브리타 그룹

2020년 지속가능성 보고서

독자 여러분,

브리타 지속가능성 보고서를 발행할 때가 되면, 매번 시간이 이렇게 빨리 지나갔다는 사실에 놀라곤 합니다. 하지만 더 놀랍고 또 자랑스러운 것은 지난 몇 년 간 우리가 걸어온 여정입니다. 지속가능성 활동을 위해 우리가 어떤 새로운 포부와 목표를 세웠는지, 또 무엇을 실행했고 무엇을 달성했는가를 생각해 봅시다. 외양이 얼마나 커지고 얼마나 글로벌한 기업이 되었는 지와 관계없이, 브리타에선 여전히 중견 가족기업적 특성이 빛을 발하고 있다는 것은 부인할 수 없는 사실입니다. “우선 해보자!” “물론 야망이 과해 보일 수 있지만, 우리가 이미 달성한 것들을 봐!” “좋은 생각이 있는데 어떻게 생각해? 같이 해볼까?” 등은 세대와 문화를 초월한 글로벌 브리타 가족의 사고방식입니다.

지속가능성, 이 단어가 유행하기 훨씬 전부터 브리타는 지속가능했습니다. 우리는 재활용 가능한 카트리지를 통해 수십 년 전부터 지속가능성을 위한 길을 닦고 있었습니다. 우리 필터의 구성요소인 이온교환수지의 재생 시스템은 참신한 발명이었고, 제품 생산에 인증된 녹색 전기를 사용한다는 면에서도 우리는 앞서나가고 있었습니다.

저는 수돗물 최적화에 대한 깊은 열정이 있습니다. 사람들이 물 마시는 방식을 지속가능하게 바꾸는 것은 제 개인적인 원동력이자 우리 회사의 비전이고, 또 브리타 전 직원의 비전이자 중점 과제이기도 합니다.

글로벌 브리타 가족으로서, 우리는 생수병으로 생기는 플라스틱 폐기물과 탄소 배출량을 줄이고, 책임은 더 많이 지는 단순한 방식으로 세상을 좀 더 나은 곳으로 만들겠습니다.

그 후, 우리는 몇 년에 걸쳐 소비자와 고객의 마음속에 플라스틱 병에 들어있는 생수에 대체할 지속가능한 대안을 제공하는 업체로 자리 잡았습니다. 10여 년 전, 우리는 브리타로 여과한 물 1리터의 탄소 발자국이 생수 1리터에 비해 훨씬 작다는 사실을 알게 되었습니다. 그러다 5년 전 우리가 창립 50주년을 맞았을 때 앨랜 맥아더(Ellen-MacArthur) 재단의 연구를 접한 후 아주 중요한 자극을 받았습니다. 연구의 결론은 이랬습니다. 우리가 우리의 행동을 바꾸지 않는다면, 2050년에는 바다에 물고기보다 플라스틱이 더 많을 것이다. 이 사실은 저뿐 아니라 브리타에서 일하는 우리 모두에게 충격이었고, 그 결과 우리는 고래 보호 단체인 WDC(Whale and Dolphin Conservation)와 함께 움직이기 시작했습니다.

우리는 "지속가능한 솔루션 만들기"라는 새로운 기업 전략으로 이제 기준을 훨씬 더 높이고 있습니다. 우리 모든 행동의 중심에는 지속가능성이 있습니다. 이는 우리가 지구를 조금 더 나은 곳으로 만들기 위해 진지하게 움직이고 있다는 뜻입니다. 물론 매우 야심 찬 소리로 들리겠지만, 모두 알다시피 "천리길도 한 걸음부터" 시작하는 법입니다. 저는 우리의 유산이 제가 개인적으로 생각하는 지속가능성의 의미를 우리 경영진과 글로벌 브리타 가족 모두에게 심어줄 수 있는 출발점이자 자극이라고 생각합니다. 지속가능성은 우리의 전략적인 초점이자 커뮤니케이션의 본질이 되어야 만 하는 "마음"의 문제입니다. 우리 모두가 이 여정과 이 여정의 의미를 진정으로 수용할 수 있는 회사에서 일한다는 사실은 제가 매우 큰 동기부여가 됩니다. 물론 이 모든 건 우리가 매일매일 커다란 열정을 가지고 대하는 중요한 천연자원인 물과 관련이 있습니다.

우리가 지속가능성 여정에 대해 얼마나 진지한지 특히 잘 보여줄 수 있는 사실이 있습니다. 앞으로 우리는 매출과 이익이라는 전통적인 경영 지표 외에 "지구 기여도(Planet Contribution)"라는 지표를 추가하고, 측정하고, 커뮤니케이션할 것입니다. 이는 우리의 기여에 대한 지표로서, 우리 회사의 크고 작은 조치들로 또한 우리의 다양한 제품 및 솔루션으로 무엇을 달성했는가를 보여주게 될 것입니다. "지구 기여도"에는 우리가 앞으로 더욱 지속적으로 줄이고자 하는 브리타의 탄소발자국도 고려하고, 또 한편으로는, 브리타 제품 솔루션을 사용하는 사람들로 절감되는 생수병의 양도 측정합니다. 이 두 번째 지수는 현재도 이미 인상적인 수준이며, 우리에게 더 많은 것을 달성할 수 있는 원동력이 되고 있습니다. 우리는 매년 40억개 이상의 생수병을 대체하고 있습니다. 정말 놀라운 수치입니다. 이 병들을 끝에서 끝까지 쭉 배열한다면, 적도를 35바퀴나 돌 수 있을 것입니다.

우리의 목표는 이 수치를 2025년까지 65억개로 늘리는 것입니다. 이 목표를 달성하기 위해 우리는 야심 찬 목표를 세워두었습니다. 이 보고서를 통해 그 목표들이 무엇이고, 또 무엇이 이미 시작되었는지 보여드리고자 합니다. 재미있게 읽으시 길 바랍니다.

끝으로 마치기 전, 마지막으로 개인적인 호소를 하고 싶습니다. "우리는 사람들이 물 마시는 방식을 지속가능하게 바꾸고 싶습니다." 이것이 우리의 비전입니다. 우리는 이 노력에 동참하는 모든 사람을 축하하며, 특히 미래 세대를 위해 우리가 이 진화이자 혁명에서 성공하기를 간절히 바랍니다.

마커스 핸커머 배상

CONTENT

#01 COMPANY

06
WIR SIND BRITA(우리는 브리타)

17
브라타의 지속가능성

21
이해관계자 교류

#02 PRODUCT

23
그렇게 간단하진 않습니다:
지속가능한 제품을 향한
긴 여정

27
함께하는 지속가능성 파트너들

28
지속가능한 스마트 마케팅

29
소비자 인식 속의
브리타 브랜드

31
무한한 가치가 있는 자원 -
브리타 Professional의 재활용

33
브리타 독일 이노베이션 어워드
2021 수상

34
FACTS AND FIGURES

#03 PEOPLE

39
브리타 그룹의 새로운 업무 방식: 뉴 와우
(New WOW!- Way of Working at BRITA)

42
브리타 바이탈:
건강을 최우선으로

43
코로나19 팬데믹

45
브리타 X: 혁신 연구소를
통해 보는 인사이트

47
#BRITaid – 좋은 일을 위해
함께 일하기

49
조직 내에 있는 잠재적 리더

50
FACTS AND FIGURES

#04 PLANET

56
바트캄베르크에 위치한
신규 생산시설:
지속가능성의 지붕 아래
지어진 건물

60
줄이기를 통한 더하기:
기후보호를 위한 우리의 공헌

63
WDC와 브리타:
고래, 바다, 세계적 효과

65
재사용이 주는 부가가치

67
환경을 향한 전세계적 열정

68
FACTS AND FIGURES

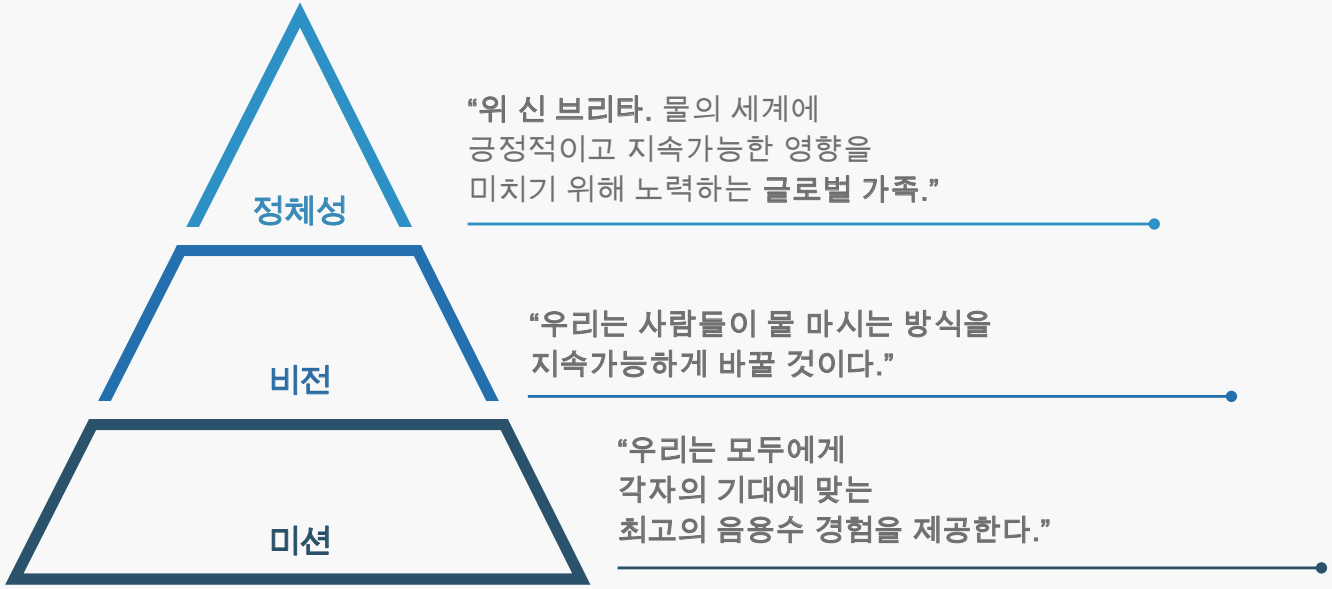
#01 COMPANY

WIR SIND BRITA(우리는 브리타)

'위 신 브리타'는 '우리는 브리타'라는 뜻이며, 독일의 정체성 다시 말해 장인 정신, 품질에 관한 브리타의 전문성을 담기 위해 독어를 그대로 사용하고 있다. 브리타는 음용수 최적화 · 맞춤화 분야에서 세계적으로 인정받는 전문기업입니다. 1970년 하인즈 핸커머는 저그형 필터 정수기를 개발하면서 틈새 시장을 발견한 후, 이 제품에 대한 시장을 지속적으로 창출해 나갔습니다. 그 후 이 중견 가족 기업은 하인즈의 아들인 마커스 핸커머에 의해 재정적 독립성과 장기적 사고방식을 갖춘 글로벌 다제품 기업이 되었습니다. 오늘날 비스바덴 근교 타우누스타인에 본사를 둔 브리타는 독일, 영국, 이탈리아, 중국에 4개의 생산시설이 있으며, 30개의 국내 및 해외 자회사를 보유하고 있고, 5개 대륙 70개국에 지사를 두고 있습니다.

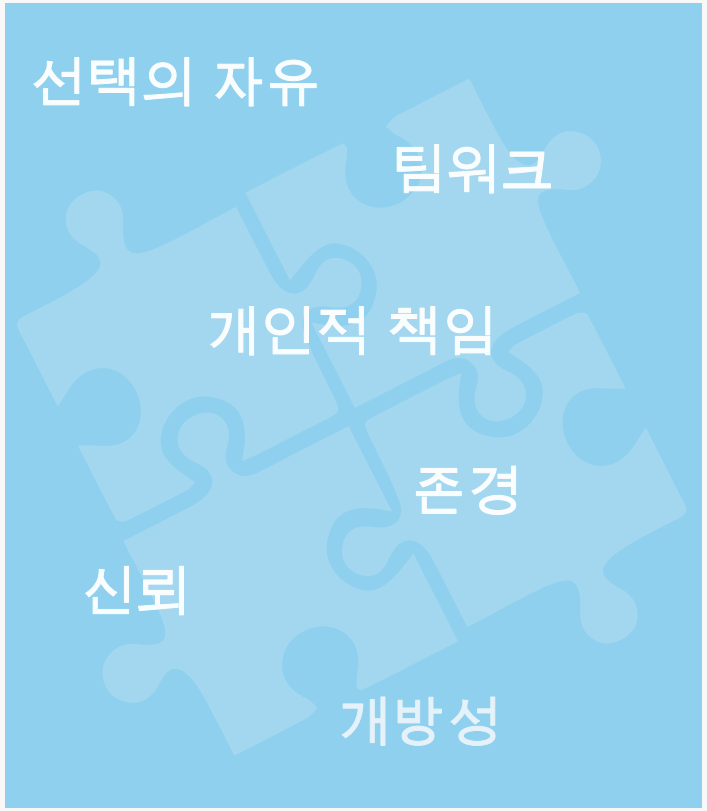
우리는 고유의 DNA, 즉 고유의 정체성을 가진 독특한 회사입니다. 이점을 모두에게 보여주기 위해, 2020년 우리는 기업의 비전 및 미션 외에 추가로 브리타의 정체성을 개발하여 전 직원에게 발표했습니다.

이 선언은 우리가 누구인지 잘 보여줍니다. 다양성을 부가 가치로 여기는 국제적인 독일 회사. 변화를 대한 진정한 야망을 갖고 있고, 우리의 열정과 집중력으로 사용 시점에서 음용수를 최적화하는 기업. 장기적인 관점에서 더 적은 플라스틱, 더 적은 탄소 배출로 세상을 조금 더 나은 곳으로 만들기를 원하는 기업이 브리타입니다.



가족 소유 기업으로서 우리는 항상 강력하고 일관되게 우리의 가치를 옹호해왔습니다. 회사의 빠른 발전과 강력한 성장에도 불구하고 이 사실은 변하지 않았으며, 앞으로도 변하지 않을 것입니다. 경영진과 전 직원은 이러한 가치가 필수적이며 사업적 전략만큼이나 회사의 성공에 기여한다는 사실을 알고 있습니다.

우리의 가치



제품군의 지속적 확장

우리의 미션은 “모든 사람에게 각자의 기대에 맞는 가능한 최상의 식수 경험을 제공”하는 것입니다. 이를 위해 우리는 수년 동안 제품 포트폴리오를 지속적으로 확장해왔습니다. 우리 모든 제품의 목표는 기술, 품질 및 디자인 측면에서 리더가 되는 것입니다. 우리의 제품은 브리타(BRITA), 비브로우(VIVREAU), 마베아(MAVEA)라는 브랜드로 시장에서 판매되고 있습니다.

일반 소비자 및 가정용 제품

- 저그형 필터 정수기와 카트리지
- 필터 장착식 물병 및 유리병
- 주방 수도꼭지 정수기, 파이프 연결식 정수기 및 필터 솔루션
- 버튼만 누르면 탄산수가 만들어지는 탄산수 제조기

전문가용 제품

- 업소용 필터 솔루션: 커피/에스프레소 머신, 자판기, 콤비스티머, 일반 오븐, 식기세척기
- 특정 타겟 대상 정수, 냉수, 탄산수, 온수가 나오는 파이프 연결식 정수기: 기업(예: 사무실, 산업현장), HORECA(예: 미식, 호텔, 케이터링), 의료(예: 병원, 요양원, 의원)

언제나 혁신 중

우리는 계속해서 고객의 기대와 요구에 맞게 제품과 서비스를 조정해 나가고 있습니다. 최근 몇 년 간 특별히 경수용으로 개발된 MAXTRA+ Expert 카트리지와 8리터 이상의 용량과 정확한 분배를 위한 물통 꼭지를 갖춘 Flow 필터형 정수 스테이션 등 새롭고 혁신적인 제품을 출시했습니다. 업소용 필터 카테고리에서는 기계에 대한 최적의 보호를 보장하면서 훌륭한

파이프 연결식 정수기 라인은 지속적으로 성장하고 있다.

커피 맛을 내기 위한 맞춤식 물을 제공하는 미네랄화 기술이 적용된 특허 받은 역삼투 시스템 PROGUARD Coffee를 개발했습니다.

최근 몇 년 동안 우리는 회사 역사상 가장 큰 개발 프로젝트로 파이프 연결식 정수기를 구현했습니다. 브리타 비브리오 Top 50/85, Extra I-Shape, Extra C-Shape, Fill 등 그 어느 때보다 높아진 신선하게 여과된 물에 수요를 만족시키기 위한 제품과 전문가 애플리케이션용 제품이 시장에 출시되었습니다.

기존 제품들 역시 지속적인 개발을 통해 최적화되고 있습니다. 예를 들어, 싱크대 수도꼭지에 설치하는 필터인 OnTap의 개선된 버전이 출시되었고, 기존 수도꼭지 대신 설치하여 수돗물과 신선하게 여과된 훌륭한 맛의 물을 둘 다 제공하는 최적화된 브리타 my Pure 3-way 탭도 출시되었습니다. 이 제품은 2021년 초 Green Product Award Editors Choice를 수상했습니다. 또한, 브리타 비브리오 Aquarite와 Top 15 등의 정수기에는 천연 냉매가 장착되어 친환경적일 뿐 아니라 에너지 효율도 훨씬 좋습니다.

2020년 우리는 또 다른 부문에 첫 발을 내디뎠습니다. 전 세계 CO_2 실린더 분야에서 가장 현대적인 회사인 필텍(Filltech GmbH)을 인수함으로써 우리는 정수기용 공급물량을 확보했을 뿐 아니라, 탄산수 제조기라는 매우 흥미로운 시장을 열게 되었습니다. 그 결과, 2021년 봄 우리는 독일 시장에 브리타 sodaONE이라는 첫 번째 탄산수 제조기를 출시했습니다.

5대륙의 지사들

브리타 그룹에는 타우누스타인에 본사를 둔 브리타 GmbH만 있는 것이 아닙니다. 전 세계에 퍼져 있는 총 30개의 자회사가 우리의 발전과 성장에 동등하게 기여하고 있고, 우리 제품은 총 70개 시장에 진출해 있습니다.

BRITA GmbH, Germany (Headquarters)
BRITA Water Filter Systems Pty. Ltd., Australia
BRITA China Co. Ltd., China
BRITA China Manufacturing Ltd., China
BRITA Hong Kong Ltd., Hong Kong
BRITA France S.A.R.L., France
BRITA Water Filter Systems Ltd., UK
BRITA Italia s.r.l. Unipersonale, Italy
BRITA Japan KK, Japan
BRITA Korea Co. Ltd., Korea
BRITA Polska S.p.z.o.o., Poland
BRITA Turkey Su Cözümleri Limited Sirketi, Turkey
BRITA OOO, Russia
BRITA Wasser-Filter-Systeme AG, Switzerland
BRITA Iberia S.L., Spain
BRITA Taiwan Co. Ltd., Taiwan
MAVEA LLC, USA
MAVEA Canada Inc., Canada
BRITA Italia Manufacturing Srl., Italy
BRITA Vivreau Limited, UK
Vivreau USA LP, USA
Vivreau Canada Inc., Canada
BRITA Vivreau B.V.B.A., Belgium
BRITA Vivreau B.V., Netherlands
BRITA Vivreau GmbH, Germany
BRITA India Water Solutions Private Ltd., India
BRITA Nordic A/S, Denmark
Filltech GmbH, Germany

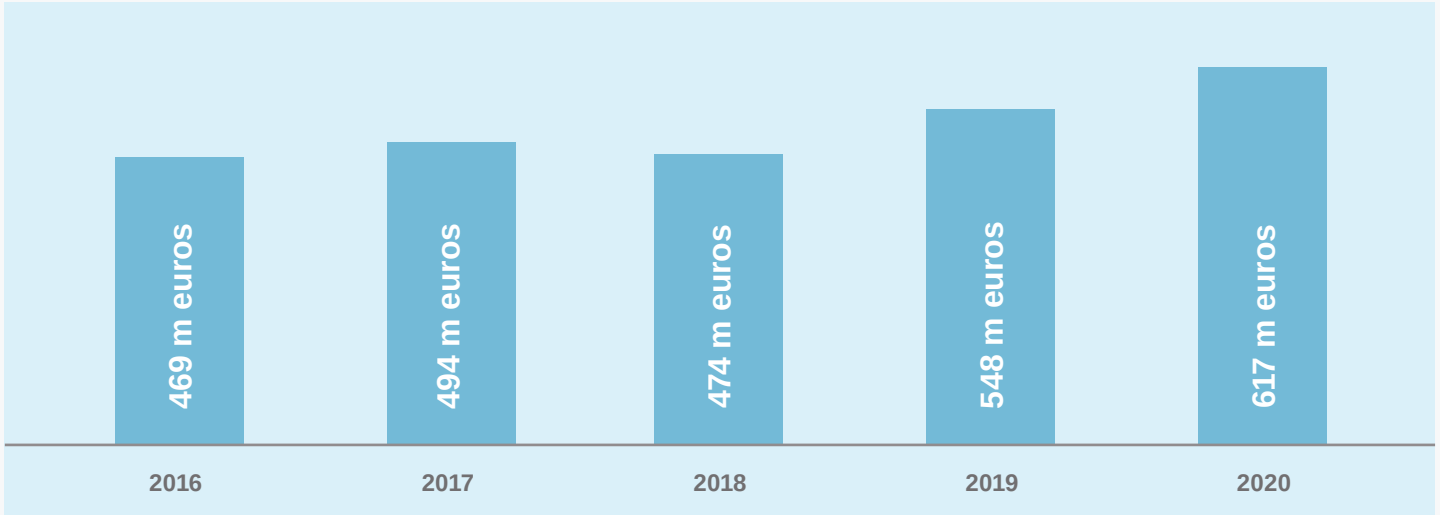
팬데믹 위기 속 성공은 계속되다

2019년의 역사적인 기록에 이어 2020년도 우리 회사 역사에 새로운 기록을 세운 해였습니다. 우리의 지속적인 성공은 전 세계에서 생산과 물류를 보장한 명확한 팬데믹 전략, 특히나 이러한 시기에 집에서 쉽게 맛있는 식수를 마실 수 있게 해주는 편리하고 안전한 제품에 높은 점수를 준 소비자들로부터 온 엄청난 반응, 환경 오염의 주범인 일회용 플라스틱의 퇴출과 지속가능성과 대한 그 어느 때보다도 강력한 약속으로 가능했습니다.

2020년 브리타 그룹의 총 매출액은 6억1,700만 유로(환율 조정 후 6억2,200만 유로)에 달했습니다. 이는 전년 대비(2019: 5억4,800만 유로) 12.6%의 성장이고 (환율 조정 후 13.6%), 총 매출액의 83%가 독일이 아닌 해외 매출이었습니다.

팬데믹이 창궐한 2020년에 보여준 성공과 팀워크는 인상깊었다.

브리타 그룹 연 매출액



소비자용 제품은 그룹 총매출의 75%인 4억 6,200만 유로를 기록했습니다(2019: 3억 7,900만 유로, +21.5%). 이 부문에서 가장 큰 시장 세 곳은 중국, 독일, 영국입니다. 호텔, 레스토랑, 케이터링 및 자판기용 필터 솔루션과 사무실, 학교, 병원 및 미식용 파이프 연결식 정수기를 포함하는 전문가용 제품군은 코로나19로 인한 여러 차례의 봉쇄령으로 타격이 있었지만, 1억 5,5000만 유로의 매출을 창출해(2019: 1억 6,900만 유로, -7.6%) 총매출의 25%를 차지했습니다. 전년도와 마찬가지로, 전문가용 제품의 가장 큰 시장은 독일, 영국, 스위스였습니다.

음용수 최적화 분야에서 유일하게 진정한 글로벌 브랜드인 브리타의 강력함도 우리의 가장 큰 자산입니다. 이는 코로나19 팬데믹 시기에 다시 한번 증명되었습니다. “당연하게도 이 시기에 생수를 사기 위해 가게에 가지 않고도 집에서 쉽게 먹을 수 있는 맛 좋은 식수에 대한 니즈가 엄청나게 커졌습니다. 전 세계의 사람들이 브리타를 신뢰하는 이유는 품질 좋고 안전하고 안정적인 기능을 제공하는 제품을 기대해도 된다는 사실을 알기 때문입니다.” 이 가족 소유 기업을 2대째 운영 중인 브리타 그룹의 CEO 마커스 핸커머는 브리타의 성공에 대해 이렇게 말합니다.

장기적 전망 및 미래에 대한 투자

지난 5년 동안, 우리는 “제2의 고향”을 만들겠다고 선언한 전략적 목표를 빠르게 실현해왔습니다. 일본, 대만, 중국, 홍콩 및 인도 대륙으로의 첫 발걸음을 내딛은 후, 2008년 한국의 젊은 브리타 팀이 본격적인 첫해를 시작했습니다. 한국은 브리타에게 매우 흥미로운 시장입니다. 품질과 기술에 특히 관심이 많은 한국인들은 독일 브랜드를 좋아합니다. 브리타의 저그형 필터 정수기는 음용수 최적화를 위한 스마트하고 “간단한” 방법을 한국에 처음으로 소개했고, 우리는 앞으로 아시아에서의 성공적인 확장을 계속 이어 나갈 것입니다.

미래경쟁력을 갖춘 인프라에 대한 투자 프로젝트

2018년 우리는 본사 인프라 확장을 목표로 회사 역사상 최대 규모의 투자 프로젝트를 시작했습니다. 총 투자금액이 최소 8천만 유로인 이 프로젝트는 생산, 물류, 관리에 대해 전체론 적인 접근방식을 취하고 있습니다. 이 확장 프로젝트에는 지속적인 성장도 고려되어 있습니다. 현재 예측 가능한 미래의 니즈에 대해 필수적인 적응을 하는 것뿐 아니라 최대한 미래지향적인 사고를 함으로써 헤센 본사가 지속가능한 방식으로 미래에 대한 경쟁력을 갖추도록 만들려고 하고 있습니다.

사실 그 시작은 이탈리아였습니다. 2018년 우리는 유럽에 또 하나의 현대적이고 확장가능한 제조시설을 지었습니다. 파이프 연결식 브리타 비브리오 정수기 라인의 생산법인인 브리타 Italia Manufacturing이 제노바 근교 알타레(Altare)에서 현재의 롬바르디아 아르사고 세프리오(Arsago Seprio)로 본사를 이전했습니다. 여기에서의 생산은 생산라인 4개와 직원 69명으로 처음 시작했습니다.

2020년에는 림뷔르흐(Limburg) 근처 베젤리히(Beselich)에서 새로운 유럽 물류창고가 가동을 시작했습니다. 17,000개의 팔레트 공간, 타우누스타인 생산 현장과의 인접성, 유럽의 가장 중요한 운송 허브 중 하나와의 우수한 연결성을 갖춘 이 물류창고는 고객에게 효율적인 공급망과 배송을 보장합니다.

광범위한 리노베이션 후 스위스 직원들은 현대적인 새 건물에서 일하기 시작했다.

2020년에는 생산시설을 타우누스타인(Taunusstein)에서 인근 바트캄베르크(Bad Camberg)로 이전하기 시작했습니다. 2020년 말 35,500제곱미터의 대지에 하이브리드 팀버를 사용해 사무실과 약 100개의 작업 공간을 갖춘 초현대적이고 지속가능한 생산시설이 지어졌습니다. 이 새로운 시설 덕분에 기존 브리타 포트폴리오에 대해 계획되어 있던 성장과 관련된 물량 증가를 처리할 수 있었습니다. 동시에 스위스에 남아있던 생산 라인이 바트캄베르크로 이전하고 스위스의 작은 제조 시설은 폐쇄했습니다. 모든 스위스 생산 직원은 스위스 판매 법인으로부터 대안적인 일자리 제안을 받았고, 이들도 2021년 지속가능한 새 건물로 들어갔습니다.

미래를 보여주는 지속가능한 건물: 독일 타우누스타인의 브리타 캠퍼스에 건설된 새로운 사무실 건물

물류와 생산 이외에도, 타우누스타인-노이호프(Taunusstein-Neuhof) 본사의 수용능력 또한 지속적으로 확장하며 미래에 대비하고 있습니다. 2021년부터 행정동 건물을 남쪽으로 확장하여 250개의 작업 공간을 추가적으로 확보할 것입니다. 또한, 같은 위치에 있는 기존 건물은 전면 리노베이션될 예정입니다. 두 건물의 사무실 컨셉은 "뉴와우(New Wow)"라는 아이디어에 맞게 조정되고, 다시 한 번 프라운호퍼 연구소(Fraunhofer Institute)와의 협력을 통해 두 건물 모두 커뮤니케이션을 촉진하는 유연한 최첨단 작업공간으로 탄생할 것입니다. 팬데믹 기간 동안 매우 성공적으로 구현되었던 홈오피스 개념 또한 미래에 중요한 역할을 할 것입니다.

기공식: 독일 바트캄베르크에 위치한 에너지 효율적인 새 생산 현장은 하이브리드 목재 건물이다.

