

A photograph of a forest stream with water flowing over rocks. The background is a dense green forest. The text 'soul bottles' is in a white circle in the upper center, and 'impact report' is in large white letters at the bottom.

soul  
bottles

# impact report



# inhalt

I vorwort	5
II 8 jahre in zahlen & zitat	13
III report	
1. lieferant*innen	25
2. finanzpartner*innen & eigentümer*innen	35
3. mitarbeiter*innen	43
4. kund*innen & mitunternehmen	55
5. gesellschaft	65
IV ausblick	75



# vorwort

## warum eigentlich trinkflaschen?

„Warum kaufen wir abgefülltes Wasser in Plastikflaschen, wenn wir doch das Privileg haben, sauberes und günstiges Trinkwasser direkt bei uns zu Hause aus dem Wasserhahn zu bekommen?“ Das haben sich Georg und Paul, die Gründer von soulbottles, im Jahr 2011 in ihrer kleinen Studierenden-WG in Wien gedacht. So ist die Idee hinter soulbottles entstanden: Fair produzierte, plastikfreie Trinkflaschen mit Motiven von internationalen Künstler\*innen, die Menschen dabei unterstützen mehr Leitungswasser zu trinken. Und dadurch jede Menge Plastik, Erdöl und CO<sub>2</sub>-Emissionen einzusparen. Und da nicht überall auf der Welt für sauberes Trinkwasser einfach so der Hahn aufgedreht werden kann, fließt pro verkaufter soulbottle 1 € an Trinkwasserprojekte von Viva con Agua de Sankt Pauli e.V..

Weniger Plastik – warum eigentlich? Zunächst einmal ist kaum ein anderer Stoff so vielseitig einsetzbar und wandlungsfähig. In vielen Bereichen wird er geschätzt, etwa in der Medizin. Doch die Massen an Plastik, die wir täglich konsumieren, sind einfach zuviel: Plastik ist ein Fremdkörper für unser Ökosystem, weil es nicht natürlich abbaubar ist und uns so regelrecht in eine Plastikkrise geführt hat. Und die Tatsache, dass in den Körpern zahlreicher Tiere und auch im Menschen Mikroplastik gefunden wurde, ist mehr als nur bedenklich.

In vielen Bereichen unseres Lebens gibt es jedoch einfache und ökologische Alternativen für Plastik, beispielsweise beim täglichen Wasser trinken. Womit wir wieder bei unseren soulbottles wären.

### **450 Jahre**

so lange liegen Plastikflaschen schätzungsweise in der Umwelt bevor sie abgebaut sind

### **pro Minute**

wird durchschnittlich eine LKW-Ladung an Plastikmüll ins Meer gekippt

### **16 Milliarden**

Plastikflaschen-Abfall entstehen pro Jahr in Deutschland

### **1 von 3 Personen**

weltweit hatte im Jahr 2019 keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser

## das sind wir

Seit Georgs und Pauls Studierendenzzeit ist viel passiert. 2012 wurde die soul-products GmbH in Berlin gegründet. Und wir sind ordentlich gewachsen, haben über 1 Million soulbottles verkauft und arbeiten mit mehr als 70 Mitarbeitenden an unserer Vision:

**„Alle Menschen handeln gerne sozial-ökologisch nachhaltig ohne den Planeten unnötig zu belasten und haben Zugang zu sauberem Trinkwasser.“**

Unsere unternehmerischen Entscheidungen orientieren sich an dieser Vision. **Gleichzeitig können wir die Plastik- und Klimakrise nicht alleine lösen.** Gemeinsam mit unseren Lieferant\*innen, Händler\*innen, Kund\*innen und Partner\*innen begreifen wir uns als Wachstumsgemeinschaft, die den Wandel hin zu einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Wirtschaft gemeinsam gestaltet. **Denn wir sind davon überzeugt, dass es für einen systemischen Wandel Kooperationen, Partnerschaften und horizontales Wachstum braucht.** Daher setzen wir uns über Mitgliedschaften und Beteiligungen für Initiativen und Bewegungen ein, die sich für diese Themen stark machen. So sind wir zum Beispiel Gründungsmitglied der Stiftung Verantwortungseigentum, die bessere politische Rahmenbedingungen für Sozialunternehmen fordert. Und über unseren soulincubator fördern wir Startups und Ideen für die Lösung der Plastikkrise.





soulbottles ist ein Purpose Unternehmen und gehört den Menschen, die dort arbeiten. Gemeinsam haben wir uns dem Ziel verschrieben die Welt nachhaltiger und plastikfreier zu machen. Neben wirkungsorientiertem Arbeiten, möchten wir auch ein Unternehmen sein, in dem unsere vielfältigen Bedürfnisse und Gefühle Platz haben und das Individuum gesehen und wertgeschätzt wird.

## unser erster wirkungsbericht

Was steckt nun hinter diesem Bericht? Seit Anfang 2020 sind wir offizielles Gemeinwohl-Unternehmen. Juhu! Und unsere Gemeinwohl-Bilanzierung bildet den Rahmen für diesen Wirkungsbericht. Wir werfen damit, nach unserer B Corp Zertifizierung, einen weiteren Blick nach innen und möchten unseren unternehmerischen Beitrag zum Gemeinwohl bewerten und darstellen. Genauso möchten wir die Gemeinwohl-Ökonomie als ethisches Wirtschaftsmodell und Bewegung näher kennen lernen.

In der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) steht das Wohl von Mensch und Umwelt an erster Stelle. Um den Beitrag einer Organisation zum Gemeinwohl zu messen, wurde die Gemeinwohl-Bilanz entwickelt. Hierbei orientiert sich die GWÖ an vier Werten und betrachtet, wie diese mit den fünf Berührungsgruppen eines jeden Unternehmens umgesetzt werden. Je mehr gemeinwohlorientierte Aktivitäten ein Unternehmen umsetzt (z.B. durch Ökostrom-Bezug oder wenn sich das Unternehmen selbst gehört), desto mehr Gemeinwohl-Punkte erhält es. Das Punktesystem (von -3.600 bis +1000 Punkte) macht den unternehmerischen Beitrag zum Gemeinwohl messbar und transparent. Dabei geht die GWÖ von den gesetzlichen Mindestanforderungen als Basislinie mit 0 Punkten aus. Das heißt: Alles darüber hinausgehende sind freiwillige Aktivitäten.

## fundament der GWÖ-bilanz

### berührungsgruppen

Lieferant\*innen, Eigentümer\*innen & Finanzpartner\*innen, Mitarbeitende, Kund\*innen & Mitunternehmern, Gesellschaft

### werte

Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, Ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz & Mitentscheidung





## **872 Punkte**

rekordverdächtige  
Gemeinwohl-Bilanz

Patrick und Kathi haben aus der Rolle Impact heraus die Gemeinwohl-Bilanzierung für soulbottles durchgeführt.

soulbottles hat, Trommelwirbel, **872 von 1000 möglichen Punkten** erreicht. Darauf sind wir richtig stolz. Unsere hohe Punktzahl ist vor allem als ein Ergebnis aus 8 Jahren Sozialunternehmertum zu sehen, **wirkungsorientiertes Wirtschaften ist seit Gründung von soulbottles zentraler Bestandteil und Leitlinie unserer Arbeit.** Neben fair produzierten Trinkflaschen nimmt auch nachhaltige Organisationsentwicklung einen wichtigen Stellenwert bei uns ein. So waren **Holacracy und Gewaltfreie Kommunikation von Anfang an Teil der Unternehmenskultur.** Was darüber hinaus auch sehr positiv bewertet wurde: **soulbottles ist ein Purpose Unternehmen und gehört den Menschen, die dort arbeiten.** Alle Gewinne bleiben im Unternehmen und werden in den Purpose, also den Zweck des Unternehmens reinvestiert – **Wirkungsmaximierung statt Profitmaximierung.**

Mit unserem ersten Wirkungsbericht möchten wir daher auch die Gelegenheit nutzen, um uns bei all den Menschen zu bedanken, die uns auf unserem bisherigen Weg unterstützt und soulbottles zu dem gemacht haben, was es heute ist. Danke für alles!

Und nun viel Spaß beim Lesen,  
eure soulies

In den Berichtskapiteln erkennst du anhand dieser Icons wie wir bei dem jeweiligen Wert abgeschnitten haben:



Menschenwürde



Solidarität & Gerechtigkeit



Ökologische Nachhaltigkeit



Transparenz & Mitentscheidung

# unsere Gemeinwohl-Bilanz



<b>Zertifikat:</b>	<b>Peerevaluation</b>	<b>Gemeinwohl-Bilanz</b>	für	<b>soulproducts GmbH</b>
	<b>M5.0 Vollbilanz</b>	<b>2018-2019</b>	Peergruppe:	<b>PG-Berlin-2019-2</b>
<b>Begleiter*in</b>	<b>Urte Töpfer Thomas Uloth</b>		<b>Beteiligte Peergruppen Firmen</b>	

- Organiced Kitchen**
- Kiezbett GbR**
- bittar, worle & zeichen setzen**
- SODI - Solidaritätsdienst International e. V.**
- Westphal & Baede, Abyme GbR**

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Berühungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1 Menschenwürde in der Zulieferkette:</b> <b>80 %</b>	<b>A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette:</b> <b>90 %</b>	<b>A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette:</b> <b>90 %</b>	<b>A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette:</b> <b>50 %</b>
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:</b> <b>50 %</b>	<b>B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:</b> <b>100 %</b>	<b>B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:</b> <b>90 %</b>	<b>B4 Eigentum und Mitentscheidung:</b> <b>90 %</b>
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:</b> <b>100 %</b>	<b>C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:</b> <b>100 %</b>	<b>C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:</b> <b>90 %</b>	<b>C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:</b> <b>100 %</b>
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1 Ethische Kund*innen beziehung:</b> <b>90 %</b>	<b>D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern:</b> <b>60 %</b>	<b>D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:</b> <b>100 %</b>	<b>D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:</b> <b>80 %</b>
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:</b> <b>90 %</b>	<b>E2 Beitrag zum Gemeinwesen:</b> <b>100 %</b>	<b>E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:</b> <b>80 %</b>	<b>E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:</b> <b>80 %</b>

Testat gültig bis: **28. Februar 2022**

**BLANZSUMME: 872**

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: 30kds  
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)





# **8 jahre in zahlen & zitat**



# highlights aus 8 ja

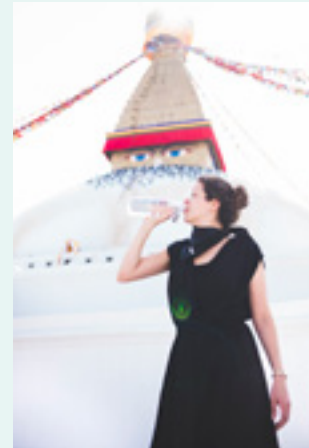


## 2012

GmbH Gründung

## 2015

Wir sind eines der ersten deutschen Bcorp-Unternehmen!



