Neumarkter Lammsbräu

Nachhaltigkeits-bericht 2020

NACHHALTIGKEIT ALS KERN

GRI Standards und Richtlinien

*Seit ihrer Gründung hat die GRI die Leitlinien für die CSR-Berichterstattung kontinuierlich weiterentwickelt. Im Herbst 2016 wurden die bisherigen G4 Richtlinien, die wir noch 2017 verwendet haben, in modular zusammensetzbare sogenannte Standards übersetzt. In diesem Jahr berichten wir in Einklang mit den aktuellen GRI Standards wie bereits zuvor nach Option Kern. Selbstverständlich bleiben uns die EMAS-Kriterien auch bei der GRI-Berichterstattung erhalten: Sie sind im Text integriert und im Inhaltsverzeichnis für die Leser*innen gekennzeichnet – der vorliegende Bericht verbindet somit zwei Standards. In den Zwischenjahren des dreijährigen GRI-Berichtszyklus' wird es weiterhin Umwelterklärungen in einem kürzeren Berichtsformat nach EMAS geben.*

Liebe Leserin, lieber Leser

Wir informieren Sie jedes Jahr in ausführlichen Umweltberichten über unsere Nachhaltigkeitsthemen. Der vorliegende Bericht über das Jahr 2020 ist etwas umfangreicher, denn wir nutzen zum zweiten Mal – wie bereits 2017 – die Leitlinien der weltweit anerkannten ***Global Reporting Initiative (GRI)***, diesmal berichten wir anhand der neuen Standards.

*Das Jahr 2020 war nicht nur auf Grund der alles überschattenden Covid-19 Pandemie ein außergewöhnliches Jahr für uns bei der Neumarkter Lammsbräu. **Richtungsweisend** – wie auch einer unserer Unternehmenswerte lautet – haben wir die Weichen für die Zukunft gestellt. Im Zentrum standen dabei die Konkretisierung und Schärfung unseres langfristigen Unternehmensziels. Gemeinsam haben wir eine Vision formuliert sowie eine Mission, mit der wir dieses Zielbild erreichen wollen: Selbst immer enkeltauglicher zu werden und andere davon zu begeistern, dass verantwortungsvolles Handeln und Genuss keine Gegensätze sind, soll uns unserer Vision von einer enkeltauglichen Welt mit 100 % ökologischem Landbau jeden Tag ein Stück näherbringen. Dieser Auftrag bestimmt unsere Unternehmensstrategie und unser tägliches Tun. Mit der größten Investitionsphase in der Geschichte der Neumarkter Lammsbräu legen wir derzeit den Grundstein dafür, auch in Zukunft ein verlässlicher Partner für unsere Landwirt*innen zu sein, damit die Bio-Landwirtschaft in unserer Region weiter voranzubringen und so zum Ziel 100 % ökologischer Anbau beizutragen. Neben der Erweiterung von Logistikflächen sowie der Schaffung weiterer Tank- und Abfüllkapazitäten spielt dabei die Modernisierung und Erweiterung unserer hauseigenen Bio-Mälzerei eine entscheidende Rolle.*

*Zu einer enkeltauglichen Welt gehört darüber hinaus für uns aber auch ein harmonisches Miteinander. Das gilt natürlich unternehmensintern für alle Mitglieder unserer **Lammsbräu-Familie**, aber genauso auch für unsere Partner*innen entlang unserer Wertschöpfungskette. Deshalb ist uns eine umwelt- und sozialverträgliche Wirtschaftsweise nicht nur im Betrieb selber, sondern über die Betriebsgrenzen hinaus besonders wichtig. Im Bereich unseres regionalen Bierrohstoff-Liefernetzwerks haben wir hier in den vergangenen Jahrzehnten bereits sehr viel erreicht. Das spornt uns umso mehr an, auch in unseren internationalen Rohstoff-Liefernetzwerken für unsere now Bio-Limonaden vollkommene Transparenz zu schaffen, um diese verantwortungsvoll und auf Augenhöhe mit unseren Partner*innen zu gestalten. Zum Wohle von Mensch und Natur.*

Die Grundlage für eine enkeltaugliche Welt wird in einer intakten Natur liegen. Da es in Bezug auf den Klimawandel jedoch eher schon fünf nach zwölf ist, müssen wir alle den Handlungsspielraum, der uns noch bleibt, voll ausschöpfen und die Umsetzung der dringend notwendigen Maßnahmen umgehend einleiten. Aus diesem Grund werden auch wir bei der Neumarkter Lammsbräu unsere bereits 2012 formulierte Klimastrategie in 2021 überarbeiten und anhand der Science Based Targets neu ausrichten. Wir konnten hier in den vergangenen Jahren z. B. durch Treibstoffeinsparungen im Fuhrpark und Energieeffizienzsteigerungen in der Produktion bereits viel erreichen und legen die Messlatte jetzt nochmals ein Stück höher. Denn unser Auftrag ist es, der Natur immer weniger Ressourcen zu entnehmen und ihr dafür an anderer Stelle immer mehr zurückzugeben. Das motiviert uns, jeden Tag besser zu werden.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht zeigt, welche Schritte wir in Richtung einer enkeltauglichen Welt bereits gegangen sind und welcher Weg noch vor uns liegt.

Lassen Sie sich begeistern und anstecken! Viel Freude beim Lesen.

Ihr Johannes Ehrnsperger

INHABER UND GESCHÄFTSLEITER DER NEUMARKTER LAMMSBRÄU

Hinweis zur Sprachregelung – Wir bringen Chancengleichheit zum Ausdruck:
Wir möchten einer sich weiterentwickelnden Gesellschaft Rechnung tragen. Um unsere Werte – fürsorglich, richtungsweisend und ganzheitlich – auch sprachlich zu verkörpern, verwenden wir in diesem Bericht geschlechtergerechte Sprache. Wir möchten unsere Wertschätzung für alle Akteur*innen, die uns auf unserem Weg und in der Erreichung unserer Vision unterstützen, zum Ausdruck bringen – denn wir finden, sie sind im wahrsten Sinne des Wortes der Rede wert. Für uns bedeutet das in der Umsetzung nach Kagerbauer & Wiegner[1]: gleichwertig gedacht statt mitgedacht, konkret benannt statt mitgemeint.

[1] Kagerbauer, L & Wiegner, M. (2020). Hilfreiche Tipps und gute Argumente für eine geschlechtergerechte Sprache.

Blick ins Grüne

Wer sich in diesem Bericht einmal die „Blick ins Grüne“ Fenster genauer ansieht, merkt schnell: Das ist nicht nur Zierde – hier geht es um etwas Substanzielles: Die Fenster ins Grüne zeigen Beispiele für unser ökologisches Engagement für Artenvielfalt und Bodenschutz. Und weil sie eine genauere Betrachtung allemal verdient haben, blicken wir gemeinsam auf die Projekte und Maßnahmen, die wir zum Teil bereits langjährig durchführen. Welche Maßnahmen das genau sind und mit welchen Partner*innen wir diese angehen, ist über die folgenden Kapitel verteilt nachzulesen.

Fenster auf und los!

Die Autorinnen

Simone Spangler

liebt Word und Texte

Bei der Neumarkter Lammsbräu verstärkt sie seit 2018 als empathische und über den „Bierdeckel“ blickende Team-Playerin das Nachhaltigkeitsmanagement und kümmert sich federführend um Themen des Lieferantenmanagements, des Stakeholdermanagements und die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Mit Herzblut kümmert sie sich um die Vernetzung, zum Beispiel im NL Stakeholderkreis. In einem Online-Meeting kann es passieren, dass Simone beim manuellen Kaffeemahlen in Zeitnot gerät, um den Kaffee innerhalb von 5 Minuten in die FrenchPress zu bekommen oder um ausgebrochene Hasen im Garten einzusammeln. Ob Gärtnern, Bio-Lebensmittel oder ZeroWaste, Simone steht voll und ganz hinter allem, was nachhaltig leben bedeutet.

Silvia Wittl

liebt Excel und Details

Silvia ist die Konstante im Nachhaltigkeitsmanagement der Brauerei. Mit Biss und Gewissenhaftigkeit kümmert sie sich bereits seit 2012 um unser integriertes Managementsystem sowie die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Silvia lebt Verantwortung und begeistert sich und andere dabei voll umfassend für nachhaltige Themen: von A wie Alternative Antriebstechnologien bis Z wie Zertifizierung. So nutzt sie selbst vergnügliche Betriebsabende als Kick-Off, um Kollegen für die Einführung von E-Mobilität im Unternehmen zu begeistern – und bringt die Idee danach auch erfolgreich in Umsetzung. Mit klarem Kopf und bestens vorbereitet schafft sie es, ihre vielen Termine zu koordinieren: ein Organisationstalent, das ihresgleichen sucht.

Laura Schütz de Rivera

liebt PowerPoint und Kritzeleien

*Frisch von der Uni, ist Laura in unserem Nachhaltigkeitsmanagement den Geschichten hinter den Liefernetzwerken auf der Spur. So treibt sie seither durch ihr Wissen über Bio-Landbau, ihre frischen Ideen und die ein oder andere Früchtezeichnung die Themenbereiche der Sorgfaltspflicht und Transparenz in den Liefernetzwerken voran. Es kann passieren, dass sie das gesamte Team im Elevator Pitch packend von der Notwendigkeit einer geschlechtergerechten Überarbeitung des Nachhaltigkeitsberichtes kurz vor dessen Abschluss überzeugt – denn das * ist keine Nebensächlichkeit. Laura liest Nachhaltigkeitsberichte als Bettlektüre und wartet darauf, dass Fliegen endlich einmal umweltverträglich wird.*

Inhaltsverzeichnis

Inhalt

Vorwort 3
Wegweiser Grüne Fenster 4
Autorinnensteckbriefe 5
Inhaltsverzeichnis 6

1. Unternehmen 8
1.1 Die Neumarkter Lammsbräu im Portrait 10
1.2 Nachhaltig im Kern: Enkeltauglich und unabhängig wirtschaften 14
1.2.1 Das Unternehmensleitbild: Unsere Vision von einer enkeltauglichen Welt mit 100 % Bio 17
1.2.2 Unsere wesentlichen Themen und Unternehmensstrategie im Kontext der Sustainable Development Goals (SDGs) 19
1.2.3 Die Grundlage unserer freien unternehmerischen Entscheidungen 22
1.2.4 Unsere Werkzeuge des unabhängigen Wirtschaftens 23
1.2.5 Unser Integriertes Managementsystem 29
1.3 Gemeinsam stärker – in guter Gesellschaft mit anderen 33
1.3.1 Unser gesellschaftliches Engagement 33
1.3.2 Unsere Stakeholder 35
1.4 Der Weg zu den wesentlichen Themen: Unsere Wesentlichkeitsanalyse 39

2. Mitarbeiter*innen 42
2.1 Unsere Mitarbeiter*innen als Teil der großen Lammsbräu-Familie 44
2.1.1 Unsere Lammsbräuer*innen 44
2.1.2 Unternehmenskultur als Fundament einer strategischen Personalpolitik 44
2.2 Mitarbeiter*innen führen 48
2.2.1 Im Einklang: Führung und Werte 48
2.2.2 Ein offenes Ohr für die Mitarbeiter*innen 49
2.3 Mitarbeiter*innen einbinden und befähigen 50
2.3.1 Wege zur Partizipation: von Anfang an dazugehören und mitwirken 50
2.3.2 Individuelle Entwicklung durch Potenzialentfaltung 54
2.4 Mitarbeiter*innen halten und begeistern 56

3. Produkte & Kund*innen 62
3.1 Unsere Marke(n) & Produkte 65
3.1.1 Unser Bio-Sortiment im Überblick 67
3.1.2 Mitgemischt: Neues aus 2020 68
3.1.3 BioKristall – Wasser, in dem Zukunft steckt 68
3.2 Unsere Produktverantwortung 71
3.2.1 Unsere Qualitätsansprüche 72
3.2.2 Unser Lammsbräu-Labor setzt die Lupe an – strenge Kriterien bei Qualität- und Produktentwicklung 73
3.3 Kund*innen wertschätzen und integrieren 76
3.3.1 Unsere Kund*innengruppen 76
3.3.2 Unsere Kund*innenkommunikation 77
3.3.3 Nachgefragt: Kund*innenstimmen 78

4. Ökologische Produktion 80
4.1 Alles im Fluss – unsere Stoffströme 82
4.2 Mit kontinuierlicher Verbesserung hin zu einer noch umweltfreundlicheren Getränkeherstellung 88
4.3 Welche umweltrelevanten Auswirkungen hat unsere Produktionsweise? 89
4.3.1 Luftschadstoffe & Treibhausgasemissionen – Schutz des Klimas und der Umwelt mit Strategie und System 89
4.3.2 Artenschutz & Förderung von Biodiversität am Produktionsstandort – wie geht das? 102
4.3.3 Hot Spot: Energieverbrauch + Energieträger – Kluges Senken & Neuausrichtung überdenken 104
4.3.4 Gewusst wie – Wasser einsparen durch cleveres Management 108
4.3.5 Im Kreislauf wirtschaften mit Mehrweg – Unser Ressourcenhaushalt 110
4.3.6 Abfallmanagement steuern – Vom Trennen & Reduzieren unserer Abfälle 112

Inhaltsverzeichnis

5. Liefernetzwerke 116

5.1 Nachhaltige Beschaffung: Schritt für Schritt zu enkeltauglichen Liefernetzwerken 118

5.2 „BioBier-Freunde“: Der Mehrwert regionaler Partnerschaften 121

5.2.1 Unsere Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) 121

5.2.2 Unser Engagement in der Bio-regionalen Genossenschaft Oberpfalz eG (BIregO eG) 124

5.2.3 Mehrwert regionaler Wertschöpfung 125

5.3 „Wenn nicht now, wann dann?“ Unsere Sorgfaltspflicht in den Bio-Limonaden-Liefernetzwerken 127

5.3.1 Unsere 5 Sorgfaltsschritte 129

5.3.2 Sorgfaltspflicht in der Praxis: Zuckerrüben, Zitronen und Orangen 130

6. Ziele & Maßnahmen 134

6.1 Unternehmensziele und Erreichungsgrad bis 2020 135

6.1.1 Ökologische Ziele 135

6.1.2 Soziale Ziele 138

6.1.3 Ökonomische Ziele 138

6.2 Unternehmensziele bis 2025 139

Anhang 146

1. Abkürzungen und Begriffe 147
2. Umrechungsfaktoren 153
3. Tabellen 155
4. GRI Content Index 160
5. Impressum 165
6. EMAS-Urkunden 167

EMAS
GEPRÜFTES UMWELTMANAGEMENT
DE-166-00005

Umwelterklärung nach EMAS III für das Jahr 2020 Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG ist im vorliegenden Bericht integriert.

= EMAS relevant

Begriffe, die im Bericht *kursiv* hervorgehoben sind, werden im Anhang ab Seite 147 erklärt.

KAPITEL 1

Unternehmen

Unser Unternehmen 2020 im Überblick

100 %
ökologische Zutaten

Unsere Vision

- ✓ Enkeltaugliche Welt
- ✓ Harmonisches Miteinander
- ✓ Intakte Natur
- ✓ Lebensgenuss
- ✓ 100 % ökologischer Landbau

150
Mitarbeitende

31,8
Mio. Euro Umsatz

270.061 hl
Jahresabsatz 2020

Strategische Handlungsfelder:
Ertragsstärke
Unabhängigkeit
Effizienz

1628
erste urkundliche Erwähnung

Auszeichnungen 2020

- ✓ **Gewinner des CSR Preises der Bundesregierung**
  in der Kategorie „Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten“
- ✓ **Gewinner „Mein gutes Beispiel“**
  in der Sonderkategorie „Starke Region – Starke Gemeinschaft”
- ✓ **Great Place to Work Award**
  in der Kategorie „Unternehmen 50 - 250 Mitarbeitende“

1.1 Die Neumarkter Lammsbräu im Portrait

Die Neumarkter Lammsbräu KG ist ein familiengeführtes mittelständisches Unternehmen. Wir produzieren ausschließlich am Sitz des Unternehmens in Neumarkt i. d. Oberpfalz. In unserem Bericht stellen wir alle wichtigen Themen an unserem Standort dar.

Eckpunkte unserer Unternehmenshistorie

Heute: Wir sind der größte 100 % Bio-Bier-Produzent Deutschlands. Im Jahr 2019 übernimmt Johannes Ehrnsperger in der 7. Generation der Familie Ehrnsperger das Unternehmen, um den enkeltauglichen Kurs der Neumarkter Lammsbräu als unabhängiges Familienunternehmen in die Zukunft zu führen.

1971: Michael Ehrnsperger übergibt das Unternehmen an seinen Sohn Franz. Unter seiner Führung entwickeln wir uns seit den 80er Jahren zu einem der wichtigsten Pioniere der ökologischen Lebensmittelwirtschaft.

Seit 1800: Die Brauerei steht im Eigentum der Familie Ehrnsperger.

1628: Brauerei und Gasthof „Zum Goldenen Lamm“ werden urkundlich erstmals erwähnt.

Ein Überblick

Branche: Brauerei und Mälzerei, Mineralbrunnen

Produkte: Bio-Biere, Bio-Limonaden, Bio-Mineralwasser – 100 % aus zertifiziert ökologischen Zutaten

Inhaber: Johannes Ehrnsperger, Dr. Franz Ehrnsperger

Geschäftsleitung: Johannes Ehrnsperger

Mitarbeitende: 150 (Stand: 31.12.2020)

Umsatz: 31,8 Mio. Euro (Geschäftsjahr 2020)

Jahresabsatz 2020:
270.061 hl (Gesamtabsatz inkl. *Handelsware*)

Zum Bio-Bier: Anteil Fass-/Flaschenbier: 3,5 %/96,5 %

Absatzgebiete 2020:
Direktbelieferung innerhalb eines Umkreises von ca. 80 km in der Region Oberpfalz/Mittelfranken. Deutschlandweit sind unsere Bio-Getränke vor allem über den Naturkosthandel, gut sortierten Getränkefachhandel sowie den ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel erhältlich. Der Exportanteil der Bio-Getränke beträgt 3,7 %. Wir exportieren ausschließlich innerhalb Europas: Finnland, Frankreich, Griechenland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Norwegen, Schweiz und Spanien

Abnehmer 2020:
2,7 % Gastronomie, 84,6 % Naturkosthandel / Getränkefachhandel, 12,7 % Sonstige, z.B. Betriebskantinen, Heimdienste (Werte bezogen auf deutschen Markt)
Durch die Corona-bedingte zeitweise Schließung der Gastronomie in 2020 veränderte sich die Absatzstruktur stark in Richtung Groß- und Einzelhandel. Dies hatte auch entsprechende Folgen für den Anteil an Fassbier, der sich im Vergleich zum Vorjahr in etwa halbiert hat. Die daraus resultierenden Umsatzverluste konnten jedoch durch Zuwächse im Handel weitestgehend ausgeglichen werden.

„Intakte Natur und gesundes Wasser sind unersetzlich."

Interview mit Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsleiter der Neumarkter Lammsbräu.

Trotz erheblicher Einschränkungen durch die Corona-Pandemie ist die Neumarkter Lammsbräu im Krisenjahr 2020 weitergewachsen – während insgesamt der Bier-Absatz laut Statistischem Bundesamt im Vergleich zu 2019 um 27 % dramatisch gesunken ist. Woher rührt diese Stabilität?

Johannes Ehrnsperger: Auch für uns war 2020 kein einfaches Jahr. Durch die Corona-bedingten Einschränkungen in der Gastronomie und die Absage von Veranstaltungen sind für uns ebenfalls wichtige Vertriebskanäle weggebrochen. Auffangen konnten wir das jedoch mit sehr guten Absätzen über den Handel. Was bedeutet: Immer mehr Verbraucher*innen entscheiden sich bewusst für unser Bio-Bier. Das ist ein Trend, der sich bereits seit längerer Zeit abzeichnet und der sich in der Corona-Krise verstärkt hat. Viele Menschen haben gerade jetzt ein Gespür für den Wert ihrer Region und nachhaltige Produkte entwickelt.

Ist aus Deiner Sicht damit zu rechnen, dass dieser Trend anhält?

Johannes Ehrnsperger: Wir haben seit rund zehn Jahren ein kontinuierliches Wachstum. Das gilt übrigens nicht nur für uns als nachhaltige Brauerei, sondern für die gesamte Bio-Branche. Die Zahlen belegen: Der von uns seit mehr als vier Jahrzehnten verfolgte Ansatz, auf Bio, Nachhaltigkeit und größtmögliche Regionalität zu setzen, überzeugt immer mehr Menschen.

In der Tat: Der Naturkostfachhandel verzeichnete 2020 in allen Quartalen ein zweistelliges Plus. Da drängt sich die Frage nach der Rohstoff-Versorgung auf. Wie konnte die Neumarkter Lammsbräu sicherstellen, dass sie der wachsenden Nachfrage auch in solchen Zeiten gerecht wird?

Johannes Ehrnsperger: Wir haben innerhalb unserer Bio-Bier-Lieferkette sehr kurze Wege: Die Bio-Landwirt*innen unserer Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) stammen alle aus einem Umkreis von maximal 150 Kilometern. Wir pflegen dadurch einen sehr engen Kontakt zu unseren Landwirt*innen und das bereits seit mehr als 30 Jahren. Die langfristigen Lieferverträge, die wir mit unseren EZÖB Mitgliedern abschließen und die überdurchschnittlichen Preise, die wir für das Braugetreide zahlen, bieten den landwirtschaftlichen Betrieben eine große Sicherheit. Davon profitieren auch wir. Denn dadurch haben wir starke Partner*innen, auf die wir uns jederzeit verlassen können. Für uns hat sich 2020 einmal mehr bestätigt: Verantwortungsvolles, regionales Wirtschaften und Kooperationen auf Augenhöhe machen widerstandsfähig und krisensicher und dadurch unabhängiger vom Weltmarkt.

Was macht eine Organisation zu einem nachhaltigen Unternehmen?