중요한 인프라 프로젝트

2018	이탈리아 신규 정수기 생산시설
2020	독일 베젤리히 신규 중앙 물류창고
2020	독일 바트캄베르크 신규 필터 카트리지 생산시설
2021	스위스 신규 사무동 건물
2021	독일 타우누스타인 본사 사무실 건물 리노베이션 및 신축

브리타는 가족 기업

브리타 GmbH는 1966년 7월 1일 하인즈 핸커머에 의해 설립되었습니다. 오늘날 우리는 유한책임회사(GmbH)로 설립된 자율적이고, 재정적으로 독립된 가족 소유 기업입니다. 회사의 모든 운영 활동은 브리타 GmbH로 모여 관리됩니다. 1996년 8월까지는 회사의 설립자인 하인즈 핸커머가 단독 대표를 맡고 있었고, 1996년 8월 하인즈 핸커머의 아들인 마커스가 경영에 합류했습니다. 1999년 1월 1일 하인즈 핸커머에 이어 현재 브리타 그룹의 CEO인 마커스 핸커머를 대표로 선임되었습니다. 마커스 핸커머 외, 뤼디거 크뤼게와 슈테판 요니츠가 브리타 GmbH의 등기이사이자 매니징 디렉터로 등재되어 있습니다.

경영이사회

- **마커스 핸커머(Markus Hankammer),** 브리타 그룹 CEO
- **슈테판 요니츠(Stefan Jonitz),** 브리타 그룹 CFO
- **뤼디거 크뤼게 박사(Dr Rüdiger Kraege),** 브리타 그룹 CSO

브리타 그룹 경영이사회 (좌에서 우): 슈테판 요니츠, 마커스 핸커머, 뤼디거 크뤼게

보고 기간 동안, 경영이사회가 두 자리 축소되었고(Chief Marketing Officer, Chief Operational Officer), 이 두 자리의 책임과 의무는 경영이사회의 다른 구성원이 맡게 되었습니다.

감독이사회

1999년 브리타 GmbH의 지주회사인 Hanvest Holding GmbH의 감독이사회가 설립되었고, 설립 당시의 구성원은 하인즈 핸커머, 게르드 발거, 모스 케이디였습니다. 2013년 12월까지 하인즈 핸커머가 의장직을 맡았고, 후에는 명예회장으로 임명되었습니다. 감독이사회는 Hanvest Holding GmbH와 간접적으로는 그 계열사의 경영을 모니터링하며 자문을 제공합니다. 감독이사회는 Hanvest Holding GmbH 주주들에 의해 임명된 최소 3인으로 구성되어 있고, 현재 구성원은 아래와 같습니다.

- **모스 케이디(Moss Kadey)**
  감독이사회 의장, 1999년부터 감사이사회의 구성원이었으며, 엔젤투자회사인 Mossco Capital Inc.의 사장 겸 CEO이다
- **게르드 발거 교수/박사(Prof Dr Gerd Walger)**
  감독이사회 부의장, 1999년부터 감사이사회 구성원이었으며, 본인이 설립한 Institute for Entrepreneurial and Corporate Development (IUU)의 Mananing Director이다
- **브리타 핸커머(Brita Hankammer)**
  2002년 감독이사회 구성원이 되었고, Hanvest Holding GmbH의 주주이자 골프 리조트 Hofgut Georgenthal의 Managing Partner이다
- **안드레아스 랜드(Andreas Land)**
  2019년에 감독이사회의 구성원이 되었고, Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG의 Managing Partner이다

Hanvest Holding GmbH의 감독이사회(좌에서 우): 모스 케이디, 브리타 핸커머, 안드레아스 핸드, 게르드 발거.

감독이사회는 사업 개발을 논의하고, 기업 전략, 특정 주제, 예산, 투자 계획을 제시, 심의, 논의, 채택하기 위해 1년에 적어도 3번의 회의를 개최합니다.

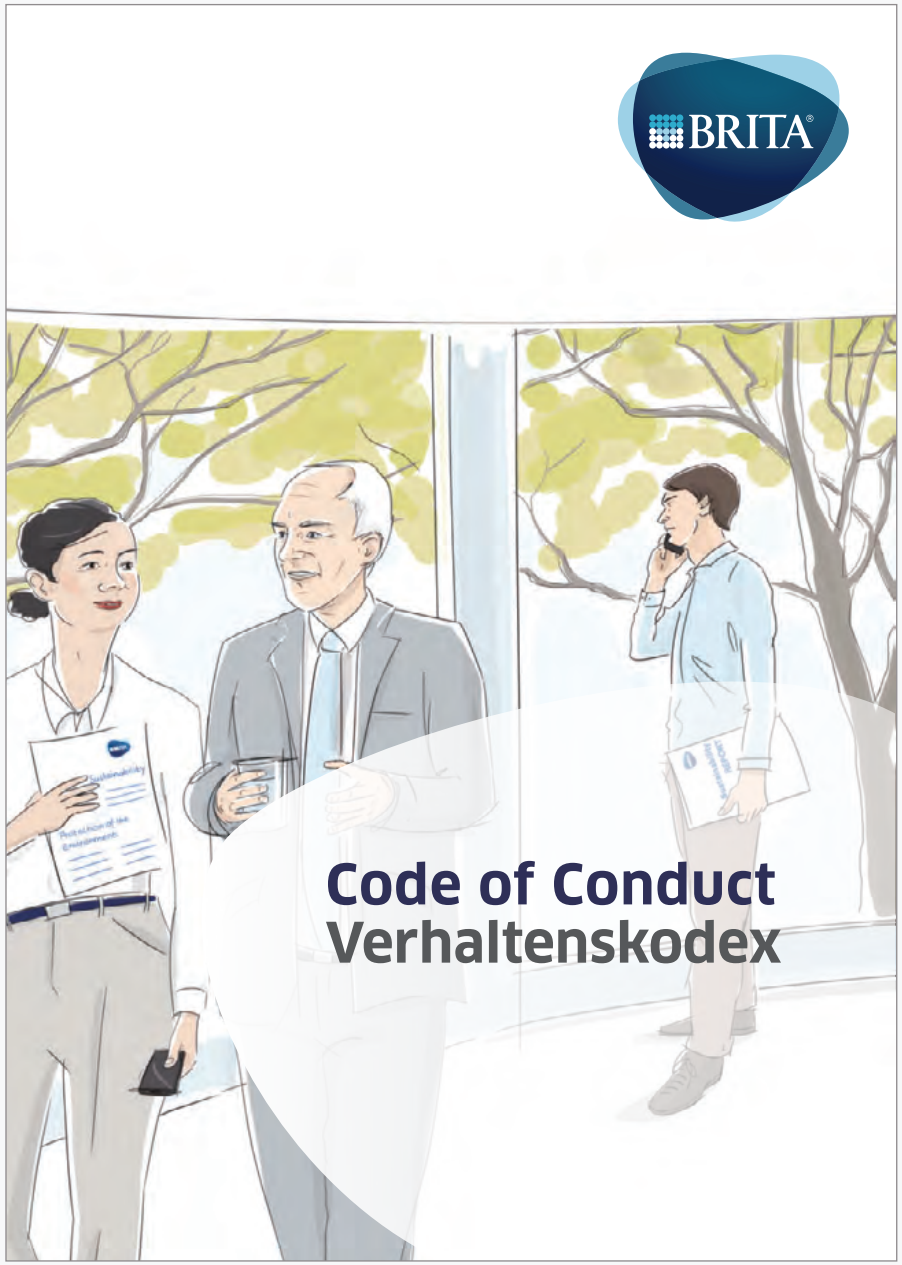
가치지향적 사업: 기업 규범

브리타에게 기업 컴플라이언스는 단순히 법과 규칙을 지키는 것 이상의 의미를 가집니다. 브리타 기업 문화의 근본에는 청렴성에 기반해 수행되는 책임 있는 행동이 있고, 이는 이사회를 포함한 모든 직원에게 동등하게 요구됩니다. 컴플라이언스 부서는 피해를 방지 또는 조기에 감지하기 위해 위험 관리의 일환으로 예방 및 대응 조치를 개발하고 실행합니다. 그럼에도 불구하고 경영진에게는 특별한 역할이 요구됩니다. 경영진은 직원에게 모범이 되어야 할 의무가 있습니다. 법, 규범, 기준에 대한 위반은 지속적으로 추적되고, 필요시 징계 조치로 이어집니다.

컴플라이언스는 브리타의 중심적인 기능으로, 여러 사업부에서 현지에 맞게 구현되고 있습니다. 컴플라이언스 기능은 타우누스타인 본사에 위치한 CFO 직보 부서인 Group Legal & Compliance(그룹 법무 및 컴플라이언스) 팀에 포함되어 있습니다. 중앙 컴플라이언스 부서는 교육 세션과 세미나를 조직하고, 내외부 규정이 준수되고 있는지 모니터링하고, 전 세계 모든 지사에 대해 구속력이 있는 내부 기준이 잘 시행되도록 지원합니다. 또, 컴플라이언스 규정의 위반이 의심되는 경우, 내사를 실시합니다. 여러 국가에서 재무 이사가 현지 컴플라이언스 책임자를 맡고 있으며, 관련 조치의 이행에 대한 책임을 집니다.

전 직원이 컴플라이언스에 대해 쉽게 이해하도록 돕기 위해 브리타에는 2개의 문서가 있습니다. ➥행동규범과 “컴플라이언스 – 모두 참여해 봅시다”라는 인식개선 브로셔입니다. 이 두 문서는 현재 12개의 언어로 제공되고 있습니다. 하지만, 컴플라이언스는 문서를 통해서가 아니라 우리 직원들의 가치에 기반한 행동을 통해 비로소 구현되는 것입니다. 우리는 내부 커뮤니케이션과 참여형 워크숍을 통해 직원들이 컴플라이언스 관련 문제를 양심적으로 다루도록 동기를 부여하고 또 힘을 실어주고 있습니다.

그러나 좋은 기업 거버넌스는 컴플라이언스 그 이상이 되어야 합니다. 브리타에게 이는 안정적이고 보수가 좋은 일자리를 통해, 금융 및 과세당국, 소비자, 공급업체, 직원 및 파트너사와의 열려있고 솔직한 대화를 통해, 또 우리가 생산하고 일하고 살고 있는 지역에 공정한 재정적 기여를 하는 것을 통해 회사로서 사회에 가치 있는 기여를 하는 것을 의미합니다. 따라서, 브리타는 지속가능성을 지향하는 조세 전략을 추구하고, 공격적인 조세 계획에 기반한 순수한 조세 최적화를 지양합니다.



브리타 그룹의 주요 연혁

1966

1966년 7월 1일
하인즈 핸커머가 브리타 GmbH
(전신: Chemie 브리타 Geräte)
설립

1970

최초의 가정용
정수 필터

1980

해외 판매 개시

신규 제품군:
전문가용 정수 필터

1992

필터 카트리지
최초 재활용

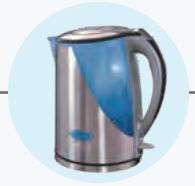
1999

하인즈 핸커머가 새로 설립된
감독이사회 의장으로 취임

마커스 핸커머가
경영을 맡음

2004

브리타 Integrated
Solutions 출시
(주방가전에 브리타 정수
필터 기술 적용)



2010

새로운 시장 부문 진출:
파이프 연결식 정수기

2015

타우누스타인 본사에 연구소를 둔
관능검사(Organoleptic) 부서

아시아를 브리타 "제2의 고향"으로

2016

창립 50주년

플라스틱 폐기물로부터
바다와 해양 동물을 보호하기 위해
WDC(Whale and Dolphin
Conservation)와 협력 시작

2020

2025년 전략
"지속가능한 솔루션 만들기"
전략으로 지속가능성에 중점

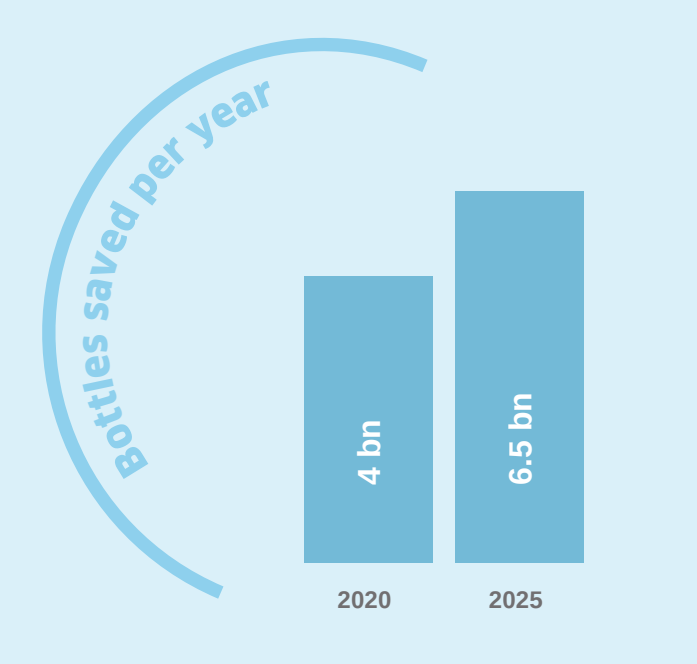
2025 새로운 전략의 핵심에 위치한 지속가능성

2020년까지의 5개년 전략 기간 동안, 우리는 유럽 중심 기업에서 글로벌 기업으로 성장하고, 브리타 저그형 필터 정수기를 넘어 다양한 제품군을 가진 기업이 되는 것을 목표로 설정했고, 두 목표 모두 달성했습니다. 이제 우리는 최종적으로 지속가능성을 우리의 새로운 전략 "지속가능한 솔루션 만들기"의 핵심에 두었습니다.

브리타 그룹 CEO 마커스 핸커머: "1990년대 초부터 우리는 재활용 가능한 카트리지로 지속가능성으로 가는 길을 닦고 있었습니다. 우리 필터의 재료 중 하나인 이온교환수지의 재생 시스템은 참신한 발명이었죠. 우리는 수 년에 걸쳐 소비자와 고객의 마음속에 플라스틱 병에 담긴 생수를 대체할 지속가능한 대안을 제공하는 회사로 자리 잡았습니다. 이제 우리는 지구를 조금 더 나은 곳으로 만들기 위해 진지하게 움직이고 있습니다. 물론 매우 야심찬 소리로 들리겠지만, 모두 알다시피 '천 리 길도 한 걸음부터' 시작하는 법입니다."

"지속가능한 솔루션 만들기"는 또 하나의 중요한 이정표를 함께 가지고왔습니다. 앞으로 우리는 매출과 이익이라는 전통적인 경영 지표 외에 "지구 기여도"라는 지속가능성 지표를 경영 KPI에 추가할 것입니다. 이는 우리가 크고 작은 조치로 회사 내에서 또 우리의 제품과 솔루션으로 회사 밖에서 달성하는 결과를 측정 가능하고 가시적으로 만들어 줄 것입니다.

대표적인 예: 브리타 제품 솔루션으로 절감되는 생수병 수. "현재의 성과도 이미 인상적이지만 우리는 계속해서 더 앞으로 나아갈 것입니다."라고 브리타 CFO 슈테판 요니츠는 말합니다. "이미 매년 40억개 이상의 생수병이 절감되고 있습니다. 이 병들을 끝에서 끝으로 세우면, 적도를 35번 돌 수 있는 길이입니다. 우리의 목표는 2025년까지 매년 절감되는 생수병의 수를 65억개까지 늘리는 것입니다."



계속해서 강한 성장에 중점을 두고 있는 우리의 기업 전략은 특정 제품 부문에서 우리가 탁월한 시장 포지션을 갖고 있다는 점에 기반하고 있으며, 명확한 지속가능성 메시지가 바탕에 깔려있는 성공을 향해 일관된 여정을 추구하고 있습니다. 각 지역, 시장 및 제품에 맞는 전략적인 이니셔티브와 목표는 바로 이 기업 목표로부터 파생됩니다. 경영과 기업의 지속가능성 목표를 연결함으로써, "지속가능한 솔루션 만들기" 전략은, 회사 역사상 최초로, 모든 기업 프로세스와 의사결정에 지속가능성을 포함시키는 것에 대해 조직 전체에 매우 분명한 인센티브를 제공하여 브리타의 장기적인 성공을 보장하고 있습니다. ■

브리타의 지속가능성

현재 진행 중인 과업

- 지속가능성 보고서 구체화 및 확대
- 지속가능성 주제에 대한 원활한 조율을 위해 조직 전체적으로 추가 노하우 개발
- 새 인트라넷과 직원을 위한 다양한 참여 및 정보공유 형식을 통해 내부 커뮤니케이션 강화
- 외부 이해관계자가 참여한 가운데 중점 주제에 대한 정기적 검토

> 우리는 사람들이 물 마시는 방식을 지속가능하게 바꾸고 싶습니다.

우리의 기업 비전을 보면, 지속가능성과 기업의 책임은 이미 우리의 정체성, 행동, 신념의 일부로 확고히 자리 잡고 있습니다. 우리의 CEO인 마커스 핸커머의 책임, 의사결정 행위에는 브리타의 가치와 회사 소유주로서 핸커머 가족의 자아상이 녹아 있습니다. 이는 단순히 직원에 대한 책임뿐 아니라 안정적이고 건전한 일자리에 대한 책임, 혁신적이고 품질 좋은 제품에 대한 책임, 회사의 장기적인 성장에 대한 책임, 또 지구와 지구에서 살고 있는 사람들에 대한 책임과 다음 세대가 살아갈 미래에 대한 책임이 포함됩니다. 기업 책임에 대한 브리타의 정의는 ➥ 브리타의 글로벌 약속(BRITA Global Commitment)에 명시되어 있습니다.

우리의 제품 포트폴리오 덕분에 우리는 이 비전을 달성할 수 있는 훌륭한 출발점에 서있습니다. 우리는 생수에 대한 친환경적인 대안을 제공하고, 이 대안은 이미 자원을 보호하고 폐기물과 탄소 배출을 방지하는 것으로 입증되었습니다. 하지만 우리의 책임은 여기서 끝나지 않습니다. 기업으로서, 우리의 활동은 기후 변화에 기여하고 자원을 소비합니다. 그래서 우리는 이러한 영향을 줄이고 더 나아가 완전히 방지하려는 여정을 시작했습니다. 아직 갈 길이 멀다는 건 잘 알고 있습니다. 하지만 우리에겐 강력한 동기가 있고 한 번에 한 걸음씩 목표에 도달할 것입니다.

지속가능한 솔루션 만들기 – 미래를 위한 기업 전략

2020년 말 도입된 “지속가능한 솔루션 만들기”라는 새로운 기업 전략으로 지속가능성이 마침내 우리 활동의 중심에 자리잡게 되었습니다. 2025년까지 우리는 지속가능한 음용수 솔루션을 제공하여 우리 자신의 기대뿐 아니라 고객, 소비자, 파트너 및 시장의 증가하는 수요를 충족시키고자 합니다.

매출 ····· **지구 기여도** ····· **이익**

제품 영향력

더 지속가능한 제품을 개발하고,
브리타 제품 사용으로 생수병을 대체하기 위한 이니셔티브

기업 탄소 발자국

우리의 탄소 발자국과
자원 소비를 줄이기 위한 이니셔티브

우리가 지속가능한 방식에 대해 얼마나 진지한지 보여주기 위해 우리는 매출 및 이익과 함께 기업의 제어 변수로 기능하게 될 추가적인 주요 성과 지표인➥지구 기여도를 개발했습니다. 지구 기여도는 우리 제품의 영향력(생수병 및 탄소 배출 감축을 통한 브리타 제품의 긍정적인 영향)과 기업의 탄소 발자국(우리 회사의 활동으로 야기된 환경적 영향)을 모두 측정합니다. 우리의 목표는 기업의 탄소 발자국을 최대한 줄이면서 제품의 영향력을 높이는 것입니다.

이제 다음 단계로 우리는 지구 기여도의 주요 지표를 구체화하고 이를 내부 보고에 포함할 것입니다. 우리 회사의 탄소 발자국과 관련해서는 탄소 중립으로 가는 장기적인 여정과 중기적 감축 타깃을 정의할 것입니다.

“탄소 중립(Net Zero)”은 무엇인가?

탄소 중립(순 배출 제로)이란 기업이 가치 사슬에서 책임져야 하는 탄소 배출량을 최대한 감축하고 보상 프로젝트나 탄소 저장을 통해 점진적으로 탄소 순배출이 제로(0)가 되도록 하는 것이다.

지속가능성 헌장 - 2025년까지 우리의 여정

브리타 지속가능성 헌장은 2025년까지의 우리 여정에 대한 지침으로, 우리의 중점 행동 영역과 명확한 목표 및 우리가 구체적인 수치로 측정하고 관리해야 하는 성과물이 정의되어 있습니다. 동시에, 우리에게 방향을 제시하고 직원과 관리자 모두를 위한 원칙으로서 기능하기 위해 작성되었습니다.

2025년에 우리 제품은 **65억 개 이상의 생수병**을 대체하고 **CO_2 배출량을 100만 톤** 줄일 것입니다. 그러나 지구를 보호하기 위해서는 더 많은 노력이 필요하며, 우리는 4가지 지속가능성 중점 영역에서 명확한 목표를 추구하며 그 노력을 기울이고 있습니다.

	소재	포장	재사용 및 재활용	탄소 배출
OUR AMBITIONS	우리 제품은 폐기물 및 탄소 배출 절감에 도움이 됩니다. 우리의 긍정적인 영향력을 더 강화하기 위해, 우리는 버진 플라스틱에 대한 의존도를 줄이고 우리 제품의 발자국을 줄이겠습니다.	포장재 폐기물은 전지구적 문제입니다. 우리는 포장재를 더 적게 사용하고, 버진 플라스틱을 대체하고, 더 지속가능한 재료를 사용함으로써 우리의 발자국을 줄이겠습니다.	우리는 단순히 폐기되는 양을 줄이는 것보다 제품 소재를 재사용하고 고품질 재활용을 가능케 하는 것을 더 우선시합니다. 우리는 우리 제품의 소재가 가치 있는 제2의 삶을 살게 되기를 바랍니다.	우리 회사의 탄소 발자국을 줄이는 것은 기후 변화와의 싸움에 중요한기여를 할 수 있습니다. 우리는 탄소 배출을 최소화하고 피할 수 없는 배출은 상쇄함으로써 이 목표를 달성할 것입니다.
OUR GOALS	• 2025년까지 시그니처 제품 포트폴리오 내 버진 플라스틱 사용 30% 감축	• 2025년까지 포장재 5,000톤 감축 • 2025년부터 신규 포장에 버진 플라스틱 사용 금지 • 우리 포장재가 100% 재활용 가능하도록 보장함으로써 순환 경제 지원	• 2025년까지 이온교환수지 반납율 20%까지 증대 • 2023년까지 디스펜서 리퍼 개념 시행	• 2030년부터 Scope 1+2와 물류, 선단 및 이동에서 발생하는 배출에 대해 탄소 중립 구현 • 2023년까지 탄소 중립으로 가는 여정을 정의

지속가능성 헌장은 브리타와 전략적 연관성이 깊은 주제들을 반영합니다. 이 주제들은 내부 이해관계자 설문조사를 통해 파악되고 우선순위가 정해졌으며, 또한 2017년에 수행된 중요성(Materiality) 분석의 결과도 반영되었습니다. 이 초기적 우선순위에 따라, 우리가 도출한 인사이트는 시장 조사에서 수행된 설문 결과, 지속가능성에 대한 일반적인 트렌드 연구, 고객 및 기타 이익 집단과의 교류에서 도출한 관찰 결과 등을 통해 강화되었습니다. 우리는 경영이사회와 긴밀히 협력하며 2025년을 위한 구체적인 타깃을 설정했고, 이는 지속가능성 헌장에 명시되어 있습니다. 앞으로 우리는 주요 이해관계자와의 교류를 강화하고 고객 및 파트너사로부터 우리 활동의 중점에 대해 정기적인 피드백을 받을 것입니다.

한 팀으로 지속가능성 실천하기

기업으로서 우리는 모두 함께 힘을 모아야 목표를 달성할 수 있습니다. 우리의 전략과 지속가능성 헌장의 지속적 시행을 보장하기 위해 우리는 다양한 관리 수준에서 상시 조직과 위원회를 설립했습니다.

전반적인 모든 전략적 의사결정은 경영이사회에서 이루어집니다. **경영이사회**는 관련 이해관계자 및 내부 전문가와 함께 전략적 목표와 변수를 설정하고 기본적인 의사결정을 내립니다. 이런 방식을 통해 브리타의 전략적 · 경제적 맥락을 고려하면서 지속가능성에 대한 전체론 적인 관점을 유지할 수 있습니다. 또한, CEO 마커스 핸커머가 이끄는 경영이사회는 우리 회사의 역할 모델로서 지속가능한 사고방식을 추구하는 브리타 기업 문화의 지속적인 발전을 지원하고 있고, 새로운 경영 핵심성과지표인 지구 기여도를 최고경영진 수준의 주요 의사결정 프로세스에 포함시키는 것이 이 노력의 중심에 있습니다.

전략적 사업 부서 및 본사 중앙 부서의 **임원들**뿐 아니라 우리 자회사의 **경영진** 또한 기업 및 지속가능성 전략의 구현에 대한 책임이 있습니다. 이들은 주요 이니셔티브를 계획하고, 관리하고, 조율하며, 경영이사회에 정기적으로 보고합니다.

Strategic Sustainability & Corporate Responsibility(전략적 지속가능성 및 기업적 책임)의 중심적인 기능은 작년부터 Corporate Development(기업 발전) 팀에 포함되어, 마커스 핸커머 CEO 및 경영이사회 직속 부서가 되었습니다. 이 부서는 본사의 전문 부서 및 현지 시장 조직과 협력하며 지속가능성 활동의 실행과 추가 개발을 지원 · 조율하고, 브리타 지속가능성 포럼을 이끌며, 경영이사회에 정기적으로 보고합니다.

신설된 **브리타 지속가능성 포럼**은 모든 부서 및 자회사의 **지속가능성 대사들**이 함께 모여 여러 활동들이 실무 수준에서 효율적으로 조율될 수 있도록 논의하는 자리입니다. 지속가능성 대사와 더불어, **지속가능성 전문가들**은 (예를 들어, 보건, 안전 및 환경 부서 소속) 특정 주제에 대한 실무적인 책임자로서 중앙 부서를 지원합니다. 또한, 지속가능성 대사는 소속 부서의 지속가능성에 대해 문의가 있을 경우, 주 연락 창구 역할을 하기도 합니다. 이들은 전략적 이니셔티브의 실행을 지원하고 회사 전체에 지속가능성 사고방식이 확산되도록 돕습니다.

브리타의 모든 직원은 회사 목표 달성을 위해 중요한 역할을 수행합니다. 직원들은 자신의 행동, 아이디어 및 전문성을 통해 우리를 매일 조금 더 나은 회사로 만드는 데 기여하고 있습니다. 직원들이 우리의 성공에 대해 더 큰 주인의식을 갖도록 하기 위해 우리는 앞으로 더 많은 참여 형식과 이벤트를 개발하고, 진행 상황에 대한 정보를 정기적으로 직원들과 공유할 것입니다. ■

이해관계자 교류

다양한 이해관계자와의 정기적인 교류는 우리 성공의 중요한 부분입니다. 특히 지속가능성에 관한 한, 이는 상황을 정확히 이해하고 기대치와 요구사항을 조기에 파악할 수 있는 가장 좋은 방법입니다. 예를 들어, 우리는 고객, 사업 파트너 및 공급업체들과 진행하는 연례 점검 회의나 고객 미팅을 통해 새로운 관련 정보를 얻고 협력 기회에 대해 논의할 수 있습니다. 또한 우리는 제품, 소재 및 포장재와 관련한 지속가능성 요구사항을 충족시키기 위한 여러 개발 프로젝트를 통해 이해관계자와 긴밀한 협력하고 있습니다.

소비자는 SNS나 고객센터를 통해 우리에게 직접 연락할 수 있습니다. 우리는 소비자 설문조사와 시장 조사를 통해 일반적인 소비자 질문이나 특정 고객의 질문에 대한 답변을 수집하고 논의합니다. 컨퍼런스, 무역 박람회 및 기타 행사에서 우리는 소비자와 공급업체뿐 아니라 공공 기관, 비영리 단체 및 기타 이해관계자와 적극적으로 교류하며, 지방정부, 중앙정부 및 언론과 프로페셔널한 신뢰 관계를 유지하고 있습니다.

많은 곳에서 지속가능성 이슈는 이미 시장 조사나 공급업체 설문조사 같은 이해관계자와의 대화에서 필수불가결한 부분입니다. 앞으로 우리는 이런 주제에 대해 관련 이해관계자와의 교류를 보다 체계적인 방식으로 진행하고자 합니다. 또한 인트라넷 정보 허브를 통해 지속가능성에 대한 내부 커뮤니케이션 역시 더욱 확대될 것입니다.

