

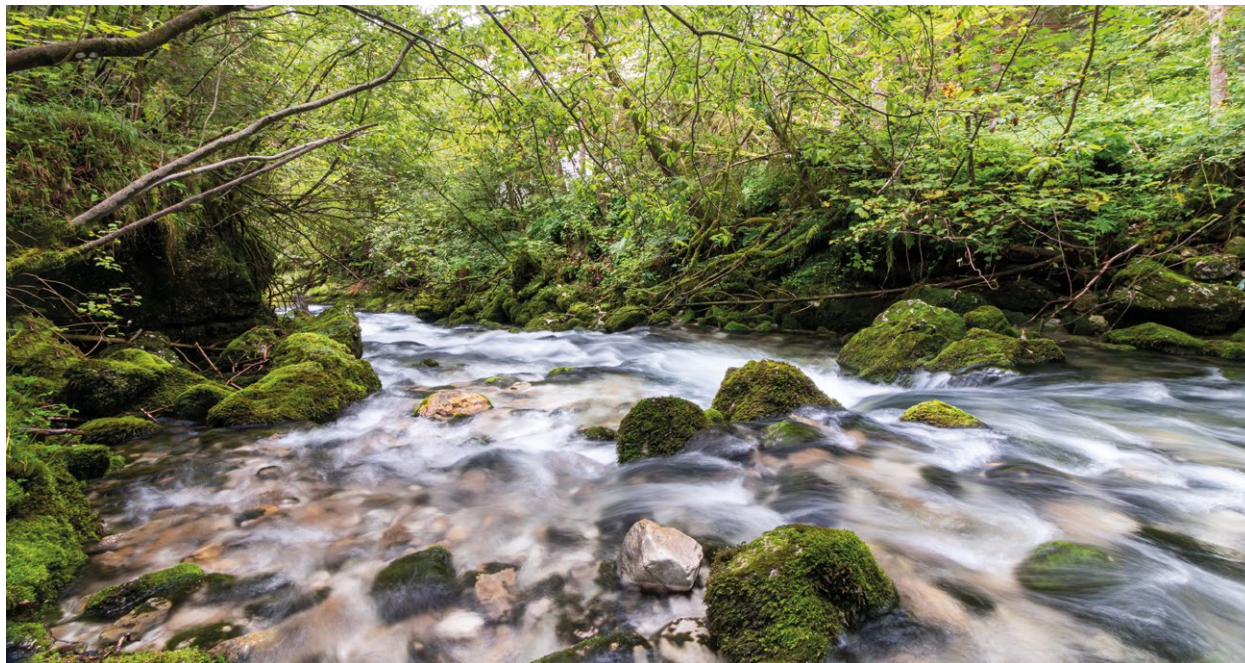


# Nachhaltigkeit in der Brand Gruppe

Nachhaltigkeitsbericht 2023



# Nachhaltigkeitsbericht 2023



# Inhalt

## EINFÜHRUNG

Vorwort des Vorstandes	5
Allgemeine Angaben	7

## UMWELT

Klimawandel	20
Umweltverschmutzung	30
Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	34

## SOZIALES

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	42
Kundinnen und Kunden	54

## GOVERNANCE

Unternehmenspolitik	56
---------------------	----

## ANHANG

Tabellen zu Nachhaltigkeitskennzahlen	60
Tabelle ESRS 2 IRO-2	68
Glossar	72

## Kennzahlen Geschäftsjahr 2023



989

### Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

weltweit

Stand: 31. Dezember 2023

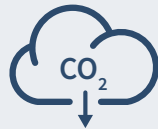


44 %

56 %

### Geschlechterverteilung

in der Brand Gruppe  
im Jahr 2023



55 %

**Reduktion der  
CO<sub>2</sub>e-Emissionen\***  
im Vergleich zum Jahr 2020



88 %

**nicht gefährliches  
Abfallaufkommen**  
für das Jahr 2023



40 %

**erneuerbare Energie am  
Gesamtenergieverbrauch**  
(Elektrizität, Gas, Heizöl)  
im Jahr 2023



45

**verfügbare Ladepunkte**  
an unseren deutschen  
Produktionsstandorten

\*Scope 1 und Scope 2 Emissionen

# Vorwort des Vorstandes



Dr. Constantin Schöler, Dr. Christoph Schöler

## Liebe Leserinnen und Leser,

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

Der nachhaltige Umgang mit natürlichen Ressourcen und eine verantwortungsvolle Unternehmensführung sind wesentliche Bestandteile unseres Handelns. Diese Werte sind entscheidende Voraussetzungen für den langfristigen Erfolg der Brand Gruppe.

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht ist ein Baustein einer kontinuierlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung. Wir wollen damit unsere Verantwortung im Bereich ESG (Environment, Social and Governance) unterstreichen und transparent über unsere Pläne, Ziele und Maßnahmen berichten.

Der Bericht umfasst wesentliche Themen vom Klimawandel über die Kreislaufwirtschaft bis hin zu den Belangen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In all diesen Bereichen arbeiten wir unabhängig vom Druck des Zeitgeistes bereits seit sehr vielen Jahren daran, einen spürbaren Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten. Diesen leisten wir in den Laboren unserer Kundinnen und Kunden, an unseren weltweiten Standorten und entlang unserer globalen Lieferketten.

Der vorliegende Bericht orientiert sich an den European Sustainability Reporting Standards (kurz: ESRS), den neuen europaweit verbindlichen Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Wie im vergangenen Jahr angekündigt, haben wir den Umfang unseres Berichts erweitert und legen hiermit einen Bericht für die gesamte Brand Gruppe vor. Zur Fortschreibung unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir im Jahr 2023 eine gruppenweite Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Darauf aufbauend haben wir bereits eine Konzernstrategie entwickelt, die wir unter anderem in diesem Bericht veröffentlichen.

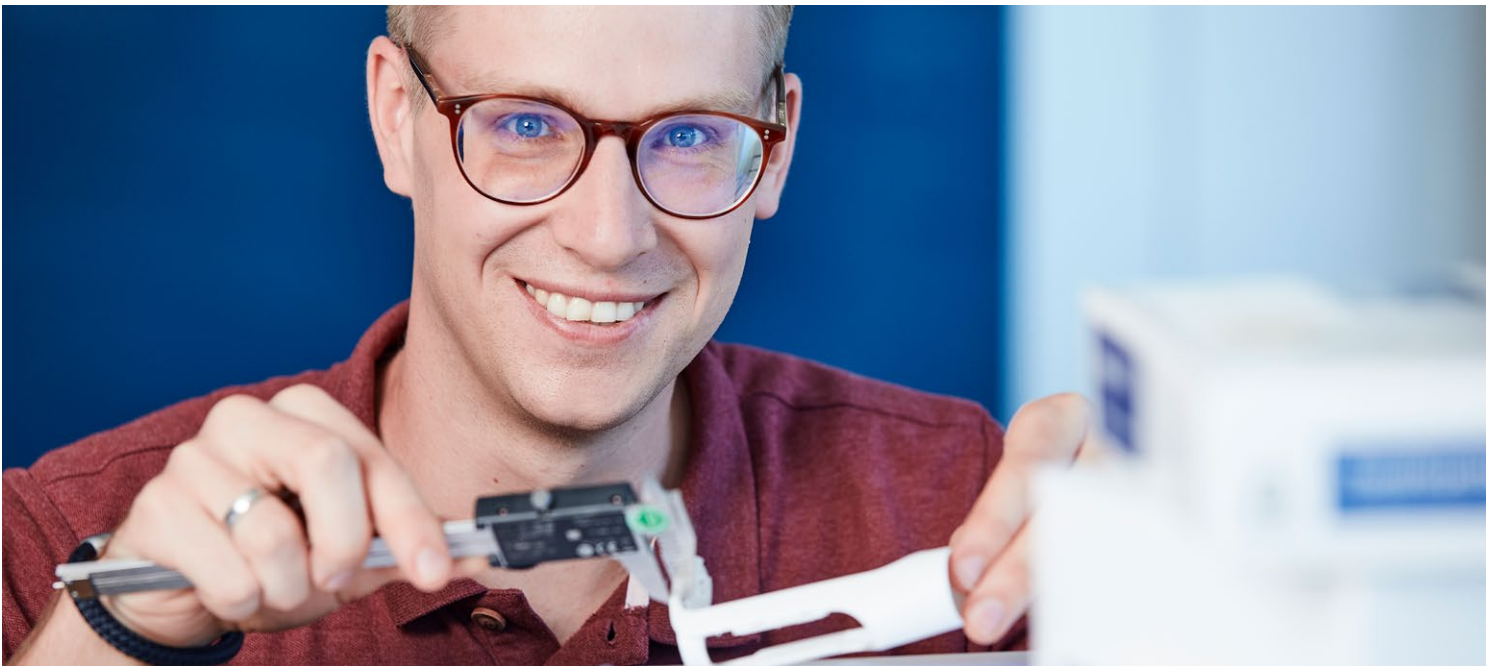
Begleiten Sie uns auf unserem Weg in eine nachhaltige Zukunft.

Wir wünschen Ihnen eine anregende und interessante Lektüre.

Mit besten Grüßen

Dr. Christoph Schöler  
Vorsitzender des Verwaltungsrats  
Geschäftsführender Direktor

Dr. Constantin Schöler  
Geschäftsführender Direktor

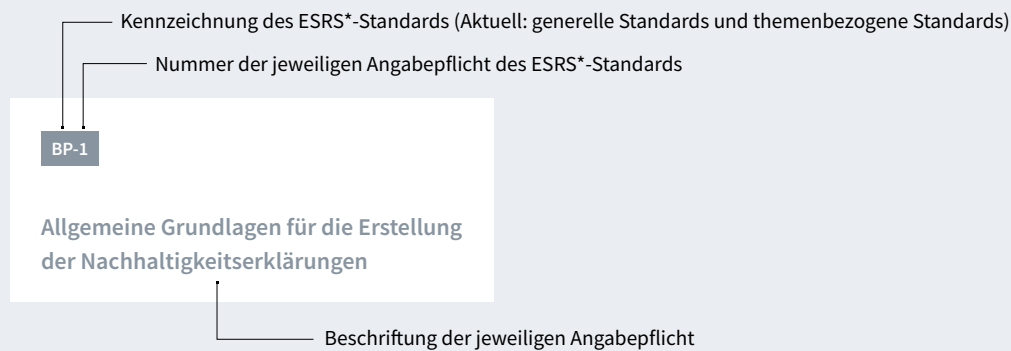


# Über diesen Bericht

## Erklärung zur Kennzeichnung der Berichterstattung

Der Nachhaltigkeitsbericht der Brand Gruppe orientiert sich an der europäischen Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und an deren Standard der Nachhaltigkeitsberichterstattung ESRS\*.

Jeder Abschnitt des Berichts, der gemäß dem Standard erstellt wurde, ist wie folgt gekennzeichnet:



\*ESRS – European Sustainability Reporting Standard

## Berichtsgrenzen

Die Angaben in diesem Bericht beziehen sich auf die Nachhaltigkeitsleistungen verschiedener Unternehmen der Brand Gruppe mit der Brand Group SE & Co. KG als Obergesellschaft. Dabei wird die Brand Gruppe im Bericht je nach Berichtsumfang unterschiedlich bezeichnet. Eine Übersicht über die Bezeichnungen der entsprechenden Unternehmen ist in der unten gezeigten Abbildung zu erkennen.

BRAND GMBH + CO KG	Brand Gruppe (Deutschland)	Brand Gruppe (DE und USA)	Brand Gruppe (Konsolidierungs- kreis)	Brand Gruppe (weltweit)
VACUUBRAND GMBH + CO KG				
VITLAB GmbH				
BRAND INTERNATIONAL GMBH				
BRANDTECH Scientific, Inc., USA				
BRAND (Shanghai) Trading Co., Ltd., China				
BRAND Scientific Equipment Pvt. Ltd., India				
Brand Group SAS, Frankreich				
BRAND Scientific Ltd., UK				

# Die Brand Gruppe



VACUUBRAND®



BP-1

## Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nachhaltigkeitserklärungen

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich u. a. auf die konsolidierte Berichterstattung der Brand Group SE & Co. KG, der Obergesellschaft der Brand Gruppe und drei weitere Vertriebsgesellschaften, die Teil der Brand Gruppe sind, jedoch derzeit noch nicht zum Konsolidierungskreis des Konzernabschlusses gehören.

- BRAND GMBH + CO KG (*BRAND KG*)
- VACUUBRAND GMBH + CO KG (*VACUUBRAND KG*)
- VITLAB GmbH (*VITLAB*)
- BRAND INTERNATIONAL GMBH (*BRAND INT*)
- BRANDTECH Scientific Inc., USA (*BRANDTECH*)
- BRAND (Shanghai) Trading Co., Ltd., (*BRAND (Shanghai)*)\*
- BRAND Scientific Equipment Pvt. Ltd., India (*BRAND Scientific Equipment*)\*
- Brand Group SAS, Frankreich (*Brand Group SAS*)\*
- BRAND Scientific Ltd., UK (*Brand UK*)\*

\*Komplette Aufnahme in den Nachhaltigkeitsbericht ab 2025 – abhängig vom Konsolidierungskreis des Konzernabschlusses der Brand Group SE & Co. KG.

BP-2

## Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nachhaltigkeitserklärungen

Berichtsperiode vom 01.01.2023 bis 31.12.2023

Dieser Bericht informiert über die Nachhaltigkeitsleistungen für verschiedene Unternehmen der Brand Gruppe.

Im Umweltteil sind die Unternehmen BRAND KG, VACUUBRAND KG, VITLAB, Brand Group SE & Co. KG, BRAND INT und BRANDTECH einbezogen.

Bei den Angaben zu unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wurden zusätzlich Brand Group SAS, BRAND Scientific Ltd. sowie BRAND (Shanghai) und BRAND Scientific Equipment berücksichtigt.

**Hinweis:** Diese Unternehmen sind Teil der Brand Gruppe, gehören jedoch nicht zum Konsolidierungskreis des Konzernabschlusses der Brand Group SE & Co. KG für das Geschäftsjahr 2023.



# Allgemeine Angaben

## Unternehmensstruktur

BP-1 | BP-2 | SBM-1

Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nachhaltigkeitsklärungen | Angaben im Zusammenhang mit spezifischen Umständen | Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette

Brand Group SE & Co. KG ist die Obergesellschaft für die folgenden Unternehmen: BRAND KG, VACUUBRAND KG, VITLAB, BRAND INT sowie den Vertriebsgesellschaften BRANDTECH, BRAND (Shanghai), BRAND Scientific Equipment, Brand Group SAS und Brand UK. Gemeinsam sind wir eine starke Unternehmensgruppe, die mit ihren Marken weltweit in den Laboren der Biowissenschaften, der Pharmazie, der Chemie, der Prozessanalytik und im Bereich der erneuerbaren Energien zu Hause ist.

Die BRAND KG ist Namensgeber der Gruppe und seit 75 Jahren Partner des Vertrauens und Referenz im Labor. Das Unternehmen ist Marktführer mit Liquid Handling und Life Science Produkten. Die VACUUBRAND KG ist Marktführer mit einer der umfangreichsten Produktreihen weltweit für die Erzeugung, Messung und Regelung von Grob- und Feinvakuum im Labor. VITLAB ist einer der weltweit führenden Hersteller von Laborprodukten aus Kunststoff.

BRAND INTERNATIONAL ist die Shared Service Gesellschaft der Brand Gruppe, welche die Bereiche Personal und Recht, IT, Finanzen, Controlling und Einkauf umfasst. Des Weiteren fungiert sie als Holdinggesellschaft für die globalen Vertriebsgesellschaften der Gruppe in den Vereinigten Staaten, China, Indien, Großbritannien und Frankreich. Darüber hinaus obliegt BRAND INTERNATIONAL auch die Koordination und Steuerung der Nachhaltigkeitsaktivitäten der Gruppe.

Die doppelte Wesentlichkeitsanalyse stellt ein Instrumentarium bereit, welches Unternehmen in die Lage versetzt, die für sie relevanten Nachhaltigkeitsaspekte zu identifizieren, zu priorisieren und auf dieser Grundlage gezielt Verbesserungsmaßnahmen einzuleiten. Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse werden zwei Perspektiven berücksichtigt: Zum einen werden die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten durch die eigene Geschäftstätigkeit auf Mensch und Umwelt (Inside-Out-Perspektive) und zum anderen die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten auf die gesamte Unternehmensgruppe (Outside-In-Perspektive) untersucht.

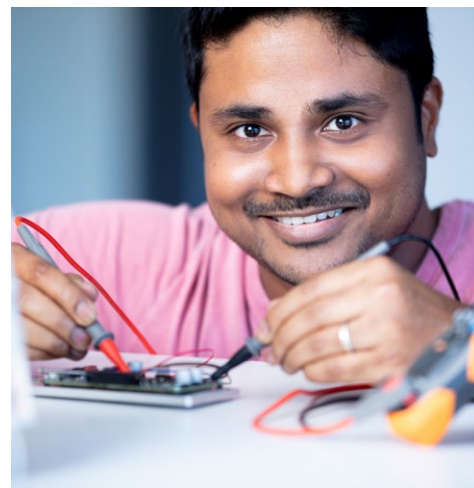
Das übergeordnete Ziel besteht in der transparenten Berichterstattung über die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen des Unternehmens sowie in der positiven Beitragleistung für die Gesellschaft. Der Wirkungskreis der Brand Gruppe sowie die berichteten Parameter beziehen sich auf den eigenen Geschäftsbetrieb und die Tier-1-Lieferanten.

Der vorliegende Bericht orientiert sich an der EU-Richtlinie zur Vereinheitlichung und Förderung der Transparenz von Nachhaltigkeitsinformationen (Corporate Sustainability Reporting Directive, kurz: CSRD). Daraus ergibt sich ein kurzfristiger Zeithorizont von unter einem Jahr, ein mittelfristiger Zeithorizont von einem bis fünf Jahren sowie ein langfristiger Zeithorizont von über fünf Jahren. Die in diesem Bericht verwendeten Zeithorizonte entsprechen den Vorgaben der CSRD. Erstmals im Jahr 2026 erfolgt die vollständige Berichterstattung für die Brand Gruppe zum Berichtsjahr 2025. Bereits im Jahr 2024 veröffentlichen wir einen Bericht nach europäischem Standard, um transparent über die Nachhaltigkeitsleistungen der Brand Gruppe zu informieren. Diese Vorgehensweise dient zugleich als Bestandsaufnahme, um etwaige Abweichungen zum neuen europäischen Berichtsstandard im Bericht für das Jahr 2023 zu identifizieren. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass der Bericht für das Jahr 2024 bereits einen vollständigen Bericht nach der CSRD darstellt. Der vorliegende Bericht umfasst die Berichtsperiode vom 01.01.2023 bis 31.12.2023, welche dem Geschäftsjahr der Obergesellschaft Brand Group SE & Co. KG entspricht. Da der vorliegende Bericht der erste nach dem Standard ESRS (European Sustainability Reporting Standard) der CSRD ist, werden keine Hinweise zu Abweichungen aus dem letzten Bericht gegeben.

Bei quantitativen Parametern, deren Messunsicherheit hoch ist, basieren unsere Annahmen bezüglich der eingekauften Rohstoffe oft auf Stückzahlen anstelle von Masseneinheiten (nähere Erläuterung unter GOV-5). Bei der Scope-3-Berechnung wurde die „Spend-based“-Methode angewendet und teilweise auf Emissionsdaten aus anderen Ländern zurückgegriffen. Dies kann zu Ungenauigkeiten führen (weitere Informationen unter E1). Des Weiteren haben wir uns beim Thema Abfall ein Intensitätsziel gesetzt, welches abhängig von unserem Hauptumsatz ist und somit methodisch eine Ungewissheit birgt. Wir sind bestrebt, alle genannten Unsicherheiten in den kommenden Jahren kontinuierlich zu reduzieren. Die aktuellen Zahlen für das Bezugsjahr sowie die prognostizierten Informationen zu den geplanten Maßnahmen unterliegen einer Unsicherheit in Bezug auf mögliche wirtschaftliche oder gesellschaftliche Veränderungen in den kommenden Jahren.

Der Bericht für die Gruppe enthält verschiedene Anpassungen der gewählten Parameter im Vergleich zu den Umwelt- und Sozialberichten 2022 der Einzelunternehmen. Diese resultieren aus unserem Bestreben nach kontinuierlicher Verbesserung. Im Rahmen der Treibhausgasberechnung haben wir unsere Emissionsdaten von Kohlenstoffemissionen auf Kohlenstoffäquivalente umgestellt. Des Weiteren wurde die Berechnung

der Mengen der wiederverwertbaren Verpackungsabfälle („Gelber Sack“) bei VACUUBRAND KG angepasst, sodass sich eine Veränderung der Gesamtabfallmenge für 2022 ergeben hat. Des Weiteren wurden die Schulungszahlen durch eine andere Wahl des Stichtags leicht modifiziert. Aufgrund dieser Anpassungen ist eine 100-prozentige Vergleichbarkeit der Daten nicht immer möglich.



#### GOV-1

### Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane

Die Brand Group SE & Co. KG als Obergesellschaft der Brand Gruppe wird durch ihre persönlich haftende Gesellschafterin, die Brand SE, vertreten. Neben der Hauptversammlung ist der Verwaltungsrat der Brand SE ein weiteres Organ der Gesellschaft. Der Verwaltungsrat ist für die Leitung der Gesellschaft, die Festlegung der Grundlinien ihrer Tätigkeit sowie die Überwachung deren Umsetzung zuständig. Die Diversitätsquote im Verwaltungsrat liegt bei 33 %. Die Brand SE wird nach außen durch einen oder mehrere geschäftsführende Direktoren vertreten. Vorsitzender des Verwaltungsrates und geschäftsführender Direktor ist Dr. Christoph Schöler. Zwei weitere, nicht geschäftsführende Mitglieder des Verwaltungsrates sind bestellt. Als weiterer geschäftsführender Direktor ist Dr. Constantin Schöler bestellt. Für die produzierenden Gesellschaften der Brand Gruppe sind eigenständige Geschäftsführungen bestellt. Diese führen als Organvertreter die Geschäfte dieser Gesellschaften.

Durch ein breites Spektrum an naturwissenschaftlichen, technischen und kaufmännischen Hochschulausbildungen in Verbindung mit langjähriger Berufserfahrung ist das Wissen um die wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen in den Führungsgremien der einzelnen Gesellschaften der Brand Gruppe gewährleistet. Für spezifische Fragestellungen steht sowohl interne als auch externe Beratung zur Verfügung.

Zur Umsetzung und Steuerung sind die wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen über die Organisation und Geschäftsverteilung jeweils verantwortlichen Mitgliedern der Geschäftsführungen der produzierenden Gesellschaft zugeordnet. Die Überprüfung der Wirksamkeit der Maßnahmen und der Zielerreichung erfolgt ab 2024/25 im Rahmen des halbjährlichen ESG-Fortschrittsmeetings.