Johannes Ehrnsperger: Wer im wahrsten Sinn des Wortes „enkeltauglich" wirtschaften möchte, muss nicht nur den betrieblichen Umweltschutz durch ein Umweltmanagementsystem fördern, sondern über die eigenen Unternehmensgrenzen hinausschauen, langfristig und im Netzwerk denken. Nur dann gewinnen alle. Das gilt besonders, wenn es um Ernährung geht. Wir brauchen eine Landwirtschaft, die uns alle ernährt und gleichzeitig die Lebensgrundlagen für nachfolgende Generationen bewahrt. Das geht unserer Ansicht nach nur durch die Schaffung kleinbäuerlicher Strukturen und den Anbau ökologischer Lebensmittel, denn für uns Menschen sind diese beiden Dinge unersetzlich: eine intakte Natur und gesundes Wasser. Sie zu schützen, ist unser wichtigstes Unternehmensziel.

Das Interview führte Violetta Paprotta, Marke und Kommunikation

Lammsbräu-Inhaber Johannes Ehrnsperger nimmt den CSR Preis der Bundesregierung im Rahmen einer virtuellen Verleihung mit Björn Böhning, Staatssekretär am Bundesministerium für Arbeit und Soziales, entgegen.

Johannes Ehrnsperger nimmt den EMAS Award entgegen

Umweltminister Thorsten Glauber (rechts) überreicht die Auszeichnung „Blühender Betrieb“ an Johannes Ehrnsperger

Ausgezeichnetes Engagement

2020

» Gewinner ***CSR Preis der Bundesregierung*** in der Kategorie „Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten“

» Gewinner ***„Mein gutes Beispiel“*** in der Sonderkategorie „Starke Region – Starke Gemeinschaft”

» ***Great Place to Work Award:*** Wir werden als einer von „Bayerns besten Arbeitgebern 2020“ in der Kategorie der Unternehmen 50 bis 250 Mitarbeitende ausgezeichnet

2019

» Gewinner des ***EMAS Awards*** für das nachhaltige Unternehmenskonzept in der Kategorie „Mittelständische Unternehmen“

» Erster blühender Betrieb in Bayern

2018

» ZEIT Wissen-Preis „Mut zur Nachhaltigkeit 2018“ in der Kategorie „Handeln“

» Eve Leserpreis: Gewinner in der Kategorie Getränke mit now Pure Zitrone

2017

» Gewinner deutscher CSR Preis in der Kategorie „Biodiversitätsmanagement zum Erhalt der weltweiten biologischen Vielfalt“

» Gewinner Felix-Burda-Award für die Integration der Darmkrebsvorsorge in das betriebliche Gesundheitssystem in der Kategorie „Betriebliche Prävention”

» Silber für das Bio-Bier Neumarkter Lammsbräu EdelHell beim Wettbewerb Bayerns beste Bio-Produkte

2016, 2015, 2013

» Platz 1 bei Rank a Brand

2015

» Alternativer Gesundheitspreis der BKK Advita, Platz 2

2014

» Neumarkter Lammsbräu wird Changemaker 2014

» Gewinner des Deutschen Lokalen Nachhaltigkeitspreises ZeitzeicheN

2013

» Ehrenpreis der Heinz Sielmann Stiftung für Dr. Franz Ehrnsperger

» EMAS-Auszeichnung

EZÖB-Landwirte mit Kulturlandplänen – Mehr Infos gibt es auch hier >>

- **2020:** Michael Böhm, Brunn; Alfred Schaller, Erlangen-Steudach; Axel Lämmermann, Happurg
- **2019:** Franz-Josef Mayer, Pollenfeld-Preith; Helmut Rast, Schirmitz
- **2018:** Florian Gäck, Beilngries; Markus Eckert, Eckental-Herpersdorf; Thomas Sedlmeier, Berching
- **2017:** Johannes Scharvogel, Martinsheim; Johann Schneider, Greding; Josef Medl, Titting
- **2015**: Karl Dollinger, Thalmässing; Peter Gramm, Megesheim; Peter Meyer, Berching
- **2014:** Hermann Heiselbetz, Mühlhausen; Markus Schenk, Deining
- **2013:** Hermann Zeller, Ipsheim; Karl Stephan, Seubersdorf
- **2012:** Sebastian Altenthan, Breitenbrunn; Franz und Sonja Friedrich, Gräfenberg
- **2011:** Erwin Ehemann, Freystadt; Hubert Tischner, Kastl
- **2010:** Konrad Samberger, Pilsach; Werner Schwarz, Kallmünz

Meilensteine der Nachhaltigkeit in den letzten sieben Jahren

2020

- ***Jubiläum: 10 Jahre Kulturlandpläne*** für unsere EZÖB-Landwirt*innen mit Unterstützung von Bioland (24 *Kulturlandpläne* wurden seither umgesetzt)
- Bio-Bierkommunikation durch Aktion #BioBierFreunde mit produktbezogenen Grafiken und Botschaften (Freunde und Freundinnen von Bio-Bier schützen Klima und Wasser)
- Einführung Kinderbetreuungszuschuss
- Stärkung der internen Kommunikation und Zusammenarbeit: Rollout Office 365 im gesamten Unternehmen
- Wasser- und Energieeinspareffekte durch die Inbetriebnahme von 3 neuen *adiabaten Rückkühlwerken*
- Nachhaltige Mobilität: Analyse alternativer Antriebe im Fuhrpark und Entwicklung eines praxistauglichen Konzeptes zur Umsetzung von Elektromobilität für unsere Pkws
- Start des Aufbaus einer Liefergemeinschaft für Rhabarber
- Mapping und Länder-Risiko-Analysen entlang der *Liefernetzwerke* ausgewählter Bio-Limonaden-Rohstoffe

2019

- Aufbau eines aktiven Stakeholdermanagements mit Gründung eines eigenen Stakeholderkreises mit 16 Mitgliedern aus unseren relevantesten Stakeholdergruppen zur Vernetzung und Stärkung der Zusammenarbeit
- Intensivierte Lebenswegbetrachtung der Rohstofflieferketten
- Ausbau Chancen- und *Risikomanagement* / Notfallplanung
- Einführung Lammsbräu Kindertag
- Konsument*innen-Einbindung bei Kreation „now FanTasty“

2018

- Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichts gemäß der G4-Leitlinie der *Global Reporting Initiative* (GRI – „Kern“)
- Einführung von JobRad als umweltfreundliche und gesundheitsfördernde Mobilitätsmaßnahme
- Entwicklung von Verhaltensgrundsätzen für ein kollegiales und faires Miteinander
- Bohrung eines dritten Brunnens zur noch schonenderen Wassergewinnung

2017

- Durchführung der ersten systematischen Stakeholder- und *Wesentlichkeitsanalyse* als Grundlage für den 2017er Nachhaltigkeitsbericht
- Abschluss der Erneuerung des Kesselhauses und Inbetriebnahme der *Mikrogasturbine*
- Fertigstellung der Außenanlagen unter dem Aspekt der biologischen Vielfalt
- Ausbau und Aktualisierung des Lieferantenmanagements

2016

- Erneuerung der Energieversorgung
- Schaffung von weiterer *Transparenz* in der Limonadenrohstofflieferkette
- *Nachhaltige Beschaffung* im Einkaufsprozess fest verankert
- Erste Umstellungen im Fuhrpark auf Erdgasantriebstechnologie
- Erstmalige Veröffentlichung der Entsprechenserklärung des deutschen Nachhaltigkeitskodexes (DNK)

2015

- Beginn der Entwicklung nachhaltiger Beschaffungskriterien und Analyse der Limonadenrohstofflieferkette

2014

- Einführung des *Gesundheitsprogrammes* mit Bonussystem
- Neues Brauereibesichtigungskonzept

1.2 Nachhaltig im Kern: Enkeltauglich und unabhängig wirtschaften

In den über 40 Jahren, in denen sich unser Unternehmen einer ökologisch und ethisch verantwortungsvollen Wirtschaftsweise verschrieben hat, gibt es eine wichtige Konstante, die unserer Brauerei und unseren Produkten in all den Jahren Sympathie und Glaubwürdigkeit verschafft hat: unser offener und fairer Umgang mit den Landwirt*innen unserer ökologischen Erzeugergemeinschaft. Die Partnerschaft, die sich hier entwickelt hat, ist für uns einmalig. Sie bildet das Fundament für unsere Bio-Biere und fußt auf einer Entscheidung des Senior-Brauereichefs, einen alternativen, nachhaltigen Weg in der Rohstoffbeschaffung einzuschlagen.

Aber es prägen auch große Veränderungen unser mittlerweile traditionsmodernes Unternehmen: Produktinnovationen wie das glutenfreie Spezialitäten-Sortiment, die Kreation neuer Marken wie now und BioKristall sowie die Übernahme durch die nächste Generation. Doch damals wie heute gilt: Wir denken Alternativen, beschreiten neue Wege, bewahren unsere Werte und orientieren uns dabei an den Grundprinzipien der Natur, an den Menschen und ihren kulturellen Bedürfnissen, an den regionalen Gegebenheiten sowie unserem gesellschaftspolitischen Umfeld. Mit diesem Ansatz versuchen wir Ökologie, soziale Aspekte und ökonomische Bedürfnisse schonend miteinander zu vereinen, damit unsere Erde „enkeltauglich“, also auch für unsere Kinder und Kindeskinder lebenswert bleibt.

Als Bio-Pionier fördern wir den ökologischen Landbau und leisten damit einen wesentlichen Beitrag zum Erhalt unserer wichtigsten Ressourcen Boden und Trinkwasser sowie zum Arten- und Klimaschutz. Der Öko-Landbau ist die für Gesellschaft und Umwelt verträglichste und auch nachhaltigste Form der Landwirtschaft (siehe Abbildung 1.1).

In enger Verbindung mit dem ökologischen Landbau stehen außerdem die Förderung einer regionalen und damit ökonomisch zukunftsfähigen Landwirtschaft durch nachhaltige Ertragssteigerung der Landwirte aufgrund von besseren Vermarktungs- und Fördermöglichkeiten sowie der positive Einfluss auf die Gesundheit beim Genuss biologisch erzeugter Produkte[3)].

All dies sind Bestandteile einer enkeltauglichen Welt, für deren Aufbau und Erhalt wir als Neumarkter Lammsbräu Verantwortung übernehmen und unseren Beitrag leisten wollen:
Vom Acker bis ins Glas.

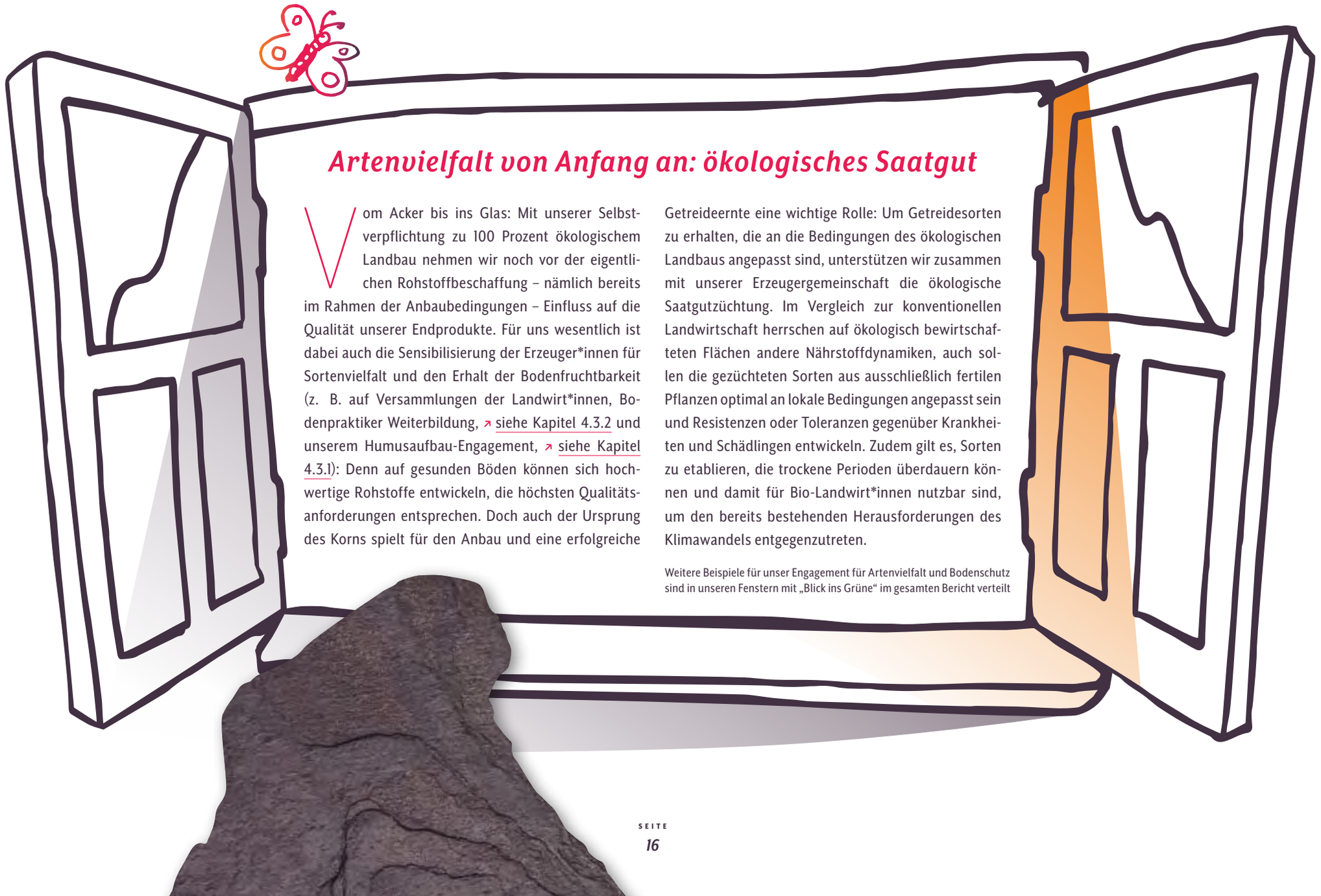
Dabei sind wir ein verlässlicher Partner für unsere Mitarbeiter*innen, Lieferant*innen, Kundinnen und Kunden. Wir streben ein nachhaltiges Wachstum an und tragen mit großem Engagement und Begeisterung dazu bei, dass sich ökologische und sozialverträgliche Wirtschaftsformen dauerhaft durchsetzen. Dass wir dabei stets den langfristigen Unternehmenserfolg im Blick haben, ist selbstverständlich. Nur durch finanzielle und betriebliche Unabhängigkeit können wir gewährleisten, dass auch künftig freie Entscheidungen im Einklang mit unserem Unternehmensleitbild getroffen werden können (↗ siehe Kapitel 1.2.1 ff.).

Darüber berichten wir in diesem und den folgenden Kapiteln.

2) Quellen:
Batáry, P. et al. (2017). The former Iron Curtain still drives biodiversity – profit trade-offs in German agriculture. Nature ecology & evolution, 1(9), 1279-1284.
Umweltbundesamt (2020). Ökolandbau. www.umweltbundesamt.de/themen/boden-landwirtschaft/landwirtschaft-umweltfreundlich-gestalten/oekoland-bau#Umweltleistungen%20des%20%C3%96kolandbaus, Zugriff am 23.04.2021.
Sanders, J. und Heß, J. (2019). Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft. https://www.thuenen.de/media/publikationen/thuenen-report/Thuenen_Report_65.pdf, Zugriff am 30.04.2021

3) Quellen:
Baraski, M. et al. (2014). Higher antioxidant and lower cadmium concentrations and lower incidence of pesticide residues in organically grown crops: a systematic literature review and meta-analyses. British Journal of Nutrition, 112(5), 794-811.
Batáry, P. et al. (2017). The former Iron Curtain still drives biodiversity–profit trade-offs in German agriculture. Nature ecology & evolution, 1(9), 1279-1284.

Abb. 1.1.: Positive Auswirkungen des ökologischen Landbaus[2)]



Artenvielfalt von Anfang an: ökologisches Saatgut

Vom Acker bis ins Glas: Mit unserer Selbstverpflichtung zu 100 Prozent ökologischem Landbau nehmen wir noch vor der eigentlichen Rohstoffbeschaffung – nämlich bereits im Rahmen der Anbaubedingungen – Einfluss auf die Qualität unserer Endprodukte. Für uns wesentlich ist dabei auch die Sensibilisierung der Erzeuger*innen für Sortenvielfalt und den Erhalt der Bodenfruchtbarkeit (z. B. auf Versammlungen der Landwirt*innen, Bodenpraktiker Weiterbildung, ↗ siehe Kapitel 4.3.2 und unserem Humusaufbau-Engagement, ↗ siehe Kapitel 4.3.1): Denn auf gesunden Böden können sich hochwertige Rohstoffe entwickeln, die höchsten Qualitätsanforderungen entsprechen. Doch auch der Ursprung des Korns spielt für den Anbau und eine erfolgreiche Getreideernte eine wichtige Rolle: Um Getreidesorten zu erhalten, die an die Bedingungen des ökologischen Landbaus angepasst sind, unterstützen wir zusammen mit unserer Erzeugergemeinschaft die ökologische Saatgutzüchtung. Im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft herrschen auf ökologisch bewirtschafteten Flächen andere Nährstoffdynamiken, auch sollen die gezüchteten Sorten aus ausschließlich fertilen Pflanzen optimal an lokale Bedingungen angepasst sein und Resistenzen oder Toleranzen gegenüber Krankheiten und Schädlingen entwickeln. Zudem gilt es, Sorten zu etablieren, die trockene Perioden überdauern können und damit für Bio-Landwirt*innen nutzbar sind, um den bereits bestehenden Herausforderungen des Klimawandels entgegenzutreten.

Weitere Beispiele für unser Engagement für Artenvielfalt und Bodenschutz sind in unseren Fenstern mit „Blick ins Grüne“ im gesamten Bericht verteilt

1.2.1 Das Unternehmensleitbild: Unsere Vision von einer enkeltauglichen Welt mit 100 % Bio

Langfristiges Denken und Handeln bilden das Fundament der Neumarkter Lammsbräu. Bereits seit 1977 setzen wir als familiengeführtes Unternehmen zudem auf konsequenten Natur- und Umweltschutz. In den Jahren 2019 und 2020 haben wir an der zukünftigen Ausrichtung und dem Weg unserer Brauerei gearbeitet, entstanden ist unser neues Unternehmensleitbild (siehe Abbildung 1.2). Die früheren Nachhaltigkeitsleitlinien wurden weiterentwickelt und in die Handlungsfelder unserer Mission integriert. Die umweltrelevanten Themen unseres unternehmerischen Handelns sind in unserer Umweltpolitik (↗ siehe Kapitel 1.2.5) konkretisiert.

Die Grundlage bildet zum einen die Positionierung unseres Unternehmens, also das, wofür die Neumarkter Lammsbräu heute steht. Zum anderen bauen die Vision und Mission auf unseren sieben Unternehmenswerten auf, die unsere grundlegende Haltung beschreiben und die gemeinsame Basis für unser tägliches Tun bilden. Unsere Verhaltensgrundsätze regeln dabei wie ein Wanderkodex, wie wir im Unternehmen miteinander umgehen wollen (↗ siehe Kapitel 2.2.2)

Das Zielbild einer enkeltauglichen Welt – unsere Vision – konkretisiert sich für uns in der Umsetzung von 100 % ökologischem Landbau und der Verbindung von Verantwortung und Lebensgenuss.

Abb. 1.2.: Unternehmensleitbild – verantwortungsvolles Streben der Neumarkter Lammsbräu hin zu einer enkeltauglichen Welt

*Unsere Vision erreichen wir jedoch nicht im Alleingang, es braucht Mitstreiter*innen auf diesem ambitionierten Weg. Deshalb lautet unsere Mission einerseits, selbst immer enkeltauglicher zu werden und der Natur mehr zurückzugeben als ihr zu entnehmen. Andererseits gilt es, andere für ökologische Produkte zu begeistern. Mit unseren Getränken wollen wir zeigen, dass Verantwortung und Genuss vereinbar sind.*

Nachhaltigkeit und Umweltschutz waren immer wichtige Bestandteile unserer Unternehmensziele. Nun definieren wir unser gesamtes Unternehmen als wichtigen Teil einer nachhaltigen Bewegung hin zu einer enkeltauglichen Welt mit 100% ökologischem Landbau. Um konkret an unserer Mission arbeiten zu können, wurden sieben strategische Handlungsfelder definiert:

» ***Unabhängigkeit:*** Durch finanzielle und betriebliche Unabhängigkeit stellen wir sicher, dass wir unsere Ziele konsequent verfolgen können, ohne von außen von unserem Weg, den wir aus Überzeugung gehen, abgebracht zu werden.

» ***Ertragsstärke:*** Wir sind ein werteorientiertes Unternehmen mit dem Ziel des existenzsichernden Wirtschaftens. Dabei geht es uns nicht um Gewinnmaximierung, sondern darum, die nötigen Mittel zu erwirtschaften, um unternehmerisch unabhängig zu bleiben und diese für eine enkeltaugliche Zukunft einzusetzen.

» ***Effizienz:*** Wir sind stets bestrebt, Prozesse zu vereinfachen, schneller und besser zu werden und unsere personellen und finanziellen Ressourcen sinnvoll einzusetzen, um unsere Ziele zu erreichen.

» ***Umweltschutz & Ressourcenschonung:*** Teil unserer Mission ist es, der Natur mehr zurückzugeben als wir ihr entnehmen. Das bedeutet für uns, in allen Herstellungs- und Beschaffungsprozessen Ressourcen zu schonen sowie sie möglichst in Kreisläufen zu halten. Darüber hinaus betrachten wir es als unsere Aufgabe, insbesondere durch die Förderung und Weiterentwicklung des ökologischen Landbaus Wasser, Klima und Artenvielfalt zu schützen und fruchtbare Böden für die Ernährung nachfolgender Generationen zu erhalten.