## 2016

Erste Projekt-  
reise nach Nepal



## 2019

Der soulincubator – unser erstes Inkubatoren-Programm startet.

Wir machen dicht und streiken für das Klima.



# ahren soulbottles

## 2013

Erste Mitarbeiterin ist eingestellt



## 2014

Überweisung der ersten Spende an Viva con Agua



## 2017

Wir ziehen um – nach Tempelhof

## 2018

Eine halbe Million € für  
Trinkwasserprojekte!




## 2020

1 Million € für  
Trinkwasserprojekte!

Wir sind jetzt  
Gemeinwohl-Unternehmen.

# 8 jahre leitungs- wasser trinken




**0,595-0.821 kg CO<sub>2</sub>**

werden im Durchschnitt bei der Produktion einer soulbottle (0,6-1,0l) ausgestoßen



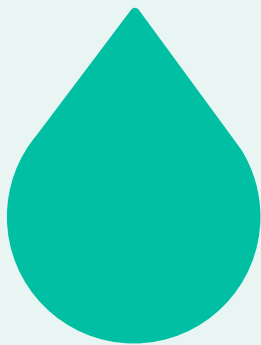
**2,37 kg CO<sub>2</sub>**

bei der Produktion der soulbottle steel



**639 t CO<sub>2</sub>\***

unser Kompensationsbetrag für über 1 Million produzierter soulbottles



**128 Millionen Plastikflaschen \*\***

wurden bisher durch die Nutzung von über 1 Million soulbottles vermieden

+



**27.073 t CO<sub>2</sub> \*\***

so viele CO<sub>2</sub>-Emissionen habt ihr durch Leitungswassertrinken in über 1 Million soulbottles bereits vermieden

... denn 1 Liter **Leitungswasser** emittiert im Vergleich zu 1 Liter abgepacktem Flaschenwasser

## 600 x weniger CO<sub>2</sub>

\*Stand Dezember 2019; \*\* Stand Oktober 2020; mit CO<sub>2</sub> meinen wir im gesamten Bericht das CO<sub>2</sub>-Äquivalent: CO<sub>2</sub>eq gibt an, wie viel eine festgelegte Menge eines Treibhausgases, z.B. CO<sub>2</sub>, Methan oder Lachgas zum Treibhauseffekt beiträgt. Die Vergleichseinheit ist CO<sub>2</sub>.



*„Meine soulbottle ist einfach mein unverzichtbarer Wegbegleiter geworden. Egal wo es hingeht, sie ist immer dabei. Ich kann sie an super vielen Orten wieder auffüllen. Einfach eine tolle Sache!*

Zitat aus unserer anonymen Impact-Umfrage

*„Aus solch tollen Flaschen macht es gleich viel mehr Spaß zu trinken und es ist ein weiterer Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Mit den soulbottles braucht niemand mehr Einwegflaschen für Wasser mit in Meetings und Sitzungen schleppen.*

Freia Riederer, Project Managerin Gesamtbetriebsrat adidas

*„Die soulbottle ist mein Statement gegen Plastik.*

Zitat aus unserer anonymen Impact-Umfrage



*„Als ich von euren Flaschen erfahren habe, war ich sofort von der Idee begeistert, kein Wasser mehr im Laden kaufen zu ‚müssen‘. Ich wusste bis dahin nicht wie gut es ist Leitungswasser zu trinken. Seit ich eine soulbottle habe, trinke ich ausschließlich Leitungswasser und muss nie wieder schwere Flaschen mit Wasser, das mir nicht wirklich schmeckt und wegen der Plastikflaschen voll ungesund und umweltschädlich ist, aus dem Laden schleppen. Das ist jetzt schon einige Jahre her :)*

Zitat aus unserer anonymen Impact-Umfrage



# 8 jahre sauberes tr



**1.072.938 €\***

flossen seit Gründung an  
Viva con Agua und somit in  
Trinkwasserprojekte

**82.659 Menschen\***

mit Zugang zu sauberem  
Trinkwasser, Sanitär- und  
Hygieneanlagen

“ Wasser war für mich selbstverständlich. Bis ich mir es selbst beschaffen musste statt einfach den Hahn aufzudrehen. Mitzuerleben was es bedeutet, wenn Wasserbeschaffung deinen Alltag bestimmt. Die Sorge, dass dieses Wasser dich und deine Familie krank macht. Um dann die Dankbarkeit und den Stolz in den Menschen zu sehen, die durch unsere Arbeit einen Teil dieser Sorgen loslassen können. Wasser ist ein Menschenrecht – aber nicht selbstverständlich.

Laura Zuckschwerdt, Marketing soulbottles, war für uns 2018 in Nepal

\*Stand Oktober 2020



# rinkwasser



“ Mit soulbottles verbindet uns viel mehr als das Thema Wasser oder die gemeinsam unterstützten Wasserprojekte. Mit Gründer Paul Kupper sind wir auf dem Water Walk 2017 über 500 Kilometer durch Ruanda und Uganda gelaufen, Mitarbeitende von soulbottles haben schon mehrmals das Projektgebiet in Nepal besucht, Künstler aus dem Umfeld von Viva con Agua gestalten immer wieder die Flaschen von soulbottles – das alles ist der Knaller und spricht für eine tiefe Verbindung.

Tobias Rau, geschäftsführender Vorstand von Viva con Agua de Sankt Pauli e.V.

“ Unsere Partnerschaft mit soulbottles war von Anfang an von großer gegenseitiger Wertschätzung geprägt und inzwischen ist soulbottles längst mehr als ein Großspender für Viva con Agua. Egal ob innovatives Arbeiten, intensiver Austausch zur WASH-Thematik oder neue Social-Business-Ideen, wir liegen sehr auf einer Wellenlänge und lernen voneinander. Meine gemeinsame Projektreise nach Nepal mit Patrick und Georg aus dem soulbottles-Team war eine super Erfahrung und hat uns gezeigt, was die großartige Unterstützung durch soulbottles in den WASH-Projekten möglich macht.

Johannes Tomczak, verantwortlich für die Unternehmenskooperationen bei Viva con Agua

# 8 jahre business: a



**4.565.334 €\*  
Umsatz**

Umsatz

**1.594.748 €\*  
Löhne**

Löhne

**<2.000 Händler\*innen\***

in 33 Ländern, die unsere  
Mission und unsere soulbottles  
in die Welt tragen

**64 soulies\***

arbeiten bei uns in Ber-  
lin-Tempelhof

**8.543 Mittagessen\***

haben unsere Kitchenwizzards  
gekocht

**2.994 Stunden\***

wahrgenommene Angebote  
Persönlichkeits- und Kultur-  
entwicklung

\*Stand 2019

# force for good



Cindy (rechts), Managerin soulbottles steel mit ihrem Ehemann Jason (links), Produktionsleiter soulbottles steel.



Jacky (mitte) vom TAOS Network mit Jason (links) und Cindy (rechts) bei seinem Besuch in der Fabrik in Yongkang im Januar 2021.

“ We are supporting soulbottles in implementing a Sustainable Social Compliance Programme together with their supplier in Yongkang. soulbottles shows its commitment to work with their business partner on improving working conditions within the factory. They listen to their supplier to understand their situation and challenges in implementing a compliance program and provide practical guidance and financial support to support them with the implementation.

Jacky, TAOS network

“ Since the cooperation in 2018, soulbottles treats our factories and employees just like their own. It always pays attention to our working environment, employee welfare and safety, and provides us with free fire safety trainings. We are really honored to cooperate with such a company, so that our factory can improve step by step and move closer to international standards. And the concept of soulbottles' charity activities moved us very much. In the future, our company can also learn to do this kind of charity.

Cindy, Managerin soulbottles steel













**fair und  
plastikfrei  
produzieren**

lieferant\*innen



# lieferant\*innen



## so geht sozial und ökologisch im einkauf

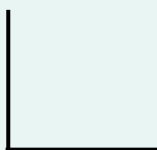
Bei der Herstellung unserer Produkte steht **Nachhaltigkeit an erster Stelle**. Das heißt: In der Produktentwicklung setzen wir auf ökologische Alternativen, modulares Design und Langlebigkeit und auch bei bestehenden Produkten versuchen wir die Nachhaltigkeitsbilanz stets zu verbessern – auch wenn das mehr kostet. Genauso wichtig sind uns gute und faire Arbeitsbedingungen. **Der Großteil unserer Rohware kommt aus Deutschland** – so garantieren wir kurze Transportwege. Ausnahmen bilden der Naturkautschuk (Dichtungsring) aus Sri Lanka, Kork (soulsleeve) aus Portugal, Tampico Faser (soulbrush) aus Mexiko und Edelstahl (soulbottle steel) aus China. Wir kommunizieren unsere Vorstellungen an unsere Lieferant\*innen und fördern über enge Zusammenarbeit und Direktinvestitionen nachhaltige Produktionsbedingungen. Wir überprüfen Risiken in der Lieferkette u.a. durch regelmäßige Besuche, Zertifizierungen und Nachhaltigkeitskriterien.

# soulbottle: 100 % plastikfrei, regional produziert und recyclebar

## bügelverschluss

Unser Bügelverschluss besteht aus einem Keramikdeckel und einem Tragegriff aus Edelstahl. Beides wird in Deutschland hergestellt.

Das Basis-Material für den Keramikdeckel ist Ton – ein Primärrohstoff natürlichen Ursprungs.



## dichtungsring

Seit 2018 werden alle unsere Dichtungsringe aus Fair Rubber zertifiziertem Naturkautschuk aus Sri Lanka hergestellt. Fair Rubber ist ein Verein für den fairen Handel von Produkten aus Naturkautschuk. Bei der Weiterverarbeitung und Produktion in Deutschland verwenden wir eine Spezialmischung, die nur für uns entwickelt wurde. Dadurch ist es uns möglich auf Petrochemie-basierende Chemikalien und auf Weichmacher zu verzichten. Der Dichtungsring besteht lediglich aus Naturkautschuk und -kreide und ist damit kunststofffrei.



## druck

Damit eine soulbottle zur soulmate fürs Leben wird, soll sie möglichst lange schön aussehen – der Druck muss lange halten. Daher haben wir uns für keramische Glasfarbe entschieden. Organischer Druck wäre energieeffizienter, löst sich aber sehr schnell ab. Für uns ist die Langlebigkeit des Drucks und somit der soulbottle wichtig, weswegen wir uns nach vielem Nachforschen bewusst für den keramischen Druck entschieden haben.