Unternehmen	Name	Position	Ausbildung	Aufgabe
Brand Group SE & Co. KG	Dr. Christoph Schöler	Vorsitzender des Verwaltungsrats, Geschäftsführender Direktor, Vorstandsvorsitzender	Dr. med.; MBA	Gesamtleitung der Brand Gruppe
Brand Group SE & Co. KG	Dr. Constantin Schöler	Geschäftsführender Direktor, Vorstand	Dr. rer. nat. (Physik); MSc, BSc	Gesamtleitung der Brand Gruppe
BRAND INTERNATIONAL GMBH	Dr. Christoph Schöler	Geschäftsführer	Dr. med.; MBA	Leitung der Shared Services der Gruppe und Vertreter der Anteilseigner gegenüber den internationalen Tochtergesellschaften
BRAND GMBH + CO KG	Dr. Christoph Schöler	Geschäftsführer	Dr. med.; MBA	Vorsitzender der Geschäftsleitung
BRAND GMBH + CO KG	Hans-Walter Kern	Geschäftsführer	Dipl. Kfm.; MBA	Geschäftsbereich Produktion und Logistik
BRAND GMBH + CO KG	Peter Schütte	Geschäftsführer	Dipl. Kfm.	Geschäftsbereich Marketing und Vertrieb
BRAND GMBH + CO KG	Patrick Ziemeck	Geschäftsführer	Dipl. Phys.	Geschäftsbereich Technik
VACUUBRAND GMBH + CO KG	Dr. Christoph Schöler	Geschäftsführer	Dr. med.; MBA	Shared Services
VACUUBRAND GMBH + CO KG	Dr. Constantin Schöler	Geschäftsführer	Dr. rer. nat. (Physik); MSc, BSc	Geschäftsführer
VACUUBRAND GMBH + CO KG	Dr. Jörg Semmler	Geschäftsführer	Dr. Ing.; Dipl.-Ing.	Geschäftsführer Produktion und Logistik
VITLAB GmbH	Dr. Christoph Schöler	Geschäftsführer	Dr. med.; MBA	Shared Services
VITLAB GmbH	Wolfgang Nicolaus	Geschäftsführer	Dipl. Volkswirt	Geschäftsführer
BRANDTECH Scientific Inc., USA	Dr. Christoph Schöler	Chairman of the Board of Directors	Dr. med.; MBA	Board of Directors
BRANDTECH Scientific Inc., USA	Stephen Brinkmann	Member of the Board of Directors	Bachelor of Arts, Governance (Politikwissenschaften)	Board of Directors
BRANDTECH Scientific Inc., USA	Dr. Constantin Schöler	Member of the Board of Directors	Dr. rer. nat. (Physik); MSc, BSc	Board of Directors
BRAND (Shanghai) Trading Co., Ltd.	Dr. Christoph Schöler	Legal Representative and Chairman of the Board of Directors	Dr. med.; MBA	Legal Representative and Chairman of the Board of Directors
BRAND (Shanghai) Trading Co., Ltd.	Zhiyong Quan	General Manager	Master of Science, Biochemistry and Molecular Biology	General Manager
BRAND (Shanghai) Trading Co., Ltd.	Dr. Constantin Schöler	Member of the Board of Directors	Dr. rer. nat. (Physik); MSc, BSc	Board of Directors
BRAND (Shanghai) Trading Co., Ltd.	Hans-Walter Kern	Member of the Board of Directors	Dipl. Kfm.; MBA	Board of Directors
BRAND Scientific Equipment Pvt. Ltd.	Dr. Christoph Schöler	Chairman of the Board of Directors	Dr. med.; MBA	Chairman of the Board of Directors
BRAND Scientific Equipment Pvt. Ltd.	Paramjyoti Chakraborty	Managing Director	Master of Science, Chemistry	Board of Directors
BRAND Scientific Equipment Pvt. Ltd.	Dr. Constantin Schöler	Member of the Board of Directors	Dr. rer. nat. (Physik); MSc, BSc	Board of Directors
Brand Group SAS, Frankreich	Dr. Christoph Schöler	Directeur Général	Dr. med.; MBA	Directeur Général
BRAND Scientific Ltd.	Dr. Christoph Schöler	Managing Director	Dr. med.; MBA	Chairman of the Board of Directors
BRAND Scientific Ltd.	Dr. Constantin Schöler	Managing Director	Dr. rer. nat. (Physik); MSc, BSc	Board of Directors



## GOV-2

**Informationen und Nachhaltigkeitsaspekte, mit denen sich die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane des Unternehmens befassen**

Der Vorstand der Brand Gruppe nimmt seine Sorgfaltspflicht im Bereich Nachhaltigkeit aktiv wahr. In der Regel werden die Geschäftsführungen der produzierenden Gesellschaften laufend über die Ergebnisse und die Wirksamkeit der beschlossenen Strategien, Ziele, Maßnahmen und Parameter informiert. Die jeweilige Strategie auf Ebene der produzierenden Gesellschaften wird vom Vorstand verabschiedet. Im Gegensatz zu den spezifischen Strategien der produzierenden Gesellschaften werden die ESG-Strategie und die daraus abgeleiteten Ziele auf Basis der Ergebnisse der doppelten Wesentlichkeitsanalyse

für die Brand Gruppe als Ganzes entwickelt und mit konkreten Verantwortlichkeiten auf die einzelnen produzierenden Gesellschaften übertragen. An der Durchführung der doppelten Wesentlichkeitsanalyse waren Vertreter aller Geschäftsführungen der produzierenden Gesellschaften und des Vorstands der Muttergesellschaft beteiligt. Die Umsetzung der definierten Maßnahmen zur Strategieumsetzung und Zielerreichung erfolgt im Wesentlichen auf der Ebene der produzierenden Einheiten. Die Verantwortung für die Entwicklung der zu berichtenden Parameter liegt bei den produzierenden Einheiten.

## GOV-3

**Einbeziehung der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Anreizsysteme**

Die Einbeziehung von nachhaltigkeitsbezogenen Leistungen in Anreizsysteme ist bei der Brand Gruppe derzeit nicht eingeführt.

## GOV-4

## Erklärung zur Sorgfaltspflicht

Im Jahr 2022 hat sich die BRAND KG erstmals von der Bewertungsplattform EcoVadis auditieren lassen. Dabei wurde das Unternehmen mit der Silbermedaille für seine Nachhaltigkeitsaktivitäten ausgezeichnet. Im darauffolgenden Jahr haben sich alle produzierenden Gesellschaften der Brand Gruppe in Deutschland einer EcoVadis-Auditierung unterzogen. Im Jahr 2023 wurde die BRAND KG für ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten mit dem Gold-Status ausgezeichnet. Erstmals wurden VACUUBRAND KG und VITLAB mit der Silbermedaille ausgezeichnet.

Die Auditierung durch EcoVadis ist eine hervorragende Möglichkeit für die kontinuierliche Überprüfung und Verbesserung unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Die Umsetzung der Hinweise von EcoVadis gewährleistet eine jährliche Optimierung unserer Leistungen. Dadurch können wir potenzielle Risiken aktiv reduzieren und unsere Glaubwürdigkeit gegenüber unseren Stakeholdern stärken.



## GOV-5

## Risikomanagement und interne Kontrollen der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Risikomanagement ist ein wesentlicher Bestandteil jeder Organisation. Es zielt darauf ab, potenzielle Bedrohungen für die Erreichung der Unternehmensziele zu identifizieren, zu bewerten und zu bewältigen. Von entscheidender Bedeutung sind dabei die internen Prozesse, da sie die systematischen Abläufe und Kontrollmechanismen umfassen, die zur Risikominimierung beitragen und die organisatorische Effizienz und Compliance sicherstellen. Die Integration des Risikomanagements in die internen Prozesse stärkt die Widerstandsfähigkeit von Unternehmen gegenüber unerwarteten Ereignissen und sichert ihren nachhaltigen Erfolg. Wir ermitteln die tatsächlichen und potenziellen Auswirkungen, Risiken und Chancen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Zur Einschätzung der verschiedenen potenziellen Auswirkungen, Risiken und Chancen hat das Management eine Bewertung durchgeführt. Im Anschluss an die Bewertung erfolgte eine Priorisierung der Bewertung der Auswirkungen und der finanziellen Bedingungen. Als Ergebnis wurden elf tatsächliche und potenzielle Auswirkungen, Risiken und Chancen identifiziert.

Bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts ist die Vollständigkeit ein wichtiger Aspekt. Sollten Informationen fehlen, wird dies im Bericht entsprechend vermerkt. Im Nachhaltig-

keitsbericht 2023 bestehen noch Lücken bei Prozessen und Daten. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich das System noch im Aufbau befindet. Die Kennzahlen und Parameter im Berichtsteil „Umwelt“ basieren u. a. auf Daten, die durch unser zertifiziertes Umwelt- und Energiemanagement bei der BRAND KG sowie durch das Umweltmanagementsystem bei der VACUUBRAND KG und VITLAB erhoben werden. Sofern verfügbar, nutzen wir Daten, die eine hohe Verlässlichkeit gewährleisten, wie beispielsweise Rechnungen und Abfallbilanzen von Entsorgungsunternehmen. Des Weiteren nutzen wir Daten aus unserem ERP-System. Die Berechnung der Scope-3-Emissionen basiert auf verschiedenen Schätzungen und Erfahrungswerten für die jeweiligen Emissionsfaktoren und Verbräuche. Eine detaillierte Beschreibung finden Sie in Abschnitt E1.

Zur Überprüfung der Informationen im Bericht werden verschiedene Korrekturschleifen an verschiedenen Stellen im Unternehmen durchgeführt. Die Daten werden aktuell aus dem Managementsystem des Unternehmens bezogen und dort validiert. Des Weiteren ist vorgesehen, ein Vier-Augen-Prinzip auch für die Daten der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu etablieren. Außerdem werden unsere Texte und Darstellungen im vorliegenden Report durch externe Nachhaltigkeitsexperten geprüft.



VITLAB GmbH am Standort Großostheim

SBM-1

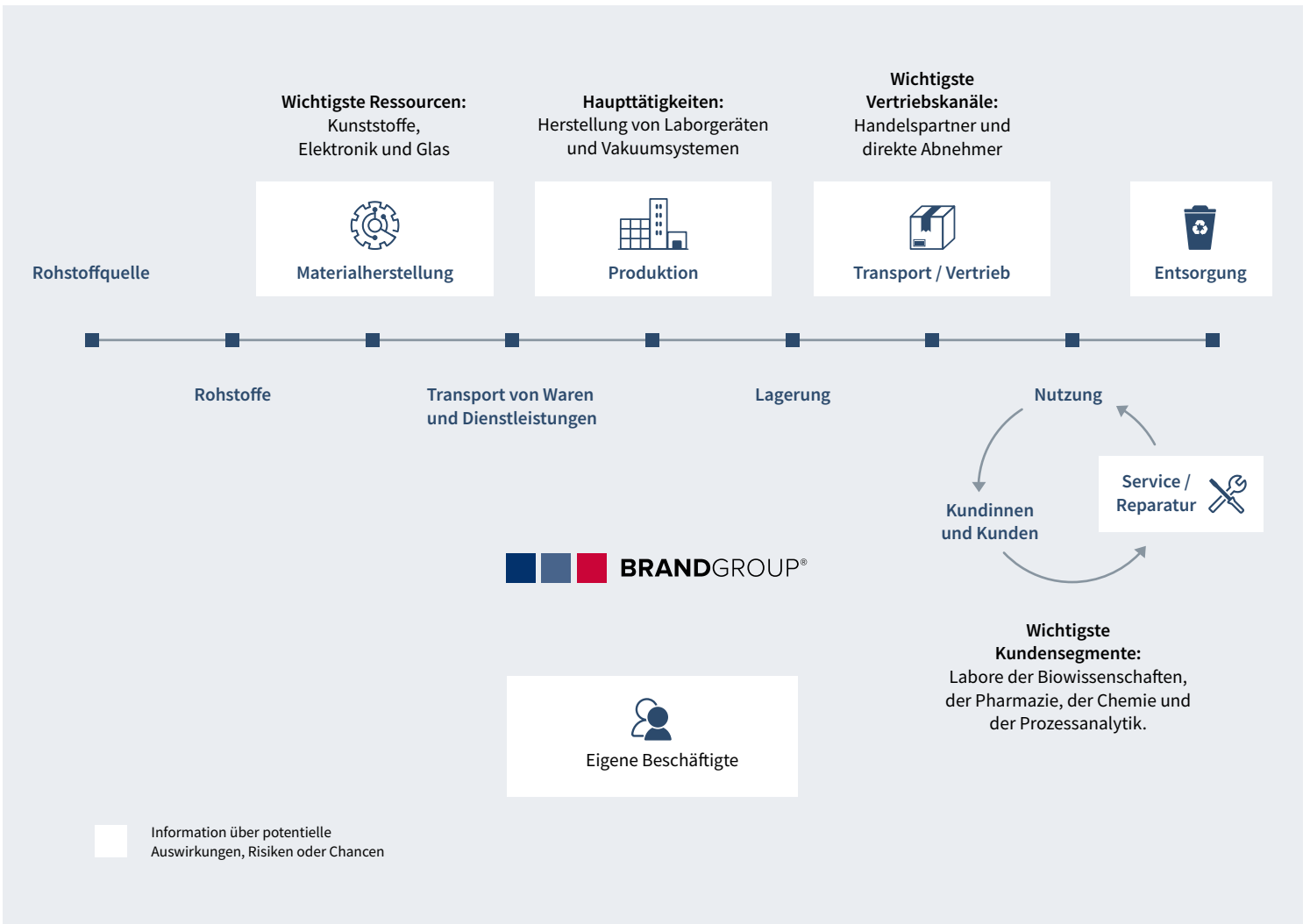
Marktposition, Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette

Die Brand Gruppe ist eine weltweit agierende Unternehmensgruppe mit den drei Hauptproduktmarken BRAND, VACUUBRAND und VITLAB und rund 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wir entwickeln, produzieren und vertreiben hochwertige und innovative Laborgeräte und Vakuumpumpen sowie Vakuumsysteme.

Unsere Kundinnen und Kunden sind in erster Linie Forscherinnen und Forscher sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Laboren der Biowissenschaften, der Pharmazie, der Chemie und der Prozessanalytik. Zu unseren wichtigsten Lieferanten gehören Unternehmen der Kunststoffindustrie, der Elektronikindustrie sowie der Metallindustrie. Bei der Auswahl unserer Lieferanten legen wir Wert auf partnerschaftliche Be-

ziehungen auf Augenhöhe, eine langjährige Präsenz am Markt, höchste Qualitätsansprüche sowie Geschäftsmodelle, die entlang der Wertschöpfungskette auf ökonomischem Denken und nachhaltiger Unternehmensführung basieren. Wir stehen mit diesen Partnern in regelmäßigem Austausch, um die gemeinsamen Ziele abzusichern. Die Anzahl unserer Beschäftigten nach geografischen Gebieten kann in Abschnitt Soziales S1 (S1-6) nachgelesen werden. Die definierten Nachhaltigkeitsziele gelten für alle Produktgruppen der Unternehmen BRAND KG, VACUUBRAND KG und VITLAB. Der Fokus liegt dabei auf der Energieeffizienz unserer Produkte, der Reduzierung ihrer Umweltauswirkungen im Bereich Abfallaufkommen, Lebensdauer, Rückführung in die Kreislaufwirtschaft sowie auf den enthaltenen Stoffen.

Wertschöpfungskette der Brand Gruppe







Luftbildaufnahmen der BRAND KG und VACUUBRAND KG am Standort Wertheim

## SBM-2

### Interessen und Standpunkte der Stakeholder

Zu den wichtigsten Stakeholdern der Brand Gruppe gehören:

1. Anwenderinnen und Anwender
2. Vertriebspartner
3. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
4. Lieferanten
5. Mitbewerber
6. Inhaber
7. Staatliche und andere regulatorische Stellen
8. Gesellschaft

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden ausgewählte Stakeholder in Bezug auf die identifizierten Auswirkungen, Risiken und Chancen eingebunden, um eine solide Grundlage für die weitere Vorgehensweise zu schaffen. Die Ergebnisse dieses Inputs fließen in die Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie sowie in die Entwicklung von daraus abgeleiteten Maßnahmen und Zielen ein.

## Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell

Die wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen der Brand Gruppe wurden den folgenden 11 Themenbereichen zugeordnet:

Thema	Wesentlich durch ...		Auswirkung   Risiko   Chance und betrifft ...			Auswirkung auf ...	
	Auswirkung	Finanziell	Vorgelagerte Wertschöpfungskette	Eigener Geschäftsbereich	Nachgelagerte Wertschöpfungskette	Mensch	Umwelt
1 Anpassung an den Klimawandel (E1)	X			negative Auswirkung			X
2 Eindämmung Klimawandel & Energie (E1)	X	X		Risiken	Risiko; tatsächlich negative Auswirkung		X
3 Umweltverschmutzung (E2)	X	X	Risiko; tatsächlich negative Auswirkung		Risiko, tatsächlich negative Auswirkung; Chance, tatsächlich positive Auswirkung		X
4 Ressourcenzufluss und -verbrauch (E5)	X	X	Risiko; tatsächlich negative Auswirkungen	Risiko; tatsächlich negative Auswirkung	Risiko; tatsächlich negative Auswirkung		X
5 Ressourcenabfluss (E5)	X			tatsächlich positive Auswirkung			X
6 Abfall (E5)	X			tatsächlich negative Auswirkung	tatsächlich negative Auswirkung		X
7 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (S1)	X			tatsächlich positive und tatsächlich negative Auswirkung		X	
8 Arbeitsbedingungen und Datenschutz (S1)	X	X		Risiken; tatsächlich positive Auswirkungen		X	
9 Schulung und Kompetenzentwicklung (S1)	X			tatsächlich positive Auswirkungen		X	
10 Verbraucher und Endnutzer (S4)		X			Chance	X	
11 Unternehmenspolitik (G1)	X			tatsächlich positive Auswirkung		X	X

Die Analyse der Auswirkungen, Risiken und Chancen aus unserem Geschäftsmodell und entlang der Wertschöpfungskette ist von wesentlicher Bedeutung für die Entwicklung unserer Strategie und die daraus resultierenden Entscheidungen. Aus diesem Grund haben wir sie zu aktiven Handlungsfeldern in unserer Gruppe erklärt, die besondere Beachtung erhalten. Durch bereits eingeleitete sowie zukünftige Maßnahmen integrieren wir diese wesentlichen Themen in unser tägliches

Handeln, um negative Auswirkungen zu reduzieren und positive Auswirkungen zu stärken. Die Integration stellt einen fortlaufenden Prozess dar, der einen beträchtlichen Zeitaufwand erfordert. Im Rahmen der ESG-Strategie der Brand Gruppe analysieren wir sämtliche wesentlichen Themen (Auswirkung, Risiko oder Chance) und verankern sie durch die Formulierung von Ansprüchen, Zielen und Maßnahmen fest im unternehmerischen Handeln.

### Übersicht über wesentliche Themen



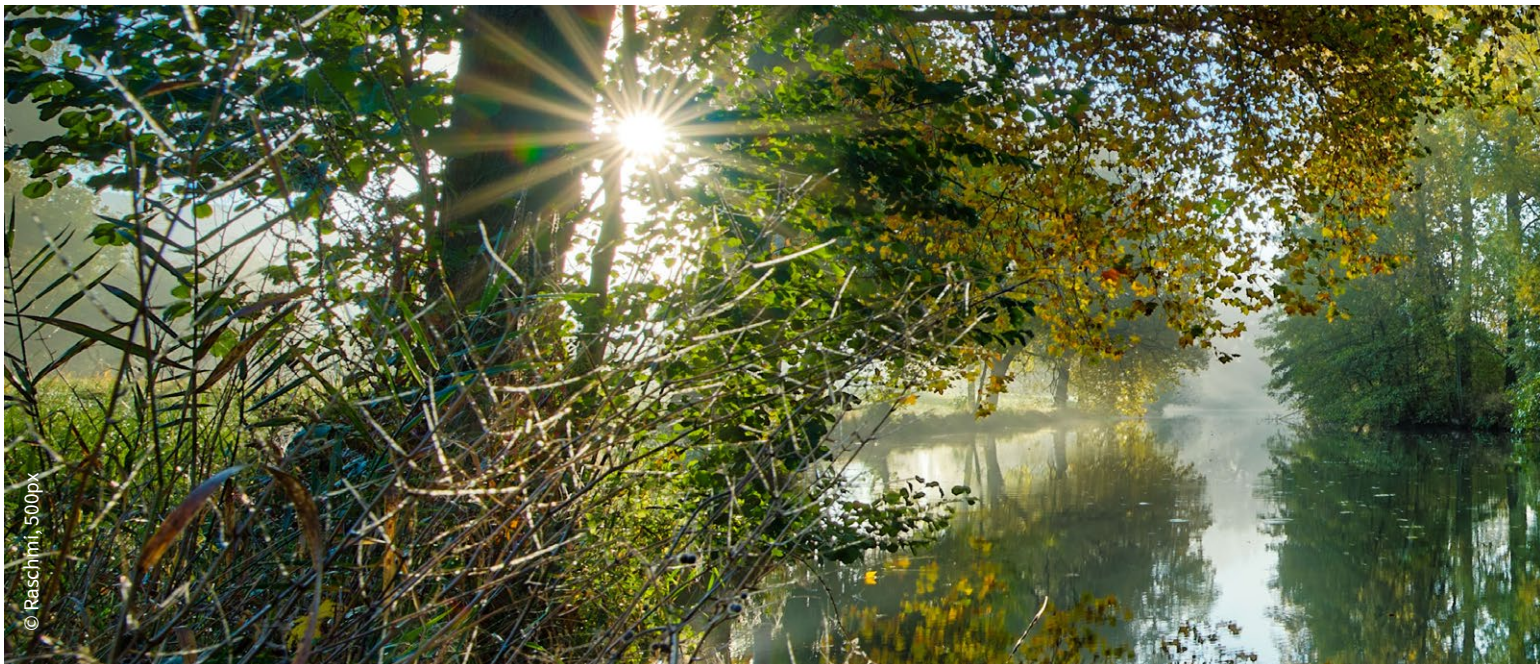
Wesentliche Themen der Brand Gruppe: **Umwelt** **Eigene Belegschaft** **Verbraucher und Endnutzer** **Governance**

### IRO-1

#### Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Die Identifikation der für die Brand Gruppe wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte (Auswirkungen, Risiken und Chancen) erfolgte mittels einer doppelten Wesentlichkeitsanalyse entlang unserer Wertschöpfungskette nach den Vorgaben der CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Im Rahmen der doppelten Wesentlichkeitsanalyse wird eine Beurteilung aus zwei Perspektiven vorgenommen. Dies umfasst die Auswirkungsperspektive („Impact Materiality“) sowie die finanzielle Perspektive („Financial Materiality“). Im Rahmen der Auswirkungsperspektive wurden potenzielle sowie tatsächliche, negative wie auch positive Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten identifiziert. Die Beurteilung erfolgte anhand der Kriterien des Ausmaßes, des Umfangs, der Unabänderlichkeit sowie der Eintrittswahrscheinlichkeit mit einem sechsstufigen Bewertungsschema. Im Rahmen der zweiten Perspektive, der finanziellen Wesentlichkeit, wurden für jeden Nachhaltig-

keitsaspekt finanzielle Chancen und Risiken ermittelt. Die Bewertung des finanziellen Ausmaßes und der Eintrittswahrscheinlichkeit erfolgt anhand einer auf die Brand Gruppe abgestimmten Klassifikation. Das Ergebnis der Bewertung sind die finanziellen Folgen für die Brand Gruppe, die sich aus Auswirkungen, Chancen und Risiken entlang der gesamten Wertschöpfungskette ergeben. Im Rahmen der Analyse der doppelten Wesentlichkeit wurden interne und externe Stakeholder eingebunden, darunter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, NGOs sowie Verbände der Brand Gruppe. Bei der Durchführung des Prozesses haben wir mit einem externen Partner kooperiert. Im Rahmen des Prozesses wurden aus 18 potenziellen Aspekten 11 wesentliche Aspekte identifiziert. Diese bilden die Grundlage für unsere Nachhaltigkeitsstrategie, unser nachhaltiges Handeln sowie für die zukünftige Berichterstattung nach den Vorgaben der CSRD.



© Raschmi, 500px

# Klimawandel

Der Klimawandel stellt eine globale Herausforderung für unsere und nachfolgende Generationen dar. Aus diesem Grund haben wir uns ein anspruchsvolles Ziel zur Reduzierung von Treibhausgasen gesetzt. Damit unterstützen wir das globale Ziel des Pariser Klimaabkommens, die Erderwärmung auf 1,5 °C zu beschränken. Als Unternehmen stehen wir in der Pflicht, unseren Energieverbrauch im Hinblick auf Treibhausgasemissionen genau zu beobachten, regelmäßig zu überprüfen und, soweit möglich, zu reduzieren.

ESRS 2 IRO-1

Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen klimabezogenen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden die folgenden Themen als wesentlich im Kontext des Kapitels „Klimawandel“ identifiziert:

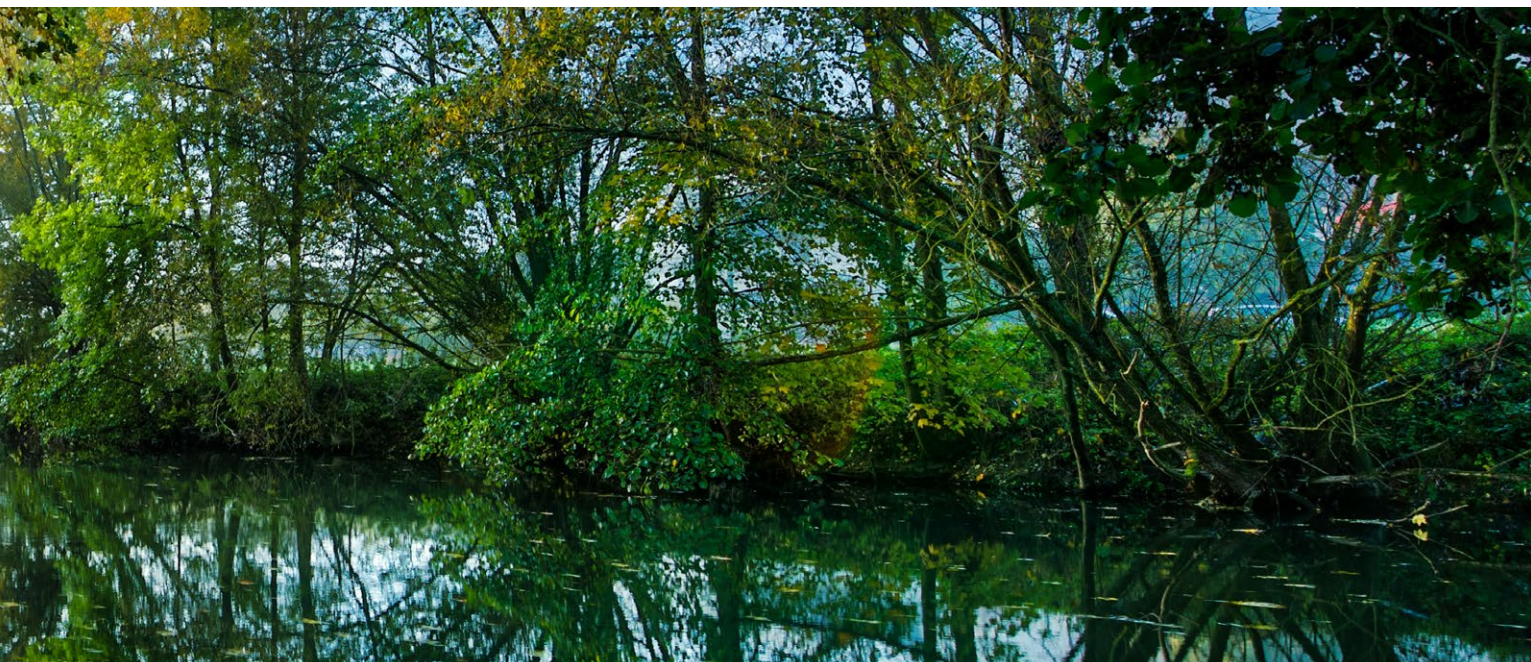
- Anpassung an den Klimawandel
- Eindämmung Klimawandel & Energie

E1-1 | E1-2 | E1-4

Übergangsplan für den Klimaschutz | Strategien im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel | Ziele im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel

Unsere Treibhausemissionsziele stehen im Einklang mit dem Pariser Abkommen. Des Weiteren werden wir auf der Grundlage der ersten Bilanzierung im Jahr 2023 ein Ziel für Scope-3-Emissionen festlegen. Ein vorrangiges Ziel ist die Steigerung der Transparenz und Spezifikation unserer Produkte durch die Ermittlung und Veröffentlichung des Product Carbon Footprints. Der Product Carbon Footprint misst die Gesamtemissionen, die von der Rohstoffgewinnung bis zum Werkstor mit unseren Produkten verbunden sind.