» ***Innovation:*** Um das Zielbild einer enkeltauglichen Welt zu erreichen, braucht es eine in die Zukunft gewandte Denkweise und immer wieder neue, innovative Lösungen. Wir sind und bleiben Pioniere.

» ***Mitarbeiter:*** Um unserer Vision näher zu kommen, müssen wir als Lammsbräu-Familie an einem Strang ziehen. Ziel ist es, ein fürsorglicher und attraktiver Arbeitgeber zu sein, um die besten und motiviertesten Mitarbeitenden unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft, Religion, Geschlecht oder sexueller Identität für unsere Mission zu gewinnen. Unseren Mitarbeitenden bieten wir die Möglichkeit, sich weiterzuentwickeln und aktiv Verantwortung für die Welt, in der ihre Enkel*innen in Zukunft Leben werden, zu übernehmen.

» ***Partner & Kunden:*** Unsere Vision einer enkeltauglichen Zukunft mit 100 % Öko-Landbau erreichen wir nicht im Alleingang. Es braucht faire und starke Partnerschaften auf Augenhöhe und (regionale) Netzwerke entlang unseres *Wertschöpfungskette* – von den Bio-Landwirt*innen bis zu den Endverbraucher*innen, die die Bedürfnisse aller im Sinne eines harmonischen Miteinanders berücksichtigt. Durch unsere Bio-Getränke begeistern wir so gemeinsam andere vom Zusammenspiel von Verantwortung & Genuss ökologischer Lebensmittel.

Diese strategischen Handlungsfelder als sinnbildliche Landkarte, die uns durch den Unternehmensalltag und mit Symbolen durch den vorliegenden Bericht führt, werden ergänzt um ein weiteres wichtiges „Orientierungsinstrument“: Unseren Ein-Wort-Wert ***„verantwortungsvoll“***.

Dies ist der Kompass auf unserer Reise, er zeigt uns bei anstehenden Entscheidungen den richtigen Weg und fasst in einem Wort zusammen, wofür wir stehen und wie wir handeln.

GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

In 2021 gehen wir zum ersten Mal die Bilanzierung und Berichterstattung nach den Grundsätzen der Gemeinwohlökonomie, kurz GWÖ, an. Die Gemeinwohl-Ökonomie ist ein Wirtschaftsmodell, in dem das gute Leben für alle das oberste Ziel ist. Grundlagen der GWÖ sind die allgemeine Erklärung der Menschenrechte, demokratische Grund- und Verfassungswerte, Beziehungswerte nach Erkenntnissen der Sozialpsychologie, die Ethik der Achtung vor der Natur und der Schutz der Erde (Earth Charter) sowie anerkannte wissenschaftliche Fakten wie das Konzept der planetaren Grenzen. Die Bilanzierung kann uns dabei helfen, unseren Fortschritt auf dem Weg zum Erreichen unserer Vision zu bewerten, um uns stetig zu verbessern. Übrigens: Die Löwenzahn-Sämchen im Logo sind ganz bewusst gewählt, denn sie symbolisieren die GWÖ als ergebnisoffenen, partizipativen, lokal wachsenden Prozess mit globaler Ausstrahlung.

Mehr Infos hier »
https://web.ecogood.org

1.2.2 Unsere wesentlichen Themen und Unternehmensstrategie im Kontext der Sustainable Development Goals (SDGs)

Wesentliche Themen treffen auf Unternehmensstrategie

Die strategischen Handlungsfelder wurden von Geschäftsleitung und Führungskreis mit externer Unterstützung erarbeitet (↗ siehe Kapitel 1.2.1). Sie bilden die optimale Grundlage der unternehmensstrategischen Ausrichtung.

Die parallel seitens des *Nachhaltigkeitsmanagements* in Abstimmung mit der Geschäftsleitung erarbeiteten wesentlichen Themen (↗ siehe Kapitel 1.4) finden sich in den strategischen Handlungsfeldern komplett wieder. Dies verdeutlicht, wie stark sie im Unternehmensalltag integriert sind und gelebt werden. Unsere *Stakeholder* wurden bei der Findung und Überarbeitung der wesentlichen Themen ebenso eingebunden (↗ siehe Kapitel 1.3).

Abbildung 1.3 gibt einen Überblick zu den wesentlichen Themen in Verbindung mit den strategischen Handlungsfeldern sowie der Verortung im vorliegenden Bericht.

Kapitel 1: Unternehmen	Kapitel 2: Mitarbeiter*innen	Kapitel 3: Produkte & Kund*innen	Kapitel 4: Ökologische Produktion	Kapitel 5: Liefernetzwerke
Wesentliche Themen: » Unternehmerische Unabhängigkeit » Rechtskonformität » Erhalt von Artenvielfalt & Bodenfruchtbarkeit	**Wesentliche Themen:** » Mitarbeiter*innen-zufriedenheit » Personalentwicklung	**Wesentliche Themen:** » Produktverantwortung » Kund*innen-Zufriedenheit » Wasserschutz & -verfügbarkeit	**Wesentliche Themen:** » Klimaschutz » Material- & Ressourcen-verbrauch » Umweltschonende Verpackung » Erneuerbare Energien & Energieeffizienz » Abfall- & Wertstoff-management	**Wesentliche Themen:** » Regionale Wertschöpfung » Verantwortung in den Rohstoff-Liefernetzwerken
Strategische Handlungsfelder:				
Effizienz, Unabhängigkeit, Ertragsstärke	Mitarbeiter	Innovation, Umweltschutz & Ressourcenschonung, Partner & Kunden	Innovation, Umweltschutz & Ressourcenschonung, Effizienz	Partner & Kunden

Hinweis zur Abbildung: Wenn sich Themen teilweise über weitere Kapitel erstrecken wird im o.g. Hauptkapitel entsprechend darauf verwiesen.
Thema Artenvielfalt & Bodenfruchtbarkeit erstreckt sich durch die Grünen Fenster bspw. über den kompletten Bericht. Hier können wir nicht in Kap. 1 auf alle anderen Kapitel verweisen.

Abb. 1.3.: Verortung der 15 wesentlichen Themen im vorliegenden Bericht mit Zuordnung der strategischen Handlungsfelder

„Think global, act local" – Unser Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs)

Wir haben uns daran gemacht herauszufinden, wie wir als mittelständische Brauerei mit unserer strategischen Ausrichtung zu den Sustainable Development Goals (kurz SDGs) – den globalen Zielen zur nachhaltigen Entwicklung – beitragen können.

Doch was sind die SDGs überhaupt? Und wer hat sie entwickelt? Hier ein kleiner Einblick:

Die 17 Sustainable Development Goals wurden 2015 von den Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen (UN) im Rahmen der Agenda 2030 verabschiedet. Die SDGs richten sich an uns alle: Regierungen weltweit, aber auch die Zivilgesellschaft, die Privatwirtschaft und die Wissenschaft. Dabei ist völlig klar, sie bringen sowohl Herausforderungen als auch Chancen mit sich. Zu jedem SDG gibt es Unterziele, so genannte Targets, welche mit messbaren Indikatoren hinterlegt sind. Insgesamt sprechen wir von 17 SDGs mit rund 170 Unterzielen und 250 Indikatoren. Mit den globalen Zielen im Blick, haben wir in Abstimmung zwischen Nachhaltigkeitsmanagement und Geschäftsleitung entlang der strategischen Handlungsfelder unsere Unternehmensziele als Grundlage für den nächsten GRI Bericht zum Teil neu definiert und bei bestehenden Zielen feinjustiert (vgl. Tabelle 1.1, ↗ siehe Kapitel 6). Durch das Verknüpfen unserer Unternehmensziele mit den SDGs und deren Targets sowie dem Hinterlegen von geeigneten Indikatoren haben wir unsere strategische Ausrichtung in den globalen Kontext eingebettet.

Unsere wesentlichen Themen helfen uns dabei, innerhalb unserer strategischen Handlungsfelder unseren Beitrag zum Erreichen der Entwicklungsziele zu konkretisieren – „think global – act local".

Tab. 1.1.: Kontext SDGs, strategische Handlungsfelder und wesentliche Themen

Target	*Strategische Handlungsfelder*	*Wesentliche Themen*
↗ Target 6.4 ↗ Target 6.6	Innerhalb unserer strategischen Handlungsfelder ***Umweltschutz & Ressourcenschonung*** und ***Effizienz*** leisten wir Beiträge zu SDG 6, 13 und 15, indem wir neben dem betrieblichen Umweltschutz insbesondere durch die Förderung und Weiterentwicklung des ökologischen Landbaus Wasser, Klima und Artenvielfalt schützen und fruchtbare Böden für die Ernährung nachfolgender Generationen erhalten.	Wasserschutz & -verfügbarkeit
↗ Target 13.2		Klimaschutz, Erneuerbare Energien & Energieeffizienz
↗ Target 15.5		Erhalt von Artenvielfalt & Bodenfruchtbarkeit
↗ Target 8.2 ↗ Target 8.5	In unseren strategischen Handlungsfeldern ***Mitarbeiter, Partner & Kunden, Umweltschutz & Ressourcenschonung, Unabhängigkeit, Effizienz, Innovation*** und ***Ertragsstärke*** leisten wir einen Beitrag zum Erreichen von SDG 8, indem wir Verantwortung für unsere Mitarbeiter*innen vor Ort, aber auch entlang der Liefernetzwerke übernehmen und ein eher moderates Wachstum verfolgen, das nicht zu Lasten von Mensch und Natur geht sowie auf Partnerschaften auf Augenhöhe setzt.	Mitarbeiter*innenzufriedenheit, Personalentwicklung, Unternehmerische Unabhängigkeit, Verantwortung in den Rohstoff-Liefernetzwerken
↗ Target 12.2 ↗ Target 12.5 ↗ Target 12.8	Mit unseren strategischen Handlungsfeldern ***Partner & Kunden, Umweltschutz- & Ressourcenschonung, Effizienz*** und ***Mitarbeiter*** zahlen wir auf SDG 12 ein, indem wir uns mit nachhaltigen Anbaumethoden und biologischer Landwirtschaft, Konsummustern und darauf abgestimmten Bio-Produkten sowie den Bedürfnissen unserer Stakeholder beschäftigen, über die wir durch Nutzung diverser Kanäle kommunizieren, ganz nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber".	Material- & Ressourcenverbrauch, Produktverantwortung, Kund*innenzufriedenheit, Rechtskonformität, Regionale Wertschöpfung, Umweltschonende Verpackung, Abfall- & Wertstoffmanagement

1.2.3 Die Grundlage unserer freien unternehmerischen Entscheidungen

Wie aus dem strategischen Handlungsfeld der „Unabhängigkeit“ (↗ siehe Kapitel 1.2.1) bereits hervorgeht, achten wir stets darauf, die Grundlagen für freie Entscheidungen als Familienunternehmen sicherzustellen. Dies gelingt uns durch die Wahrung unserer unternehmerischen Unabhängigkeit, die für uns vorrangig aus zwei Dimensionen besteht (siehe auch Abbildung 1.4):

» ***Finanzielle Unabhängigkeit:*** Sicherstellung von genügend Eigenmitteln, beispielsweise durch eine definierte *Eigenkapitalquote*, eine festgelegte Verschuldungsobergrenze und eine konsequente Überwachung der Eigenfinanzierungskraft, um nicht von externen Kapitalgebern in unseren Entscheidungen beeinflusst und abhängig zu werden.

» ***Betriebliche Unabhängigkeit:*** Handlungsfähigkeit trotz personeller Engpässe, beispielsweise durch Wissensmanagement, Vertretungs- und Vollmachtsregelungen sowie langfristige Nachfolgeplanung. Gleichzeitig bedeutet es die Unabhängigkeit von anderen Organisationen.

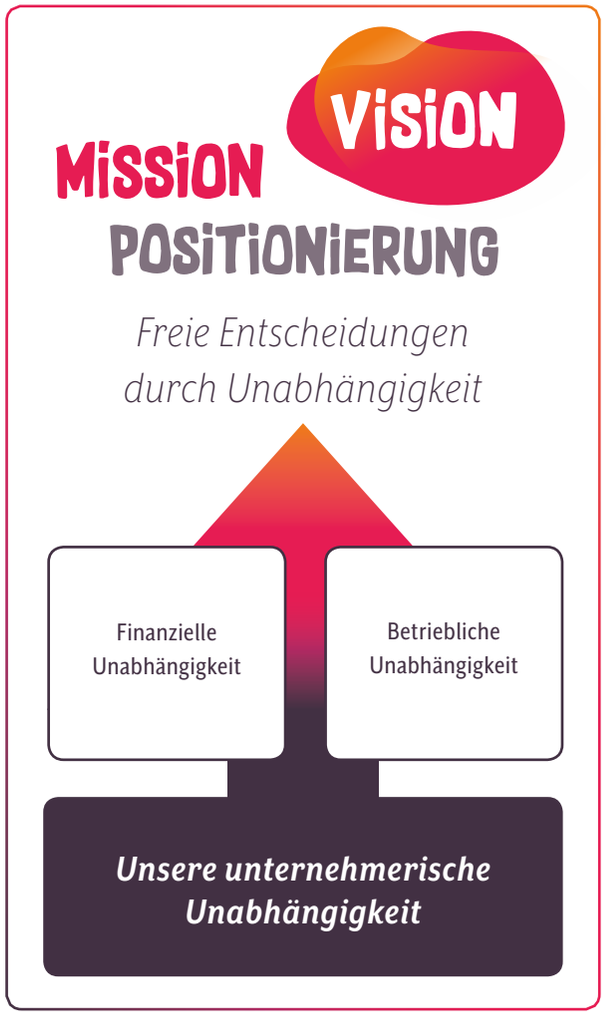


Abb. 1.4.: Bewahrung der unternehmerischen Unabhängigkeit bei der Neumarkter Lammsbräu

„Eine besondere Herausforderung besteht für uns darin, nicht von unserer eigenen positiven Entwicklung abhängig und somit „Getriebener“ unseres Wachstums zu werden, sondern weiterhin aktiv das Steuer in Händen zu halten. Dies gelingt uns durch eine „Investitionspolitik der kleinen Schritte“, die schrittweise und nicht überdimensionierte Kapazitätserweiterungen vorsieht.“

Johannes Ehrnsperger,
Inhaber und Geschäftsleiter der Neumarkter Lammsbräu

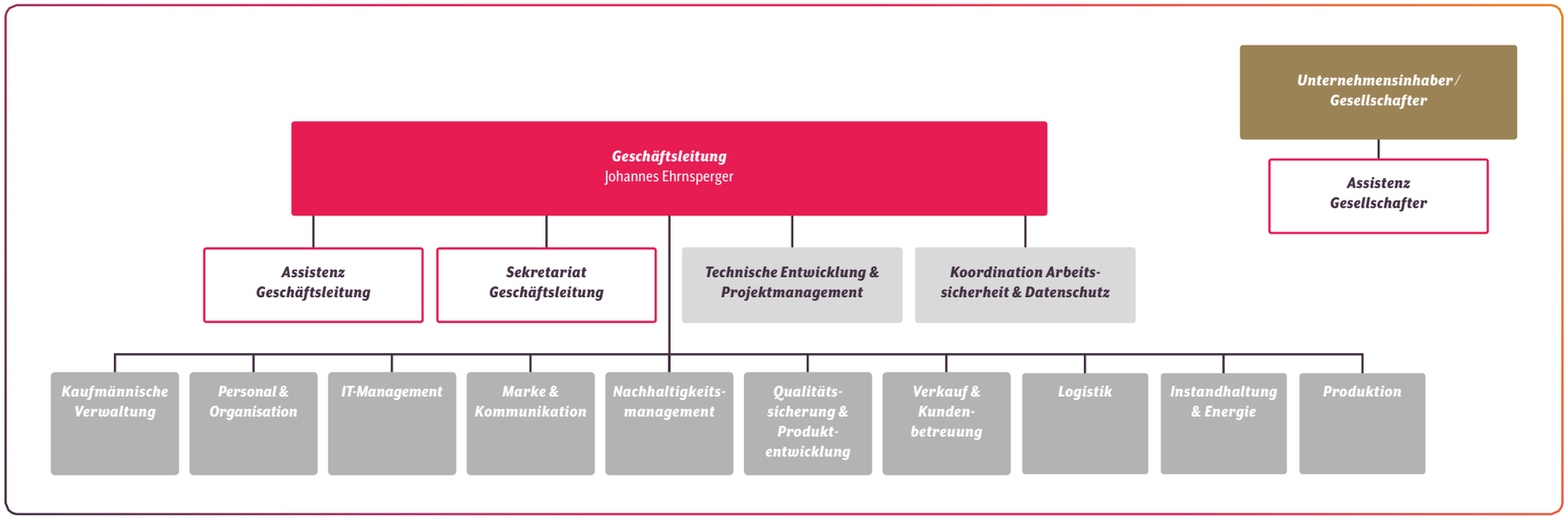


Abb. 1.5.: Organisationsstruktur der Neumarkter Lammsbräu mit flachen Hierachieebenen

1.2.4 Unsere Werkzeuge des unabhängigen Wirtschaftens

Zur Sicherstellung der Grundlagen für unsere unternehmerische Unabhängigkeit (↗ siehe Kapitel 1.2.3) verfügen wir über verschiedene Instrumente:

» Führung und Strategie
» Absicherungsregelungen
» Lammsbräu Cockpit
» Risikomanagement
» Projektmanagement

Führung & Strategie

Die Führungsstruktur unseres Unternehmens zeichnet sich durch flache Hierarchien aus, die neben der obersten Leitung – besetzt durch Unternehmensinhaber Johannes Ehrnsperger – von einer zweiten Führungsebene sowie Teamleitungen in einzelnen Unternehmensbereichen (Verkauf & Kundenbetreuung, Logistik) geprägt sind (siehe Abbildung 1.5). Innerhalb der Unternehmensbereiche werden anstehende, operative Entscheidungen von den Führungskräften getroffen. Zur Rückkopplung gibt es regelmäßige Rücksprachen in Jours fixes mit dem gesamten Team. Entscheidungen von größerer Tragweite oder hohem finanziellen Umfang werden ausschließlich nach Rücksprache mit der Geschäftsleitung gefällt.

Führungskräfte und Inhaberfamilie legen zweimal jährlich klare operative und strategische Ziele fest, die sich den strategischen Handlungsfeldern zuordnen lassen und somit auf die Erreichung unserer Vision einzahlen. Durch die Strategie der Bewahrung der unternehmerischen Unabhängigkeit und die Vision der Enkeltauglichkeit wird ein moderates Unternehmenswachstum gewährleistet und dabei ein ausreichender Gewinn erwirtschaftet, der nicht zu Lasten von Mensch und Umwelt geht. Um Potenziale und Verbesserungsmaßnahmen aufzudecken, bedient sich die Neumarkter Lammsbräu verschiedener unterstützender Managementtools und Herangehensweisen (z. B. *EFQM-Selbstbewertung*, Mitarbeiter*innenbefragungen, integrierte Managementsysteme, Benchmarking, ↗ siehe Kapitel 1.2.5 und ↗ Kapitel 2.1.2).

Absicherungsregelungen

Um betrieblich operieren zu können, sind die Mitarbeiter*innen das A und O. Sie sorgen in ihrem täglichen Tun dafür, dass unsere leckeren Bio-Getränke produziert und an unsere Kundschaft ausgeliefert werden.

Im Falle eines personellen Ausfalls in der Belegschaft, insbesondere im Bereich der Führungsebene und Geschäftsleitung, greifen festgesetzte interne Vertretungs- und Vollmachtsregelungen. Dies stellt ebenso wie Prokura der Führungskräfte und ein umfangreiches Prozess- und Wissensmanagement innerhalb unseres Unternehmens sicher, dass die Brauerei personell unabhängig und handlungsfähig bleibt.

Durch den von der Inhaberfamilie definierten Grundsatz des Alleineigentums, verbunden mit einer langfristigen Nachfolgeplanung, wird abgesichert, dass der konsequente Weg des Unternehmens nicht durch Pattsituationen im Gesellschafterkreis ausgebremst wird. Von diesem Grundsatz darf nur vorübergehend zum Zwecke der Unternehmensübertragung abgewichen werden.

Mit unseren externen Partner*innen pflegen wir ein Miteinander auf Augenhöhe. Um uns hier nicht zu stark von Personen oder Organisationen abhängig zu machen, verfolgen wir eine Diversifizierungsstrategie, d.h. im Bereich unserer Lieferant*innen und Kund*innen versuchen wir so breit wie möglich aufgestellt und damit wirtschaftlich auch in Krisenzeiten stabil zu sein.

Lammsbräu Cockpit

Das *Lammsbräu Cockpit* dient der monatlichen Bewertung der wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und der Steuerung des Unternehmens. Es ist das wichtigste Instrument, um die finanzielle Unabhängigkeit z. B. durch die Überwachung und Steuerung der Eigenkapitalquote, des Verschuldungs- und Liquiditätsgrads und der Cashflow-Erwirtschaftung zu sichern.

Die Daten verdeutlichen aber auch, welche Wertschöpfung unsere ökologischen Produkte erzielen und welche Werte daraus wiederum die Region stärken – als Entlohnung der Landwirt*innen für die angelieferten Rohstoffe, als Gehälter für die Mitarbeitenden der Brauerei sowie als Spenden für regionale und überregionale Aktionen (siehe Tabelle 1.2).

Besser geht‘s immer

Anpassung der Tagesmeldung

Statt monatlich werden an den definierten Teilnehmendenkreis aus dem Cockpit nun täglich die wichtigsten operativen Kennzahlen verschickt (Leergutverfügbarkeit, Lagerkellerfüllgrad, Vollgutlagerfüllgrad, Absatz, Umsatz, Offene Verbindlichkeiten und offene Forderungen sowie aktueller Bankbestand). Dadurch fällt die operative und kurzfristige Steuerung leichter und ist immer aktuell im Blick.