브리타는 우리 핵심 사업과 관련된 다양한 국내 및 국제 네트워크, 협회, 조직에서 활발히 활동하고 있습니다. 이는 주요 이해관계자와의 교류에 도움이 될 뿐 아니라 전문가 단체 및 위원회에 참여함으로써 우리의 전문성을 더욱 확장할 수 있습니다. ■

브리타 멤버십(일부 발췌)

Aqua España
British Home Enhancement Trade Association(BHETA)
Federal Association for the German Vending Industry(BDV)
German Association of Companies in the Gas and Water Sector(figawa)
European Drinking Water
European Tea Association
European Vending & Coffee Service Association(EVA)
Foodservice Equipment AssociationUK
Forum del Café
Forum Trinkwasser e.V.(Drinking Water Forum)
German Watercooler Association(GWCA)
Industrial Association of House, Heating and Kitchen Technology(HKI)
Japan Water Purifier Association
German Federation for Food Law and Food Science
Markenverband e.V.(The German Brands Association)
NSF International – The Public Health and Safety Organization
Society for Hospitality and Foodservice Management(SHFM)
Speciality Coffee Association(SCA)
Union des professionnels du traitement de l'eau(UAE)
Watercoolers Europe(EWCA)
Water Quality Association USA(WQA)
German Electrical and Electronic Manufacturers' Association(ZVEI)

#02 PRODUCT

그렇게 간단하진 않습니다: 지속가능한 제품을 향한 긴 여정

“이 제품은 탄소 발자국이 어떻게 되나요?” “온라인으로 주문했을 때, 정수기가 왜 2개 이상의 박스에 포장되어 오나요?” “이 기업은 제품을 재활용하나요?” 점점 더 많은 소비자, 소매업체 및 유통업체가 보다 지속가능한 선택을 하고 싶어하고, 기업의 환경 정책에 대해 알고 싶어합니다. 브리타는 이미 수 년 전부터 지속가능성과 자원의 책임 있는 사용을 위한 노력을 기울여 왔습니다. 보다 구체적으로 말하자면, 우리는 더 지속가능한 제품을 위한 전략과 솔루션을 개발한다는 뜻입니다. 이런 조치와 혁신 중 일부는 효과적이지만, 어떤 경우에는 규제나 위생 관련 요건으로 인해 구현이 어렵거나 장기적인 집중 연구개발이 필요할 때도 있습니다. 결론적으로, 항상 쉬운 건 아니지만 모든 개선은 의미가 있습니다. 이것이 우리가 지속적으로 대안적인 방식을 찾으려고 노력하는 이유입니다. 그렇다면, 이 노력이 현실에서는 어떤 모습으로 나타날까요?

배송 상자를 없애서 더 지속가능하게

국제적인 사업을 하는 회사로서, 브리타의 제품은 온 • 오프라인을 포함 전 세계 거의 모든 곳에서 유통됩니다. 특히, 온라인 사업은 꾸준히 성장하고 있습니다. “예를 들자면, 우리에게 가장 크고 가장 빠르게 성장하는 시장인 중국에서, 온라인 사업은 전체의 80%를 차지합니다”라고 소비자 마케팅 PM인 폴린 스웨그만(Pauline Swaagman)은 말합니다. “유럽 상황도 비슷합니다. 온라인 사업이 전체 물량의 50% 이상을 차지합니다.” 코로나19로 인해 2020년 전체 글로벌 e커머스 시장은 또 한 번 놀라운 속도로 성장했습니다.

온라인 구매는 주문이 편리하고, 집까지 배달되고, 24시간 이용 가능하다는 등의 고객에게 많은 편리함을 제공합니다. 하지만 지역 상점에서 구매하는 것에 비해 더 많은 운송과 포장이 필요합니다. 우리는 작년 포장을 줄이기 위한 노력을 강화했습니다. 예를 들어, 아마존에서 저그형 필터 정수기를 주문하면, 그 제품은 먼저 브리타에서 일반 카톤박스에 포장이 되고 그 후 온라인 판매자에 의해 또 한 번 택배상자에 포장이 됩니다. 그러나 이보다 더 좋은 방법이 있습니다. 앞으로는 두 개의 상자 대신 한 개의 상자만 사용될 것입니다. “SIOC(Ships in Own Container)” 원칙은 온라인 리테일러 아마존이 유럽에서 처음 개발해 2021년 발표한 정책입니다. 이 원칙을 지키기 위해 우리는 특정 기간 동안 특정한 제품 세트만을 판매하는 프로모션 번들을 위한 새로운 SIOC 포장을 개발했고, 종이 상자 내부가 제품에 딱 맞도록 특별히 설계되었습니다. “이 상자는 제품이 소비자에게 손상되지 않은 상태로 도착하도록 보장하기 위해 광범위한 운송 테스트를 통과해야 합니다”라고 클래식 필터 PM인 이사벨 고저스(Isabel Gorges)는 말합니다. 세계적으로 인정받는 ISTA(International Safe Transit Association)의 테스트 절차 표준을 충족하기 위해, 이 상자는 컨베이어 벨트에서의 처리, 트럭 운송 및 낙하 테스트를 포함한 철저한 테스트를 거쳤습니다.

대안적인 포장재 – 실패가 없으면 성공도 없다

제품을 오염이나 손상으로부터 안전히 보호하기 위해, 정수기 본체와 뚜껑, 깔때기를 모두 상자에 넣은 후 초박형 밀폐 폴리프로필렌 봉지로 상자를 감쌉니다. 우리는 또한 포장에서 플라스틱의 사용을 점차 줄이기 위해 대안적인 재료의 사용을 모색하고 있습니다. “우리는 플리스, 부드러운 종이, 자국방지제로 코팅된 판지, 면, 왁스지 및 심지어 과일망으로까지 실험을 해봤지만, 지금까지 테스트한 재료 중 지속가능한 방식으로 생산되면서 우리가 현재 사용하는 비닐봉지만큼의 보호 효과가 있는 재료는 없었습니다”라고 포장 팀 동료들과 함께 열심히 대안을 찾고 있는 이사벨 고저스가 설명합니다.

고려 중인 옵션 중 하나는 부드러운 셀룰로오스 플리스로 내부가 코팅된 카톤박스였는데, “정수기 본체에 흠집을 내지 않고서는 진동 테이블 테스트를 통과하지 못했습니다.

현미경으로 보니, 육안으로는 부드럽고 매끄러워 보이는 표면에 미세한 섬유가 튀어나와 있었고, 그것으로 인해 흠집이 발생했습니다." 여기서 또 중요한 문제는 아직까지 기존 재활용 시스템으로 재활용된 플라스틱 소재는 요구되는 기준을 충족하지 못한다는 것입니다. 이는 우리 저그형 필터 정수기가 식수와 바로 접촉하기 때문에 식품 위생 요건이 적용되기 때문입니다. 기준을 충족하는 재활용 플라스틱은 찾기 어렵습니다. 하지만 지속가능한 대안을 찾는 과정이 벽에 부딪힌다 하더라도 우리 사전에 포기는 없습니다. 평가해 볼 수 있는 잠재적인 새로운 솔루션이 계속해서 나오고 있고 지속가능한 포장 분야에서 기술적 혁신이 빠르게 일어나고 있습니다. 그렇기 때문에 우리는 화석 연료 기반의 버진 플라스틱을 단계적으로 포장에서 제외하려는 우리의 목표에 대해 낙관적입니다.

반품을 줄여 자원의 낭비를 막는 포장

우리가 지금 사용하고 있는 폴리프로필렌이 다 나쁜 것은 아닙니다. 가장 큰 장점은 재활용되어 재료 가치 흐름에 다시 들어가 다른 제품에 사용될 수 있다는 점입니다. 그뿐 아니라, 제품에 대한 최적의 보호를 제공해 제품이 손상되지 않은 상태로 소비자에게 도달할 수 있습니다. 이로써 반품을 예방할 수 있어, 불필요한 운송 배출량을 줄이고 잠재적으로 반품 상품의 폐기를 예방하여 자원의 낭비를 방지할 수 있습니다. "플라스틱의 유일한 주요 단점은 화석 연료로 기반이라 재활용되지 않으면 분해되지 않는다는 것"이라고 산업 공학 포장 부서의 수석 매니저인 버깃 디글러 바이트브렉트(Birgit Degeler-Weitbrecht)는 망설임 없이 인정합니다. "우리의 궁극적인 목표는 재활용 판지나 바이오 기반 재료만을 사용하여 화석 연료 기반 버진 플라스틱을 전혀 사용하지 않고 우리 제품을 포장하는 것입니다."

여전히 갈 길이 멀지만, 이런 작은 발걸음들이 결국 우리를 목표로 이끌어 줄 것입니다. 모든 작은 승리가 중요합니다. 한 가지 예를 들자면, 우리는 저그형 필터 정수기의 안정적인 운송을 위해 사용하던 스티로폼 내부 포장재를 성공적으로 재활용 골판지로 만든 포장재로 대체했습니다.

플라스틱 대체재를 찾는 어려운 여정

브리타 전문가들은 포장뿐 아니라 제품에 사용할 수 있는 더 지속가능한 대안 소재도 찾고 있습니다. 우리 호스피탈리티(환대 산업) 및 대규모 고객 사업용 카트리지의 90%를 차지하는 PURITY와 PURITY C 필터 카트리지가 좋은 예입니다. 대용량 음용수 여과용 PURITY와 2008년에 출시된 PURITY C는 서로 운영 개념은 다르지만 거의 동일한 소재, 즉 폴리프로필렌(PP), 폴리에틸렌 테레프탈레이트(PET), 유리 섬유, 이온교환수지, 활성탄으로 만들어집니다.

카트리지 하우징의 압력 안정성을 보장해야 하고, 식수 적용에 대한 인증을 받은 소재여야 하며, 가벼운 소재여야 한다는 등의 여러 이유로 인해 전문가용 필터 카트리지에는 플라스틱을 사용합니다. 또한, 카트리지는 국가별로 다른 여러 규제적인 요건도 충족해야 합니다. 예를 들어, PURITY C 카트리지는 유럽에서만 5~10개의 인증을 받아야 합니다"라고 필터 소재 및 카트리지 R&D 수석 매니저 사비나 랑-드레스(Sabine Lang-Dreß) 박사는 말합니다. "결론적으로, PP 소재에 대한 대안을 찾는 것은 정말 어려운 일입니다. 우리는 진출해 있는 모든 국가의 요구사항을 충족하고 전 세계적으로 동일하게 표준화된 제품을 만들어야 하기 때문입니다."

지속가능한 필터 미디어를 위한 전략적 파트너십

여과 기술은 우리 제품의 핵심입니다. 이를 위해 중요한 필터 미디어가 바로 이온교환수지인데, 이는 여전히 화석 연료 기반 소재입니다. 우리는 이제 "화석 기반으로부터 재생가능한 자원으로의 이동"이라는 구체적인 목표를 가진 유망한 연구 프로젝트를 시작했습니다. 이 프로젝트의 첫 단계는 연구 프로젝트나 박사학위논문으로 대안 소재를 연구하고 있는 공급업체나 대학 등 여러 파트너와의 협력으로 시작되고 있습니다. "우리가 살펴보고 있는 것 중 한 가지 예를 들자면, 이온교환수지를 구성하는 기본적인 화학물질을 바이오매스, 폐지방 또는 기타 폐기물로 생산할 수 있는가 입니다. 복잡한 프로젝트이기 때문에 지금은 아직 초기적인 단계에 있습니다"라고 랑-드레스 박사는 말합니다. "하지만 우리 제품이 진정으로 지속가능하기 원한다면, 우리는 기꺼이 이런 도전적인 프로젝트에 도전해야 합니다."

우리가 50년 이상 필터 미디어로 사용해 온 활성탄도 마찬가지입니다. 이온교환수지와 달리, 우리가 사용하는 활성탄은 코코넛 수확 시 부산물로 발생하는 코코넛 껍질에서 생산되기 때문에 그 자체로 친환경적인 소재입니다. 그러나 우리는 여전히 지속가능성을 더 높일 수 있는 기회를 찾고 있습니다. " 우리는 우리가 사용하는 모든 활성탄이 지속가능하고 책임 있는 출처에서 나오도록 하고 싶습니다."라고 브리타의 전략적 지속가능성 부서의 책임자인 마이케 랍(Meike Rapp)은 말합니다. "현재는 공급업체 관리를 통해 이를 확인하고 있습니다. 하지만 코코넛 농장까지 거슬러 올라가는 진정한 투명성은 특히 우리 같은 중견 기업의 경우 얻기 어렵습니다." 동시에 우리 고객과 소비자는 점점 더 궁금해하고 있습니다. 소재가 어디에서 나오는지, 생산 조건은 어떤 지 알고 싶어 합니다. 한 가지 잠재적인 해결책으로, 공급망 파트너사와 협력하여 종이나 초콜릿에 이미 도입되어 있는 것과 유사한 지속가능성 인증을 개발하는 것을 생각해볼 수 있습니다. 기존 인증 제도는 현재 활성탄에는 적용되지 않습니다. 물론 이런 계획이 실현가능한지 평가해보아야 하지만, 한 가지 확실한 것은 우리가 제품을 보다 지속가능하게 만들 수 있는 아이디어를 많이 가지고 있다는 것입니다.

제품 탄소 발자국으로 지속가능성 잠재력을 파악

2015년부터 우리는 회사의 연간 탄소 발자국, 다시 말해 우리의 사업을 위해 우리가 발생시키는 온실가스 배출량을 측정해 왔습니다. 우리는 이 과정에서 수집된 정보를 통해 우리 사업 활동 중에서 추가적으로 배출량을 절감할 수 있는 부분이 있는지 파악합니다. 작년에는 이와 유사하게 이번에는 여러 상용 제품의 제품 탄소 발자국(PCF: Product Carbon Footprint)를 계산하여 우리 제품에서 추가적으로 배출을 절감할 수 있는지 확인하는 프로젝트를 시작했습니다. "우리는 양면적 접근방식을 택했습니다"라고 디스펜서 마케팅 수석 PM인 니나 스티멜(Nina Steimmel)은 말합니다. "초기에는 자판기와 식수 디스펜서에 들어가는 PURITY C1000AC와 CLARITY Protect 100, 이 두 필터 카트리지에 집중했습니다. 이런 식으로 측정된 PCF 값은 이제 다른 필터에 대해 조정 · 계산되어, 궁극적으로 9개의 브리타 필터에 대한 PCF 값을 얻는 것을 목표로 하고 있습니다. 또, 2020년 중반에는 브리타 비브리오 Top 50 Hygiene Plus 식수 디스펜서의 탄소 발자국도 계산하기 시작했습니다.

우리의 목표는 제품수명주기 전체에 대한 상세한 배출량 분석을 통해 우리 디스펜서가 병에 든 생수에 비해 얼마나 지속가능한지 또 앞으로 우리 디스펜서를 어떻게 더 지속가능하게 만들 수 있는지 확인하는 것이었습니다. 몇몇 결과는 정말 놀라웠습니다. 식수 디스펜서의 경우, 생산, 운송, 포장 및 폐기 과정의 배출량은 전체 수명주기 총 배출량의 6%밖에 되지 않았습니다. 배출량의 거의 60%가 제품이 오랜 시간 전원에 연결되어 있는 고객 쪽에서 발생하고 있었습니다. 이때, 식수 디스펜서의 전력 소비량은 유사한 가전제품의 전력 소비량과 비슷했습니다. 또한, 우리 소재의 70% 이상을 유럽에서 구매하고 있음에도 불구하고, 일반적인 전자제품과 비슷하게, 소재 및 구매 부품의 생산이 총 배출량의 거의 35%를 차지했습니다.

이 결과를 통해, 해결해야 할 몇 가지 문제가 있다는 걸 알 수 있습니다. “먼저, 우리는 업스트림 프로세스에서 환경적 영향을 줄이도록 도와야 합니다. 예를 들어, 더 지속가능한 소재로 만들어진 부품을 사용한다든가, 리퍼 개념에 좀 더 우선순위를 부여한다든가, 공급업체들에게 생산에 녹색 전기를 사용하도록 설득한다든가 하는 방식으로 말이죠.”라고 니나 스티멜은 말합니다. “또 한편으로는, 우리 고객들에게 제품수명주기 안에서 그들이 할 수 있는 역할에 대해 더 인지하도록 만들고, 디스펜서를 쓸 때 녹색 전기를 사용하는 등 더 지속가능한 식수 디스펜서를 위해 고객들이 기여할 수 있는 아이디어를 함께 찾아내야 합니다.

식수 디스펜서에 사용되는 카트리지와 관련해, 해결책은 이미 명확합니다. “우리는 PCF 연구를 통해 카본블록을 재활용하는 것이 생태학적으로 많은 도움이 된다는 걸 알고 있습니다. 하지만 우리는 제품 자체에 대한 근본적인 개선에 대해서도 생각하고 있습니다”라고 스티멜은 설명합니다. “즉, 카트리지의 부품들이 서로 쉽게 분리되도록 설계해야 하기도 하지만, 동시에 더 친환경적인 소재를 사용한 제품을 개발해야 합니다.”

우리는 지속가능한 음용수 솔루션을 제공하고 싶습니다. 우리 제품이 이미 좀 더 살기 좋은 지구를 만드는 데 기여하고 있긴 하지만, 우리는 우리 제품을 더욱 지속가능하고 기후 친화적이고 생태계 친화적으로 만들 것입니다. 이것은 우리의 분명한 목표이자 포부이며 우리 기업 전략의 핵심입니다. 우리는 이미 여러 사업 영역에서 이 여정을 시작했고 앞으로 몇 년 동안 많은 마일스톤을 성공적으로 달성할 것입니다. 우리가 상상하는 모든 것을 다 실현하지는 못할 수도 있습니다. 하지만, 우리의 결단력과 헌신, 또 파트너사, 고객, 공급업체와의 협력을 통해 우리는 우리가 올바른 길을 가고 있다고 확신합니다. ■

함께하는 지속가능성 파트너들

전 세계 여러 기업들이 제품 또는 서비스를 완벽하게 보완하거나 최적화하기 위해 우리 필터 카트리지와 식수 디스펜서를 사용합니다. 예를 들어, 우리 제품을 사용하면 커피 맛 개선에 도움이 됩니다. 우리는 오랜 기간 동안 많은 파트너사와 협력해 왔고, 신뢰가 기반한 관계를 구축했습니다. 하지만 인상적인 건 우리 제품의 품질과 성능만이 아닙니다. 우리는 지속가능성 측면에서도 중요한 기여를 하고 있습니다.

네덜란드 커피업체인 **Fortune Coffee**는 두 가지 측면에서 우리 필터의 장점을 강조합니다. "재활용 가능한 식수 필터를 통해 Fortune Coffee 커피머신의 수명을 연장할 수 있어 정말 좋습니다. 이로써, 우리의 지속가능성은 두 배 더 높아지고 커피 한잔 한잔의 맛이 모두 좋습니다. 우리는 지속가능하고 환경을 생각하는 커피와 커피머신이라는 미래를 준비하기 위해 협력하고 있습니다."

많은 브리타 필터가 물에서 석회질을 쉽게 제거하고, 따라서 장비의 수명을 연장시켜줍니다. 결국 Forture Coffee와 같은 파트너사는 커피머신의 다운타임을 최소화하고 새 장비를 구매해야 하는 필요를 줄일 수 있어 자원의 사용을 줄일 수 있습니다. 두 번째로, 연수를 쓰면 커피 맛이 좋아져서 고객 만족도가 올라갑니다. 우리 제품은 음료 유통사에게 서비스를 제공하는 프랑스 기업 Maison Lyovel에도 이러한 이점을 제공하고 있습니다.

Maison Lyovel의 기업적 책임 담당자인 마리 라기(Marie Larguier)는 브리타의 지속가능한 제품과 자원절약적인 사고방식을 칭찬합니다. "Maison Lyovel은 항상 우리 활동을 더 지속가능하게 만들려고 노력해왔습니다. 이 점은 파트너사를 선정 시 특히 중요합니다. 우리의 오랜 필터 공급 업체인 브리타의 DNA에는 항상 지속가능성이 있었습니다. 우리 파트너십이 시작된 15년 전부터 브리타는 우리가 사용하는 카트리지를 재활용해왔고, 이는 우리 사업의 환경적 영향을 줄이는 데 크게 도움이 됩니다."

우리의 오랜 파트너사인 **BSH Hausgeräte GmbH**도 지속가능성에 대한 브리타의 노력이 이 협력 관계에 긍정적인 영향을 미친다고 생각합니다. BSH는 전자동 커피머신에 브리타 필터 카트리지를 사용합니다. "브리타와 BSH 간의 믿을 수 있는 협력 관계의 기반에는 투명성과 신뢰가 있습니다. BSH는 탄소 배출 감축 등을 통해 환경에 대한 책임을 지고자 하는 브리타의 노력을 매우 높이 평가합니다."

파트너사의 긍정적인 피드백은 우리에게 자부심을 줄 뿐 아니라 우리 고객, 우리 제품, 우리 지구를 위해 우리가 할 수 있는 모든 것을 다 하도록 우리에게 동기를 부여합니다. ■

지속가능한 스마트 마케팅

지난 몇 년 동안 우리는 생수에서 지속가능한 수돗물로의 전환을 더 매력적으로 만들기 위해 다양한 마케팅 캠페인을 진행해왔습니다. 이를 뒷받침하기 위해 우리는 소비자에게 가정용 수돗물로 최적의 물을 즐길 수 있는지 팁을 제공하고자 합니다. 우리의 메시지는 매우 분명합니다. 모든 사람은 몇 가지 간단한 변화를 통해 일상을 보다 지속가능하게 만들 수 있습니다. 이를 시작하기 위한 좋은 첫 발걸음은 브리타로 여과된 수돗물을 마셔서 플라스틱 소비를 줄이는 것입니다.

이 메시지를 전달하는 마케팅 캠페인은 현지 시장에 맞게 다양한 접근방식을 사용합니다. 좋은 예로 독일에서 진행된 대규모 **#hahntrinker**("수돗물") 캠페인을 들 수 있습니다. 이것은 병에 든 생수에서 브리타 필터로 여과된 수돗물로 전환하는 것이 "수돗물을 마시는 사람"뿐만 아니라 환경에 얼마나 도움이 되는지 보여줍니다.

➥ hahntrinker.de에 접속해서 소비자들은 자신이 왜 수돗물을 마시기로 했는지 다른 사람들에게 알릴 수 있습니다. 우리는 지속가능한 물 소비에 대한 자신의 열정을 보여주고 싶어 하는 사람들을 위한 활동적인 플랫폼을 제공하고 있습니다. 또한 이 웹사이트에는 우리가 현재 진행하고 있는 여러 지속가능성 이니셔티브와 브리타의 전반적인 기업적 책임이 자세히 나와 있습니다.

우리가 폴란드에서 진행했던 **"BRITA. Lubię ją"("브리타. 맘에 들어")** 캠페인은 조금 다릅니다. 우리는 이 메시지를 전달하기 유명인들의 도움을 받았습니다. TV와 온라인으로 방송된 광고에서 브리타 폴란드의 브랜드 홍보대사 올가 프리츠(Olga Frycz)가 브리타 필터를 지속가능한 라이프스타일로 홍보했습니다. 이 광고에는 여과한 수돗물을 추천하는 자신감 있는 젊은 엄마의 모습을 나옵니다. 분명한 것은 우리의 필터가 지속가능한 방식으로 젊은 가족의 일상을 더 편리하게 만들어주고 개인적인 물 소비에 있어 최적의 지원을 제공한다는 것입니다.

영국에서는 유명 배우이자 열렬한 친환경 대사인 **조애나 럼리(Joanna Lumley)**와 이 캠페인을 진행했습니다. 2020년 진행된 "Just Tap" 캠페인에서 조애나는 럭비 선수 출신 방송인 게딘 존스(Gethin Jones)와 함께 플라스틱 소비 증가 문제에 대해 이야기했습니다. 조애나는 올해에도 친환경 대사로서 우리의 영국 캠페인에 함께 했습니다. 그녀는 이번에는 환경을 위해 할 수 있는 일을 최대한 하지 못했다는 데서 오는 죄책감인 "녹색 죄책감"에 대해 이야기했습니다. 작은 실천도 큰 변화를 만들 수 있다는 걸 사람들에게 알리는 건 우리에게 중요한 일입니다. 그래서 우리는 이 "녹색 죄책감"을 해소하기 위해 일상을 더 지속가능하게 만들 수 있는 10가지 간단한 팁을 소개하는 가이드인 Greening Good Guide를 발표했습니다.■

조애나 럼리가 등장한 캠페인 이미지

소비자 인식 속의 브리타 브랜드

2020년 우리는 시장조사기관 Ipsos와 함께 30개국을 대상으로 대표적인 U&I(Usage & Image)를 묻는 소비자 설문조사를 진행했습니다. 조사의 목적은 브리타와 우리 경쟁사에 대해 또 "식수 여과" 카테고리에 대해 중요한 핵심 수치를 수집하는 것이었습니다. 이 조사를 통해 물 소비뿐 아니라 브리타 제품 사용과 관계된 소비자 행동에 대한 통찰력을 얻을 수 있습니다.

소비자 관점에서 본 브리타의 이미지 중 1위는 신뢰였고, 품질 및 안정적인 성능도 대표적인 이미지였습니다. 이 기준은 소비자가 정수기 제품에 대한 구매 결정을 내릴 때 중요한 역할을 합니다. 신뢰에 대한 중요도가 높은 이유는 소비자들이 대체적으로 수돗물의 품질에 만족하고는 있지만, 여전히 오염 가능성에 대해 확신이 없거나 걱정하고 있기 때문입니다.

이러한 우려는 자주 살충제, 미세 플라스틱, 약품 잔류물 및 기타 오염물질의 함량에 대해 반복적으로 언급하는 소문이나 언론 보도에 의해 유발됩니다. 또 소비자들은 보통 직접 볼 수 있거나 맛을 느낄 수 있는 석회, 염소 및 금속에 대해서만 확신을 가질 수 있습니다. 그렇기 때문에 소비자에게 최적의 제품 품질과 안정적인 여과 성능을 제공하는 믿을 수 있는 강력한 브랜드가 있다는 사실은 정말 중요합니다.

브리타는 필터에서
1등 브랜드이고
그들이 잘할 거라고 믿는다.

브리타 자체가 증거이다!
제품이 안 좋았다면 지금까지
남아있지 못했을 것이다.

브리타가 모든
걱정을 '여과'해주고
나에게 마음의
평화를 준다.

BRITA®

브리타가 만들었기
때문에 좋은 제품이라고
확신할 수 있어서 나는
브리타 제품을
구매한다.[1]

브리타는 필터의 상징이다
필터 디스크가 제대로 기능하지
못한다면 브리타는 그것을
개발하지 않았을 것이다.[2]

브리타는 일을 제대로 하는 기업이다
브리타는 수십 년 동안 식수 필터를
만들어 왔고, 누군가 할 수 있는 일이라면
브리타가 할 수 있다.

[1] "Bottle Study", UK, JP, CN에서 진행된 질적 연구, 2018
[2] "MiDi Empowerment", D에서 진행된 에스노그라피 연구, 2020

지속가능성은 생각보다 자주 소비자들이 중점을 두는 주제

신뢰와 품질 외에 지속가능성도 꽤 오래전부터 사용자들의 중요한 요구사항이었고 점점 더 중요해지고 있습니다. 브리타가 이미 지속가능한 브랜드로 여겨지는 이유는 소비자들이 우리 제품을 생수에 대한 생태계 친화적이고 경제적인 대안이라고 인식해왔기 때문입니다. 우리가 천명한 비전이기도 한 물 소비의 변화로 전 세계적으로 심각해지고 있는 플라스틱 폐기물 문제, 특히 일회용 플라스틱병으로 야기되는 문제를 신속하게 억제할 수 있습니다.

또한, 소비자들은 제품이 지속가능한 소재를 쓰는지, 플라스틱 포장재를 감축시켰는지 등의 특성에 주목하고 있습니다. 따라서 소비자들은 우선, 자신의 플라스틱 소비를 줄이도록 도와줄 수 있는 조치들을 환영합니다. 이 보고서에서 여러 번 언급된 바와 같이, 우리는 이런 측면에서 사용자들에게 힘이 되기 위해 이 복잡한 문제를 해결하기 위해 노력하고 있습니다.

두 번째로, U&I 조사에 따르면, 대다수의 소비자는 기후, 바다, 강과 개울 및 지구를 보호하는 조치와 같은 공익도 고려합니다. 지속가능성이 오랫동안 공개적으로 논의되던 국가들에서 이 문제에 대해 굉장히 폭넓은 이해가 존재한다는 사실은 놀라웠습니다. 이런 국가의 소비자들은 기업에게 단순히 플라스틱 사용을 중지하는 것 이상을 기대합니다. 그들은 기업의 탄소 발자국을 줄이는 등 기업의 활동 자체가 지속가능하기를 요구합니다.

시간 경과에 따른 측정항목들의 변화와 코로나19가 소비자 행동에 미친 영향을 확인하기 위해 두 번째 U&I 연구가 2021년 15개 국가를 대상으로 진행될 예정입니다. ■

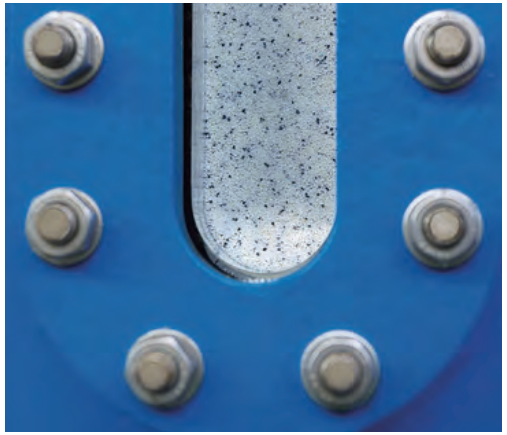
무한한 가치가 있는 자원 - 브리타 프로페셔널의 재활용

우리는 우리 제품 속 소재들에게 가치 있는 제2의 삶을 주고 싶습니다. 브리타 프로페셔널 필터 카트리지에게는 수명이 끝날 때마다 항상 새로운 시작이 있습니다. 다 쓴 카트리지는 사용 후 현장에서 수거되어 우리에게 돌아옵니다.
이온교환수지는 재생되어 새로운 필터 카트리지의 혼합물로 사용되어, 모두 다 카트리지의 수명주기로 다시 돌아가게 됩니다. 매년 수명이 다한 카트리지에서 회수되는 이온교환수지와 활성탄은 거의 2,000m³에 달합니다.