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir uns zum Ziel gesetzt, die absoluten Emissionen unserer Aktivitäten an unseren Produktionsstandorten von 2022 bis 2030 um 42 % zu reduzieren (Scope 1 und 2). Unsere Nachhaltigkeitsstrategie umfasst auch die Betrachtung von Dienstreisen, die im Rahmen unserer Vertriebstätigkeiten weltweit anfallen. Wir streben eine Bündelung von Dienstreisen an, um dadurch unsere Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Bis zum Jahr 2030 ist es unser Ziel, die Treibhausgasemissionen durch Dienstreisen im Vergleich zum Basisjahr 2023 um 10 % zu reduzieren.



Für die Emissionen an Treibhausgasen (GHG) in Scope 1 und 2 wurde im Juli 2022 auf Basis der GHG-Bilanz eine Strategie inklusive Zielen bis 2030 verabschiedet und auf unseren jeweiligen Unternehmenswebseiten veröffentlicht. Im laufenden Jahr haben wir uns der Science Based Targets Initiative (SBTi) verpflichtet. Bis zum Jahr 2026 werden wir ein validiertes 1,5-Grad-Ziel erstellen und zur Überprüfung einreichen. Dieser Schritt ist für Ende des Jahres 2024 geplant. Daher wird unser GHG-Ziel erst im Bericht des kommenden Jahres in validierter Form veröffentlicht werden. Mit dem SBTi-Instrumentarium haben wir bereits eine Anpassung unseres Ziels und des Basisjahres vorgenommen.

*Einen detaillierten Übergangsplan werden wir im nächsten Bericht für das Jahr 2024 vorlegen.*

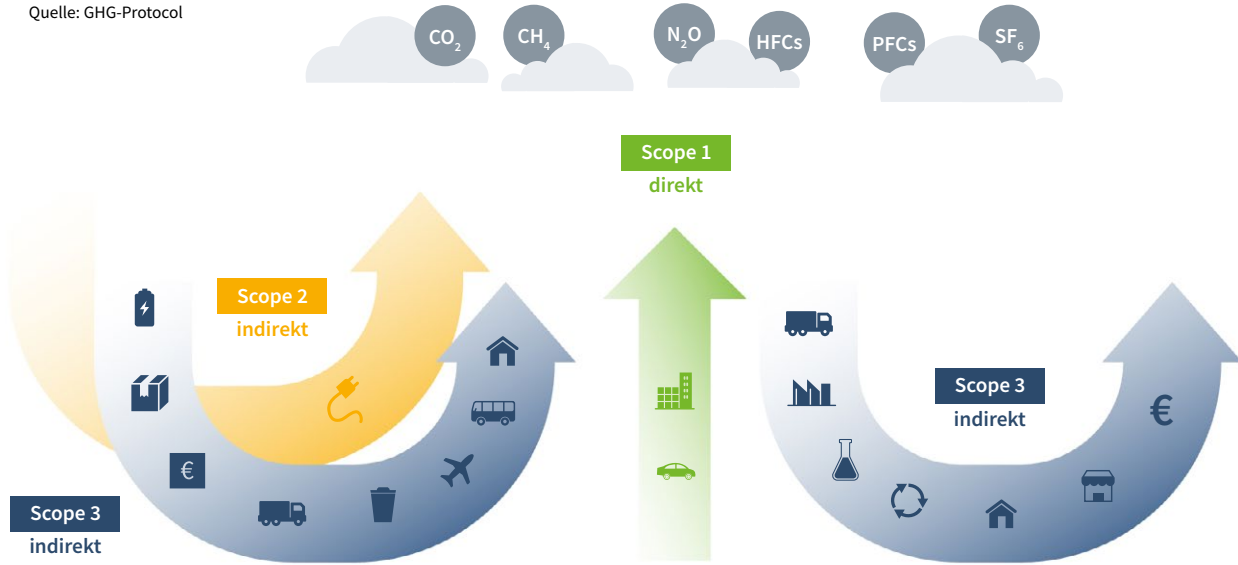
## Treibhausgase

Die Emission von Treibhausgasen und Schadstoffen hat entscheidenden Einfluss auf die Entwicklung und die Auswirkungen des Klimawandels. Daher ist uns bewusst, dass wir in allen Phasen der Wertschöpfungskette Verantwortung für den Ausstoß von Emissionen bei der Herstellung und Verwendung unserer Produkte tragen. Der Ausstoß von Treibhausgasen hat die größte Auswirkung auf die Umwelt. Bei der Treibhausgasberichterstattung für Scope 1 und Scope 2 orientieren wir uns

an den Vorgaben des Greenhouse Gas (GHG)-Protocol. Zu Scope 1 zählen direkte Emissionen, die unmittelbar durch unser Handeln entstehen. Hierzu gehören die Nutzung von Erdgas für unser Blockheizkraftwerk sowie der Betrieb von Teilen unseres Fuhrparks mit fossilen Kraftstoffen. Die indirekten Emissionen, die nicht direkt von uns als Unternehmen verursacht werden, fallen unter Scope 2 und 3. Scope 2 umfasst dabei die Emissionen, die durch unseren Strombezug verursacht werden, da wir den Strom nicht selbst produzieren, diesen allerdings für den Betrieb unserer Standorte benötigen. Zu Scope 3 gehören 15 Kategorien für übrige Emissionen in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette.

Vorgelagerte Emissionen entstehen beispielsweise durch die Herstellung und den Transport von Rohstoffen für unsere Produktion und unseren Betrieb. Nachgelagerte Emissionen umfassen demgegenüber den Transport unserer Produkte zu unseren Kunden sowie die Entsorgung unseres Abfalls. Der Großteil der im Unternehmen verursachten Treibhausgasemissionen (Scope 1) entsteht bei der Verbrennung von Primärenergieträgern wie Erdgas und Kraftstoff. Die Nutzung von Erdgas dient der Erzeugung von Strom und Wärme für unsere Büro- und Produktionsbereiche. Aufgrund der Ausrichtung unseres Unternehmens fallen keine weiteren Gase oder Emissionen an. Als Maßeinheit werden Treibhausgasäquivalente aus diversen Datenbanken verwendet, beispielsweise aus der „Emission Factor Database“ (EFDB) vom Ausschuss „Intergovernmental Panel on Climate Change“ (IPCC) sowie der Stadtwerke Wertheim GmbH.

Quelle: GHG-Protocol



Vorgelagerte Tätigkeiten | Brand Gruppe | Nachgelagerte Tätigkeiten

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li> Brennstoff- und energiebezogene Emissionen</li> <li> Eingekaufte Waren und Dienstleistungen</li> <li> Kapitalgüter</li> <li> Vorgelagerter Transport und Distribution</li> <li> Abfall aus dem Betrieb</li> <li> Geschäftsreisen</li> <li> Pendeln der Arbeitnehmer</li> <li> Angemietete oder geleaste Sachanlagen</li> <li> Eingekaufter Strom, Dampf, Wärme und Kälte</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li> Stationäre Anlagen</li> <li> Mobile Anlagen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li> Nachgelagerter Transport und Distribution</li> <li> Verarbeitung der verkauften Produkte</li> <li> Nutzung der verkauften Produkte</li> <li> Umgang mit verkauften Produkten an deren Lebenszyklusende</li> <li> Vermietete oder verleaste Sachanlagen</li> <li> Franchise</li> <li> Investitionen</li> </ul> |
|---|--|---|

Im Rahmen des Schulungsplans für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird auch unser Umweltmanagement thematisiert, um alle Beschäftigten für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren. Im Jahr 2023 haben wir Anpassungen in den Berechnungen vorgenommen, was durch andere Emissionsfaktoren zu angepassten Ergebnissen geführt hat. Das Basisjahr wurde von 2020 auf 2022 geändert.

Im Jahr 2023 haben wir darüber hinaus erstmals unsere Treibhausgasbilanz um Scope 3 erweitert. Das Basisjahr für das Scope-3-Ziel ist das Jahr 2023. Aufgrund des hohen Arbeitsaufwandes haben wir die zur Verfügung stehenden Vereinfachungen genutzt. Die Berichterstattung der Scope-3-Emissionen erfolgt gemäß dem GHG-Protocol „Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting & Reporting Standard“. Die Definition der wesentlichen fünf Scope-3-Kategorien erfolgte anhand eines Bewertungsverfahrens.

- 3.1 Eingekaufte Waren und Dienstleistungen**
- 3.5 Abfälle aus dem Betrieb**
- 3.6 Geschäftsreisen**
- 3.9 Nachgelagerter Transport und Distribution**
- 3.11 Nutzung der verkauften Produkte**

Die Treibhausgasberechnung der relevanten Kategorien wurde anhand unterschiedlicher Methoden durchgeführt. Die Berechnung der Kategorie „3.1 Eingekaufte Waren und Dienstleistungen“ erfolgt mittels der „Average“- und „Spend-based“-Methode. Dabei greifen wir auf die multiregionale „Environmentally Extended Input Output (EEIO)“-Datenbank nach dem GHG-Protocol zurück. Als Grundlage der Berechnung dienen Aktivitätsdaten aus unserem ERP-System. Dabei nutzen

wir auch die Möglichkeit der Abstraktion von Daten (Warengruppen) und Dateninterpolation der Ergebnisse basierend auf den über 80 % größten Ausgaben für eingekaufte Güter und Dienstleistungen. Die kontinuierliche Verbesserung unserer Datenqualität sowie die Nutzung von Primärdaten unserer Lieferanten ist dauerhaftes Ziel für die künftigen Jahre.

Für die Kategorie „3.5 Abfälle aus dem Betrieb“ wurden die Aktivitätsdaten entsprechend der „Waste-type-specific“-Methode verwendet. Dabei wurden 100 % des bei der Brand Gruppe (DE und USA) angefallenen Abfalls in die Berechnung ohne Interpolationsmaßnahmen einbezogen. Für die USA wurden Annahmen und Kalkulationen verwendet, da keine exakten Informationen zur Abfallart sowie keine exakte Abfallmenge vorlagen.

Bei „3.6 Geschäftsreisen“ wurde die „Distance-based“-Methode verwendet. Für Flugreisen haben wir dabei stets den Emissionsfaktor für internationale Flugreisen verwendet.

Die Berechnung von der Kategorie „3.9 Nachgelagerter Transport und Distribution“ basiert auf Daten unseres ERP-Systems,

Informationen unserer Transportdienstleister sowie Schätzungen zu Distanz und Transportmitteln. Dabei haben wir durchgehend die „Distance-based“-Methode angewandt. Sofern keine Angaben zur Masse für die Berechnung der Tonnen-Kilometer vorlagen, wurden die Daten interpoliert.

Bei der Berechnung der Treibhausgasemission bei der Kategorie „3.11 Nutzung der verkauften Produkte“ wurden Annahmen zu Nutzungsdauer und -verhalten unserer Nutzerinnen und Nutzer getroffen. Bei der Kalkulation wurden direkte Nutzungsemissionen (Energieverbrauch) sowie indirekte Nutzungsemissionen (z. B. Kühlung der Geräte bei spezifischem Einbau) einbezogen. Als Emissionsfaktor wurde der durchschnittliche weltweite Emissionswert pro Kilowattstunde gewählt, da unsere Produkte weltweit zum Einsatz kommen.

Allgemein basieren unsere gewählten Emissionsfaktoren aller Scope 3-Kategorien aus Datenbanken von EXIOBASE, UBA (ProBas), GEMIS, EPA, BEIS und BWA (EEW Informationsblatt CO<sub>2</sub>-Faktoren (2022), Stand 04.04.2024). Zusätzlich mussten wir wiederholt Abstraktionsmaßnahmen ergreifen, um Emissionsfaktoren den Aktivitätsdaten zuzuordnen.

## Energie

Die Treibhausgasemissionen sind eng verknüpft mit dem Energieverbrauch während der Herstellung unserer Produkte. Daher stellt die Effizienz in unserer Produktion sowie der effiziente Ressourceneinsatz in unseren Bürogebäuden einen wichtigen Einflussfaktor für die Treibhausgasemission dar. Jede gesparte Kilowattstunde – auch als Strom aus erneuerbaren Quellen – führt zu einer langfristigen Einsparung von Ressourcen und Emissionen. Aus diesem Grund haben wir uns in unserer Unternehmenspolitik seit Langem dazu verpflichtet, Ressourcen nachhaltig einzusetzen und umweltschonend zu produzieren.

Auch im Hinblick auf das Thema Energie sind in der jeweiligen Unternehmenspolitik klar definierte Ziele festgelegt. Die kontinuierliche Verbesserung der Energieeffizienz hat für uns höchste Priorität. Dafür stellen wir die erforderlichen Informationen und Ressourcen zur Verfügung. Damit erweitern wir unsere Leistung zum Schutz der Umwelt. Das Thema Energiemanagement wird in der gesamten Gruppe als relevant betrachtet, jedoch unterschiedlich in der Organisation bearbeitet. Als einziges Unternehmen der Gruppe verfügt die BRAND KG über ein nach DIN EN ISO 50001 zertifiziertes Energiemanagement. Auch ohne zertifiziertes Energiemanagement werden in den anderen Unternehmen der Gruppe alle Energieverbräuche kontinuierlich erfasst und ausgewertet, um Einsparpotentiale

zu identifizieren. Die Verantwortung für die Überwachung der Zielerreichung liegt in der Brand Gruppe bei der obersten Management-Ebene. So ist ein interdisziplinäres Herangehen sichergestellt, da die Leitungen aller Geschäftsbereiche einschließlich der Shared Services (Finanzen, Controlling, Einkauf, Personal und IT) vertreten sind. Derzeit gehen die meisten der von uns verursachten Treibhausgase auf den Brennstoff Erdgas zurück. Daher spiegelt sich das Ziel der Reduzierung dieser Emissionen auch in unserem Energieverbrauch und der Energienutzung wider. Neben der Reduzierung der Treibhausgasemission ist die Steigerung der Energieeffizienz des Produktionsbetriebs ein wesentlicher Teil unserer Unternehmensstrategie.



Blockheizkraftwerk bei BRAND KG

## Maßnahmen zu Treibhausgasen & Energie

E1-3

### Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit den Klimastrategien

Zur Erreichung der gesetzten Ziele wurden konkrete Aktionspläne erstellt. Im Folgenden werden die wesentlichen Maßnahmen zur Zielerreichung vorgestellt. Dazu zählt die konsequente und schrittweise Umstellung des Fuhrparks auf Elektrofahrzeuge bzw. Fahrzeuge, die auf nicht fossilen Brenn-

stoffen basieren. Des Weiteren ist die Eliminierung von Gas als Energiequelle für die Heizung in unserer Produktion vorgesehen. Hierzu werden aktuell konkrete Pläne und Maßnahmen erarbeitet.

### Treibhausgasemission in Tonnen CO<sub>2</sub>e

Unternehmen	Projekt	Umsetzungsjahr	Einsparungsmenge (CO <sub>2</sub> e in Tonnen)
VITLAB	Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Quellen	2018	31
BRAND KG	Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Quellen	2022	2033
VACUUBRAND KG	Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Quellen	2022	944
BRAND KG	Installation von 25 E-Ladepunkten	2023	Siehe Projekt „Einsatz von E-Fahrzeugen“
VACUUBRAND KG	Installation von 16 E-Ladepunkten	2023	Siehe Projekt „Einsatz von E-Fahrzeugen“
VITLAB	Installation von 4 E-Ladepunkten	2023	Siehe Projekt „Einsatz von E-Fahrzeugen“
<b>Brand Gruppe (Deutschland)</b>	<b>Einsatz von E-Fahrzeugen</b>	<b>bis 2030</b>	<b>281</b>



E-Ladepunkte der Brand Gruppe für klimafreundliche Mobilität: Vorstände Dr. Christoph Schöler und Dr. Constantin Schöler





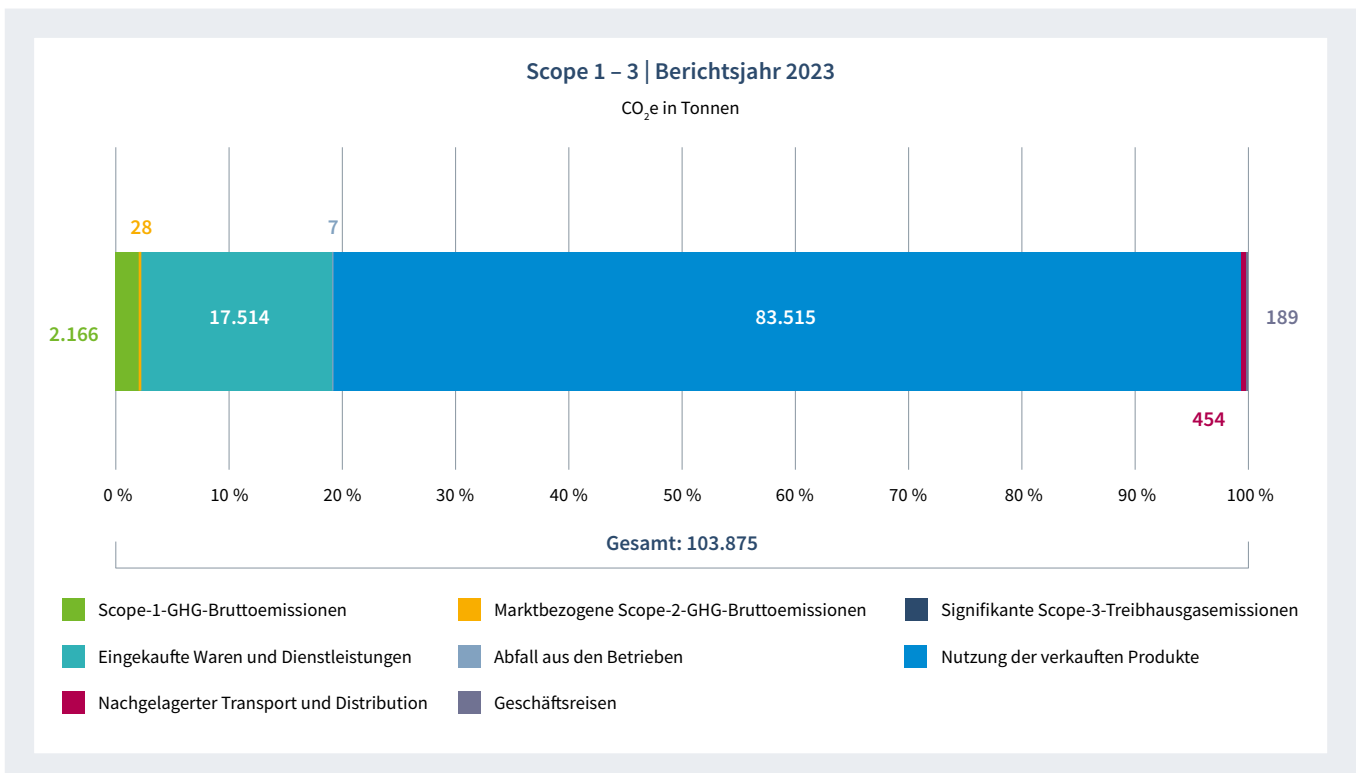
© Raschmi, 500px

Tauberhafen in Wertheim



Unser größter Beitrag für die Umwelt in der jüngeren Vergangenheit ist die Nutzung von „Main-Tauber-Naturstrom“ der Stadtwerke Wertheim GmbH seit 2021. Dadurch können wir jährlich bis zu 1.500 Tonnen CO<sub>2</sub>e einsparen. Bereits zuvor haben wir einen Teil des Stroms über ein Blockheizkraftwerk selbst erzeugt und so die Emissionen reduziert.

Auch außerhalb von Scope 1 und Scope 2 wurden Maßnahmen ergriffen, um die GHG-Emissionen zu senken. Dazu gehören die Förderung umweltfreundlicher Mobilität (Fahrradstellplätze), der Ersatz von Luftfracht durch See- und Landtransport sowie eine optimierte Frachtenkonsolidierung zur Reduktion von LKW-Fahrten in der EU. Mit unserer Strategie und den daraus abgeleiteten Zielen werden wir die indirekten Emissionen in unserer Wertschöpfungskette nun konsequenter und stringenter angehen. Ein Beispiel ist die Reduzierung der Kleinstsendungsanzahl, wodurch Treibhausgase, Umverpackung und Arbeitsschritte eingespart werden können.



E1-7 | E1-8

### Abbau von Treibhausgasen und Projekte zur Verringerung von Treibhausgasen, finanziert über CO<sub>2</sub>-Gutschriften | Interne CO<sub>2</sub>-Bepreisung

Die Brand Gruppe betreibt weder einen über CO<sub>2</sub>-Gutschriften finanzierten Abbau von Treibhausgasen noch Projekte zur Verringerung von Treibhausgasen. Des Weiteren erfolgt derzeit keine interne CO<sub>2</sub>-Bepreisung.

E1-5 | E1-6

### Energieverbrauch und Energiemix | THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen

Die Treibhausgasbilanz 2023 umfasst die folgenden Unternehmen der Brand Gruppe (DE und USA): BRAND KG, VACUUBRAND KG, VITLAB, BRAND INT, BRANDTECH (USA) und die Brand Group SE & Co. KG. Im kommenden Jahr werden wir zudem unsere Vertriebsgesellschaften BRAND (Shanghai) und unsere neue Produktionsgesellschaft BRAND (Huzhou) in China in die Bilanz aufnehmen. Aufgrund der erstmaligen Bilanzierung für die gesamte Gruppe im Jahr 2023 sowie der erstmaligen Berücksichtigung von Scope 3 ist ein Vergleich der Ergebnisse zu den Vorjahren lediglich für Scope 1 und 2 möglich.

Darüber hinaus wurde Scope 2 sowohl in der marktbasierten (market-based) als auch der standortbasierten (location-based) Variante ausgewiesen. Im Rahmen des marktbasierten Scopes 2 erfolgt die Berechnung der Treibhausgasemissionen unter Zuhilfenahme der Emissionsfaktoren des jeweiligen Stromlieferanten. Im Gegensatz dazu wird der standortbasierte Scope 2 mit dem durchschnittlichen Emissionsfaktor des Gebiets, in der Regel eines Landes, ermittelt. Für Deutschland und die USA (Connecticut) wird jeweils der nationale Durchschnittswert als Berechnungsgrundlage herangezogen.



Treibhausgasemissionen von 2020 – 2023 in Tonnen CO<sub>2</sub>e

Jahr	2020	2021	2022	2023
<b>BRAND KG</b>	<b>5.086</b>	<b>3.195</b>	<b>3.221</b>	<b>2.673</b>
Scope 1	1.219	1.361	1.188	1.238
Scope 2 (marktbasiert)	1.933	0	0	0
Scope 2 (standortbasiert)	1.933	1.834	2.033	1.435
<b>VACUUBRAND KG</b>	<b>2.551</b>	<b>1.722</b>	<b>1.696</b>	<b>1.494</b>
Scope 1	700	685	752	721
Scope 2 (marktbasiert)	925	0	0	0
Scope 2 (standortbasiert)	925	1.037	944	773
<b>VITLAB</b>	<b>115</b>	<b>130</b>	<b>120</b>	<b>109</b>
Scope 1	57	76	68	63
Scope 2 (marktbasiert)	0	0	0	0
Scope 2 (standortbasiert)	58	54	52	47
<b>Brand Group KG</b>				<b>8</b>
Scope 1				8
<b>BRAND INT</b>				<b>46</b>
Scope 1				46
<b>BRANDTECH</b>		<b>100</b>	<b>113</b>	<b>118</b>
Scope 1		77	89	89
Scope 2 (marktbasiert)		23	25	28
Scope 2 (standortbasiert)		23	25	28
<b>Brand Gruppe Scope 1</b>	<b>1.977</b>	<b>2.199</b>	<b>2.098</b>	<b>2.166</b>
<b>Brand Gruppe Scope 2 (marktbasiert)</b>	<b>2.859</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>28</b>
<b>Brand Gruppe Scope 2 (standortbasiert)</b>	<b>2.916</b>	<b>2.948</b>	<b>3.053</b>	<b>2.283</b>
<b>Brand Gruppe Scope 3</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>101.680</b>
<b>Brand Gruppe Scope 1 – 3 (marktbasiert)</b>	<b>4.835</b>	<b>2.222</b>	<b>2.122</b>	<b>103.875</b>
<b>Brand Gruppe Scope 1 – 3 (standortbasiert)</b>	<b>4.893</b>	<b>5.146</b>	<b>5.151</b>	<b>106.129</b>

Hinweis: BRANDTECH wurde im Jahr 2021, BRAND INTERNATIONAL und Brand Group KG im Jahr 2023 in die GHG-Bilanzierung aufgenommen.

Trotz der Erweiterung der Treibhausgasbilanz um BRANDTECH im Jahr 2021 sowie BRAND INT und die Brand Group KG im Jahr 2023 zeigt sich ein insgesamt rückläufiger Trend der Treibhausgasemissionen. Insgesamt konnten die Treibhausgasemissionen im Vergleich zum Jahr 2020 um 55 % gesenkt werden, obwohl der Bilanzierungskreis nicht unerheblich erweitert wurde. Diese Reduktion ist auf die Umstellung auf erneuerbare Energien zurückzuführen.