Tab. 1.2.: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Einheit
Einnahmen	20,8	23,0	24,1	26,6	28,6	31,8	Mio €
Aufwendungen für Gehälter und Löhne	5,1	5,7	6,3	6,8	7,5	7,7	Mio €
Zahlungen an die Regierung	2,2	2,8	2,8	3,4	3,8	4,3	Mio €
Investitionen in die Gemeinschaft	0,13	0,15	0,11	0,12	0,15	0,14	Mio €
Betriebskosten	5,3	6,0	6,0	5,5	6,6	6,6	Mio €
Zahlungen an Kapitalgeber*innen	0,17	0,19	0,28	0,27	0,28	0,28	Mio €
Bilanz	***7,9***	***8,2***	***8,6***	***10,5***	***10,3***	***12,8***	***Mio €***

Das Cockpit erleichtert der Geschäftsleitung somit, negative Trends und Fehlentwicklungen zu erkennen und bei Bedarf sofort gegenzusteuern. Der Teilnehmendenkreis besteht aus der Geschäftsleitung, dem Controlling sowie den Leitungen der Bereiche kaufmännische Verwaltung, Produktion, Logistik sowie Verkauf und Kundenbetreuung. Die Zuständigkeit liegt im Controlling.

Die Berichtsstruktur und Inhalte der Cockpit-Dokumentation werden regelmäßig überprüft. Beispielsweise werden geeignete Kennzahlen immer wieder auf den Prüfstand gestellt und angepasst, was abhängig von der Steuerung ist und vom Fokus, der sich verändern kann. Dadurch entstehen immer wieder neue Auswertungen.

Projektmanagement

Die Neumarkter Lammsbräu befindet sich seit 2019 in einem *Change-Prozess* und einer Phase der Kapazitätserweiterung. Damit wollen wir der steigenden Nachfrage an Getränken mittel- und langfristig gerecht werden. Gerade große Investitionsvorhaben wie das Projekt der Erweiterung der Abfüllkapazitäten um die Abfülllinie 2 oder die Modernisierung der Mälzerei sowie komplexe unternehmensübergreifende Vorhaben können die finanzielle unternehmerische Unabhängigkeit negativ beeinflussen, werden diese nicht professionell durchgeführt.

Ein professionelles Projektmanagement stellt sicher, dass die definierten Ziele in den Dimensionen „Qualität, Zeit und Kosten“ erreicht werden. Aus diesem Grund haben wir 2019 das Projektmanagementsystem der Neumarkter Lammsbräu neu aufgesetzt. Dazu haben wir eigens eine Stabsstelle „Projektmanagement“ geschaffen und die Beteiligten intensiv in Kooperation mit einem externen Projektmanagement-Trainer geschult. Für jedes Projekt sind nun einzelne Projektleiter*innen sowie Stellvertreter*innen definiert, um die jeweilige Aufgabe zu managen. Bei allen Projekten erfolgt auch immer eine Überprüfung in Form eines Strategiechecks, ob und inwiefern das Projekt zum Erreichen der Unternehmensvision beiträgt (↗ siehe Kap. 1.2.1). Bei besonders großen Investitionsvorhaben, die entsprechende Schnittstellen zueinander haben, erfolgt die Projektüberwachung über einen Lenkungsausschuss als Controllinginstrument. Die Projektleitung berichtet vor diesem Gremium regelmäßig zum Projektfortschritt hinsichtlich der Ziele in den Dimensionen Qualität, Zeit und Kosten. Das Projektmanagement wird immer wieder überprüft im Hinblick auf seine Wirksamkeit, beispielsweise durch Anpassungen von Kostennachverfolgungsdateien oder auch Reviews des Lenkungsausschusses bei kritischen Projekten, die einen „Lesson learned“ Effekt für ähnlich gelagerte Folgeprojekte gebracht haben.

Risikomanagement

Um auf Dauer unternehmerische Unabhängigkeit und Stabilität gewährleisten zu können und unsere Existenz zu sichern, müssen wir unsere relevanten Risiken kennen.

Zu den Risiken gehören zum einen unternehmensbezogene Themen, die zum Beispiel auf ein zu schnelles Wachstum zurückzuführen sind, aber auch Produktions- oder Rohstoffbezogene Themen, wie Produktrückrufe, Produktionsstillstand oder Rohstoffqualitäten bzw. -mangel. Wir verfolgen bei unserem Risikomanagement den Ansatz, sämtliche Auswirkungen möglicher existenzgefährdender Risiken zu erkennen und Maßnahmen zur Vermeidung zu ergreifen, sie durch gezielte Vorsorgemaßnahmen zu verringern bzw. gar komplett abzuwenden. Dabei geht es um die systematische Erfassung sowie die Abschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit und des Schadensausmaßes möglicher Risiken.

Um hier noch besser zu werden, überarbeiten wir seit 2020 unser bestehendes *Risikomanagement* (geplanter Abschluss: Ende 2021). Ausschlaggebend war, dass dieses Instrument in seiner bisherigen Form losgelöst vom Tagesgeschäft stand, d.h. getroffene Maßnahmen und Auswirkungen, aber auch bereits überwundene Risiken wurden nicht ausreichend in die Bewertung integriert.

Ein Arbeitskreis aus Nachhaltigkeitsmanagement und kaufmännischer Verwaltung verantwortet im Zuge der Überarbeitung folgende Schritte:

1. Neue Strukturierung der bisherigen Risikobereiche und Ergänzungen
2. Festlegung von Schadensarten und Zuordnung zum jeweiligen Risikobereich
3. Differenzierung strategischer und operativer Risiken
4. Überprüfung der bisherigen Einschätzungen hinsichtlich Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit
5. Definition einer Gegensteuerung (in Form von Maßnahmen) und Kriterien für deren Messbarkeit
6. Messung der Wirksamkeit der Gegensteuerung

Die vorhandenen Risiken wurden anhand der Wertschöpfungskette unseres Unternehmens neu strukturiert. Um ein vollständiges Bild der Risiken des kompletten Unternehmens zu bekommen, wurden Einzelgespräche mit allen Führungskräften und dem Nachhaltigkeitsmanagement geführt. Unsere excelbasierte Datenbank wird zum gemeinsamen Arbeiten zukünftig in ein praxistaugliches Tool überführt. Es wurden zu den Risiken Verantwortlichkeiten hinsichtlich der Überarbeitung verteilt, vornehmlich im Führungskreis.

Wir erwarten uns durch diese Anpassungen im Risikomanagement eine Verbesserung in der Transparenz und eine stärkere Sensibilisierung der Verantwortlichen, um das Risikobewusstsein im täglichen Tun zu entwickeln und dadurch die Risiken frühzeitig zu erkennen und möglichst verhindern zu können.

Beispiel

Bewertung des Risikos „Verknappung von Roh- und Hilfsstoffen am Beispiel Leergut“

Es gibt zum einen das strategische Risiko nicht immer verfügbarer Bezugsquellen von Leergut sowie das operative Risiko dadurch bedingter mangelnder Planbarkeit. Bei beiden Risiken besteht eine mittlere bzw. hohe Eintrittswahrscheinlichkeit (orangene bzw. bei Planbarkeit sogar rote Ampel), sie müssen also im Auge behalten werden, aber die Schadenshöhe ist nicht so erheblich, dass ein Handlungsbedarf entsteht (orangene bzw. grüne Ampel).

Risiko-Bereich	Risiko-Aspekt	Beschreibung	Verantwortlicher Arbeitsbereich	Schadens-höhe	Eintrittswahr-scheinlichkeit	Handlungsbedarf heute
Betriebsmittel – strategisch				2,0	2,0	2
	Bezugsquellen	z. B. Leergut: wieviele Lieferanten gibt es? Haben wir Alternativen?	Logistik	2,0	2,0	2
Betriebsmittel – operativ				1,0	2,0	3
	Planbarkeit Menge	z. B. Leergut: verringerter Rücklauf, dadurch hohe Kosten im Einkauf (Flaschen, Kästen)	Logistik	1,0	3,0	2

Legende

Schadenshöhe:
- keine
- < 1.000 T€
- < 250 T€
- > 1.000 T€

Handlungsbedarf:
- keiner
- Kontrolle/überwachen
- beobachten
- aktives Tun

Eintrittswahrscheinlichkeit:
- nicht relevant
- mittleres Risiko
- geringes Risiko
- hohes Risiko

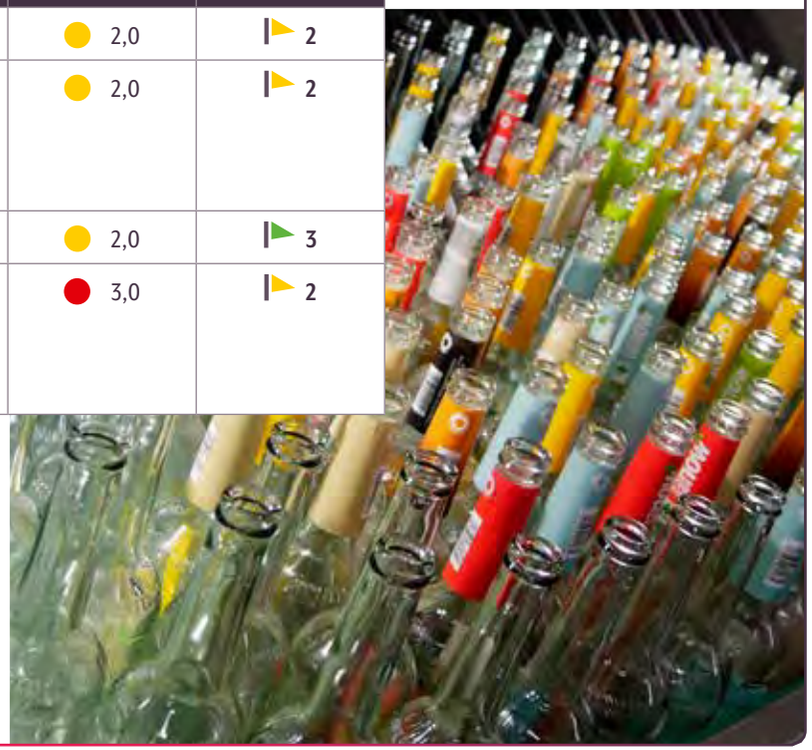


Abb. 1.6.: Vereinfachte Darstellung eines Risikobereiches aus unserer Risikodatenbank

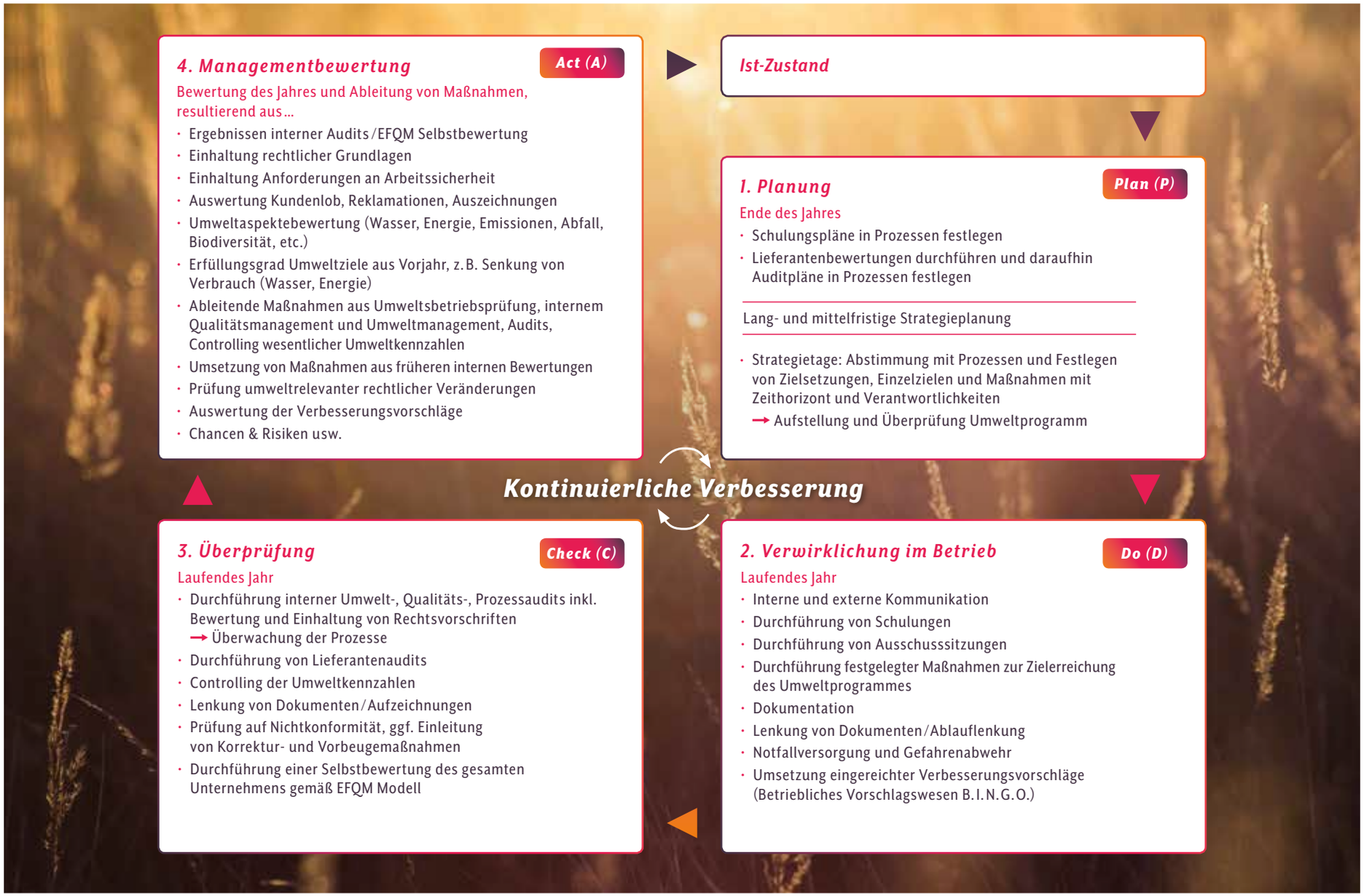


Abb. 1.7.: Das integrierte Managementsystem der Neumarkter Lammsbräu in der Praxis (*PDCA-Zyklus*) im Überblick

1.2.5 Unser Integriertes Managementsystem

Zur effizienten zielorientierten Steuerung und Kontrolle des Unternehmens setzen wir auf ein integriertes Managementsystem, das alle drei Jahre nach *ISO 9001 (Qualitätsmanagement) und ISO 14001 (Umweltmanagement)* zertifiziert und gemäß EMAS-Verordnung (Eco Management and Audit Scheme) validiert wird (siehe Abbildung 1.7). Übergeordnetes Ziel ist eine systematisierte und kontinuierliche Verbesserung in den Bereichen Qualität und Umwelt (↗ siehe Kapitel 3 und ↗ Kapitel 4). Unsere Umsetzung der Vorgaben des integrierten Managementsystems wird jedes Jahr durch eine externe *Auditierung* überwacht bzw. alle 3 Jahre neu zertifiziert und validiert. Das Managementsystem durchzieht das gesamte Unternehmen, es orientiert sich an der jeweils gesetzten Umwelt- und Qualitätspolitik. Im Qualitätsmanagement führen wir regelmäßig Selbstbewertungen anhand des EFQM-Modells durch, um eigene Stärken, Schwächen und Verbesserungspotenziale zu erkennen und so jeden Tag besser zu werden.

Nachfolgend wird aus dem integrierten Managementsystem das Umweltmanagementsystem nach ISO 14001/ EMAS genauer dargestellt.

Unser Umweltmanagementsystem

Es ist Teil unserer Mission, der Natur mehr zurückzugeben als ihr zu entnehmen. Hierfür ist unser strategisches Handlungsfeld „Umweltschutz & Ressourcenschonung" von großer Bedeutung. Dieses wird durch unsere Umweltpolitik, an der wir uns beim Durchlaufen des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses orientieren, weiter spezifiziert (siehe Abbildung 1.7, ↗ Kapitel 4.2, ↗ Kapitel 4.3 und ↗ Kapitel 6).

Unsere Umweltpolitik

1. Wir verstehen uns als Teil des ***ökologischen und gesellschaftlichen Systems.*** Das bedeutet, wir setzen uns über den eigenen betrieblichen Umweltschutz und die Herstellung von Getränken aus 100 % ökologisch angebauten Rohstoffen hinaus für die Schaffung intakter, ökologischer Lebensräume ein. Zudem versuchen wir, ein Bewusstsein für die gesellschaftliche Notwendigkeit einer nachhaltigen Lebens- und Unternehmensführung zu schaffen.

2. ***Betrieblicher Umweltschutz*** steht bei uns an erster Stelle und wird langfristig und systematisch im operativen Geschehen umgesetzt. Primäre Umweltziele sind die Minimierung negativer Umweltauswirkungen im Rahmen unserer betrieblichen Aktivitäten sowie der schonende Umgang mit verwendeten Ressourcen.
   - » Wir bewerten wesentliche Umweltaspekte, berücksichtigen direkte und indirekte ökologische Auswirkungen unserer Tätigkeiten auf Mensch und Ökosysteme und steuern diese mithilfe eines ganzheitlichen Öko-Controlling-Systems.
   - » Der Kreislaufgedanke der Natur spiegelt sich in unserer ökologischen Produktion wider. Wir fördern und bevorzugen die Nutzung nachwachsender Stoffe, führen Reststoffe wo möglich in den Kreislauf zurück, achten bei der Materialbeschaffung auf ökologische Standards und füllen in Mehrwegflaschen ab.
   - » Als Emittent klimawirksamer Gase sehen wir uns in der Verantwortung. Unsere Klimastrategie weist uns den Weg, Maßnahmen zur Emissionsreduktion, -vermeidung und -kompensation zu ergreifen. Wir leisten damit einen aktiven Beitrag zur Abmilderung des globalen Klimawandels.

3. Wir erfüllen die ***gesetzlichen Anforderungen und bindenden Verpflichtungen,*** um die betriebliche Umweltleistung eigenverantwortlich und kontinuierlich zu verbessern und Umweltbelastungen zu verringern.

4. Wir pflegen im Rahmen unserer ***Kommunikationskultur*** den Dialog mit unseren Mitarbeitenden, Liefernden, Kundinnen und Kunden und allen anderen gesellschaftlichen Gruppen mit großer Aufrichtigkeit. Dabei informieren wir regelmäßig und umfassend über unsere Nachhaltigkeits-Aktivitäten. Wir verstehen uns als „Nachhaltigkeits-Botschafter", indem wir Netzwerke und Initiativen unterstützen, die sich nachhaltige Themen auf die Fahnen schreiben. Zudem versuchen wir ein Bewusstsein für die gesellschaftliche Notwendigkeit einer enkeltauglichen Lebens- und Unternehmensführung zu schaffen und so die öko-soziale Transformation voranzutreiben.

Jubiläum in 2021

Unser Umweltmanagementsystem gemäß EMAS (Eco-Management and Audit Scheme): 25 Jahre verpflichten wir uns bereits freiwillig nach EMAS – darauf sind wir stolz!

Die Gewährleistung der Rechtskonformität ist für die Geschäftsleitung und die Führungskräfte eine wesentliche Aufgabe, die es stets im Blick zu halten gilt. Verstöße gegen gesetzliche Vorgaben können nicht nur hohe Bußgelder zur Folge haben, sondern auch mit schweren Reputationsrisiken einhergehen. Für jeden Rechtsbereich gibt es definierte Zuständigkeiten (intern oder extern), der wiederum in einem internen *Rechtskataster* gepflegt wird. Neuerungen werden abgestimmt und umgesetzt, wenn durch externe Berater oder Newsletter die entsprechenden Informationen ins Haus kommen. Durch Begehungen mit den Fachleuten werden Abweichungen im Betrieb aufgedeckt und notwendige Maßnahmen eingeleitet, um die Rechtskonformität sicherzustellen.

Für den exemplarischen Bereich des Umweltmanagements ist die strenge Einhaltung der rechtlichen Umweltvorschriften und Gesetze in der EMAS Verordnung geregelt. Als EMAS Betrieb verpflichten wir uns bereits seit 1996 freiwillig dazu, hier alles rechtlich Relevante sicherzustellen und in die unternehmerische Praxis umzusetzen. Bei den regelmäßigen Compliance-Audits und konkreten Umsetzungsvorgaben nach Aktualisierung der Umweltrechtsthemen im o. g. Rechtskataster unterstützt uns unser externer Umweltrechtsberater. Bei notwendigen Umsetzungsmaßnahmen werden Aufgaben und

Zuständigkeiten festgelegt und intern verteilt, um die Rechtssicherheit einhalten zu können.

So konnten bisher alle Anforderungen aus Umweltschutzgesetzen und/oder -verordnungen eingehalten werden.

Als Überwachungsinstrumente der ordnungsgemäßen Einhaltung umweltrechtlicher Belange dienen uns sowohl die o. g. jährlichen externen Audits, durch die wir anhand eines Zertifikats „ISO 14001 Normkonformität und Einhaltung der EMAS Verordnung“ die entsprechende Bestätigung erhalten, als auch die Abfrage in unseren regelmäßig durchgeführten internen Umweltaudits sämtlicher Unternehmensbereiche.

Aktuelles aus dem Umweltrecht:

Aktuell befinden sich „Änderungsgenehmigungsverfahren nach § 16 BimSchG (Bundesimmissionsschutzgesetz)“ in der Bearbeitungsphase der Behörden:

- Modernisierung und Erweiterung der Mälzerei einschließlich zugehöriger Emissionsminimierungsmaßnahmen
- Errichtung neue Logistikhalle zur Optimierung der innerbetrieblichen Logistik einschließlich neuem Versandkonzept sowie Errichtung einer neuen Abfülllinie zur Entzerrung und Optimierung betrieblicher Abläufe

Für beide Verfahren wurde behördlich bereits eine vorläufige Genehmigung nach §8 a BImschG als Zulassung vorzeitigen Beginns erteilt.

