

# UNTOUCHED

IMPACT REPORT 2021

„Der Klimawandel stellt ein Problem dar, vor dem wir nicht länger die Augen verschließen dürfen. Künftige Generationen sollen einen Planeten vorfinden, wie wir ihn erlebt haben. Durch bewussten Konsum und nachhaltige Produkte lassen sich Umweltbelastungen begrenzen. Als Foodie und Outdoor Fan zugleich lege ich hohen Wert auf eine ausgewogene und gesunde Ernährung. Ich hatte das große Glück, die Vielfalt unserer Erde auf zahlreichen Reisen entdecken zu dürfen und möchte, dass auch künftige Generationen in den Genuss von unberührter Natur kommen.

Wir wollen mit UNTOUCHED eine nachhaltige Lifestyle-Marke schaffen, die Umweltbewusstsein en vogue thematisiert. Unser Anspruch ist es, die Welt ein bisschen besser zu machen und Menschen inspirieren, die Natur wieder zu entdecken und die wertvollen Ressourcen unserer Erde zu schützen. Deshalb stecke ich meine ganze Leidenschaft und meine Begeisterung für innovative Produkte in die Entwicklung natürlicher Lebensmittel.“



**Ulrike Spath**  
Geschäftsführerin UNTOUCHED

# Inhaltsverzeichnis

|                         |          |
|-------------------------|----------|
| Vorwort                 | Seite 1  |
| Inhaltsverzeichnis      | Seite 2  |
| 1. Über uns             | Seite 4  |
| 2. Unser Sortiment      | Seite 14 |
| 3. Unser Engagement     | Seite 30 |
| 4. Unsere Partner       | Seite 58 |
| 5. Nachhaltigkeitsziele | Seite 68 |
| 6. Ausblick             | Seite 70 |
| 7. Schlusswort          | Seite 72 |
| Impressum               | Seite 74 |



THERE IS NO PLANET B

## UNTOUCHED steht für unberührte Lifestyle-Produkte in nachhaltiger Bio-Qualität

**Wir wollen die Welt ein bisschen  
besser machen, indem wir dir und  
unserem Planeten etwas Gutes tun.**

Hier kommt unser erster  
Nachhaltigkeits-Report aus dem Jahr 2021



### BIO

Wir verwenden nur beste  
Zutaten aus biologischem  
Landbau für unsere  
Naturprodukte.



### NACHHALTIG

Wir nutzen ressourcen-  
schonende Materialien  
der Umwelt zuliebe.



### INNOVATIV

Wir tüfteln ständig  
an einzigartigen  
Produktideen.



### AUTHENTISCH

Wir setzen auf Transparenz  
und produzieren in  
Deutschland.



### ENGAGIERT

Wir machen uns für den  
Umweltschutz stark und  
fördern soziale Projekte.



### NATÜRLICH

Wir verwenden vegane  
Zutaten und verzichten  
auf Zusatzstoffe.

Wir haben ungesunde und künstliche Lebensmittel satt!

Deshalb haben wir beschlossen, frischen Wind in die Supermarkt-Regale zu bringen.

Inspiziert von der Schönheit der Natur, überlegen wir, wie man **Lebensmittel besser machen** kann.



## Unsere nachhaltigen Bio-Produkte machen einen Unterschied

# Unsere Mission

Um nachhaltigen Konsum zu beschleunigen, entwickeln wir mit Leidenschaft **natürliche Bio-Produkte** mit echtem Mehrwert für Mensch und Umwelt.



Bewusster Konsum ist großartig

### NATÜRLICH BIO

Um ausgewogene und nährstoffreiche Produkte zu kreieren, verwenden wir natürliche Zutaten in Bio-Qualität.



Natürlichkeit schmeckt besser

### NATURVERBUNDEN

Wir wollen die Natur als Lebensgrundlage und Rückzugsort für Mensch und Tier erhalten und engagieren uns für ihren Schutz.



Du hast es verdient

### VERANTWORTUNG

Wir bemühen uns um einen schonenden Umgang mit wertvollen Ressourcen und vermeiden überflüssige Verpackungsmaterialien, wo es geht.

Der Wunsch, Menschen mit Bio-Produkten zu einem **gesünderen Leben** zu verhelfen, treibt uns an.

Indem wir Lifestyle, Nachhaltigkeit und Geschmack vereinen, treffen unsere Lifestyle-Produkte mit nachhaltigem Anspruch genau den Zeitgeist, während Umweltschutz und nachhaltige Produktlebenszyklen immer bedeutender werden.

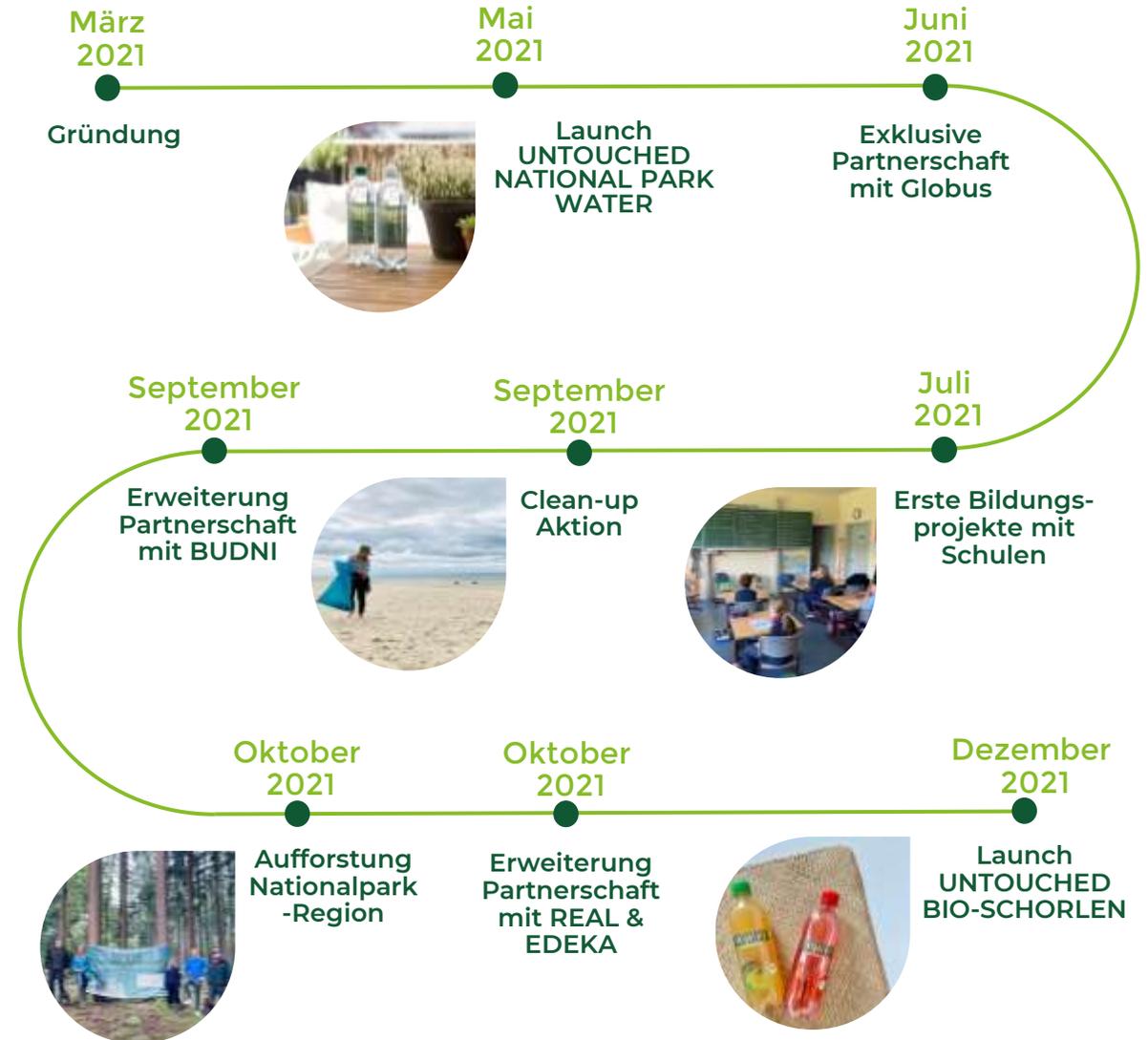
Mit unserem Handeln inspirieren wir Menschen, die Schönheit der Natur wieder zu entdecken und **kostbare Ressourcen unserer Erde zu schützen.**



# Was bisher geschah...

UNTOUCHED bedeutet übersetzt „unberührt“ und fasst unsere Absicht in einem Wort zusammen.