## glasflasche

Glas ist 100% recyclebar und das endlos oft. Um die Umweltbilanz unserer soulbottles noch weiter zu verbessern, haben wir 2018 den Altscherbenanteil im Glas von 30 - 40% auf 60 - 80% erhöht. Durch den eingesparten Primärrohstoff ist bis zu 20% weniger Energie in der Glasschmelze notwendig. Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer soulbottle konnte so um 15% reduziert werden.

# lieferant\*innen

## wir sind ausgezeichnet



### B Corp: Rethinking Business Success

soulbottles war unter den ersten 100 Unternehmen in Deutschland, die mit dem B Corp Siegel ausgezeichnet wurden. Das Zertifikat steht für umweltverträgliche, faire Produktionsbedingungen und einen positiven Impact auf die Gesellschaft.

**Unser B Impact Score: 106,1**



### Fair Rubber: Fair produzierter Naturkautschuk

Der Naturkautschuk unserer Dichtungsringe ist von **Fair Rubber e.V.** zertifiziert. Das Label steht für hohe Umweltstandards und garantiert, dass die Bäuer\*innen durch eine faire Bezahlung von der Wertschöpfung profitieren.

Durch unsere Fair Rubber-Prämienzahlung konnten bisher 87 Kinder der Bäuer\*innen in ihrer Ausbildung unterstützt werden.



### Forest Stewardship Council: Zertifizierter Produktkarton

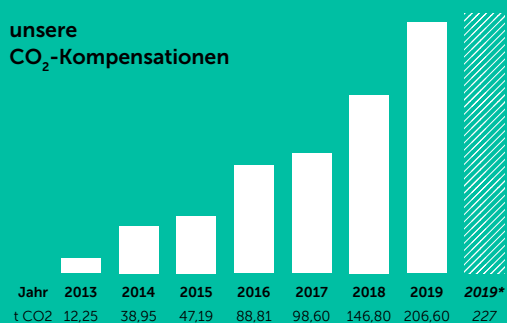
Unsere Produktkartons sind **FSC-zertifiziert**. Das FSC-Label steht für eine nachhaltige Bewirtschaftung der Wälder. Für unsere Produktkartons verwenden wir zu 95% Recyclingfaser und ergänzen diese mit 5% Frischfaser – die Mindestmenge für einen stabilen Karton.



### myclimate: klimaneutrales Unternehmen

Unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck halten wir so gering wie möglich. CO<sub>2</sub>-Emissionen, die unvermeidlich sind, kompensieren wir mit **myclimate**. Bisher haben wir so über 15.000€ an Klimaschutzprojekte weitergeleitet. Seit Gründung von soulbottles sind unsere Produkte klimaneutral und seit 2019 sind wir auch ein klimaneutrales Unternehmen (\*Corporate Carbon Footprint). Unser gesamter Fußabdruck für 2019: **433 t CO<sub>2</sub>**.

#### unsere CO<sub>2</sub>-Kompensationen







## unser beitrag zum gemeinwohl



80 %



90 %



90 %



50 %

## nachhaltige produkte und dienstleistungen

Neben einer möglichst ökologischen Herstellung und Distribution unserer Produkte, achten wir auch bei Einkäufen für den internen Gebrauch auf nachhaltige Produkte und Dienstleistungen von sozial-ökologisch ausgerichteten Unternehmen. Auch diese indirekten Emissionen unserer Wertschöpfungskette gleichen wir seit 2019 als Teil unseres Corporate Carbon Footprint aus.



### Faire und ökologische Lebensmittel



### Mit Ökostrom zur Energiewende

Ökostrom macht einen echten Unterschied: Wir haben so bisher über **27 Tonnen CO<sub>2</sub>** und 19g radioaktiven Abfall vermieden und über 700€ in Energiewende-Projekte investiert!



### Nachhaltige Büroausstattung



### Sozialer Buchhandel



### Website-Hosting mit Ökostrom

# lieferant\*innen

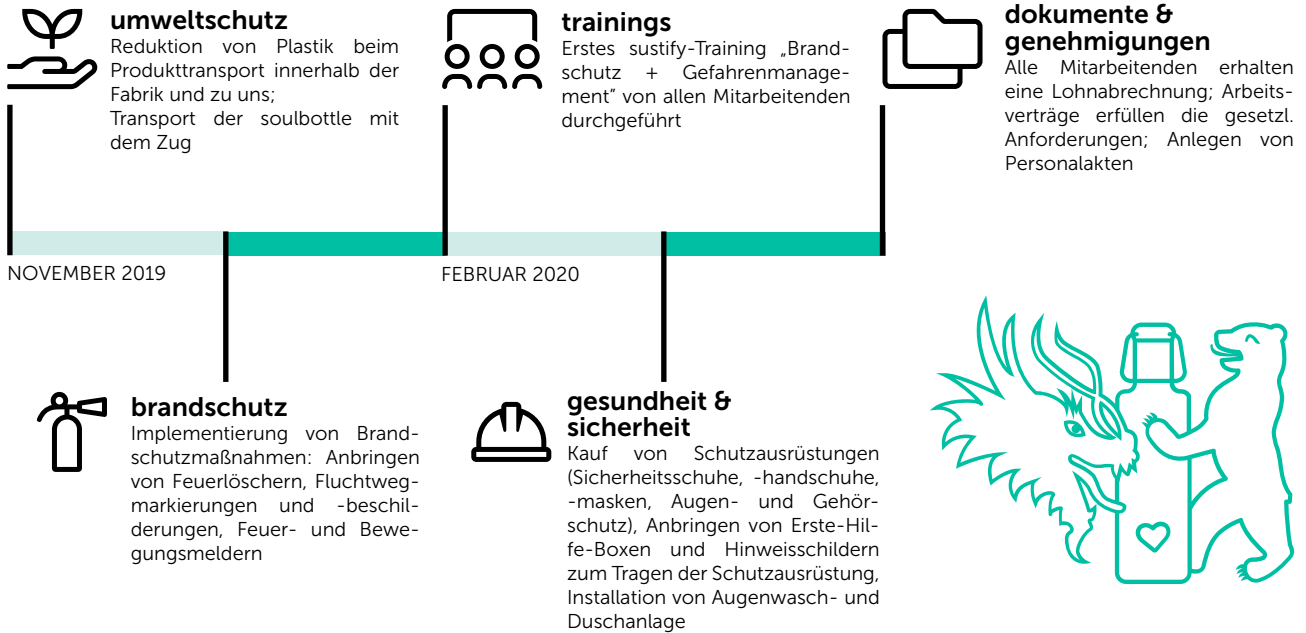


## soulbottle steel: das pionierprojekt für eine fairere edelstahlflasche

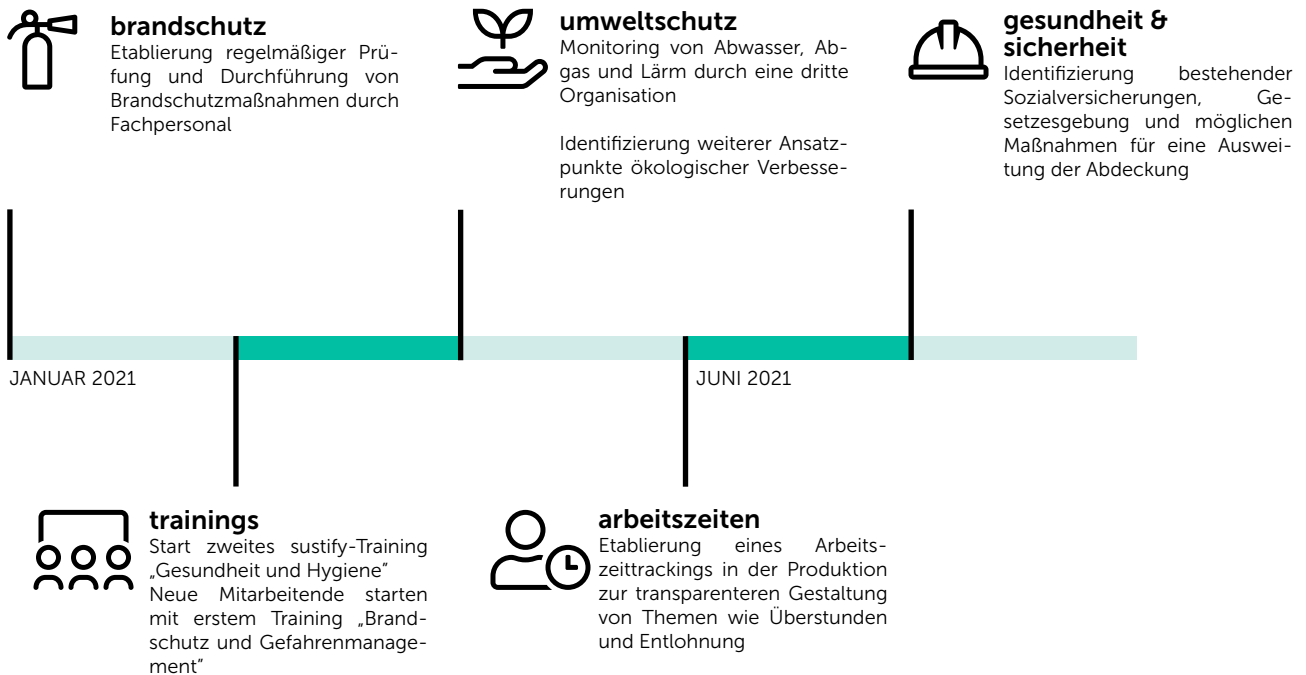
Im Juli 2019 haben wir die **soulbottles steel** auf vielfachen Kund\*innenwunsch hin gelaunched. Nach langer Recherche in Deutschland und der EU und vielen kontroversen Diskussionen wurden zwei Dinge schnell klar: Die Expert\*innen der Stahlproduktion sitzen in China und die zahlreichen Fabriken, die wir besichtigt haben, waren sich in den sozial- und ökologischen Voraussetzungen sehr ähnlich. **Für uns ist die Produktion in China eine Chance, positiven Impact zu schaffen.** Daher war es für uns Voraussetzung, mit Produzent\*innen zusammenzuarbeiten, die ein ehrliches Interesse daran haben, die eigene Firma zu mehr Nachhaltigkeit und Fairness hin zu entwickeln. Und das haben wir bei einem Familienunternehmen mit ca. 100 Mitarbeiter\*innen in Yongkang gefunden. Gemeinsam haben wir einen Milestone-Plan mit Zielen in Sachen Arbeitnehmer\*innen- und Umweltschutz aufgestellt. Im Bereich des Arbeits- und Brandschutzes haben wir schon deutliche Verbesserungen erreicht. Hier unterstützt uns **Sustify** mit individualisierten Mitarbeitendentrainings. Gleichzeitig gibt es in den Bereichen Arbeitszeiten und Sozialversicherungen noch deutlich Luft nach oben und wir haben festgestellt: Um langfristig wirksame Maßnahmen umzusetzen, brauchen wir die Hilfe eines lokalen Partners. Das ist seit 2020 das **TAOS Netzwerk**, das uns bei der Umsetzung eines Sustainable Social Compliance Programms unterstützt. Diese Partnerschaft ist sehr wertvoll, da TAOS die rechtlichen und kulturellen Rahmenbedingungen vor Ort bestens kennt und unsere Produzent\*innen Schritt für Schritt bei der praktischen Umsetzung der Ziele unterstützt.

