowych jest integralną częścią naszych umów zakupowych i dystrybucyjnych od 2019 roku. Opiera się na międzynarodowych standardach, takich jak Deklaracja Praw Człowieka ONZ (UNDHR) oraz standardy pracy i społeczne Międzynarodowej Organizacji pracy (MOP).

Stosowanie większej ilości składników organicznych jest również dobrym sposobem na osiągnięcie jeszcze lepszych wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju. Od 2019 r. zwiększyliśmy organiczny udział kupowanych przez nas surowców roślinnych (z wyłączeniem cukru) z 59% do 67% (2022 r.), a następnie 73% (2023 r.). Do 2025 r. chcemy uzyskać 90%. Oczywiście 100% naszych produktów to wciąż produkty wegańskie.

3. kola zajmuje stanowisko.

wychodzimy z cienia: kierujemy uwagę na osoby zbierające butelki.

Żyjemy w trudnych czasach. A dla niektórych czasy są jeszcze trudniejsze niż dla pozostałych. Aby podnieść świadomość ich sytuacji, po raz kolejny przeprowadziliśmy badanie sytuacji osób zbierających butelki w Niemczech w 2022 roku i tym samym wykonujemy pionierską pracę. Najważniejsze ustalenia: Wraz ze wzrostem kosztów utrzymania rolnie również liczba osób, które w sposób aktywny zbierają butelki lub puszki. Ponad 1.030.000 osób ma z tego tytułu niewielki dodatkowy dochód, który dla większości z nich wynosi zaledwie 49 euro w miesiącach zimowych. Pod patronatem naszej inicjatywy „Every Bottle Helps” („Każda butelka pomaga”) kontynuujemy kampanie na rzecz pełnego szacunku traktowania osób zbierających butelki i sprawiamy, że ich głos jest słyszalny. Obejmuje to również uczynienie zbierania butelek tak łatwym, jak to tylko możliwe – i wyeliminowanie upokorzenia związane z koniecznością sięgania do kosza na śmieci. Wyznaczony uchwytny na butelki zwrótne, w którym butelki mogą być po prostu umieszczone i zabrane przez takie osoby, już działa w wielu miejscach w Niemczech. Założyliśmy również „Doneerring” w około 20 miastach w Holandii.



czynienie dobra z butelką w ręce

Zabawa i zaangażowanie na rzecz innych nie wykluczają się wzajemnie. Uduwnożliśmy to na trzech festiwalach latem 2023 roku. Niezliczone butelki zwrótne często traŕają do śmieci lub są deptyane. Gosic doświadczyć wielkiej wartości kaucji, gdy wzięli udział w naszej kampanii i instalacji artystycznej „Deposit House” („Dom za kaucją”) pod hasłem „Your deposit for a home” (Twoja kaucja, Twój dom). Mogli po prostu umiesić puste butelki i puszki w metalowej ramie i wspólnie zbudować dom z butelek zwrótnych. Zebrano łącznie 40 000 butelek i puszek, a kaucja wyniosła łącznie 10 000 EUR. Wpływy zostały następnie przekazane organizacji pomocowej Hausnetz Heide i na rzecz federalnego stowarzyszenia Housing First. Jak co roku uruchomiliśmy również program pomocy w upalne dni – rozdajemy napoje ludziom mieszkającym na ulicach i zachęcamy innych do oddania dodatkowej butelki wody. W dłuższej perspektywie jest jednak jeszcze ważniejsze, aby bezdomni dostali to, czego potrzebują najbardziej: dach nad głowę. Aby zrealizować to prawo człowieka, współpracujemy z partnerami, aby pomagać się onokrajowego wdrożenia podejścia „Housing First” i prowadzimy kampanię przeciwko wysiedleniu bezdomnych z centrów miast.

4. kola nie, spi

przyjemność z umiarem, a nie hurtowo.