Unsere Naturprodukte sind möglichst unberührt und eine gesunde, nachhaltigere Alternative.



Mit nachhaltig produzierten Produkten und unseren vielfältigen Projekten wollen wir das Thema Nachhaltigkeit stärker in das Bewusstsein unserer Konsument:innen rücken und den Schutz der Natur zum modernen Lifestyle machen.

Und das nicht nur bei unseren Konsument:innen, sondern in der gesamten Lebensmittelindustrie und auch bei uns selbst.



NATRIUMARM  
KLIMAKOMPENSIERT

UNTOUCHED  
NATIONAL PARK WATER  
Das erste Bio-Mineralwasser aus einer  
Nationalpark-Region

MIT BIO-MINERALWASSER  
OHNE ZUSATZSTOFFE

100 % BIO  
100% rPET  
100% NATÜRLICH



HEIMISCHE ZUTATEN

UNTOUCHED  
BIO-SCHORLEN  
Apfel- und Rhabarberschorle mit  
Direktsaft aus heimischen Früchten

## Das erste Bio-Mineralwasser aus einem Nationalpark, das dich nachhaltig erfrischt



### Nationalpark

Im Nationalpark im Hunsrück ist die Natur unberührt und die Ressource Wasser besonders geschützt



### 100% Bio

Bio-Mineralwasser unterliegt umfangreicheren Kontrollen und strengeren Qualitätskriterien



### Natriumarm

Unser Naturprodukt ist natriumarm und somit für die Zubereitung von Babynahrung geeignet



### 100% rPET

Unsere Flaschen bestehen zu 100% aus recycelten Materialien und sind somit ressourcenschonend



### Klimafreundlich

Unvermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen gleichen wir durch Klimazertifikate und Aufforstungsprojekte aus



### Nachhaltig

Wir schützen unsere Quelle und entnehmen nur so viel Bio-Mineralwasser, wie sie eigenständig regeneriert

## Natürlichkeit schmeckt einfach besser

Unser Naturprodukt entsteht im Naturschutzgebiet im Hunsrück, fernab menschlicher Verunreinigungen, Pestizidrückständen und Industrieabfällen. Gefiltert durch zahlreiche Gesteinsschichten, ist unser Bio-Mineralwasser besonders rein und naturbelassen.



# Wasser ist unser wichtigstes Lebensmittel

Doch unser Grundwasser ist zunehmend in chemisch bedenklichem Zustand und durch Pestizide, Dünger und andere Schadstoffe belastet.

Zu den bedenklichsten Umweltschadstoffen zählen neben Arzneimitteln und Pflanzenschutzmitteln insbesondere Nitrate.

Durch Gülle und synthetische Dünger gelangt Nitrat in unser Grundwasser und kann in unserem Körper in giftiges Nitrit und in krebserzeugende Nitrosamine umgewandelt werden. Laut einer Studie des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland wird in vielen Teilen Deutschlands der nach europäischem Recht geltende Grenzwert von maximal 50 Milligramm Nitrat pro Liter Grundwasser überschritten.

Zudem überschreitet jede sechste Wasserprobe aus dem Wasserhahn die Grenzwerte von Schwermetallen wie Nickel, Blei, Kupfer, Eisen oder Mangan.<sup>1</sup>

Mit rund **70%** ist Grundwasser unsere wichtigste Ressource für Trinkwasser.

**35%** der deutschen Grundwasserkörper sind in chemisch schlechtem Zustand.

**27%** aller Grundwassermessstellen im Nitratmessnetz liegen über dem derzeitigen gesetzlichen Nitrat-Grenzwert von 50,0 mg/l.

Mit **980** zugelassenen Pestiziden und 48.002 Tonnen im Inland eingesetzter Wirkstoffe wurden 2020 seit der Wiedervereinigung neue Negativrekorde erreicht.

Für lediglich **50 Stoffe** kennt die Trinkwasserverordnung Grenzwerte und in großen Abständen durchzuführende Untersuchungen. Dem gegenüber stehen Tausende wassergefährdende Chemikalien.

**14%** der Wasserversorgungsgebiete werden nicht entsprechend der gesetzlichen Mindestvorgaben überprüft. Dies betrifft knapp 10 Mio. Menschen.

Mehr als **12 Mio. Menschen** sind jährlich von Überschreitungen der wenigen gesetzlichen Grenzwerte betroffen.<sup>2</sup>

Quellen:

1: BUND (2022): Studie: Nitrat im Trinkwasser, Zugriff am 22.03.2022

2: Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V., (2022): Wasservorkommen in Deutschland teils in katastrophalem Zustand, <https://bio-mineralwasser.de/wasservorkommen-in-deutschland-teils-in-katastrophalem-zustand/>, Zugriff am 22.03.2022

Die Landkarte zeigt den teils **katastrophalen Zustand unseres Grund- und Leitungswassers.**

Unser Bio-Mineralwasser ist im Nationalpark-Gebiet vor allen äußeren Einflüssen geschützt und erfüllt eine Reihe an Kriterien, die ein Höchstmaß an Qualität und Transparenz sowie nachhaltige Produktionsbestimmungen zum Wohle von Mensch und Umwelt garantieren.



NIEDERSACHSEN

**164**

verschiedene Pestizide sind bereits im Niedersächsischen Grundwasser nachweisbar: 60,9% aller Grundwassermessstellen sind mit Pestiziden und ihren Abbauprodukten belastet.

NORDRHEIN-WESTFALEN

**44,8%**

aller Grundwasserkörper sind in chemisch schlechtem Zustand. Mehr als 750.000 Tonnen Gülle und Gärreste wurden 2020 von Niedersachsen nach NRW exportiert.

RHEINLAND-PFLANZ

Seit ca.

**10 Jahren**

wurden keine aktuellen Informationen mehr zum Zustand des Wassers veröffentlicht.

BADEN-WÜRTTEMBERG

**63%**

aller untersuchten Grundwassermessstellen sind mit Pestizidabbauprodukten belastet. In 45,2% der Messstellen finden sich per- und polyfluorierte Chemikalien (PFC).



BERLIN

**19**

verschiedene Arzneimittel finden sich im Berliner Leitungswasser, ebenso diverse Rückstände verschiedener Industriechemikalien.

BAYERN

**Verdoppelt**

hat sich seit 2010 der Anteil von Grundwassermessstellen mit Nitratgehalten über dem gesetzlichen Grenzwert von 50 mg/l. 22,5% des für die Leitungswasserherstellung genutzten Wassers war im Jahr 2018 mit Pestiziden belastet.

## Nationalpark Hunsrück-Hochwald

Der Nationalpark im Hunsrück Hochwald erstreckt sich im Südwesten Deutschlands auf einer Fläche von ca. 10.000 Hektar.

Ranger schützen den Nationalpark und gewährleisten die Instandhaltung der natürlichen Flora und Fauna im Naturschutzgebiet.

Das Motto lautet hier:  
„Natur Natur sein lassen“



### Klimaschutz durch altholzreiche Buchenwälder

Buchenwälder gelten in Europa als stark gefährdet. Im Nationalpark Hunsrück-Hochwald steht deshalb die Fürsorge dieser Wälder im Vordergrund. Buchen dürfen im Nationalpark altern, zerfallen, verrotten und sich selber verzüngen. Zusätzlich spielt die Erhaltung dieser Wälder auch eine entscheidende Rolle für den Klimaschutz. Durchschnittlich 10 kg CO<sub>2</sub> kann ein einzelner Baum pro Jahr speichern.

### Die Wildkatze

Als Symbol des Nationalparks gilt die weltweit stark gefährdete Wildkatze. Ihr Bestand ist durch die menschliche Beeinflussung ihrer Lebensräume stark gesunken. Im Nationalpark Hunsrück-Hochwald finden die Tiere unzerschnittene Wälder und ideale Reviere. Durch diese gezielten Maßnahmen konnte sich der Bestand im Nationalpark mittlerweile auf circa 100 Wildkatzen erholen.



## Warum Bio-Mineralwasser

Unser Anspruch geht über die Standardanforderungen für konventionelles Mineralwasser und Leitungswasser hinaus.

Bio-Mineralwasser erfüllt eine Reihe an Kriterien, die ein **Höchstmaß an Qualität und Transparenz** sowie **nachhaltige Produktionsbestimmungen** zum Wohle von Mensch und Umwelt garantieren.