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Emissionen um 3 %. Diese Erhöhung ist auf die Nutzung von Heizöl in den produzierenden Unternehmen sowie den erhöhten Bedarf an Kraftstoff in allen Unternehmen zurückzuführen. Der Vergleich der Treibhausgasemissionen anhand der standortbasierten Scope 2 Emissionen zeigt, dass im Jahr 2023 die Emissionen im Vergleich zum Jahr 2020 um 10 % gesunken sind.

## Energieverbrauch an Produktions- und Vertriebsstandorten

Im Jahr 2022 betrug der gesamte Energieverbrauch der Brand Gruppe (DE und USA) 16.244 MWh. Im Jahr 2023 konnte trotz der Aufnahme von BRANDTECH in den Bilanzierungskreis der Energieverbrauch um 11 % auf 14.393 MWh verringert werden. Gleichzeitig ist ein Anstieg der Nutzung von Heiz- und Kraftstoffen zu verzeichnen, während die Stromverbräuche leicht gesunken sind. Aufgrund der angespannten Gasversorgungslage im Jahr 2022 wurden heizölbetriebene mobile Notstromaggregate inklusive entsprechend befüllten Heizöltanks geliehen. Die Aggregate wurden 2023 mit geleerten Tanks zurückgegeben, nachdem zuvor der Heizölvorrat verbraucht worden war.

Im Jahr 2023 ist der Anteil an nicht-erneuerbaren Energien dadurch von durchschnittlich 53 % in den Vorjahren (2020 bis 2022) auf 60 % gestiegen. Der Anstieg ist auf die verringerte Nutzung von erneuerbarem Strom sowie die verstärkte Nutzung der Notstromaggregate und Kraftstoffverbrauchs zurückzuführen. Die Energieintensität der Gruppe (DE und USA) – das Verhältnis von Energieverbrauch (bestehend aus eingekauftem Strom, Erdgas und Kraftstoffen) zu Umsatz – hat sich bei den beteiligten Unternehmen der Brand Gruppe (DE und USA) positiv entwickelt. Im Vergleich zum Basisjahr 2022 verringerte sich unsere Energieintensität um 18 % von 108 MWh/Mio. EUR Umsatz auf 89 MWh/Mio. EUR Umsatz im Jahr 2023.

## Energieverbrauch und Energiemix

Jahr		2020	2021	2022	2023	
(1)	Brennstoffverbrauch aus Kohle und Kohleerzeugnissen	MWh	-	-	-	-
(2)	Brennstoffverbrauch aus Rohöl und Erdölerzeugnissen	MWh	1.130	1.332	1.532	1.808
(3)	Brennstoffverbrauch aus Erdgas		7.036	7.651	6.926	6.766
(4)	Brennstoffverbrauch aus sonstigen fossilen Quellen	MWh	-	-	-	-
(5)	Verbrauch aus erworbener oder erhaltener Elektrizität, Wärme, Dampf und Kühlung und aus fossilen Quellen	MWh	0	55	59	68
(6)	Gesamtverbrauch fossiler Energie (Summe der Zeilen 1 bis 5)	%	8.166	9.038	8.517	8.642
(7)	Verbrauch aus Kernkraftquellen	MWh			-	-
	Anteil fossiler Quellen am Gesamtenergieverbrauch		52%	55%	52%	60%
(8)	Brennstoffverbrauch für erneuerbare Quellen, einschließlich Biomasse (auch Industrie- und Siedlungsabfälle biologischen Ursprungs, Biogas, Wasserstoff aus erneuerbaren Quellen usw.)	MWh	-	-	-	-
(9)	Verbrauch aus erworbener oder erhaltener Elektrizität, Wärme, Dampf und Kühlung und aus erneuerbaren Quellen	MWh	7.439	7.461	7.727	5.751
(10)	Verbrauch selbst erzeugter erneuerbarer Energie, bei der es sich nicht um Brennstoffe handelt	MWh	-	-	-	-
(11)	Gesamtverbrauch erneuerbarer Energie (Summe der Zeilen 8 bis 10)	MWh	7.439	7.461	7.727	5.751
	Anteil erneuerbarer Quellen am Gesamtenergieverbrauch	%	48%	45%	48%	40%
	Gesamtenergieverbrauch (Summe der Zeilen 6 bis 11)	MWh	15.605	16.499	16.244	14.393
	Jährliche Veränderung zum Vorjahr			- 6%	2%	11%
	Energieintensität	MWh / Mio € Umsatz	116	118	108	89
	Veränderung der Energieintensität zum Vorjahr	%		2%	-8%	-18%

**Hinweis:** Die Energieintensität wurde in den Jahren 2020 bis 2022 für die Brand Gruppe (Deutschland) und für 2023 für die Brand Gruppe (DE und USA) berechnet.

E1-9

Erwartete finanzielle Auswirkungen wesentlicher physischer Risiken und Übergangsrisiken sowie potenzielle klimabezogene Chancen

*Wird aktuell nicht berichtet.*



# Umweltverschmutzung

**Umweltverschmutzung ist eine Bedrohung für Ökosysteme und die menschliche Gesundheit. Im industriellen Umfeld führt die unrechtmäßige Entsorgung von PFAS (Per- und polyfluorierte Alkylverbindungen) und besonders besorgniserregender Stoffe (SVHC) zu Herausforderungen für die Umwelt. PFAS sammeln sich in Wasser und Boden an und gelangen in die Nahrungskette, wo sie Auswirkungen auf die Gesundheit haben können. PFAS reichern sich in der Umwelt an und sind in vielen Alltagsgegenständen nachweisbar. Die REACH-Verordnung legt die Kriterien solcher SVHCs fest. Eine internationale Zusammenarbeit ist notwendig, um dieser Umweltverschmutzung entgegenzuwirken.**

Zur Stoffgruppe der PFAS gehören über 10.000 Verbindungen, die wegen ihrer hohen Persistenz auch als „Ewigkeitschemikalien“ bezeichnet werden.

Zu dieser Stoffgruppe gehören auch Fluorpolymere wie z. B. PTFE. Fluorpolymere zeichnen sich durch eine sehr hohe Chemiebeständigkeit aus und werden deshalb in vielen unserer Produkte eingesetzt. Nur diese hohe Chemiebeständigkeit erlaubt es, die Anforderungen unserer Kunden für ihre Anwendungen zu erfüllen. Gleichzeitig tragen diese Fluorpolymere maßgeblich zur langen Lebensdauer unserer Produkte bei. Die von uns eingesetzten Fluorpolymere werden nach derzeitigem Kenntnisstand in der Verwendungsphase als unbedenklich angesehen.

Wir unterstützen daher einen risikobasierten Ansatz zur Regulierung von PFAS. Einer pauschalen Beschränkung einschließlich in den Bereichen Halbleiterindustrie, Sicherheits- und Verteidigungsindustrie, erneuerbare Energien, sowie in der Bio-, Labor- Analysen- und Medizintechnik stehen wir kritisch gegenüber.



#### ESRS 2 IRO-1

### Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden folgende Themen als wesentlich für den Bereich Umweltverschmutzung identifiziert:

- Besorgniserregende und besonders besorgniserregende Stoffe (PFAS & REACH-Stoffe)

#### E2-1 | E2-3

### Strategien im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung | Ziele im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung

Aufgrund unseres Produktportfolios spiegeln sich die aktuellen Entwicklungen bei der PFAS-Verbotdiskussion in den Ergebnissen der Wesentlichkeitsanalyse wider. Die Umweltbelastung durch die Entsorgung von besorgniserregenden und besonders besorgniserregenden Stoffen (im Sinne der REACH-Verordnung inkl. PFAS) stellt in der nachgelagerten Wertschöpfungskette

einen wesentlichen Aspekt dar. Zusätzlich ist die Produktion und der Transport von besorgniserregenden und besonders besorgniserregenden Stoffen (im Sinne der REACH-Verordnung inkl. PFAS) in der vorgelagerten Wertschöpfungskette in den Fokus genommen worden.

Aufgrund der idealen Eigenschaften für eine Vielzahl von Anwendungen unserer Produkte ist es derzeit schwierig, die Nutzung der genannten Stoffe vollständig zu eliminieren. Daher ist es unser Anspruch, diese Stoffe in unserer Wertschöpfungskette bestmöglich zu reduzieren und regelmäßig zu prüfen, ob wir sie substituieren können. Besonderes Augenmerk legen wir auf den Ersatz von Stoffen in Produkten und Prozessen, bei denen eine wirtschaftliche Umsetzbarkeit gegeben ist und die Funktionalität erhalten bleibt.

Zur Minimierung der besorgniserregenden und besonders besorgniserregenden Stoffe in unserer Wertschöpfungskette werden wir bis zum Jahr 2030 die Prüfung von 25 % der Einsatzmaterialien durchführen, die solche Stoffe enthalten. Ziel ist es, festzustellen, ob diese Stoffe substituiert werden können, beginnend im Basisjahr 2023.

E2-2

### Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung

Wir sind bestrebt, die Auswirkungen umweltschädlicher Stoffe zu minimieren. Dazu gehört, dass wir an unseren Standorten möglichst keine gefährlichen Stoffe nutzen und den Einsatz neuer gefährlicher Stoffe vermeiden. Dennoch ist es nicht möglich, diese vollständig zu vermeiden. Daher führen wir unter

anderem ein Gefahrenkataster, um die Lagerung und Mengen der Stoffe lückenlos zu dokumentieren. Im Falle von Produkten, die SVHC-Stoffe enthalten, erfolgt eine entsprechende Dokumentation und Prüfung. Wir werden künftig den Fokus verstärkt auf die Substitution von derartigen Stoffen legen.

E2-5

### Besorgniserregende Stoffe und besonders besorgniserregende Stoffe

Innerhalb unseres Unternehmens werden besorgniserregende Stoffe sowie besonders besorgniserregende Stoffe sowohl in den Produkten selbst als auch im Rahmen der Produktherstellung verwendet. Unser Bestreben ist es, diese Stoffe in der jährlichen Substitutionsprüfung zu minimieren. Falls eine Substitution nicht möglich ist, wird der Stoff in der entsprechenden Abteilung einer Gefährdungsbeurteilung unterzogen und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden explizit im ordnungsgemäßen, sicheren Umgang damit geschult. Sobald kritische Stoffe in einer definierten Menge eingesetzt werden, ergreifen wir technische Schutzmaßnahmen, wie beispielsweise Absaugvorrichtungen und personenbezogene Schutzmaßnahmen (persönliche Schutzausrüstung). Bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit speziellen Stoffen umgehen, werden spezifische Untersuchungen vom Betriebsarzt vorgenommen.

In den Unternehmen der Brand Gruppe (Deutschland) werden besorgniserregende Stoffe und besonders besorgniserregende Stoffe in den Druckfarben von Glaswaren, Gemischen und Elektronikbestandteilen in unseren Produkten verwendet. Dabei handelt es sich überwiegend um Blei, Bleimonoxid und verschiedene Siloxane. Nach Herstellung der Produkte sind diese Stoffe in den Erzeugnissen verarbeitet. Detaillierte Informationen zu den Produkten mit besonders besorgniserregenden Stoffen nach der REACH-Verordnung werden auf den Unternehmenswebseiten veröffentlicht. In der Produktion werden diverse Stoffe verwendet, wobei Druckfarben und Reinigungsmittel zu den mengenmäßig bedeutsamsten Stoffen gehören. Abgesehen von den in Gefahrstoffschränken gelagerten Gefahrstoffen, beliefen sich die Mengen an verwendeten besorgniserregenden und besonders besorgniserregenden Stoffen mit den wichtigsten Gefahrenklassen nach den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) auf 528 kg und 83 l laut Gefahrstoffkataster im Jahr 2023.

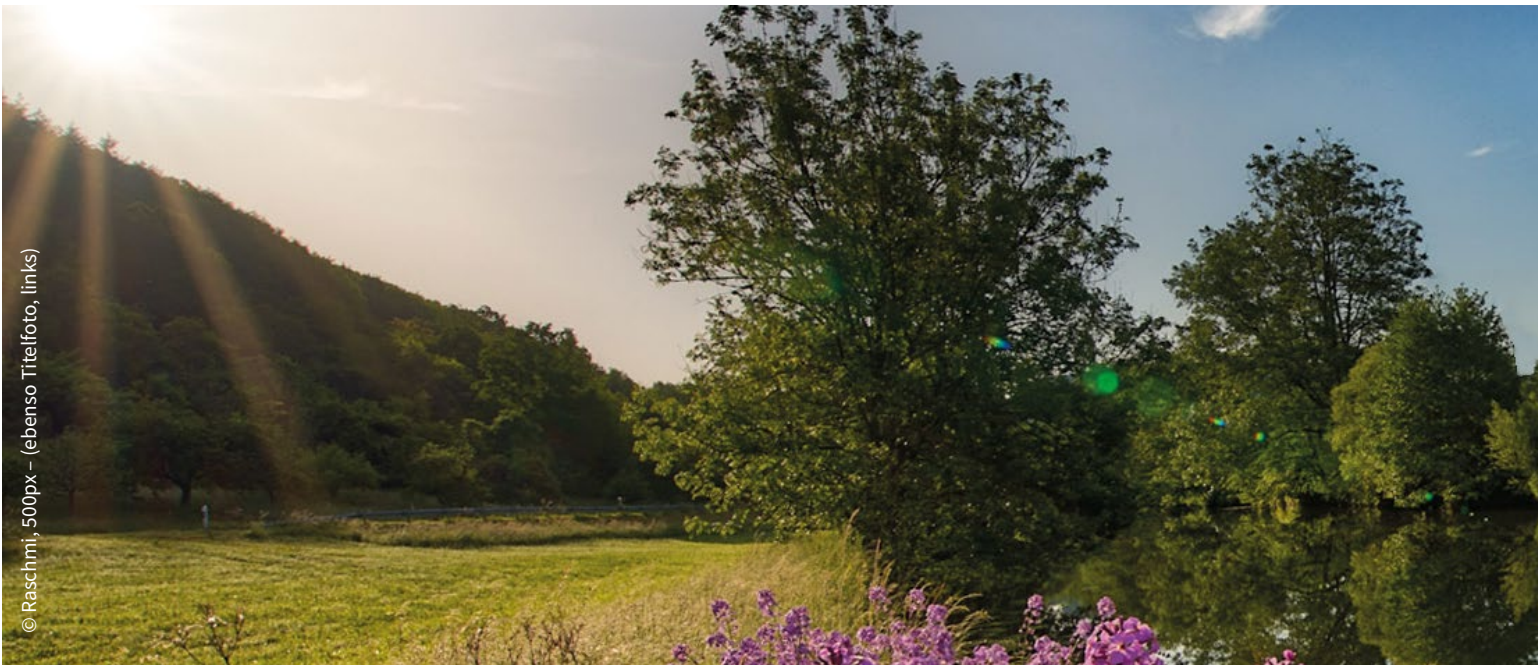
E2-6

### Erwartete finanzielle Auswirkungen durch Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung

*Wird aktuell nicht berichtet.*







© Raschmi, 500px – (ebenso Titelfoto, links)

# Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

Wir übernehmen Verantwortung für das, was wir produzieren. Dazu gehören alle Aspekte unserer Produkte entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Von der Auswahl der Materialien über Produktionsbedingungen, Transport bis hin zum Lebensende unserer Produkte.

ESRS 2 IRO-1

Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden folgende Themen im Kapitel Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft als relevant identifiziert:

- Ressourcenzufluss und -verbrauch
- Ressourcenabfluss
- Abfall

E5-1 | E5-3

Strategien im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft | Ziele im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

## Ressourcenzufluss und -verbrauch

Da wir unsere Produkte weltweit vertreiben, ist der Transport unserer Produkte zu Kundinnen und Kunden ein wesentlicher Aspekt unseres Nachhaltigkeitshandelns. In der Vergangenheit haben wir bereits Maßnahmen ergriffen, um unsere Transporte zu bündeln und so die Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren. Um unser Sendungsaufkommen weiter zu reduzieren, werden wir unsere Anstrengungen noch verstärken und zusätzliche Maßnahmen ergreifen. Daher haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2030 unsere Kleinstsendungsanzahl für unsere Handelspartner jährlich zu reduzieren.



### Ressourcenabfluss

Die effektivste Methode zur Reduktion von Ressourcenverlust ist die Weiternutzung eines Produktes. Daher legen wir großen Wert auf die Qualität und lange Lebensdauer durch eine hohe Zerleg- und Reparierbarkeit unserer Produkte. Dennoch kommt es vor, dass ein Produkt das Lebensende erreicht. In diesem Fall ist es unser Ziel, einen aktiven Beitrag zur Kreislaufwirtschaft zu leisten. Dazu wollen wir die Zerlegbarkeit unserer Produkte so gestalten, dass eine Rückgewinnung aller möglicher Ressourcen möglich ist. Daher werden wir unser Produktportfolio ganzheitlich nach definierten Kriterien der Kreislaufwirtschaft bis 2027 bewerten, um mögliche Verbesserungen zu identifizieren.

### Abfall

Das Vermeiden und die Reduktion von Abfall innerhalb des Betriebs ist ein wichtiger Bestandteil unserer nachhaltigen Unternehmensführung. Mit einem effektiven Abfallmanagement fördern wir die Entwicklung einer Kreislaufwirtschaft, in der Ressourcen möglichst lange genutzt und Abfälle als Nebenprodukte betrachtet werden.

Wir leisten unseren Beitrag zur Schonung der begrenzten Ressourcen unseres Planeten, indem wir Materialien durch regionale Partner recyceln. Das Ziel ist es, die Abfallintensität der Brand Gruppe (Deutschland) von 3 Tonnen Abfall pro Million € Umsatz auf 2 Tonnen Abfall pro Million € Umsatz zu reduzieren. Zur Reduktion des Abfalls bei unseren Abnehmern und Kunden haben wir uns das Ziel gesetzt, den Einsatz von Kunststoffverpackungen (Primärstoff) zu reduzieren. Sobald Abfall anfällt, führt die sortenreine Trennung von Abfällen zu einer Verbesserung der Abfallbewirtschaftung.

Im Rahmen der Zielentwicklung wurden keine ökologischen Schwellenwerte berücksichtigt.

## Maßnahmen zu Kreislaufwirtschaft

E5-2

### Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

#### Ressourcenzufluss und -verbrauch

Seit Jahrzehnten achten wir bei der Produktentwicklung auf die Zerlegbarkeit unserer Produkte. Damit leisten wir einen aktiven Beitrag zur Kreislaufwirtschaft. Zur Reduktion des Transportaufkommens unserer Produkte zu unseren Abnehmern ist unsere Hauptmaßnahme für die nächsten Jahre, die Paketanzahl pro Kunden zu bündeln. Unser Ziel ist es, durch die Bündelung von Paketen pro Kunde nicht nur den Verpackungsabfall zu reduzieren, sondern auch die Treibhausgasemissionen pro Sendung zu minimieren.

#### Ressourcenabfluss

Die Zerlegbarkeit unserer Produkte ermöglicht nicht nur eine gute Reparierbarkeit der Produkte, sondern auch die Rückgewinnung verwendeter Rohstoffe. Bei Produkten, deren Materialien durch manuelle oder chemische Vorgänge nicht trennbar sind, geht jedoch ein hoher Anteil an Rohstoffen verloren. Daher werden wir zunächst einen Bewertungskatalog erstellen, um unsere Produkte auf die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft zu überprüfen. Die Erstellung des Bewertungskatalogs dient dazu, eine Grundlage zu schaffen, um unsere Produkte im nächsten Schritt hinsichtlich ihrer Leistung für die Kreislaufwirtschaft zu verbessern.

#### Abfall

An unseren Standorten fallen verschiedene Arten von Abfall an, darunter Papier und Kartonage, gemischte Verpackungen und Siedlungsabfall sowie Produktionsabfälle. Unser Abfallmanagement trägt dazu bei, Entsorgungsmengen sowie Materialverbrauch gering zu halten und weiter zu reduzieren. Darüber hinaus achten wir auf strenge Abfalltrennung und sichere Entsorgung. Deswegen setzen wir auf die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit zertifizierten Entsorgern in Standortnähe. Die Erhebung der Abfallquellen, -mengen und -art an den Standorten Wertheim und Großostheim erfolgt kontinuierlich und fließt jährlich in eine Abfallbilanz ein. Die Abfälle werden nach dem Kreislaufwirtschaftsgesetz in gefährliche sowie nicht gefährliche Abfälle unterteilt. Neben den Abfällen bei uns übernehmen wir auch Verantwortung für die Abfälle, die bei unseren Kundinnen und Kunden durch den Kauf unserer Produkte anfallen. Daher werden wir in den nächsten Jahren die Umverpackung unserer Produkte in den Fokus nehmen. Zu diesem Zweck werden die Verpackungen laufend sorgfältig überprüft und bewertet.

## Parameter zur Kreislaufwirtschaft

E5-4 | E5-5

#### Ressourcenzufluss und -verbrauch

Die wichtigsten Rohstoffe für die Herstellung unserer Produkte sind Glas, Kunststoff, Elektronikbauteile und Metalle. Des Weiteren sind die Rohstoffe, die für die Verpackung unserer Produkte benötigt werden, von entscheidender Bedeutung. Durch die doppelte Wesentlichkeitsanalyse ist der Themenbereich Transport unserer Produkte und deren Auswirkungen in diversen Bereichen relevant geworden. Zur Erreichung des Ziels ist eine Erhöhung der Nutzungsquote des sogenannten Kundenkalenders (Verhältnis von Kunden ohne Kundenkalender zu Kunden mit Kundenkalender) vorgesehen. Dadurch kann die Anzahl der Sendungen an einzelne Kunden reduziert werden.

#### Ressourcenabfluss

Derzeit können wir noch keine detaillierten Angaben zum recycelbaren Anteil all unserer Produkte nennen. Die Erhebung dieser Zahlen ist Teil unseres Ziels wie unter E5-1 beschrieben. Aufgrund der hohen Zerlegbarkeit der Produkte ist jedoch eine hohe Reparierbarkeit gegeben. Unsere Verpackungen bestehen überwiegend aus Kartonage, Kunststoffen und PU-Schaum. Die Kartonagen, die u. a. aus bereits recyceltem Material bestehen, und die Kunststoffe können sortenrein in den Stoffkreislauf zurückgeführt werden. Die PU-Schäume können über thermische, mechanische und chemische Verfahren recycelt werden.

Die relevantesten Produkte der Brand Gruppe sind Liquid Handling-Produkte und Vakuumpumpen, weswegen wir im Folgenden näher auf diese eingehen.



### Liquid Handling-Produkte

Unsere Pipetten sind so konzipiert, dass eine Demontage in fast alle Einzelteile möglich ist. Dies wiederum bringt eine hohe Reparaturfähigkeit mit sich. Bei diesem Produkt besteht für den Kunden die Möglichkeit, die einzelnen Teile, die nicht in Kontakt mit Medien gekommen sind, dem Recycling zuzuführen. Im Lebenszyklus spielen die Produktnutzung bei unseren Kundinnen und Kunden und das Produktlebensende eine wichtige Rolle. Daher legen wir bereits bei der Entwicklung neben hochwertigen Rohstoffen, um den Verschleiß gering zu halten, auf Reparaturfreundlichkeit und Langlebigkeit. Die lange Nutzungsdauer, insbesondere unserer Liquid Handling-Instrumente und Volumenmessgeräte, führt zu einer Verringerung des Ressourcenverbrauchs für neue Geräte. Bei unseren Pipettenspitzen, bei denen es sich um Einmalprodukte handelt, ist eine Wiederverwendung jedoch nahezu ausgeschlossen. Daher haben wir deren Produktionstechnik optimiert, um die Pipettenspitzen in einem besonders dünnwandigen Design herzustellen und so Material zu sparen. Zusätzlich haben wir mit dem Nachfüllsystem TipRack die Abfallmenge um mehr als 20 % reduziert. Des Weiteren tragen Technologien, wie beispielsweise die Heißkanaltechnik im Spritzguss, zu einer Reduzierung der Abfallmenge bei.

### Vakuumpumpen

Unsere Vakuumpumpen sind so optimiert, dass sie eine möglichst lange Lebensdauer, einen geringen Energieverbrauch und gleichzeitig eine hohe Leistung aufweisen. Denn eine effiziente Vakuumversorgung schont Ressourcen und spart Geld. Unsere modernen und langlebigen Membranpumpen haben bereits vor Jahrzehnten an vielen Stellen Wasserstrahlpumpen ersetzt. Seitdem wurden Millionen von Tonnen kontaminierten Abwassers vermieden. Zudem haben wir den ersten Pumpstand mit integrierter Lösungsmittelrückgewinnung entwickelt. Durch einen Emissionskondensator gelangen die Lösemittel nicht mehr in die Umwelt. Für Forschungslabore haben wir zudem das lokale Vakuumnetzwerk VACUU-LAN® auf den Markt gebracht. Das Netzwerk versorgt kostengünstig mehrere Arbeitsplätze und bietet Vorteile bei Wirtschaftlichkeit, Raumbedarf und Geräuschentwicklung. Unsere Vakuumpumpen mit der VARIO®-Technologie zeichnen sich durch besonders umweltfreundliche Vakuumerzeugung ohne Öl- oder Wasserverbrauch bei verlängerten Wartungsintervallen und hoher Energieeffizienz aus. Dahinter verbirgt sich eine ölfreie Bauweise sowie die VARIO®-Regelung. Diese basiert auf einer adaptiven Drehzahlregelung des Motors. Deshalb läuft die Pumpe nie länger als nötig, sondern immer bedarfsgerecht dem Prozess angepasst. Mit der Schraubpumpe VACUU-PURE® haben wir eine innovative Lösung ohne Verschleißteile

entwickelt, die zu 100 % ölfrei ist und in vielen Bereichen ölgedichtete Technologien wie z. B. Drehschieberpumpen ablöst. Dadurch entfällt die Altölentsorgung und die Umweltbelastung wird reduziert. Darüber hinaus unterziehen wir unsere Geräte regelmäßig einer Prüfung, um etwaige Potenziale zur Energieeinsparung zu identifizieren. Aus diesem Grund haben wir für unseren Vakuumregler VACUU-SELECT eine Dimm-Möglichkeit entwickelt, die Strom spart. Mit diesen Maßnahmen legen wir schon heute Schritt für Schritt wichtige Grundsteine auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit.