# soulbottles steel – meilensteinplan

## umgesetzte meilensteine – phase 1



## geplante Meilensteine – 2021



\*mehr zur Produktion in China auf unserem [Blog](#)











**soulbottles**  
**gehört sich**  
**selbst**

**finanzpartner\*innen**  
**& eigentümer\*innen**

# finanzpartner\*innen & eigentümer\*innen



## unsere vision

*Alle Menschen handeln gerne sozial-ökologisch nachhaltig ohne den Planeten unnötig zu belasten und haben Zugang zu sauberem Trinkwasser.*

## unser beitrag zum gemeinwohl



50 %



100 %



90 %



90 %



# wir sind ein purpose unternehmen

soulbottles soll den Menschen gehören, die auch dort arbeiten und weder verkäuflich noch vererbbar sein: Mit diesen Zielen sind wir auf die **Purpose Stiftung** gestoßen. Sie ermöglicht es, die **Unabhängigkeit und Werteorientierung unseres Unternehmens rechtlich bindend in der Eigentumsstruktur zu verankern**. Während die Purpose Stiftung eine internationale Organisation ist, wurde in Deutschland 2019 zusätzlich die **Stiftung Verantwortungseigentum** gegründet – soulbottles ist Gründungsmitglied.

Wir verpflichten uns darüber hinaus zu zwei grundlegenden Prinzipien:

## selbstbestimmung

Was langfristig das Beste ist, um den Unternehmenspurpose zu verwirklichen, entscheiden bei soulbottles die Mitarbeitenden.

## vermögensbindung

Für uns sind Gewinne kein Selbstzweck, sondern ein Mittel, mit dem wir unseren Unternehmenssinn verwirklichen. Deswegen können Gewinne bei uns weder an Externe noch an Eigentümer\*innen ausgeschüttet werden.

## unsere eigentumsstruktur



97,6%

### Stimmrechte der soulbottles-Mitarbeitenden

Die Mitarbeitenden von soulbottles halten 95% der Stimmrechte, jedoch keine Genussrechte.



2%

### Business Angel

Unser Business Angel ist Fremdkapitalgeber und soulbottles Begeisterter der ersten Stunde



0,4%

### Veto-Anteil der Purpose Stiftung

Die Stiftung hält 5% der Stimmrechte, um in folgenden zwei Fällen ein Veto einzulegen:

- Sollte die Gewinnverwendung so verändert werden, dass sie nicht mehr dem Unternehmenszweck entspricht.
- Sollte die sozialunternehmerische Ausrichtung des Unternehmens grundlegend geändert werden.

# finanzpartner\*innen & eigentümer\*innen



## nachhaltige Bankgeschäfte

Als Purpose Unternehmen ist für uns ganz klar: auch Bankgeschäfte müssen Sinn ergeben. Unsere Hausbank ist daher die GLS-Bank – eine Genossenschaftsbank, die nach sozial-ökologischen Grundsätzen arbeitet. Eigenkapital haben wir anfänglich über einen Sparkassenkredit aufgebaut und über Crowdlending von Menschen, die an unsere Ideen geglaubt haben.



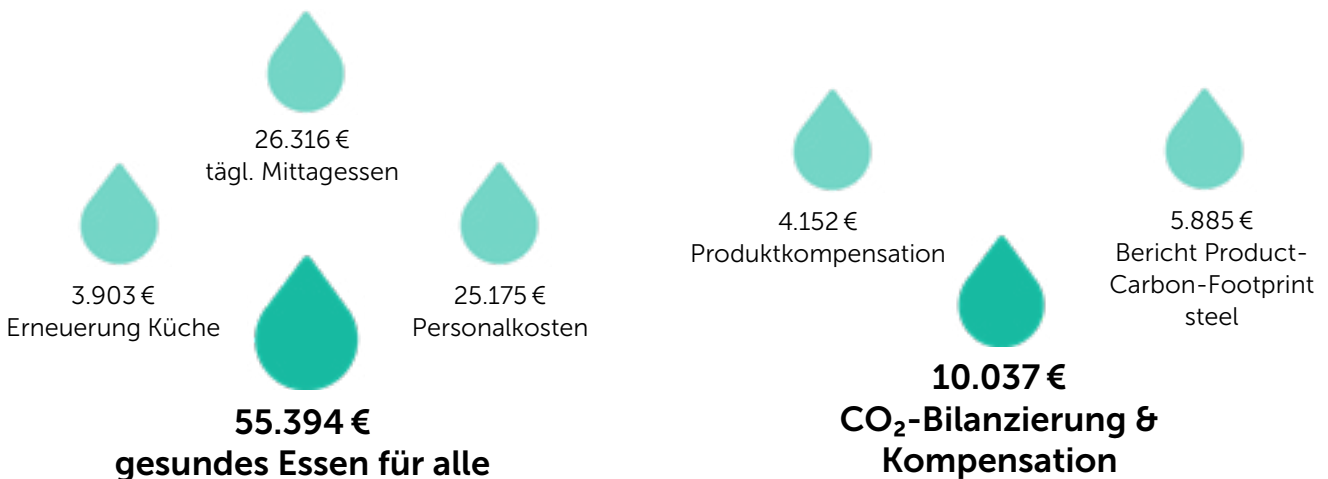
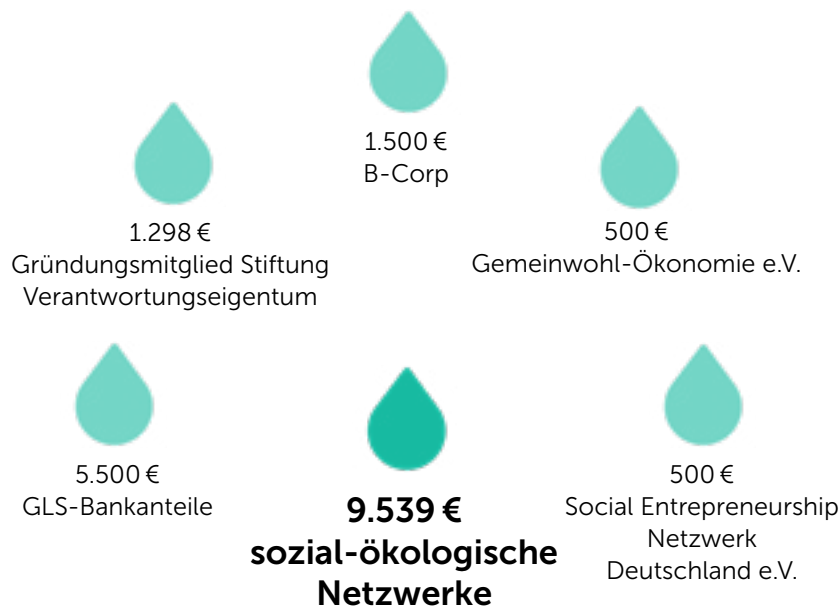
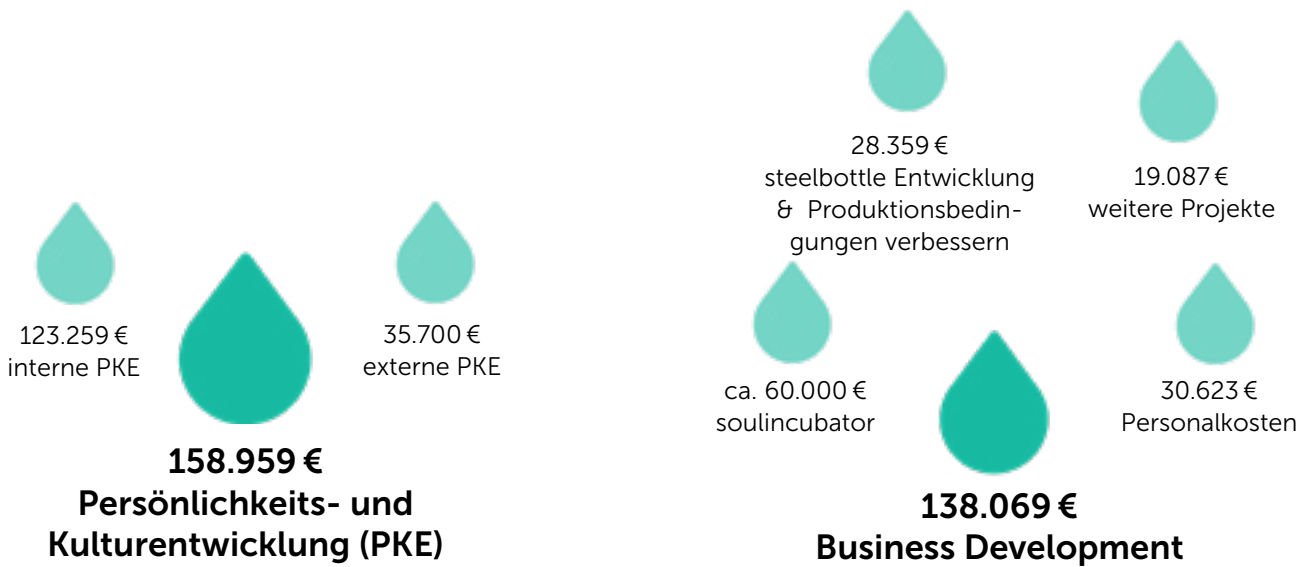
## gewinne? werden reinvestiert!

Jegliche Gewinne werden in die sozial-ökologische Weiterentwicklung des Unternehmens und der Mitarbeitenden reinvestiert. Das sind ca. 3,8% des Umsatzes – on top zu bestehenden Budgets für z.B. Business Development und Persönlichkeitsentwicklung. Gewinne, die wir nicht direkt reinvestieren, verwenden wir für unsere Rücklagenbildung; in 2019 waren es ca. 97.000 €. Die Entscheidung in was investiert wird, richtet sich nach dem Bedarf und wird gemeinschaftlich getroffen.

## 7-8 % vom umsatz für trinkwasserprojekte

Unabhängig vom Unternehmensgewinn fließt seit Gründung mit jeder verkauften soulbottle 1 € an Viva con Agua und damit in den Zugang zu sauberem Trinkwasser.