Insgesamt erfüllen wir **48 strenge Kriterien**, die Anforderungen hinsichtlich der Aspekte Nachhaltigkeit, Naturbelassenheit, chemische und mikrobiologische Sicherheit, gutes Lebensmittel und transparente Deklaration enthalten.





## Reinheit

Bio-Mineralwasser stammt aus besonders reinen Quellen und darf nur Zugaben von Kohlensäure aus zertifizierter biologischer Produktion oder aus natürlichen Quellen erhalten.

Leitungswasser hingegen erlaubt rund 90 Zusatzstoffe wie z. B. Chlor, UV-Strahlen und Ozon.



## Wasserschutz

Wir kontrollieren die Wasserentnahme mit Leitwert-Messsystemen und überwachen die Quelle durchgehend hinsichtlich Wasserqualität und möglicher Verunreinigungen.

Konventionelle Mineralbrunnen und Trinkwasserversorger unterliegen keiner Pflicht zum Quellschutz.



## Nachhaltige Bewirtschaftung

Wir entnehmen unserer Quelle nur so viel Wasser, wie sie eigenständig regenerieren kann und unterstützen Wasserschutzprojekte.

Für Mineralbrunnen und Trinkwasserbetriebe ist kein nachhaltiges Engagement vorgeschrieben.



## Transparenz

Wir veröffentlichen regelmäßig Analyseauszüge und Ergebnisse der Bio-Kriterien-Prüfung.

Bei konventionellem Mineralwasser und Trinkwasser müssen lediglich "charakteristische Bestandteile" genannt werden und keine Ergebnisse veröffentlicht werden.



## Grenzwerte

Bio-Mineralwasser wird strenger kontrolliert als gesetzlich vorgeschrieben.

Die Qualität von Leitungswasser kann u.a. durch Stagnationswasser, Wasserpartikelfilter und hauseigene Blei- und Kupferrohre beeinträchtigt werden.



## Schadstoffe

Bio-Mineralwasser darf keine Rückstände von Pflanzenschutzmitteln, Arzneimitteln, perfluorierten Tensiden oder künstlichen Süßstoffen enthalten.

Für Trinkwasser gelten verhältnismäßig hohe Grenzwerte für Chlorat.



## Von Natur aus Gut

Unser Bio-Mineralwasser ist flach mineralisiert und natriumarm und somit für die Zubereitung von Babynahrung geeignet.

Für Trink- und Mineralwasser gibt es keine gesetzliche Regelung über gesundheitsfördernde Eigenschaften.



## Jede UNTOUCHED Schorle unterstützt den Streuobstwiesenanbau und schützt die Artenvielfalt



Bio

Mit Zutaten aus biologischem Landbau und Bio-Mineralwasser aus dem Nationalpark



Recycelt

Unsere Flaschen bestehen zu 100% aus recycelten Materialien und sind somit ressourcenschonend



Natürlich

Hier stecken nur beste Zutaten aus der Natur drin - natürlich ohne Zusatzstoffe



Vegan

Rein pflanzliche Zutaten - gut für dich und die Umwelt



Heimische Zutaten

Mit sonnengereiften Äpfeln und süß-säuerlichem Rhabarber in bester Bio-Qualität



Anbau

Jeder Kauf unterstützt den Streuobstwiesenanbau und den Schutz der Artenvielfalt

Auf 300 m<sup>2</sup>, einer Fläche von etwa 4 Badminton-Feldern, haben wir Apfelbäume und Rhabarbersträucher gepflanzt. Liebevoll pflegen wir unsere Streuobstwiese und freuen uns schon auf die erste eigene Ernte. Um die Vielfalt auf unserer Streuobstwiese noch mehr fördern, planen wir den Bau eines Insektenhotels.





Die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. verleiht das Bio-Mineralwasser -Siegel. Neben Natürlichkeit und nachhaltiger Gewinnung des Rohstoffs, hoher Produktqualität, gekennzeichnet durch strengere Kontrollen, garantiert das Gütesiegel auch die Einhaltung sozialer Standards. Wir verpflichten uns zum Umweltschutz, Wasserspar- und Wasserschutzmaßnahmen sowie zur Einhaltung sozialer Standards.



Unsere Bio-Schorlen sind mit dem EU-Bio-Siegel versehen. Das Güte- und Prüfsiegel kennzeichnet Erzeugnisse aus ökologischem Landbau. Diese Produkte dürfen unter anderem nicht mit synthetischen Pflanzenschutzmitteln, mit Hilfe von mineralischem Dünger oder durch gentechnisch veränderte Organismen, erzeugt werden. Außerdem dürfen keine Süßstoffe und Stabilisatoren sowie synthetische Farbstoffe und Konservierungsmittel enthalten sein.



Auf unseren Produkten findest du verschiedene Bio-Siegel



# Unser Konsum wird zur Belastungsprobe für die Umwelt

Der Klimawandel stellt ein Problem dar, vor dem wir nicht länger die Augen verschließen dürfen.

Deshalb verstehen wir Nachhaltigkeit als Teil unserer Unternehmens-DNA und fokussieren uns mit unserem Engagement insbesondere auf 6 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen.

Wir arbeiten, gemeinsam mit unseren Partnern, an einer ressourcenschonenden Produktion, die durch Energie- und Umweltmanagementsystem zertifiziert ist.

Wir betreiben Aufforstungsprojekte zum Schutz deutscher Wälder und verwenden regionale Zutaten, um unseren Fußabdruck möglichst nachhaltig zu gestalten.

Wir machen auf die zunehmende Umweltverschmutzung aufmerksam, indem wir zu Clean Up-Aktionen aufrufen.



Wir unterstützen Städte und Gemeinden, die beispielsweise aufgrund von Umweltkatastrophen keinen Zugang zur Grundversorgung haben, durch Spenden.

In Schulprojekten vermitteln wir spielerisch Themen wie Recycling, Mülltrennung und Wasserschutz, um schon bei den Jüngsten unserer Gesellschaft ein Bewusstsein für Umweltschutz zu schaffen.

Wir schützen unsere Quelle vor äußeren Einflüssen und Verunreinigungen und entnehmen ihr nur so viel Wasser, wie sie eigenständig regenerieren kann.

## Bildungsprojekte in Schulen

Um das Bewusstsein für den Klimawandel und die Notwendigkeit des Umweltschutzes zu erweitern, setzen wir schon bei den Jüngsten unserer Gesellschaft an.

Im Rahmen von Bildungsprojekten mit Grundschulen sensibilisieren wir Kinder, die später einmal verantwortungsbewusst und zukunftsorientiert handelnde Erwachsene werden sollen, für Themen rund um den Schutz von Umwelt und Natur.

In praxisnahen Workshops vermitteln wir den Kindern beispielsweise die Relevanz von Recycling und Möglichkeiten einer nachhaltigen Lebensweise.



## Spenden für What Water

Weltweit haben **2,2 Milliarden Menschen** keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Rund **3,6 Milliarden Menschen** haben keinen Zugang zu sicheren Sanitäreinrichtungen, wodurch Krankheiten sich schneller ausbreiten.<sup>1</sup>

Wasserknappheit ist vor allem in Afrika ein zunehmendes Problem. Aufgrund der stetigen Bevölkerungszunahme und der durch die Klimakrise voranschreitende Wasserknappheit werden Prognosen zufolge im Jahr 2025 bis zu **460 Millionen Afrikaner:innen** von Wasserknappheit direkt betroffen sein – mehr Menschen als in der EU leben.<sup>2</sup>

Um den Zugang zu sauberem Trinkwasser in Afrika zu unterstützen, haben wir zusammen mit What Water, einer humanitären Hilfsorganisation mit Sitz in Luxemburg, im Dezember 2021 eine Spenden-Vernissage für Wasserprojekte in Zentralafrika unterstützt.