Nachhaltigkeit im gesamten Unternehmen integrieren

Nachhaltigkeit wird in jedem einzelnen unserer Unternehmensbereiche gelebt und vorangetrieben. Das intern stark vernetzte Nachhaltigkeitsmanagement unterstützt und schafft in einzelnen Unternehmensbereichen die Voraussetzung für nachhaltige Maßnahmen und Prozesse in enger Zusammenarbeit mit den Kollegen.

Das Nachhaltigkeitsmanagement ist ein Stabstellenbereich, der der Geschäftsleitung unterstellt ist und der in enger Abstimmung mit Geschäftsführer und Inhaber Johannes Ehrnsperger das Thema innerhalb des integrierten Managementprozesses vorantreibt.

Die Führungskräfte haben die Aufgabe, Nachhaltigkeitsaspekte in ihren Verantwortungsbereichen umzusetzen und weiterzuentwickeln.

Regelmäßige Treffen der Führungskräfte mit der Geschäftsleitung stellen die nötige Rückkopplung nach oben sicher, bei Unklarheiten finden darüber hinaus auch beratende Abstimmungen mit dem Nachhaltigkeitsmanagement statt.

Für Umweltthemen in unserer Brauerei gibt es den Umweltausschuss und im Bereich Soziales den Arbeitssicherheitsausschuss. In diesen Gremien werden Entwicklungen aufgezeigt, Maßnahmen rekapituliert und relevante Entscheidungen getroffen.

Da Nachhaltigkeit im Kleinen beginnt, verpflichtet sich jeder Mitarbeitende bereits per Arbeitsvertrag zu konsequent umweltbewusstem Verhalten am Arbeitsplatz. Über das innerbetriebliche Vorschlagswesen können von allen Mitarbeiter*innen Verbesserungsideen weitergereicht werden (↗ siehe Kapitel 2.3.1).

So wird durch die Anwendung der Tools unserer integrierten Managementsysteme der kontinuierliche Verbesserungsprozess im Umwelt- und Qualitätsbereich sichergestellt.

Wesentliche Veränderungen in 2020

Modernisierungsmaßnahmen technischer Anlagen

» Inbetriebnahme dreier neuer, vorwiegend trockenlaufender ***Rückkühlwerke*** als Modernisierungs- und Umweltschutzmaßnahme

» Inbetriebnahme von fünf zylindrokonischen ***Gär- und Lagertanks*** mit einem Fassungsvermögen von je 991 Hektolitern zur Kapazitätserweiterung

Baumaßnahmen zur Kapazitätserweiterung

» Beginn der Modernisierung und Erweiterung der Mälzerei

» Durch unsere kontinuierlich positive Unternehmensentwicklung und einen damit verbundenen erhöhten Malzbedarf sowie aus Gründen technischer Art haben wir uns entschieden, am Standort die bestehende Mälzerei fast komplett zu erneuern. Gleichzeitig erweitern wir unsere Keimkapazitäten für die Herstellung von zusätzlichen 1.300 t Bio-Malz. Mit der Investition in unsere 100 % Bio-Mälzerei bekennen wir uns gleichzeitig zu unserem Standort und unseren Landwirt*innen, die auch in Zukunft auf unsere Nachfrage bauen können.

» Fertigstellung des Baus eines ***neuen Logistikcenters am Blomenhof.*** Realisiert wurde eine 2.500 m² große Halle für Logistik und Logistikbüros. Durch die Auslagerung der arbeitsintensiven Logistikprozesse Kommissionierung und Eigenfuhrpark werden Abläufe optimiert und regionale Vertriebsstrukturen verbessert. Dies kommt den Bedürfnissen unserer Händler*innen und Gastronom*innen entgegen und vereinfacht die Abläufe für Veranstaltungen und Feste. Die Inbetriebnahme des Logistikstandortes fand Mitte des Jahres 2020 statt.

» Beginn der Bauarbeiten zur ***Errichtung einer neuen Logistikhalle*** am Brauereistandort für Großabholer und Pufferlagerung

Maßnahmen zur Lärm- und Emissionsreduktion

» Mitunter durch die o. g. BimSch-Verfahren und das dabei durchgeführte Lärmschutzgutachten werden in naher Zukunft alle noch vorhandenen Dieselstapler durch elektronisch betriebene Stapler ersetzt, die mit Ökostrom vor Ort geladen werden.

» Eine weitere nächtliche Lärmreduktion wird durch organisatorische Maßnahmen angegangen, indem Pkws auf einen anderen Parkplatz umverteilt werden.

Planung 2021:

» Bau einer zweiten Abfüllanlage mit einer Kapazität von 17.000 Flaschen pro Stunde

» Fertigstellung o. g. Baumaßnahmen

» Aufstellung weiterer 11 Outdoortanks

» Neue Druckluftzentrale

» Beginn Planung neues Sudhaus

1.3 Gemeinsam stärker – in guter Gesellschaft mit anderen

Unsere Stakeholder zu kennen, mit ihnen gemeinsam zu arbeiten und zu erfahren, welche Bedürfnisse sie haben, ist uns ein wichtiges Anliegen, um die Bindung und Zusammenarbeit zu stärken und gemeinsam die gesellschaftliche Transformation hin zu einer enkeltauglichen Welt (↗ siehe Kapitel 1.2.1) zu schaffen. Wie wir das tun und welche Netzwerke wir unterstützen, darum geht es in den folgenden Kapiteln.

1.3.1 Unser gesellschaftliches Engagement

Um das Miteinander der Menschen zu fördern und das kulturelle Leben in der Region zu bereichern, engagieren wir uns als am Standort verwurzeltes Familienunternehmen sehr vielfältig. Wir möchten den gesellschaftlichen Wandel aktiv mitgestalten, indem wir eigene Veranstaltungen organisieren und in unseren Netzwerken sinnstiftend kooperieren.

Mit dem Neumarkter Lammsbräu Preis für Nachhaltigkeit ehren wir Jahr für Jahr Menschen und Organisationen, die durch ihr Engagement den nachhaltigen Wandel in unserer Gesellschaft voranbringen. In den Kategorien Medienschaffende, NPO, Familiengeführtes Unternehmen, Treiber der Kreislaufwirtschaft, Nachhaltige Geschäftsmodellinnovation und Herausragendes Engagement werden insgesamt 12.000 Euro Preisgeld vergeben. Die Gala der Preisverleihung in Neumarkt hat sich dabei als Netzwerkplattform rund um das Thema Nachhaltigkeit etabliert, die Vordenker*innen und Visionär*innen in der Stadt versammelt. Corona-bedingt fand die Preisverleihung in 2020 erstmalig komplett im digitalen Format statt.

In der Region wirken wir als (Mit-)Veranstalter beliebter Festivitäten nach außen. So laden wir alljährlich im März zu unserer Hüttengaudi in die Neumarkter Jurahalle. Ebenso ein fester Bestandteil im kulturellen Kalender ist das Erntedankfest im Oktober auf unserem Brauerei-Hof. Ein ganzes Wochenende lang sorgt ein buntes Programm mit Brauereiführungen, einem Handwerkermarkt, Auftritten von Naturpädagog*innen, Kabarettkünstler*innen und Bands und vielem mehr für Unterhaltung bei Groß und Klein. Natürlich sind wir auch am Volksfest der Stadt beteiligt. Im Turnus mit den beiden weiteren lokalen Brauereien brauen wir das Festbier ein.

Zudem bereichern Geschäftsführung und Mitarbeiter*innen in Tracht regelmäßig den Volksfestzug durch die Stadt. Im stark durch Corona geprägten Jahr 2020 fanden die Veranstaltungen leider nicht statt, werden aber sobald möglich wieder alljährlich durchgeführt.

Wie aus unserer Mission deutlich wird (↗ siehe Kapitel 1.2.1), können wir nur durch Mitstreiter*innen unser Ziel einer enkeltauglichen Welt erreichen. Dafür sind Netzwerke und Partnerschaften in vielen Bereichen Voraussetzung. Wir engagieren uns in zahlreichen Unternehmensinitiativen, aber auch in verschiedenen ehrenamtlichen und sozialen Netzwerken, um auf diesem Weg nachhaltige Themen voranzutreiben. Das ganze Jahr über engagieren sich unsere Mitarbeitenden an Universitäten und Hochschulen, bei gemeinnützigen Vereinen und Verbänden, bei ihren Netzwerkpartnern, bei Unternehmensverbänden oder auch bei kirchlichen Organisationen. Darüber hinaus unterstützen wir Initiativen durch Mitgliedschaften, Fördermitteln und Engagement in Gremien.

Tabelle 1.3 gibt eine aktuelle Übersicht über unsere Netzwerkpartnerschaften

Tab. 1.3.: Übersicht unserer Netzwerke

Mitgliedschaft in externen Initiativen, Verbänden und sonstigen Interessensgruppen	*Fokus der Ausrichtung (Nachhaltigkeitsdimension)*	*Reichweite des Engagements*
AÖL e.V.	Ökologie	überregional
B.A.U.M. e.V.	Ökologie	überregional
Biodiversity in Good Company Initiative e.V.	Ökologie	überregional
biokreis Verband für ökologischen Landbau und gesunde Ernährung e.V.	Ökologie	überregional
Bioland e.V.	Ökologie	überregional
Bioland Verarbeitung & Handel e.V.	Ökologie	überregional
BNN Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.	Ökologie	überregional
Bündnis für enkeltaugliche Landwirtschaft	Ökologie	überregional
Klimaschutz-Unternehmen e.V.	Ökologie	überregional
Klima- und Umweltpakt	Ökologie	überregional
LAG Lokale Aktionsgruppe REGINA-Neumarkt e.V.	Ökologie	regional
Naturland Zeichen GmbH	Ökologie	überregional
Slow Food Deutschland e.V.	Ökologie	überregional
UnternehmensGrün e.V. – Bundesverband nachhaltige Wirtschaft	Ökologie	überregional
Unternehmerstammtisch Biodiversität	Ökologie	regional
Bayerischer Brauerbund e.V.	Ökonomie	überregional
Brau Kooperation Die Freien Brauer GmbH & Co. KG	Ökonomie	überregional
IHK Regensburg für Oberpfalz/Kelheim	Ökonomie	regional
VDM Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V.	Ökonomie	überregional
Deutsche Zölliakie Gesellschaft	Soziales	überregional
Kulturverein K3 Neumarkt e.V.	Soziales	regional
Lebenshilfe Neumarkt e.V.	Soziales	regional
Aktives Neumarkt e.V.	Soziales	regional
Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V.	Ökonomie Soziales Ökologie	überregional

1.3.2 Unsere Stakeholder

Festlegung unserer Stakeholdergruppen & unser Miteinander

Bei der Erstellung des ersten GRI Berichtes im Jahr 2017 wurden die relevanten und in der Ursprungsanalyse befragten Stakeholdergruppen bereits identifiziert. Diese Stakeholdergruppen wurden seitdem erneut intern überarbeitet, indem sie zusammengefasst oder ihre Bezeichnungen umformuliert wurden. Abbildung 1.8 zeigt die aktuellen Stakeholdergruppen im Überblick. Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Vertrauen und die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung – diese Werte prägen dabei unser Miteinander mit all unseren Stakeholdern. Ein intensiver Austausch mit ihnen hat bei uns Tradition (↗ siehe Kapitel 3.3). Hierfür nutzen wir unterschiedliche Instrumente und Kanäle. Mitarbeiter*innen als unsere internen Stakeholder werden alle zwei Jahre im Rahmen unserer Mitarbeitendenbefragungen, bei jährlichen Betriebsversammlungen oder via Intranet und MS Teams informiert sowie zu aktivem Dialog und Feedback aufgerufen (↗ siehe Kapitel 2).

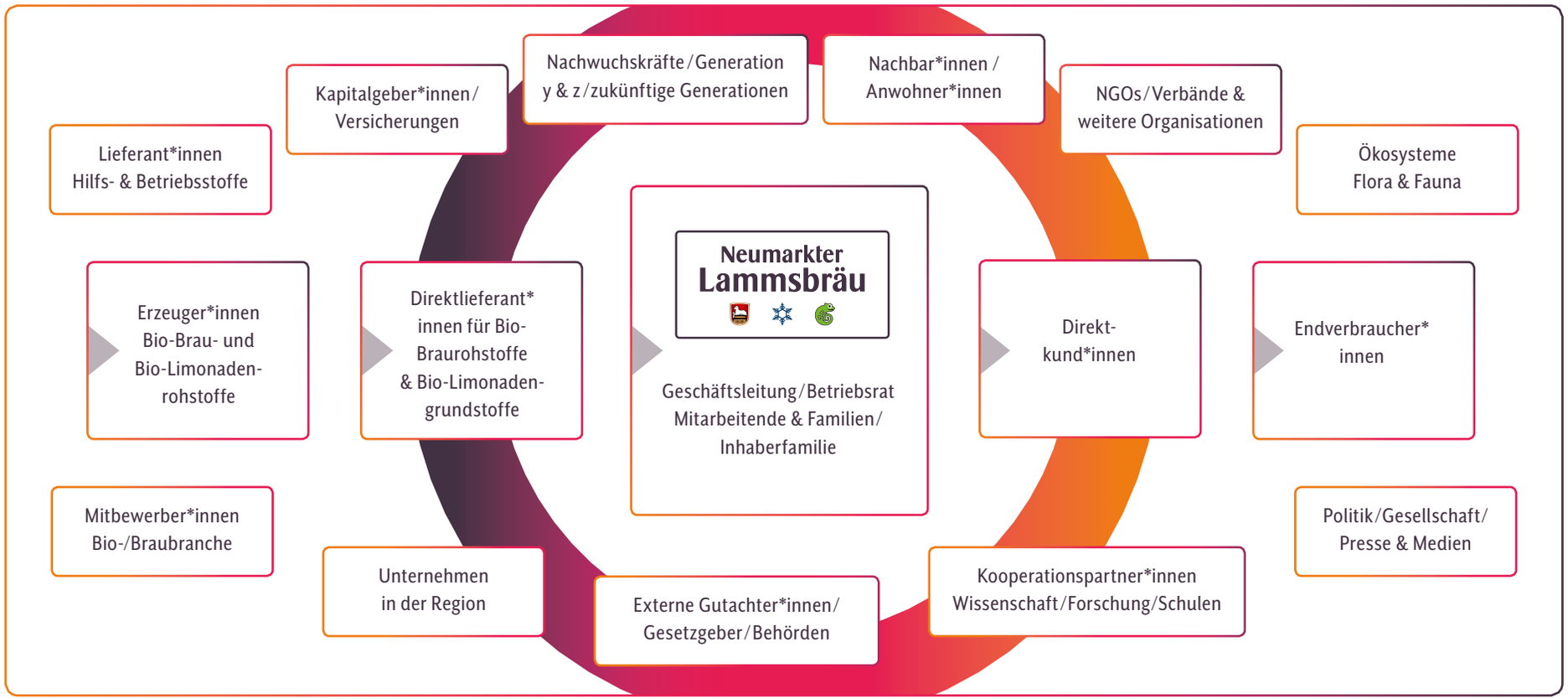


Abb. 1.8.: Die Stakeholdergruppen der Neumarkter Lammsbräu

Für den Austausch mit unseren externen Stakeholdern sind vor allem Verbände und Netzwerke eine wichtige Plattform (↗ siehe Kapitel 1.3.1).

Kund*innen und Bürger*innen in und um Neumarkt sind außerdem herzlich eingeladen, uns im Rahmen von Brauereibesichtigungen oder beim alljährlichen Erntedankfest zu besuchen oder an den zahlreichen naturkundlichen Führungen teilzunehmen. Für die Mitglieder unserer Erzeugergemeinschaft EZÖB organisieren wir regelmäßige Seminare und bleiben über die Mitgliederversammlung sowie regelmäßige Treffen mit dem Vorstand im Austausch.

Im Jahr 2020, das sehr stark durch die Corona-Pandemie geprägt war, mussten persönliche Zusammenkünfte leider ausfallen.

Einbindung unserer Stakeholder im Kontext der wesentlichen Themen

Um unsere Stakeholder, deren Ansprüche und Erwartungen sowie ihr Einflusspotenzial genau zu kennen, führten wir bereits 2017 eine umfassende Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse durch, die in den letzten drei Jahren intensiv überarbeitet wurde, um die wesentlichen Themen noch konkreter herauszuarbeiten (↗ siehe Kapitel 1.4).

In den Jahren 2018 / 2019 wurden aus allen o. g. Stakeholdergruppen die relevantesten (Rohstoff-Lieferant*innen / Direktkund*innen/Endverbraucher*innen & Mitarbeiter*innen) durch die Geschäftsleitung in Abstimmung mit dem Nachhaltigkeitsmanagement für eine einmalige Befragung zu den wesentlichen Themen im Rahmen von Fokusgruppen festgelegt (↗ siehe Kapitel 1.4).

Im Jahr 2019 haben wir darüber hinaus begonnen, unsere relevantesten Stakeholdergruppen aufgrund des Feedbacks aus allen Fokusgruppen zukünftig auch in unternehmerische Entscheidungen stärker einzubeziehen. Dazu wurde 2019 der Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis gegründet, der sich seitdem zwei- bis dreimal jährlich virtuell oder in Präsenz trifft (siehe Abbildung 1.9). Wir festigen damit die Beziehungen zu unseren Anspruchsgruppen, setzen uns regelmäßig in Gesprächen mit ihren Erwartungen auseinander und berücksichtigen ihre Interessen langfristig noch stärker. Weitere Dialogformen wie bspw. die partizipative Produktentwicklung durch unsere now fanTasty und die Stakeholder-Bio-Limo (↗ siehe Kapitel 3.2.2) sind bereits erfolgt bzw. werden 2021 angegangen. Der Vorschlag eines Nachhaltigkeitstages und Runden Tisches als weiter herausgearbeitetes Kommunikations- und Austauschformat konnten bislang aus Ressourcengründen nicht umgesetzt werden.

Unser Bau-Biergarten

*Um betroffene Stakeholder zu unseren Bauvorhaben (↗ siehe Kapitel 1.2.5) zu informieren, wurden separate Veranstaltungen organisiert wie beispielsweise der Bau-Biergarten Ende Januar 2020 in unserer neuen Logistikhalle am Blomenhof in Neumarkt. Uns war es wichtig, Nachbar*innen der Brauerei und Vertreter*innen der Stadt von Anfang an mitzunehmen. Beim Bau-Biergarten wurde explizit darauf hingewiesen, dass ein Austausch auch im Nachgang erwünscht ist, um weiter auf die Bedürfnisse der Stakeholder eingehen zu können.*

Gründung des Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreises

„Werde Mitglied in unserem Stakeholderkreis … und sag uns deine Meinung!“

Mit diesem Aufruf über social media und im Naturkostfachhandel startete im Frühsommer 2019 unsere Suche nach Teilnehmer*innen für unseren erstmalig konzipierten Stakeholderkreis, an dem neben den Stakeholdern aus den o. g. Fokusgruppen weitere Repräsentanten der Wertschöpfungskette vom Acker bis ins Glas teilnehmen. Denn uns interessieren die Meinungen, Ansprüche und Bedürfnisse unserer Stakeholdergruppen – von Bio-Erzeuger*innen bis zu Bio-Konsument*innen.

Die teilnehmenden vier Bio-Erzeuger*innen für Brau- und Limonaden-Rohstoffe sind allesamt Teil unserer ökologischen Erzeugergemeinschaft, die acht Vertreter*innen aus Verarbeitung, Handel und Gastronomie wurden nach einer Vorauswahl durch die Unternehmens- und Vertriebsleitung angefragt.

Aus den Bewerbungen des online-Aufrufes konnten wir vier Lammsbräu-Konsument*innen für eine Teilnahme gewinnen. Entscheidende Kriterien waren für die Geschäftsleitung bei dieser Gruppe die rückgemeldete Motivation und die Heterogenität, dadurch wird nun eine große Bandbreite abgedeckt. Dies gewährleistet einen ganzheitlichen Blick auf unser Unternehmen.

Abb. 1.9.: Der Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis

*„Im Paradieschen rücken wir regional produzierte Lebensmittel und Waren langjähriger Bio-Pionier-Unternehmen in den Vordergrund. Ein kleiner Teil des Sortiments stammt sogar von unseren eigenen Feldern. Denn wer weiß, wo's herkommt, kann Qualität garantieren. Deshalb sind uns die persönlichen Beziehungen zu Bio-Bauern und Bio-Bäuerinnen und Lieferant*innen so wichtig. Sie ermöglichen faire Preise und geben unseren Produkten ein Gesicht. Zudem lässt sich der Mehrwert biologischer Lebensmittel von unseren Mitarbeitern unmittelbar an die Kunden und Kundinnen kommunizieren. So sind wir Partner, Versorger und Bio-Botschafter in einem. Als Familienbetrieb schätzen wir genau diese Strukturen: Überschaubar, in Familienhand und regional. Dafür schätzen wir auch die Neumarkter Lammsbräu, weil die Familie Ehrnsperger unsere Philosophie teilt. Im Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis lernen wir uns nun noch besser kennen. Unser Austausch wird sicher lohnenswerte (Bio-)Früchte tragen."*

Mario Blandamura,

Sprecher des Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreises, führt zusammen mit seinem Bruder seit über 25 Jahren den unabhängigen Naturkostladen Paradieschen, in dem auf mittlerweile 700 m² eine große Vielfalt biologischer Lebensmittel angeboten wird.

Transparente Wertschöpfung durch gemeinsame Produktentwicklung

Im Jahr 2020 ergab sich die Idee, gemeinsam die Produktentwicklung für das now-Limonaden Seasonal 2022 anzugehen.

Mit Rohstoffvorschlägen seitens der Teilnehmer*innen zu Beeren und Früchten beginnend, werden wir für unsere ***now Summer Edition 2022*** weitere Anregungen der Stakeholderkreis-Teilnehmer*innen aufgreifen. Im Sinne einer intensivierten Kooperation mit unseren Partner*innen aus Erzeugung, Verarbeitung, Handel und Gastronomie sowie mit Endverbraucher*innen möchten wir so stellvertretend die gesamte Wertschöpfungskette einbeziehen und deren Ideen und Geschmäcker in ein Produkt münden lassen. Begleitend zu diesem Produktentwicklungsprozess werden wir unsere jeweilige Beziehung zu den Mitgliedern des Stakeholderkreises sowie deren eigene Geschichten nach außen kommunizieren und damit den Konsument*innen beispielhaft den Mehrwert unserer langjährigen, partnerschaftlichen Strukturen für Natur und Gesellschaft aufzeigen.