Abfall

Unsere regionalen Partner verwerten oder beseitigen die Abfälle durch verschiedene Verfahren nach dem Kreislaufwirtschaftsgesetz. Im Jahr 2023 sank die Abfallmenge an unseren Produktionsstandorten Wertheim und Großostheim von 446 Tonnen im Jahr 2022 auf 326 Tonnen. Der Anteil unseres nicht gefährlichen Abfalls am Gesamtabfallaufkommen lag im Berichtsjahr 2023 bei 88 %. Die Reduktion des Abfallauf-

kommens hat mehrere Gründe. Aufgrund der hohen Lagerbestände unserer Kundinnen und Kunden am Ende der Corona Pandemie mussten wir 2023 unsere Produktion zurückfahren. Im Vergleich zu den vergangenen drei Jahren wurde somit deutlich weniger hergestellt. Zur besseren Vergleichbarkeit der Reduktion haben wir uns für eine Messung der Abfallintensität entschieden.

Abfalltyp in Tonnen

Jahr	2021	2022	2023
<b>Brand Gruppe (DE und USA)</b>	<b>398</b>	<b>446</b>	<b>349</b>
<b>Gefährlicher Abfall</b>	<b>40</b>	<b>76</b>	<b>41</b>
BRAND KG	20	45	17
VACUUBRAND KG	20	31	24
VITLAB	0	0	0
<b>Nicht gefährlicher Abfall</b>	<b>357</b>	<b>369</b>	<b>283</b>
BRAND KG	185	185	130
VACUUBRAND KG	159	168	144
VITLAB	14	15	9
<b>Nicht definierter Abfalltyp</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>24</b>
VITLAB	1	1	1
BRANDTECH	-	-	23
<b>Anteil von gefährlichem Abfall am Gesamtabfall</b>	<b>10 %</b>	<b>17 %</b>	<b>12 %</b>
<b>Abfallintensität (BRAND KG, VACUUBRAND KG, VITLAB) in Tonne pro Mio Euro Umsatz</b>	<b>2,8</b>	<b>3</b>	<b>2,5</b>

**Hinweis:** In den Jahren 2021 bis 2022 wurden BRAND KG, VACUUBRAND KG und VITLAB berücksichtigt. Im Jahr 2023 wurde erstmals BRANDTECH in die Bilanz aufgenommen, wobei der Abfall nicht klassifiziert wurde. Es ist anzunehmen, dass es sich dabei um ungefährlichen Abfall handelt, da dieser aus Kartonage, Papier, Paletten, Verpackungs- und Küchenabfällen besteht.

Im Jahr 2023 konnten wir die Information zu den Entsorgungsverfahren unserer Abfälle weiter verfeinern. Für die Unterteilung nach der CSRD wurden die Verfahren unserer Entsorger

gemäß Anhang II der Richtlinie 2008/98/EG (Abfallrahmenrichtlinie) wie folgt definiert:

CSRD-Klassifizierung	Entsorgungsverfahren nach Anhang II der Richtlinie 2008/98/EG (Abfallrichtlinie)
Vorbereitung zur Wiederverwendung	R13
Wiederverwertung	R1 – R8
Sonstige Verwertungsverfahren	R9 – R12
Verbrennung	D10, D11
Deponieren	D1, D5
Sonstige Arten der Beseitigung	D2 – D4, D6 – D9, D12 – D15

## Abfall nach Entsorgungsverfahren und Abfallart in Tonnen im Jahr 2023

	Gefährlicher Abfall	Nicht gefährlicher Abfall	Nicht definierter Abfalltyp	Gesamtergebnis
<b>BRAND KG</b>	17	130	-	147
Vorbereitung zur Wiederverwendung	9	129	-	138
Wiederverwertung	1	1	-	1
Sonstige Verwertungsverfahren	7	-	-	7
Verbrennung	0	-	-	0
Deponieren	-	-	-	-
Sonstige Arten der Beseitigung	0	-	-	0
<b>VACUUBRAND KG</b>	24	144	-	168
Vorbereitung zur Wiederverwendung	22	137	-	160
Wiederverwertung	-	3	-	3
Abfallentsorgung ohne Klassifizierung	-	1	-	1
Verbrennung	-	-	-	-
Deponieren	-	-	-	-
Sonstige Arten der Beseitigung	2	2	-	4
<b>VITLAB</b>	0	9	1	10
Abfallentsorgung ohne Klassifizierung	0	9	1	10
<b>BRANDTECH</b>	-	-	23	23
Abfallentsorgung ohne Klassifizierung	-	-	23	23
<b>Brand Gruppe (DE und USA)</b>	41	283	24	349
Abfallentsorgung ohne Klassifizierung	0	10	24	34
<b>Gesamtmenge an recyclefähigem Abfall</b>	39	271	0	310
Vorbereitung zur Wiederverwendung	31	267	-	298
Wiederverwertung	1	4	-	5
Sonstige Verwertungsverfahren	7	0	-	8
<b>Gesamtmenge an nicht recyclefähigem Abfall</b>	2	2	-	4
Verbrennung	0	-	-	0
Deponieren	-	-	-	-
Sonstige Arten der Beseitigung	2	2	-	4
<b>Anteil nicht verwerteter Abfälle</b>	-	-	-	1 %

**Hinweis:** Für die Berechnung „Anteil nicht verwerteter Abfälle“ wurde die Gesamtmenge an nicht recyclefähigem Abfall als Zähler und die Gesamtmenge an recyclefähigem Abfall als Nenner verwendet. Dabei wurde bewusst die „Abfallentsorgung ohne Klassifizierung“ nicht einbezogen. Aufgrund mathematischer Rundungen in den Additionen können scheinbare Differenzen auftreten.

Abfall

Abfall nach Entsorgungsverfahren und Abfallart in Tonnen von 2021 bis 2023

Jahr	2021	2022	2023
<b>Gesamtmenge Brand Gruppe (DE und USA) in Tonnen</b>	<b>398</b>	<b>446</b>	<b>349</b>
<b>Nicht definierte Entsorgungsverfahren</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>34</b>
Vorbereitung zur Wiederverwendung	361	389	298
Wiederverwertung	4	4	5
Sonstige Verwertungsverfahren	10	18	8
<b>Gesamtmenge an recyclefähigem Abfall</b>	<b>357</b>	<b>410</b>	<b>310</b>
Verbrennung	1	17	0
Deponieren	–	–	–
Sonstige Arten der Beseitigung	7	3	4
<b>Gesamtmenge an nicht recyclefähigem Abfall</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<b>4</b>
<b>Gesamtmenge an nicht recyclefähigem Abfall in Prozent</b>	<b>2 %</b>	<b>5 %</b>	<b>1 %</b>

**Hinweis:** Für die Berechnung der Verwertungsquote wurde die Gesamtmenge an nicht recyclefähigem Abfall als Zähler und die Gesamtmenge an recyclefähigen Abfall als Nenner verwendet. Dabei wurde bewusst die „nicht definierte Entsorgungsverfahren“ nicht einbezogen. In den Jahren 2021– 2022 sind nur unsere produzierenden Gesellschaften berücksichtigt (BRAND KG, VACUUBRAND KG und VITLAB). Im Jahr 2023 wurde erstmals BRANDTECH in die Bilanz aufgenommen.

Im Jahr 2023 ist der prozentuale Anteil an nicht recyclefähigem Abfall der Brand Gruppe (DE und USA) auf ein Minimum gesunken. Beim Vergleich der Zahlen von 2021 bis 2023 fällt auf, dass das Jahr 2022 einen Ausreißer darstellt. Dieser ist

auf den Umbau der Abwasseranlage im Produktbereich Glas zurückzuführen, bei dem etwa 15 Tonnen gefährlicher nicht recycelbarer Abfall angefallen sind.

## Umweltauswirkung zum Produktlebensende

E5-2 | E5-4 | E5-5

### Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft | Ressourcenzuflüsse | Ressourcenabflüsse

Unsere Vakuumpumpen sind vollständig zerlegbar und lassen sich dadurch einfach warten. Dadurch bieten sich zugleich zahlreiche Möglichkeiten, diese zu reparieren und wiederzuverwerten. Bei unseren Verbrauchsmaterialien legen wir sowohl bei der Produktion als auch bei der Wiederverwendung großen Wert auf Materialeinsparungen. Um eine möglichst hohe Wiederverwendbarkeit der dennoch anfallenden Abfälle zu erreichen, wird darauf geachtet, dass diese in der Produktion sortenrein und in den Büroräumen getrennt gesammelt werden. Dadurch erreichen wir eine hohe Wiederverwertungsquote für Abfälle, beispielsweise aus dem Kunststoffspritzguss. Zudem können unsere TipBoxen (Behälter für Pipettenspitzen) mehrfach autoklaviert werden und bestehen aus sortenreinem Kunststoff, um die Recyclebarkeit zu gewährleisten. Des Wei-

teren bieten wir unseren Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, unsere Produkte zurückzugeben, damit sie fachgerecht entsorgt werden können.

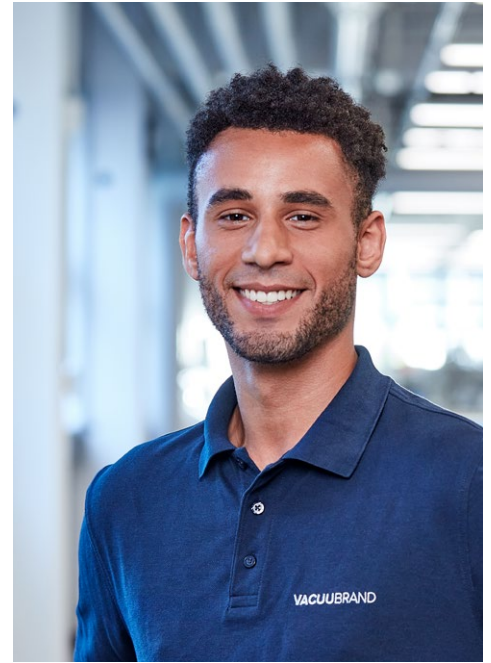
E5-6

### Erwartete finanzielle Auswirkungen durch Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

Wird aktuell nicht berichtet.







# Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

## Zukunftsweisender Arbeitgeber

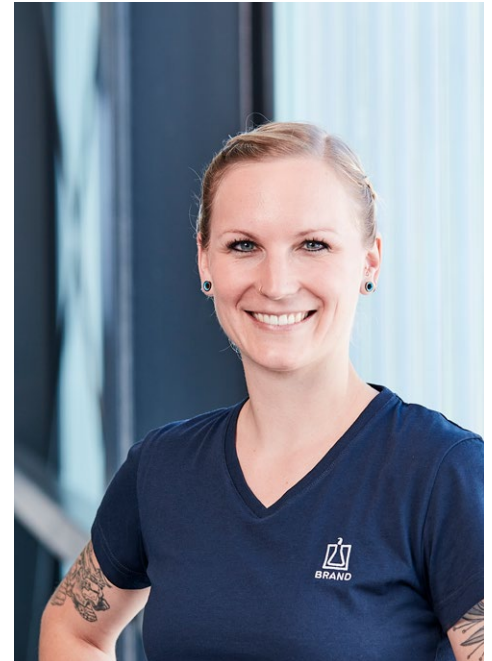
SBM-3

Die Brand Gruppe leistet einen nachhaltigen Beitrag für die Gesellschaft an ihren Standorten und darüber hinaus. Diese Strategie ermöglicht es uns, langfristig erfolgreich zu sein. Wir bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen sicheren, modernen Arbeitsplatz in einem inhabergeführten, mittelständischen Unternehmen. Die Unternehmensziele „langfristiger Erfolg“ und „wirtschaftliche Unabhängigkeit“ können nur als Team mit einer motivierten und hoch qualifizierten Belegschaft erreicht werden. Daher ist die persönliche und fachliche Entwicklung jedes Einzelnen von großer Bedeutung. Wir legen großen Wert auf eine optimale Aus- und Weiterbildung, angefangen bei unseren Auszubildenden und dualen Studentinnen und Studenten im Sinne lebenslangen Lernens. Des Weiteren unterstützen wir die persönliche und berufliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden durch gezielte Schulungsmaßnahmen.

Der Anspruch an uns als zukunftsweisender Arbeitgeber wurde auch in unserem Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse für das Thema „S1-Eigene Belegschaft“ sichtbar. Als relevant wurden folgende Themen definiert:

- Arbeitsbedingungen und Datenschutz
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- Schulungen und Kompetenzentwicklung

Im Folgenden werden die wesentlichen Themen genauer definiert und unsere konkreten Tätigkeiten dargestellt.



## Unternehmenskultur

G1-1

### Strategien in Bezug auf Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur

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

- Wertschätzende Kommunikation
- Gegenseitiges Vertrauen
- Fördernde Zusammenarbeit
- Lebendige Vielfalt
- Ganzheitliche Verantwortung
- Zukunftsweisende Entwicklung



## Werte

In Gesprächsrunden wurden die Werte in der gesamten Unternehmensgruppe mit Leben erfüllt, sodass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich an diesen orientieren können. Des Weiteren wurde die Schulung zu den Unternehmenswerten in den Onboarding-Prozess für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter integriert, um unsere gemeinsamen Werte weiter zu festigen.

Im Jahr 2023 wurde darüber hinaus das Werte-Team ins Leben gerufen. Derzeit besteht das Werte-Team aus über 20 Mitgliedern verschiedener Unternehmensbereiche der Brand Gruppe (Deutschland). Diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern die Werte im Unternehmen und stehen als Ansprechpersonen im Unternehmen zur Verfügung. Einige Mitglieder des Werte-Teams sind zudem in Organisations-, Kommunikations- und/oder Praxis- Arbeitsgruppen vertreten.



Das Werte-Team bildet ein Netzwerk und bietet neben den Führungskräften, der Personalabteilung und den Betriebsräten eine weitere Unterstützung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



## Unser weltweites Team

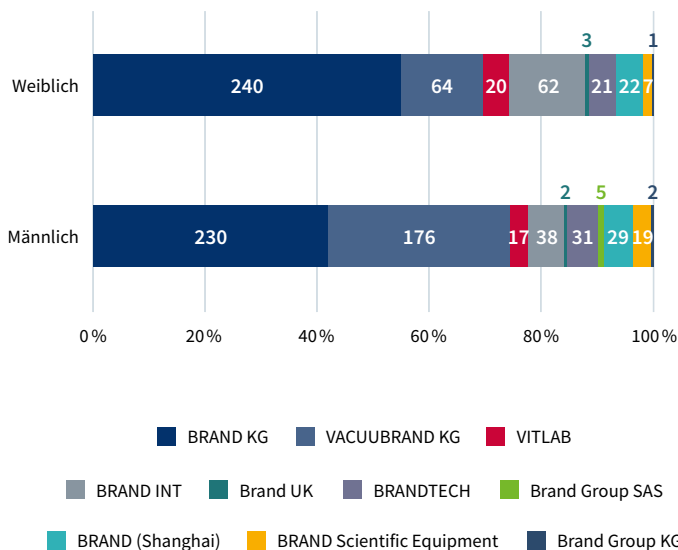
S1-6

### Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Brand Gruppe weltweit (Merkmale der Beschäftigten des Unternehmens)

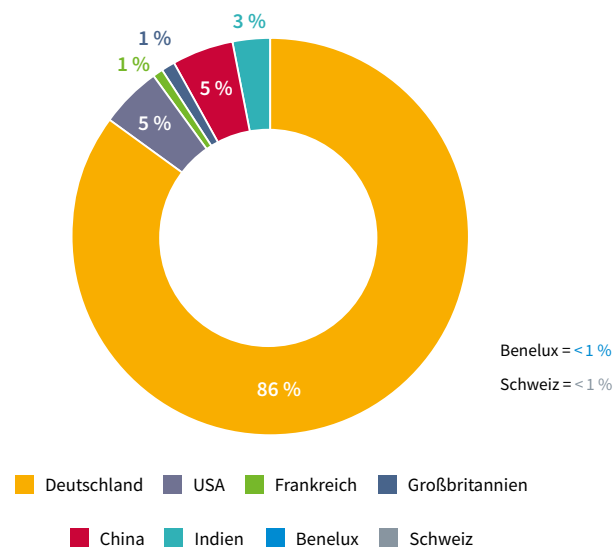
Am 31. Dezember 2023 beschäftigte die Brand Gruppe weltweit 989 Personen, wovon 846 Personen in Deutschland, drei Personen in Benelux, eine Person in der Schweiz, 5 Personen jeweils in Frankreich und Großbritannien, 52 Personen in den USA, 51 Personen in China sowie 26 Personen in Indien angestellt waren. Unser weltweites Team bestand zu 44 % aus Frauen und zu 56 % aus Männern.

**Hinweis:** Die folgenden Daten beziehen sich auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der weltweiten Brand Gruppe. Dabei beziehen sich alle Angaben auf die Personenanzahl ohne anteilige Bewertung von Teilzeit.

Beschäftigte in Zahlen (weltweit) nach Geschlecht 2023



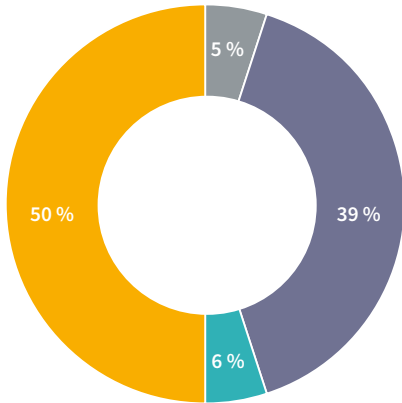
Beschäftigte in Zahlen (weltweit) nach Region 2023



Bei der Brand Gruppe weltweit waren im Jahr 2023 11 % der gesamten Belegschaft mit einem befristeten Vertrag beschäftigt. Auf die Gesamtbelegschaft bezogen waren 5 % der Belegschaft männliche und 6 % weibliche befristete Angestellte. In der europäischen Union waren im Jahr 2023

9 % der europäischen Belegschaft mit einem befristeten Vertrag beschäftigt. Nach dem Statistischem Bundesamt (Destatis) lag die Befristungsquote in der Europäischen Union im Jahr 2022 erheblich höher bei 10,7 % der Arbeitnehmer ab 25 Jahren.

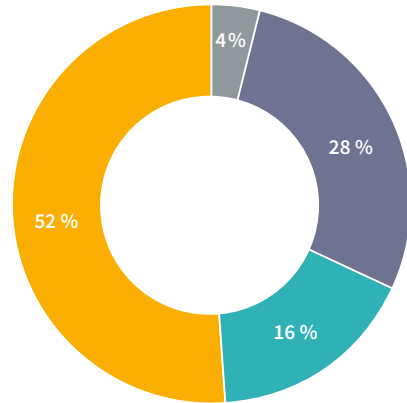
**Beschäftigte in Zahlen (weltweit) nach Beschäftigungsstand und Geschlecht 2023**



Frauen (ohne garantierte Arbeitsstunden) = 0 %  
Männer (ohne garantierte Arbeitsstunden) = 0 %

- Frauen (unbefristet)
- Frauen (befristet)
- Männer (unbefristet)
- Männer (befristet)

**Beschäftigte in Zahlen (weltweit) nach Beschäftigungsart und Geschlecht 2023**



- Frauen (vollzeitbeschäftigt)
- Frauen (teilzeitbeschäftigt)
- Männer (vollzeitbeschäftigt)
- Männer (teilzeitbeschäftigt)

## Diversität

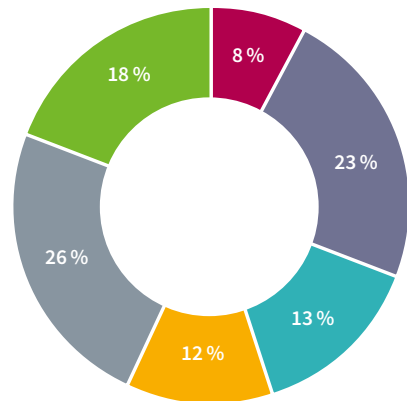
S1-9

### Diversitätsparameter

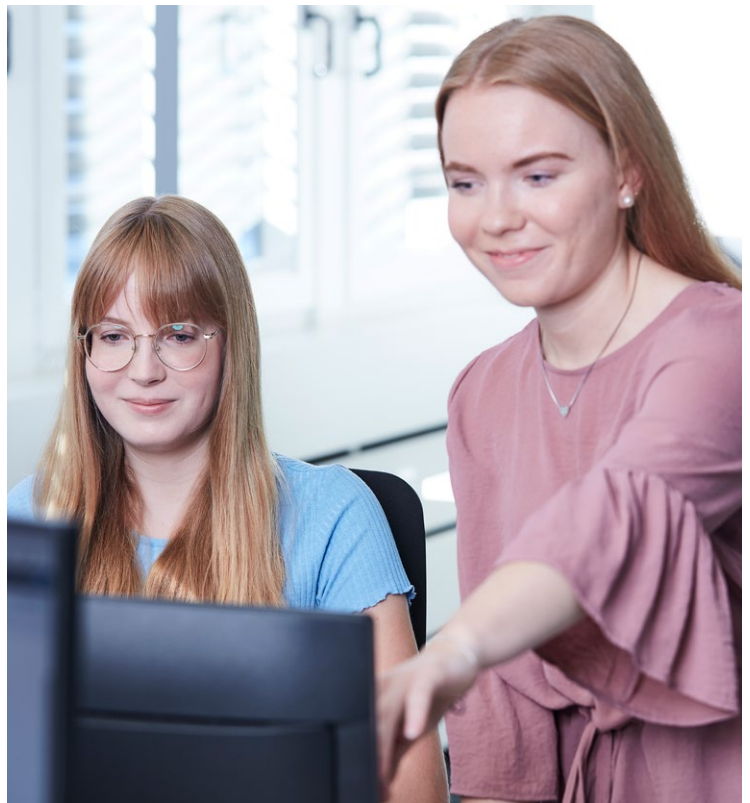
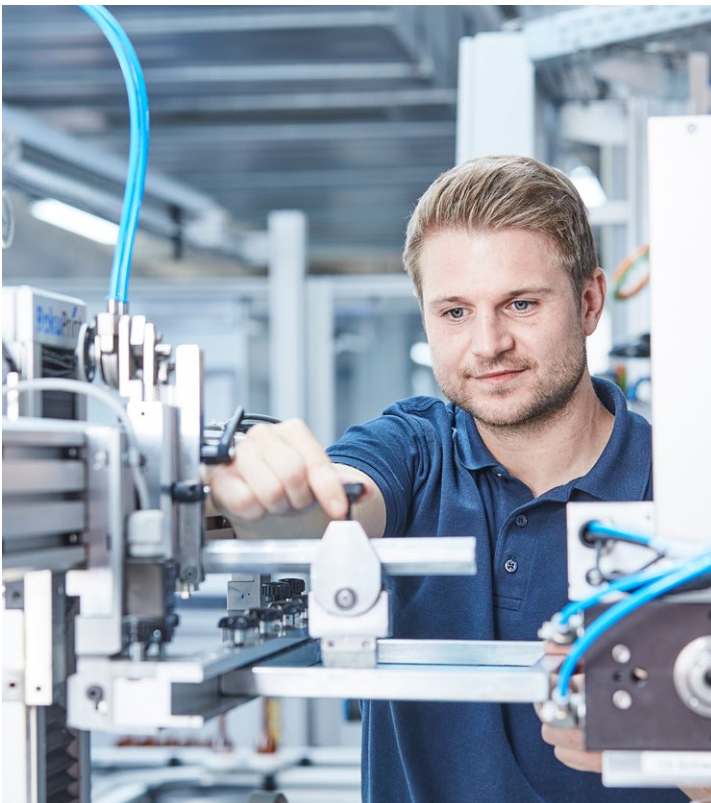
Im Top-Management der Brand Gruppe (weltweit) sind 18 Prozent Frauen und 82 Prozent Männer vertreten.

Die Altersverteilung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Brand Gruppe (weltweit) wurde in drei Gruppen unterteilt: unter 30 Jahre, zwischen 30 und 50 Jahre sowie über 50 Jahre. Dabei zeigt sich, dass fast die Hälfte unserer Belegschaft (sowohl weiblich als auch männlich) zwischen 30 und 50 Jahre alt sind. Der Anteil der unter 30-Jährigen beträgt 20 Prozent, was etwa 10 Prozentpunkte niedriger ist als der Anteil der über 50-jährigen Personen (~31 %).

**Beschäftigte in Zahlen (weltweit) nach Alter und Geschlecht 2023**



- Frauen (unter 30 Jahren)
- Männer (unter 30 Jahren)
- Frauen (30-50 Jahre)
- Männer (30-50 Jahre)
- Frauen (über 50 Jahre)
- Männer (über 50 Jahre)



## Arbeitsbedingungen

S1-1

Strategien im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft

**Wir sind bestrebt, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen attraktiven Arbeitsplatz zu bieten. Daher ist das Thema „weltweite Arbeitsbedingungen“ ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenspolitik der Brand Gruppe. Des Weiteren ist für uns die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf ein wesentlicher Aspekt. Wir bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit so flexibel wie möglich zu gestalten. In den vergangenen Jahren haben wir einige Maßnahmen zur Verbesserung umgesetzt und planen, diesen Weg auch in den kommenden Jahren beizubehalten.**

Unser Anspruch ist es, unseren aktuellen und künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern attraktive Arbeitsbedingungen zu bieten, die sowohl wirtschaftlichen Belangen als auch persönlichen Bedürfnissen gerecht werden. Dazu gehört für uns die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf und somit auch die Möglichkeit zu Teilzeitmodellen in Abhängigkeit der betrieblichen Erfordernisse. Zusätzlich legen wir großen Wert auf ein attraktives System der betrieblichen Altersvorsorge. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2030 die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf durch Einführung neuer Arbeitsmodelle und Arbeitsorte zu verbessern. Explizite Maßnahmen dazu werden aktuell entwickelt.