# sozial-ökologische investitionen in 2019









**Soul bottles**

water-count

667,523 €

51,473 PEOPLE NOW have access to water sanitation & hygiene

TS

The chalkboard features a logo for 'Soul bottles' in a circle. Below it, the text 'water-count' is written above a banner containing the number '667,523 €'. To the right, a drawing of a water bottle is shown with a green mountain range inside. Next to the bottle, the number '51,473' is enclosed in a green box, followed by the text 'PEOPLE NOW have access to water sanitation & hygiene'. At the bottom of the board, the letters 'TS' are visible.



**als wachstums-  
gemeinschaft  
die zukunft  
gestalten**

**mitarbeitende**



# mitarbeitende



## bedürfnisorientiertes arbeiten

Unsere Unternehmenskultur beruht auf einem wertschätzenden und empathischen Miteinander – **Vertrauen in sich selbst und andere, Selbstverantwortung und Bedürfnisorientierung** sind zentrale Werte. Wir vertrauen darauf, dass alle Mitarbeitenden ihr Bestes geben, um unser Unternehmen mitzugestalten. Dafür kann jede\*r Aufgaben übernehmen, die den eigenen Fähigkeiten entsprechen und die selbstverantwortlich erledigt werden. Die Arbeitszeiten können daher den individuellen Bedürfnissen entsprechend angepasst werden und Home- sowie Remote-Office sind je nach Tätigkeit per Arbeitsvertrag zugesichert. In Bezug auf die Themen Elternzeit und Mutterschutz haben

## unser beitrag zum gemeinwohl



100 %



100 %

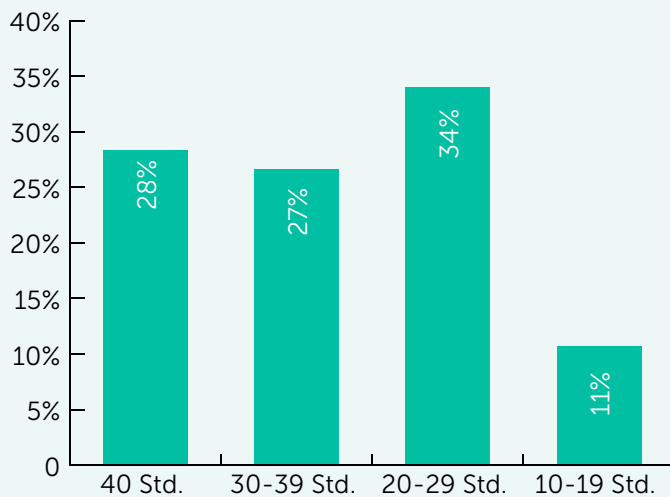


90 %



100 %

### unsere Arbeitszeitmodelle\*



#### Median-Wochenarbeitszeit

31 Std.

2019

30 Std.

2020

\* Datengrundlage: 71 Mitarbeitende, Dezember 2019

wir uns stets nach den Wünschen der Mitarbeitenden gerichtet und eine **flexible Gestaltung der Elternzeit** nach den entsprechenden Bedürfnissen ermöglicht. Wie zum Beispiel den langsamen Wiedereinstieg mit flexibel gestaltbarer Wochenarbeitszeit und kindgerechten Arbeitszeiten.

**Wir sehen uns als eine Wachstumsgemeinschaft, in der wir uns emotional und fachlich weiterentwickeln wollen, um gemeinschaftliches Arbeiten zu verändern.** Dafür haben wir viele verschiedene Rollen, Angebote und Strukturen im Unternehmen verankert.

# mitarbeitende

## angebote für die individuelle und gemeinschaftliche weiterentwicklung

INDIVIDUUM

### INNEN

#### **persönlichkeitsentwicklung** (emotional, Haltung)

- 🔹 GfK-Einführungen & Jahresausbildungen (extern)
- 🔹 Workshops an Teamtagen
- 🔹 Empathie-Talks
- 🔹 Entwicklungscoachings
- 🔹 Mediationen

### AUSSEN

#### **weiterbildung** (fachlich, Verhalten)

- 🔹 Eigenständige Teilnahme an Fortbildungen wahrnehmen (bezuschusst)

GEMEINSCHAFT

### kultur

(kulturell, Kulturentwicklung)

- 🔹 Teamtage und -retreats
- 🔹 Red Buttons Coaching (extern)
- 🔹 Exit Racism (intern + extern)
- 🔹 Personal Relations Meeting

### strukturen

(fachlich, Organisationsentwicklung)

- 🔹 Getting Things Done
- 🔹 Coaching für unternehmerisches Denken
- 🔹 Holacracy-Mentoring
- 🔹 Holacracy-Trainings
- 🔹 Prozessoptimierungs-Support





## holacracy – arbeiten in selbstorganisation

Unser Ziel bei soulbottles ist es, eine **Organisationskultur des Miteinanders** zu schaffen, die es uns ermöglicht, **flexibel auf interne und externe Veränderungen reagieren zu können**. Das geeignete Modell, um Selbstverantwortung und Persönlichkeitsentfaltung umzusetzen, ist für uns Holacracy. Holacracy ersetzt die klassische Managementhierarchie durch ein **System der Selbstorganisation mit dezentral verteilter Entscheidungsgewalt**. Mit Holacracy können Entscheidungen direkt dort getroffen werden, wo sie anfallen. Diese effiziente Art der Zusammenarbeit ermöglicht es uns, dass wir umgehend handeln können, wenn wir Potenzial für Verbesserung in einem Prozess sehen. Da Ideen direkt umgesetzt werden können, geht Holacracy mit einem hohen Motivations- und Innovationspotenzial einher. Mehr Infos dazu, wie wir bei soulbottles arbeiten, findest du **[in diesem Blog-Artikel](#)**.

# mitarbeitende

## Gewaltfreie Kommunikation

Um wertschätzende Kommunikation in unserer Unternehmenskultur zu verankern, nutzen wir die **Gewaltfreie Kommunikation** nach Marshall B. Rosenberg. Eine bedürfnisorientierte Art der Kommunikation, der ein wachstumsorientiertes Menschenbild zugrunde liegt. Noch wichtiger als die Wortwahl ist jedoch die zugrunde liegende Haltung: die eigenen Bedürfnisse kennen (lernen) und die anderen in ihren



Bedürfnissen verstehen. **Ähnlich wie bei Holacracy geht es auch bei gewaltfreier Kommunikation darum, Verantwortung zu übernehmen – hier in Bezug auf die eigenen Gefühle und Bedürfnisse.** Um zu verhindern, dass Menschen sich in Unzufriedenheit zurückziehen, ermutigen wir uns gegenseitig, uns dafür einzusetzen, dass unsere Bedürfnisse erfüllt sind. Für die Umsetzung von gewaltfreier Kommunikation in unserem (Arbeits)alltag bieten wir intern und extern Einführungsseminare, Jahresausbildungen, Mentoring und Trainings an.

### GfK-Einführungsseminar

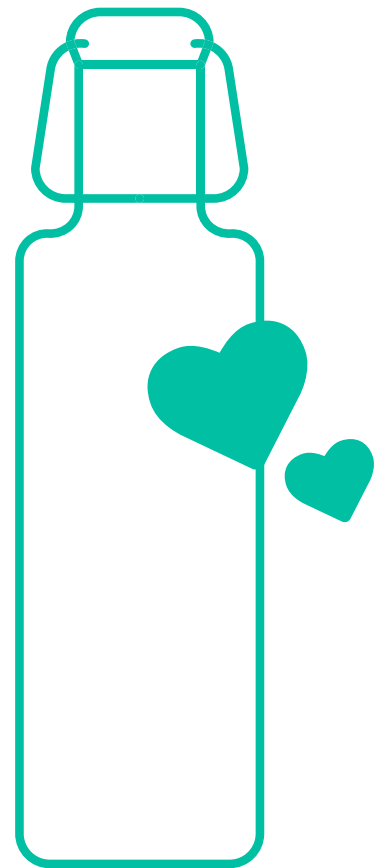
Alle Mitarbeitende machen eine firmenfinanzierte Einführung in die Gewaltfreie Kommunikation. Mitarbeitende mit über einem Jahr Betriebszugehörigkeit haben die Möglichkeit eine GfK-Jahresausbildung zu absolvieren. Die Ausbildung dauert 19 Tage, wovon die Hälfte Arbeitszeit ist. Dafür steht pro Mitarbeiter\*in ein Budget von 2.000 € zur Verfügung.

### Personal Relations Meeting

In unserem monatlichen ‚Personal Relations Meeting‘ nehmen wir uns ganz bewusst die Zeit für uns und das Miteinander. Wir nutzen diesen Raum, um Spannungen und Konflikte zu klären. Das offene und direkte Miteinander schafft viel Vertrauen – die Basis für selbstverantwortliches Arbeiten und eine konstruktive Konflikt- und Fehlerkultur.

# persönlichkeits- und kulturentwicklung

Wir haben Rollen im Unternehmen geschaffen, die sich speziell der individuellen und gemeinschaftlichen Weiterentwicklung widmen: Persönlichkeits- und Kulturentwicklung, Coach\*in, Empathy-Hero, Mediator\*in, Holacracy-Mentor\*in. Zusätzlich arbeiten wir mit externen Expert\*innen zusammen. Wenn Situationen unmittelbare innere Not auslösen und dadurch zu Handlungsunfähigkeit führen, sprechen wir davon, dass unsere „roten Knöpfe“ aktiviert sind. In monatlichen Coaching-Sessions mit einer externen Coachin, lernen wir mit diesen umzugehen und handlungsfähig zu bleiben.



## wahrgenommene angebote persönlichkeits- und kulturentwicklung 2019



# mitarbeitende

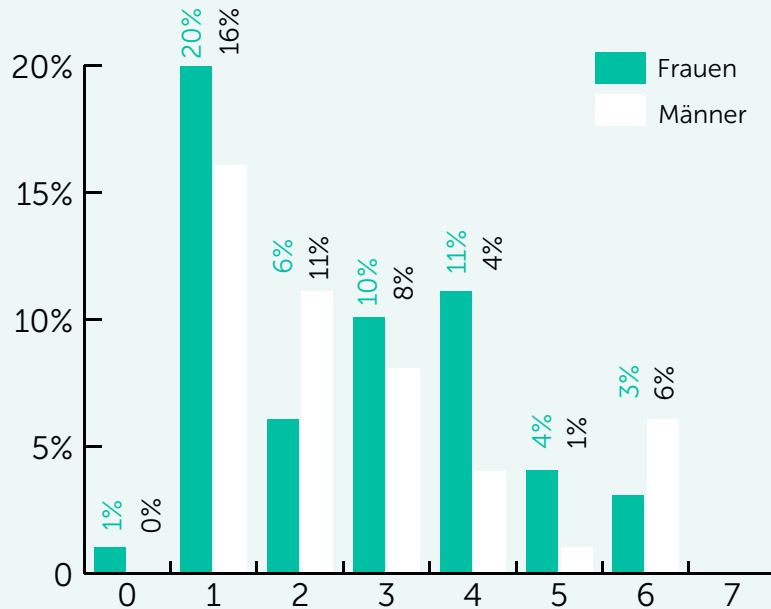


## gehalt und weitere benefits

Die Gehaltsstruktur bei soulbottles basiert auf sieben Gehaltsstufen und wer wieviel verdient ist für alle transparent einsehbar. **Durch gewählte Vertreter\*innen haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, diese Struktur mit zu gestalten.** Genauso können Mitarbeitende eine Änderung der eigenen Gehaltsstufe einbringen – dafür gibt es zweimal im Jahr ein Gehaltsmeeting. Durch die **unternehmerische Selbstverpflichtung, mindestens 35,5% des Umsatzes als Löhne an die Mitarbeitenden auszuzahlen**, kann es am Ende des Jahres zusätzlich eine Bonuszahlung für alle geben. Belohnt wird dabei nicht die individuelle, sondern die Teamleistung. Darüber hinaus wird das Gehalt durch diverse Zuschüsse und geldwerte Vorteile wie zum Beispiel das kostenlose selbstgekochte Mittagessen ergänzt.