Quellen:

1: UNESCO (2022): UN-Weltwasserbericht 2022, <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/wasser-und-ozeane/weltwasserbericht-2022-grundwasser>, Zugriff am 21.03.2022

2: Global Citizen (2022): Alles, was du über Wasserknappheit in Afrika wissen musst, <https://www.globalcitizen.org/de/content/water-scarcity-in-africa-explainer-what-to-know/>, Zugriff am 21.03.2022

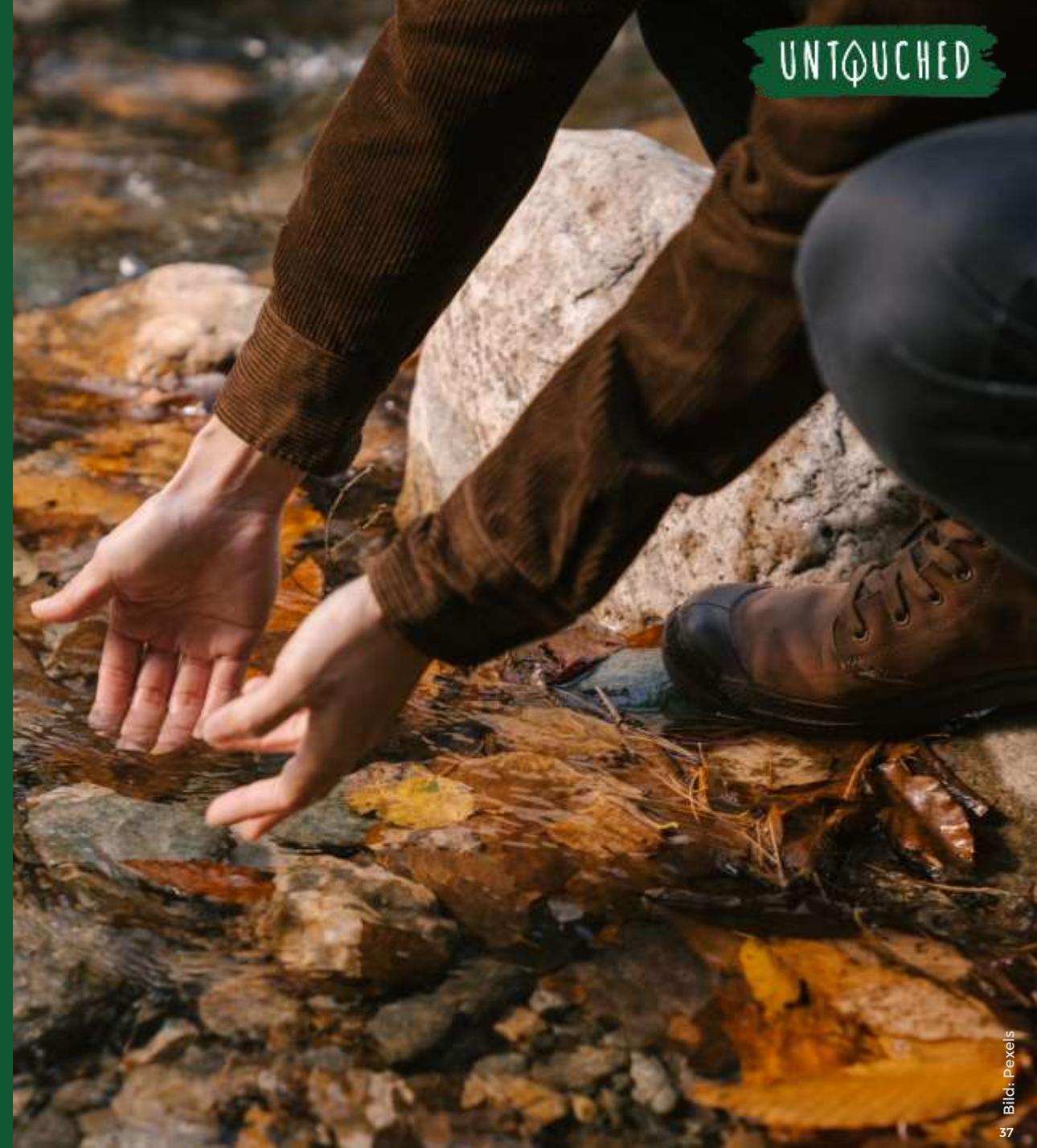
Bilder: What Water und UNTOUCHED

## Quellschutz

Um die wertvolle Ressource Wasser für künftige Generationen in bestmöglicher Qualität zu erhalten, entnehmen wir unserer Quelle im Nationalpark nur so viel Mineralwasser, wie sie eigenständig regenerieren kann, so dass die Wasserversorgung über viele Jahrzehnte gesichert ist. Hierfür nutzen wir Leitwert-Messsysteme.

Außerdem schützen wir die Quelle vor äußeren Einflüssen und Verunreinigungen, indem wir alle Messwerte rund um die Uhr kontrollieren.

Somit erreichen wir eine schonende Gewinnung und Verarbeitung sowie einen schonenden Vertrieb der Ressource Wasser.



## Umwelt Katastrophen

Die Hochwasserkatastrophe im Juli 2021 in Teilen Deutschlands, bei der mehr als 180 Menschen ihr Leben ließen und massive Infrastrukturschäden entstanden sind, hat uns sehr bewegt.

Zahlreiche Opfer der verheerenden Schäden sowie deren Helfern konnten wir mit UNTOUCHED National Park

Water unterstützen. Bei einem empfohlenen Wasserkonsum von 1,5 Litern pro Tag konnten wir rund 250 Menschen eine Woche lang mit sauberem Trinkwasser versorgen.

Unwetter Katastrophen wie diese, zeigen uns, wie es um unseren Planeten bestellt ist und wie wichtig es ist, unsere Natur noch besser zu schützen.



## Ressourcenschonende Produktion

Gemeinsam mit unserem regionalen Abfüllpartner arbeiten wir an einer ressourcenschonenden Produktion.

Diese ist durch ein Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001:2018 und ein Umweltmanagementsystem nach DIN EN ISO 14001:2015 zertifiziert.

Beide Systeme sorgen für eine fortlaufende Verbesserung von Energie- und Ressourceneffizienz, Umweltschutz und Umweltleistung und werden durch regelmäßige Audits auf ihre Wirksamkeit hin überprüft.