카트리지 하우징에 사용되는 플라스틱과 유리섬유 혼합물은 100% 재활용 가능합니다. “이것들은 과립으로 가공된 후 새로운 제품, 예를 들어, 자동차 산업의 부품 등으로 다시 태어납니다.”라고 마크 페이전코프(Marc Pagenkopf)는 말합니다. 그는 브리타 Professional의 필터 재활용에 대해 속속들이 알고 있고 이를 더 개선하기를 원합니다.
카트리지의 작은 헤드 부분에만 서로 분리되지 않게 용접된 플라스틱 부품들이 조금 있습니다. 이 부품들은 열적으로 폐기되어야 합니다.

다 쓴 카트리지는 다양한 방식으로 회수되어 분리 플랜트에서 수집 · 분해된다.

회수된 카트리지를 수작업으로 열고 비운 후, 필터 소재는 재생 프로세스로 들어간다.



회수된 이온교환수지는 복잡한 재생 프로세스를 통해 원래의 소재 특성을 회복한다.

2016년부터 우리는 재활용된 카트리지 혼합물의 양을 거의 20% 늘렸고, 이 추세는 앞으로 확대될 것입니다. “하지만, 여러 법적 요구사항과 제약으로 인해, 다 쓴 필터 카트리지를 회수하는 것이 어렵습니다. 예를 들어, 이탈리아에서는 오직 인가된 업체들만 우리에게 폐기물을 다시 보내줄 수 있습니다.” 한편, 상황이 단순한 자회사들도 있습니다. 카트리지를 택배로 반납할 수도 있고, 더 실용적이고 편리한 방식으로는 브리타 전용 재활용 상자에 모아 놓으면 운송회사가 직접 현장에 방문해 수거해갈 수도 있습니다.

이 재활용 지향적인 방식이 우리에게만 큰 도움을 주는 것은 아닙니다. 우리의 고객과 파트너사들에게도 도움이 됩니다. 폐기물 처리가 줄어들고 “녹색 자격증을 받을 수 있다.”고 마크 페이전코프가 말합니다. “사업자들은 그들의 고객과 최종 소비자에게 이 사실을 알릴 수 있습니다.” 향후에 우리는 더 많은 카트리지가 회수될 수 있도록 추가적인 인센티브를 제공하려고 합니다. 예를 들어, 더 많은 카트리지를 우리에게 반납하도록 파트너사에게 동기를 부여할 수 있는 여러 방식을 검토하고 있습니다. 적극적으로 재활용에 참여하면 인증서 등의 방식으로 보상을 받을 수 있고, 우리 고객사는 이 인증서를 홍보 목적으로 활용할 수 있습니다.

이런 방식으로 우리는 브리타 제품이 환경에 미치는 영향을 최대한 줄이고 순환 경제를 통해 가능한 많은 자원을 재사용하는 중요한 목표를 향해 한 걸음 더 나아가고자 합니다.

전문가용 제품뿐 아니라

다 쓴 가정용 카트리지도 수거되어 재활용을 위해 우리에게 직접 반납할 수 있습니다. 브리타 제품이 판매되는 많은 국가에서 이미 재활용 제도가 시행되고 있고, 앞으로 더 많은 지역으로 확장될 것입니다. 수거 과정에 대한 자세한 정보는 국가별 브리타 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

재활용 과정이 끝나면, 필터 소재는 새것과 동일한 품질을 갖게 된다. 이를 다시 새 카트리지에 사용함으로써 우리는 완전히 닫힌 소재 순환 구조를 통해 소중한 자원을 절약할 수 있다.

브리타
독일 이노베이션 어워드 2021 수상

➥ 독일 이노베이션 어워드(German Innovation Award)는 소비자 중심주의와 부가적인 가치를 더함으로써 기존 솔루션 대비 차별화를 달성한 솔루션 또는 제품에 수여하는 국제적인 상입니다. 혁신적인 솔루션을 향한 브리타의 여정을 뒷받침하는 혁신 연구소인 브리타 X(Brita X Innovation Lab)는 사용자를 최우선에 놓는 디자인 사고(Design Thinking)를 기반으로 연구를 수행합니다.

브리타는 HEIMATWASSER(우리 집의 물) 프로젝트로 가정용 가전제품 부문과 디자인 사고 부문에서 수상의 영예를 안았습니다. HEIMATWASSER 프로젝트의 사업 모델과 브랜드가 사용자 중심적 디자인 사고와 린(lean) 스타트업 접근방식을 기반으로 개발되었기 때문입니다. 우리는 2021년 6월까지 브리타 X 혁신 연구소 사내 창업가였고 지금은 필터 전략 마케팅 디렉터를 맡고 있는 토마스 호닝(Thomas Hörning)과 이 프로젝트에 대해 얘기를 나눠보았습니다.

혁신 연구소가 처음 설립된 이래로 신규 사업 모델 개발을 위한 프로젝트나 혁신 아이디어를 담당하셨죠. 요새 모두가 혁신에 대해 이야기하는데, 진정한 혁신은 언제 일어나나요?

혁신은 세 가지 요소가 결합될 때 일어납니다. 고객의 니즈, 기술적 실현가능성, 비용 효과성이 필요하죠. 스티리밍 서비스를 생각해 보세요. 스트리밍은 수백만 명의 사람들이 매일 사용하는 실재하는 혁신의 좋은 예입니다. 온디맨드 영화와 드라마에 대한 고객의 니즈가 확실히 존재했고, 광대역 연결의 발전은 이것을 기술적으로 실현 가능하게 만들어주었죠. 마지막으로, 이 사업으로 상당한 돈을 벌 수 있으니, 비용 효과성도 충족됩니다. 브리타 X에서는 사용자 중심적이고 탐색적인 방식으로 새로운 사업 모델을 개발하려고 노력합니다. 이 목표를 달성하기 위해 우리는 디자인 사고 프로세스를 도입했는데, 덕분에 "디자인 사고" 부문에서 상을 받을 수 있었다고 생각합니다.

디자인 사고가 정확히 뭔 가요?

디자인 사고는 새로운 제품이나 서비스, 사업적 아이디어를 개발하기 위한 고객 중심적인 방법 또는 프로세스라고 할 수 있습니다. 다시 말해, 아이디어나 솔루션에서 시작하지 않고, 항상 사용자의 니즈와 문제에서 시작한 후, 새로 얻은 인사이트를 솔루션에 유연하게 적용한다는 것입니다.

이 상을 수상한 HEIMATWASSER 프로젝트는 어떤 프로젝트인가요?

HEIMATWASSER는 다세대 아파트 건물을 위한 구독 기반 식수 서비스입니다. 식수 디스펜서가 아파트 중앙에 설치되고 서비스 가입자들은 이를 24시간 이용할 수 있습니다. 디자인 사고 프로세스의 일환으로 우리는 서비스 구독률을 실시간으로 테스트했고, 이 솔루션에 대한 수요가 존재하고 또 기술적으로 구현 가능하다는 사실을 확인했습니다. 하지만 실시간 테스트가 장기적인 비용 효과성을 보장할 수는 없었고, 결국 이 프로젝트는 중단되었습니다.

이 프로젝트를 통해 얻을 수 있는 교훈은 무엇일까요?

이 프로젝트를 통해 검증되거나 반박된 니즈와 문제들은 모두 미래 프로젝트에 적용될 수 있습니다. 특히, 음료 소비와 관련된 프로젝트에 적용될 수 있을 겁니다. ■

토마스 호닝은 2020년 초 브리타 X 혁신 연구소의 창립 멤버였고, 2021년 6월 기준, 그룹 전략 마케팅 산하 필터 전략 마케팅 디렉터를 맡고 있다.

FACTS AND FIGURES

현재 진행중인 과업

- 지속가능성 목표를 달성하고 디지털 제품을 지원하기 위한 새로운 기술 및 자원 구축
- 운영 우수성 강화: 바트켐베르크 공장을 효과적인 조직과 효율적인 가치 흐름에 중점을 둔 글로벌 플래그십 플랜트로 개발
- 이탈리아 식수 디스펜서 생산 ISO 인증
- 새로운 공급망 규제 요건에 대한 컴플라이언스 보장 및 공급업체 관리에서 지속가능성 측면 강화

우리의 중점인 제품 품질

세계적으로 유명한 브리타 제품의 높은 품질은 우연히 생긴 것이 아닙니다. 포괄적인 품질 시스템이 원재료부터 완제품까지 전 프로세스에 대한 모니터링 프로세스를 보장합니다.

지속적이고 최적화된 품질과 안전성은 궁극적으로 우리 고품질 제품의 기반이 되는 원재료 선택에 있어 가장 중요한 기준입니다. 특히 우리에게 가장 중요한 원자재의 공급업체들에 대해, 우리는 장기적인 협력과 상세한 계약을 통해 우리의 품질 기준을 보장합니다. 각 공급업체는 자사의 물품이 우리의 엄격한 원재료 사양 및 관련 법적 요건을 모두 충족함을 서면으로 보증해야 합니다.

입고되는 원재료는 입고품 실험실을 거쳐가며, 특히 무작위 샘플링을 통한 미생물 테스트를 통과해야 합니다. 브리타 재생 플랜트의 카트리지 재활용 프로세스를 통해 재생된 이온교환수지에 대해서도 이와 비슷한 포괄적인 테스트가 수행됩니다. 이 테스트를 통과하지 못하면, 이후 가공 과정으로 넘어가지 못합니다. 고품질, 특히 위생 관련 규정은 생산 공정에도 적용됩니다. 공정을 상세하게 문서화하고 적절한 체크포인트에서 검사를 수행하여 이 규정들이 지켜지는지 보장하고 있고, 심지어 배송 후에도 추적이 가능합니다.

우리는 재료뿐 아니라 최종 완제품에 대해서도 포괄적인 품질 기준을 보장합니다. 우리의 자체 연구소는 완제품을 정기적으로 테스트하고, 추가적인 품질 및 승인 테스트를 위해 각국의 평판 좋은 여러 유수의 연구소 및 기관과 협력하고 있습니다.

우리의 포괄적인 품질 보장 제도는 지속적으로 정제 · 개선되고 있습니다. 전 세계적으로 우리가 취득한 수많은 제품 인증 또한 브리타에 대한 소비자의 신뢰를 강화합니다.

제품 인증 일부[1]
(2020년 12월 기준)

TÜV Octagon	TÜV SÜD – Test mark for food safety(독일)
KTW - Valuation Basis	Plastics in contact with drinking water(독일)
ACS	Attestation de conformité sanitaire(프랑스)
ICIM	Certifichiamo oggi per il domani(이탈리아)
WQA	Water Quality Association(미국)
NSF	National Sanitation Foundation(미국)
WRAS	Water Regulations Advisory Scheme(영국)
KC	Korean Product Safety Requirements(한국)
WaterMark	WaterMark Certification Scheme(호주, 뉴질랜드)
HSO/NHFPC	Hygiene Certificate for Water Filtration Devices(중국)
PZH	Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego(폴란드)
DIN Certo	Certification for bio-based products(독일)

소비자를 향해 열려있는 귀

우리 제품에 적용되는 높은 기준은 우리가 소비자와 소통하는 방식에도 반영되어 있습니다. 소비자는 우리 홈페이지의 고객 서비스 메뉴나 페이스북, 인스타그램, 링크드 인, 유튜브 등의 SNS, 또 고객 센터를 통해 우리 제품과 사용에 대한 질문을 하고 답변을 받을 수 있습니다.

[1] 모든 인증이 모든 제품에 적용되는 것은 아님.

물샐틈없는 역량

쉽게 말해 물은 우리의 열정입니다. 음용수 최적화 및 맞춤화 분야에서 세계적으로 인정받는 전문 기업으로서, 우리는 이 분야에 대해 광범위하고 깊이 있는 지식을 보유하고 있습니다. 12명의 직원을 둔 브리타의 현대적인 연구소는 상수도의 흐름을 따라 움직입니다. 화학 연구소는 우리 필터가 어떤 물질들이 (예: 구리, 납, 염소 등) 감소시키는지 분석합니다. 필터의 수명주기도 이 분석에 의거하여 결정됩니다. 또한, 각 지역에 맞게 필터 구성성분을 최적화하기 위해 전 세계 각 지역의 음용수를 테스트합니다. 미생물 연구소는 식품 업계와 동일한 위생 표준을 따르고 있습니다. 예를 들어, 얼마나 자주 카트리지를 교환하는 게 위생적으로 적절한지를 연구하고, 또 모든 원재료가 우리의 높은 위생 요건에 부합하는지 확인합니다.

테스트 기술은 8명의 직원으로 구성된 별도 전문부서입니다. 이 부서는 원재료, 부품 및 완제품의 안정성, 누수 여부와 기능을 연속 작동 환경과 세척제 사용 환경 하에서 테스트합니다. 이 과정을 통해 해당 제품이 여과력, 기계적 강도, 내구성 면에서 우리 기준을 안정적으로 충족하는지 확인합니다.

자체 감각 연구소

2015년부터 우리는 훈련된 물 소믈리에가 이끄는 자체 감각 연구소를 운영하고 있습니다. 여기에선 물, 커피 및 차에 대한 맛 연구와 관능 분석이 훈련된 시음 패널에 의해 수행됩니다. 12명의 검사자가 들어갈 수 있는 고도로 전문적인 장비를 갖춘 시음실에서 매년 최대 15,000잔의 물과 기타 물을 기반으로 하는 음료에 대한 시음이 이루어집니다. 시음 결과는 우리 제품 라인에 대한 추가 개발 및 개선에 반영되며, 우리의 전문성을 지속적으로 강화하는 데 도움이 됩니다.

브리타는 최신 과학 트렌드에 뒤처지지 않기 위해 독일 및 유럽의 감각과학학회에 가입되어 있습니다. 또 우리의 자체적인 연구 활동을 통해 지식적 우위를 유지합니다. 최근 감각 연구소 직원들 사이에선 탄산수 내 CO_2에 대한 지각이 중요한 주제입니다. 우리는 미네랄워터 속에 들어있는 CO_2의 양과 탄산의 거품 크기가 물에 대한 감각 지각과 얼마나 연결되어 있는지 이해하고 싶습니다. 또한, 물 소믈리에들은 물의 성분이 커피 맛에 미치는 영향을 살펴보고, 그 과정에서 인사이트를 얻습니다.

지식의 전수

우리는 UKTA(UK Tea Academy, 영국 차 아카데미)와 함께 최적의 찻물에 대한 권장사항을 개발했습니다. 합동 워크숍에선 다양한 종류의 물을 사용해 우린 차에 대한 시음이 진행되었고, 결과는 명확했습니다. 여과된 물을 사용하면 차가 아무 방해 없이 완전한 맛을 낼 수 있기 때문에 차의 맛이 가장 좋습니다.

센서 기술도 품질 관리에 중요한 역할을 합니다. 특수 교육을 받은 직원들이 입고되는 원재료에 대해 관능 평가를 수행하여 브리타의 맛 관련 품질 기준을 충족하는지 확인합니다. 입고품 검사가 동일한 품질 기준을 사용하여 이루어지도록 보장하기 위해, 2017년 9월부터 센서 기술 부서의 지도하에 독일, 영국, 중국 공장에 별도 입고품 제어 패널을 설치했습니다.

BEST: 운영의 탁월성

우리는 생산 공정이 언제나 더 개선될 수 있다는 기본 원칙을 가지고 있습니다. 그렇게 때문에 우리는 운영의 탁월성(Operational Excellence)이라는 주제를 매우 진지하게 받아들입니다. 2009년 우리는 생산과 물류 분야에 BEST(BRITA Excellence System)를 도입했습니다. 그 후로 각 생산 부문의 개선 팀들은 낭비를 줄이고 부가가치를 높이기 위해 노력하고 있습니다. 개선 팀은 장비 기술을 담당하는 플랜트 엔지니어링 부서와 함께 우리의 작업장과 공정을 더 효율적이고 인체 공학적이며, 안전하게 만들기 위한 장치를 개발하고 있습니다. 그 과정에서 우리는 의식적으로 직원을 더 참여시키고, 때로는 굉장히 창의적인 방식을 이용하기도 합니다. 예를 들어, 이탈리아의 직원들은 매주 그 전 주의 조립시간을 이기는 것을 목표로 하는 대회를 재미있는 방식으로 개최함으로써, 다 함께 공정 상의 약점을 제거해 나가고 있습니다.

BEST는 우리가 지속가능한 개선을 달성하도록 도울 뿐 아니라 직원 만족도에도 크게 기여하고 있습니다. BEST를 통해 직원들은 개선 과정에 처음부터 참여할 수 있고 회사와 직원들의 요구를 모두 충족시키는 방식으로 솔루션을 개발할 수 있습니다.

2019년부터 우리는 공장별 개선 계획을 통해 직원들을 지원하고 있습니다. BEST 목표는 모든 직원이 생산의 비전과 목표를 이해하고, 또 자신이 어떤 개인적인 기여를 할 수 있는지 알게 되는 것입니다. 앞으로는 개선 계획을 준비하는 과정에도 직원들이 더 많이 참여하게 될 것입니다.

제품 개발

음용수 최적화 및 맞춤화의 선도적인 전문가라는 우리의 강점을 유지하기 위해, 우리는 매출의 4%를 연구개발에 투자합니다. 100명 이상의 직원이 신제품 및 정수 기술, 새로운 운용 분야, 새로운 소재의 사용 등에 대해 지속적인 연구를 수행하고 있습니다. 전 세계적으로 우리가 보유하고 있는 550개 이상의 특허는 우리가 혁신의 리더라는 사실을 증명합니다.

넘치는 아이디어

다양한 부서의 직원과 공급업체 및 고객이 참가해 다양한 이슈에 대해 논의하는 아이디어 워크숍을 정기적으로 개최하고 있습니다. 모든 아이디어가 소매점의 매대까지 가는 긴 여정을 완주하는 것은 아니지만, 2018년부터 2020년까지 500개 이상의 아이디어가 문서화되고 평가되었습니다.

신제품을 설계할 때 가장 중요한 것은 고객의 요구사항입니다. 브리타 X 혁신 연구소 및 애자일하고 자원 효율적인 혁신 프론트엔드 프로세스 같은 혁신적인 접근방식을 통해 우리는 비관료적인 방식으로 아이디어를 논의하고 반복적으로 아이디어를 평가하고 발전시킵니다. 그래서 이런 아이디어가 실제 제품 개발 프로세스에 들어갔을 땐, 많은 근본적인 문제들이 이미 명확해져 있고 프로젝트는 타게팅된 방식으로 실행될 수 있습니다.

오늘날 이미 우리는 사양에 해당 제품에 대한 구체적인 요구사항을 정의하는 등 제품 개발 과정에서 지속가능성 측면을 고려하고 있습니다. 새로운 지속가능성 헌장의 분명한 목표에 따라, 우리는 설계 및 소재 요구사항을 명확하게 정의하는 등의 방식으로 제품 개발 과정에 지속가능성을 보다 더욱 견고하게 포함시킬 것입니다.

인증된 관리 시스템

우리는 우리 절차와 공정을 관리하고 지속적으로 개선하는 데 도움을 줄 수 있는 품질, 환경, 직업 건강 및 안전 관리 시스템을 도입했습니다. 우리 고객과 파트너사들은 품질뿐 아니라 인증된 관리 시스템을 통한 환경 보호, 효율적 에너지 사용 및 직원 복지에 점점 더 많은 가치를 부여하고 있습니다.

독일, 영국, 중국의 필터 카트리지 생산 현장은 품질 관리 표준인 ISO 9001 인증을 획득했습니다. 또한 환경적 관리에 대한 ISO 14001 요건과 직업 건강 및 안전에 대한 ISO 45001 요건도 충족했습니다. 우리의 가장 최신 생산 현장인 아르사고 세프리오(이탈리아) 식수 디스펜서 생산 현장은 가까운 시일 내에 이 세 가지 표준에 따른 인증을 받을 예정입니다.

우리가 2020년에 인수한 필텍은 탄산수 제조기용 CO_2 카트리지를 충전하는 기업으로, 필텍 역시 ISO 9001 인증을 보유하고 있습니다. 우리는 브리타 그룹으로의 지속적인 통합의 일환으로 필텍까지 관리 시스템을 확장하는 것이 타당한지 검토하고 있습니다. 인증 여부에 관계없이 모든 사업장에 품질, 직업 안전, 환경 보호에 대한 동일한 요구사항이 적용됩니다.

우리가 추가적인 고객 요구사항을 충족할 수 있도록, 현재 독일과 영국의 필터 카트리지 생산 시설 또한 매년 BRC(British Retail Consortium)의 글로벌 소비재 표준과 SMETA의 지속가능하고 윤리적인 사업 행동 표준에 따른 외부 감사를 받고 있습니다.

생산 현장 인증 현황
(2020년 12월 12일)

	필터 카트리지			식수 디스펜서	CO_2 실린더
	브리타(독일)	브리타(영국)	브리타(중국)	브리타(이탈리아)	필텍(독일)
ISO 9001	●	●	●	(●)	●
ISO 14001	●	●	●	(●)	
ISO 45001	●	●	●	(●)	
BRC	●	●			
SMETA	●	●	●		

(•) planned

공급망에 대한 책임

우리는 제조업체로서 기술적인 필터나 전기 부품과 같은 중요한 원재료와 부품을 글로벌 공급업체 네트워크에서 수급해야 합니다. 우리는 공급업체와 협력적이고 종종 장기적인 비즈니스 관계를 구축합니다. 생산 관련 원재료와 주요 부품의 공급업체들은 대부분 유럽과 아시아에 기반을 두고 있습니다.

공급업체는 엄격한 기준에 따라 선정됩니다. 품질과 공정 요건 외에도 위생, 환경 보호, 직업 안전, 근무 환경 및 사업적 컴플라이언스에 대한 요건들을 충족해야 합니다. 일정 구매량을 초과하는 생산 원재료 공급업체는 이런 영역에서의 자사 활동에 대해 우리에게 정기적으로 정보를 공유할 의무가 있습니다. 선정된 공급업체에 대해서는 우리의 요건을 충족하는지 확인하기 위해 자격을 갖춘 브리타 직원이 추가적인 현장 감사를 실시합니다. 최소 기준에 못 미치는 사항이 발견되면 협력업체와 함께 장기적인 해결책을 찾습니다. 작년에는 코로나19로 감사 활동이 크게 위축되었지만, 향후 각별한 주의를 기울이며 재개될 예정입니다.

특히 파이프 연결식 정수기에 두드려졌던 우리의 세계적인 성장과 제품 포트폴리오의 지속적인 발전은 우리의 공급망이 더 복잡해지고 다양해지고 있다는 걸 의미합니다. 동시에 우리 고객과 입법자 및 대중은 점점 더 기업 실사에 관심을 갖고 있습니다. 국제적으로 인정되는 인권, 존엄성 있는 근무 환경 및 컴플라이언스와 관련하여, ➥브리타 행동규범에 공식적으로 명시된 중심 원칙들은 우리 기업 문화와 우리 정체성의 기본 요소입니다. 이와 관련한 우리의 요건을 준수할 수 있는 공급업체만이 우리와 일할 수 있고, 또 장기적으로 함께 일할 것입니다.

우리의 목표는 리스크 기반의 구조화된 방식으로 우리의 가치 사슬에서 모든 형태의 현대판 노예제도와 인권 침해를 예방하고 모든 리스크를 조기에 식별하는 것입니다. 우리의 활동은 매년 발간되는 ➥현대판 노예방지 선언문에 요약되어 나와있습니다. 우리 회사 또는 공급업체가 브리타 행동규범을 위반하는 것을 발견했거나 의심이 되는 직원은 결과에 대한 두려움 없이 익명으로 이를 신고할 수 있습니다. ■

2018년 목표	달성여부	진행상황
제품 설계 및 개발 단계에서 지속가능성 고려	● 제품 개발 과정에 지속가능성 체크리스트 도입 ● 프로젝트 매니저와 프로덕트 매니저가 지속가능성 측면을 더 민감하게 다루도록 교육	●●○
작업장 관리 표준화 및 개선	● 독일 공장에 표준화된 제어 루프 도입 ● 디지털 작업장 관리 파일럿 시행	●●●
중국 신규 생산 현장 인증	● 2019년에 ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001 인증 성공적 획득 ● 첫 번째 점검 감사 통과	●●●
공급업체 관리에 지속가능성 문제를 더욱 강력하게 포함	● 공급업체 선정 프로세스 변경 ● 공급업체 자체 평가를 선정 프로세스에 포함 ● 연간 감사계획 수정 ● 2020년에는 코로나19로 감사 진행되지 않음	●●○

●●● 목표 달성 ●●○ 목표 부분 달성

#03 PEOPLE

브리타 그룹의 새로운 업무 방식:
뉴 와우 (New WOW!- Way of Working at BRITA)

“뉴 와우(New Wow)”는 요즘 기업들에게 가장 중요한 개념으로 자리잡고 있습니다. “뉴 와우”라고 하면 업무에 적용되는 새로운 환경, 새로운 도구, 새로운 방법 등이 가장 먼저 떠오르기 마련입니다. 하지만 “뉴 와우”는 그보다 훨씬 많은 것들을 담고 있습니다. 그리고 브리타는 치열한 고민 끝에 우리만의 아주 구체적인 결론에 도달했습니다. 본문의 챕터 부제를 “뉴 와우 (New WOW!- Way of Working at BRITA)” 라는 슬로건으로 정한데는 분명한 이유가 있습니다. 우리만의, 브리타 맞춤형의 새로운 전략적 방향이 브리타 가족들의 공동체 정신을 함양시키고 일에 대한 열정에 불을 지펴 브리타를 한 차원 높은 성공으로 이끌 것이라고 믿기 때문입니다.

화상 회의 중인 브리타 직원들의 모습

“뉴 와우”란 무엇인가?

궁극적으로 “뉴 와우”란 혁신적이고 가치 중심적인 환경이 만들어질 수 있도록 새롭고, 미래지향적이며, 기민하고 의미 있는 방식으로 일하는 것을 통칭합니다. 이는 삶과 일을 결합하는 동시에 새로운 일 문화를 일컫습니다.

이는 일하는 장소, 시간, 조직 등의 측면에서 기존의 개념을 대체하는 것을 의미하여, 모바일 환경과 사무실 근무를 합쳐 유연한 업무 현장을 만드는 것입니다. 여기에는 많은 이점이 있습니다. 집 또는 회사 밖 어떤 곳에서 든 원격 근무를 하면 더욱 집중하여 업무를 할 수 있고, 일과 시간 중에 개인적인 또는 가족들을 위한 니즈를 충족시킬 수 있습니다. 한편 미래에는 회사는 협동, 협업적 창조성, 진정한 인간관계, 그리고 생생한 기업 문화를 위한 장소가 될 것입니다. 이 모든 것은 리더십에 대한 현대적 이해와 밀접한 관련이 있는데, 이는 평등과 감사, 지시가 아닌 지도의 리더십으로 특징지을 수 있습니다.

“뉴 와우”를 향한 우리의 여정

돌아보면 브리타에서는 일찍이 일의 새로운 세계로 향하는 여정에 나섰습니다. 우리는 2009/2010년 타우누스타인에 위치한 브리타 본사 설계에 이를 반영했습니다. 우리는 당시 프라운호퍼 연구소(Fraunhofer Institute)와의 협력을 통해 소위 “열린 공간의 사무실 배치”를 체계적으로 개발하였습니다. 프라운호퍼 연구소는 현재 진행중인 재설계에도 다시 한번 큰 역할을 맡고 있습니다. 당시 주안점은 설계에 개방성, 소통, 그리고 공통의 혁신을 담는 것이었습니다. 이와 동시에, 직원들의 개별 직무에 따른 구체적인 니즈를 반영하고자 했습니다. 예를 들어, “통화가 잦은 사람”들을 위한 별도의 방인 침묵의 박스(Silent Boxes), 인사, 법무, 또는 회계와 같이 특히 기밀 업무를 다루는 동료들을 위한 분리된 사무실, 즉흥적이고 격식 없는 교류를 위한 스탠딩 테이블과 키친 라운지, 그리고 회의와 프로젝트를 위한 다양한 사이즈의 회의실 등이 필요했습니다.

우리가 창의적이고 혁신적인 접근과 방법을 적용했던 브리타 X 혁신 연구소(BRITA X innovation lab) 초기 공간에는 새로운 유형의 협력을 위해 추가 구성요소를 증설했습니다. 본문을 통해 우리의 혁신 연구소에 대해서도 논하고자 합니다. 우리가 네트워크 기반의 디지털 근무 환경으로 빨리 발 딛었기 때문에 우리의 혁신을 향한 발전이 더욱 깊이 이루어졌습니다.

이와 같은 준비를 해왔기 때문에 우리는 코로나19의 갑작스러운 유행과 동시에 사무실과 현장 직원들을 재빠르게 사무실에서 가정으로 돌려보내고도 동시에 성공적으로 업무를 지속할 수 있었습니다.

상해 사무실은 최근 개보수 때 이미 "뉴 와우" 원칙을 도입했다.

변화의 증폭과 가속의 기재가 되는 팬데믹 상황

2020년 3월 코로나19 팬데믹이 시작된 이후로 독일 내 많은 사무실이 거의 버려진 공간이 되었습니다. 비스바덴과 타우누스타인의 브리타 사무실은 특히 거의 사용되지 않거나 엄격한 위생 및 거리두기 조치 하에서만 사용되었습니다. 회의, 워크샵은 물론이고 새로운 기업전략 발표 까지도 비공식적으로 디지털 회의를 통해 이루어졌으나, 이는 매우 효과적이고 성공적이었습니다. 오히려 평시였다면 시간이 더 걸렸을 발전이었습니다.