1.4 Der Weg zu den wesentlichen Themen: Unsere Wesentlichkeitsanalyse

Die erste Wesentlichkeitsanalyse aus dem Jahr 2017 wurde sehr umfangreich als Basis-Analyse durchgeführt (siehe Nachhaltigkeitsbericht 2017), welche in mehreren Etappen überarbeitet wurde mit dem Ergebnis der aktuellen wesentlichen Themen in 2020. Dieser Prozess nahm über drei Jahre in Anspruch (siehe Abbildung 1.10).

2017/18 Erste Themensammlung und Priorisierung

Im Zuge der ersten Sammlung und Identifikation wesentlicher und relevanter Themen wurde eine sehr umfangreiche Erhebung durchgeführt über alle Stakeholdergruppen verteilt. Es wurden methodisch sehr systematisch Meinungen gesammelt, beispielsweise durch Anfragen und Schreiben von Endverbraucher*innen, interne und externe Befragungen mittels Fragebögen sowie kleinere Stakeholder-Dialoge und auch Recherchen und Trendbeobachtungen. Daraus entstand eine sehr umfangreiche Themensammlung, die vorab vom Nachhaltigkeitsteam gefiltert und nach Themen geclustert wurde. So kam es zum Abgleich und zur Zusammenführung von Unternehmens- und Stakeholderthemen. Anschließend wurden die Themen hinsichtlich ihrer Relevanz bewertet. Dafür wurde mithilfe eines Punktesystems und einer internen Bewertungssystematik ein Grenzwert festgelegt. Das Ergebnis dieses komplexen Prozesses waren 31 für die Neumarkter Lammsbräu wesentliche Themen, die von der Geschäftsleitung freigegeben wurden. Gleichzeitig wurde diese Themensammlung mit den Unternehmenszielen und -werten abgeglichen.

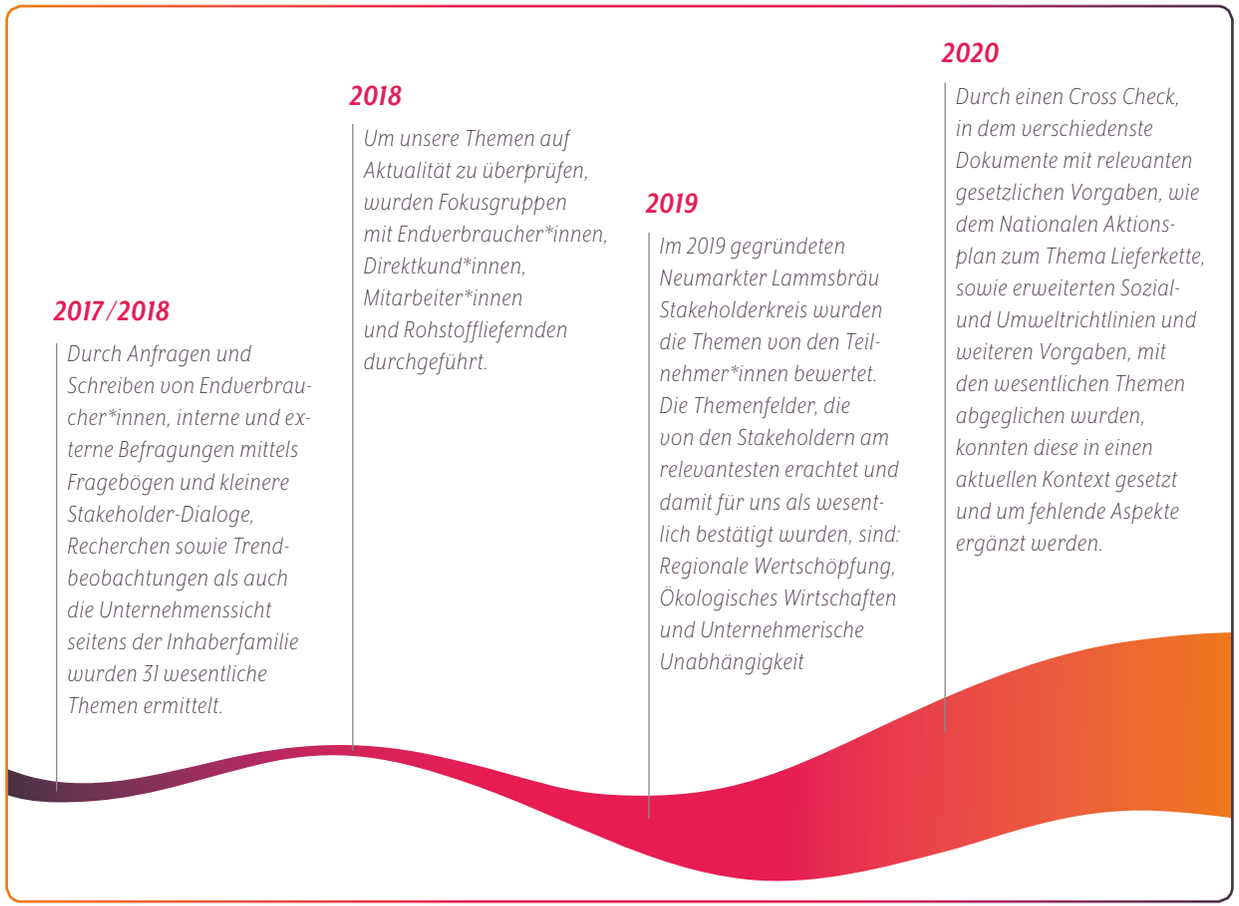


Abb. 1.10.: Etappen unserer Wesentlichkeitsanalyse 2017 - 2020

2018 Aktualisierung

Um unsere Themen auf Aktualität zu überprüfen, wurden Fokusgruppen mit Endverbraucher*innen, Direktkund*innen, Mitarbeiter*innen und Rohstofflieferant*innen durchgeführt (↗ siehe Stakeholder-Feedback, S. 41 und ↗ Kap. 1.3.2). Der Abgleich der wesentlichen Themen hat ergeben, dass diese größtenteils die Ansprüche und Erwartungen ihrer relevantesten Stakeholder auch tatsächlich widerspiegeln. Nichtsdestotrotz wurden seitens des Nachhaltigkeitsmanagements ähnliche Themen zusammengefasst, missverständliche Themen umformuliert und aus Sicht der Stakeholder fehlende Themen ergänzt, eine Gegenprüfung der Geschäftsleitung erfolgte dabei noch nicht.

2019 Weitere Verifizierung

Im 2019 gegründeten Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis wurden die Themen von den Teilnehmer*innen bewertet. Im Stakeholderkreis befinden sich repräsentative Vertreter*innen der gesamten Liefernetzwerke, bestehend aus Braugetreide-, Hopfen-, Zuckerrüben-Landwirt*innen, Rohstoff-Verarbeitenden, Händler*innen, Direktkund*innen, Gastronom*innen und Endverbraucher*innen. Die Themenfelder, die von den Stakeholdern am relevantesten erachtet und damit für uns als wesentlich bestätigt wurden, sind:

» Regionale Wertschöpfung
» Ökologisches Wirtschaften
» Unternehmerische Unabhängigkeit

2020 Cross Check

Durch einen Cross Check, indem verschiedenste Dokumente mit relevanten gesetzlichen Vorgaben, wie dem Nationalen Aktionsplan zum Thema Lieferkette sowie erweiterten Sozial- und Umweltrichtlinien und weiteren Vorgaben (EMAS Kernindikatoren, Naturland Fair Richtlinien, Umweltaspektebewertung), mit den wesentlichen Themen abgeglichen wurden, konnten diese in einen aktuellen Kontext gesetzt und um fehlende Aspekte ergänzt werden.

2020 Festlegung unserer wesentlichen Themen

Die so weiter angepassten Themen wurden seitens der Geschäftsleitung final bewertet hinsichtlich ihrer Auswirkungen wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Art und in Abstimmung mit dem Nachhaltigkeitsmanagement in der Wesentlichkeitsmatrix platziert. Es hat gleichzeitig die Abgrenzung der Themen stattgefunden. Die Verknüpfung dieser Themen mit unseren strategischen Handlungsfeldern ermöglicht eine zielgerichtete, konsequente Bearbeitung für die nächsten Jahre. Nach dem dargestellten Prozess des kontinuierlichen Sammelns, Abgleichens und Bewertens stehen die 15 wesentlichen Themen für diesen Bericht fest (siehe Abbildung 1.11).

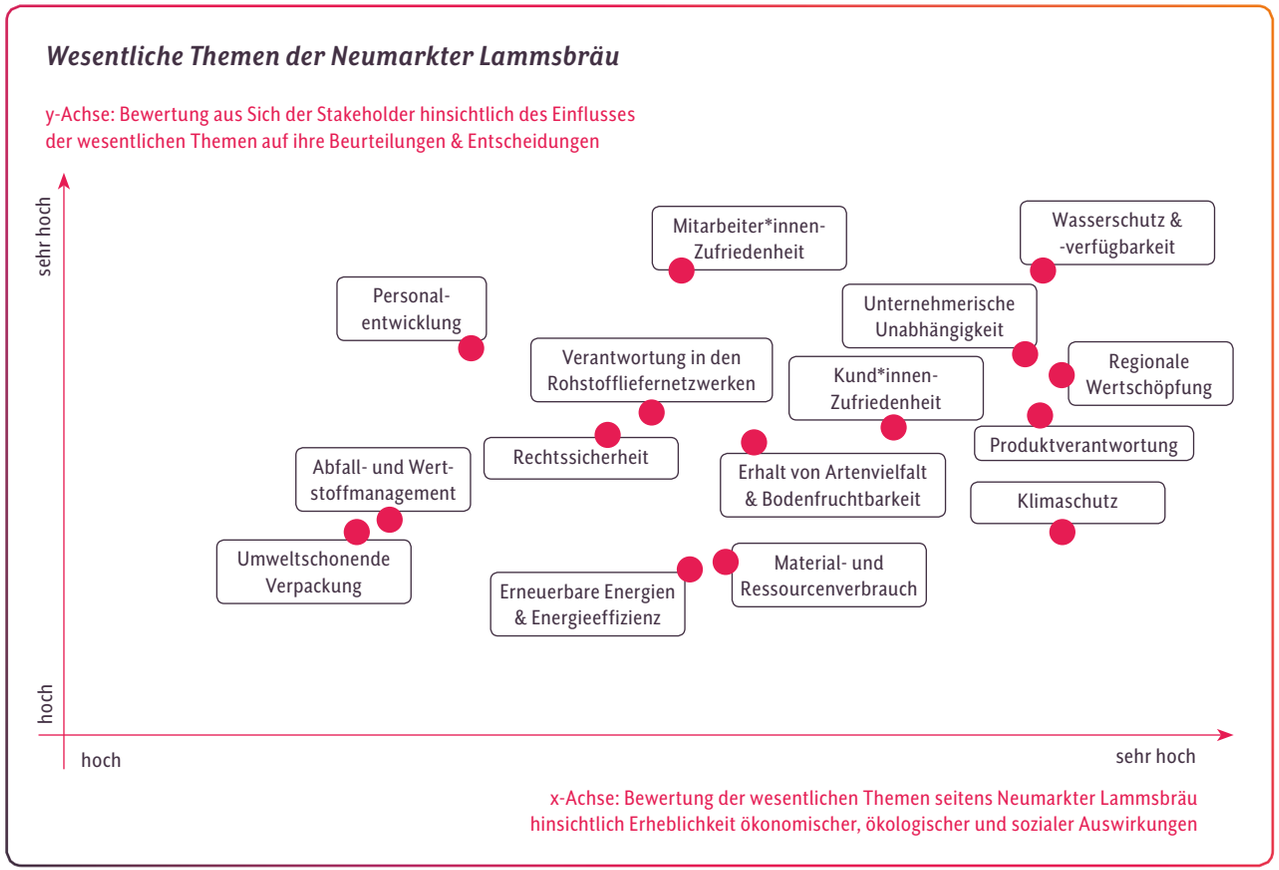


Abb. 1.11.: Wesentlichkeitsmatrix 2020

*Eingebrachte Anliegen der Stakeholder aus den Fokusgruppengesprächen 2018 (Fokusgruppen mit Endverbraucher*innen, Direktkund*innen, Mitarbeiter*innen):*

„Und ich bin auch stolz darauf, wenn jemand zu mir kommt und (ich) biete dem ein Getränk an und sage, das ist jetzt ein Urstoff, da ist vielleicht meine Gerste drinnen, oder im now die Holunderblüten, das macht mich dann auch zufrieden und stolz."

„Weil die Ware und das Produkt ein Gesicht bekommen"

Beiträge aus der Fokusgruppe Rohstofflieferant*innen zum Thema Regionale Wertschöpfung

„Und was für mich auch ein sehr, sehr wichtiger Punkt ist, ist eben das Thema, dass ich möchte, wenn jemand sagt, er ist nachhaltig und er ist Bio, dass vor allem auch die Wertschöpfung in der Region bleibt. Also sprich, dass halt die Produkte von Bauern hier von vor Ort kommen."

Beitrag aus der Fokusgruppe Endverbraucher*innen zum Thema Regionale Wertschöpfung

„Die Rohstoffqualität und die Produktsicherheit und -qualität ist für uns einfach ein Top-Thema, das interessiert euch (Neumarkter Lammsbräu), das ist für euch wichtig. Bei manchen Firmen, die schauen erstmal, wie ist der Preis, okay, ich kauf jetzt einfach beim Billigsten ein, egal wie die Qualität ist, und das merkt man bei euch nicht, weil wir sind mit Sicherheit nicht die Billigsten."

Beitrag aus der Fokusgruppe Rohstofflieferant*innen zum Thema Produktverantwortung

„Egal, wie gut jetzt der Ruf oder wie schlecht der Ruf in einem Unternehmen ist, ja also, wenn du dich nicht wohlfühlst, dann kannst du praktisch auch keine Arbeit leisten. Es ist einfach die Grundlage und von daher ist das einfach eines der wichtigsten Themen überhaupt."

„Ja, für mich ist es wichtig, dass ich als Mitarbeiter auch Sachen teilweise alleine entscheiden kann, weil ich es in meinem Ermessen finde. Dass die Führungskraft auch weiß, sie kann sich auf mich verlassen, ich kann auch manche Dinge eigenständig erledigen, weil sie mir das einfach zutraut, weil ich einfach schon so lange im Betrieb bin oder die Aufgabe schon so lange mache, dass ich der Führungskraft Entscheidungen auch abnehme."

Beiträge aus der Fokusgruppe Mitarbeiter*innen zum Thema Mitarbeiter*innenzufriedenheit

„(...) Wasserschutz habe ich auch noch angegeben. Erstens kann die Lammsbräu ohne Wasser nichts produzieren, zweitens ist es wichtig, dass das Wasser (...) sauber bleibt und nicht verschwendet wird (...)."

Beitrag aus der Fokusgruppe Endverbraucher*innen zum Themenbereich Wasserschutz & -verfügbarkeit

„Ja, weil das (wesentliche Thema Erhalt von Bodenfruchtbarkeit, Sortenvielfalt & ökologisches Saatgut) die Grundlage für die ganze Wertschöpfungskette ist."

Beitrag aus der Fokusgruppe Rohstofflieferant*innen zum Themenbereich Erhalt von Bodenfruchtbarkeit, Sortenvielfalt & ökologisches Saatgut

„(...) weil mir das als (...) Kunde grundlegend wichtig wäre, einen stabilen Partner zu haben, mit dem man langfristig auch gut zusammenarbeiten kann."

Beitrag aus der Fokusgruppe Direktkund*innen zum Thema Stabilität durch Unternehmerische Unabhängigkeit

AUTORIN KAPITEL 1:
Silvia Wittl

KAPITEL 2

*Mitarbeiter*innen*

Unsere Mitarbeiter*innen im Überblick

150 Mitarbeitende

57 Frauen

&

93 Männer

95 %

kommen aus der

Region Neumarkt

Attraktiver Arbeitgeber

*für alle Mitarbeiter*innen der Lammsbräu-Familie*

- ✓ Work-Life-Balance
- ✓ Faire Entlohnung
- ✓ Begleitung in Übergangsphasen
- ✓ Gesundheitsprogramm
- ✓ Attraktive Sozialleistungen

Wir sind ein

Great Place to Work

Beste Arbeitgeber™ Bayern
Great Place To Work. 2020

Digitalisierung

*für eine bessere Einbindung der Mitarbeiter*innen*

- ✓ Gezielter Informationsfluss
- ✓ Transparenz
- ✓ Bereichsübergreifendes Arbeiten
- ✓ Virtuelle Veranstaltungen, Schulungen und Webinare

Strategisches Handlungsfeld:

Mitarbeiter

2.1 Unsere Mitarbeiter*innen als Teil der großen Lammsbräu Familie

2.1.1 Unsere Lammsbräuer*innen

Mitarbeiter*innen wie Führungskräfte bilden das Herzstück unserer Brauerei. Sie halten den Betrieb am Laufen, bringen Ideen ein, finden Lösungen und entwickeln das Unternehmen maßgeblich mit. Sie sind Wegbegleiter der Inhaberfamilie Ehrnsperger, die die Brauerei seit nun mehr zwei Jahrhunderten aktuell in 7. Generation führt. Deren Familienmitglieder, allen voran Firmeninhaber und Geschäftsleiter Johannes Ehrnsperger, prägen das Betriebsklima durch ihre nachhaltige Lebensweise und die Werte, an denen sich Führungs- und Verhaltensgrundsätze der Neumarkter Lammsbräu orientieren (↗ siehe Kapitel 1.2.1). Da Leitbild und Werte aber nicht einfach vorgegeben werden können, betont Johannes Ehrnsperger:

*„Das Wichtigste ist es, die Mitarbeiter*innen mitzunehmen."*

Dies beweist der Unternehmensinhaber durch großen, persönlichen Einsatz. Dabei werden verstärkt die Möglichkeiten der digitalen Kommunikation genutzt (↗ siehe Kapitel 2.3), aber auch weiterhin bewährte Wege der Einbindung von Mitarbeiter*innen und Personalentwicklung beschritten (↗ siehe Kapitel 2.2, ↗ Kapitel 2.3). Doch gilt es auch Herausforderungen zu meistern: Den Anforderungen eines stetig wachsenden Unternehmens gerecht zu werden und dabei die Werte des regional verwurzelten Familienbetriebes zu bewahren – dieses Spannungsfeld zwischen Tradition und Innovation wird in der Personalentwicklung der Brauerei spürbar. Neben einem steigenden Hektoliter-Ausstoß zeigt auch die Entwicklung der Mitarbeitendenzahlen über die letzten Jahre hinweg einen kontinuierlichen Anstieg (siehe Tabelle 2.1). Daher ist es für uns gerade in Zeiten des Fachkräftemangels von Bedeutung, Mitarbeiter*innen zu gewinnen und sie langfristig für die Arbeit in unserem Unternehmen zu begeistern.

Deshalb ist es uns wichtig

- einen Betrieb zu führen, in dem Arbeitszeit nicht als Verlust von Lebenszeit gewertet wird
- ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem die Mitarbeiter*innen sich wohlfühlen und einander auf Augenhöhe begegnen
- Tätigkeitsfelder zu kreieren, die als sinnvoll erachtet werden und die Mitarbeiter*innen individuell genau richtig fordern
- Arbeits(zeit)modelle zu etablieren, die den Lebensumständen entsprechend flexibel angepasst werden können, sofern dies dem Aufgabenbereich entspricht
- Führungskompetenzen zu schulen, um damit die Entwicklung der Mitarbeiter*innen zu fördern

2.1.2 Unternehmenskultur als Fundament einer strategischen Personalpolitik

Sinnvolle und fordernde Arbeit bei wertschätzendem, kollegialem Miteinander sind Garanten für Mitarbeitermotivation und -zufriedenheit. Dabei wollen wir es nicht dem Zufall überlassen, ob Mitarbeiter*innen sich gerne in das Unternehmen einbringen und sich mit ihrer Tätigkeit identifizieren.