Litry lemoniady? Nie z nami. Dla nas Kola & co. są czynnikiem pobudzającym i wartościową kulturą dla dorosłych. Dlatego oferujemy nasze produkty tylko w butelkach o pojemności 0,2, 0,33 lub 0,5 litra – a nie w butelkach o pojemności jednego litra lub większej, jak większość producentów. Wierzymy w pozytywny wpływ butelek o małych pojemnościach. Dbamy również o to, kto korzysta z naszych produktów: Zgodnie z wymogami na naszych etykietach znajdujemy się ostrzeżenia dla kobiet w ciąży lub karmiących piersią, a także dla dzieci, informując o wysokiej zawartości kofeiny w różnych wariantach coli. Nasze reklamy nie są skierowane do dzieci, nie pojawiają się w ich otoczeniu i nie mają na celu dotarcia do nich.

średni rozmiar butelki fritz (w litrach)



Lubisz to? Świetnie! Aby tak pozostało, nie odpuszczamy i nieustannie pracujemy nad tym, aby nasze portfolio produktów było jeszcze lepsze. Na przykład dzięki naszemu nowemu produktowi fritz-kola superzero, który bez cukru przenosi smak na wyższy poziom i zdobył nagrodę Bestseller Award za najbardziej udany nowy produkt w Niemczech w 2023 roku od magazynu branżowego Rundschauf zajmującego się przemysłem spożywczym. Od 2016 roku obniżyliśmy średnią zawartość kalorii w naszych napojach o 17,2%. Do 2025 r. chcemy uzyskać wynik 20%.

zawartość kalorii w jednym napoju fritz (kcal na 100 ml)



minus 17,2% od 2016 zawartość na podium: jesteśmy doskonałym miejscem do pracy

Z ręką na sercu: byłbyśmy niczym bez 319 „friteez” (2022: 289, 2023: 317), jak lubimy nazywać naszych pracowników. Każdego dnia wkładają serce i duszę w swoją pracę, dzięki czemu możemy działać razem. I odwrotnie, akceptujemy wszystkich za to, kim są – ponieważ różnorodność pomaga nam osiągać duże postępy jako zespołowi.

Mamy otwartą i kreatywny sposób współpracy oparty o płaską strukturę i wspólne wartości, jak tolerancja i zrównoważony rozwój. Utrwaliłmy to w naszych wytycznych dotyczących zarządzania jakością dla wszystkich friteez. Ale nie tylko my uważamy, że jesteśmy dobrym miejscem do pracy. W 2022 roku Instytut Badawczo-Konsultingowy Great Place to Work uznał nas za świetne miejsce pracy, a w 2023 znaleźliśmy się w gronie 100 najlepszych pracodawców w Niemczech. Jednak najważniejsze jest dla nas zdanie naszych obecnych i byłych pracowników: ponad 83% opinii na platformie Kununu daje nam cztery lub pięć gwiazdek.

Wypowiadamy się w słusznej sprawie nie tylko jako firma, ale zachęcamy też naszych pracowników do odzwoniania się, gdy coś nie działa – o ile nie zaznaczono inaczej, jak tolerancja i zrównoważony rozwój. Utrwaliłmy to w naszych wytycznych dotyczących zarządzania jakością dla wszystkich friteez. Ale nie tylko my uważamy, że jesteśmy dobrym miejscem do pracy. W 2022 roku Instytut Badawczo-Konsultingowy Great Place to Work uznał nas za świetne miejsce pracy, a w 2023 znaleźliśmy się w gronie 100 najlepszych pracodawców w Niemczech. Jednak najważniejsze jest dla nas zdanie naszych obecnych i byłych pracowników: ponad 83% opinii na platformie Kununu daje nam cztery lub pięć gwiazdek.

Więcej informacji na temat współpracy z nami możecie znaleźć na naszej stronie poświęconej karierze: <https://jobs.fritz-kola.de/en/>

o nas. Stary van marki VW, kilka euro w kieszeni, pragnienie niezależności i prosty pomysł – można to zrobić lepiej. To wszystko, czego potrzeba, aby zacząć. Świeżo po studiach, stojąc przed ponadczasowym pytaniem, co zrobić ze swoim życiem, przyjaciele Mirco i Lorenz znaleźli odpowiedź: stworzyć coś, co sprawi, że czas spędzony w ich ulubionych miejscach będzie jeszcze lepszy. Nie tylko kolejna masowa produkowana cola, ale dobro kulturowe, które coś oznacza. Przepis został opracowany szybko, niż to zostało przewidziane. Nie jest zbyt słodki, z dużą ilością kofeiny, aby dodać mocy do tych długich nocy. Wszystko, co pozostało, to przykleić czarno-białe etykiety z ich twarzami na butelkach piwa z nazwą tak otwartą i szczerą jak ich kompostolityczna ojczyzna, i gotowe. Poznajcie fritz.