브리타 그룹의 최고재무책임자(CFO)이자 IT, 인사 및 신규 건설과 시설물 개조 등 주요 인프라 활동의 책임자인 슈테판 요니츠(Stephan Jonitz)는 다음과 같이 확언했습니다. "코로나가 근무 트렌드를 모바일 기반으로 바꿔 놓긴 했지만, 장기적으로 사무실이 사라지지는 않을 것입니다. 그렇지만 사무실 근무 환경은 이제 완전히 바뀔 것입니다. 모바일 근무와 유연한 사무 공간에서 보내는 업무시간이 결합된 미래의 일터는 더욱 다양하고 유연하며 현대적인 곳 이자, 애자일 업무방식 도입을 위한 곳이 될 것입니다. 이는 또한 우리의 미래를 향한 컨셉이기도 합니다. 우리는 이를 일관성 있게, 그리고 빠르게 도입하고 있습니다."

이는 사무실 업무 공간의 계속적인 사용은 줄어든다는 것을 의미합니다. 이에 따라 우리 경영진은 사무실에 대한 새로운 개념을 타우누스타인 사무실 증설뿐 아니라 연내 계획된 기존 사무실 본관의 건축 및 현대화에도 전면 반영하기로 했습니다.

브리타의 CEO인 마커스 핸커머(Markus Hankammer)는 팬데믹 상황에서 달리 차선책이 없었을 새로운 업무 방식과 관련하여 그가 겪은 놀라울 만큼 긍정적인 경험에 대해 다음과 같이 강조했습니다. "우리는 우리의 신뢰의 문화와 관련하여

새로운 현대식 사무실 설계에는 여러가지 일터에 대한 컨셉이 결합되어 있다.

환상적인 경험을 하며 신뢰가 더욱 깊어졌습니다. 브리타 가족 모두가 팬데믹 속 근무 첫날부터 훌륭하게 잘 해주셨고,이 어렵고도 복잡한 시기에 다시 한번 기대를 뛰어넘는 성과를 보여주었습니다. 그 결과, 많은 장애물과 어려움을 우리가 함께 극복하여 2020년에 기록적인 성과를 이루었습니다. 브리타 여러분은 특별한 팀이고, 올 한 해는 아주 독특한 경험이었습니다."

무대 뒤 슬쩍 엿보기 – 확정되기 이전의 전반적인 느낌

현재 공사 중인 유연한 사무실은 애자일 방식으로 일 할 수 있는 매력적인 환경이 갖춰지고 있습니다. 각 부서가 저마다 "기지"를 두고 전체 공간이 나뉩니다. 그렇게 기존 팀 구조가 유지됩니다.

그 다음, 유연하게 사용되는 개방형 공간은 업무 용도 별로 나뉘는데, 공유 워크스테이션에서 집중적으로 개별 업무를 할 수 있는 공간, 프로젝트 팀에서 창의적인 업무를 할 수 있는 공간, 또는 즉흥적이고 격식 없는 교류를 위한 공간 등이 있습니다. 새로운 컨셉의 주안점 중 하나는 지속가능한 또는 재활용된 소재 사용으로, 우리의 전략적 포커스인 지속가능성에 충실한 선택입니다.

마지막으로 사무실이나 모바일 업무를 위한 전문적이고 표준화된 IT 장비가 새로운 컨셉을 완성합니다. 예를 들어 각 직원은 개인별로 소음제거 헤드폰, 키보드, 마우스를 지급받게 됩니다. 그리고 개인 물품 보관을 위한 사물함이 제공됩니다.

필수적인 요소: 직원 참여와 풍부한 커뮤니케이션

직원들에게 큰 영향을 미칠 수 있는 변화가 있을 땐 직원들이 새로운 컨셉을 받아들일 수 있도록 직원 참여는 대체불가능하고 필수 요소입니다. 브리타의 새로운 일터 모델은 우리가 지금까지 코로나 팬데믹으로 얻은 교훈과 더불어 재택근무에 대한 직원 만족도 조사를 더해 만들어졌습니다. 거기에 더해, 프로젝트성 연합 대응 팀(Cross-functional project team)이 꾸려져 워크샵을 통해 부서별 대표를 만나 요구사항과 사무실 사용계획을 세웠습니다.

HR 비즈니스 파트너 수석 매니저(Senior manager)이자 "뉴 와우" 관련 변경 관리 책임자인 안젤라 히즈(Anglea Heese)는 다음과 같이 말했습니다. "뉴 와우를 향한 변화는 점진적으로 민감하게 이루어져야 하겠지만 동시에 야심 찬 변경 관리 계획과 적절한 커뮤니케이션이 수반되어야 합니다."

컨셉 및 개별 요소에 대한 정기적으로 확인하고 필요에 따라 조정해 나가는 것도 변화 도입 과정의 일부입니다. 먼저, 새로운 일터의 장비는 타우누스타인의 하이브리드 사무실 8개소에서 개념 검증(Proof-of-Concept, PoC)이 이루어집니다. 현재 이 테스트 사무실들은 직원들에게 개방되어 있으며, 직원이라면 누구나 질문지를 통해 직접적인 피드백을 제공할 수 있습니다. 이를 통해 초기 단계에서부터 직원들에게 미래 "브리타에서 일하는 방식"의 기술적 가능성에 대해 생생한 그림을 보여줄 수 있고, 어떤 하드웨어적 요소를 이용할 때 브리타에서의 매일이 가장 수월 해질지 직원들과 함께 찾아갈 수 있습니다. 그 이후 하이브리드 일터에서 제안된 요소들을 시범 운영해볼 수 있습니다.

뉴 와우! 효과와 함께 일하기 – 우리 모두 기대하고 있습니다! ■

브리타 바이탈: 건강을 최우선으로

브리타 직원들은 브리타 성공의 가장 중요한 기초입니다. 그렇게 때문에 직원 건강은 우리의 최우선 순위이며 우리 회사 책임의 중심에 있습니다. 우리는 산업 보건관리를 통해 직원들의 육체적, 정신적 건강 유지를 지원 및 장려하고 있습니다. 2018년 이후, 직원 건강 및 웰빙과 관련한 모든 주제는 브리타 바이탈(BRITA Vital) 이라는 주제 아래 모두 묶여 있습니다. 인사 팀, 산업 보건 및 안전 관리 팀, 그리고 노동자 협의체 등의 여러 부서가 이를 위해 긴밀히 협력하고 있으며, 다양한 지원 서비스를 제공하고 있습니다. 2019년 11월 제1회 브리타 건강의 날(BRITA Health Day)에는 브리타 GmbH 타우누스타인 본사에서 근무하는 직원들을 대상으로 건강을 주제로 하는 강연 및 워크샵이 열렸습니다. CSI(Cardio-Stress Index) 측정 등 구체적인 예방검진과 함께 영양 및 스트레스 관리에 대한 상담이 이루어졌고, 스포츠와 요가 수업도 열렸습니다. 건강의 날에 대한 참가자들의 반응은 굉장히 긍정적이었습니다.

또한 브리타 바이탈은 직원들의 웰빙을 위해 다양한 서비스를 제공합니다. 예를 들어, 직원들을 위한 무료 비밀 상담 핫라인을 통해 건강이나 가족 문제, 스트레스와 법적 문제에 이르기까지 직원들의 일상적인 고민부터 심각한 고민까지 귀기울여 줍니다. 직원들에게 건강 관련 정보와 팁을 주는 월간 뉴스레터, 무료 독감 예방주사, 예방검진 등도 포함됩니다.

팬데믹 시기에도 계속되는 전폭적인 지원

2020년의 코로나 팬데믹은 브리타 바이탈에게 전례 없는 독특한 문제를 안겨주었습니다. 기존의 예방검진 서비스가 이루어질 수 없었으며, 락다운, 학교 폐쇄, 홈 스쿨링, 재택근무 등이 많은 직원들이 처음 겪는 어려움을 마주했습니다. 브리타 바이탈은 여기에 도움의 손길을 내밀었습니다. 총 7개의 웨비나를 통해 직원들에게 “재택근무 중에 건강 유지하기”, “원거리 리더십” 등의 강연이 열렸습니다. 점심 휴게 시간을 적극적으로 독려해 직원들이 운동할 수 있도록 했습니다. 직원들이 달린 거리에 비례해 #BRITaid 기부가 이루어졌고, 헌혈 캠페인을 통해 지역 음식 은행 기부금 500유로를 모금했습니다.

점심 휴게 시간동안 함께하는 요가 수업이나 온라인 요리 수업을 통해 팬데믹 시기에도 브리타 바이탈은 직원들에게 건강을 독려했고, 직원들은 이를 적극적으로 받아들였습니다. 조만간 코로나바이러스 관련 제약이 해제된다고 하더라도, 직원 건강은 언제나 브리타 바이탈의 가장 중심에 있을 것입니다. ■

건강한 간식을 위한 하체 운동: 제1회 브리타 바이탈 건강의 날에 브리타 직원이 스무디 바이크를 타고 있다.

브리타는 여러분을 움직이게 합니다.

브리타 GmbH 직원들은 도시용 자전거에서부터 산악용 자전거, 전자 자전거, 그리고 화물 자전거에 이르기까지 무엇이든 선택해 편리하고 저렴한 가격으로 잡래드(JobRad) 자전거를 대여할 수 있습니다.
브리타에겐 어떤 이득이 돌아가느냐고요? 바로 더욱 건강하고 활기차며 행복한 직원입니다! 2019년 8월 이후, 자전거 200여 대가 이미 대여되었습니다.

브리타 바이탈은 계속된다

더 많은 활동 계획:

- 회복력 또는 친인척 돌봄을 위한 전문가 강의
- 재택근무 환경에서 신체활동을 늘리고 인체공학적 개선을 이루기기 위한 이니셔티브
- 피부암 검사 등 예방 건진 과목 확대
- 생산직 근로자들을 위해 야간교대 근무 시 영양 및 건강한 수면 관리법 교육

코로나19 팬데믹

“위기에 순간에는 사람들의 진면모가 드러난다.” 전 독일 총리 헬무트 슈미트 (Helmut Schmidt)가 남긴 이 명언은, 코로나19 팬데믹 시기에 더욱 빛났습니다. 여타 기업들처럼 우리도 처음에는 팬데믹의 영향력에 놀라고 갑작스러운 변화에 준비가 되어 있지 않았습니다. 그럼에도 불구하고, 우리는 2020년 1월 건강 및 보건 팀, 인사 팀, 노동자 협의체, 홍보 팀 등이 모여 팬데믹 연합 대응 팀을 만들었습니다. 부서간 협력에 빛나는 이 연합 대응 팀은 브리타가 팬데믹에 성공적으로 대응할 수 있었던 원동력 중 하나였습니다.

팬데믹 대응 팀의 구성원들이 각기 다른 관점에서 이슈를 바라보며 직원들과 회사를 위해 가장 좋은 해결책을 모색했습니다. 인사 팀과 노동자 협의체간 신뢰와 건설적 협력이 특히 돋보였습니다. 이를 바탕으로 직원들의 결정 사항에 대해 회사가 더 높은 수용력을 가질 수 있었고, 특히 생산직 근로자들을 대표로 하는 직원들의 우려사항을 더 잘 반영할 수 있었습니다.

팬데믹은 아주 역동적으로 진행되어 갔으며, 결국 2020년 3월 16일, 독일 내 모든 사무실 업무를 재택근무로 전환하게 되었습니다. 우리 IT 부서의 엄청난 노고 덕택으로 재택근무 전환이 매끄럽게 이루어질 수 있었습니다. 이들의 노고가 더욱 빛이 나는 이유는 재택근무 전환을 위해 네트워크 캐파 증설, 소프트웨어 및 라이선스 구매 등이 이루어져야 했으며, 직원들이 스크린과 책상 의자를 집에 가져갈 수 있도록 규제 동의를 받아야 했기 때문입니다. 재택근무로의 빠른 전환은 회사 경영에 새로운 도전과제를 안겨주었고, 일관성 있는 신뢰 문화가 필요했습니다. 이는 특히 어려운 시기에 더더욱 브리타를 돋보이게 해주는 강력한 화합의 힘을 보여주는 일이었습니다.

접촉자 추적조사, 위생 규칙 및 방문자 금지: 팬데믹 기간동안 텅 비워져 있는 타우누스타인 본사 로비의 모습

소통은 화합의 힘

우리는 경영이사회와 긴밀한 협력을 통해 다음과 같은 원칙을 세워 팬데믹 초기부터 일관되게 적용하였습니다: 우리의 최우선순위는 직원들의 건강 보호이며, 회사 영업 유지는 차선이다. 현장에서 일하는 직원들을 위해 종합적인 위생 컨셉을 세웠습니다. 안전 거리 두기, 마스크 착용 의무 등이 팬데믹의 단계별로 계속해서 적용되었습니다. 생산과 물류직 근로자들을 위한 특별 예방책과 보호책, 그리고 종합적인 위생 및 안전 컨셉이 도입되었습니다.

메시지를 담은 마스크 착용: 의료용 마스크가 법적 의무화되기 전부터 직원들은 해당 천 마스크 구매를 통해 우리 NGO 파트너인 WDC(Whale and Dolphin Conservation)에 대한 지지를 표명할 수 있었다. CEO인 마커스 핸커머가 모범을 보였다.

초기에는 국내 및 글로벌 직원들을 향한 대내 소통이 큰 역할을 했습니다. 우리 목표는 직원들의 불안을 줄이고, 명확성을 주고, 지원을 제공하며, 브리타 가족들의 구체적인 우려 및 니즈에 최대한 대응하는 것이었습니다. 이를 위해 누구든 팬데믹 관련 질문이나 문제에 대해 직접 연합 대응 팀에 연락할 수 있도록 특별 이메일 계정을 만들었습니다. 연합 대응 팀에서는 2020년 3월부터 2021년 5월 말까지 이메일 계정으로 수신된 1,000여 개의 이메일 대부분에 대해 1일 이내에 회신했습니다. 모든 직원들에게 사내망 정보 허브를 통해 코로나 관련 정보를 지속적으로 업데이트 했습니다. 또한, 중요하고 긴급한 변동 사항이 발생하면 전직원에게 메일을 발송했습니다. 팬데믹 연합 대응팀은 주간 브리타 리더십 포럼 (Weekly BRITA Leadership Forum)을 통해 각 팀 매니저에게 새로운 진전사항에 대해 업데이트를 제공했습니다.

특히, CEO인 마커스 핸커머는 동영상을 통해 차분한 독려의 메시지를 전했는데, 이는 강력한 효과가 있었으며 직원 모두에게 방향성과 자신감을 심어주었습니다.

세계적 화합과 상호지원

“우리는 브리타. 글로벌 가족”이라는 우리의 기업 정체성을 모두가 깊이 공감하고 있음을 아주 구체적으로 실감한 계기가 있었는데, 바로 갑작스러운 마스크 품귀가 일어났을 때였습니다. 팬데믹 초기에 우리 중국 지사에서 마스크가 긴급히 필요했을 때, 독일 본사에서 행정적 지체 없이 빠르게 중국 동료들을 위해 마스크 3,000장 이상을 보냈습니다. 팬데믹이 진행 이후 단계에 독일에서 마스크가 점점 귀해지자, 중국 브리타 직원들이 독일 동료들을 돕기 위해 마스크를 보냈습니다.

브리타 가족들의 국제적 화합은 해시태그 #WESTANDTOGETHER 동영상 캠페인에서도 잘 엿보였습니다. 세계 각지의 지사와 본사 부서에서 팬데믹과 그 대응법에 대한 영상 메시지를 사내망에 올렸습니다. 이를 통해 동료들 간 연락을 주고받을 수 있었고, 서로 용기를 북돋우며 공동체 의식을 키울 수 있었습니다.

물론 팬데믹이 우리에게 전례 없는 어려움을 준 것은 사실이지만, 브리타 가족의 화합을 강화한 것도 사실입니다.■

중국 동료들이 브리타 독일 동료들을 위해 마스크를 보내려고 준비 중이다.

브리타 X:
혁신 연구소를 통해 보는 인사이트

브리타에서는 다양한 사람들이 모여 공통의가치를 좇는 강력한 팀이 있습니다. 독일 타우누스타인 본사든, 인도에 새로 세워진 지사든, 이탈리아 북부의 생산 시설이든, 브리타의 정체성은 전사에 걸쳐 반복되는 테마입니다. 브리타 X에서도 마찬가지입니다. 브리타 X의 목표가 최대한 다양한 사람, 기술, 관점을 하나의 연합된 팀으로 모으는 것이지만, 모토는 하나입니다. "우리는 브리타. 글로벌 가족".

브리타 X 혁신 연구소: 새로운 비즈니스 아이디어를 스타트업과 같은 환경에서 개발하고 실험한다.

브리타 X는 2020년 초 혁신 연구소로 출범하여, 브리타에 사용자 중심적인 비즈니스 모델을 개발하기 위해 애자일 방법론을 추구하는 기관입니다. 우리 기업 가치인 자유, 개인의 책임, 공동체 의식, 존경, 개방성과 신뢰는 주체적으로 조직된 팀의 이상적인 필수 요건입니다. 티모 크레젤러(Timo Kreuzsaler)는 팀을 조직할 때 강력한 정체성을 갖는 것이 왜 중요한지 직접 경험했다고 합니다. 2005년 브리타에 입사하고 최근 보조 팀장으로 일하던 티모는 브리타 X 출범과 함께 혁신 연구소로 팀을 옮겼습니다. 그는 다음과 같이 말합니다. "브리타는 브리타입니다. 생산 환경이든, 현재 제가 근무하는 스타트업과 같은 환경에서든 말이지요. 가장 큰 차이점은 무엇을 가지고 어떻게 일하느냐입니다. 가족과 같은 인식과 가치는 어느 조직에서나 같습니다." 그렇다면, 현대적인 혁신 연구소는 어떻게 운영될까요?

정체성이 확실할 때 의미 있는 일을 할 수 있다

티모는 다음과 같이 말합니다. "우리는 브리타의 비전과 미션을 심각하게 받아들입니다. 우리는 우리 역할에 회사 미션을 녹여냈습니다. 우리가 새로운 비즈니스 아이디어를 시도해 볼 때 미션은 나침반과 같은 존재가 되주지요." 결과적으로 브리타 X 팀은 자신들에게 주어진 일의 목적이 무엇인지, 왜 해야 하는지에 질문을 던졌습니다. "우리는 '왜'라는 질문을 통해 우리에게 주어진 목표에 감정이입을 할 수 있게 됐습니다. 책임감을 가지고 행동해야 한다는 느낌을 만들어주었습니다."

브리타 X는 팀을 어떻게 함께 운영해 나갈지에 대해 공통된 이해와 가이드를 만들었습니다. 이를 통해 규칙이 명확해졌습니다. 예를 들어 의사 결정은 공동으로 한다는 등의 규칙입니다. 또한, 재무, 예산 관리, 구매 등 팀 내에 역할에 따라 책임이 독립적으로 분배됩니다.

브리타 X 팀에 사용하는 창의적 툴과 애자일 업무방식 중 하나로 팀 룸에 위치한 거대한 싱크탱크 벽이 있다.

유저 중심적인 방식으로 일한다는 것은 테스트의 연속이자 실패의 경험을 의미한다

새로운 유저 중심의 비즈니스 모델 개발은 인간의 필요와 이슈를 이해하고, 그 해결책을 찾기 위해 새로운 아이디어를 개발하며, 테스트하고 나아가는 과정입니다. 티모는 다음과 같이 말합니다. "우리 팀이 출범하고 얼마 후, 슈퍼마켓과 주류 매장 앞에서 사람들과 이야기를 나누며 그들의 니즈가 무엇인지 알아보았습니다. 몇 주 뒤, 우리는 판지 상자로 만든 정수기 시제품을 들고 인도로 나섰습니다. 소비자들이 사적인 환경에서 공유하는 정수기라는 우리의 첫번째 아이디어를 테스트해봤습니다."

이 과정은 목표 달성 시까지 여러 차례 반복이 수반됩니다. 바로 사용자들이 너무나 원해서 지불의사가 있는 솔루션을 만드는 것입니다. 동시에 기술적으로 실현 가능하며 경제성 있는 솔루션이어야 합니다. 주류 매장 밖에서 이루어진 초기 조사로부터 6개월 뒤, 프랑크푸르트의 대형 주택 단지에 실제 정수기가 설치되었습니다. 티모는 다음과 같이 말합니다. “궁극적으로, 우리가 처음 만든 비즈니스 모델은 확장 가능성과 경제성이 부족했습니다. 그렇지만 우리는 다른 솔루션을 고안하기 위해 우리가 얻은 모든 지식을 총동원했습니다.”

애자일 업무 방식의 필수 요소: 집중

브리타 X는 여러가지 운영 방식을 가지고 접근법을 만들어가고 있습니다. 티모는 다음과 같이 말합니다. “처음엔 분기별 목표를 세웠습니다. 소위 목적 및 주요 결과물(Objectives and Key Results, OKR) 이라는 것 을요. 이 OKR은 주어진 기간동안 우리가 더욱 집중해야 할 지배적인 힘이라고 생각해야 합니다.”

마법의 재료 OKR

목적 및 주요 결과물(Objectives and Key Results, OKR)은 두가지 요소로 이루어진 업무 관리 방식입니다. 첫째는 목적으로, 이는 일반적으로 굉장히 야심 차며 동기부여가 되는 목표를 의미하며, 둘째는 주요 결과물입니다. 주요 결과물은 성공을 이끌어내기 위해 사용되는, 목적과 달리 측정 가능한 OKR의 구체적인 부분을 지칭합니다. 주요 결과물은 회사와 팀의 목표를 연결시켜주고, 주간 타겟의 근거가 됩니다. 매 분기마다 새로운 OKR을 작성하고 도입합니다.

OKR은 향후 3개월 간의 목표를 위한 프레임워크를 만들어줍니다. 하지만 거기에서 끝이 아니라, 주별로 팀의 작업 방식에 따라 성패가 결정됩니다. 티모는 다음과 같이 말합니다. “주요 이슈에 대한 집중도를 높이기 위해 매주 월요일 주간 타겟을 설정하고 그에 따라 주간 계획을 세웁니다. 우리는 서로 매일 소통하고, 종종 협업합니다. 가끔은 아주 세분화된 작업이 되기도 합니다.”

브리타 X에서 상품 관련 아이디어를 도입할 때는 손재주가 요긴하게 쓰인다: 시제품을 만드는 티모 크레젤러.

워크샵과 회의 마다 역할 바꾸기

특정 역할에 주어지는 책임이 매일 바뀝니다. 이로 인해 도전과제가 생기고, 자기계발을 할 수 있습니다. 온라인 생성기를 통해 총 6개의 역할이 매번 재배정됩니다. **사회자(Moderator)**는 논의를 이끌며 논의가 목표 달성에 도움이 되는지 확인합니다. **비주얼라이저(Visualizer)**는 사회자와 함께 온라인 회의 내용을 시각화 합니다. **골키퍼(Goalkeeper)**는 팀원들이 본주제를 벗어난 이야기를 하면 이를 제지합니다. **타임키퍼(Timekeeper)**는 회의 일정이 준수되는지 확인합니다. **다큐멘터(Documenter)**는 시각화 된 내용을 기록합니다. **치어리더(Cheerleader)**는 감정적인 지원을 합니다.

디지털이냐 아날로그냐 – 활동 내용에 따른 업무방식 선택

혁신 연구소는 활동이 중심이 됩니다. 즉, 주어진 일이 업무방식을 결정짓습니다. 매주 월요일, 각 팀은 팀 룸에서 화이트보드를 활용하여 주간계획을 세웁니다. 코로나 팬데믹 시작과 함께 팀 룸의 화이트보드는 온라인 화이트보드로 대체되었습니다. 티모는 다음과 같이 말합니다. “우리는 일부 업무, 예를 들면 계획의 경우엔 온라인에서 하는 것이 더 낫다는 점을 깨달았습니다. 브레인스토밍은 온라인에서도 가능하지만 모두가 한 회의실에 모여 있을 때가 더 낫긴 합니다. 그리고 정수기 시제품 조립처럼 온라인으로 대체할 수 없는 활동도 있지요.”

브리타 X 팀에게 애자일 업무방식의 가장 큰 장점은 아주 명확합니다. 티모는 다음과 같이 말합니다. “우리는 더욱 자율적이며 효율적으로, 그리고 자원을 아끼는 방식으로 함께 일할 수 있고, 모든 것을 스스로 기획할 수 있습니다. 이로 인해 우리는 브리타를 위한 최적의 결과를 만들 수 있습니다. 우리에게 자유는 매우 의미 있습니다” ■

#BRITaid – 좋은 일을 위해 함께 일하기

회사 설립 초기에 우리는 많은 자선기구에 현금과 현물 기부를 했습니다. 그러나 2018년 차세대 매니저들의 주도로 #BRITaid 이니셔티브가 시작된 이후, 직원들의 헌신도 기부활동의 큰 일부가 되었습니다. #BRITaid는 루마니아 바나트(Banat) 지역 ➥잘츠코텐(Salzkotten)의 프란치스코 수녀들에게 재정적 지원을 하는 활동입니다. 루마니아는 아직도 유럽의 최빈국 중 하나로, 농촌 지역에 사는 많은 노인과 빈곤층 아이들이 생필품 부족을 겪고 있습니다. 1991년 이후, 프란치스코 수녀님들이 교육 돌봄과 이동식 사회복지 서비스 등을 통해 취약 가정의 아이들과 노인들을 돌보고 먹이고 지원하고 있습니다.

#BRITaid는 이제 3년째 다양한 모금 이벤트를 통해 브리타 직원들의 참여를 독려해왔습니다. 모금된 성금은 프란치스코 수녀님들의 프로젝트에 직접 기부되었습니다. #BRITaid 팀원들은 갈 수 있는 한 먼 곳까지 프로젝트 현장에 방문해 현황에 대해 직접 정보를 얻고, 도울 수 있는 다른 방법을 모색합니다.

코로나 팬데믹 기간동안 바나트 지역 프란치스코 수녀님들을 향한 지원은 어느 때보다 중요했습니다. 우리의 지원 덕에 학교와 유치원이 폐쇄된 상황에서 50명 이상의 학령기 어린이와 유치원생 어린이들이 정기적인 식사를 제공받고 보육시설에 보호받을 수 있었습니다. 또한, 인터넷 통신이나 노트북이 없는 다수의 빈곤층 가정의 아이들을 위해 수녀님들이 필요한 온라인 학습환경을 정비했습니다.

카란세베(Caransebes) 지역의 유치원에서 프란치스코 수녀님들이 30여 명의 아이들을 위해 교육 돌봄, 따뜻한 식사 및 다른 지원을 제공하고 있다.

2020년, 다시 한번 수 천 유로의 금액이 모금되었습니다. #BRITaid와 브리타 바이탈 연합 캠페인으로 9월 어느 날, 브리타 직원들에게는 아주 활동적인 점심 시간이 펼쳐졌습니다. 직원들은 걷거나 뛰며 시간을 보냈습니다. 직원들은 총 770km의 거리를 걸었고, 브리타 바이탈은 km당 2유로를 #BRITaid에 기부했습니다. 또한, 타우누스타인 본사에서 벼룩시장이 열려 직원들이 기부를 하고 답례로 폐기될 뻔했던 브리타 상품을 받아갔습니다. 이 행사를 통해 10,000 유로 이상의 금액이 모였고, 덕택에 2020년에는 루마니아에 사회적인 프로젝트를 도입할 수 있을 만한 기록적인 금액이 기부됐습니다. 앞으로도 우리는 우리의 도움이 가장 필요한 곳에 손길을 내밀 것입니다. ■

수녀님들이 대부분 지원을 받지 못하는 병자와 노인들을 위해 자선단체의 복지 서비스에서 지원을 보태고 있다.

사회 환원

전세계 브리타 지사들은 현금, 개인적 약정, 현물 등 다양한 방식으로 현지 또는 지역의 자선단체를 지원합니다. 하기 표는 지난 2년간 브리타 각 지사가 지원한 단체의 명단입니다.

BRITA Gruppe	Whale & Dolphin Conservation
BRITA Germany	Arche Frankfurt AWO Taunusstein Johanniter-Unfall-Hilfe Jugendfeuerwehr Taunusstein SOS Kinderdorf Frankfurt
BRITA Australia	Clean Up Australia
BRITA France	No Plastic In My Sea Whale & Dolphin Conservation
BRITA Hong Kong	Salvation Army
BRITA India	Shanti Bhavan
BRITA Japan	Kameoka City, Kyoto NPO Acorn Club WWF Japan
BRITA Poland	Domydziecka.org Ronald McDonald Charity Houses
BRITA UK	Keep Britain Tidy Whale & Dolphin Conservation
Vivreau USA	Charity Water Ocean Wise

조직 내에 있는 잠재적 리더

브리타의 장기적인 성공은 기본적으로 우리 직원들 덕택입니다. 직원들이 우리의 비전과 미션을 펼치기 위해 보여준 헌신, 능력, 그리고 동인은 우리가 최근 몇 년간 달성한 놀라운 발전의 가장 중요한 요인입니다. 훌륭한 직원에 더해, 강력한 리더십은 필수적입니다. 그래서 우리는 조직 내의 젊은 인재들에게 기대를 걸고 있습니다.

우리의 목표는 조직 내부에서 최대한 많은 리더 포지션을 뽑아 직원들에게 승진과 더 많은 훈련 기회를 제공하는 것입니다. 지난 몇 년 간 우리는 경영진 공석 60%를 내부 지원자로 채웠습니다. 이는 우리가 꾸준한 성장을 이루는 시기에 내부적으로 아주 강력한 신호가 됩니다. 이를 독려하는 데에는 다양한 이유가 있습니다. 먼저, 우리는 각 업무 부서와 인사 팀 간의 지속적이고 생산적인 교류를 장려하는데, 특히 비즈니스 파트너와 채용 팀, 그리고 인재 개발 팀 간 교류를 강조합니다. 이를 통해 우리는 어떤 직원이 리더십 역할로 갈 준비가 되어 있는지 일찍부터 파악할 수 있습니다.