## gehaltstufenverteilung\*



55%

weibl.  
gelesene Personen

45%

männl.  
gelesene Personen

1

zu

2,1

Gehaltsspreizung\*\*

\* Datengrundlage: 71 Mitarbeitende, Dezember 2019; \*\* ohne Praktika, Betriebszugehörigkeits- und Hafter\*innen-Bonus

## gehalts- & feelgood-benefits

35,5%

des Umsatzes  
werden als Löhne  
an die Mitarbei-  
tenden ausgezahlt

+ 2,5%

pro vollem Jahr  
Betriebszuge-  
hörigkeit

+ 10 €

monatlich bei  
Gehaltszahlung an  
eine nachhaltige  
Bank

+ 40 €

monatlicher  
Fahrtkosten-  
oder JobRad-  
Zuschuss

+ 40 €

monatlicher  
Zuschuss für  
nachhaltige ver-  
mögenswirksame  
Leistungen

251  
Tage

frisch gekochtes  
und gesundes  
Mittagessen

+ 11 €

monatlich für  
eine Urban Sports  
Mitgliedschaft

+ 44 €

monatlich als  
steuerfreier Sach-  
kostenzuschuss











**faire  
beziehungen  
auf augenhöhe**

**kund\*innen und  
mitunternehmen**

# kund\*innen & mitunternehmen



## kooperationen für eine bessere wirtschaft

In regelmäßigen Abständen beraten und unterstützen wir Unternehmen, Vereine sowie angehende Gründer\*innen gratis oder zu geringen Honoraren. Um mehr Aufmerksamkeit für nachhaltigen Konsum zu schaffen, organisieren wir mit anderen Sozialunternehmen gemeinsame Messeauftritte oder weisen unentgeltlich über unsere Social-Media-Kanäle auf andere nachhaltige Produkte oder Ideen hin. Und über gemeinsame Kampagnen schaffen wir Bewusstsein für sozial-ökologische Themen. Ein Beispiel ist die **Kampagne #savetheseas**, die wir gemeinsam mit **Bracenet** initiiert haben: Ein Motiv aus einem gemeinsamen Designcontest und anstelle unseres Tragegriffs aus Edelstahl schmückt das Bracenet-Armband aus Geisternetzen die soulbottle. Außerdem haben wir mit sieben weiteren nachhaltigen Unternehmen den Verein **Startups For Tomorrow** gegründet und unterstützen in Form von Wissensaustausch, gemeinsamen Produkten und Kampagnen.

Unser Engagement geht jedoch über Unternehmenskooperationen weit hinaus. Auch Aktionen mit lokalen Stakeholdern gehören dazu: Mit unserer gemeinsamen Aktion „**Wir gegen Plaste**“ mit **Radio Fritz** kamen über 150 Menschen für den Clean Up zusammen. Und über Mitgliedschaften und aktive Teilhabe in Netzwerken und Organisationen setzen wir uns u.a. für eine neue Eigentumsform, bessere Bedingungen für sozial-ökologische Unternehmen und eine schnelle Umsetzung von klimaschützenden politischen Maßnahmen ein.



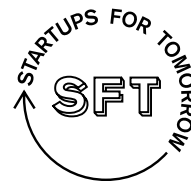
Links: Gründungsfestakt der Stiftung Verantwortungseigentum mit uns und weiteren 31 Gründungsunternehmen im November 2019  
 Rechts: Gründung des Vereins „Startups For Tomorrow“ mit soulbottles Mitgründer Paul Kupfer (4. von rechts)



## Stiftung Verantwortungseigentum

**E4F** vereint Unternehmen, die sich für eine klimafreundliche Wirtschaft einsetzen und eine schnelle Umsetzung von klimaschützenden politischen Maßnahmen fordern. Im September und November 2019 waren wir mit E4F zu globalen Klimastreiks auf der Straße und sind Mitunterzeichnende der E4F-Forderungen.

Als Gründungsmitglied der **Stiftung Verantwortungseigentum** setzen wir uns für eine neue Rechtsform von Unternehmen ein, die ermöglichen soll, das Vermögen dauerhaft an das Unternehmen (und nicht Shareholder) zu binden und die Kontrolle der Firma bei den Menschen zu belassen, die dem Unternehmen langfristig verbunden sind - wie z.B. den Mitarbeitenden.



soulbottles ist Mitglied des **Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland** (SEND e.V.). SEND setzt sich für mehr Sichtbarkeit und bessere politische und rechtliche Rahmenbedingungen von sozialen Unternehmen ein.

**Startups For Tomorrow** bringt nachhaltige Unternehmen und Produkte zusammen, startet Petitionen und informiert zu nachhaltigen Konsumalternativen. Wir sind Gründungsmitglied und setzen uns mit den anderen Mitgliedern dafür ein, dass Nachhaltigkeit das neue Normal wird.

### unser beitrag zum gemeinwohl



90%



60%



100%



80%

# verankerung von suffizienz, konsistenz & effizienz

## 1 produktentwicklung und -design

Neue Produkte testen wir zunächst in kleinen Mengen und bitten unsere Kund\*innen proaktiv um Erfahrungsberichte. So können wir garantieren, dass große Mengen nur dann produziert werden, wenn es dafür auch eine Nachfrage gibt.

Außerdem achten wir immer auf ein modulares Produktdesign: Alle Teile der soulbottle sind **austauschbar** und **nachbestellbar**. Dadurch sind sie einfach zu reparieren und langlebig.

## 2 produktion

2018 konnten wir den Recyclingglasanteil unserer soulbottles auf 60-80 % erhöhen und somit den Energieverbrauch in der Glasproduktion **um ca. 20 % reduzieren**. Und auch darüber hinaus versuchen wir in Kooperation mit unseren Lieferant\*innen die Umweltbilanz der soulbottles ständig zu verbessern. Dies hat auch über unsere Unternehmensgrenzen hinaus eine große Wirkung, indem unsere Lieferant\*innen auch für andere Kund\*innen auf umweltfreundlichere Alternativen umstellen.





## 5 entsorgung und recycling

Uns ist es sehr wichtig, dass alle Bestandteile der soulbottle am Ende ihrer Lebenszeit in den industriellen Kreislauf zurückgeführt und wiederverwertet werden können. **Glas und Edelstahl können unendlich oft eingeschmolzen werden und ohne Qualitätsverlust zu neuen Produkten verarbeitet werden.**

## 4 nutzung

Unsere soulbottles sind die nachhaltige Alternative zu CO<sub>2</sub>-intensivem abgefülltem Flaschenwasser. Um herauszufinden, wie sich der ökologische Fußabdruck durch die Nutzung der soulbottle konkret verändert, haben wir eine **Impact-Umfrage** gemacht. Die Antworten ergaben: 75 % unserer Kunde\*innen konsumieren mit einer soulbottle nachhaltiger. Wieviel Plastikmüll durch die soulbottle bisher vermieden wurde, seht ihr im nächsten Kapitel oder auf unserem Blog.

## 3 verkauf und versand

Wir versenden komplett CO<sub>2</sub>-neutral, in dem wir durch myClimate und DHL GoGreen unsere Emissionen kompensieren. Wenn ein\*e Kunde\*in mal nicht zufrieden ist, gestalten wir auch die Reklamation **möglichst nachhaltig**: Wir verzichten darauf, dass uns die soulbottle zurück geschickt wird und empfehlen eine neue Verwendung, z.B. als Blumenvase. Wenn es nur kleine Schönheitsfehler sind, bieten wir außerdem zuerst einen Rabatt an, damit kein neues Produkt verschickt werden muss.

# kund\*innen & mitunternehmen

## leichter produktzugang

### B2C • endkund\*innen

Endkund\*innen können unsere Produkte im **Onlineshop** bestellen, an unserem Standort in Berlin selbst abholen oder über unsere mehr als **800 Händler\*innen** kaufen. Es ist uns wichtig, den Kontakt mit unserem Kundenservice so positiv, kundenorientiert und unkompliziert wie möglich zu gestalten. Nach mehrfachem Feedback zu den verhältnismäßig hohen Versandkosten für kleine Ersatzteile, haben wir diese 2019 auf 0,90 € gesenkt.

*„Ich finde eure Kommunikation bei den soulbottles Steel rund um das Thema „Herkunft China“ wirklich außerordentlich gelungen. Unsere Kunden erwarten besonders bei Produkten aus China Hintergrundinformationen. Vor allem zu den sozialen und ökologischen Standards. Ich finde es super wie transparent Ihr das Thema umgesetzt habt.*

Stefan Danders, Biogarten

### B2B • geschäftskund\*innen

Geschäftskund\*innen, die individuell gestaltete soulbottles möchten, betreuen wir durch unser Custom-Vertriebsteam. **Auch hier geht es wie immer zunächst darum unserer Vision näher zu kommen und nicht um jeden Preis Profite zu erzielen.** Über Custom-Kund\*innen haben wir die Möglichkeit andere Zielgruppen zu erreichen und abgefülltes Flaschenwasser in Büros oder auf Veranstaltungen durch Leitungswasser aus individualisierten soulbottles zu ersetzen. Dabei arbeiten wir ohne Provisionen oder umsatzabhängige Entlohnung.