Nasza oferta obejmuje cztery fritz-kole, cztery fritz-licos, trzy fritz-spritz spritzer oraz mischmasch i Anjola. Z naszego biura w Hamburgu zarządzamy naszymi krajowymi i międzynarodowymi siłami sprzedaży, marketingiem, produkcją, zakupami, zasobami ludzkimi i kulturą oraz zarządzaniem jakością. Nasi dostawcy dostarczają nam istotne składniki, takie jak soki i cukier, opakowania takie jak szklane butelki i skrzynki wielokrotnego użytku, a także materiały reklamowe. Nasi partnerzy zajmujący się rozlewem – sześć niemieckich źródeł mineralnych w okresie sprawozdawczym – wykorzystują składniki i opakowania bezpośrednio do produkcji. Z rampy załadunkowej hurtownia napojów przejmują towary i zaopatruje restauracje, sprzedawców detalicznych i składniki innych, którzy sprzedają nasze napoje w 25 krajach europejskich. Są one również dostarczane z materiałami reklamowymi za pośrednictwem Elbe Workshops. Zwykłe szklana butelka wraca do nas i kontynuuje swoją podróż do wszystkich, którzy przechodzą przez życie z otwartymi oczami. Ponieważ świat należy do tych, którzy się przebudzili.

zrównoważony rozwój w fritz-kola.

Zrównoważony rozwój odegrał kluczową rolę w zarządzaniu firmą już od momentu jej założenia. To, co znalazło odzwierciedlenie w butelkach wielokrotnego użytku z brązowego szkła, znajduje odzwierciedlenie w naszych celach korporacyjnych, wartościach, wytycznych i codziennej pracy. Nie chcemy podać za drogą samą, ale konsekwentnie angażować naszych interesariuszy. Prowadzimy ciągły dialog z dostawcami i rozlewniami, a także z dystrybutorami i klientami z hurtowni napojów i detalicznych, restauracji i rynków cash-and-carry. Utrzymujemy również bliski kontakt z naszymi konsumentami za pośrednictwem mediów społecznościowych i w tym samym czasie jesteśmy partnerem środowiskowym miasta Hamburga z członkiem PRO MEHRWEG - Verband zur Förderung von Mehrwegverpackungen e. V. (Stowarzyszenia Promocji Opakowań Wielokrotnego Użytku), a także Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltgerechtes Management (B.A.U.M.) e. V. (Federalna Niemiecka Grupa Robocza ds. Zarządzania Środowiskowego), Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft e.V. (Federalne Stowarzyszenie na Rzecz Zrównoważonego Biznesu), Grüne Wirtschaftsdialog e.V. (Zielony Dialog Biznesu) i Biznisowa Wiednia, Związku Pracodawców i Pracodawców i Tworzywni Sztucznych, der CDU e.V. (Rada Gospodarcza CDU e.V.). Jesteśmy również zaangażowani w CLUBCOMMISSION BERLIN e.V. i LiveMusikKommission e.V. Ponadto wspieramy Arbeitskreis Mehrweg Gbr (Okrągły Stół ds. Produktów Wielokrotnego Użytku) i niedawno, wraz z zaangażowanymi firmami, założyliśmy New European Reuse Alliance (New ERA). Oprócz konkretnych wydarzeń wspieramy też wielu aktywistów i organizacje pozarządowe. Jesteśmy zawsze otwarci na wymiary z mediami, światem polityki, nauki, lokalnymi społecznościami i innymi firmami na rynku. Ten wielospektrowy dialog nieustannie wpływa na naszą ocenę istotnych tematów.