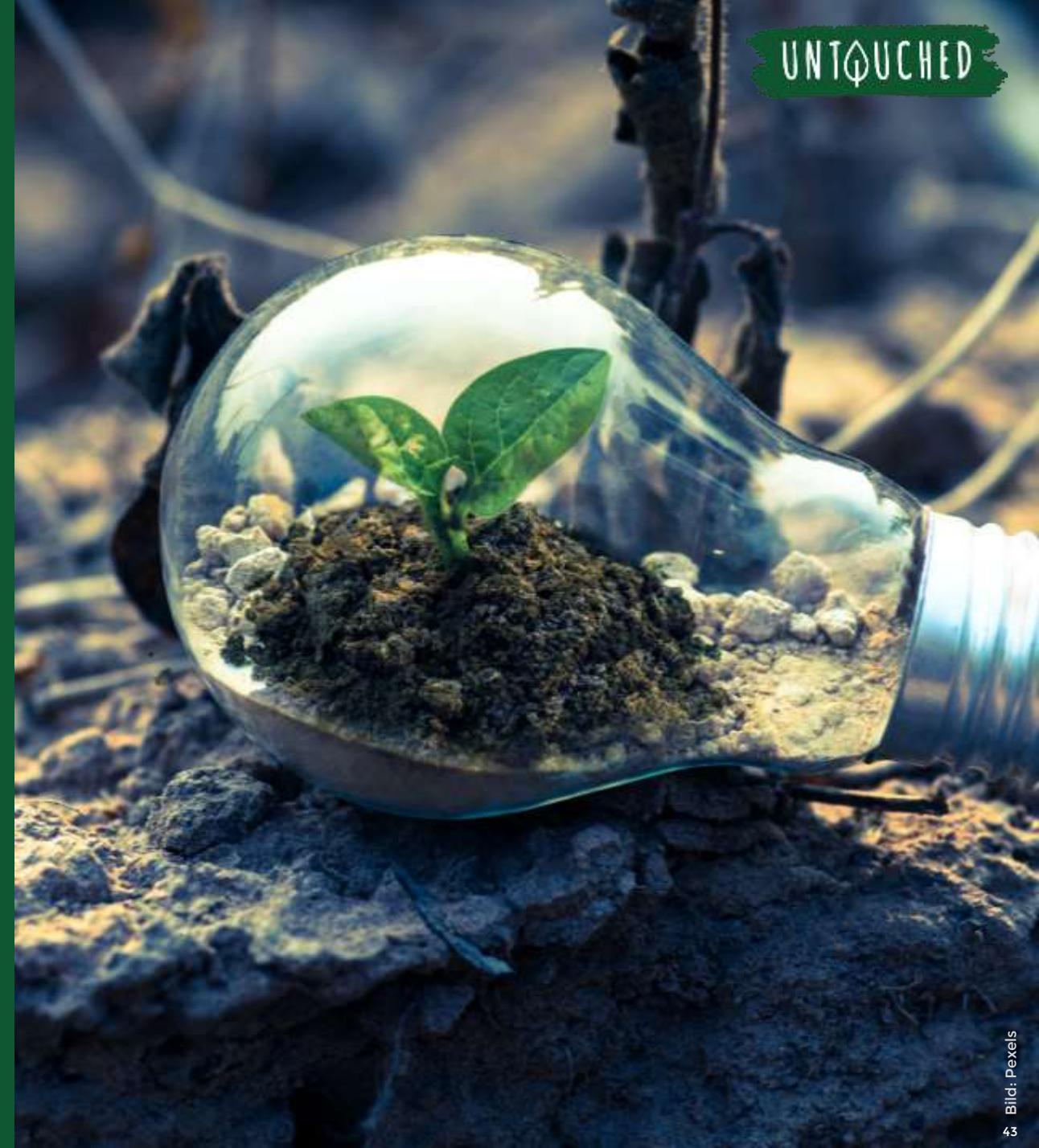
## CO<sub>2</sub>-Kompensation

Wir haben die gesamte Lieferkette entlang unser Bio-Mineralwassers von der Quelle bis ins Regal betrachtet. Unvermeidbare Emissionen entstehen durch Heizöl- und Strombedarf während der Produktion sowie durch den Materialeinsatz für unsere Produkte.

Wir versuchen unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen im direkten Einflussbereich bereits kontinuierlich zu vermeiden bzw. zu vermindern. Gemeinsam mit unserem Abfüllpartner konnten wir durch den Bezug von klimaneutralem Heizöl und Ökostrom zwei Drittel unseres Fußabdrucks verringern.

Alle nicht vermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen gleichen wir durch regionale Aufforstungs- und Pflanzprojekte im Nationalpark-Gebiet aus.

Die Bio-Mineralwasser-Zertifizierung fordert eine jährliche CO<sub>2</sub>-Reduktion um 10 %, damit nach spätestens 10 Jahren 100% Klimaneutralität erreicht wird. Wir haben dieses Ziel bereits im ersten Jahr erreicht und 100% unserer Emissionen kompensiert.



## Produktverantwortung dank rPET

Wie passen Nachhaltigkeit und Kunststoff zusammen?

Unsere rPET-Flaschenkörper haben mehr als nur ein Leben. Der nachhaltige Kreislauf beginnt bei der Herstellung aus recyceltem Material und endet mit der Flaschenrückgabe am Pfandautomaten.

## rPET überzeugt mit zahlreichen Vorteilen

### RESSOURCENSCHONEND

...durch 100% recycelte Materialien

### CO2-SPAREND

...durch weniger Emissionen beim Transport

### LEICHT

...durch handliches und praktisches Gewicht

### NACHHALTIG

...durch energiesparende Produktion

### SICHER

...durch bruchsaferes, robustes Material



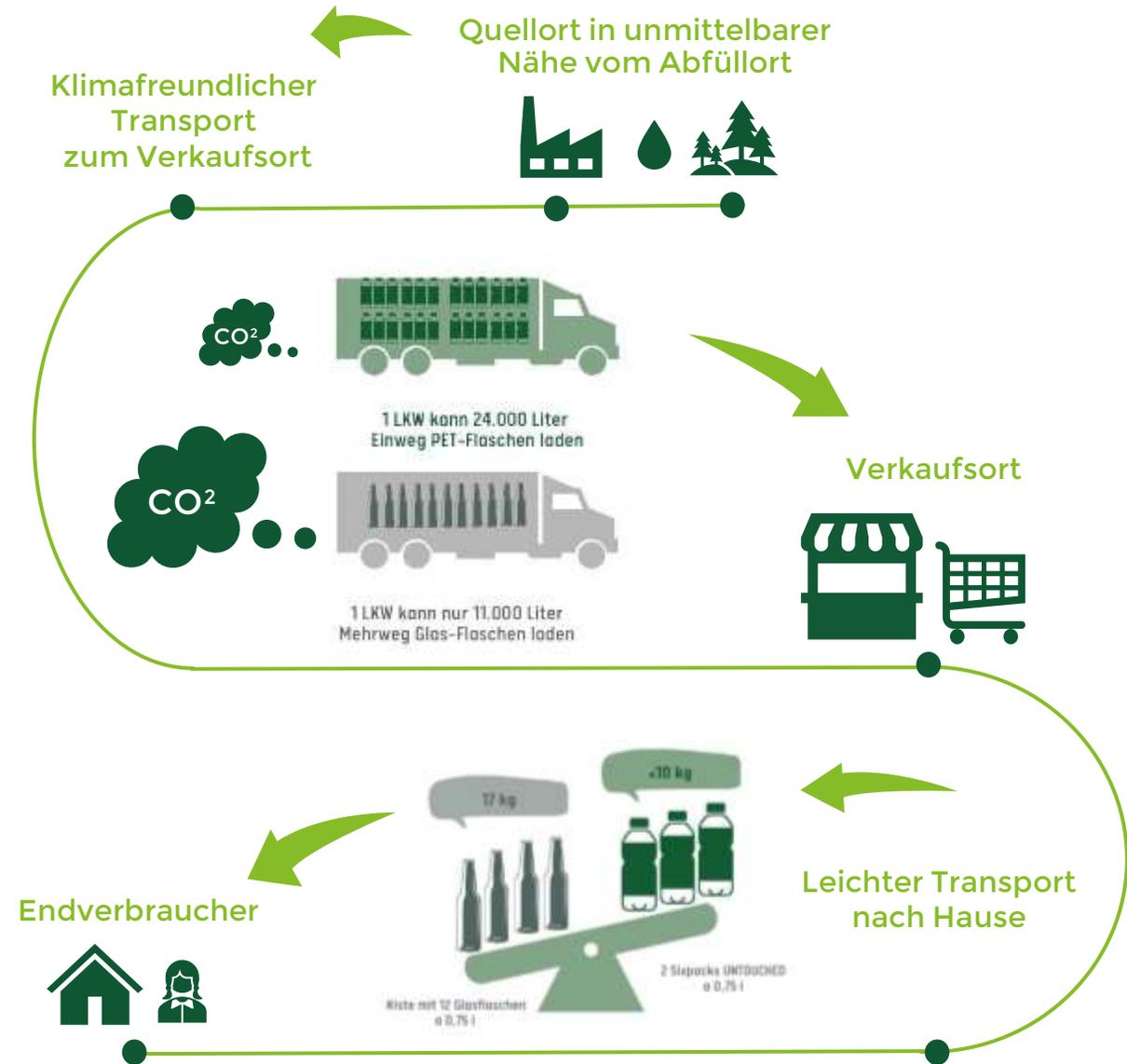
## Kurze Transportwege

Indem all unsere Produkte in Deutschland produziert werden und wir Wert auf regionale Zutaten legen, können wir **kurze Transportwege** und **höchste Qualitätsstandards** gewährleisten.

Je weiter die Flasche zwischen Abfüll- und Verkaufsort transportiert wird, desto schlechter ist die Ökobilanz. Flaschen aus Kunststoff verursachen beim Transport aufgrund ihres geringeren Gewichtes viel **geringere CO<sub>2</sub>-Emissionen** als Glasflaschen.

Auch beim Leergut-Transport punktet rPET. Denn während leere Glasflaschen unter hohem Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoß zurück zum Hersteller transportiert werden, wo sie gereinigt und wieder befüllt werden, wird rPET bereits am Pfandautomaten gepresst und **lokal recycelt**.

Durch das geringere Gewicht können wir **mehr als doppelt so viele Flaschen** im Vergleich zu Glas auf einmal transportieren.



## Nachhaltige Werbemittel

Auch bei der Auswahl unserer Werbemittel achten wir auf möglichst langlebige, umweltschonende, recyclingfähige und größtenteils plastikfreie Materialien.

So bestehen unsere Caps und Beutel aus recycelter Baumwolle, unsere Taschen aus umweltfreundlicher Jute und unsere Blumensamen-Giveaways aus Ausschuss-PET-Rohlingen.



## Bäume für den Klimaschutz

Wälder sind unverzichtbar für ein gutes Klima, ein Gleichgewicht der Ökosysteme und als Rückzugsmöglichkeit sowie Erholungsraum.