*„Unternehmenswerte, konstruktive Führungskompetenzen, Unternehmensentwicklung sowie die Berücksichtigung von Bedürfnissen unserer Mitarbeitenden haben für uns eine besondere Bedeutung. Um den Anforderungen gerecht zu werden, haben wir einen eigenständigen Bereich etabliert, der sich ganzheitlich und fokussiert mit den Themen eines strategischen Personalmanagements und der Organisationsentwicklung beschäftigt. Durch stimmige Maßnahmen motivieren wir sowohl die Führungskräfte als auch die Mitarbeiter*innen, sich gemeinsam aktiv an einer positiven Arbeitskultur zu beteiligen und diese mitzugestalten."*

Melanie Rothenwolle
Bereich Personal & Organisation

Das sind wir – alle unter einem Dach

*Von A wie Administration bis Z wie Zentrale Produktion – viele Rädchen greifen im Hause Neumarkter Lammsbräu ineinander und ermöglichen eine produktive und nachhaltige Wertschöpfung von der Rohstoffannahme bis zur Auslieferung unserer abgefüllten Bio-Getränke. Gerade in den letzten Jahren hat sich unsere Brauerei stark weiterentwickelt, wodurch wir unseren Mitarbeiter*innen vielfältige Stellenprofile und Aufgabenbereiche anbieten können.*

Abb. 2.1.: Unternehmensbereiche und Stellen bei der Neumarkter Lammsbräu

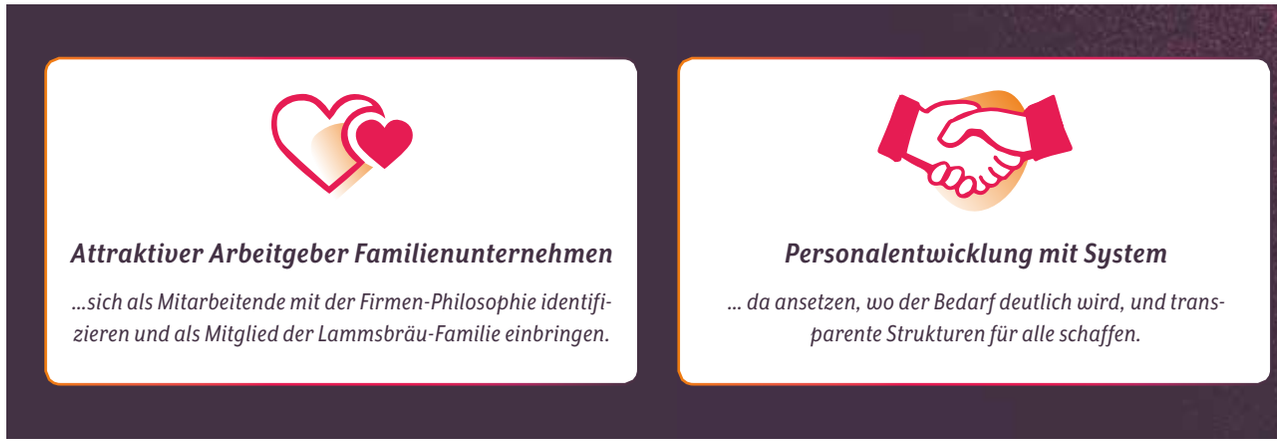


Abb. 2.2.: Die drei Entwicklungskategorien aus dem Bereich Personal & Organisation im Jahr 2020

Tab. 2.1.: Entwicklungen im Bereich Personal von 2018 bis 2020

Intern erhobene Daten

	2018	2019	2020
Gesamtanzahl Mitarbeitende (absolute Köpfe)	141	144	150
Anteil Mitarbeitende mit Migrationshintergrund in %	5,7	6,3	6,3
Anzahl leistungsgeminderte Mitarbeitende:	4 a)	3 a)	2 a)
Durchschnittsalter der Mitarbeitenden in Jahren	40,5	41	39,6
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)	6,3	5,7	5,9
Fluktuationsquote in % (berechnet nach der BDA-Formel)	7,1 b)	9,7 b)	4,0 b)
Prozentualer Anteil Frauen an der Gesamtmitarbeitendenzahl	35,0	34,0	36,0
Prozentualer Anteil Frauen in der Führungsebene	30	30	30
Prozentualer Anteil Auszubildende an der Gesamtmitarbeitendenzahl	7,1	6,9	6,7
Prozentualer Anteil Teilzeitkräfte an der Gesamt-Mitarbeitendenzahl	29,0	28,0	24,0

a) Durchschnittwert, berechnet aus der Ausgleichsabgabe nach §163 Abs. 2 SGB IX anrechenbaren Anzahl an Mitarbeitern
b) Berechnung ohne Abgänge durch Rentner und geringfügig Beschäftigte

Familienunternehmen als attraktiver Arbeitgeber

Für eine offene und vertrauensvolle Verbindung zu den Mitarbeiter*innen müssen Positionierung und Werte des Unternehmens klar benannt und transparent kommuniziert werden (↗ siehe Kapitel 1.2.1). So kann eine emotionale Beschäftigungsbindung erreicht werden. „Stolz darauf sein, bei einem Unternehmen zu arbeiten“ und „seinen eigenen sinnvollen Beitrag sehen“ – dies wirkt sich auch nach außen sehr positiv auf Personalmarketing und -Recruiting aus.

Personalentwicklung mit System

Durch den Wandel in der Arbeitswelt, geprägt durch Wachstum und enorme Fortschritte im Rahmen der Digitalisierung, muss gerade im Mittelstand Personalentwicklung immer wieder neu gedacht werden. Sie muss Antworten auf die Herausforderungen einer stark veränderten Arbeitswelt finden und mit der Organisationsentwicklung Schritt halten. Die Aufgabe einer transparenten Personalentwicklung ist es auch, die Unternehmensstrategie (↗ siehe Kapitel 1.2.1) in die Personalentwicklung zu übertragen und die Unternehmenskultur auf diese Weise po-

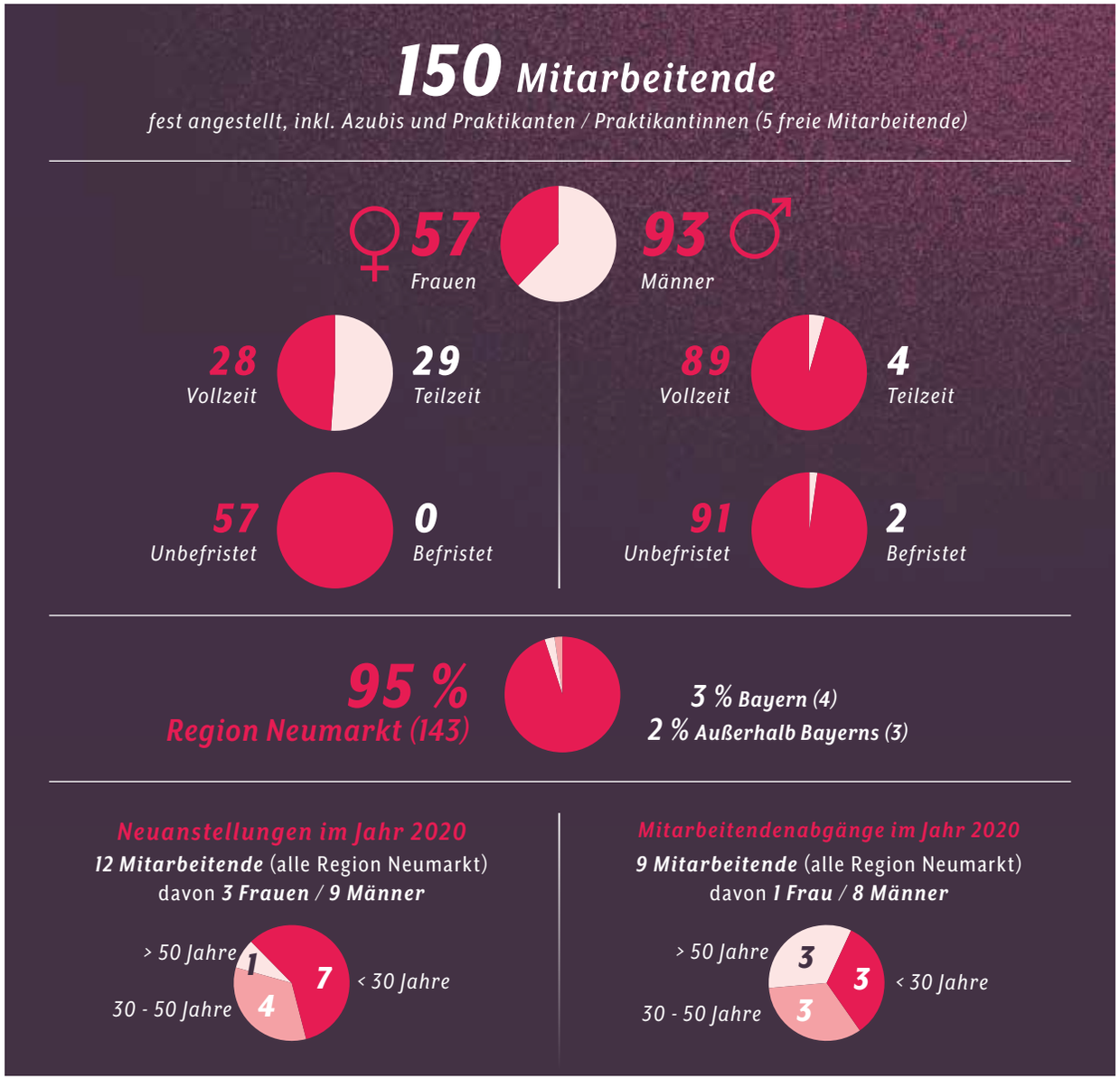
Mitarbeitendenzufriedenheit hochhalten

*... durch regelmäßige Befragungen und Einbinden der Mitarbeiter*innen.*

sitiv zu fördern, damit die Akzeptanz von Veränderungen und eine lebenslange Bereitschaft zum Lernen angeregt werden.

Mitarbeitendenzufriedenheit hochhalten

Wir evaluieren Ergebnisse aus regelmäßig stattfindenden Befragungen und betrachten besonders die sogenannten HotSpot-Themen, die mit Unzufriedenheit einhergehen. Wir leiten daraus realistische Maßnahmen ab und setzen diese entsprechend um. Neben der regelmäßigen Durchführung von Mitarbeitendenbefragungen durch einen externen, neutralen Anbieter spielen die Kommunikation und der Austausch von Zufriedenheit oder Unzufriedenheit auch im täglichen Miteinander, z. B. in Jours fixes, Feedbackgesprächen und Mitarbeitendengesprächen, eine große Rolle. Auch die moderne Informations- und Kommunikationstechnologie bietet bisher nicht dagewesene Möglichkeiten, Mitarbeiter*innen aktiver einzubinden und den Informationsfluss zielgerichtet zu lenken. Projekte können digital interaktiv und bereichsübergreifend bearbeitet werden, Schulungen erreichen die Mitarbeiter*innen ortsunabhängig.



Tab. 2.2.: Mitarbeitendenstruktur und Regionalität (Wohnort); Mitarbeitendenanzahl pro Kopf auf Basis intern erhobener Daten

Präambel der Neumarker Lammsbräu Führungsgrundsätze

Wir führen das Familienunternehmen gemeinschaftlich als Team.

Unser Ziel ist es dabei, unsere Positionierung zu festigen und durch das Verfolgen unserer Mission unserer Vision täglich einen Schritt näher zu kommen.

Das gelingt, indem allen im Unternehmen bewusst wird, dass ihre Arbeit wertvoll für das Gemeinwohl und künftige Generationen ist.

*Führung bedeutet deshalb, in unserem Unternehmen Mitarbeiter*innen zu begeistern, ihnen einen Rahmen für eigenverantwortliches Handeln zu geben und sie darin zu bestärken, jeden Tag besser zu werden.*

2.2 Mitarbeiter*innen führen

Auch wenn es am Ende darum geht, unsere Kundinnen und Kunden mit wohlschmeckenden Getränken zu versorgen, bedarf es doch viel mehr, um als nachhaltiges Unternehmen in der Bio-Branche zukunftsfähig zu wirtschaften. Die neun Unternehmensbereiche unserer Brauerei orientieren sich dabei an den strategischen Vorgaben aus unserem Unternehmensleitbild (↗ siehe Kapitel 1.2.1). Daraus werden jährlich bereichsweise operative Ziele abgeleitet (↗ siehe Kapitel 6). Um diese zu erreichen, müssen Führungskräfte und Mitarbeiter*innen an einem Strang ziehen. Dabei werden besonders an Führungskräfte vielschichtige Anforderungen gestellt. Neben Führung der Mitarbeiter*innen, Bereichsstrukturierung, projektbasiertem Arbeiten und einer aktiven Mitwirkung am Erreichen der Unternehmensvision zählen auch persönliche Eigenschaften wie Motivation zu Veränderung, Kenntnis der eigenen Motive, Fähigkeit zur Selbstreflexion sowie Kommunikationsbereitschaft mit anderen Bereichen und nach außen dazu.

Zur Orientierung dienen die F***ührungsgrundsätze der Neumarkter Lammsbräu.*** Darin sind der Anspruch an Führungskräfte und der Umgang mit den Mitarbeiter*innen festgelegt. Sie sind für jedermann im Unternehmen einsehbar.

2.2.1 Im Einklang: Führung und Werte

Mit der Übernahme der alleinigen Unternehmensleitung 2019 begann Johannes Ehrnsperger die Werte des Familienunternehmens konsequent weiterzuentwickeln. Nahbarkeit und persönliche Interaktion sind seitdem ein hervorgehobenes Anliegen. Dies spiegelt unser Wert ***Fürsorglich,*** der neben den Mitarbeiter*innen als Zielgruppe auch Gültigkeit für Partner*innen und Umwelt besitzt. So war die Einführung der ***Du-Kultur*** als erste Amtshandlung bereits ein Hinweis auf den angestrebten, noch persönlicheren Umgang, monatliche Treffen mit dem Chef für alle Mitarbeiter*innen (Auf ein Bier mit dem Chef) folgten bald darauf. Dabei steht der unkomplizierte Austausch beruflicher wie privater Natur mit dem Unternehmensinhaber im Vordergrund. Corona-bedingt erfolgte in 2020 die Umstellung auf digital bzw. hybrid.

Ebenfalls wurden bereichsübergreifende ***Führungskräfte-Sprechstunden*** eingeführt, um einen regelmäßigen Austausch unterjährig zu ermöglichen und Feedback entgegenzunehmen.

„Führen heißt andere emporheben."

Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsleiter der Neumarkter Lammsbräu

Transformationsprozesse wirksam gestalten

Während der Herbst-Strategietage 2020 (↗ siehe Kapitel 1.2.4) wurde von den Lammsbräu Führungskräften erstmalig die 5 V-Methode angewandt. Dabei werden die Dimensionen ***Vision, Verantwortung, Vielfalt, Vertrauen, Verhalten*** intensiv betrachtet und Maßnahmen eruiert, die besonders auf das Verhalten und die Kultur im Unternehmen abzielen und so zur Transformation und Erreichung des Unternehmensleitbildes beitragen.

Nach Bündelung von etwa 50 Ideen erfolgte eine Priorisierung durch Unternehmensinhaber und Führungskräfte – die besten drei gehen nun in Umsetzung:

1. ***Tag des Chamäleons:*** Jeder Mitarbeitende arbeitet an einem Tag im Jahr in einem anderen, frei wählbaren Unternehmensbereich mit. Dabei steht das gegenseitige Kennenlernen der Kolleginnen und Kollegen aus den verschiedenen Arbeitsbereichen im Vordergrund.
2. ***Besprechungshygiene:*** Anhand eines Workshops im Führungskreis werden Impulse gesetzt, effektiv und effizient mit Arbeitszeit, vor allem in Besprechungen, umzugehen. Dies soll Freiräume schaffen sowie Zeitnot und Überlastung vorbeugen.
3. ***Interne Projektbewerbung:*** Alle Mitarbeiter*innen können sich auf in der Brauerei anstehende Projekte zur Mitarbeit bewerben. Die Projekte werden dafür intern öffentlich ausgeschrieben.

Die restlichen Ideen landen in einem Ideenpool und werden ggf. zu einem späteren Zeitpunkt umgesetzt.

2.2.2 Ein offenes Ohr für die Mitarbeiter*innen

Dass Mitarbeiter*innen aktiv Einfluss auf das Betriebsklima nehmen sollen, bewies die Ausarbeitung unserer Neumarkter Lammsbräu ***Verhaltensgrundsätze*** in gemeinsamen Arbeitskreisen im Jahr 2018. Seitdem sind „Respektvolle Zusammenarbeit“, „Gegenseitiges Vertrauen“ und „Wille zum gemeinsamen Erfolg“ die Richtschnur für den Umgang untereinander. Dies wird unter anderem in den jährlich stattfindenden ***Mitarbeitendenorientierungs- und entwicklungsgesprächen*** reflektiert: Finden sich die Grundsätze im Arbeitsalltag wieder und was trage ich selbst dazu bei?

Zudem ermöglichen die in dieser Form 2018 erstmalig eingeführten jährlichen Gespräche allen Voll- und Teilzeitmitarbeiter*innen sowie Auszubildenden eine Leistungsbeurteilung anhand vorgegebener Kriterien in Fremd- und Eigenwahrnehmung. Auch werden individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und Schulungsbedarfe eingehend diskutiert. Im Jahr 2020 wurden die Gespräche erstmalig ausgewertet. Der Fokus lag dabei auf der Stärken-Schwächen-Tendenz, der Bewertung der besetzten Stelle sowie der Team-Zusammensetzung. Erkenntnisse der Auswertung fließen in zukünftige Personalentwicklungsmaßnahmen ein.

Umgekehrt spiegeln die Mitarbeiter*innen ihrer jeweiligen Führungskraft im Rahmen der zweijährig stattfindenden ***Mitarbeitendenbefragung*** ihre Zufriedenheit mit deren Anleitung und Anweisungen. Im Jahr 2019 haben 72 Prozent der Mitarbeiter*innen an der Befragung des Forschungs- und Beratungsinstitutes ***Great Place to Work®*** teilgenommen, die neben Führungskompetenzen auch Unternehmenskultur und Arbeitsplatzgestaltung als Themenschwerpunkte beinhaltet.

Zusätzlich haben wir im Herbst 2020 unseren Mitarbeiter*innen unabhängig von der oben genannten, regelmäßig stattfindenden Befragung die Möglichkeit gegeben, anhand eines Fragebogens ihrer jeweiligen Führungskraft Feedback zu deren Führungsqualitäten zu geben. Beide Befragungen erfolgen anonym und liefern damit ehrliche Ergebnisse, die wir intern im Anschluss auch vollständig transparent machen. Dies soll für unsere Führungskräfte Anlass sein, sich aktiv mit den formulierten Aussagen und Einschätzungen auseinanderzusetzen. So kommuniziert jede Führungskraft individuell an ihre Mitarbeiter*innen diejenigen Themenschwerpunkte, an denen er/sie künftig arbeiten möchte.

Mit Feedbackgesprächen und Feedbackbögen geben wir sowohl Führungskräften als auch all unseren Mitarbeiter*innen praktikable Mittel an die Hand – mit dem Ziel, durch regelmäßigen Austausch kommunikative und fachliche Missverständnisse zu vermeiden und persönliche Entwicklung auf beiden Seiten zu ermöglichen.

Lob und Anerkennung sehen wir dabei als ebenso zielführend und wertvoll an wie Äußerungen konstruktiver Kritik, die im Falle angewandter Selbstreflexion sehr viel zur Ausbildung persönlicher Kompetenzen beiträgt und den Weg hin zu einer positiven Fehlerkultur ebnet.

Die Organisationsstruktur unserer Brauerei mit allen Bereichen und Hierarchie-Ebenen kann in unserem Organigramm eingesehen werden (↗ siehe Kapitel 1.2.4).

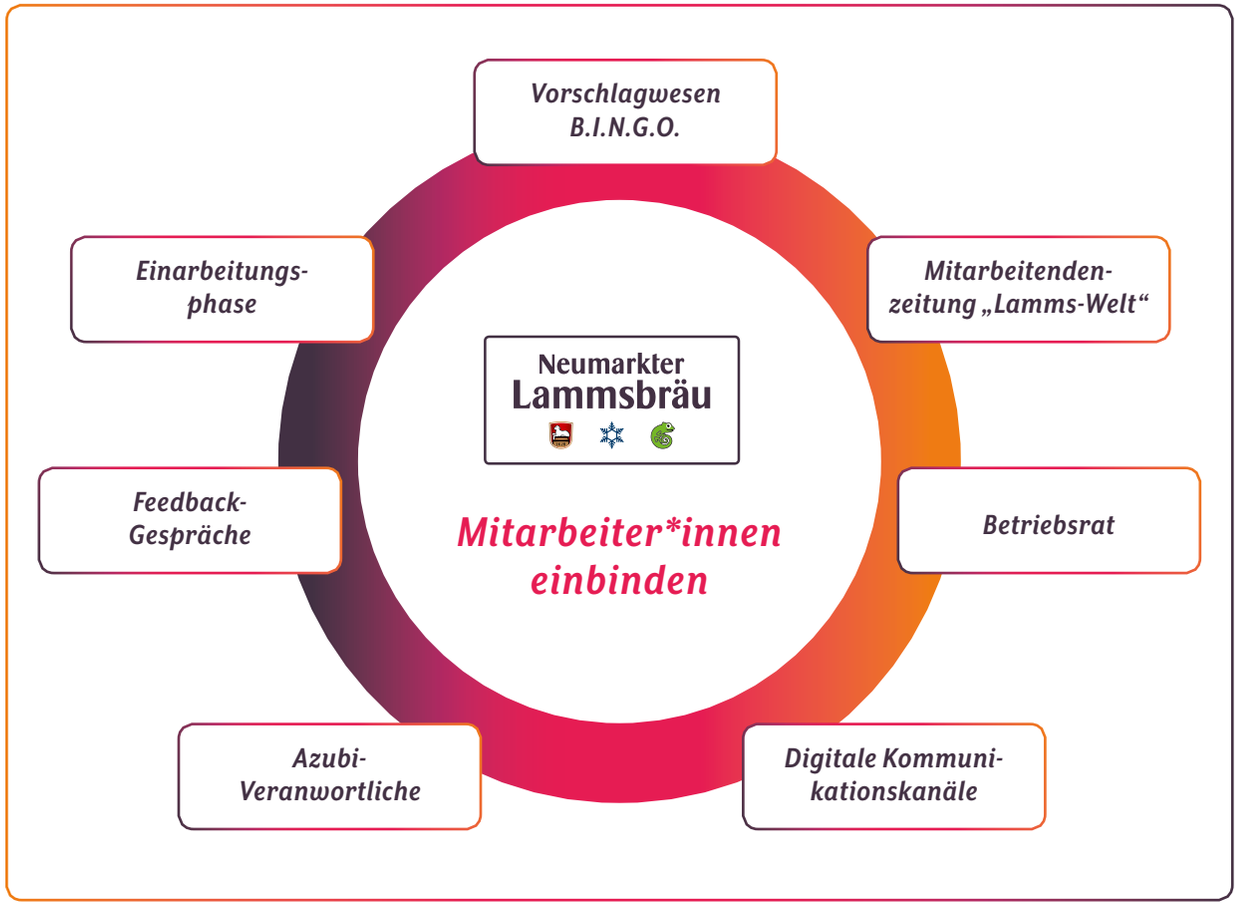


Abb. 2.3.: Maßnahmen der Mitarbeiter*inneneinbindung

2.3 Mitarbeiter*innen einbinden und befähigen

2.3.1 Wege zur Partizipation: von Anfang an dazugehören und mitwirken

Die Einführung neuer Mitarbeiter*innen und die Zuweisung des Arbeitsplatzes laufen im Betriebsalltag oft routiniert ab. Doch wie kann eine bereichsübergreifende Einbindung in das gesamte Unternehmen gelingen? Und wie lässt sich die Entwicklung abgekoppelter Bereiche vermeiden? Es gibt verschiedene Wege, über die wir bei der Neumarkter Lammsbräu unsere Mitarbeiter*innen ins große Ganze einbinden und gleichwertig in der Lammsbräu-Familie verankern.