Für unsere Unternehmensgruppe sind die Arbeitsbedingungen unabhängig vom Standort und gesetzlichen Standards vor Ort sehr wichtig. Das gilt für alle Standorte weltweit.

Bei der Standortwahl für unsere neue Produktionsstätte in China haben wir besonders auf die Verkehrsanbindung der künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geachtet. In etwa einem Jahr wird dieser Standort direkt mit Shanghai durch einen Expresszug verbunden sein. Diese Maßnahme reduziert nicht nur unsere Treibhausgasemissionen, sondern verbessert auch die Pendelzeiten bei Dienstreisen zwischen unserem Büro in Shanghai und der Produktionsstätte erheblich.

## Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Die Vereinbarkeit von beruflichen und privaten Interessen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist für uns von großer Bedeutung. Daher bieten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unter anderem sehr flexible Arbeitszeiten und, soweit möglich, alternative Arbeitsorte. Um unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die höchste Flexibilität zu bieten, haben wir eine Rahmenarbeitszeit von 6 bis 20 Uhr eingeführt. Das Angebot, die tägliche Mindest-Arbeitszeit bei Vollzeit durch eine Kerndauer von vier Stunden, die auch auf mehrere nicht zusammenhängende Blöcke verteilt werden kann, zu erbringen, ist besonders attraktiv. Als familienfreundliches Unternehmen unterstützen wir besonders werdende Mütter.

In enger Abstimmung mit unserem Betriebsarzt, der Fachkraft für Arbeitssicherheit und der Personalabteilung treffen wir alle erforderlichen Maßnahmen, die das gesundheitliche Wohlbefinden werdender Mütter am Arbeitsplatz sicherstellen. Die Möglichkeiten der gesetzlichen Eltern- und Erziehungszeiten werden regelmäßig in Anspruch genommen.

*Abschnitt bezieht sich auf Brand Gruppe (Deutschland)*

In der Brand Gruppe weltweit haben 20 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Teilzeitmodelle in Anspruch genommen, davon waren 82 % weiblich und 18 % männlich.

S1-8

### Tarifvertragliche Abdeckung und sozialer Dialog

Bei den Unternehmen BRAND KG und VACUUBRAND KG stehen gewählte Betriebsräte als Interessenvertretung und Ansprechpartner zur Verfügung. Zahlreiche Betriebsvereinbarungen regeln zentrale Fragen, die von den Unternehmen BRAND INT und VITLAB in Form betrieblicher Regelungen übernommen werden. In Deutschland sind 40 – 59 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch Tarifverträge ab-

gedeckt. Die verbleibenden Anteile sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von VACUUBRAND KG, BRAND INT, VITLAB, BRANDTECH, BRAND (Shanghai) sowie leitende Angestellte und Geschäftsführer, die als solche nicht unter Tarifverträge fallen. 80 – 100 % unserer deutschen Standorte verfügen über eine Arbeitnehmervertretung am Arbeitsplatz.

Abdeckungsquote	Tarifvertragliche Abdeckung		Sozialer Dialog
	Beschäftigte – EWR (für Länder mit > 50 Beschäftigten, die > 10 % der Gesamtzahl ausmachen)	Beschäftigte – Nicht-EWR-Länder (Schätzung für Regionen mit > 50 Beschäftigten, die > 10 % der Gesamtzahl ausmachen)	Vertretung am Arbeitsplatz (nur EWR) (für Länder mit > 50 Beschäftigten, die > 10 % der Gesamtzahl ausmachen)
0 – 19%		China und USA	
20 – 39%			
40 – 59%	Deutschland		
60 – 79%			
80 – 100%			Deutschland



S1-11

## Sozialschutz

Unsere weltweiten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen zu 100 % unter Sozialschutz. Dies bedeutet, dass sie bei Lebensereignissen wie Krankheit, möglicher Arbeitslosigkeit, Arbeitsunfällen und Erwerbsunfähigkeit, Elternurlaub oder Ruhestand durch öffentliche Programme und Leistungen der Brand Gruppe abgesichert sind.

Zur Gruppe der Beschäftigten ohne garantierte Arbeitszeit gehören Ferienarbeiter und Werkstudenten.

	Deutschland	Benelux	Frankreich	UK	USA	China	Indien	Total
Zahl der sozialversicherten Arbeitnehmer	846	3	5	5	52	51	26	989
Anzahl der Beschäftigten ohne garantierte Arbeitszeit (Kopfzahl)	7	0	0	0	0	0	0	7

**Hinweis:** Diese Daten beinhalten alle Unternehmen der Brand Gruppe weltweit.

## Work-Life-Balance

S1-15

### Parameter für die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben

Zusätzlich zum Sozialschutz haben alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Anspruch auf Sonderurlaub aus familiären Gründen. Diesen nutzten auch 13 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der gesamten Brand Gruppe (weltweit). Im Jahr 2023 betrug der Frauenanteil 56 % und der Männeranteil

44 %. Der Anteil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die aus familiären Gründen Sonderurlaub in Anspruch genommen haben, beträgt 16 % bei den Mitarbeiterinnen und 10 % bei den Mitarbeitern.

	Weiblich	Männlich	Sonstige
Beschäftigte, die Anspruch auf Sonderurlaub aus familiären Gründen haben	100%	100%	0
Beschäftigte, die Sonderurlaub aus familiären Gründen in Anspruch genommen haben	16%	10%	0

**Hinweis:** Die Angaben beziehen sich auf die Beschäftigten von BRAND KG, VACUUBRAND KG, VITLAB, BRAND INT, BRANDTECH, BRAND (Shanghai) und BRAND Scientific Equipment.



## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

S1-1

### Strategien im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft

Ein weiteres wesentliches Thema unserer Arbeitsbedingungen ist die Gewährleistung von Sicherheit und Gesundheitsschutz für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Schaffung eines sicheren Arbeitsumfelds hat für uns höchste Priorität, um die Gesundheit unserer Belegschaft zu gewährleisten. Dies bedeutet für uns in erster Linie die Vermeidung von Arbeitsunfällen und -gefahren sowie die Gewährleistung der Sicherheit im täglichen Arbeitsablauf. Des Weiteren ist es unser Bestreben, die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch ein aktives Gesundheitsmanagement zu fördern und zu erhalten. Unser Ziel ist es, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein sicheres Arbeitsumfeld durch Gesund-

heits- und Arbeitsschutzmaßnahmen zu gewährleisten sowie durch entsprechende Arbeitsbedingungen die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern. Wir sind bestrebt, krankheitsbedingte Abwesenheiten zu vermeiden und die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch außerhalb der Arbeitszeiten zu erhalten und zu fördern. Daher haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Krankenquote bis zum Jahr 2030 um 50 % zu senken. Darüber hinaus sind wir bestrebt, die Anzahl der Arbeitsunfälle (ohne Wegeunfälle) auf null zu reduzieren oder zumindest unter dem Branchenbenchmark zu bleiben. Die entsprechenden Maßnahmen werden derzeit erarbeitet.

### Arbeitssicherheit

Die Arbeitssicherheit stellt einen zentralen Bestandteil unseres präventiven Gesundheitsmanagements dar. Daher sind alle Beschäftigten der Brand Gruppe (Deutschland) entsprechend den geltenden Vorgaben und Maßnahmen abgesichert. Die Umsetzung der Maßnahmen erfolgt durch unsere qualifizierte Fachkraft für Arbeitssicherheit. Um Gefahren und Unfälle bei der Arbeit zu vermeiden sowie ein sicheres und ergonomisches Arbeiten zu ermöglichen, werden Arbeitsräume, Betriebsvor-

richtungen, Maschinen und Gerätschaften entsprechend gestaltet. Des Weiteren werden Gefahrenpotenziale regelmäßig bewertet und softwaregestützte Risikoanalysen durchgeführt. Die aus den Analysen abgeleiteten Maßnahmen, wie beispielsweise die Nutzung von Schutzausrüstung, werden konsequent umgesetzt. Darüber hinaus gehören regelmäßige softwarebasierte Schulungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum verbindlichen Standard.

*Abschnitte beziehen sich auf die Brand Gruppe (Deutschland)*

## Gesundheitsmanagement

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

Die Teilnahme unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an Sportevents wie Firmen-Fußballturnieren und Läufen sowie an wöchentlichen Fitnesskursen wie Yoga oder Ganzkörpertraining fördern wir. Zur Entspannung steht während der Pausenzeiten die wöchentliche „mobile Massage“ zur Verfügung. In Kooperation mit externen Beratern bieten wir die Teilnahme am „Employee Assistance Program“ (EAP) an.

Dieses bietet Unterstützung in allen Lebenslagen, beispielsweise bei der Bewältigung von Stress oder der besseren Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf. Unser Betriebsarzt steht allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei Fragen zum Thema Arbeits- und Gesundheitsschutz als Ansprechpartner zur Verfügung.

*Abschnitte beziehen sich auf die Brand Gruppe (Deutschland)*

S1-14

### Parameter zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die kontinuierliche Optimierung der Arbeitsschutzmaßnahmen über einen langen Zeitraum zeigt deutliche Erfolge. Die Quote der arbeitsbedingten Verletzungen pro einer Million geleisteter Arbeitsstunden lag im Jahr 2023 bei 3,1. Im Vergleich

zum Vorjahr (8 Unfälle) hat sich die Anzahl der meldepflichtigen Unfälle pro Jahr in der gesamten Brand Gruppe (weltweit) damit von 8 auf 6 Unfälle reduziert.

	Einheit	Beschäftigte	Nicht-Beschäftigte
Personen, die auf der Grundlage gesetzlicher Anforderungen und/oder anerkannter Normen oder Leitlinien vom Managementsystem für Gesundheit und Sicherheit des Unternehmens abgedeckt sind	%	100	–
Zahl der Todesfälle infolge arbeitsbedingter Verletzungen und Erkrankungen	Zahl	0	–
Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle	Zahl	6	–
Quote der meldepflichtigen Arbeitsunfälle		3,1	–
Zahl der Fälle meldepflichtiger arbeitsbedingter Erkrankungen	Zahl	0	–
Zahl der Ausfalltage aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen und Todesfälle infolge von Arbeitsunfällen, arbeitsbedingter Erkrankungen und von Todesfällen infolge von Erkrankungen	Tage	94	–

**Hinweis:** Zur Berechnung der Quote der meldepflichtigen Arbeitsunfälle wurden die Arbeitstage im Jahr 2023 multipliziert mit der Zahl der Beschäftigten im Jahr 2023 als Nenner und die meldepflichtigen Arbeitsunfälle als Zähler verwendet. Die Angaben beinhalten Informationen der Brand Gruppe (weltweit), mit Ausnahme von Brand Group SAS und Brand UK.



## Aus- und Weiterbildung

S1-1

Strategien im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft

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

Die Brand Gruppe fördert das lebenslange Lernen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Rahmen des Onboarding-Prozesses erhalten neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Überblick über das Unternehmen sowie eine Einweisung in die Themen Arbeitssicherheit, Energie-, Qualitäts- und Umweltmanagement. Im Anschluss daran dienen Mitarbeitergespräche mit Vorgesetzten dazu, den persönlichen Schulungsbedarf kontinuierlich zu ermitteln. Dieser kann in verschiedenen Bereichen liegen, beispielsweise in der Weiterbildung in den Bereichen IT, Sprachen oder Soft Skills wie Kommunikation, in der Teilnahme an Zertifikatslehrgängen oder Masterabschlüssen. Das mittelfristige Ziel ist die Entwicklung eines unternehmensinternen Wissensmanagements, von dem unsere Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und unser Unternehmen gleichermaßen profitieren.

Unser Anspruch ist es, den Ausbau und Erwerb erforderlicher Kenntnisse und Fähigkeiten für eine optimale Aufgabenerfüllung zu ermöglichen. Darüber hinaus wollen wir die Weiterent-

wicklung in bestehenden und neuen Strukturen und Prozessen stärken und durch „Fördern und Fordern“ Perspektiven bieten. Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sollen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch im privaten Bereich anwenden können.

Unser Ziel in diesem Bereich ist, die Schulungstunden pro Mitarbeiterin und Mitarbeiter in Deutschland kontinuierlich bis auf 10 Stunden pro Jahr bis 2030 zu erhöhen. Diese Schulungstunden setzen sich aus digitalen Schulungen, die mit der Software SAM® durchgeführt werden, und weiteren vom Unternehmen finanzierten Fortbildungen zusammen. Explizite Maßnahmen dazu werden aktuell entwickelt.

Das Fach- und Führungskräfteentwicklungsprogramm (FFKE) wird übergreifend mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus der Brand Gruppe (Deutschland) geführt und dient dazu, mit geeigneten Trainings auf Fach- und Führungsaufgaben vorzubereiten.

S1-13

## Parameter Schulung und Kompetenzentwicklung

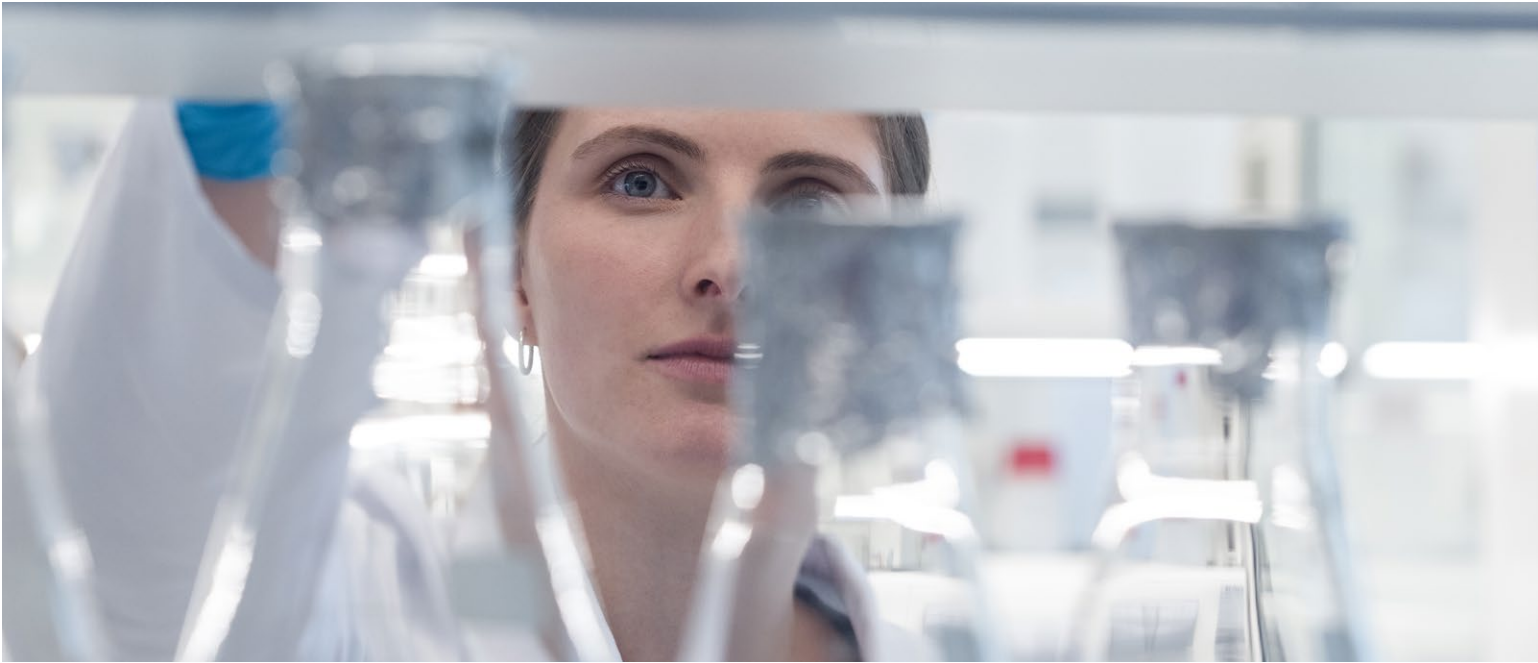
Die Schulungsstunden pro Mitarbeiterin und Mitarbeiter in Deutschland ergeben sich aus der Summe von Weiterbildungen, Seminaren und Workshops sowie der durchgeführten Schulungszeit über unser softwaregestütztes Schulungstool SAM®. Mit diesem Tool können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich eigenständig digitale Lerninhalte aneignen. Wir planen, das Angebot an digitalen Schulungen kontinuierlich zu erweitern. Bei unserer Vertriebsgesellschaft BRANDTECH ist der Schulungsbedarf wegen des hohen Anteils von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit direktem Kundenkontakt höher mit einem besonderen Schwerpunkt auf Produktschulungen. Dazu gehören halbjährliche Treffen mit Schwerpunkt auf Verkauf und

Produkte sowie unternehmensweite Aktivitäten. BRANDTECH bietet seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das ganze Jahr über zusätzliche Schulungsmöglichkeiten an, darunter Branchentreffen, laufende Software- und Prozessschulungen sowie Projekte zur kontinuierlichen Verbesserung. Beispielsweise werden die BRANDTECH Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusätzlich zu den aufgeführten Schulungen zweimal jährlich zur Altersvorsorge (Retirement Plan Education), jährlich zur Verwaltung für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz (OSHA (Occupational Safety and Health Administration)) und zweijährlich zu Schulung zur Prävention sexueller Belästigung (Sexual Harassment Prevention Training) geschult.

	Einheit	BRAND KG	VACUUBRAND KG	VITLAB	BRAND INT	BRANDTECH
Beschäftigte, die an regelmäßigen Leistungs- und Laufbahnbeurteilungen teilgenommen haben	%	23	30	5	25	-
Durchschnittliche Zahl der Schulungsstunden je Beschäftigtem (ohne SAM®)	Stunden	8,4	4,6	1	4,4	40 <sup>(1)</sup>
Durchschnittliche Zahl der Schulungsstunden je Beschäftigtem (SAM®)	Stunden	2,5	1,3	1,2	1,5	-
Durchschnittliche Zahl der Schulungsstunden je Beschäftigtem	Stunden	10,9	5,9	2,2	5,9	40 <sup>(1)</sup>

**Hinweis:** Abweichung von CSRD – Angaben pro Unternehmen und nicht nach Geschlecht aufgeteilt. Alle Daten von BRAND KG, VACUUBRAND KG, VITLAB und BRAND INT wurden berechnet aus den Daten der Schulungssoftware SAM® und weiteren Schulungen, die durch die Personalabteilung genehmigt wurden. Diese Daten basieren auf Angaben der Brand Gruppe (DE und USA).

<sup>(1)</sup> Die Zahl wurde geschätzt durch BRANDTECH.



## Kundinnen und Kunden

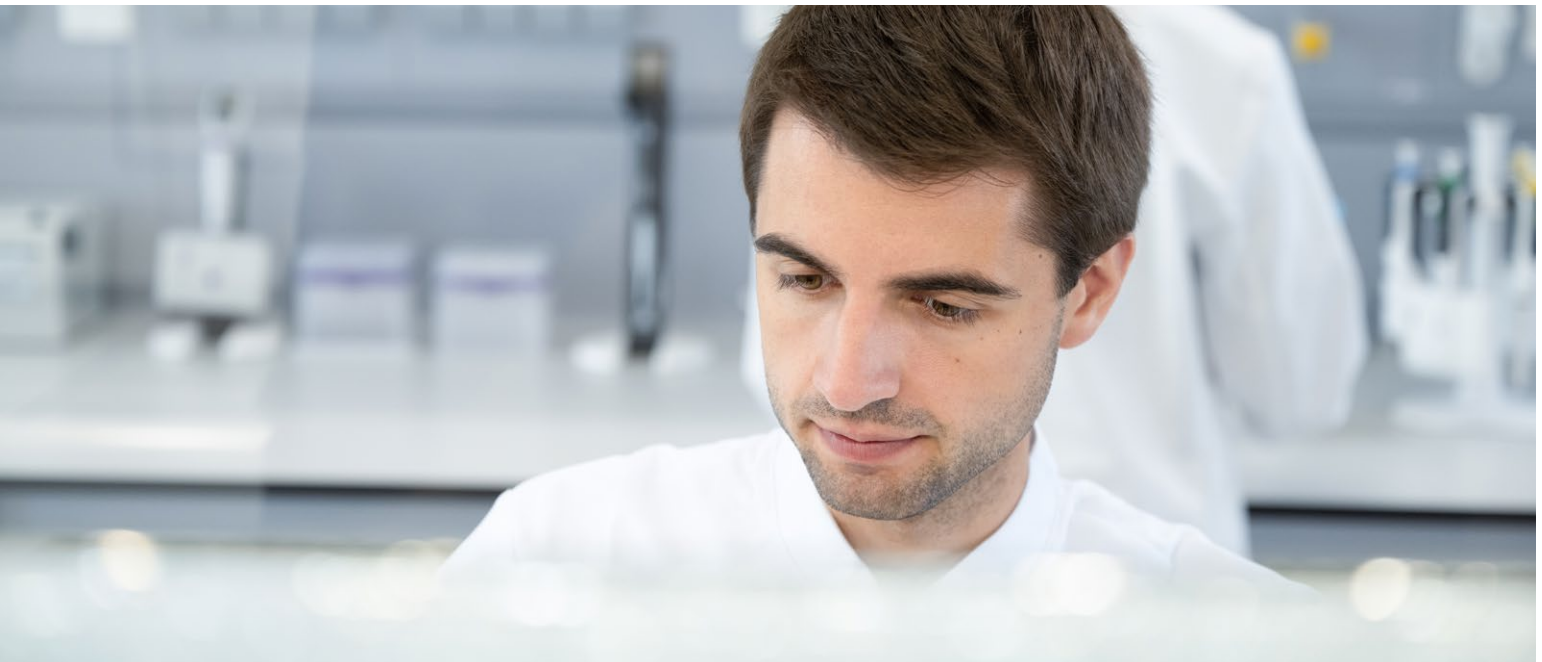
Die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden mit unseren Produkten ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg der Brand Gruppe. Sie wirkt sich langfristig positiv auf die Kundenbindung, das Image und somit auf den wirtschaftlichen Erfolg aus. Wenn unsere Kundinnen und Kunden zufrieden mit unseren Leistungen sind, bleiben sie uns treu. Sie empfehlen uns weiter und sind somit ein wichtiger Faktor für den langfristigen Erfolg unserer Gruppe.

S4-1

### Strategien im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern

Das Fundament jedes einzelnen unserer Unternehmen ist die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden. Ihre Bedürfnisse, Anforderungen und Rückmeldungen sind für uns von großem Wert. Die Brand Gruppe steht für Premium-Qualität „Made in Germany“. Unsere Produkte werden von Fachleuten aus dem Labor entwickelt und getestet, um den praktischen Nutzen im Laboralltag zu optimieren. Wir sind stolz darauf, ein vertrauenswürdiger Partner insbesondere in den Biowissenschaften zu sein.

Die Wesentlichkeitsanalyse im Bereich der Verbraucher und Endnutzer hat eine bedeutende Chance aufgezeigt: die Vermarktung besonders sicherer Produkte mit hohen Qualitätsstandards. Dies eröffnet die Chance, das Vertrauen der Kunden zu stärken und gleichzeitig deren Sicherheit und Zufriedenheit zu fördern. Daher verpflichten wir uns, auf dem Markt die bestmögliche Benutzererfahrung und Produktergonomie sowie umfassenden digitalen Mehrwert anzubieten. Dies beinhaltet die Bereitstellung detaillierter Informationen zu Spezifikationen, Nutzung, Wartung und Entsorgung/Rückführung unserer Produkte. Des Weiteren entwickeln und produzieren wir nach höchsten Qualitäts- und Sicherheitsstandards, um die persönliche Sicherheit von Anwendern und deren Eigentum zu gewährleisten.



## S4-5

Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen

Um die angestrebte Kundenzufriedenheit zu erreichen, ist es unser Ziel, ein neues System zur Messung und kontinuierlichen Verbesserung der Kundenzufriedenheit einzuführen.

## S4-2

Verfahren zur Einbeziehung von Verbrauchern und Endnutzern in Bezug auf Auswirkungen

Um die angestrebte Kundenzufriedenheit zu erreichen, ist es unser Ziel, ein neues System zur Messung und kontinuierlichen Verbesserung der Kundenzufriedenheit einzuführen. Da keine potenziellen und tatsächlichen Auswirkungen als wesentlich bewertet wurden, verzichteten wir an dieser Stelle auf eine ausführliche Beschreibung der Austauschmöglichkeiten unserer Kundinnen und Kunden mit uns. Selbstverständlich stehen wir Ihnen jederzeit über verschiedene Kontaktstellen, unseren Vertrieb und unsere Webseiten zur Verfügung.