Die Auswirkungen des Klimawandels sind auch in unseren heimischen Wäldern spürbar. Hunderttausende Hektar Wald in Deutschland leiden unter extremer Trockenheit und dadurch bedingten Schädlingsbefall. Insbesondere betroffen sind Nadelbäume wie die Fichte, von denen es viele im Hunsrück-Nationalpark, unserem Quellen-Einzugsgebiet, gibt.

Daher pflanzen wir in zwei angrenzenden Gemeinden auf einer Fläche von rund 15 Handballfeldern mit 14 verschiedenen Laub- und Nadelbäumen einen vielfältigen Mischwald, der, anders als Monokulturen, besser für das Ökosystem und widerstandsfähiger gegenüber Unwetter, Trockenheit und Schädlingsbefall ist. Zudem bietet er zahlreichen Tieren Schutz und trägt damit zur Artenvielfalt bei.

Gerade junge Bäume binden während ihres Wachstumsprozesses klimaschädliches CO<sub>2</sub> und produzieren Sauerstoff.



## Naturerlebnispfad

Neben der Aufforstung in der benachbarten Gemeinden kümmern wir uns um die Neubepflanzung eines angrenzenden Waldstücks - eines Naturerlebnispfads.

Hier haben wir, in Zusammenarbeit mit regionalen Förstern und gemeinsam mit unserem Partner Globus und einer regionalen Grundschule, verschiedene Laub- und Nadelbäume auf einer Fläche von rund 6 Handballfeldern gepflanzt.

Durch die beiden Aufforstungs- bzw. Neubepflanzungsprojekte versuchen wir, gemeinsam mit den lokalen Förstern, dem Waldsterben entgegen zu wirken und die Natur bei der Anpassung an den Klimawandel zu unterstützen.

Gleichzeitig können wir hierdurch mehr als ein Drittel unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensieren.



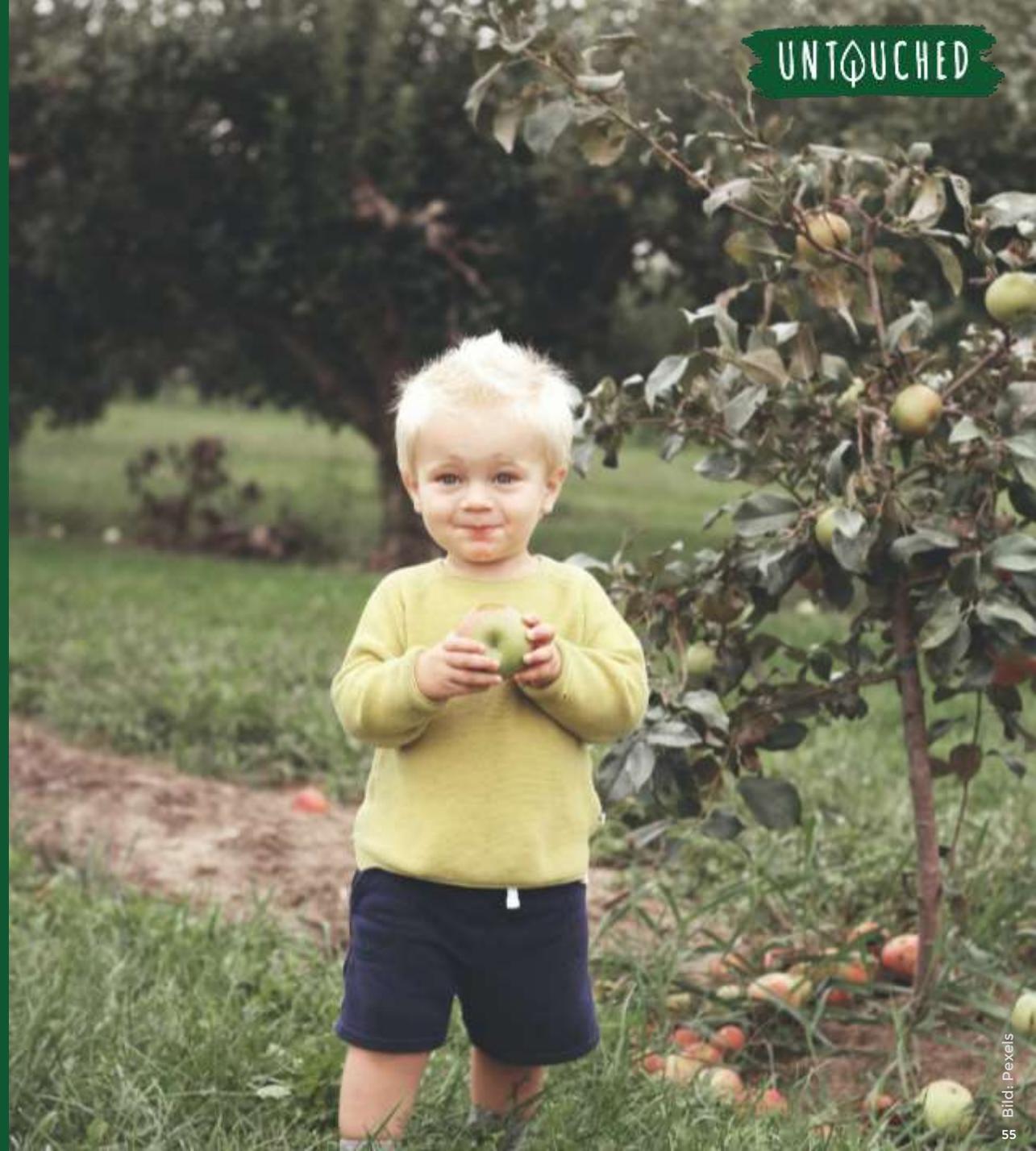
## Regionale Zutaten

Für die Herstellung unserer Produkte verwenden wir heimische Zutaten.

Während die Früchte für unsere Apfel- und Rhabarberschorlen aus regionalem, ökologischem Landbau stammen, pflegen wir an unserem Produktionsstandort im Nationalpark-Gebiet eine eigene Streuobstwiese, von der wir bald unsere ersten eigenen Früchte ernten können.

Mit dem geplanten Bau von Insektenhotels wollen wir die Bestäubung fördern und den Erhalt der Artenvielfalt schützen.

UNTOUCHED



## Clean-Ups

Mit Clean-Up-Aktionen machen wir auf die zunehmenden Müllberge in der Natur aufmerksam, weil Abfall in der Natur nichts zu suchen hat.

So konnten wir im Jahr 2021 bereits drei Clean-Ups, gemeinsam mit freiwilligen Helfern umsetzen.

Nach dem ersten Clean-Up deutschlandweit in Hamburg, Berlin und Frankfurt, folgte eine Müllsammelaktion im Juni mit Kindern in Parks und Wäldern sowie eine Aktion im September zum World Clean-Up Day an den Stränden von Sylt. Im Rahmen der größten Bottom-Up-Bürgerbewegung der Welt zur Beseitigung von Umweltverschmutzung und Plastikmüll haben wir säckeweise Müll gesammelt und fachgerecht entsorgt.





## Partner vom ersten Tag

Mit Globus haben wir seit der ersten Stunde eine Partnerschaft auf Augenhöhe. Globus bietet uns nicht nur eine Vermarktungsplattform, sondern berät und unterstützt uns auch, etwa bei der Produktentwicklung, zu Kommunikationsmaßnahmen oder der POS-Platzierung. "Wir möchten als Händler unseren Beitrag für eine nachhaltige Zukunft leisten und sind daher ständig auf der Suche nach innovativen Sortimentskonzepten, die den Zeitgeist widerspiegeln, aktuelle Kundenerwartungen erfüllen und zu unseren Globus-Werten passen", sagt Steffen Schmidt, Leiter Sortimentsmanagement bei Globus. "Mit dem bio-zertifizierten UNTOUCHED-Mineralwasser können wir unseren Kunden ein Produkt anbieten, das nicht nur mit Regionalität und Bio-Qualität punktet, sondern das auch auf einem ganzheitlichen Konzept in Bezug auf ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit fußt."