둘째, 우리는 경영진 포지션 채용 프로세스를 위해 후보 직원에게 직접 다가갑니다. 만일 내부 후보자가 포지션 맞는 배경과 잠재력을 가진 것으로 파악되면, 그는 외부 후보자에 비해 유리한 위치에 놓입니다. 외부 후보자가 잠재적으로 더 나은 조건에 있다고 하더라도 내부 후보자를 승진시켜 지원하고 새로운 포지션에 빠르게 적응할 수 있도록 돕는 경우도 있습니다.

적절한 후보자를 승진시키는 것에 집중하는 것과 더불어, 우리는 계속해서 전문 인력과 매니저급 인력을 개발하는데 집중합니다. 브리타는 이중 연수 프로그램을 제공하여 구인 시장에서 찾기 어려운 특별한 전문가를 양성합니다. BOLD 프로그램은 이미 브리타에서의 업무를 통해 브리타 문화를 내면화 한 차기 매니저들의 잠재력을 키워주는 프로그램입니다. 우리의 새로운 툴 Success Factor은 직원의 잠재력을 판단하게 해주고, 좋은 직원을 놓칠 리스크를 미리 탐지할 수 있도록 인사 팀에 보탬이 될 것입니다.

내부 인력의 리더십 승진은 결과적으로 회사에 큰 이익이 되었습니다. 더욱 발전하고자 하는 욕망이 있는 야심 찬 직원에게 헌신할 동기부여가 되고, 보상이 되기도 합니다. 결과적으로 잠재력 있는 직원이 회사에 오래 남아 있습니다. 왜냐하면 회사가 그들에게 구체적인 커리어에 대한 비전과 개발 기회를 주기 때문입니다. 이를 통해 장기적으로 이직률이 낮게 유지되고, 지속가능한 채용이 가능하며, 직원 만족도가 향상됩니다. 의욕 있고 만족도가 높은 직원들은 우리 회사의 가장 좋은 옹호자가 되기도 합니다.

직원의 높은 충성도와 장기적인 고용관계는 구직 시장에 있는 외부 후보자에게 우리 회사를 매력적인 회사로 보이게 해주며, 고용인으로서 브리타 브랜드를 더욱 강하게 만들어 줍니다. 이는 쌍방을 위한 진정한 윈-윈 관계입니다! ■

FACTS AND FIGURES

현재 진행 중인 과업

- 적절한 프로그램 및 브리타 바이탈 건강 관리 시스템을 통해 우리 직원들의 사회적, 심리적, 그리고 신체적 웰빙 지원
- 체계적인 역량 모형을 통해 우리 직원의 기술 및 역량 개발
- 직원과 매니저들 간 "뉴 와우"에 필요한 마인드셋 함양
- 채용, 인재 관리 및 직원 데이터 디지털화를 위한 OneHR 프로그램 추가 도입과 OneHR 프로그램의 전 세계 IT 모듈 개발

가장 중요한 자원, 사람

우리의 성공 기반은 혁신적이며 품질 좋은 상품뿐 아니라, 열정적이고 잘 훈련된 직원들입니다. 이들의 헌신과 아이디어로 브리타와 브리타의 발전이 만들어지고 있습니다. 우리는 이 아주 특별한 성공 기반을 잘 보존하고자 합니다. 그래서 우리는 영감을 주고 고무적이며 즐거운 업무 환경을 만들기 위해 항상 노력합니다. 브리타 가치인 자유, 개인적 책임, 신뢰, 공동체 의식, 존중, 그리고 개방성은 직원들 간, 그리고 직원과 매니저 간 협력의 가이드라인이자 기초가 됩니다.

인심 후한 복지

우리는 직원들에게 큰 기대를 하고, 우리들의 소비자와 고객, 동료, 사회, 그리고 환경에 대해 책임감을 가지고 행동하기를 요구합니다. 이에 대한 급부로 우리는 협력, 상호존중, 그리고 감사가 주가 되는 업무 환경을 만들고자 합니다. 직원들은 의무와 책임을 이행하는 가운데 생산성 있는 업무를 위해 자유와 기회를 갖습니다. 우리는 가능한 한 직원 개개인의 생각에 맞는 발전적 관점을 제공합니다.

전세계적으로 우리는 각 로컬 시장에서 경쟁력 있는 정당한 임금을 지불합니다. 정기적으로 직무 별 요건표에 따라 성과를 평가하며, 이는 인종의 영향 없이 객관적인 프로세스를 통해 이루어집니다.

재정적 보상에 더해, 우리는 자발적인 혜택을 많이 제공하는데, 이는 각 국가나 현지 조건에 따라 달라집니다. 직원의 개인적인 생활에 맞는 유연한 근무 시간 보장, 관용적인 재택 근무 허용, 포괄적인 건강 보험, 현대적인 업무 공간, 무료 음료 제공 등, 매력적인 업무 환경을 위한 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 방식으로 각 지사가 직원들에게 감사를 표하고, 동기부여를 하며 직원들이 브리타와 계속 함께 하는 방법들을 찾고 있습니다.

자발적인 사내 복지 혜택

- 회사 자체 연금제도
- 자발적 건강 보험
- 장기근로시간 계좌제(Working-life time accounts)
- 근무 중 학업 옵션
- 무료 의료 서비스
- 보조금이 지원되는 대중교통 티켓
- 보조금이 지원되는 구내식당 및 식사
- 스포츠 및 피트니스 활동비
- 크리스마스 또는 명절 보너스
- 생일 및 기념일 선물
- 직원 할인

모든 서비스가 모든 지역에서 적용되는 것은 아님

파트너십 기반의 인사관리

종합적인 직원 혜택의 대부분은 경영진, 인사 팀, 그리고 노동자 협의체의 건설적이고 긴밀한 협력의 결과물로 이 협력관계는 1999년 이후 직원의 이익을 위해 존재했으며, 오늘날 타우누스타인 본사와 바트캄베르크(Bad Camberg), 베젤리히(Beselich), 비스바덴(Wiesbaden) 등의 사무실 직원들을 대표하고 있습니다. 이러한 협력은 존중하는 태도와 서로에 대한 인정과 평등이 바탕이 된

상호작용을 특징으로 하며, 모든 참석자들이 토론에서 서로를 인정하는 문화를 바탕으로 무엇보다 목표에 집중하는 솔루션을 만들기 위해 이루어집니다.

최근 몇 년 사이 직원의 숫자가 증가하고 노동자 협의체의 책임이 늘어나면서, 2018년 가을, 노동자 협의체의 의장과 부의장이 사상 처음으로 실무에서 벗어나 협의체 전담직을 맡게 되었습니다.

인재 관리

우리의 인재 관리는 체계적인 채용, 승진, 유보, 그리고 회사 내 배치 등과 관련되어 있습니다. 인재 관리 팀을 지원하기 위해 2016년 이후로 브리타 전사적으로 직원 평가 및 개발을 위한 일관된 프로세스가 적용되었습니다. 2020년 Success Factors 소프트웨어 도입 이후 투명성이 제고되고 목표가 더욱 뚜렷해졌습니다. 직원과 매니저 사이에 연내 정기적 피드백이 오가고 긴밀한 상호작용을 하며, 직원이 자기평가와 자기계발 계획 기회를 늘리려는 노력이 이루어지고 있습니다.

2017년 BOLD 프로그램 개발 이후 현재 전세계적으로 BOLD가 적용되었으며, 특히 리더로서의 잠재력이 있는 직원 계발을 위해 사용되고 있습니다. BOLD는 3개년 모듈형 프로그램으로, 빠르게, 그리고 뚜렷한 목적을 가지고 평직원을 리더로 양성하는 프로그램입니다. 프로그램 내용은 워크샵, 멘토링, 그리고 프로젝트 내 구체적인 비즈니스 문제 해결 등으로 이루어집니다. BOLD 참가자는 여러 기준을 바탕으로 우리 이사회가 지명합니다.

BOLD

BOLD는 “리더십 개발을 위한 브리타의 기회(BRITA Opportunities for Leadership Development)”의 약어로, 차세대 매니저 양성을 위한 프로그램을 지칭합니다. BOLD는 단순히 약어일 뿐 아니라 말 그대로 “용감함”이라는 의미로, 프로그램 참가자들의 성격을 담고 있습니다.

직원 훈련 및 계발을 위해 브리타 아카데미(BRITA Academy) 산하 교육인 외부 OJT와 다양한 내부 훈련이 제공됩니다. 소프트 스킬 교육, 외국어 교육, 경영 세미나 등과 같은 내부적인 교육 기회와 더불어, 영업 아카데미(Sales Academy)와 같은 특화된 영역을 위한 특별교육도 제공됩니다. 다양한 모듈을 통해 직원들은 영업 특화교육을 받거나 온라인 학습을 통해 브리타 제품 범위에 대한 이해도를 높이고 재확인할 수 있습니다.

제품 관련 교육, IT, 컴플라이언스 교육 등 직원을 위한 일반 교육 역시 브리타 아카데미를 통해 제공됩니다. 2020년 11월 이후, 교육에 버추얼 수업이 보충되어 코로나 팬데믹 시기에도 더욱 다양한 교육의 기회가 제공되었습니다.

국제 교류

브리타와 같이 세계적인 활동을 펼치고 있는 기업에게는 독일 본사와 독일 내, 그리고 글로벌 지사들간 집중적인 교류와 긴밀한 협력이 성공의 중요한 필수 요건입니다. 동시에, 브리타의 기업 문화와 가치를 소통하여 국제적으로 퍼뜨리고 생명력을 불어넣는 것 역시 매우 중요합니다. 이 과정을 활성화하기 위해 본사 직원들은 새로운 지사의 구조, 시스템, 또는 생산 시설을 만들 때 정기적으로 도움을 제공합니다.

반대로 국제 지사 직원들이 타우누스타인 본사로 와서 각 시장의 경험을 공유하고, 프로세스를 배우고, 독일 동료들과 함께 전문성을 쌓아 가기도 합니다. 2020년 코로나 팬데믹 이후 여행 금지령이 내려진 탓에 이러한 트렌드가 둔화되긴 했지만, 여행이 가능해지면 다시 이러한 교류가 활성화될 것입니다.

해외 파견과 단기 파견근무는 국제적으로 적용되는 일관된 기준의 파견 가이드라인 하에서 규정되며, 직원들을 위한 투명성과 안전이 보장합니다. 직원들이 최적의 지원을 받을 수 있도록 인사 팀과 세금 전문가들로 이루어진 연합 팀이 이 과정을 함께 합니다. 최근에는 툴과 프로세스의 디지털화로 직원들이 지역 사무실을 벗어나지 않고도 훨씬 긴밀하게 협력할 수 있게 되었습니다.

브리타의 국제화는 미래 매니저를 위한 BOLD 프로그램에도 잘 반영되어 있습니다. BOLD를 통해 다양성을 향하 나아가고 국제 네트워킹을 강화합니다. 이는 참가자들에게 매력적인 국외 커리어 기회를 열어 주기도 합니다.

성장하는 글로벌 하며 다양한 인력

브리타의 계속되는 경제적 성공 및 성장은 직원 숫자에서도 드러납니다. 지난 3년간 직원 수는 20%가량 증가하여 2020년 12월 2,205명을 기록했습니다. 이전 해 13% 성장에 비해 더욱 강해진 성장세는 브리타 그룹 내에서의 오가닉한 성장으로 주도되고 작년 말 직원 120여 명 규모의 필텍GmbH(Filltech GmbH) 인수로 가속화되었습니다.

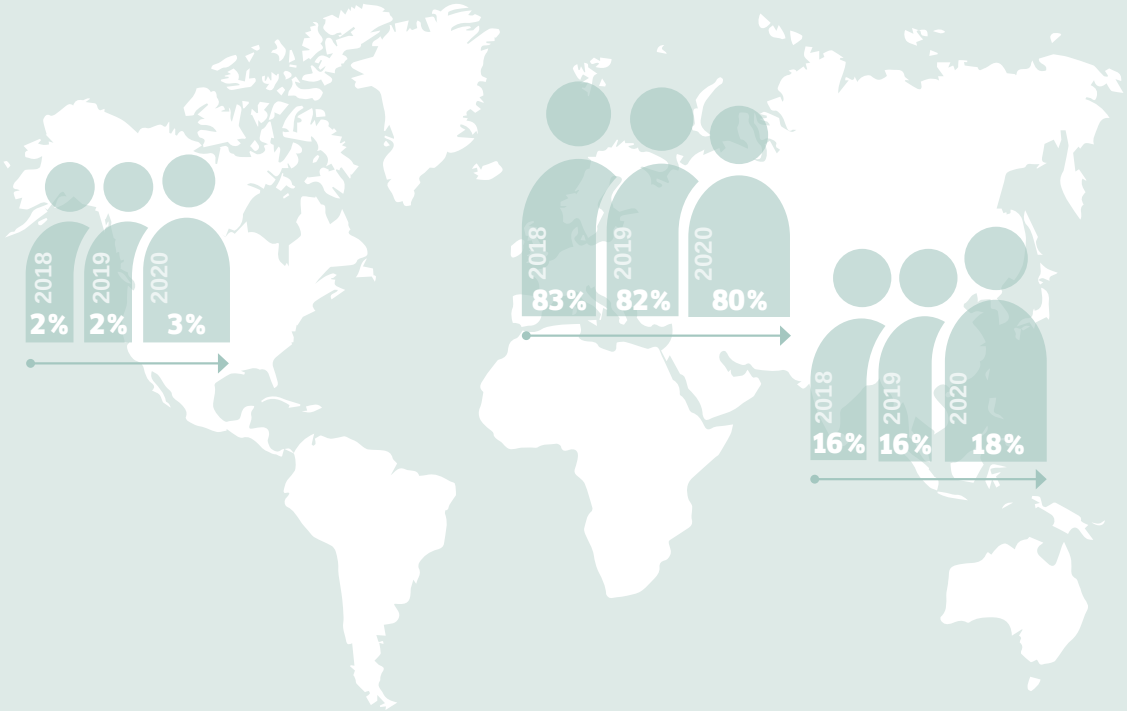
2018년부터 2020년까지 브리타 그룹 내 이직률이 계속 감소하여 종전의 절반 수준인 10% 미만, 유럽에서는 그보다도 훨씬 낮은 수준이라는 것 또한 특기할 만합니다. 동기간에 공석이었던 본사 경영진 포지션의 60% 이상을 조직 내 직원 승진으로 채웠습니다. 이 모든 것을 종합해 보면 우리가 제대로 된 길을 걷고 있음을 알 수 있습니다. 매력적인 일자리, 장기적인 개발 전망, 그리고 긍정적인 근무환경을 갖추고 있습니다. 또 우리가 제대로 된 인재를 불러들이고 있다는 것을 증명합니다.

별다른 설명이 없을 시 다음 지표들은 브리타 그룹 전체 상황을 반영합니다.

직원 숫자 확대

2018: 1,863 **2019:** 1,953 **2020:** 2,205

세계적인 직원 분포[1]



우리 인력의 건강한 성장세는 모든 부서와 지역에 걸쳐 이루어집니다. 오늘날 직원의 80%가 우리 유럽 지역에서 근무하고 있고, 그 중 많은 사람들이 생산 현장에서 근무하고 있으나, 구매 또는 제품 개발 등 주요 역할을 하는 타우누스타인 본사에도 많은 인력이 배치되어 있습니다. 그러나 아시아태평양 지역은 아직도 우리에게 성장 가능한 시장으로 남아있습니다. 일례로 최근 몇 년간, 우리는 인도와 한국에 새로운 지사를 세우고 중국에 브라타 자체 필터 카트리지 생산을 시작했습니다. 해당 지역의 기술과 인력 발전으로, 지난 5년 간 직원 비율이 2배 증가하여 브리타 총 인력의 20%가 배치되어 있습니다.

북아메리카에는 조금 더 작은 규모의 판매 회사가 있습니다. 그렇지만 견고한 인력 구조를 위해 계속 투자해왔으며, 구조 확장을 통해 시장 잠재력을 더욱 잘 포착해 갈 계획입니다.

우리 회사에는 50개국 이상의 사람들이 근무하고 있습니다. 이러한 문화적 다양성은 우리가 서로와 상호작용하는 방법을 알려주고, 우리에게 신선한 시각과 가치 있는 아이디어를 나눌 기회를 줍니다. 우리를 발전하게 도와줍니다. 하지만 동시에 이로 인해 매니저와 직원에게 요구되는 사항도 바뀌고 있습니다. 다문화간 협력은 우리 일상의 일부가 되어가고 있습니다.

[1] 계약서가 현재 유효한 상태에 있는 모든 직원; 필텍GmbH 직원 제외

우리는 언어 교육 또는 교차 문화 교육 등을 통해 직원들을 다문화 환경에서 올 수 있는 어려움에 대비하는 최선의 준비를 시키고 있습니다.

유연근무 시간과 같은 근무 모델 적용을 통해 직원들이 업무와 사생활 간 균형을 최대한 잡을 수 있도록 지원합니다. 물론 모든 국가와 지역에서 선호되는 근무 형태는 아닐 수 있으나, 전세계 브리타 직원의 12%가 파트타임으로 근무합니다. 그리고 남성 대비 더 많은 인원인 여성의 23%가 파트타임 근무를 선택하고 있습니다(전세계 기준 6%). 동시에 60세 이상의 직원 중 거의 20%, 그리고 31-51세 사이의 9%가 단축 근무를 선택했습니다.

다른 기업들과 마찬가지로, 우리는 어떠한 발전이나 상황에도 유연하게 대응할 수 있는 상태를 유지해야 합니다. 그럼에도 불구하고 전세계 브리타 직원 84%가 정규직, 16%만이 계약직으로 이루어져 있습니다. 이는 지역, 문화 별 고용 관례의 차이 때문입니다. 예를 들어, 중국의 계약직 비율은 유럽보다 훨씬 더 높습니다. 그러나 저희 목표는 언제나 직원들에게 장기적인 커리어 전망을 제공하는 것입니다. 브리타 GmbH 직원의 50% 이상인 54%가 포괄임금제 계약을 받고 있습니다.

이전 보고기간과 마찬가지로 여성 직원의 비율은 2018년부터 2020년 사이 40% 수준으로 유사하게 유지됐습니다. 이는 기술 중심의 제조 기업들 가운데 상당히 높은 비율입니다. 유럽에서 여성 직원 비율은 37%, 아시아 태평양지역은 45%, 중국은 거의 60%에 달합니다.

브리타 직원의 연령 구조 역시 유사한 수준에서 유지되고 있습니다. 2017년 이후, 31세에서 50세 사이의 직원 비율은 계속해서 60% 정도였고, 51세 이상의 직원은 20%를 조금 밑돌았습니다. 이 역시도 각 국가의 인구구조와 노동시장의 상황에 따라 상황이 다릅니다. 유럽에서는 31세에서 50세 사이의 직원이 55%인 반면, 아시아에서는 70% 입니다. 반면, 유럽에서 60세 이상 직원 비율은 거의 20%로, 나이 많은 직원의 경험과 지식을 중시한다는 것을 반증합니다. BOLD 프로그램 내 멘토링을 통하여 회사 내에 지식이전이 일어나고 젊은 직원들이 경험 많은 동료들로부터 배울 수 있도록 하고 있습니다.

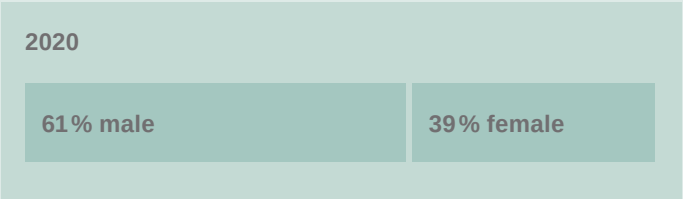
산업 보건, 안전 및 직원 웰빙

브리타는 직원들의 보건 및 안전을 중요시합니다. 우리 목표는 부상 및 질병을 예방하고 산업 안전을 더욱 강화해 나가는 것입니다. 좁은 의미에서는 법적 의무와 기타 산업 보건 및 안전 관리 요건, 그리고 전세계 브리타 사업지에 적용되는 추가 가이드라인을 따르는 것을 의미합니다. 그렇기 때문에 독일, 영국 및 중국에 있는 우리의 필터 카트리지 생산 시설은 산업 안전 ISO 45001 국제 인증에 따라 인증 받았습니다.

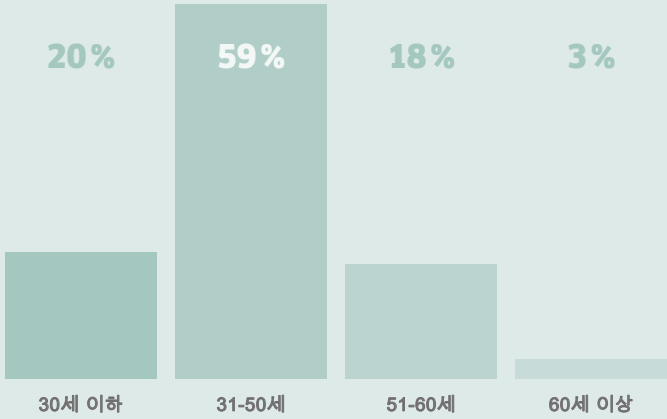
우리는 직원 보호라는 목표 달성을 위해 리스크 평가를 사용하여 사업장을 점검하고 잠재적 리스크가 있는 프로세스를 찾아 이를 신설하거나 변경했습니다. 신규 생산 라인 또는 기기가 도입될 경우, 계획 단계에서 잠재적 위험 요인을 탐색하고 적절한 조치를 취하며 적법하게 운영 하고 있습니다. 우리는 보건, 안전 및 환경 부서를 통해 브리타 조직의 산업 보건 및 안전을 관리하고 있습니다. 사업장의 정기 검사를 정비하고 참여하며, 필요한 경우 책임자들과 함께 적절한 절차를 만들어 나갑니다. 산업 보건 및 안전 팀은 경영진에게 정기 보고를 통해 개선 사항 또는 기회 영역에 대해 건의하고, 그룹 전체를 위한 글로벌 산업 보건 및 안전 표준을 정의합니다.

우리 직원 모두가 보건 및 안전에 대한 정기 교육을 받습니다. 사업지에 따라 온라인 교육 또는 오프라인 세미나가 제공됩니다. 우리는 직원들에게 산업 안전 규정을 따르도록 지속적으로 요청하고, 결함이 있을 시 상사에게 이를 알리며 개선 사항을 제안하도록 독려합니다.

직원의 성별 분포



2020년 직원 연령 분포



작업장 사고

우리의 폭넓은 산업 안전 조치에도 불구하고, 2020년에 브리타 그룹을 통틀어 30건의 작업장 사고가 보고되었으며, 이로 인해 총 449 근무일의 손실이 발생했습니다. 이는 근무 백만시간당의 비율로 환산했을 때 8.3.3입니다. 이 사고의 대부분은 생산, 물류 및 서비스 활동 중에 발생했습니다. 이전 년도와 마찬가지로 사고 원인의 가장 큰 원인은 부주의였습니다. 우리는 계속해서 회사 전체에 걸쳐 산업 안전에 대한 인식을 제고할 수 있도록 모든 적절한 방법을 추구해 나갈 것입니다.

다행히도 보고 기간동안 심각한 결과를 초래한 산업 재해는 발생하지 않았으며, 사망자도 발생하지 않았습니다. 보고된 사건들 모두 즉각적으로 필요한 조치를 취했으며, 사고 후에는 책임자와 협력하여 적절한 개선 노력을 실행했습니다. 필요한 경우에는 추가적인 안전 브리핑 역시 제공하였습니다.

사고율

2018	9.6	
2019	13.4	
2020	10.5	(근무 백만시간 당)[1]

[1] 중단시간 1일 이하의 사업활동 중 보고되어야 하는 사고; 정규직 직원 당 근무 시간 1,840시간 기준으로 계산됨

보건

건강하고 생산적인 직원들은 우리의 비즈니스 목표를 달성하고 성공적으로 운영을 지속할 수 있는 기초 조건입니다. 그렇기 때문에 우리는 직원 관리에 대한 우리의 일반적인 이해를 넘어서 책임감을 가지고 직원들의 건강에 신경을 쏟고 있습니다. 타우누스타인 본사와 다른 여러 지사에서는 법적 요건을 넘어서는 수준으로 예방적 건강 조치를 제공하고 있습니다.

우리의 건강 관리 프로그램인 브리타 바이탈의 일환으로 브리타 GmbH는 독감 백신, 일반적인 백신 상담과 더불어 모든 직원에게 피부 암 진단, 심장 검진 또는 혈당 모니터링을 무료로 제공합니다. 기타 브리타 바이탈의 서비스로는 직원들을 위한 상담 핫라인, 다양한 건강 관련 주제에 대한 월간 뉴스레터, 스포츠, 영양, 회복에 관련한 수업 및 정보 제공, 그리고 건강한 일과 삶의 균형 등이 있습니다. ■

2018년 목표	달성여부	진행상황
브리타 아카데미 컨텐츠 확장	● 마케팅 아카데미 신설 ● 매니저를 위한 교육 확대(리더십 Toolbox) ● 직원들의 자기주도 학습 기회 제공	● ● ●
전사적 협력을 위한 브리타 특화된 컨셉 도입	● HPO(High Performance Organization, 고성과 조직) 교육 및 교육과정 도입 ● APAC과 중국에서 표준화된 정기 직원 설문조사 시범 출시	● ● ○
브리타 산업 보건 및 안전의 표준화 및 국제화	● 산업 보건 및 안전에 대한 통일된 프로세스 및 정의를 전세계적으로 도입 ● Quentic 소프트웨어 사용을 다른 지역 및 프로세스에도 적용	● ● ●
HR 관리의 국제화	● 본사에서 유관 프로세스 및 소프트웨어 솔루션 표준화 ● 글로벌 롤아웃 시작 ● 포스팅 지침 통일	● ● ○

● ● ● 목표 달성　● ● ○ 목표 부분 달성

#04 PLANET

바트캄베르크에 위치한 신규 생산시설: 지속가능성의 지붕 아래 지어진 건물

오늘 건물을 짓는 사람은 내일을 바라보고 짓습니다. 현대 산업용 건축물은 오랜 기간 견고하고 안전하며 기능적이어야 할 뿐 아니라 지속가능해야 합니다. 우리는 이를 바트캄베르크에 건설 중인 생산 시설에도 적용하여 최신 에너지 효율성과 지속가능성 기준을 반영했습니다. 하지만 우리의 지속가능성을 향한 노력은 거기서 한발 더 나아갑니다. 우리는 직원들이 업무 프로세스와 절차를 최적화할 수 있는 매력적인 작업 환경을 만들고자 합니다. 그리고 무엇보다 직원들이 편안한 곳을 만들고자 합니다.

신규 시설은 바트캄베르크의 임 그륀드첸 II(Im Gründchen II) 공업 지대에 35,500 제곱미터 면적의 부지를 바탕으로 합니다. 연구실, 물류시설, 기술, 구내 식당, 그리고 첨단 기술을 갖춘 최신식 생산 시설이 12,500 제곱미터 면적으로 지어지고 있습니다. 직원 130여 명이 한 지붕 아래서 MAXTRA부터 PURITY C, CLARITY 등에 이르기까지 브리타 카트리지 전 라인을 생산할 예정입니다. 2021년 1월에 시작된 일련의 생산 시설 이전은 연내에 종료될 예정입니다.

건설부동산 팀의 매니저 다니엘라 크레안(Daniela Crean)은 지난날을 회고하며 다음과 같이 말합니다. “물론 타우누스타인의 기존 생산 시설 두 곳을 현대화하거나 이 곳에 신규 건설하는 안 두 가지를 모두 고려했습니다. 그러나 첫째, 예전 위치에는 확장할 공간이 없었고, 둘째, 재건축 및 현대화에 필요한 조건들을 생각해 볼 때 신규 건설을 하는 쪽이 환경적으로, 경제적으로 더욱 합리적이었습니다.” A3 고속도로 접근성과 본사 및 베젤리히 중앙 창고와의 거리 등을 고려하여 바트캄베르크가 최종 선정되었습니다.

환경 친화적인 목재 하이브리드 건축물

“새로운 생산 시설은 지금까지 세워진 전 세계 브리타 공장 중 최대 규모를 자랑합니다. 또한 회사 역사 상 이렇게까지 목재비율이 높은 건물은 없었습니다” 라고 슈테판 요니츠는 말했습니다. 요니츠는 브리타 그룹의 CFO로서 현재 진행 중인 신규 건물 건축의 책임자입니다. 바트캄베르크 신축 건물은 꽤 먼 거리에서도 벌써 눈에 띕니다. 건물의 규모뿐 아니라 독특한 디자인 때문입니다. 독특한 외관은 특수 목재 하이브리드 건축법을 반영하고, 하중을 지지하는 요소와 건물의 대부분이 지속가능하게 관리되는 숲의 소나무와 낙엽송 등 인증 받은 유럽 연목으로 만들어졌습니다. 목재 하이브리드 건축에 목재와 콘크리트 소재는 각각의 소재 강도에 따라 다른 용도로 사용됩니다. 목재 또는 집성 목재는 지속가능하며 완전히 재활용 가능한 소재로서 건물 외피의 하중지지에 사용되고, 콘크리트는 건물 기초, 계단, 천장 등의 구조적 요소에 사용됩니다.