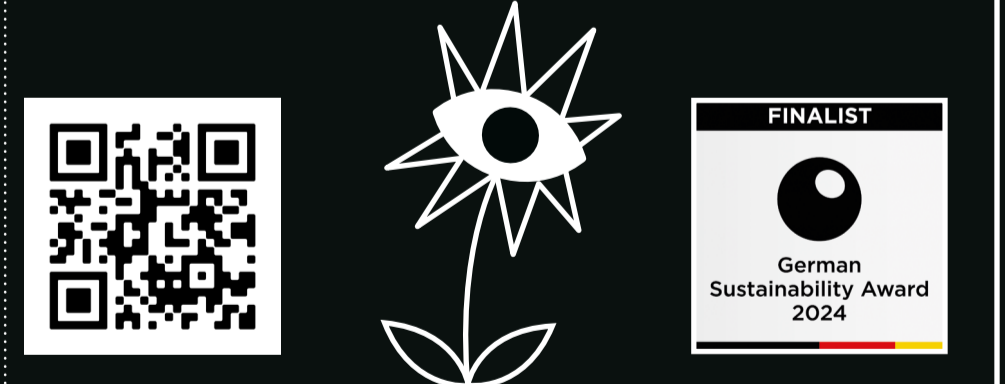
Zespół ds. Strategii i Zrównoważonego Rozwoju ma wgląd w nasze zarządzanie zrównoważonym rozwojem. W naszej nowej strukturze podlega bezpośrednio zarządowi, co umożliwiła stały i bezpośredni dialog na tematy i decyzje związane ze zrównoważonym rozwojem. Kierownictwo zespołu i Zarząd mają ostateczne zdanie, a także dokonują przeglądu i zatwierdzają niniejsze sprawozdanie oraz wczesnie zidentyfikowanych istotnych tematów. Od 2023 roku zespół ds. Strategii i Zrównoważonego Rozwoju ściśle współpracuje z grupą zadaniową ds. Zrównoważonego Rozwoju, w którym reprezentowani są pracownicy ze wszystkich obszarów firmy. Ułatwia to wdrażanie i integrację rozwiązań operacyjnych z procesami firmy.

o tym sprawozdaniu.

W 2023 roku, wspólnie z naszymi friteez i wybranymi partnerami zewnętrznymi, za pomocą ankiety, warsztatów, przy pomocy analizy danych zgodnie z zasadą podwójnej istotności, zidentyfikowaliśmy istotne tematy. Stanowią one podstawę niniejszego sprawozdania i struktury jego rozdziału. Są to: Zmiany Klimatu, oda Ptina i Biznesowa Wiednia, Zanieczyszczenia Chemiczne i Tworzywni Sztucznych, Dochody i Praca (w tym niedyskryminacja), Bezpieczeństwo Energetyczne, Zdrowie, (utrata) Bioróżnorodności, Zaangażowanie Społeczne, Głos Polityczny i Demokracja, Prawa Człowieka.

Raport został przygotowany zgodnie ze standardami GRI 2021. Wszystkie informacje odnoszą się do lat 2022/23 i wszystkich naszych działań – o ile nie zaznaczono inaczej. Nasze najważniejsze dane liczbowe opierają się na danych dotyczących zakupów i sprzedaży wolumenowej. Nie obawiamy się o dane o środowisku, które opierają się na danych produkcyjnych i danych osobowych. Informacje o wydarzeniach (w tym dane szacunkowe) otrzymujemy od organizatorów wydarzeń. Pełny raport z jeszcze bardziej szczegółowymi informacjami i standardami GRI dostępny online, wystarczy zeskanować kod QR. Dziękuję za uwagę.

fritz-kola gmbh
Spaldingstraße 64-68
20097 Hamburg
Björn Knoop, Zenaïda Zaimi
+49 40 219071690
sustainability@fritz-kola.com



co dalej?

Dzięki naszemu raportowi dotyczącemu zrównoważonego rozwoju nie chcemy tylko patrzeć wstecz, chcemy patrzeć też w przyszłość. W tym celu koncentrujemy się na demokratycznym uczestnictwie i w tym roku po raz pierwszy pozwalamy naszej społeczności wypowiedzieć się na temat naszego zaangażowania. Pracujemy już nad naszym kolejnym sprawozdaniem. Aby uzyskać więcej informacji i wyników, wystarczy zeskanować kod QR powyżej.