### Über Globus

Vor über 190 Jahren von Franz Bruch im saarländischen St. Wendel als Kolonialwarenladen gegründet, führt Matthias Bruch als geschäftsführender Gesellschafter das Familienunternehmen Globus bereits in sechster Generation. Neben 52 GLOBUS Markthallen in Deutschland betreibt die GLOBUS Holding 97 GLOBUS Bau- und Elektrofachmärkte sowie 34 GLOBUS Hypermärkte in Tschechien und Russland. Mit einem Umsatz von 3,5 Mrd. Euro (2020/2021) gehört GLOBUS innerhalb der deutschen Handelslandschaft erfolgreich zu den „Kleinen unter den Großen“ und unterscheidet sich deutlich vom typischen Lebensmittel-Filialisten: Eigenproduktion, Frische und Qualität stehen besonders im Fokus. Regionale und lokale Partnerschaften spielen bei GLOBUS eine weitere zentrale Rolle: Jeder Markt arbeitet mit bis zu 100 Produzenten und Handwerksbetrieben aus der Region zusammen. Engagement für Mensch, Natur und Unternehmen sind für die Globus-Märkte selbstverständlich. Dazu gehören bspw. die Unterstützung von Vereinen, Schulen und sozialen Einrichtungen sowie die Zusammenarbeit mit den regionalen Tafeln und Institutionen. Die Aktivitäten der Märkte werden ergänzt durch die Projekte der gemeinnützigen Globus-Stiftung. Daneben engagiert sich Globus beispielsweise über sein ausgezeichnetes Energiemanagement für die ökologische Nachhaltigkeit und übernimmt als Mitglied einer Vielzahl von Initiativen Verantwortung für Tierwohl, faire Handelsbeziehungen und Anbaubedingungen sowie Ressourcenschonung.





## Gleiche Werte verbinden

Bei BUDNI werden bewusstes Einkaufen und nachhaltiger Konsum groß geschrieben. Wie wir hat auch die Drogeriemarktkette sich den 17 Development Goals verschrieben. Aus 7 SGD, die dem Unternehmen besonders wichtig sind, wurden die BUDNI-Einkaufs-Wegweiser abgeleitet. Durch diese wird dem Konsumenten signalisiert, bei welchem Produkt besondere Verantwortung übernommen wird. Für jedes der Felder Ressourcenschutz, Klimaschutz, Süßwasserschutz und Artenvielfalt gibt es ein Symbol, das auf dem Preisschild abgebildet ist und dem Kunden zeigt, in welchen Bereichen das Produkt bereits einen positiven Beitrag leistet. Je nach Zusammensetzung des Artikels werden unter anderem schonende Anbaumethoden, wassersparende, CO2-sparende oder generell ressourcenschonende Produktionssysteme ausgelobt. Zudem engagiert sich die Drogeriemarktkette sozial, indem jede Filiale eine Patenschaft für ein Sozialprojekt im nahen Umfeld übernimmt.

### Über BUDNI

Mit mehr als 190 Filialen und rund 1.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist BUDNI vor allem im Großraum Hamburg Marktführer unter den Drogeriemarktunternehmen. BUDNI bietet seinen Kundinnen und Kunden ein nachbarschaftliches Lebensgefühl und besten Service mit freundlichen und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Mit der Budnianer Hilfe e.V. engagiert sich BUDNI in der Nachbarschaft der Filialen für Kinder und Jugendliche und setzt sich beim Sortiment, der Warenlieferung und dem Betrieb der Filialen für Nachhaltigkeit ein. Auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit wird BUDNI von einem starken Partner begleitet: der unabhängigen Naturschutzorganisation WWF (World Wide Fund for Nature). BUDNI setzt sich so neue Maßstäbe bei der Verringerung seines ökologischen Fußabdrucks und gleichzeitig ein starkes Zeichen im deutschen Drogeriemarkt.





## Hand in Hand durch Qualität

Der Edeka-Verband ist mit 3600 selbständigen Kaufleuten und 7 regionalen Großhandelsbetrieben einer der führenden Lebensmittelhändler in Deutschland. Edeka engagiert sich für Artenvielfalt, Ressourcenschutz, Wasser und Klima und arbeitet seit 2009 mit der Umweltschutzorganisation WWF zusammen, um den Umweltschutz in ihren Lieferketten zu optimieren. So setzt sich das Unternehmen zum Beispiel durch das Projekt "Landwirtschaft für Artenvielfalt" für den Schutz der heimischen Tier- und Pflanzenwelt ein, was unseren Werten entspricht und mit unseren Aufforstungsprojekten im Nationalpark-Gebiet Hand in Hand geht.

Wir sind stolz, in über 400 Filialen der Region Südwest vertreten zu sein.

### Über Edeka

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.600 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne "Wir lieben Lebensmittel" und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. EDEKA erzielte 2020 mit über 11.100 Märkten und 402.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 61,0 Mrd. Euro. Mit 19.250 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.



UNTACHED

## Nachhaltigkeit im Tagesgeschäft

Auch für Real wird das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger.

Real arbeitet eng mit dem Anbauverbund Demeter zusammen, der weit über EU-Standards hinausgeht. Neben einer wesensgemäßen Tierhaltung garantiert das Demeter-Label unter anderem eine authentische Herkunft der Lebensmittel mit nur absolut notwendigen Zusatzstoffen. Gemeinsam mit dem Social Impact Unternehmen "Too good to go" setzt sich Real dafür ein, Lebensmittel vor der Vernichtung zu bewahren, indem noch qualitativ einwandfreie Lebensmittel tagesaktuell sortiert, gepackt und als "Überraschungstüte" günstiger angeboten werden. Wie wir setzt auch Real auf Regionalität und bezieht einen Großteil seiner Obst- und Gemüsewaren aus allen 54 Anbaugebieten in Deutschland, wodurch Treibstoff gespart, die Umwelt geschont und die regionale bzw. lokale Wirtschaft unterstützt werden.

### Über REAL

Die Real GmbH hat ihren Sitz in Düsseldorf. Der Lebensmitteleinzelhändler mit rund 270 SB-Warenhäusern entstand 1992 innerhalb des Metro-Konzerns aus der Zusammenführung verschiedener Marktketten. Die SB-Warenhäuser verfügen über Verkaufsflächen von je 5.000 bis 15.000 Quadratmetern und bieten Kunden alle Produkte des täglichen Bedarfs. Neben dem Schwerpunktsortiment Frischeprodukte bietet Real auch Nicht-Lebensmittel wie Elektronikartikel, Haushaltswaren und Textilien. Neben den Handelsmarken TIP, real Quality, Wunderbärchen und real Bio werden auch Markenartikel angeboten. Seit dem 25. Juni 2020 gehört die Real GmbH zu 100 Prozent der in Luxemburg ansässigen Investmentgesellschaft SCP Retail Investments S. A. Neben der Schließung vieler Filialen übernahmen Edeka, Kaufland und Globus insgesamt 157 der Warenhäuser.





## Hoch hinaus

Die deutsche Fluggesellschaft hat sich einen CO<sub>2</sub>-neutralen Flugverkehr zum Ziel gesetzt. Das sogenannte Lufthansa Group Clean Tech Hub bildet das Kompetenzzentrum für Klimaschutztechnologien. Angestrebt wird eine signifikante Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Ausstoß, Nicht-CO<sub>2</sub>-Emissionen, Abfall und Lärm innerhalb der nächsten 2 - 4 Jahre. Ansatzpunkte sind hier zum Beispiel nachhaltige Flugtreibstoffe, Retrofits, digitale Lösungen, Abfallreduzierungen und die Mobilität von übermorgen. Auch sonst sind nachhaltiges und verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln wichtige Bestandteile der Unternehmensstrategie. Wie wir unterstützt das Unternehmen die SDGs und nimmt seit 2002 auch an der Berichterstattung gemäß des UN Global Compact teil, einem weltweiten Pakt zwischen Unternehmen und den Vereinten Nationen, um Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten. Seit Januar 2022 ist unser UNTOUCHED National Park Water in allen nationalen und internationalen Lufthansa Flügen an Board.

### Über Lufthansa

Die Lufthansa Group ist ein weltweit operierender Luftverkehrskonzern, der sich mit mehr als 530 Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften aus den Bereichen Network Airlines, Eurowings und den Aviation Services zusammensetzt. In ihrem Heimatmarkt Europa nimmt sie eine führende Rolle ein. Erstmals 1926 gegründet, wurde die erste Lufthansa 1951 von den Alliierten aufgelöst. 1953 wurde dann die "Aktiengesellschaft für Luftverkehrsbedarf" (Luftag) in Köln gegründet. Mit den Ölkrisen 1973 und 1979 wurde das Bewusstsein für einen schonenden Ressourcenumgang größer und die Entwicklung spritsparender und leiser Triebwerke schritt voran. In der zweiten Hälfte der 1990er Jahr entstand durch die Umwandlung der Lufthansa Technik AG, der Lufthansa Cargo AG und der Lufthansa Systems GmbH der Aviation Konzern. 1997 führte die endgültige Privatisierung der Lufthansa dann zu einer gesteigerten Wettbewerbsfähigkeit und einem weiteren Schritt Richtung weltweiter Führung in Luftverkehrs- und luftverkehrsnahen Dienstleistungen.