건물의 컨셉과 디자인은 독일 보훔(Bochum)의 건축사무소인 반츠 + 릭스(Banz + Riecks)가 맡았습니다. 목재의 환경친화적 에너지 절약 건축물로 유명한 반츠 + 릭스는 최근 몇 년간 국제적인 건축대회에서 상을 다수 수상했습니다. 브리타의 기업 원칙에 깊이 뿌리내린 지속가능성과 환경 보호라는 가치를 생각 할 때, 목재를 사용하는 건물과 건축 사무소는 너무나 당연한 선택이었습니다.

목재 하이브리드 건축법의 장점

적은 환경 발자국
나무는 화석 에너지 소비 없이 다시 자라나며, 지속가능하고, 완전히 재활용 가능합니다. 또한 목재 생산에는 철이나 벽돌보다 훨씬 적은 에너지가 필요합니다. 그리고 나무는 대기 중 CO_2를 영구히 제거합니다.

우수한 단열 효과, 높은 에너지 효율, 그리고 쾌적한 실내 기후 조성
나무는 열 전도 효과가 낮습니다. 이로 인해서 여름과 겨울에 우수한 단열 효과로 에너지 효율성을 높여줍니다. 또한, 빌딩 건축에 사용되는 천연 소재로서 나무는 적정한 기온, 최적의 습도, 그리고 쾌적한 실내를 조성합니다.

유연하고 빠른 건축과정
목재는 가벼운 소재이긴 하지만 무거운 하중을 흡수할 수 있습니다. 그렇기 때문에 유연하게 사용될 수 있습니다. 또한, 나무로 건물을 지으면 일부 부품을 프리패브(Prefabricating) 공법으로 지을 수 있기 때문에 건축 시간을 단축할 수 있습니다.

촘촘한 커뮤니케이션 프로세스

2018년 기공식 전까지 족히 1년간 기획 회의 및 워크샵이 열렸습니다. 담당 건축가인 디트마르 릭스(Dietmar Riecks)는 다음과 같이 말합니다. “우리 스타일의 빌딩을 만들기 위해서는 클라이언트 및 건설에 참여하는 모든 당사자가 반드시 긴밀히 협력하고 계속해서 소통해야만 합니다. 우리는 생산 시설이 가득 차 있는 텅 빈 홀을 만들려는 것이 아니었습니다. 특정한 용도를 위해 고객의 요건에 세밀하게 맞춰 제작된 생산 시설을 만들었습니다.”

건축 요건 중 하나는 지속가능성 있는 계획을 바탕으로 에너지 효율성에 중점을 두어 KfW55 표준을 달성하는 것이었습니다. 디트마르 릭스는 다음과 같이 설명합니다. “반쯤 목재 건물과 유사하게 지어진 건물 건축 방식의 결과로서 표준 달성이 가능했습니다. 차이가 있다면 목재 건물에서 사용되는 진흙 벽돌로 발라 놓은 부품 대신에 24센티미터 두께의 단열재가 들어 갔다는 점인데, 그 덕에 이 건물은 에너지 효율적인 패시브 하우스에 거의 들어맞는 셈입니다.”

건물에서 나오는 열기로 실내 난방을 하는 등 이미 생성된 에너지는 최대한 지혜롭게 사용됩니다. 또한, 건물 외부로 구조의 서스펜션을 옮겨 천장 높이를 낮추고 보온해야 할 공간의 부피를 줄였습니다. 또한 전통적인 산업용 건축물과 달리, 지붕에 태양광 패널 시스템을 설치 중입니다.

KFW55란?

디트마르 릭스, Banz + Riecks Architekten BDA: “건물 설계에는 많은 어려움이 따릅니다. 자원 활용에 지속가능성을 반영하는 것은 아주 중요한 일입니다. 빌딩의 수명을 고려할 때 건축은 환경에 아주 긴 결과를 미치는 프로세스입니다.

KfW 효율 가옥 55[1](KfW Efficiency House 55)은 특별히 에너지 소비량이 낮은 건축물입니다. 이러한 독일 건물 및 개조 기준은 독일 국유 투자개발은행인 KfW(Kreditanstalt für Wiederaufbau)의 정의에 따른 것으로, 건물 신축 및 개조 보조금과 관련하여 세워졌습니다. 표준을 충족하는 범위는 40에서 115 사이로, 숫자가 작을수록 에너지 고효율을 의미합니다.

원칙적으로 KfW 55 라 함은 건물의 사용 에너지 55%가 오늘날 신규 건축물 최소 요건을 만족하면 된다는 것을 의미합니다. 이는 빌딩 에너지법(Building Energy Act, GEG) 요건을 만족하는 참고 건축물(Reference building)과의 비교를 기준으로 합니다. 또한, 투과 열 손실, 즉 건물 벽, 창문, 문, 지붕 등을 통해 손실되는 열의 양은 기존 참고 건축물의 70% 수준입니다. 즉 구조적 단열 효과가 30% 더 우수함을 의미합니다.

[1] kfw.de

매력적인 근무 환경

설계 요건 중 하나는 브리타의 고도화된 위생 기준을 맞추는 것이었는데, 이는 코로나 팬데믹 이전부터 정립된 기준이었습니다. 다니엘라 크레안은 “공기 순환부터 압축공기, 스팀, 그리고 기타 매체의 공급, 그리고 생산에 이르기까지 이 건물은 반드시 생산 안전 요건을 만족해야만 합니다” 라고 설명합니다. 이를 만족하기 위해 건물 전체에 개별 조절 가능한 분산형 환기 시스템이 설치되었습니다. 예전 타우누스타인의 50년 된 생산 시설에는 존재하지 않던 에어컨 시설이 설치된 것입니다.

쾌적한 실내 기후, 충분한 채광, 그리고 바깥으로 초원과 들이 내다 보이는 열린 주변 환경도 새로운 근무 환경의 매력을 높여줍니다. 실리콘 밸리나 베를린과 같이 주요 도시에 있는 직원들 만이 기분 좋은 미래지향적 근무 환경을 원하는 것은 아닙니다. 이는 회사 부지 내에 위치한 체육관이나 보육시설만을 의미하지는 않습니다. 중국에는 대다수의 직원이 근무 환경의 매력도에 따라 고용인의 매력에 점수를 매기게 됩니다.

원자재 및 생산기획 팀의 수석 매니저 아이치한 첼릭(Aycihan Celik)은 바트캄베르크의 새로운 근무지에 만족을 표현했다.

생산과 행정 사이의 접근성

그룹 제조 이사 루카스 플라츠(Lukas Platz)는 다음과 같이 말합니다. “처음엔 구조적으로 행정 동과 생산 동을 나누려고 했습니다. 그런데 결국엔 벽을 세우지 말자는 결론을 내렸죠. 오히려 벽을 무너뜨리고 싶었습니다.” 생산 현장의 가운데 유리로 벽을 세운 사무 공간을 만들어 투명성을 높이고 거리감을 좁혔습니다. 그리고 팀 공간, 커피 바, 구내 식당을 통해 직원들 간 상호작용이 이루어지도록 했습니다. 디트마르 릭스는 “결국, 브리타의 전형적인 공동체 의식을 함양하고 살아내는 것이죠” 라고 말합니다. 루카스 플라츠는 “업무 프로세스를 계획할 때, 직원들을 참여시켰습니다. 현재 일어나는 일들의 상황을 파악하고 직원들이 바라는 바를 반영했습니다” 라고 덧붙였습니다.

미래를 위한 건축

디트마르 릭스는 다음과 같이 말합니다. “요즘 집을 짓는 사람들은 ‘요즘 집 어떻게 짓지?’ 라고 생각하지 않고 ‘20년이나 30년 뒤에 집 어떻게 짓지?’ 라고 자문합니다. 다른 말로 하자면, 지속가능성 있는 선견지명이 필요하죠.” 우리 역시 이러한 관점에서 새로운 건물에 접근했습니다. 신축 부지에 가보면 아직도 일부 개발되지 않은 영역이 있는데, 필요시 이곳에 두번째 생산 시설을 붙여 전체 구조를 두 배로 늘릴 수 있습니다. 이는 모듈형 건축 스타일 덕분입니다. 이 두번째 건축 단계를 위한 기획과 건축 허가도 미리 획득한 상황입니다. 우리는 미래 개발을 위해 준비가 되어 있는 셈입니다.

그룹 제조 이사 루카스 플라츠에게 던지는 질문 3가지

개별 생산 라인 이전에 고려된 가장 중요한 점은 무엇이었습니까?

우리가 이전을 결심한 이유는 첫째, 재료의 흐름, 접근성 및 운영의 최적화를 위해, 둘째, 공장 부품의 노후화로 인한 교체 필요성 때문이었습니다. 이렇게 큰 규모로 이전을 실행해 본적이 없기 때문에 스케줄을 짜는 것도 도전 과제였습니다. 생산 라인을 해체해서 다시 조립하는 데는 4주에서 10주가량 걸립니다. 시설이 시스템 간 연결되어 있는지, 부품 교체가 필요한지, 부품을 스위스 등 일부 다른 시설에서 옮겨와야 하는지 등에 따라 기간이 달라집니다. 또한, 케이블 파손과 같이 예측하지 못한 일이 일어나는 상황도 고려해야 했습니다. 다시 설치한 기계가 예전과 같이 매끄럽게 돌아가기 위해 추가로 8주에서 10주가량 걸립니다.

생산 라인 이전에 사용된 물류 양이 얼마나 됩니까?

금번 시설 이전 규모를 실감나게 느끼게 해드리겠습니다. 예를 들면 MAXTRA+ 생산 라인을 타우누스타인에서 바트캄바르크로 이전하는 데만 트럭 12대가 들었습니다. 전체 공장 기계를 계산해보면 총 트럭 160대 분량입니다.

생산의 관점에서 볼 때 새로운 건물 기획에 가장 큰 어려움은 무엇이었습니까?

미래를 염두에 두고 신규 생산 시설을 계획하는 것이었습니다. 이는 즉 가능한 최고의 방식으로 원자재를 생산 라인까지 가져갈지 정확하게 고민하고 계획하여 직원들이 원자재를 찾아 헤매지 않고 업무에만 집중할 수 있게 해주는 것을 의미합니다. 또한 완성품을 다시 복도로 가지고 나가는 최고의 방법도요. 그리고 물론 직원들에게 친근하고 밝은 환경을 제공하여 직원들이 편안함을 느끼고, 직원들 간 의사소통을 최적화하는 것 역시 중요했습니다. ■

줄이기를 통한 더하기:
기후보호를 위한 우리의 공헌

지속가능하게 행동한다는 것은 미래 세대가 살아갈 가치가 있는 세상을 만들기 위해 지구를 보호하는 것을 의미합니다. 우리는 기업으로서 이를 여러가지 방법으로 지원할 수 있습니다. 예를 들면 화석 연료 사용 줄이기, 재활용 늘리고 쓰레기 줄이기, 제품에 지속가능한 재료 사용하기 등입니다. 우리는 더욱 큰 진전을 이루기 위해 향후 달성하고자 하는 목표의 일환으로 지속가능성 헌장(Sustainability Charter)을 정립했습니다. 하지만 우리의 책임은 거기서 끝나지 않습니다. 기후변화는 우리의 시대적 도전과제 중 하나로, 동물 서식지만 위협하는 것이 아니라 전 세계 모든 지역의 사람들의 삶에 영향을 미칩니다.

배출 저감에 대한 확신

개인과 마찬가지로 기업 역시 기후에 미치는 부정적 영향을 최소화하는 의사결정을 할 수 있습니다. 우리는 이를 위해 독일과 영국에 위치한 필터 카트리지 생산 시설과 일부 사무실에서 이미 수년째 인증된 녹색 전기를 사용했습니다. 2020년 기준 브리타 그룹의 총 전기수요 중 50% 이상을 재생에너지로 채웠습니다.

2015년 이후, 자동차 관련 회사정책으로 저공해 및 전기 자동차 사용에 추가 보조금을 제공해왔습니다. 브리타 Gmbh 부지 내 직원들을 위한 40개 이상의 무료 전기차 충전소가 있으며 많은 지사에서도 충전소를 설치 중이거나 설치 예정에 있습니다. 우리는 바트캄베르크에 건설 중인 신규 공장에, 스위스 브리타 사업장 재건축에, 그리고 현재 진행 중인 본사 개조 및 확장에도 의식적으로 에너지 효율적이며 기후 친화적인 건축법 및 기술을 적용하여 건물의 탄소 발자국을 상당량 줄이려는 노력을 해왔습니다.

기후중립을 향한 긴 여정

브리타는 “지속가능한 솔루션 만들기”라는 전략 하에 한 걸음 더 내딛을 준비를 하고 있습니다. 우리는 브리타 역사상 처음으로 구체적인 기후보호 타겟을 세우고 있습니다. 2023년부터는 기후중립적인 방식으로 회사를 운영하고자 합니다. 이 말이 구체적으로 어떤 의미를 가질까요? 우리는 탄소 상쇄 프로젝트를 신중히 선정하여 비즈니스 활동에서 발생되는 배출을 “중화” 시킬 예정입니다.

동 타겟에는 온실가스 프로토콜(Greenhouse Gas Protocol, GHG Protocol)의 Scope 1과 Scope 2 배출양을 모두 포괄합니다. 천연가스 또는 법인차량의 직접 에너지 사용(Scope 1) 또는 사용하는 전력 생산(Scope 2)으로 인한 배출을 의미합니다. 또한, 출장 및 제품 유통 과정에서 발행하는 불가피한 배출도 상쇄할 것입니다. 가능한 한 모든 곳에서 배출을 감축하고자 하는 우리 야망에도 불구하고, 보상 기재 없이 기후중립을 달성하기는 아직 불가능합니다.

그러나 기후변화를 막고 지구 온도 상승을 막기 위해서는 더 근본적인 해결책이 필요합니다. 현재까지 EU와 194개국이 서명한 파리 기후 협약은 지구 온도 상승폭을 2도씨로 제한할 것을 명시하고 있습니다. 모든 정부, 기업 및 소비자가 함께 노력하고 기업들이 창의적인 방법을 생각해 내야지만 이 목표가 이루어질 수 있습니다. 브리타는 장기적으로 우리의 가치사슬을 더욱 기후 친화적이고 기후중립적으로 (순 배출량 0 달성) 만들기 위해 우리의 역할을 다 할 것입니다.

전략적 지속가능성 및 기업 책임부서의 매니저인 마이케 랍(Meike Rapp)은 이러한 목표의 어려움을 설명하며 다음과 같이 말합니다. “물론 얼핏 보기에 거의 불가능한 일처럼 보입니다. 일례로 중형 기업인 우리가 거대 공급처에게 어떻게 녹색 전기를 사용하라고 지시할 수 있겠습니까? 그렇지만 브리타에게도 기회의 여지가 있습니다. 기후중립 공급망은 파트너십을 통해, 공급자 및 고객과의 장기적이고 더욱 긴밀한 관계를 통해서만 이루어질 수 있습니다. 우리의 비즈니스 파트너 대부분은 아직 기후여정의 초반에 있고, 그렇기에 협력의 여지가 있는 것입니다. 기후보호에 선제적으로 대처해 왔기 때문에 우리는 우리의 길을 찾고 우리에게 합리적인 우선순위를 세워 기업으로서 앞으로 나아갈 수 있을 것입니다.”

하지만 우리가 어떤 방식을 택할 수 있는지, 어떤 파트너와 어떤 마일스톤을 세워갈 수 있을지 이해하는 데는 분명히 시간이 걸릴 것입니다. 우리의 현재 목표는 2023년 말까지 순 배출량 제로(0)를 달성하는 로드맵을 세우는 것입니다.

우리가 지금 서 있는 곳: 브리타 기업 탄소 발자국

우리는 2015년 이후 브리타 기업의 연간 탄소 발자국을 기록해왔습니다. 이로 인해 우리는 여러 사업지의 에너지 및 자원 소비량에 대해 투명성을 높여왔고, 어디에서 개선이 이루어질 수 있는지 이해할 수 있었습니다. Scope 1과 Scope 2 배출에 더해, 우리가 구매한 주요 원자재 생산, 전력생산 업스트림(Upstream), 그리고 출장 등으로 인해 생겨난 배출량도 기록하고 있습니다. 2020년에는 우선순위 중 총 31건이 기업 탄소발자국 감축과 관련한 내용이었습니다.

GHG 프로토콜 기준

브리타는 탄소배출량 추적을 위해 국제적으로 인정받은 기업 배출량 기록을 위한 GHG 프로토콜 기준을 사용하고 있습니다.

이는 소위 배출 Scope라고 불리는 범주 세가지에 대한 정의에 기반합니다.

Scope 1: 기업에 의해 만들어지는 모든 직접 배출량, 예를 들어 난방, 냉방, 차량 운행 등을 통한 에너지 사용

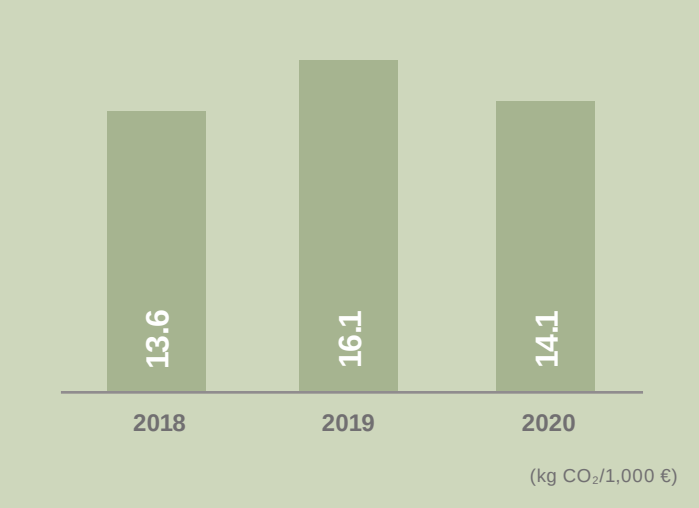
Scope 2: 외부에서 생산하거나 구매한 전력, 스팀, 난방, 냉방 등에서 나오는 모든 간접 배출량

Scope 3: 기타 모든 간접 배출량, 예를 들면 출장, 원자재 및 제품의 생산, 유통, 사용 및 폐기 등을 통한 에너지 사용

우리의 Scope 1, 2를 통한 절대 배출량은 2018년에서 2020년 사이에 30%가량 증가했습니다. 증분의 절반은 법인차량에서 기인했는데, 이는 2019년부터는 외부전문가의 재평가로 인해 해당 배출량이 Scope 3이 아닌 Scope 1로 분류되면서 증가한 것입니다. 또한, 지난 2년에 걸친 경제적 성장과 수요 증가로 인해 추가 생산을 위한 에너지 소비가 Scope 1, 2 배출 상승을 견인했습니다.

우리가 2019년에서 2020년 사이 보인 성장에 따른 생산 증대와 그로 인한 에너지 소비 증가는 영업 및 행정 부서의 에너지 감축으로 상쇄될 수 있었는데, 이는 코로나19 팬데믹으로 인해 사무실 다수의 사용량이 줄어들었기 때문입니다. 총 직간접 에너지 소비량을 더하면 2020년 CO_2 8,712톤이 배출되었으며, 이는 2019년 수준 대비 조금 감축된 양입니다.

배출 원단위(Scope 1+2)



브리타 기업 탄소 발자국 (t CO_2 단위)

	2018	2019	2020
Scope 1: 직접 배출	4,750	5,836	5,642
Scope 2: 간접 배출	1,710	2,969	3,070
총 배출 Scope 1+2	**6,460**	**8,805**	**8,712**
Scope 3: 기타 배출	45,641	52,269	61,563
총 탄소 발자국	**52,102**	**61,074**	**70,275**

Scope 3 배출량은 증가를 기록했습니다. 2020년 총 61,563톤의 CO_2가 배출되었는데, 이는 2019년 대비 18% 증가한 양으로 이 역시 생산 증가에서 기인합니다. 전체적으로 보면, 우리에게 가장 중요한 원자재인 이온교환수지(Ion exchange resin)과 활성탄소에서 나온 배출량이 Scope 3 배출의 95%를 차지하며, 브리타 총 탄소발자국의 85%를 차지했습니다. 이는 코로나19 팬데믹으로 인해 평년 대비 더 큰 비율이었습니다. 평년 배출량의 큰 비중을 차지하는 출장이 2020년에 거의 90% 감소하여 CO_2 228톤 수준에 머물렀기 때문입니다. 합산하면 2020년 CO_2 배출량은 70,275톤, 즉 매출 백만유로 당 CO_2 114톤으로, 이는 2019년보다 2% 증가한 수치입니다.

WDC와 브리타: 고래, 바다, 세계적 효과

WDC 커뮤니케이션 본부장
비앙카 쾨니히(Bianca König)

브리타는 Whale and Dolphin Conservation(WDC)라는 조직을 2016년부터 지원해 왔습니다. 그 이후로 고래와 돌고래는 브리타의, 그리고 브리타는 WDC의 필수불가결한 요소가 되었습니다.

"플라스틱 줄이기로 가치 더하기"

시간이 얼마 남지 않았습니다. 만일 우리가 플라스틱의 홍수를 여기서 멈추지 않으면, 2050년에는 바다에 물고기보다 플라스틱이 더 많아질 것입니다. 플라스틱은 해양 생태계에 끔찍한 결과를 가져옵니다. 고래와 돌고래가 이를 음식으로 오인해 뱃속에 소화되지 않은 플라스틱이 가득 찬 채로 아사하고 있습니다. 그래서 WDC와 브리타는 JA(HR) ZU WENIGER PLASTIK(플라스틱 줄이는 한 해) 챌린지를 출범했습니다. 우리는 미리 준비된 질문지를 통해 참가 기업들에게 플라스틱 소비를 추적하게 해주고, 잠재적으로 소비를 줄이고 목표를 설정할 수 있도록 지원했습니다. 12개월 후 꽤나 인상적인 결과가 나왔습니다. 2019년 한 해동안 챌린지의 결과로 26톤의 플라스틱이 절감되었습니다.

2020년 봄, 브리타 제품 홍보를 통해 WDC는 독일의 강들에 10건의 클린업 이벤트를 열었습니다. 바다의 플라스틱 쓰레기 80%가 육지에서 오는데, 이는 강을 통해 유입되는 경우가 많습니다. 비즈바덴의 클린업에서 브리타의 CEO 마커스 핸커머(Markus Hankammer), ESWE Versorgungs AG의 CEO 랄프 쇼드록(Ralf Schodlok), 그리고 비스바덴의 시장 게르트-우베 멘데(Gert-Uwe Mende) 가 앞장섰습니다. 50명의 참가자와 함께 비스바덴 라인강가를 청소하여 담배꽁초만 해도 쓰레기 봉투를 하나 가득 채울 정도의 양을 주웠습니다. 담배꽁초 한 개피가 지하수 40리터를 오염시킬 수 있다는 사실을 고려할 때 이는 무시무시한 양이 아닐 수 없었습니다.

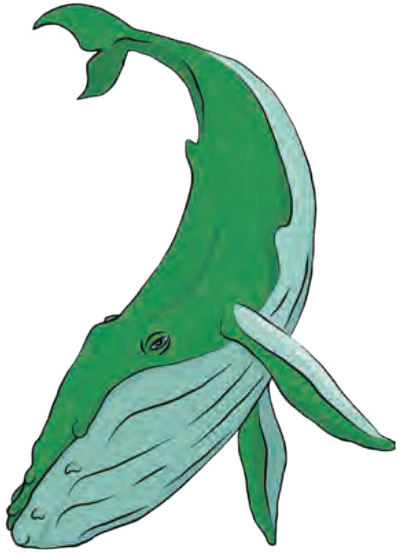
브리타와 WDC는 짧은 영상을 통해 쓰레기 줍기 캠페인을 기록하고 소셜 미디어 플랫폼과 웹사이트에 업로드해 사회적 참여를 독려했습니다. 라인강, 메인강, 스프리강, 엘베강, 북해 연안, 페그니츠강, 이자르강 등지에서 다른 9개의 연합 클린업 이벤트가 열렸습니다. 그 결과, 311명의 참가자가 총 201개의 쓰레기 봉투를 가득 채웠고, 그 중 플라스틱이 큰 비중을 차지했습니다. 덕분에 그만큼의 쓰레기는 강이나 바다에 더 이상 남아있지 않게 됐습니다.

또한 브리타의 지원으로 WDC 2021는 글로벌 플라스틱 문제에 대해 놀랍고 새로운 사실을 발견하고 사람들의 행동을 불러일으킬 수 있는 플라스틱 리포트를 생산할 수 있었습니다.

플라스틱 리포트(The Plastic Report)는 kontakt@whales.org에 문의를 통해 WDC에서 무료로 받아볼 수 있다.

고래 구하기, 기후 보호하기

2021년 초 이후로 브리타는 WDC의 THE GREEN WHALE 캠페인을 지원하고 있습니다. 고래는 환상적인 기후 수호자이기 때문입니다. 고래는 분비물을 통해 플랑크톤으로 바다를 비옥하게 만들고, 이를 통해 산소가 만들어지고 CO_2가 흡수됩니다. 또한 고래는 바다 표면과 심해를 오가며 다양한 층위의 물 속 영양소를 섞어주는 역할을 합니다. 고래가 죽은 뒤에는 주로 사체가 바다 바닥으로 떨어져 수 년 동안 심해 유기체들의 먹이가 됩니다. 고래 사체에 저장된 탄소는 심해에 수십년간 머물면서 대기 중에 CO_2로 합성되지 않습니다. 고래는 이렇게 기후의 수호자 역할을 합니다. 고래와 기후 보호는 떼어놓을 수 없는 것입니다. WDC는 2021년 11월 UN기후변화회의에서 이 메시지를 명확하게 전달했습니다. 브리타의 도움으로 WDC가 처음으로 UN 기후변화회의에 참석하여 기후 시스템에서 고래의 역할에 대한 발표를 할 수 있었습니다.



브리타와 WDC의 연합 청소 이벤트의 성공적인 시작

WDC의 보존 프로젝트에 대한 브리타의 국제적인 약속

브리타와 WDC는 국제적인 수준에서 협력을 강화하기로 했습니다. 브리타 DACH(독일, 오스트리아, 스위스)와 더불어 중국, 프랑스, 이탈리아, 베네룩스의 브리타 지사들도 WDC 돌고래와 고래를 입양했습니다. 브리타 Benelux 직원들은 2019년 WDC가 병코돌고래를 보호 중인 스코틀랜드 돌핀 센터(Dolphin Center)에 방문했습니다. 브리타 UK와 WDC UK도 긴밀한 협력관계를 유지하며 2021년 5월 유명인사들이 참여하는 온라인 성금 모금 자선행사를 통해 GREEN WHALE 캠페인을 영국 대중에게 전파하였습니다.

WDC 이사인 프란치스카 발터(Franziska Walter)은 다음과 같이 말합니다. “우리는 함께 많은 것들을 이뤘습니다. 고래와 돌고래를 대신하여 브리타의 관대하고 적극적인 지원에 감사의 말씀을 드리며 향후 더 많은 협력을 기대하겠습니다.” ■

재사용이 주는 부가가치

'포장재를 줄이는 방법은 처음부터 포장재를 만들지 않는 것이다', 이는 꽤나 단순한 논리입니다. 아주 논리적이고 단순해 보이지만, 많은 상품의 유통 및 판매에 도입하기에는 어려운 일입니다. 해결책이 하나 있습니다. 바로 일회용이 아닌 재사용 가능한 포장재를 사용하는 것입니다. 브리타는 앞으로 PURITY C 카트리지에 대해 이를 적용할 예정이며, 실행을 위해 기존 부품 공급업체 중에서 이상적인 파트너를 발굴해냈습니다.

여러 문제를 해결해 줄 수 있는 하나의 아이디어

지난 10년간 독일의 총 포장재 쓰레기는 270만 톤에서 1890만 톤으로 증가했습니다.[1] 이는 인구 1인당 연 227kg에 해당하는 양입니다. 이 중 절반은 종이 및 판지 포장재입니다. 브리타의 PURITY C 카트리지만 하더라도 매년 엄청난 양의 포장재 원자재가 소비됩니다. 2020년 타우누스타인에서 생산을 위해 250만개의 컵과 뚜껑이 배달되었습니다. 부품을 꺼낸 후에 바로 버려질 폴리에틸렌 플라스틱 봉지에 감싸고 판지 상자에 포장되어 옵니다. PURITY C 생산 리더인 로버트 브로벨(Robert Wrobel)은 "새로운 판지 상자를 그냥 버리면서 마음이 불편한지 꽤 됐습니다" 라고 말합니다. 그래서 2019년 말, 브로벨과 그의 동료인 실케 라이아커(Silke Leiacker)는 모두에게 새로운 포장재 시스템에 대해 고민해보자고 제안했습니다.

또한, 배달된 팔레트에서 개별 카톤을 꺼내 이를 자르고 다음 생산 단계로 넘어가야 사용할 수 있습니다. 이것은 시간도 걸리지만, 절단 사고의 위험도 있습니다. 바트캄베르크 신규 생산 시설에 생산 라인이 별도의 깨끗한 공간에 배치되지 않으면서 포장재 이슈는 긴급 안건이 되었습니다. 산업 엔지니어링 포장 부서의 수석 매니저인 브리짓 드겔러-바이트브레히트(Brigit Degeler-Weitbrecht)은 "이로 인해서 우리는 판자 상자와 생산 폐기물에 대해 다시 생각해야만 하게 됐습니다" 라고 말했습니다. 이 프로젝트를 이끄는 로버트 브로벨, 실케 라이아커와 나렉 바단얀(Narek Vardanyan)은 여러가지 시스템을 고민하고 평가했습니다. 종합적인 분석을 통해 결국 도달한 결론은 재사용 가능한 판지 상자를 사용하는 것이었습니다.