## S4-3

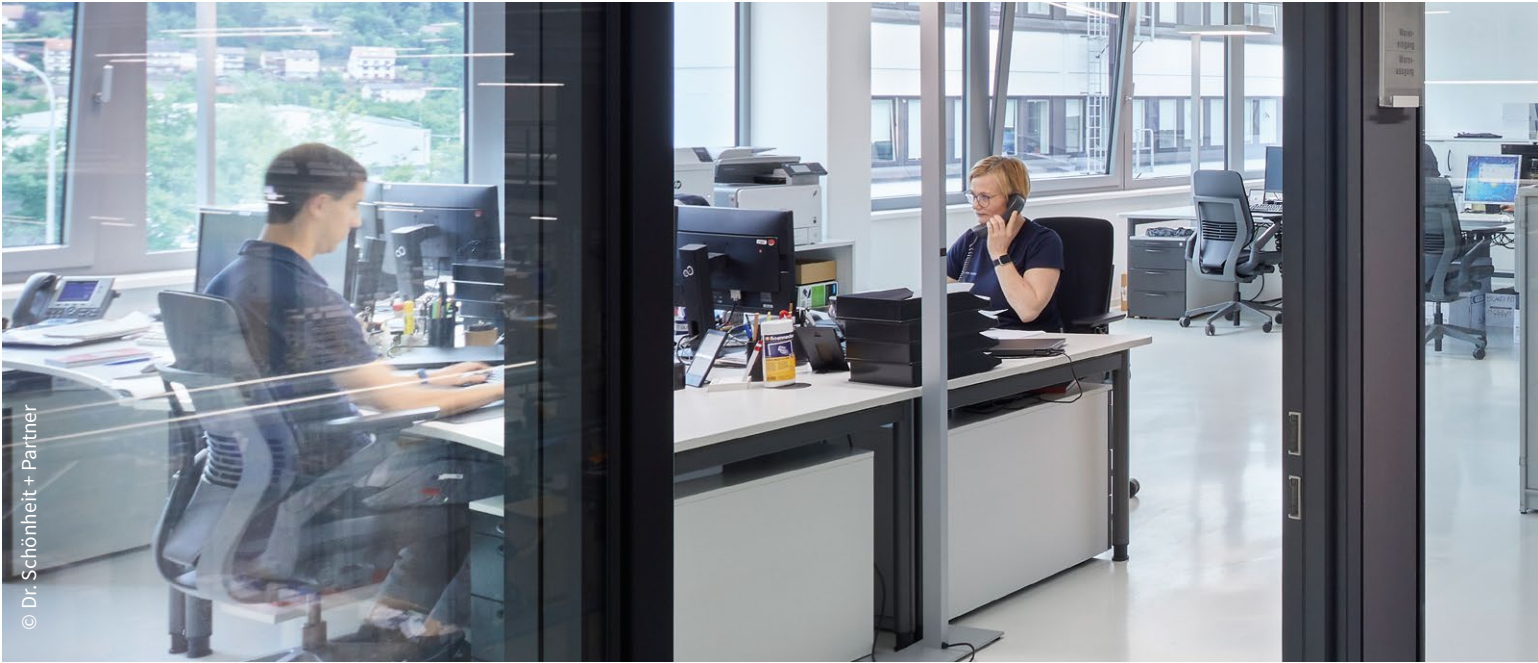
Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die Verbraucher und Endnutzer Bedenken äußern können

Unsere Kundinnen und Kunden haben die Möglichkeit, sich zu negativen Auswirkungen oder anderen Bedenken über bereits beschriebene Verfahren (unter S4-2) zu melden oder sich über unser Hinweisgebersystem telefonisch oder schriftlich mitzuteilen.

## S4-4

Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen auf Verbraucher und Endnutzer und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze

Unsere tägliche Arbeit besteht darin, negative Auswirkungen auf unsere Kundinnen und Kunden bei der Nutzung unserer Produkte zu vermeiden. Daher gehört es zu unserem Versprechen, Produkte mit den höchsten Qualitätsstandards zu liefern. Über unser aktuelles Handeln hinaus entwickeln wir derzeit Maßnahmen zur Messung und finalen Verbesserung der Kundenzufriedenheit.



© Dr. Schönheit + Partner

# Unternehmenspolitik

**Die Steuerungs- und Regelungsmechanismen in einem Unternehmen, die eine effiziente und transparente Führung und Kontrolle sicherstellen, werden als Governance bezeichnet. Dazu gehören Aspekte wie Organisationsstruktur, Entscheidungsprozesse, Transparenz und Verantwortlichkeiten. Unternehmenspolitik, Unternehmenskultur, Korruptionsprävention sowie Zahlungsrichtlinien sind daher wesentliche Elemente der Corporate Governance.**

Der Prozess der doppelten Wesentlichkeit hat aufgezeigt, dass eine transparente Berichterstattung über unsere ESG-Leistungen (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) von entscheidender Bedeutung ist. Daher haben wir uns verpflichtet, unsere Leistungen klar und umfassend auf unseren Webseiten bzw. der Gruppenwebseite der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Zudem möchten wir mit unseren ESG-Leistungen über die gesetzlichen und normativen Anforderungen hinausgehen. Aus diesem Grund haben wir beschlossen, zusätzlich zu den relevanten Themen freiwillig Informationen über unsere Unternehmenskultur, -struktur und unternehmerische Sorgfaltspflicht zu veröffentlichen.





## Unternehmenspolitik und -kultur

G1-1

### Strategien in Bezug auf Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur

Die Unternehmenspolitik definiert den strategischen Rahmen, innerhalb dessen die Grundprinzipien und Verhaltensregeln eines Unternehmens festgelegt werden. Sie wirkt sich auf die Unternehmenskultur aus und fördert den Konsens. Die Unternehmensziele dienen der Brand Gruppe als zentraler Kompass für die strategische Ausrichtung und die täglichen Handlungen. Eine jährliche Überprüfung und Aktualisierung der Ziele ist für uns selbstverständlich, um sicherzustellen, dass sie mit den veränderlichen Marktbedingungen und internen Anforderungen übereinstimmen. Die Unternehmensziele sind in vier Hauptbereiche unterteilt:

- Produkt und Kunde
- Mitarbeiter und Gruppe
- Prozesse und Planung
- Finanzen und Nachhaltigkeit

Alle Details zu diesen Unternehmenszielen werden über geeignete Kommunikationskanäle allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bekannt gegeben.

Die Unternehmenskultur umfasst die gemeinsamen Werte und Normen, die das Verhalten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter prägen und die Umsetzung der Unternehmenspolitik beeinflussen. Diese Informationen finden Sie im Abschnitt „S1 – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“. Ab dem Jahr 2024 ist die Durchführung von Mitarbeitergesprächen mit konkretem Bezug zu unseren Unternehmenswerten mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vorgesehen.

## Hinweisgeber

Unsere unternehmerischen Sorgfaltspflichten erstrecken sich über unsere Standorte hinaus und umfassen die gesamte Wertschöpfungskette. Ein wesentlicher Bestandteil unseres Systems ist die Möglichkeit für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie externe Personen, Hinweise jeglicher Art vertraulich und anonym zu melden. Die Meldungen können rund um die Uhr online oder zu bestimmten Zeiten telefonisch abgegeben

werden. Für detaillierte Informationen stehen Ihnen unsere Unternehmenswebseiten zur Verfügung. Die eingegangenen Hinweise werden von unserem Ombudsmann aufgenommen und streng vertraulich behandelt. Eine offene Kommunikationskultur, die potenzielle Probleme frühzeitig erkennt und behebt, stärkt unsere Unternehmenskultur insgesamt.

## Beziehung zu Lieferanten in der Wertschöpfungskette

G1-2

### Management der Beziehungen zu Lieferanten

Für unser Unternehmen sind gute Beziehungen zu unseren Lieferanten von großer Bedeutung. Die Auswahl geeigneter Partner sowie eine Zusammenarbeit basierend auf Vertrauen und Transparenz sind für uns der Schlüssel, um dieses Ziel zu erreichen. Besonderen Wert legen wir dabei auf regionale Lieferanten. Dadurch können wir nicht nur schnelle Kommunikationswege gewährleisten, sondern auch kurze und ressourcenschonende Transportwege nutzen.

Im Rahmen unserer regelmäßigen Lieferantenbewertung berücksichtigen wir auch ESG-Kriterien. Des Weiteren werden Zertifizierungen wie beispielsweise ISO 14001 sowie Aspekte der Abfallvermeidung und umweltschonende Praktiken in die Bewertung miteinbezogen. Zusätzlich werden soziale Standards sowie eine transparente ESG-Kommunikation berücksichtigt.

Unsere Erwartungen an Lieferanten sind in unserem Supplier Code of Conduct festgehalten, der auf jeder Unternehmenswebseite abrufbar ist. Dieser Lieferantenkodex basiert auf den Grundsätzen international anerkannter Regelwerke und Konventionen für nachhaltige Entwicklung. Dazu gehören unter anderem die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, die Prinzipien des UN Global Compact sowie die internationalen Arbeitsstandards (ILO).

Die entsprechenden Vorgaben sind zudem in unseren Allgemeinen Einkaufsbedingungen festgehalten. Des Weiteren haben wir eine neutrale Stelle benannt, über die uns Lieferanten, deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (siehe Abschnitt „Hinweisgeber“) oder sonstige Beteiligte in der Lieferkette auf etwaige Missstände in der Lieferkette aufmerksam machen können.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Einkauf werden regelmäßig zu ESG-Themen in der Lieferkette geschult, um eine angemessene Sensibilisierung zu erreichen. Dadurch stellen wir sicher, dass wirtschaftliche und logistische Belange sowie Umweltaspekte und Compliance gleichberechtigte Vergabekriterien sind.

Im Jahr 2023 haben wir 310 Lieferanten einer Bewertung mit ESG-Kriterien unterzogen. Darüber hinaus wurden 93,3 % (Anmerkung: 14/15) unserer Einkaufsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter im Rahmen von Schulungen zu den Themen Anti-Korruption sowie ökologischer und sozialer Beschaffung weitergebildet. Im Jahr 2023 wurden keine Sachverhalte über die Beschwerdestelle für die Lieferkette gemeldet.

## Korruption und Sicherheit

G1-1 | G1-3 | G1-4

### Strategien in Bezug auf Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur | Verhinderung und Aufdeckung von Korruption und Bestechung

Die Einhaltung ethischer Grundsätze und die Wahrung der Integrität sind wesentliche Bestandteile unserer Unternehmenskultur. Daher werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Thema Korruption geschult. Beispielsweise im Beschaffungsbereich ist es von entscheidender Bedeutung, korrupte Praktiken wie Bestechung zu verhindern. Unsere Einkäuferinnen und Einkäufer werden daher für dieses Thema sensibilisiert. Des Weiteren haben wir auf unseren Unternehmenswebseiten sowohl unseren Verhaltenskodex als auch unseren Lieferantenkodex veröffentlicht. Darüber hinaus

haben wir uns eine Richtlinie zur Verhinderung von Korruption erstellt, in der wir Korruption und Bestechung definieren und verschiedene Ausprägungsformen erläutern. Zudem enthält sie klare Verhaltensregeln und informiert über Möglichkeiten, wie Hinweise gegeben werden können.

Im Jahr 2023 sind keine Hinweise zu jeglichen Themen über unser Hinweisgebersystem eingegangen, abgesehen von einem Test-Hinweis. Des Weiteren wurden keine Fälle von Kinder- oder Zwangsarbeit bekannt.

### Informationssicherheit

Neben der Verhinderung von Korruption und Bestechung haben wir auch Prozesse und Maßnahmen implementiert, um Informationen und Daten vor unbefugtem Zugriff, Verlust oder Diebstahl zu schützen. Dazu zählen Verschlüsselungstechnologien, Zugriffskontrollen sowie Sicherheitsrichtlinien.

Im Jahr 2023 sind keine bestätigten Informationssicherheitsvorfälle aufgetreten.

# Tabellen zu Nachhaltigkeitskennzahlen

S1-6

## Merkmale der Beschäftigten des Unternehmens

Geschlechterverteilung der Beschäftigten		Weiblich	Männlich	Sonstige*	Nicht angegeben	Gesamtzahl der Beschäftigten
Zahl der Beschäftigten <i>Personenzahl (Prozentzahl)</i>	BRAND KG	240 (51%)	230 (49%)	0	0	470 (100%)
	VACUUBRAND KG	64 (27%)	176 (73%)	0	0	240 (100%)
	VITLAB	20 (54%)	17 (46%)	0	0	37 (100%)
	BRAND INT	62 (62%)	38 (38%)	0	0	100 (100%)
	Brand Group SAS	0 (0%)	5 (100%)	0	0	5 (100%)
	Brand UK	3 (60%)	2 (40%)	0	0	5 (100%)
	BRANDTECH	21 (40%)	31 (60%)	0	0	52 (100%)
	BRAND (Shanghai)	22 (43%)	29 (57%)	0	0	51 (100%)
	BRAND Scientific Equipment	7 (27%)	19 (73%)	0	0	26 (100%)
	Brand Group KG	1 (33%)	2 (67%)	0	0	3 (100%)
	Brand Gruppe (weltweit)	440 (44%)	549 (56%)	0	0	989 (100%)

\*Geschlecht gemäß den eigenen Angaben der Beschäftigten.

Land	Deutschland	Benelux	Frankreich	Schweiz	UK	USA	China	Indien
Zahl der Beschäftigten <i>Personenzahl und Prozentzahl</i>	BRAND KG	469	1	0	0	0	0	0
	VACUUBRAND KG	238	1	0	1	0	0	0
	VITLAB	37	0	0	0	0	0	0
	BRAND INT	99	1	0	0	0	0	0
	Brand Group SAS	0	0	5	0	0	0	0
	Brand UK	0	0	0	0	5	0	0
	BRANDTECH	0	0	0	0	0	52	0
	BRAND (Shanghai)	0	0	0	0	0	0	51
	BRAND Scientific Equipment	0	0	0	0	0	0	26
	Brand Group KG	3	0	0	0	0	0	0
	Brand Gruppe (weltweit)	846	3	5	1	5	52	51
Gesamtzahl in Prozent	86%	0%	1%	0%	1%	5%	5%	3%

## Darstellung von Informationen über Beschäftigte nach Art des Vertrags, aufgeschlüsselt nach Geschlecht (Personenzahl)

Geschlechterverteilung der Beschäftigten		Weiblich	Männlich	Sonstige	Nicht angegeben	Gesamtzahl der Beschäftigten
Zahl der dauerhaft Beschäftigten <i>Personenzahl</i>	BRAND KG	212	204	0	0	416
	VACUUBRAND KG	63	163	0	0	226
	VITLAB	20	17	0	0	37
	BRAND INT	48	35	0	0	83
	Brand Group SAS	0	5	0	0	5
	Brand UK	3	2	0	0	5
	BRANDTECH	21	31	0	0	52
	BRAND (Shanghai)	9	16	0	0	25
	BRAND Scientific Equipment	7	19	0	0	26
	Brand Group KG	1	2	0	0	3
Brand Gruppe (weltweit)	384	494	0	0	878	
Zahl der befristeten Beschäftigten <i>Personenzahl</i>	BRAND KG	28	26	0	0	54
	VACUUBRAND KG	1	13	0	0	14
	VITLAB	0	0	0	0	0
	BRAND INT	14	3	0	0	17
	Brand Group SAS	0	0	0	0	0
	Brand UK	0	0	0	0	0
	BRANDTECH	0	0	0	0	0
	BRAND (Shanghai)	13	13	0	0	26
	BRAND Scientific Equipment	0	0	0	0	0
	Brand Group KG	0	0	0	0	0
Brand Gruppe (weltweit)	56	55	0	0	111	
Zahl der Beschäftigten ohne garantierte Arbeitsstunden <i>Personenzahl</i>	BRAND KG	3	0	0	0	3
	VACUUBRAND KG	0	4	0	0	4
	VITLAB	0	0	0	0	0
	BRAND INT	0	0	0	0	0
	Brand Group SAS	0	0	0	0	0
	Brand UK	0	0	0	0	0
	BRANDTECH	0	0	0	0	0
	BRAND (Shanghai)	0	0	0	0	0
	BRAND Scientific Equipment	0	0	0	0	0
	Brand Group KG	0	0	0	0	0
Brand Gruppe (weltweit)	3	4	0	0	7	

## Darstellung von Informationen über Beschäftigte nach Art des Vertrags, aufgeschlüsselt nach Geschlecht (Personenzahl)

Geschlechterverteilung der Beschäftigten		Weiblich	Männlich	Sonstige	Nicht angegeben	Gesamtzahl der Beschäftigten
Zahl der Vollzeitbeschäftigten <i>Personenzahl</i>	BRAND KG	149	219	0	0	368
	VACUUBRAND KG	32	155	0	0	187
	VITLAB	14	16	0	0	30
	BRAND INT	33	36	0	0	69
	Brand Group SAS	0	5	0	0	5
	Brand UK	2	2	0	0	4
	BRANDTECH	21	31	0	0	52
	BRAND (Shanghai)	22	29	0	0	51
	BRAND Scientific Equipment	7	19	0	0	26
	Brand Group KG	0	2	0	0	2
<b>Brand Gruppe (weltweit)</b>	<b>280</b>	<b>514</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>794</b>	

Zahl der Teilzeitbeschäftigten <i>Personenzahl</i>	BRAND KG	91	11	0	0	102
	VACUUBRAND KG	32	21	0	0	53
	VITLAB	6	1	0	0	7
	BRAND INT	29	2	0	0	31
	Brand Group SAS	0	0	0	0	0
	Brand UK	1	0	0	0	1
	BRANDTECH	0	0	0	0	0
	BRAND (Shanghai)	0	0	0	0	0
	BRAND Scientific Equipment	0	0	0	0	0
	Brand Group KG	1	0	0	0	1
<b>Brand Gruppe (weltweit)</b>	<b>160</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>195</b>	

	Deutschland	Benelux	Frankreich	Schweiz	UK	USA	China	Indien	Gesamt
Zahl der Beschäftigten <i>Personenzahl</i>	846	3	5	1	5	52	51	26	989
Zahl der dauerhaft Beschäftigten <i>Personenzahl</i>	760	3	5	1	5	52	25	26	877
Zahl der befristeten Beschäftigten <i>Personenzahl</i>	86	0	0	0	0	0	26	0	112
Zahl der Beschäftigten ohne garantierte Arbeitsstunden <i>Personenzahl</i>	7	0	0	0	0	0	0	0	7
Zahl der Vollzeitbeschäftigten <i>Personenzahl</i>	653	2	5	1	4	52	51	26	794
Zahl der Teilzeitbeschäftigten <i>Personenzahl</i>	193	1	0	0	1	0	0	0	195

S1-12

## Menschen mit Behinderung

	Weiblich	Männlich	Sonstige
Menschen mit Behinderung	5 %	5 %	-

Hinweis: Bezieht sich nur auf Standorte in Deutschland

S1-17

## Vorfälle, Beschwerden und schwerwiegende Auswirkungen im Zusammenhang mit Menschenrechten

	Einheit	2023
Gesamtzahl der im Berichtszeitraum gemeldeten Fälle von Diskriminierung, einschließlich Belästigung	Zahl	0
Zahl der schwerwiegenden Vorfälle in Bezug auf Menschenrechte im Zusammenhang mit der Belegschaft des Unternehmens im Berichtszeitraum, einschließlich Angaben dazu, wie viele davon gegen die Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrechte, die Erklärung der IAO über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit oder die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen verstoßen.	Zahl	0
Gesamtbetrag der wesentlichen Geldbußen, Sanktionen und Schadenersatzzahlungen im Zusammenhang mit den vorstehenden beschriebenen Vorfällen und Beschwerden sowie einen Abgleich der angegebenen Geldbeträge mit dem aussagekräftigsten in den Abschlüssen angegebenen Betrag.	€	0
Zahl der Beschwerden, die über Kanäle, über die Personen innerhalb der eigenen Belegschaft des Unternehmens Bedenken äußern können (einschließlich Beschwerdemechanismen) und gegebenenfalls bei den nationalen Kontaktstellen für multinationale Unternehmen der OECD.	Zahl	0

S1-9

## Diversitätsparameter

Geschlechterverteilung der obersten Führungsebene	Weiblich	Männlich	Sonstige	Nicht angegeben
Zahl in der obersten Führungsebene	7	32	0	0
Anteil in der obersten Führungsebene	18%	82%	0%	0

**Hinweis:** Die Informationen beziehen BRAND KG, VACUUBRAND KG, VITLAB, BRAND INT, BRANDTECH, BRAND Shanghai und BRAND Scientific Equipment ein.

Geschlechterverteilung der Beschäftigten	Weiblich	Männlich	Sonstige	Nicht angegeben	
unter 30 Jahre alt	BRAND KG	36	64	0	0
	VACUUBRAND KG	14	33	0	0
	VITLAB	1	1	0	0
	BRAND INT	22	8	0	0
	Brand Group SAS	0	0	0	0
	Brand UK	0	0	0	0
	BRANDTECH	2	4	0	0
	BRAND (Shanghai)	7	3	0	0
	BRAND Scientific Equipment	1	1	0	0
	Brand Group KG	0	0	0	0
	Brand Gruppe (weltweit)	83	114	0	0
30 – 50 Jahre alt	BRAND KG	123	95	0	0
	VACUUBRAND KG	34	79	0	0
	VITLAB	9	11	0	0
	BRAND INT	31	19	0	0
	Brand Group SAS	0	3	0	0
	Brand UK	2	0	0	0
	BRANDTECH	10	11	0	0
	BRAND (Shanghai)	15	26	0	0
	BRAND Scientific Equipment	6	14	0	0
	Brand Group KG	0	1	0	0
	Brand Gruppe (weltweit)	230	259	0	0



Geschlechterverteilung der Beschäftigten		Weiblich	Männlich	Sonstige	Nicht angegeben
über 50 Jahre alt	BRAND KG	81	71	0	0
	VACUUBRAND KG	16	64	0	0
	VITLAB	10	5	0	0
	BRAND INT	9	11	0	0
	Brand Group SAS	0	2	0	0
	Brand UK	1	2	0	0
	BRANDTECH	9	16	0	0
	BRAND (Shanghai)	0	0	0	0
	BRAND Scientific Equipment	0	4	0	0
	Brand Group KG	1	1	0	0
	Brand Gruppe (weltweit)	127	176	0	0



E1-6

## Indirekte Treibhausgasmissionen in unserer Wertschöpfungskette (Scope 3)

Treibhausgasemission in Tonnen CO<sub>2</sub>e

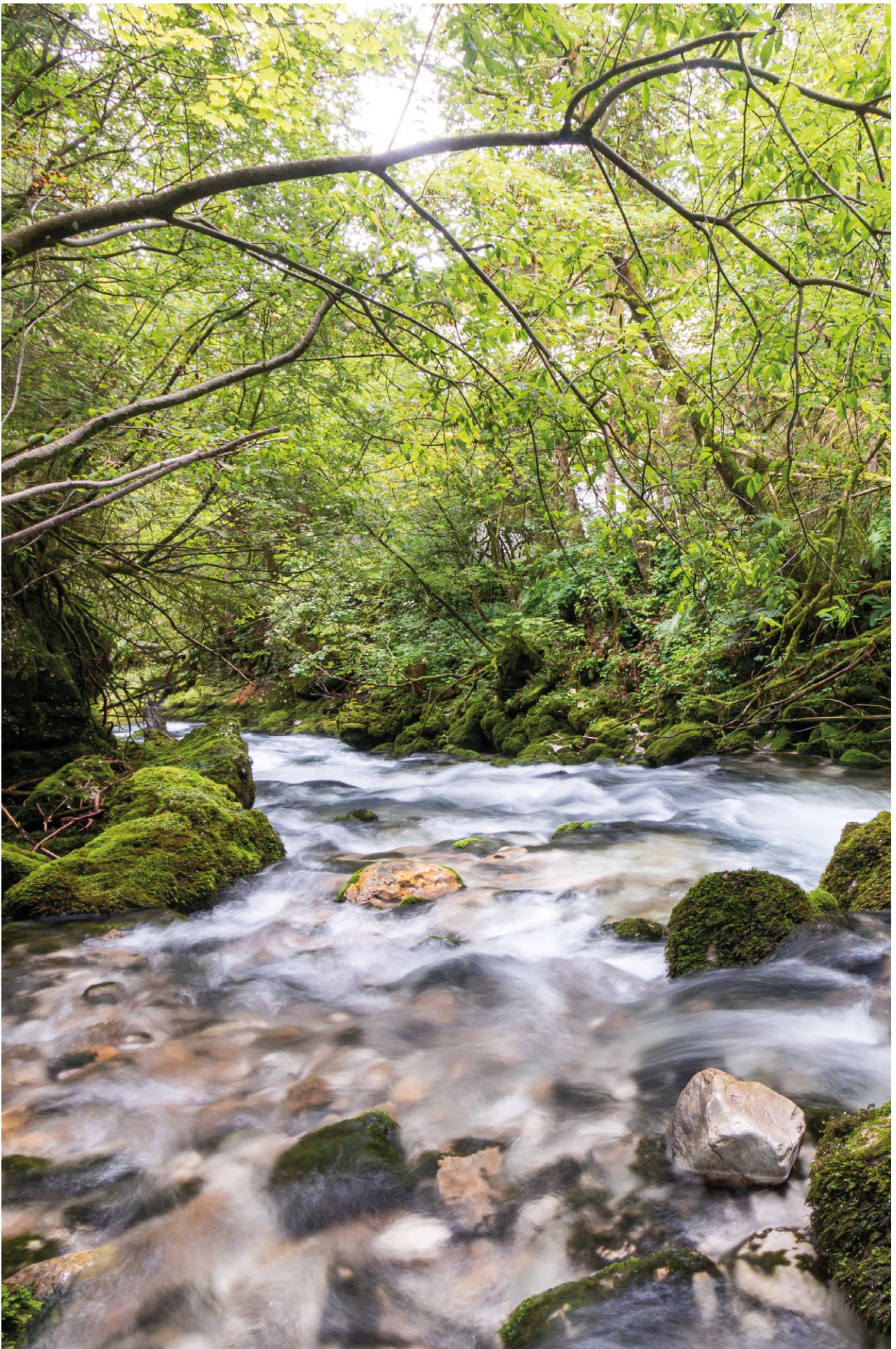
	Einheiten	Rückblickend			Etappenziele und Zieljahre			
		Basisjahr 2022	Berichtsjahr 2023	% N/N-1	2025	2030	(2050)	Jährlich % des Ziels / Basisjahr
<b>Scope-1-Treibhausgasemissionen</b>								
Scope-1-GHG-Bruttoemissionen	TCO <sub>2</sub> e	2.098	2.166	3%	1.897	1.250	-	- 42%
Prozentsatz der Scope-1-Treibhausgasemissionen aus regulierten Emissionshandelssystemen	%	0	0	-	-	-	-	-
<b>Scope-2-Treibhausgasemissionen</b>								
Standortbezogene Scope-2-GHG-Bruttoemissionen	TCO <sub>2</sub> e	3.053	2.283	-25%	-	-	-	-
Marktbezogene Scope-2-GHG-Bruttoemissionen	TCO <sub>2</sub> e	25	28	16%	25	16	-	-
<b>Signifikante Scope-3-Treibhausgasemissionen</b>								
Gesamte indirekte (Scope-3) GHG-Bruttoemissionen	TCO <sub>2</sub> e	-	101.680		-	-	-	-
Eingekaufte Waren und Dienstleistungen	TCO <sub>2</sub> e	-	17.514		-	-	-	-
Abfall aus den Betrieben	TCO <sub>2</sub> e	-	7		-	-	-	-
Nutzung der verkauften Produkte	TCO <sub>2</sub> e	-	83.515		-	-	-	-
Nachgelagerter Transport und Distribution	TCO <sub>2</sub> e	-	454		-	-	-	-
Geschäftsreisen	TCO <sub>2</sub> e	-	189		-	-	-	-
<b>GHG-Emissionen insgesamt</b>								
GHG-Emissionen insgesamt (standortbezogen)	TCO <sub>2</sub> e	5.151	106.129		-	-	-	-
GHG-Emissionen insgesamt (marktbezogen)	TCO <sub>2</sub> e	2.122	103.875		-	-	-	-

	Einheit	2023	% N/N-1
--	---------	------	---------

**GHG-Intensität je Nettoeinnahme**

GHG-Gesamtemissionen (standortbezogen) je Nettoeinnahme	TCO <sub>2</sub> e	152	-
---	--------------------	-----	---

Hinweis: Die Angaben beziehen sich auf Brand Gruppe (DE und USA).