*„Diese Woche habe ich mehrmals mit dem Kundenservice Kontakt gehabt und bin begeistert. Meine Fragen wurden sachlich und extrem freundlich beantwortet. Auch mein Anliegen wurde sehr kulant und zu meiner vollsten Zufriedenheit gelöst.*

Email an unseren Kundenservice

### B2B • händler\*innen

Im Retail-Vertrieb setzen wir bewusst auf **Lieferkonditionen, die es kleineren Geschäften ermöglicht, unsere Produkte zu führen**: Den Mindestbestellwert halten wir so niedrig wie möglich, kümmern uns um schnelle Liefenzeiten, verzichten auf Versandeinheiten und sind flexibel mit Zahlungszielen. Unsere **Handelspartner\*innen betreuen wir immer persönlich**: telefonisch oder online. Darüber hinaus nutzen wir Händler\*innenmessen und Besuche vor Ort in den Geschäften, um unsere Partner\*innen auch persönlich kennenzulernen.

*„Bei der MIND Conference legen wir viel Wert auf Nachhaltigkeit. Daher haben alle Teilnehmer eine soulbottle von uns bekommen, die sie dann an Trinkstationen auffüllen konnten. So wollen wir den Konsum von Leitungswasser fördern und Plastikmüll im Alltag reduzieren.*

Jette Haesener, 7Mind GmbH



## marketing mit mehrwert

Um unserem Ziel näher zu kommen, dass Menschen nachhaltig leben, setzen wir auch im Marketing auf eine **wertebasierte Kommunikation**. Wir benutzen Marketing und Werbung, um Bewusstsein für nachhaltigen Konsum zu schaffen und darauf aufmerksam zu machen, wie allen Menschen der Zugang zu sauberem Trinkwasser ermöglicht werden kann. Dabei ist es uns ein Anliegen, nicht nur zu kommunizieren, was wir tun, um unseren positiven Impact zu stärken, sondern auch transparent zu machen, warum und wie wir es machen. Denn über unsere Kommunikation wollen wir auch andere Menschen ermutigen, eine nachhaltige Zukunft zu gestalten. **In diesem Sinne wirkt rund die Hälfte unserer Beiträge auf gesellschaftliche Veränderung hin.** Darüber hinaus nutzen wir verschiedene soziale Medien um unsere Community auf dem Laufenden zu halten und Unternehmensentscheidungen offen nach außen zu kommunizieren. Denn **Transparenz** steht bei uns an erster Stelle.

Auf die klassischen Marketing-Werkzeuge der Manipulation, sowie Teilhabe an konsumfördernden Praktiken wie Black Friday verzichten wir. Es ist uns wichtig, End- und Geschäftskund\*innen davon zu überzeugen, dass gute und faire Produkte einen angemessenen Preis haben. Daher entscheiden wir uns nur in Ausnahmefällen für Rabattierungsaktionen.









*Ik wil*

VER  
AEN  
DER  
UNG

*zijn!*

**gemeinsam  
den sozial-  
ökologischen  
Wandel  
gestalten**

**gesellschaft**



# gesellschaft

## wirtschaft mit soul

Mit soulbottles zeigen wir: Wirtschaft geht auch anders! Statt um Profitmaximierung geht es bei uns um Wirkungsmaximierung. **Wir sehen uns als Botschafter\*innen** für eine Wirtschaft, in der Unternehmen den Wandel hin zu einer **sozial-ökologischen Zukunft** positiv mitgestalten.

**So wie in unserem Unternehmenszweck niedergeschrieben**, leiten uns in unserer Arbeit in erster Linie folgende Wirkungsziele:

nachhaltiges  
Konsumverhalten

wirtschaften inner-  
halb der natürlichen  
Belastungsgrenzen

Zugang zu sauberem  
Trinkwasser für alle  
Menschen weltweit

Mit unseren Aktivitäten in diesen und weiteren Wirkungsbereichen tragen wir direkt und indirekt zur Erreichung der **17 Ziele für nachhaltige Entwicklung** (engl. Sustainable Development Goals, kurz: SDGs) bei. Die einzelnen SDGs sind miteinander verknüpft, so dass Maßnahmen zur Erreichung eines SDGs oftmals zu weiteren SDGs beitragen.

### unsere ziele



### unser direkter beitrag zu weiteren SDGs



### unser indirekter beitrag





## unser beitrag zum gemeinwohl



90%



100%



80%



80%

## arbeit mit den SDGs

Die 17 SDGs und die dahinter liegenden 169 Ziele und Indikatoren sind der Fahrplan für die Weltgemeinschaft, um ein menschenwürdiges Leben für alle und den dauerhaften Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen zu ermöglichen. Um das zu erreichen sind alle gefragt: Wirtschaft, Politik und Gesellschaft müssen an einem Strang ziehen und ihren individuellen Beitrag zu den SDGs leisten:

1

Verstehen der  
17 SDGs

2

Priorisieren  
von SDGs

3

Festlegen von  
Zielen und  
Maßnahmen

4

Einbetten der  
SDGs in das  
Kerngeschäft

5

Berichts-  
erstattung

Unsere Visionsziele SDG 6, 12 und 13 sind in unseren Policies verankert und leiten unsere unternehmerischen Entscheidungen. Diese messen und reporten wir regelmäßig. Gleichzeitig ist es wichtig unsere Wirkungen auf weitere SDGs zu identifizieren sowie Ziele und konkrete Vorhaben zur Minimierung negativer und Maximierung positiver Impacts festzulegen. An diesem Punkt stehen wir gerade und haben angefangen mit dem **SDG Action Manager** zu arbeiten. Wie wir über unseren Unternehmenspurpose und darüber hinaus zu den SDGs beitragen, zeigen wir auf den folgenden Seiten.

# gesellschaft

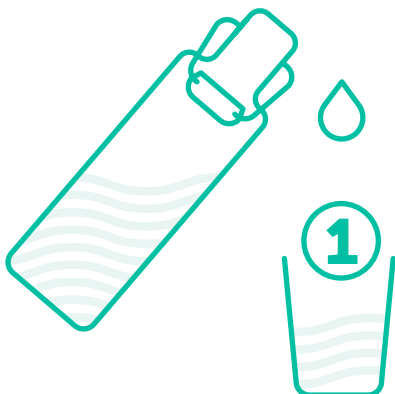


## Viva con Agua: für sauberes trinkwasser und sanitäreinrichtungen

Der **Zugang zu sauberem Trinkwasser, Sanitär- und Hygieneanlagen** (SDG 6) und der **Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen**, insbesondere des Rohstoffs Wasser, sind seit Gründung von soulbottles **zentrale Ziele unserer Arbeit**.

Der Zugang zu **WASH** (Water, Sanitation and Hygiene) ist für den Schutz vor Krankheiten und somit für ein gesundes Leben essentiell (SDG 3). Nahe und saubere Wasserzugänge schaffen insbesondere für Mädchen und Frauen höhere Bildungsraten (SDG 5), Erwerbstätigkeit und Produktivität (SDG 8) und reduzieren somit Armut (SDG 1).

Dennoch fehlt in 2020 weiterhin **mehr als 2 Milliarden Menschen weltweit der dauerhafte Zugang zu sauberem Trinkwasser**. Um das zu ändern, **fließt pro verkaufter soulbottle 1 Euro** an **Viva con Agua de Sankt Pauli e.V.** und damit in **WASH-Projekte**.



82.659\*

**Menschen**

mit Zugang zu sauberem Wasser, Sanitär- und Hygieneanlagen

1.072.938\*

**Euro**

flossen bisher in WASH-Projekte in Nepal

\*Stand: Oktober 2020

# WASH'n'soul



**8 Jahre, über 1 Million € und mehr als 800.000 Menschen** mit Zugang zu sauberem Trinkwasser, Sanitär- und Hygieneanlagen später, ist es **Zeit für neue Projekte.**

Zusammen mit unserem langjährigen Partner Vica con Agua starten wir unser erstes, selbstentwickeltes **WASH'n'soul-Projekt**, in das für jede verkaufte soulbottle 1 € fließt! Zusammen mit BORDA Sambia werden wir ab 2021 dieses innovative Projekt starten und unsere Herzensthemen **Wasser, Plastik, Klimaschutz und Social Entrepreneurship** vereinen.

## wassermanagement

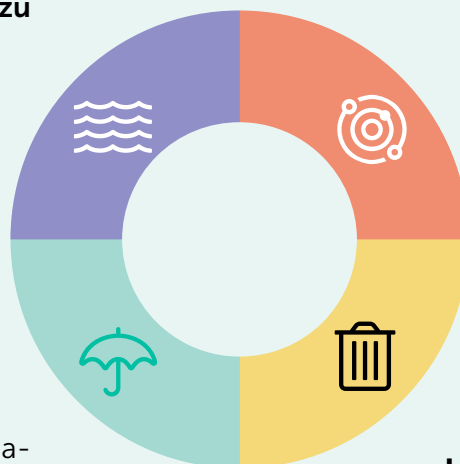
In Kooperation mit lokalen Schulen werden WASH-Infrastrukturen geschaffen. Wasserkioske bieten sauberes Trinkwasser und Social Business Möglichkeiten für die lokale Bevölkerung.

**Ziel: 34.000 Menschen mit Zugang zu sauberem Trinkwasser + 12.600 Menschen mit Zugang zu Sanitär- und Hygieneanlagen**

## social business

Die Aktivitäten in den Bereichen Wasser- und Abfallmanagement schaffen neue Geschäftsmodelle und Einkommen für die lokale Bevölkerung. Und wer weiß, maybe our soulincubator goes Zambia.

**Ziel: 80 Social Entrepreneurs**



## klimaschutz

In allen Projektphasen soll Klimaschutz integraler Bestandteil sein. Durch die Komponenten Abfall- und Wassermanagement werden jährlich ca. 15.000 Tonnen CO<sub>2</sub> vermieden.

**Ziel: Klimapositivität + zertifiziertes Klimaschutzprojekt**

## abfallmanagement

Es werden Infrastrukturen für Abfallentsorgung, -recycling und -vermeidung geschaffen. Und auch in der Projektumsetzung gilt: Refuse, Reduce, Reuse and Recycle.

**Ziel: 24.000 Begünstigte**

# gesellschaft



## soulbottles: data for good

Als weitere Wirkungsziele haben wir **SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“** und **SDG 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“** fest in unserem Unternehmen verankert.

Um herauszufinden, wie groß das Veränderungspotenzial einer soulbottle ist, haben wir unsere Kund\*innen gefragt. 700 Menschen haben auf unsere Impact-Umfrage geantwortet und uns so gezeigt: Der **Umstieg auf Leitungswasser** durch über 1 Millionen verkaufte soulbottles **macht einen echten Unterschied und trägt zum Klimaschutz** bei.



Es ist uns wichtig, dass unsere Produkte einen echten Mehrwert haben und nachhaltigen Konsum fördern. Das gleiche gilt für uns intern: Durch ökologische Alternativen (z.B. Ökostrom), Policies (z.B. nachhaltige Einkaufs-Policy) und Angebote für alle Mitarbeitenden (z.B. vegan-vegetarisches Essen) möchten wir nachhaltiges Verhalten auch innerhalb des Unternehmens unterstützen und unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck so klein wie möglich halten.