UNTOUCHED

# Lufthansa First Class



**Unser Anspruch ist es,  
immer besser zu werden**

**Den Fokus legen wir auf folgende  
Ziele**

**Ökologische Ziele**

1. Klimaschutz
2. Ressourcenschonung
3. Zugang zu sauberem Trinkwasser

**Ökonomische Ziele**

1. Sortiment Erweiterung
2. Nationale und internationale Expansion
3. Ausbau und Pflege unseres Partnernetzwerks

**Soziale Ziele**

1. Bildung fördern
2. Gemeinnütziges Engagement
3. Stärkung des Stakeholdermanagements



## Wie es weitergeht...

Derzeit arbeiten wir an weiteren Flaschenformaten und -materialien.

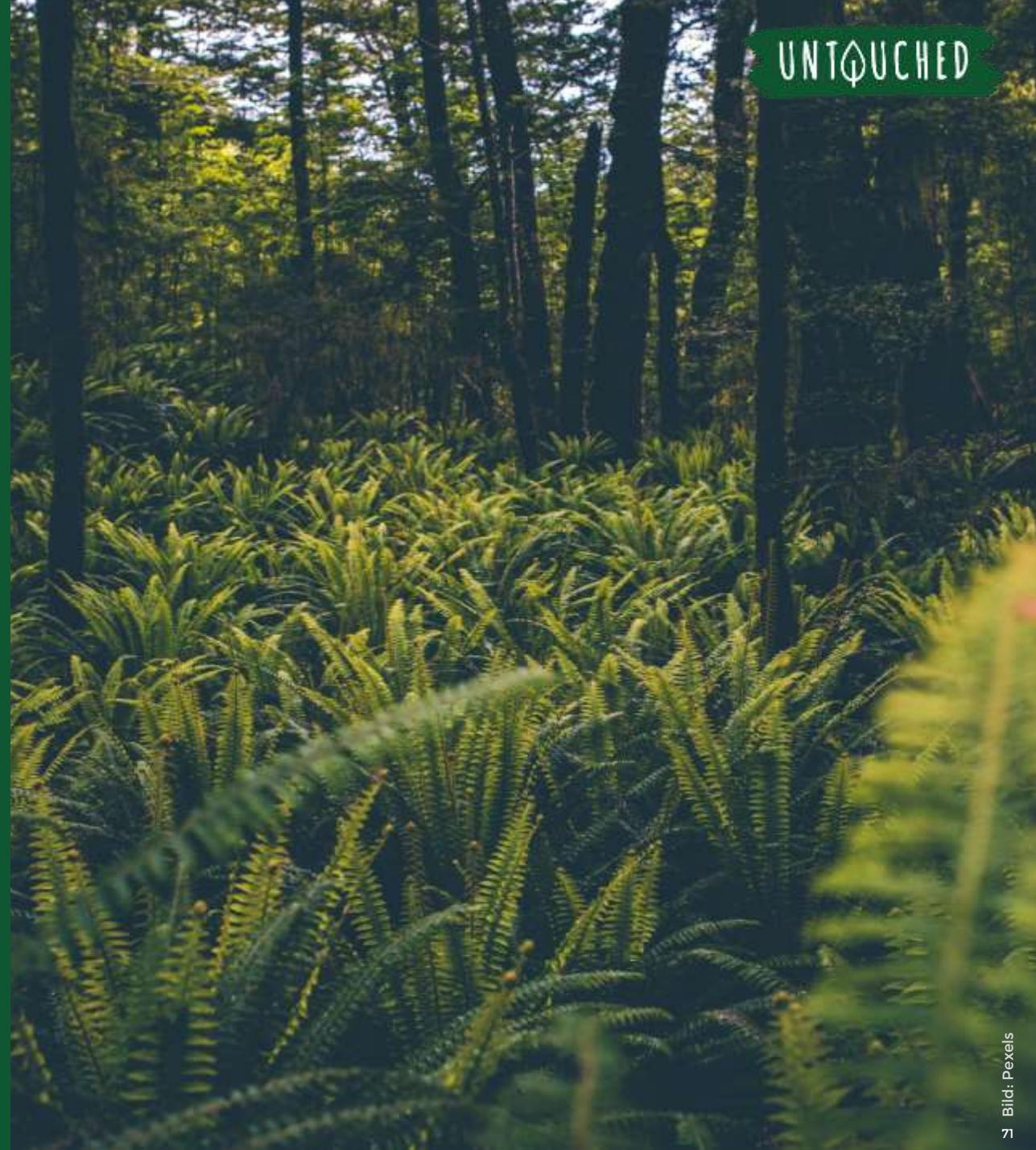
Für die Gastronomie entwickeln wir eine Gourmet-Glasflasche.

Den Fokus legen wir auf die Erweiterung unseres Sortiments - auch im Food Bereich.

Am Abfüll- und Produktionsstandort, in unmittelbarer Nähe der Quelle, pflegen wir unsere Streuobstwiese, auf der bereits die ersten Rhabarbersträucher und Apfelbäume angepflanzt wurden.

Obwohl wir bereits im ersten Jahr 100%ige Klimakompensation erreicht haben, arbeiten wir stetig weiter an innovativeren, effizienteren Produkten und Produktions- und Logistikprozessen.

Unser Leitgedanke, UNTOUCHED - zu Deutsch „unberührt“, lässt Spielraum für weitere vielfältige und nachhaltige Produktkonzepte.



Wir haben UNTOUCHED gegründet, um Lifestyle-Produkte mit nachhaltigem Anspruch zu schaffen. Nach **UNTOUCHED National Park Water** - dem weltweit ersten natürlichen Bio-Mineralwasser aus einem Nationalpark-Gebiet - folgten die **Bio-Schorlen Apfel und Rhabarber** aus heimischen Früchten und Anfang 2022 bereits erste Snacks.

Von Anfang an in der Unternehmensführung verankert, spiegeln sich die Nachhaltigkeitswerte und -visionen in unseren Unternehmenszielen und deren Umsetzung, z. B. durch den Einsatz recycelter Materialien, wieder.

Durch eine klimafreundliche Abfüllung, den Einsatz nachhaltiger Verpackungsmaterialien sowie höchste Produkt-Qualität, zertifiziert durch das Bio-Mineralwasser Siegel und das EU-Bio-Label für ökologischen Landbau, legen wir den **Grundstein für nachhaltige Innovationen mit echtem Mehrwert für Mensch und Umwelt.**

The logo for UNTOUCHED, featuring the brand name in a white, sans-serif font on a dark green, brush-stroke style background. The logo is positioned in the top right corner of the slide, partially overlapping a decorative border of green eucalyptus leaves.

All unsere Schritte, Vorhaben und Erfolge teilen wir auf unserer Website und in den sozialen Medien mit unseren Kund:innen, Partnern und Konsument:innen, mit denen wir in ständigem Austausch stehen.

Komm auch du gern bei Fragen, Anregungen und Ähnlichem gern auf uns zu!

Du hast es geschafft und bist am Ende unseres ersten Nachhaltigkeitsberichts angelangt.

Vielen Dank für Dein Interesse!

A handwritten signature in dark green ink, appearing to read 'Anna Gölz', located at the bottom right of the slide.

## Herausgeber

UNTOUCHED GmbH

Fontenay 1b | 20354 Hamburg

Geschäftsführerin Ulrike Spath

Eingetragen beim Amtsgericht Hamburg HRB 168213

USt-IdNr. DE341860309

+49 40 285 30 45 30

 [www.untouched-lifestyle.com](http://www.untouched-lifestyle.com)

 [untouchedlifestyle](https://www.instagram.com/untouchedlifestyle)

 [untouched-lifestyle](https://www.linkedin.com/company/untouched-lifestyle)

## Ansprechpartnerin

Nina Göbel

Nachhaltigkeitsmanagement

+49 172 70 19 818

[ng@untouched-water.com](mailto:ng@untouched-water.com)

© UNTOUCHED GmbH | März 2022

Fotos: UNTOUCHED | Pexels | What Water

Um Ressourcen zu schonen, liegt unser Impact Report ausschließlich digital vor.