배송된 카트리지 부품은 개별적으로 꺼내야 한다. 새로운 솔루션을 통해 이를 더욱 수월히 다룰 수 있게 되었다.

[1] 독일 연방 환경청 (2018)

긍정적인 시작

완벽한 타이밍에 카트리지 부품의 주 공급업체가 이미 회수용 판지 솔루션을 만들기 위해 작업 중이라는 것을 알게 되었습니다. 우리는 2020년 6월부터 함께 PURITY C 시제품을 개발 및 테스트해왔습니다. 현재 판지 상자가 6번째로 재사용되고 있고, 목표는 최소 10번 재사용 가능하는 것입니다. 프로젝트 팀은 다음과 같이 말합니다. “선적과 하적으로 꽤 큰 힘이 가해졌는데도 아직도 박스가 새것처럼 보입니다. 이 정도면 저희 개발 요건에 거뜬히 부합하는 것입니다.”

더 크고 튼튼한 카톤에 담긴 PURITY 카트리지 C 150은 이전엔 카톤 하나 당 컵 23개가 들어갔지만 이제 275개가 들어가게 될 것입니다. 이제는 안전 칼을 사용하지 않고도 손으로 카톤을 열 수 있고, 쉽게 접고 쌓아 공급업체에 돌려보내 공간도 절약할 수 있습니다. 또한, 더 크고 재사용 가능한 플라스틱 봉지가 사용될 예정입니다. 이로 인해 연간 80,000 유로 상당의 포장재 비용 절감 효과가 예상되는 동시에, 이전 배달 물량과 비교하여 CO_2 22% 절감 효과가 달성될 수 있습니다. 또한 판지 포장재를 연간 65톤 절감할 수 있게 되었습니다. 업무도 더욱 편해지고 비용도 절감되는 이 프로젝트는 2025년까지 포장재를 5,000톤 줄이려는 우리 회사 목표에 직접 기여할 것으로 보입니다.

재사용 가능한 판지 상자를 접어 공간도 아끼고 공급업체에 반납 가능하다. 최대 10번까지 재사용 가능하다. 플라스틱 봉지 또한 여러 번 재사용 가능하다.

공간을 절약하기 위해 접혀 있는 재사용 가능한 판지 상자가 공급업체 반납을 위해 선적되고 있다. 다른 생산 요소를 위해 유사한 솔루션이 연구 중에 있다.

성공 이후 더 큰 목표

아이디어 구상부터 시제품 도입까지 수 주만에 빠르게 이루어지고, 관리자들이 이를 적극적으로 수용한 뒤, 성공적인 테스트가 이루어지자 후속 프로젝트의 길이 열렸습니다. 브리타 핵심 제품인 MAXTRA 카트리지가 다음 프로젝트 대상입니다. 중국 제조 공장에서도 MAXTRA 부품을 위해 재사용 가능한 판지 상자를 위한 작업을 진행 중입니다. 이 프로젝트 도입 효과는 연간 배출량 70% 감축과 원자재 80톤 절감 효과가 있을 것으로 예상됩니다. 또한, 독일에서는 MAXTRA 카트리지 부품에 재사용 가능한 포장재를 사용하기 위해 고민 중에 있습니다.

브리짓 드겔러-바이트브레히트는 현재 진행중인 프로젝트에 대해 “직원들이 혁신적이고 지속가능한 아이디어에 대해 깨어 있고 기민하게 반응하며, 유능한 공급업체가 있고, 운영 부서와 경영진까지 짧은 의사결정 과정이 있는” 점이 가장 만족스럽다고 말합니다. 로버트 브로벨은 특히 동료들에 초점을 맞춰 업무량이 대폭 감축된 것이 가장 큰 장점이라고 말합니다. 또한, 환경 보호 문제에도 적극적으로 기여하고 있습니다. 그러므로 재사용이 가치를 더하는 것은 명백한 사실입니다. 환경에도, 직원들에게도, 그리고 브리타에게도 말입니다. ■

환경을 향한 전세계적 열정

브리타에서 지속가능성은 독일 본사에만 머물러 있는 것이 아닙니다. 우리는 직원 모두가 지구를 지키려는 열정을 공유하기를 바랍니다. 전세계 지사들 모두가 이 목표를 향해 노력하고 있습니다. 이는 다음 사례에서 잘 드러납니다.

홍콩의 "Caring Team"

브리타 Hong Kong은 야심 찬 지속가능성 프로그램을 운영 중입니다. 2020년에 지역내 비영리 환경 단체인 Green Council과의 파트너십이 시작되었습니다. 직원들은 여러 차례 세미나를 통해 지속가능성을 향한 다양한 접근에 대해 많이 배웠으며, 구체적 행동을 실행에 옮겼습니다. 결과적으로 오피스 내 재활용의 개념이 확장되고 개선되어 직원들은 재사용 가능한 도시락통을 사용하기 시작했습니다. 동 프로그램의 또 다른 요소로, 지역 구세군과 협업을 통해 직원들이 저소득 가정의 일상에 대한 인사이트를 얻을 수 있었습니다. 가정 방문 프로그램의 일환으로 브리타는 500개 가정에 저그형 필터 정수기와 MAXTRA+ 카트리지 1년 사용분을 기부했습니다.

지속가능성 프로그램 지원을 위해 직원들로 이루어진 "Caring Team"이 구성되었습니다. 팀은 환경 보호, 사회적 책임, 직원 복지 3가지 주요 영역에 대해 활동을 전개하고 있습니다. 2021년 2월, 브리타 Hong Kong은 홍콩 사회복지국으로부터 공식적으로 "Caring Company"로 인정받아 팀원들이 계속해서 지속가능성 증진을 하는데 큰 동기부여를 얻었습니다. 2021년에 이외에도 다른 활동이 기획되었습니다. Green Earth Organization과 파트너십, 지속가능성 관련 세미나, 그리고 직원의 회복성과 건강을 증진시켜주는 워크샵 등이 포함되어 있습니다.

브리타 Hong Kong Caring Committee(왼쪽에서 오른쪽 순으로): 안젤레 왕(Angela Wong), 셸린 왕(Shelene Wong), 래리 치(Larry Qi), 카린 차우(Karin Chow), 안젤로 디 프라이아(Angelo Di Fraia), 올리비아 챈(Olivia Chan), 캐서린 러우(Katherine Lau), 키코 츠오(Kiko Tso)

중국 플라스틱 병에 함께 대응하기

브리타 China 동료들은 지속가능성에 대해 매우 헌신적인 태도를 보이고 있습니다. 그래서 소비자를 위한 카트리지 재활용 프로그램을 조직했습니다. 2017년 이후, 중국의 동료들은 소위 Green Saturdays라는 행사에 적극 참여하여 지역 공동체에 일회용 플라스틱 병 사용의 부정적 영향에 대해 직접 목소리를 높이고 있습니다. 30개의 일회용 플라스틱 병을 가져오는 사람에게는 브리타 상품 한 개를 교환해주고 있습니다. 지속가능성은 우리 사무실에서도 실질적인 변화를 가져왔습니다. 이제는 상해 사무실에 재활용 분리수거가 가능한 시설이 생겼습니다. 또한, 브리타 China Trading은 우리의 장기 파트너인 WDC를 통해 "해피"라는 돌고래를 후원 동물로 선정하여, 이를 통해 일회용 플라스틱 사용과 그로 인한 환경 오염 퇴출 운동에 참여하고 있습니다.

영국에서 펼쳐지는 "브리타와 함께 더 나은 삶 만들기" 운동

아시아 지사뿐 아니라 유럽 사무실에서도 지속가능성 운동은 계속되고 있습니다. 영국의 브리타에서는 환경 친화적인 차량을 사용하고 있습니다. 2019년 초, 브리타 Vivreau UK는 다섯 대의 신규 전기 차를 구매해 런던지역 서비스 출장에 사용하고 있습니다. 환경 친화적인 규제는 더 낮은 탄소 발자국에 기여할 뿐 아니라 도시 대기 오염도 줄여줍니다. 그러나 브리타 UK는 거기서 한발 더 나아갑니다. "브리타와 함께 더 나은 삶 만들기 (Make life better with BRITA)" 운동의 일환으로 직원들이 지속가능성을 위한 아이디어를 모았습니다. 그 결과 구체적인 프로젝트가 개발되고 있으며 이는 연간 직원 목표에도 반영될 예정입니다.

이러한 다양한 캠페인을 통해 브리타에게 극도로 중요한 것이 무엇인지 엿볼 수 있습니다. 바로 헌신적이고 의욕적인 직원들과 책임감 있는 경영진을 통해 함께 지속가능성 목표를 달성하는 것입니다. ■

FACTS AND FIGURES

현재 진행 중인 과업

- 지속가능성 헌장 목표의 일환으로 Scope 1과 Scope 2 배출을 추가적으로 감축
- 더 많은 Scope 3 배출을 포함하도록 기업 탄소 발자국 개념을 확장하고, 데이터 수집을 계속해서 최적화
- 타깃 그룹에 초점을 맞춘 최적화된 보고서를 통해 환경적 영향에 대한 투명성 강화
- 지속가능성 목표 달성에 있어 자회사의 참여를 강화하고 성공사례와 진행 상황을 정기적으로 소통

글로벌 환경 관리

우리는 거의 10년 동안 우리의 환경 보호 조치를 보여주기 위해 인증된 환경 관리 시스템을 사용해 왔습니다. 독일, 영국, 중국에 있는 필터 카트리지 생산 현장은 환경 관리 표준인 ISO 14001 인증을 받았습니다. 특히 작은 조치들이 큰 생태학적 개선을 가져올 수 있는 생산 현장에서 우리의 관리 시스템은 조직 및 기술 프로세스를 더 효율적이고 균일하게 만드는 데 도움이 됩니다. 이렇게 생산 현장도 우리 회사 전반에서 환경 보호를 체계적으로 구현하는 데 크게 기여합니다.

환경적인 측면에 대한 평가를 통해 우리는 에너지, 물, 폐기물, 화학물질, 소음을 우선순위로 선정했고, 특히 이 영역들에서 지속적으로 우리의 환경적인 영향을 줄이고 또 발자국을 줄이기 위해 열심히 노력하고 있습니다.
지속가능성 헌장에 명시된 목표는 이런 우리의 노력을 뒷받침하고 있습니다. 전 세계 운영 현장으로부터 소비 및 기타 주요 수치를 수집함으로써 우리는 개선을 모니터링하고 진행 상황을 확인하며, 필요시 추가적인 조치를 결정할 수 있습니다.

우리는 매년 ISO 14001 요건이 시행되고 있는지 외부 감사를 받습니다. 또한, 이 연간 점검 프로세스에 동반하여 브리타 보건 • 안전 • 환경부가 내부 감사를 수행하고 관리 시스템의 지속적인 발전을 주도합니다. 보건 • 안전 • 환경부는 생산과 물류의 지속적인 개선을 위해 최고 경영진, 지속가능성 책임자, BEST 프로그램 코디네이터뿐 아니라 기타 내부 전문가 및 해외 현장의 HSE 담당자와 정기적으로 교류합니다. 환경 보호와 관련된 기업 목표는 경영진에 의해 설정됩니다.

에너지 관리

브리타 GmbH의 에너지 관리 시스템과 계량 인프라를 유지하는 책임은 그룹 부동산 부서의 에너지 책임자가 맡고 있습니다. 에너지 책임자는 DIN 16247에 따른 정기 에너지 감사 등 법적 요구사항이 적절히 수행되는지 확인합니다. 예를 들어, 가장 최근에는 몇 달 전 독일 브리타 GmbH의 바트켐베르트(생산), 베젤리히(물류센터), 타우누스타인(본사) 및 바르부르크에 위치한 필텍에 대한 점검이 있었습니다. 에너지 책임자는 운영 분야 동료들과 함께 현재의 운영 방식 및 신축, 리노베이션 프로젝트에서 개선할 사항은 없는지 파악합니다.

2015년 타우누스타인(독일)과 비세스터(영국) 생산 현장이 ISO 50001 에너지 관리 시스템 인증을 받았습니다. 이를 통해 우리는 2019년 대비 에너지 효율을 약 20% 개선할 수 있었습니다. 그럼에도 불구하고 우리는 심사숙고 끝에 이 인증을 갱신하지 않기로 결정했습니다. 물론 우리는 계속해서 배출량 타깃 달성을 지원하고 보장하기 위해 효과적인 시스템을 사용할 것입니다. 새로운 생산동 및 새로운 중앙 물류창고로의 이전과 기타 브리타 캠퍼스 현대화 조치들은 우리 에너지 관리 노력의 새로운 단계를 위한 좋은 출발점입니다.

10년 전부터 ISO 14001 인증 보유

우리는 초창기부터 환경 보호에 노력해왔습니다. 2011년 브리타 GmbH의 타우누스타인 현장이 처음으로 ISO 14001 인증 감사를 통과했습니다. 그 후 다른 현장과 또 다른 인증이 계속 추가되었고, 앞으로도 더 많이 추가될 것입니다.

환경 보호를 위한 다양한 조치

환경 보호가 갑자기 최근에 우리 전략의 중점이 된 것이 아닙니다. 우리 생산 현장은 환경 발자국이 크기 때문에 관리 시스템을 통해 자원 절약과 폐기물 방지를 위해 매우 체계적으로 노력하고 있습니다. 자회사 역시 다양한 조치를 통해 상당한 기여를 하고 있습니다. 이런 노력으로 우리는 법적 요구사항 이상을 달성할 것이고, 우리 직원들이 더 지속가능해지도록 영감을 주기 위해 더 많은 것을 할 것입니다.

지속가능성 헌장을 발표하며 우리는 이런 문제들을 더 집중적으로 다루기 시작했고, 지역적으로 협력하고 있습니다. 예를 들어, 아태 지역의 자회사들은 국경을 넘어 공동으로 시행할 수 있는 지속가능성 이니셔티브가 무엇인지 검토하고 있습니다. 유럽에서는 카트리지 재활용과 관련된 새로운 아이디어를 위해 모두 협력하고 있습니다. 아래 표에 나와있는 것처럼, 2018년부터 많은 효과적인 조치들이 일상적인 업무에 이미 도입되었으며, 일부는 도입이 예정되어 있습니다.

2018년부터 진행된 활동 예시	국가	추정 절감량 (연간)
에너지		
KtW 55 표준에 맞는 바트켐베르크 신사옥	독일	1,100,000 kWh
사무실 건물 리노베이션 및 신축	독일(진행중)	
LEED 인증 건물로 이전	미국	
LED 조명으로 지속적 교체	일본 프랑스 영국 스페인	 55,000 kWh 1,500 kWh
압축 공기 시스템 최적화	영국	5.5 t CO_2
PV 시스템 설치	영국	15,000 kWh
녹색 전기로의 전환	덴마크	
모빌리티		
사업용 차량 전기화	영국 미국(예정)	
전기차 충전시설	독일 영국 프랑스	
생태계 친화적인 법인차 정책	벨기에 프랑스 스페인(예정)	

2018년부터 진행된 활동 예시	국가	추정 절감량 (연간)
자원		
종이 없는 사무실	폴란드 호주 독일 일본 스페인	 종이 95%
재활용 종이 사용	이탈리아	
폐기물 분리수거 및 재활용	벨기에 중국 프랑스	
플라스틱 제로 사무실	덴마크 미국 스페인	병 1,500개 일회용 컵 190kg 커피 캡슐 12,000개
박람회 부스에서 재사용 컵 사용	프랑스	일회용 컵 10,000개
포장재 재사용	폴란드 한국	
기타 활동		
옥시 나무 600그루 심기	폴란드	600그루
통합 공급업체를 통해 폐전자장비 재활용 (DEFABNORD)	프랑스	
버려진 플라스틱 병 줍기	인도	병 3,300개

우리의 주요 환경 수치

우리 기업 전략이 지속가능성에 초점을 맞추면서, 주요 수치 수집과 보고와 관련한 새로운 요건이 생겼습니다. 우리의 환경적 성과와 관련한 투명성을 더 강화하기 위해 회사 전반에 걸쳐 수치 수집과 보고를 더욱 최적화할 것입니다.

에너지

우리가 사용하는 직접 에너지, 즉 난방이나 공장, 장비 가동을 위해 사용하는 에너지 대부분이 천연가스로부터 나옵니다. 무엇보다도 생산에서는 증기 생성과 냉각을 위해 가스를 주로 사용합니다. 즉, 생산이 증가하면 소비도 증가한다는 뜻이기 때문에, 우리는 이를 소비를 제어하는 다양한 조치를 통해 보상하려고 노력합니다.

2019년 연료 형태의 직접 에너지 소비가 크게 증가했습니다. 외부 전문가들의 재평가에 의하면, 2019년부터 법인차의 에너지 소비가 직접 에너지 소비에 포함되기 때문이었습니다. 2020년엔 팬데믹으로 총 연료 소비에 눈에 띄는 변화가 있었는데, 2019년 대비 20%나 연료 소비가 감소했습니다.

디지털화를 통한 자원 절약

2020년에 발행된 수신 인보이스의 90%와 발신 인보이스의 79%가 전자 인보이스였습니다. 이 조치를 포함한 여러 조치들을 통해 우리는 공급업체 및 고객과 함께 종이 사용, 폐기물 배출 및 탄소 배출을 줄이기 위해 노력하고 있습니다.

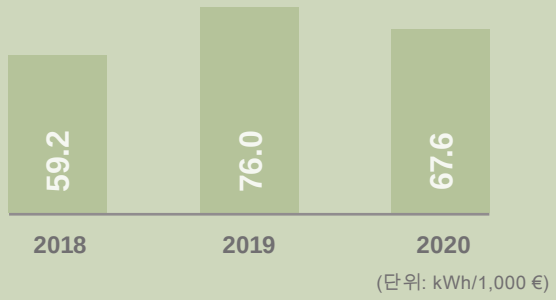
에너지 소비(단위: MWh)[1]

	2018	2019	2020
직접 에너지 소비	**16,672**	**26,245**	**26,202**
고정 연료(천연 가스, 난방유)	13,335	14,264	16,513
자동차 연료	3,337	11,981	9,688
간접 에너지 소비	**11,378**	**15,427**	**15,528**
재래식 전기	2,642	8,041	7,744
재생에너지 전기	8,510	7,256	7,614
지역 난방	226	130	171
직접 및 간접 에너지 소비	**28,050**	**41,672**	**41,730**

2020년 우리 전기 수요의 50%가 인증된 녹색 전기로 충당되었습니다. 우선, 브리타 그룹에서 가장 전기를 많이 소비하는 독일과 영국의 필터 카트리지 생산시설이 재생에너지로 생산된 전기를 사용합니다. 우리의 감축량 목표에 따라 우리는 인증된 전기로의 전환을 계속 추진할 것입니다. 2018년부터 2020년 사이 우리의 강력한 경제적 성장과 주요 리모델링 및 이전 프로젝트로 인해 전기 수요가 증가했고, 이로 인해 전기 소비가 약 1/3 정도 증가했습니다.

직접 • 간접 에너지에 대한 수요 증가로 인해, 2019년에는 에너지 집약도가 매출 1,000유로당 76 kWh로 증가했습니다. 2020년에는 계속된 강력한 성장에도 불구하고 에너지 소비를 안정적으로 유지할 수 있었고, 그로 인해 상당히 개선된 에너지 효율을 달성할 수 있었습니다(67.6 kWh/매출 € 1,000). 생산 쪽의 에너지 수요 증가는 코로나19로 인해 일시적으로 닫거나 출근 인원이 적어진 사무실 쪽에서 에너지 소비를 줄여 상쇄되었습니다. 에너지 효율적인 건물로 이전하고 추가적인 효율성 조치를 시행함으로써, 우리는 앞으로 몇 년 간 에너지 효율이 훨씬 개선될 것으로 기대하고 있습니다.

에너지 집약도[2]

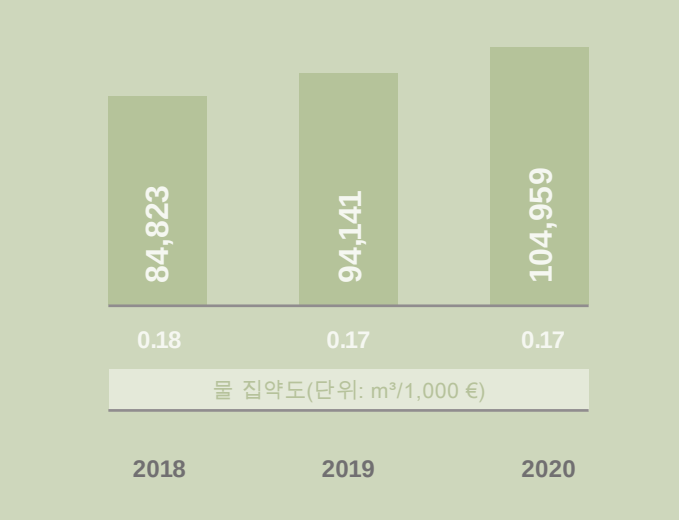


[1] 에너지 데이터는 보고된 개별 현장 에너지 소비량 및 일부 추정치에 기반함
[2] 에너지 집약도는 그룹 매출 대비 총 직접 • 간접 에너지 소비의 비율임

물

우리는 전 세계의 현지 식수 공급원에서 물을 얻습니다. 물이 가장 많이 소비되는 분야는 필터 카트리지 살균을 위한 증기 발생과 사무실 운영이고, 브리타 그룹 내에서 가장 물을 많이 사용하는 곳은 재활용된 카트리지에서 회수한 이온교환수지의 재생 플랜트가 가동되는 독일의 필터 카트리지 생산 현장입니다. 2018년부터 우리의 강력한 경제적 성장과 더불어 전반적인 물 소비가 약 24% 증가했습니다. 매출 대비 비율로는 일정한 물 소비 수준을 유지하고 있습니다.

물 소비량(단위: m³)



폐기물 및 폐수

생산 과정에서 대부분의 폐기물은 종이, 판자, 잔류물이나 플라스틱 필름 형태로 발생합니다. 따라서, 우리는 배송되는 재료에 재사용가능한 종이 상자를 사용하는 등 자원 소비를 줄일 수 있는 새로운 방법을 개발하고 있습니다. 이미 포장된 물품을 폐기해야 하는 경우에는 소재를 종류별로 분리 후 처리합니다. 이렇게 하면, 재활용률을 높이고 폐기비용을 줄일 수 있습니다. 브리타에서 발생하는 소량의 유해 폐기물은 주로 재생 플랜트에서 나오는 생산 잔류물과 장비 또는 기계 가동을 위한 자재들입니다.

2020년 총 3,659톤의 폐기물이 발생했고, 이는 2018년에 비해 2% 감소한 양입니다. 2019년의 잠정적인 증가는 여러 신축 및 리노베이션 프로젝트와 바트켐베르트로의 생산현장 이전 준비 때문으로 설명될 수 있습니다. 2020년 발생한 폐기물의 80% 이상이 재활용되거나(팔레트나 박스 같은 경우) 재사용을 위해 제3자에게 전달되었습니다. 그럼에도 불구하고, 창의적인 방법을 통해 폐기물의 양을 줄일 수 있는 기회는 여전히 많이 남아있습니다. 예를 들어, 우리는 더 많은 구매품에 대해 재사용가능한 박스 포장을 도입하는 것을 검토 중입니다.

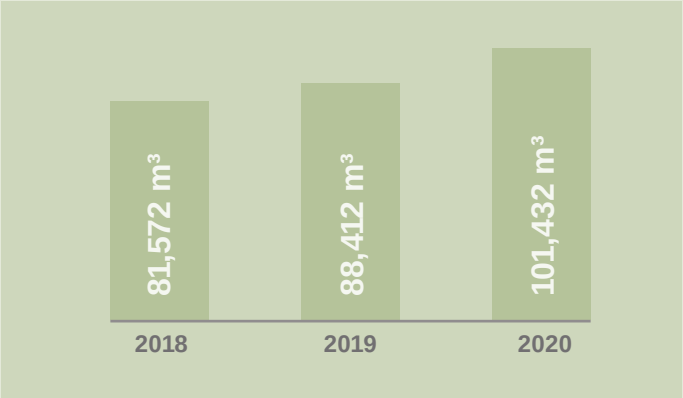
폐기 방법 별 폐기물 양(단위: 톤)

	2018	2019	2020
비(非)유해 폐기물 합	**3,734**	**4,221**	**3,659**
재활용	3,287	3,519	2,422
소각(에너지 회수)	300	422	456
소각	2	2	2
매립	40	48	54
재사용	106	230	634
기타/알 수 없음	-	-	91
유해 폐기물 합	**55**	**82**	**70**
재활용	19	10	30
소각(에너지 회수)	0	37	31
소작	33	33	8
기타/알 수 없음	2	2	1
총계	**3,789**	**4,303**	**3,729**

폐기물 관리에 대한 책임은 브리타 GmbH 보건 · 안전 · 환경부의 폐기물 관리 책임자에게 있습니다. 폐기물 관리 책임자는 생산, 그룹 부동산 및 기타 부서와 긴밀히 협력하며 폐기물 관리를 조율합니다. 각 생산 현장에도 본사 폐기물 관리 책임자와 폐기물 관리 최적화에 대한 의견을 교환하는 폐기물 관리 담당자가 있습니다.

2020년에는 전 세계적으로 101,432 m³의 폐수가 발생해 각 지자체의 폐수 처리장으로 보내졌습니다. 타우누스타인 재생 플랜트에서 사용된 물은 하수도로 배출되기 전 내부 처리장에서 먼저 처리됩니다. 우리는 물의 한계 값에 대해 상시 모니터링을 수행하며 엄격하게 통제하고 있습니다. 또한, 관련 수치들이 엄격히 준수되는지 외부 독립 시험기관으로부터 1년에 수 차례 점검을 받고 있고, 현재까지 수역이 오염된 사례는 한 번도 없었습니다.

지자체 폐수 처리장으로 배출되는 폐수(단위: m³)



환경을 위한 네트워킹

2013년부터 브리타 GmbH는 기업 환경 보호 조치의 효과적인 시행을 위해 지자체의 자금 지원을 받아 기업들과 협력하고 또 기업들을 지원하는 자발적 컨설팅 프로그램인 옥토프로핏(ÖKOPROFIT)에 참여하고 있습니다. 2014년부터는 인증된 환경 관리 시스템을 가진 참가자만 가입이 가능한 옥토프로핏 클럽(ÖKOPROFIT Club)의 회원이 되었습니다. 비스바덴 시 정부의 리더십 하에서 참가 기업들과 정기적으로 교류함으로써 우리는 환경 보호 조치와 관련해 중요한 영감과 제안을 얻을 수 있습니다. ■

2018년 목표	달성여부	진행상황
브리타 에너지 타깃 달성: 2020년까지 -20%	• 에너지 관리 프레임워크 내에서 다양한 효율성 증대 조치 이행 • 2019년 에너지 집약도 20% 감축 달성	● ● ●
브리타 기업 탄소 발자국의 정기적 계산	• Scope 1+2 및 일부 Scope 3 배출량 연간 평가 • 2025년 기업 전략의 일부로 기후 타깃 설정	● ● ●
환경 지표의 확장 및 표준화	• 지속가능성 지표 시스템에 추가적인 지역 포함 • 추가적인 최적화를 위한 니즈 파악	● ● ○
그룹 차원 목표의 구체화	• 기업 전략에 지속가능성 포함 • 지속가능성 헌장에 지속가능성 목표 설정	● ● ●

● ● ● 목표 달성　　● ● ○ 목표 부분 달성

이 보고서에 대하여

이 보고서는 기업적 책임(CR)의 일환으로 브리타 그룹의 활동을 기록하고, 브리타의 접근방식과 목표 및 행동을 공개합니다. 이 보고서는 브리타의 고객, 직원, 공급업체, 파트너사 및 관심 있는 일반 대중을 위해 작성되었습니다. 브리타 그룹의 마지막 지속가능성 보고서는 2018년 10월에 발행되었고, 본 보고서는 2018년부터 2020년까지의 기간을 다루고 있습니다.

지속가능성 보고서는 정기적으로 발행되며, 다음 호는 회계연도 2022년에 발행될 예정입니다. 본 보고서의 내용은 GRI(Global Reporting Initiative) 표준을 기반으로 하나, 아직까지는 요건을 모두 충족시킨다고 할 수는 없습니다. 브리타는 지속가능성 보고서를 지속적으로 더 의미 있게 개선하기 위해 노력하고 있습니다.

모든 브리타 법인에 적용되는 본 보고서는 “브리타 그룹”이라는 용어를 사용합니다. 이 용어는 법적 구속력이 있는 특정 법인을 지칭하지 않고, 보다 명확한 의미 전달을 위해 브리타 GmbH와 모든 자회사를 포괄하는 용어로 사용되었습니다. 달리 명시되지 않는 한, 본 보고서의 주요 수치는 브리타 그룹에 대한 것입니다.

가독성을 위해 남성, 여성 및 기타 성별을 지정하는 언급이 없는 것에 대한 양해를 구합니다. 물론, 모든 텍스트는 모든 성 정체성을 동일하게 나타내고 있습니다. ■

발행일: 2021년 11월

BRITA GmbH
Heinrich-Hertz-Strasse 4
65232 Taunusstein
Germany

언론 문의
사비나 롤프(Sabine Rohlff) 박사
그룹 기업 커뮤니케이션 디렉터
전화: +49 6128 746 5743
이메일: srohlff@brita.net

지속가능성
마이케 랍(Meike Rapp)
그룹 전략적 지속가능성 및 기업적 책임부
전화: +49 6128 746 5295
이메일: mrapp@brita.net