Darüber hinaus sind wir zusammen mit 800+ BCorp Unternehmen Unterzeichner der **Net Zero 2030** Initiative. **Seit 2019 sind wir ein klimaneutrales Unternehmen** und kommen unserer Net Zero 2030-Verpflichtung schon 10 Jahre früher nach. Doch hier hört es nicht auf, denn für uns gilt: **vermeiden und reduzieren vor kompensieren**. Für ein systematisches Klimamanagement und einen möglichst großen Beitrag zu Net Zero 2030, sind folgende Schritte grundlegend:



### **messen**

Die Berechnung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks nach dem Greenhouse Gas Protocol (**Scope 1, 2 & 3**) zeigt unsere direkten & indirekten Emissionen im Unternehmen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Was wir noch genauer messen möchten sind die Emissionen, die durch die Nutzung unserer Produkte (Reinigung) entstehen. Unser Fußabdruck in 2019:

**Scope 1: 123 t CO<sub>2</sub> • Scope 2: 0 t CO<sub>2</sub> • Scope 3: 310,6 t CO<sub>2</sub>**



### **reduzieren**

Wir versuchen stets ökologische Alternativen zu wählen, Unnötiges zu vermeiden und so unseren Fußabdruck möglichst gering zu halten. Unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz hilft dabei weitere Reduktionspotentiale zu identifizieren und uns konkrete Ziele zu setzen.

**systematische Klimaschutzstrategie mit Reduktionspotentialen in Scope 1 + 3 entwickeln**



### **kompensieren**

Seitdem wir ein klimaneutrales Unternehmen sind, kompensieren wir unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen in ein konkretes **Gold Standard** zertifiziertes Klimaschutzprojekt. Mit der Unterstützung des Projekts „Keramikfilter für sauberes Trinkwasser in Laos“ wird eine sichere, ökologische und kostengünstige Alternative zu abgekochtem oder gekauftem Wasser ermöglicht. Die lokale Produktion der Filter schafft Arbeitsplätze.

**seit Gründung haben wir 866 t CO<sub>2</sub> kompensiert und somit 15.000 € in Klimaschutzprojekte weitergeleitet**

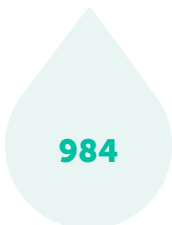
# gesellschaft

## soulincubator: gemeinsam gegen die plastikkrise



Mit 8.3 Milliarden Tonnen hat die Menschheit schon so viel Plastik produziert, dass die Erde einmal komplett in Frischhaltefolie einwickeln werden könnte. Und es hört nicht auf, im Gegenteil: Die Plastikkrise wird größer und wächst exponentiell.

Wir bei soulbottles glauben, dass **systemische Veränderung** erst dann möglich wird, wenn unterschiedliche Akteur\*innen – Initiativen, Startups, Unternehmen, der öffentliche Sektor, Stiftungen, NGOs – an einem Strang ziehen und **in Kooperation gemeinsam Wirken** (SDG 17 „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“). Deswegen haben wir mit **ProjectTogether** und der **Röchling Stiftung** den soulincubator gegründet. Wir möchten die Plastikkrise angehen, indem wir Gründer\*innen bei der Umsetzung ihrer Ideen für eine plastikfreie Welt unterstützen. Mit der Förderung des **Europäischen Sozialfonds und des Landes Berlin** (Berliner Startup Stipendium) erhalten die Projekte für 6-8 Monate Stipendien in Höhe von 1.500 Euro pro Person, sind Teil eines von soulbottles entwickelten Weiterbildungsprogramms und haben Arbeitsplätze in einem eigens ausgebauten Coworking-Space bei uns im soulbüro. Und dank der Unterstützung von **Viva Con Agua**, der **Purpose Stiftung** und **Green Cycle** konnten zusätzliche 17 Projekte in den soulincubator aufgenommen werden.



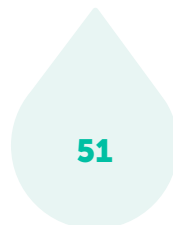
### Stunden

Coaching erhielten die Projekte durch soulbottles Mitarbeitende



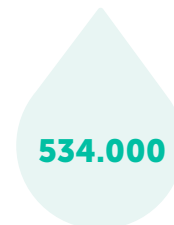
### Projekte

starteten im April 2020 in die Phase II des Förderprogramms.



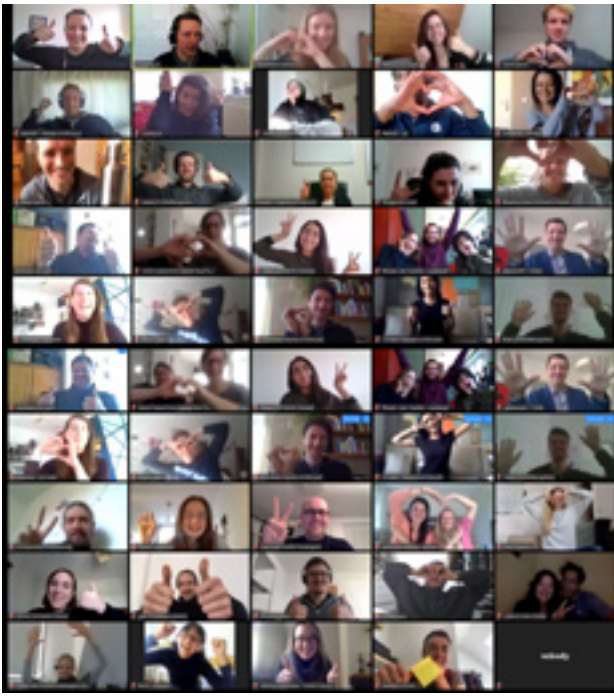
### Workshops

von über 35 Referent\*innen wurden den soulincubator-Projekten angeboten



### Euro

an Stipendien ausgezahlt



Links: Zoom-Meeting mit allen Projekten. Rechts oben: Dürfen wir vorstellen – das soulincubator-Team! Unten rechts: Der Impact Investment Day am 26.09.2020.

“Empowering energy is quite high in this community! It confirms for us that nobody should fight against climate issues alone.

Ayumi Matsuzaka – DYCLE - Diaper Cycle

“Der Soulincubator ist für uns Starthilfe, Netzwerk und vor allem eine ganze Menge Ressourcen, auf die wir zurückgreifen können.

Jan Schütz – oohne

“Die vielen hilfreichen Workshops, Kontakte zu erfahrenen Mentoren, – und nicht zuletzt die beiden Stipendien.

Frido – HolyPoly

“Das Gefühl, sich in einer Community gemeinsam dem Plastikproblem zu stellen, war der beste Entwicklungsschritt für Ocean. Now!

Meike – Ocean Lovers

“Im purpose-getriebenem Netzwerk des soulincubators haben wir unglaublich viel Unterstützung gefunden. Jeder hilft sich, da alle dieselbe Vision teilen.

Can – Aavoidwaste | Crafting Future GmbH.







**ausblick**

# ausblick

In 8 Jahren soulbottles haben wir schon einiges erreicht. Für uns ist es wichtig **nicht stehen zu bleiben**, unsere Arbeit kritisch zu reflektieren, Bestehendes zu verbessern sowie neue Wege zu finden, um noch mehr Impact zu haben. An Ideen mangelt es uns definitiv nicht, hier ein kleiner Einblick in unsere Vorhaben.

## 1 lieferant\*innen

- soulbottles steel: in allen Bereichen 100 % erreichen Status Februar 2021
  - Gesundheit & Sicherheit: 43 %
  - Arbeitszeiten & Kompensation: 6 %
  - Brandschutz: 55 %
  - Umweltschutz: 56 %
  - Genehmigungen & Dokumente: 50 %
  - Trainings: 100 %
  - weitere CO<sub>2</sub>-Reduktionen in der Lieferkette (Scope 3)

## 5 gesellschaft

- Fortführung und Weiterentwicklung des soulincubators
- Code of Conduct für das WASH'n'SOUL als OpenSource & Best Practice Beispiel
- Kooperationen und Projekte mit Wissenschaft & Forschung
- Klimaschutzstrategie entwickeln
- CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Nutzung unserer Produkte messen (Scope 3)

Übrigens: Unser erster Impact-Report soll als Fundament dienen, um euch in Zukunft in regelmäßigen Report-Updates über unsere Arbeit und deren Wirkung zu informieren.

## 2 eigentümer\*innen & finanzpartner\*innen

- Kreis der Mitbesitzenden um weitere soulies erweitern
- horizontales Wachstum durch Investitionen in sozial-ökologischen Wandel (z.B. soulincubator)
- Bestrebungen für die Schaffung einer neuen Rechtsform für Unternehmen in Verantwortungseigentum weiter unterstützen

## 3 mitarbeitende

- Arbeitsplätze während der Pandemie sichern
- Gesundheitsvorsorge weiter professionalisieren
- mehr Menschen mit GfK Jahresausbildung
- Antisexismustrainings anbieten
- Work Ability Index einführen

## 4 kund\*innen und mitunternehmen

- get out of the bubble – neue Zielgruppen erreichen
- Impact-Teil der Webseite ausweiten und unser Engagement transparent machen
- wirkungsvolles Engagement, Kampagnen und Kooperationen (SFT, E4F)

**let's create change!**

# impresum

Verantwortlich für alle Inhalte ist die soulproducts GmbH.

**Viele soulbottles Mitarbeitende haben das Projektteam  
mit Feedback, Daten & Informationen unterstützt.  
Vielen Dank an euch alle!**

## **Projektteam Impact-Report**

Inhalt: Katharina Bruns

Design: Camila Gonzatto & Laura Zuckschwerdt

Lektorat: Rebekka Richter

Text: Alina Stöver, Isabel Ehrlich & Eva Fischer

## **Bildrechte**

Marco Fischer: S. 14 rechts, S. 18, S.19 unten, S. 68 links

Pascal Bünning: S. 15 rechts

Illustration © I.S.-M./WDRmg: Seite 22/23

Ananda Rieber: S. 52/53, S. 61

Stefan Groenveld: S. 68 rechts

Copyright Stiftung Verantwortungseigentum: S. 57

© Alle restlichen Fotos und Abbildungen sind Eigentum der  
soulproducts GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

soulbottles.de wird vertreten durch

soulproducts GmbH, Volkmarstr. 1-7, 12099 Berlin, Deutschland

hello@soulbottles.com

Gründer und Geschäftsführer Paul Kupfer (Gründer), Patrick Boadu, Marian Gutscher

Eingetragen am Amtsgericht Charlottenburg Berlin, HRB 144009

soulbottles® und soulwater® sind eingetragene Marken der soulproducts GmbH







**refill and create change**