## Tabelle ESRS 2 IRO-2

IRO -2 In ESRS enthaltene, von der Nachhaltigkeitserklärung des Unternehmens (Brand Gruppe) abgedeckte Angabepflichten

Kapitel im Bericht	ESRS	Angabepflicht	Definition	Seite
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	BP-1	Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nachhaltigkeitserklärungen	8 – 10
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	BP-2	Angaben im Zusammenhang mit spezifischen Umständen	8 – 10
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	GOV-1	Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	10 – 11
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	GOV-2	Informationen und Nachhaltigkeitsaspekte, mit denen sich die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane des Unternehmens befassen	13
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	GOV-3	Einbeziehung der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Anreizsysteme	13
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	GOV-4	Erklärung zur Sorgfaltspflicht	14
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	GOV-5	Risikomanagement und interne Kontrollen der Nachhaltigkeitsberichterstattung	14
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	SBM-1	Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette	8 – 10, 16
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	SBM-2	Interessen und Standpunkte der Interessenträger	17
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	SBM-3	Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	18 – 19
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	IRO-1	Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	19
ESRS 2: Allgemeine Angaben	ESRS 2	IRO-2	In ESRS enthaltene von der Nachhaltigkeitserklärung des Unternehmens abgedeckte Angabepflichten	68
<b>Umwelt</b> <i>ESRS E1 Klimawandel</i>	ESRS E1	E1-1	Übergangsplan für den Klimaschutz	–
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	ESRS 2 IRO - 1	Anzeigepflicht im Zusammenhang mit ESRS 2 IRO-1 Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen klimabezogenen Auswirkungen, Risiken und Chancen	20
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	E1-2	Strategien im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel	20 – 21
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	E1-3	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit den Klimastrategien	24
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	E1-4	Ziele im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel	20 – 21
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	E1-5	Energieverbrauch und Energiemix	26 – 29
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	E1-6	THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen	26 – 29
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	E1-7	Abbau von Treibhausgasen und Projekte zur Verringerung von Treibhausgasen, finanziert über CO <sub>2</sub> -Gutschriften	26
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	E1-8	Interne CO <sub>2</sub> -Bepreisung	26
<b>Umwelt</b>	ESRS E1	E1-9	Erwartete finanzielle Auswirkungen wesentlicher physischer Risiken und Übergangsrisiken sowie potenzielle klimabezogene Chancen	–
<b>Umwelt</b> <i>ESRS E2 Umweltverschmutzung</i>	ESRS E2	ESRS 2 IRO - 1	Anzeigepflicht in Zusammenhang mit ESRS 2 IRO-1 Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	31

Kapitel im Bericht	ESRS	Angabepflicht	Definition	Seite
Umwelt	ESRS E2	E2-1	Strategien im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	31
Umwelt	ESRS E2	E2-2	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	32
Umwelt	ESRS E2	E2-3	Ziele im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	31
Umwelt	ESRS E2	E2-5	Besorgniserregende Stoffe und besonders besorgniserregende Stoffe	32
Umwelt	ESRS E2	E2-6	Erwartete finanzielle Auswirkungen durch Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	-
Umwelt <i>ESRS E5 Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft</i>	ESRS E5	ESRS 2 IRO-1	Anzeigepflicht im Zusammenhang mit dem ESRS 2 IRO-1 Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	34
Umwelt	ESRS E5	E5-1	Strategien im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	34 – 35
Umwelt	ESRS E5	E5-2	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	36, 40
Umwelt	ESRS E5	E5-3	Ziele im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	34 – 35
Umwelt	ESRS E5	E5-4	Ressourcenzuflüsse	36, 40
Umwelt	ESRS E5	E5-5	Ressourcenabflüsse	36, 40
Umwelt	ESRS E5	E5-5	Abfall	38 – 40
Umwelt	ESRS E5	E5-6	Erwartete finanzielle Auswirkungen durch Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	-
Soziales <i>ESRS S1 Eigene Belegschaft</i>	ESRS S1	ESRS 2 SBM-2	Im Zusammenhang mit ESRS 2 SBM-2 Interessen und Standpunkte der Interessenträger	17
Soziales	ESRS S1	ESRS 2 SBM-3	Im Zusammenhang mit ESRS 2 SBM-3 Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	42
Soziales	ESRS S1	S1-1	Strategien im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft	47, 48, 50, 52
Soziales	ESRS S1	S1-2	Verfahren zur Einbeziehung eigener Arbeitskräfte und von Arbeitnehmervertretern in Bezug auf Auswirkungen	-
Soziales	ESRS S1	S1-3	Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die eigene Arbeitskräfte Bedenken äußern können	-
Soziales	ESRS S1	S1-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen und Ansätze zur Minderung wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze	-
Soziales	ESRS S1	S1-5	Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	-
Soziales	ESRS S1	S1-6	Merkmale der Beschäftigten des Unternehmens	45 – 46
Soziales	ESRS S1	S1-7	Merkmale der nicht angestellten Beschäftigten in der eigenen Belegschaft des Unternehmens	-

## Tabelle ESRS 2 IRO-2

IRO -2 In ESRS enthaltene, von der Nachhaltigkeitserklärung des Unternehmens (Brand Gruppe) abgedeckte Angabepflichten

Kapitel im Bericht	ESRS	Angabepflicht	Definition	Seite
Soziales	ESRS S1	S1-8	Tarifvertragliche Abdeckung und sozialer Dialog	48
Soziales	ESRS S0	S1-9	Diversitätsparameter	46
Soziales	ESRS S1	S1-10	Angemessene Entlohnung	–
Soziales	ESRS S1	S1-11	Sozialschutz	49
Soziales	ESRS S1	S1-12	Prozentsatz der Beschäftigten mit Behinderung	63
Soziales	ESRS S1	S1-13	Parameter für Schulungen und Kompetenzentwicklung	53
Soziales	ESRS S1	S1-14	Parameter für Gesundheitsschutz und Sicherheit	51
Soziales	ESRS S1	S1-15	Parameter für die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben	49
Soziales	ESRS S1	S1-16	Vergütungsparameter (Verdienstunterschiede und Gesamtvergütung)	–
Soziales	ESRS S1	S1-17	Vorfälle, Beschwerden und schwerwiegende Auswirkungen im Zusammenhang mit Menschenrechten	
Soziales <i>S4 Verbraucher und Endnutzer</i>	ESRS S4	ESRS 2 SBM-2	Im Zusammenhang mit ESRS 2 SBM-2 Interessen und Standpunkte der Interessenträger	17
Soziales	ESRS S4	ESRS 2 SBM-3	Im Zusammenhang mit ESRS 2 SBM-3 Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	18 – 19
Soziales	ESRS S4	S4-1	Strategien im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern	54
Soziales	ESRS S4	S4-2	Verfahren zur Einbeziehung von Verbrauchern und Endnutzern in Bezug auf Auswirkungen	55
Soziales	ESRS S4	S4-3	Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die Verbraucher und Endnutzer Bedenken äußern können	55
Soziales	ESRS S4	S4-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen auf Verbraucher und Endnutzer und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze	55
Soziales	ESRS S4	S4-5	Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	55
Governance <i>G1 Governance</i>	ESRS G1	ESRS 2 GOV-1	Im Zusammenhang mit ESRS 2 GOV-1 Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	
Governance	ESRS G1	ESRS 2 IRO -1	Im Zusammenhang mit ESRS 2 IRO-1 Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	
Governance	ESRS G1	G1-1	Strategien in Bezug auf Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur	43 – 44, 57 – 58
Governance	ESRS G1	G1-2	Management der Beziehungen zu Lieferanten	58

Kapitel im Bericht	ESRS	Angabepflicht	Definition	Seite
Governance	ESRS G1	G1-3	Verhinderung und Aufdeckung von Korruption und Bestechung	59
Governance	ESRS G1	G1-4	Bestätigte Korruptions- oder Bestechungsfälle	59

# Glossar

## Begriffserklärungen

Begriff	Erklärung
1,5°C-Ziel / Pariser Abkommen	Das Pariser Abkommen, vereinbart von 197 Staaten in 2015 (Paris), zielt darauf ab, den globalen Temperaturanstieg deutlich unter 2 Grad Celsius zu halten, mit Bemühungen, ihn auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen.
Beschäftigte	Einzelpersonen, die mit dem Unternehmen in einem Beschäftigungsverhältnis stehen, das den nationalen Rechtsvorschriften oder Gepflogenheiten entspricht.
Beschäftigte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	Beschäftigte mit nicht garantierten Arbeitsstunden werden vom Unternehmen ohne ein garantiertes Minimum oder eine feste Anzahl von Arbeitsstunden angestellt. Unter diese Kategorie fallen z. B. Gelegenheitsbeschäftigte, Beschäftigte mit Null-Stunden-Verträgen und Bereitschaftspersonal.
Besonders besorgniserregende Stoffe (Substances of Very High Concern, SVHC)	Stoffe, die die Kriterien der REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals)-Verordnung erfüllen und nach einem spezifischen Prozess ermittelt wurden.
Besorgniserregende Stoffe	Chemikalien oder Substanzen, die ein potenzielles Risiko für die Gesundheit von Menschen oder die Umwelt darstellen. Diese Stoffe sind nach Gefahrenklassen oder Gefahrenkategorien kategorisiert. Details siehe CSRD Annex 2
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive ist eine EU-Richtlinie zur Verbesserung der Transparenz und Rechenschaftspflicht von Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeit. Sie umfasst detailliertere Berichtsansforderungen zu Umwelt-, Sozial- und Governance-Faktoren (ESG), führt verbindliche Berichtsstandards ein und verlangt eine externe Überprüfung der Nachhaltigkeitsberichte.
Deponie	Eine Abfallbeseitigungsanlage für die Ablagerung von Abfällen oberhalb oder unterhalb der Erdoberfläche.
Doppelte Wesentlichkeit	Die doppelte Wesentlichkeit hat zwei Dimensionen: die Wesentlichkeit der Auswirkungen und die finanzielle Wesentlichkeit. Ein Nachhaltigkeitsaspekt erfüllt das Kriterium der doppelten Wesentlichkeit, wenn er unter dem Gesichtspunkt der Auswirkungen und/oder unter finanziellen Gesichtspunkten wesentlich ist.
EcoVadis	EcoVadis ist eine Plattform, die Unternehmen dabei unterstützt, die Nachhaltigkeitsleistung ihrer Lieferketten zu bewerten und zu verbessern. Sie bietet eine Bewertungsmethode für Umwelt, Soziales, Ethik und Lieferketten (ESG-Kriterien), um Transparenz und Vergleichbarkeit zu fördern.
Einbezogene Unternehmen	BRAND GMBH + CO KG (BRAND KG), VACUUBRAND GMBH + CO KG (VACUUBRAND KG), VITLAB GmbH (VITLAB), BRAND INTERANTIONAL GMBH (BRAND INT), BRANDTECH Scientific, Inc. (BRANDTECH), BRAND (Shanghai) Trading Co., Ltd. (BRAND (Shanghai)), Brand Group SE & Co. KG (Brand Group KG), BRAND Scientific Equipment Pvt. Ltd. (BRAND Scientific Equipment)
Emission	Emission bezeichnet die Freisetzung von Stoffen, Erschütterungen, Wärme oder Lärm in die Umwelt. Diese können aus verschiedenen Quellen stammen, wie etwa Industrieanlagen, Fahrzeugen oder natürlichen Prozessen. Emissionen haben Auswirkungen auf Luftqualität, Klima und Gesundheit. Ein bekanntes Beispiel sind CO <sub>2</sub> -Emissionen, die zum Klimawandel beitragen.
Erneuerbare Elektrizität	Erneuerbare Stromquellen nutzen natürliche Ressourcen wie Sonne, Wind, Wasser und Biomasse zur Stromerzeugung. Bei der Stromerzeugung werden keine fossilen Brennstoffe verwendet.
ESG	ESG steht für Environment (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (verantwortungsvolle Unternehmensführung) und beinhaltet Kriterien, um die ESG-Leistung von Unternehmen zu bewerten.



Begriff	Erklärung
ESRS	ESRS (European Sustainability Reporting Standards) ist der Nachhaltigkeits-reportingstandard, der im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) entwickelt wurde. Dieser zielt darauf ab, die Berichte vergleichbar, verlässlich und konsistent zu machen, indem sie klare Anforderungen und Leitlinien für die Offenlegung von Umwelt-, Sozial- und Governance-Informationen (ESG) vorgeben.
Fossiler Brennstoff	Dies sind Brennstoffe, die kohlenstoffhaltige Energiequellen wie feste Brennstoffe, Erdgas und Erdöl nutzen und somit Kohlenstoffdioxid freisetzen.
Fußabdruck	Der Begriff „Fußabdruck“ beschreibt die Umweltauswirkungen von menschlichen Aktivitäten, wie z. B. den CO <sub>2</sub> -Fußabdruck.
Gefährlicher Abfall	Gefährlicher Abfall bezeichnet Abfälle, die aufgrund ihrer Eigenschaften potenzielle Gefahren für Mensch und Umwelt darstellen können. Diese Abfälle sind im Anhang III Richtlinie 2008/98/EG definiert.
Grundsätze der Kreislaufwirtschaft	Die Grundsätze der europäischen Kreislaufwirtschaft sind: i. Gebrauchstauglichkeit, ii. Wiederverwendbarkeit, iii. Reparierbarkeit, iv. Demontage, v. Wiederaufarbeitung oder Aufbereitung, vi. Recycling, vii. Rückführung in den biologischen Kreislauf, viii. sonstige Möglichkeiten zur Optimierung der Produkt- und Materialnutzung.
ISO 14001	ISO 14001 ist ein internationaler Standard für Umweltmanagementsysteme. Es legt Anforderungen fest, wie Unternehmen Umweltauswirkungen kontrollieren und verbessern können und umfasst die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, die Reduzierung von Umweltbelastungen und das Verfolgen von Umweltzielen.
ISO 50001	ISO 50001 ist ein internationaler Standard für Energiemanagementsysteme. Der Standard legt Anforderungen fest, wie Unternehmen ihre Energieverbrauchs-muster analysieren, überwachen und optimieren können, um ihre energie-bezogenen Leistungen kontinuierlich zu verbessern.
Klimaschutz	Klimaschutz bedeutet die Verringerung der Treibhausgasemissionen und die Begrenzung des Anstiegs der globalen Durchschnittstemperatur auf 1,5 °C über dem vorindustriellen Niveau im Einklang mit dem Übereinkommen von Paris.
Klimawandel	Klimawandel bezeichnet die langfristigen Veränderungen des Erdklimas, insbesondere die Erwärmung der globalen Durchschnittstemperaturen. Hauptursache ist die erhöhte Konzentration von Treibhausgasen wie Kohlendioxid (CO <sub>2</sub> ) in der Atmosphäre, die durch menschliche Aktivitäten wie die Verbrennung fossiler Brennstoffe, Entwaldung und industrielle Prozesse freigesetzt werden. Der Klimawandel führt zu Extremwetterereignissen, steigendem Meeresspiegel und Veränderungen in Ökosystemen und Biodiversität.
Kohlendioxidäquivalent (CO <sub>2</sub> -Äquivalent, CO <sub>2</sub> e)	Die universelle Maßeinheit zur Angabe des Erderwärmungspotenzials (Global Warming Potential, GWP) jedes Treibhausgases, ausgedrückt als das GWP einer Einheit von Kohlendioxid. Sie wird verwendet, um die Freisetzung (oder Vermeidung der Freisetzung) verschiedener Treibhausgase auf einer gemeinsamen Grundlage zu bewerten.

# Glossar

## Begriffserklärungen

Begriff	Erklärung
<b>Kreislaufwirtschaft</b>	Kreislaufwirtschaft ist ein nachhaltiges Wirtschaftsmodell, das darauf abzielt, Ressourcen effizient zu nutzen und Abfall zu minimieren. Statt dem linearen Ansatz „nehmen, herstellen, entsorgen“ werden Materialien und Produkte wiederverwendet, repariert, aufbereitet und recycelt. Ziel ist es, den Lebenszyklus von Produkten zu verlängern, Ressourcen zu schonen und die Umweltbelastung zu reduzieren.
<b>Lieferant</b>	Lieferant ist ein Unternehmen, das ein Produkt oder eine Dienstleistung anbietet, das bzw. die zur Entwicklung der eigenen Produkte oder Dienstleistungen der Organisation verwendet wird.
<b>Lieferkette</b>	Die Lieferkette eines Unternehmens besteht aus verschiedenen Geschäftsbeziehungen mit Organisationen und Unternehmen, die durch Dienstleistungen und Produkte im Zusammenhang stehen. Dabei umfasst es Unternehmen und Organisationen, die von der Rohstoffgewinnung bis hin zur Produktion und Auslieferung des Produktes beteiligt sind. Die Lieferkette beinhaltet direkte Lieferanten und indirekte Geschäftsbeziehungen.
<b>Nachhaltigkeit</b>	Nachhaltigkeit ist das Prinzip, dass nur in dem Maße Ressourcen verbraucht werden dürfen, sodass diese nachwachsen, sich regenerieren oder künftig wieder bereitgestellt werden können.
<b>Recycling</b>	Recycling ist ein Verwertungsverfahren, um Abfallmaterialien zu einem ursprünglichen oder anderen Zweck aufzuarbeiten und wiederzuverwenden.
<b>Ressourcenabflüsse</b>	Ressourcen, die das Unternehmen verlassen.
<b>Ressourcenzuflüsse</b>	Ressourcen, die in das Unternehmen gelangen.
<b>Schulungsstunden</b>	Dies sind alle Stunden, die ein/e Mitarbeiter/Mitarbeiterin durch die Firma finanzierte Weiterbildung, Seminar oder ähnliches besucht hat. Dazu zählen auch die Schulungsstunden durch die Software SAM®, Gruppenschulungen und weiteres.
<b>Science Based Targets initiative (SBTi)</b>	Die Science Based Targets initiative (SBTi) unterstützt Unternehmen dabei, wissenschaftlich fundierte Klimaziele zu setzen, die mit den Pariser Klimazielen übereinstimmen.
<b>Scope 1-Emission</b>	Scope 1-Emissionen beziehen sich auf direkte Treibhausgasemissionen, die durch die Aktivitäten des Unternehmens entstehen. Das umfasst typischerweise Emissionen aus der Verbrennung fossiler Brennstoffe wie Gas, Öl oder Kohle in eigenen Anlagen oder Fahrzeugen.
<b>Scope 2-Emission: Scope 2 (standortbasiert), Scope 2 (marktbasiert)</b>	Scope 2-Emissionen beziehen sich auf indirekte Treibhausgasemissionen, die durch die Nutzung von elektrischem Strom oder Wärme entstehen, die von externen Quellen bezogen werden. Diese Emissionen entstehen nicht direkt vor Ort, sondern durch die Erzeugung des Stroms an anderer Stelle.  Scope 2 wird sowohl marktbasiert (market-based) als auch standortbasiert (location-based) angegeben. Beim marktbasierten Scope 2 werden die Treibhausgasemissionen mithilfe der Emissionsfaktoren des Stromlieferanten berechnet, während der standortbasierte Scope 2 auf dem durchschnittlichen Emissionsfaktor des jeweiligen Gebiets basiert.
<b>Scope 3-Emission</b>	Scope 3-Emissionen sind indirekte Treibhausgasemissionen, die aus den Aktivitäten eines Unternehmens stammen, jedoch außerhalb der direkten Kontrolle des Unternehmens liegen. Diese Emissionen entstehen entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens.
<b>Sozialer Dialog</b>	Sozialer Dialog bezeichnet den Austausch und Verhandlungen zwischen Arbeitgebern oder Arbeitgeberorganisationen und Arbeitnehmervertretungen wie Gewerkschaften oder Betriebsräten.

Begriff	Erklärung
Transparenz	Transparenz bedeutet, dass Unternehmen klar und offen über ihre Umwelt-, Sozial- und Governance-Praktiken berichten, um Investoren und der Öffentlichkeit Einblick zu geben.
Treibhausgase (THG) / Greenhouse Gas (GHG)	Treibhausgase sind Gase, die zur Erderwärmung beitragen. Dazu gehören Kohlendioxid (CO <sub>2</sub> ), Methan (CH <sub>4</sub> ), Distickstoffoxid (N <sub>2</sub> O), Schwefelhexafluorid (SF <sub>6</sub> ), Stickstofftrifluorid (NF <sub>3</sub> ), teilfluorierte Kohlenwasserstoffe (HFKW) und perfluorierte Kohlenwasserstoffe (PFC).
Umweltverschmutzung	Umweltverschmutzung ist durch menschliche Tätigkeiten direkt oder indirekt bewirkte Freisetzung von Schadstoffen in Luft, Wasser oder Boden, die der menschlichen Gesundheit und/oder der Umwelt schaden oder zu einer Schädigung von Sachwerten führen kann.
Verwertung	Verwertung bezeichnet einen Prozess, der Abfälle in neue Produkte, Materialien oder Energie umwandelt. Somit erhält der Abfall einen neuen Nutzungszweck.
Wertschöpfungskette	Die Wertschöpfungskette beschreibt die Abfolge von Aktivitäten, die erforderlich sind, um ein Produkt oder eine Dienstleistung zu entwickeln, herzustellen und zum Kunden zu bringen. Sie umfasst alle Schritte von der Beschaffung der Rohmaterialien über die Produktion und Logistik bis hin zum Vertrieb und Service.
Wesentlichkeitsmatrix	Eine Wesentlichkeitsmatrix ist ein Werkzeug zur Bewertung der Relevanz und Bedeutung von Themen oder Fragen für eine Organisation. Dies hilft Unternehmen, Prioritäten zu setzen und strategische Entscheidungen zu treffen, insbesondere im Bereich der Nachhaltigkeit.

**Quellenangabe:** Die Erläuterungen im Glossar basieren unter anderem auf Zusammenfassungen und Erklärungen aus den Anhängen 1 und 2 der Richtlinie 2013/34/EU des Europäischen Parlaments und des Rates, wie sie in dem Standard für die Nachhaltigkeitsberichterstattung (C(2023) 5303 final) dargestellt sind. Ergänzend wurden allgemeine Erläuterungen herangezogen.

**Brand Group SE & Co. KG**

Frankfurt am Main | Germany

T +49 9342 808 0 | info@brand.de | group.brand.de

Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 der Obergesellschaft Brand Group SE & Co. KG mit ihren Tochtergesellschaften in Deutschland, USA und in Auszügen an den Standorten UK, Frankreich, Benelux, China und Indien, wurde für den Berichtszeitraum 01.01. bis 31.12.2023 erstellt. Zukunftsgerichtete Aussagen betreffend die Entwicklung der Brand Gruppe wurden auf dem gegenwärtigen Wissensstand getroffen. Die künftigen tatsächlichen Ergebnisse können davon abweichen. Bei Abweichungen von zukunftsgerichteten Aussagen werden diese in nachfolgenden Berichten beschrieben.

Der Berichtsabschnitt „Umwelt“ umfasst die Daten und Informationen aller deutschen Standorte der BRAND KG, VACUUBRAND KG und VITLAB sowie unsere Vertriebsgesellschaft BRANDTECH.

Der Bericht zu unserem globalen Team umfasst alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Brand Gruppe in Europa, USA, China und Indien. Die Daten wurden zum Stichtag 31.12.2023 ermittelt.

Im gesamten Nachhaltigkeitsbericht können aufgrund mathematischer Rundungen in den Additionen scheinbare Differenzen auftreten.

Die Wort-Bild-Marke BRANDGROUP ist Marke oder eingetragene Marke der Brand Group SE & Co. KG, Deutschland. Alle anderen abgebildeten oder wiedergegebenen Marken sind Eigentum der jeweiligen Inhaber.

Technische Änderungen, Irrtum und Druckfehler vorbehalten.