Jedes Jahr bilden wir in unseren drei Ausbildungsberufen Brauer/-in & Mälzer/-in, Industriekauffrau/-mann und Berufskraftfahrer/-in Berufseinsteiger*innen aus. Um im neuen Umfeld Orientierung zu bieten, unterstützen unsere Azubi-Verantwortlichen den Eingliederungsprozess der Lammsbräu-Neulinge. Die aktuell acht ***Azubi-Verantwortlichen*** sind den jeweiligen Ausbildungsberufen zugeordnet und können so kompetent beraten und anleiten. Während der gesamten Ausbildungszeit sind sie Ansprechpartner*innen für organisatorische Belange – Ausbildungsplan, Krankmeldung uvm. Unsere Auszubildenden der kaufmännischen Bereiche erhalten während ihrer Ausbildungszeit alle drei Monate, unsere Brauer*innen & Mälzer*innen alle 6 Monate ein ***Feedbackgespräch*** mit den Azubi-Verantwortlichen im jeweiligen Bereich.

Darüber hinaus planen diese jährlich wiederkehrend unseren Azubi-Kennenlerntag in der Brauerei, das Azubi-Projekt (↗siehe Kapitel 2.3.2) sowie einen Azubi-Ausflug zu einem (Partner-) Unternehmen.

Neue Mitarbeiter*innen mit Berufserfahrung durchlaufen vor Aufnahme ihrer Tätigkeit eine intensive ***Einarbeitungsphase***. Sie machen dabei Station in allen Unternehmensbereichen, lernen viele Kollegen und Kolleginnen bereits persönlich kennen, entdecken spannende Aufgabenbereiche und können Verantwortlichkeiten zuordnen. Auch die neuen Mitarbeiter*innen erhalten drei ***Feedbackgespräche*** mit ihrer Führungskraft in den ersten sechs Monaten. Dabei können Herausforderungen und Hürden thematisiert und Hilfestellungen erarbeitet werden.

Nach der Einarbeitung und mit hinzugewonnener Erfahrung ergeben sich häufig Ideen und Verbesserungswünsche für das eigene Tätigkeitsfeld, für Prozessabläufe oder andere Bereiche. Diese können über unser innerbetriebliches ***Vorschlagswesen B.I.N.G.O.*** unkompliziert über das Intranet oder Briefkästen im Haus bei einer neutralen Stelle eingereicht werden. Die verantwortliche Führungskraft des Bereiches, auf den sich der Verbesserungsvorschlag bezieht, nimmt dazu Stellung. So wird vermieden, dass Ideen nicht beachtet werden oder verloren gehen. In der monatlich erscheinenden Mitarbeitendenzeitung werden alle eingereichten Vorschläge präsentiert – auf unserem jährlichen Betriebsabend werden die Ideengeber zudem für ihren besonderen Einsatz gewürdigt.

Im Jahr 2020 haben unsere Mitarbeiter*innen insgesamt 21 Verbesserungsvorschläge eingebracht, von denen 10 bereits umgesetzt werden konnten. So wurde beispielsweise unsere Abfüllanlage im Rahmen einer Wartungswoche optimiert, da es bei CO_2-Mangel gelegentlich zu unterfüllten Flaschen gekommen war. Eine aktualisierte Einstellung an der Anlage, die auf den CO_2-Druck reagiert, verhindert dies künftig.

Sollte es zu einem Anliegen kommen, das nicht auf direktem Wege geklärt werden kann, bietet unser ***Betriebsrat*** Unterstützung an. Die sieben Vertreter*innen sind in ihrer Funktion geschult und vertreten die Interessen der Belegschaft gegenüber der Geschäftsleitung. In monatlichen Treffen tauschen sich Betriebsratsvertreter*innen außerdem mit der Leitung des Bereiches Personal & Organisation und der Geschäftsleitung aus, um anstehende oder aufkommende Themen zu bearbeiten. Im Jahr 2020 konnten fünf Betriebsvereinbarungen geschlossen werden. Diese erstrecken sich inhaltlich vom Nichtraucherschutz über Maßnahmen zur Arbeitssicherheit bis hin zur betrieblichen Krankenversicherung. Der Betriebsrat leistet damit einen wertvollen Beitrag für die Entwicklung der Betriebsorganisation.

Besonders hervorzuheben für das Jahr 2020 ist die starke Veränderung mit Blick auf die ***digitalen Kommunikationskanäle***. Bereits vor Beginn der Corona-Pandemie hatten wir begonnen, die Digitalisierung voranzutreiben, indem wir 2017 einen eigenen Arbeitsbereich IT mit mittlerweile zwei Mitarbeitern aufgebaut haben.

*„Wir sind für unsere Kolleginnen und Kollegen auf unkompliziertem Wege ansprechbar, wenn es um betriebliche oder auch ganz persönliche Belange geht. Außerdem gestalten wir die Betriebsabläufe im Sinne der Belegschaft maßgeblich mit. Das Jahr 2020 war natürlich ganz besonders von der Covid-19-Pandemie geprägt und hat auch in unserem Unternehmen in einzelnen Bereichen zu Kurzarbeit geführt. Wir konnten hier eine tragbare Lösung finden, die den Lohn- bzw. Gehaltsausfall, der durch die Kurzarbeit entstand, finanziell abgefedert hat. So wurden 50 % der Differenz zwischen Kurzarbeitergeld und Normalverdienst durch die Lammsbräu zusätzlich ausbezahlt. Auch alle anderen finanziellen und sozialen Zusatzleistungen waren von der Kurzarbeit nicht beeinflusst. Hier haben wir gemeinsam klar im Sinne der Mitarbeiter*innen agiert."*

Herbert Wanka
Betriebsratsvorsitzender

Durch die Corona-Pandemie wurde die digitale Entwicklung stark beschleunigt. So erfolgte im Frühjahr 2020 das Rollout von Microsoft Office 365 für alle Mitarbeiter*innen: Videokonferenzen, virtuelle Workshops und Webinare, Vorträge vor virtuellem Publikum sowie Kommunikation über interne Teams-Kanäle ersetzen seitdem die nicht durchführbaren, persönlichen Treffen.

Dank der neuen IT-Infrastruktur sind alle Mitarbeiter*innen in aktuelle Benachrichtigungskanäle eingebunden. Diese erlauben eine schnellere und gezieltere Lenkung und Steuerung des Informationsflusses. Sie gliedern sich dabei themenspezifisch in allgemeine betriebliche Informationen inkl. der Monatsrückblicke durch den Inhaber via Videobotschaft, Informationen zur Pandemielage und den entsprechenden Neuerungen bei Vorgaben zu Anwesenheit und Hygiene sowie spezifischere Benachrichtigungskanäle für die einzelnen Unternehmensbereiche und Projektteams.

Darüber hinaus ermöglicht die digitale Vernetzung eine neue Arbeitsweise. Zeitintensive Geschäftsreisen entfallen dank der Möglichkeit virtueller Treffen, Kommunikationswege verkürzen sich und gemeinsames Arbeiten an Dateien kann parallel erfolgen. Die Nutzung von SharePoint-Seiten dient der optimierten Lenkung von Workflows. Auch der Austausch in bereichsübergreifenden Projektgruppen wird stark erleichtert.

Diese digitalen Entwicklungen schaffen ein neues, ein anderes Format der Zusammenarbeit: schneller, transparenter, verbundener.

Um jeden Mitarbeitenden in der Anwendung der vielfältigen Office 365 Anwendungen mitzunehmen, sind weitere Schulungen geplant.

Unsere monatliche ***Mitarbeitendenzeitung*** erreicht die Mitarbeiter*innen mit der Abrechnung über den Postweg und informiert über alles Berichtenswerte zu Jubiläen, Events, neuen Mitarbeiter*innen, Aktuellem aus dem Betriebsalltag und Wissenswertem zu nachhaltigen Themen. Die Beiträge stammen von wechselnden Autoren und Autorinnen aus unserem Team und sorgen damit für einen kurzweiligen und umfassenden Einblick ins betriebliche Geschehen und darüber hinaus.

Für die Mitarbeitendenzeitung nutzen wir ganz bewusst auch weiterhin gedruckte Exemplare, damit auch der erweiterte Teil unserer Lammsbräu-Familie – die Angehörigen unserer Mitarbeiter*innen – die Möglichkeit haben, alles Aktuelle aus unserem Unternehmen zu erfahren. Die digitalen Exemplare sind dauerhaft über unser ***Intranet LammsNet*** abrufbar.

Abb. 2.4.: Unsere Mitarbeitendenzeitung 2020/2021

Unsere Streuobstwiese

Sie umfasst 330 m² und wird für Pflanz- und Pflegeaktionen mit Azubis und Mitarbeiter*innen sowie für unser 2019 etabliertes Projekt für Schüler*innen mit Förderbedarf in Kooperation mit der Lebenshilfe e. V. und dem Landschaftspflegeverband genutzt. Die Schüler*innen der Berufsschule mit dem Förderschwerpunkt geistige Entwicklung packen tatkräftig mit an, wenn es darum geht anfallende Tätigkeiten zu erledigen: Baumschnitt und Neuanpflanzungen, Biotope und Nisthilfen anlegen. Und dabei noch Neues erfahren: sie erhalten Unterricht zu ökologischer Landwirtschaft, Bio-*Rohstoffen* und Sensorik. Damit es nicht bei trockener Theorie bleibt, wird aus Äpfeln Saft gepresst und Limonade selbst gemischt. 2019 konnten die Mitarbeiter*innen der Lammsbräu im Rahmen ihrer Arbeitszeit an den geplanten Aktionen teilnehmen, dabei die Jugendlichen kennenlernen und auch noch selbst viel dazulernen – Stichwort Corporate Volunteering.

2.3.2 Individuelle Entwicklung durch Potenzialentfaltung

Als Arbeitnehmer*in in einem mittelständischen Unternehmen kann man sicher sein: Der eigene Beitrag ist für den geregelten Arbeitsfluss notwendig und kann unmittelbar erlebt werden. Damit die Tätigkeit auch von den Mitarbeitenden als wertvoll empfunden werden kann, muss auf den richtigen Einsatz persönlicher Fertigkeiten geachtet werden.

Individuelle Aus- und Weiterbildungen schärfen das Mitarbeitendenprofil, erhöhen die Fachkompetenz und stärken die Persönlichkeit – damit Über- oder Unterforderung am Arbeitsplatz vermieden und Karrierechancen – auch intern – erkannt und genutzt werden können.

Ermittelt werden die ***Schulungsbedarfe*** im jährlichen Mitarbeitendenorientierungs- und Entwicklungsgespräch (↗ siehe Kapitel 2.2), in dem eigene Vorschläge eingebracht werden oder die Führungskraft passende Angebote unterbreitet. Unser künftiges Weiterbildungskonzept sieht vor, individuelle Informationen digital zu erfassen und neben beruflichen Fortbildungsmaßnahmen verstärkt persönliche Interessen und Entwicklungsvorstellungen einzubeziehen.

Durch Projektarbeit Selbstwirksamkeit erfahren

*Unsere Auszubildenden führen wir mit zusätzlichen Angeboten an die für uns wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte heran. 2020 entwickelten die Berufseinsteiger*innen im **Projekt „Nachhaltige Werbemittel"** die Idee einer recycelbaren Brotzeitbox mit hohem Zellulose-Anteil. Für die Realisierung setzten sich die Azubis mit den Themenbereichen nachhaltige Rohstoffe, unbedenkliche Nutzung und Wiederverwertung auseinander. Neben dem Erwerb von Fachwissen ging es um die Schulung weiterer wichtiger Kompetenzen wie Teamfähigkeit, Kreativität und Organisationstalent. Die Box mit dem Label organic konnte über die Firma Koziol realisiert werden und kommt mittlerweile auch zum Einsatz. Die Mitarbeiter*innen der Brauerei erhalten die Brotzeitbox als Geburtstagsgeschenk im Laufe des Jahres 2021. Zusätzliche geplante Azubi-Angebote, wie eine Baumpflanzaktion am Tiergarten Nürnberg in Kooperation mit ClimatePartner im Rahmen unseres Klimaschutzengagements, mussten Corona-bedingt leider entfallen, sollen aber sobald möglich nachgeholt werden.*

Neben klassischen Fortbildungen unterstützen wir zudem berufsbegleitende Studiengänge – bei drei Mitarbeiterinnen in 2020 – sowie die Verantwortungsübernahme im Zuge des ***betrieblichen Beauftragtenwesens.*** Beauftragungen, beispielsweise für Gefahrstoffe, Abfall, Sicherheit und Brandschutz, gehen mit einem Mehr an Verantwortung einher und setzen Motivation zur Fortbildung voraus.

Interne Schulungen finden regelmäßig statt und werden zu Beginn eines jeden Kalenderjahres im betrieblichen Schulungsplan erfasst. Sie betreffen zum Teil ganze Arbeitsbereiche, zum Teil einzelne Mitarbeiter*innen mit bestimmten Funktionen. Für das Jahr 2020 wurden 27 interne Schulungen festgelegt. Diese umfassten Aufbaulehrgänge für Sicherheitsbeauftragte, Ersthelferschulungen, fachliche Schulungen für spezifische Produktionsbereiche, darunter der Umgang mit Gefahrstoffen, die Umsetzung des HACCP-/Hygienekonzepts und andere sicherheitstechnische Unterweisungen, z. B. zu Notfall-Meldeketten und Notsignaltechnik.

Zusätzlich wurden im Jahr 2020 geeignete Schulungen Corona-bedingt virtuell abgehalten. Dazu zählt die Schulung der neuen Mitarbeiter*innen zum ***Umwelt- und Qualitätsmanagement,*** die auf diesem Wege erfolgreich durchgeführt werden konnte. Diese Schulung, die im Rahmen der implementierten *ISO-Normen* und *EMAS-Vorgaben* umgesetzt wird, erklärt die einem

Umwelt- und Qualitätsmanagement zugrunde liegenden Strukturen und Anforderungen. Im Bereich des Umweltmanagements liegt der Schwerpunkt auf der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit mit dem dahinterstehenden Prozess der kontinuierlichen Verbesserung (↗ siehe Kapitel 1.2.5).

In 2020 betrug der Stundenumfang aller ***internen Schulungen*** 454 Stunden. Bei der Erfassung wird aktuell nicht nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie unterschieden. Externe Schulungen werden nicht exakt nach Stunden erfasst. Wir dokumentieren diese dezentral in den jeweiligen Unternehmensbereichen. Eine zentrale Bündelung dieser Information sehen wir als Verbesserungspotenzial im Rahmen unseres internen Qualitätsmanagements. Sie wird künftig anhand einer Schulungsübersicht interner und externer Weiterbildungsmaßnahmen durch den Bereich Personal & Organisation erfolgen.

Zusätzlich wird das interne Wissensmanagement intensiviert. Neben dem Aufbau einer ***Wissensdatenbank*** mit Informationen zu den wichtigsten Inhalten unserer Neumarkter Lammsbräu, soll künftig vermehrt Bereichswissen geteilt werden und dieses unter anderem in Form von Tipps & Tricks an alle Kolleginnen und Kollegen über interne Kanäle wie Intranet und Mitarbeitendenzeitung gestreut werden.

Jedes Jahr organisieren wechselnde Bereiche unseren sogenannten ***fachlichen Mitarbeiter*innennachmittag.*** Die Teilnahme ist verpflichtend und wird als reguläre Arbeitszeit gewertet. Im Jahr 2018 stand er im Zeichen der Sicherheit: Der ***Safety Day*** unterrichtete in der korrekten Nutzung der betrieblichen Sicherheitsvorrichtungen, wie persönliche Schutzausrüstung, Feuerlöscher und Defibrillator. 2019 erfuhren unsere Mitarbeiter*innen Wissenswertes rund um die eigene Produktpalette

und Qualitätsmerkmale einer nachhaltigen Produktionsweise. Im Jahr 2020 musste der Mitarbeiter*innennachmittag aufgrund der Pandemielage entfallen.

Darüber hinaus unterstützen wir ***Förder- und Nachwuchsprogramme,*** die über die betrieblichen Zuständigkeiten hinausgehen. Dazu zählte im Jahr 2020 die Teilnahme einer Auszubildenden am Lehrgang „AusbildungsScout" der IHK. Dabei werden Auszubildende befähigt, ihre Berufsbilder in Schulabschlussklassen vorzustellen und künftigen Berufseinsteiger*innen ihre Ausbildungsberufe nahezubringen. Sie agieren als Botschafter*innen für duale Ausbildungswege und sind Ansprechpartner*innen in der Berufsfindungsphase.

Wandel, Neustart, Umbruch – Wir begleiten sicher durch Veränderungsprozesse

Neben dem Berufseinstieg (↗ siehe Kapitel 2.3.1) verdienen weitere, sogenannte ***Übergangsphasen des Berufslebens*** unser besonderes Augenmerk. Der Wiedereinstieg nach längerer Abwesenheit, z. B. zum Ende der Elternzeit, erfolgt aktiv von Seiten Neumarkter Lammsbräu. Je nachdem, ob das Stellenprofil beibehalten werden kann, nimmt die entsprechende Führungskraft frühzeitig Kontakt zum Mitarbeitenden auf oder es erfolgt eine Stellenanpassung im Rahmen der Organisationsentwicklung. Die Anpassung setzt genaue Kenntnisse der Bereichsentwicklungen voraus und wird über den Bereich Personal & Organisation koordiniert.

Ebenfalls über den Bereich Personal & Organisation wird das ***betriebliche Eingliederungsmanagement (BEM)*** abgewickelt. Dieses kommt im Falle gesundheitlicher Probleme am Arbeitsplatz zum Tragen. In enger Abstimmung mit Betriebsrat und Führungskraft werden Arbeitsplatzanpassungen vorgenommen oder ein interner Stellenwechsel organisiert.

Auszubildende, die wir am Ende ihrer dreijährigen Ausbildungszeit nicht im Haus übernehmen können, unterstützen wir aktiv in der anstehenden Bewerbungsphase. Wir beraten bei der Erstellung von Bewerbungsunterlagen, begleiten bei der Firmensuche, geben Tipps für anstehende Bewerbungsgespräche und stehen als Ansprechpartner für generelle berufliche Fragestellungen zur Verfügung.

*2.4 Mitarbeiter*innen halten und begeistern*

Zu unseren langjährigen Kolleg*innen, die wir ***in die Rente*** verabschieden dürfen, pflegen wir weiterhin Kontakt. So hat sich bereits eine sportlich aktive Gruppe aus ehemaligen Mitarbeitenden gebildet und an den jährlichen Betriebsabenden vervollständigen sie die Lammsbräu-Familie. Darüber hinaus stellen uns so manche Ehemalige ihr Können weiterhin stundenweise zur Verfügung – dieser loyale Vertrauensbeweis freut uns ganz besonders.

Eine Vielzahl von Faktoren entscheidet, ob ein Arbeitgeber in den Augen seiner Mitarbeiter*innen als attraktiv erlebt wird. Neben unternehmensabhängigen Faktoren wie Image und Philosophie des Arbeitgebers spielen Erreichbarkeit des Arbeitsplatzes und kollegiales Miteinander eine ganz entscheidende Rolle. Auch Transparenz bei grundlegenden Belangen ist wichtige Voraussetzung dafür, dass der Umgang des Arbeitgebers mit den Mitarbeiter*innen als gleichermaßen fair erlebt werden kann.

*Es gib viele weitere Möglichkeiten, das Arbeitsklima für unsere Mitarbeiter*innen so angenehm wie möglich zu gestalten. Dazu zählen vor allem Flexibilität, adäquate Ausstattung, Gleichbehandlung und – nicht zu vergessen – gemeinsame Aktivitäten.*

Durch Kooperation und Integration zu Teilnahme an der Gesellschaft befähigen

*Bereits langjährig kooperieren wir mit Brücke e.V. Neumarkt, deren Anliegen es ist, unter anderem die gesellschaftliche und berufliche Wiedereingliederung für psychisch Kranke oder Menschen mit geistiger Behinderung zu erreichen. Dafür beschäftigen wir auf gesamt eineinhalb Vollzeitstellen kontinuierlich zwei Mitarbeiter*innen in der Leergutsortierung im Unternehmensbereich Logistik.*

Im Folgenden beschreiben wir die Maßnahmen und Angebote, die wir für die Mitarbeiter*innen der Neumarkter Lammsbräu entwickelt haben, um jedem die Möglichkeit zu bieten, sich individuell weiterzuentwickeln, Karriere-Chancen zu ergreifen und mit Freude der täglichen Arbeit nachzugehen.

Work-Life-Balance

Für die Bindung und Zufriedenheit von Beschäftigten, aber auch für die Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität in Bezug auf die Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter*innen, haben flexible Arbeitszeiten einen hohen Stellenwert. Daher erarbeiten wir in einem Projekt Arbeitszeitmodelle für alle Bereiche, die wir unserer Belegschaft und zukünftigen Mitarbeitenden anbieten können. Dabei berücksichtigen wir sowohl die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter*innen als auch die Arbeitsorganisation, um eine Win-Win-Situation für Beschäftigte und Unternehmen zu schaffen. So ermöglichen wir Arbeiten im Rahmen flexibler Arbeitszeitmodelle, um für die Mitarbeiter*innen Freiräume zu schaffen, die diese z. B. für wichtige private Termine nutzen können.

Außerdem ermöglichen wir produktives ***Arbeiten von zuhause per Remote-Zugriff,*** sofern das Tätigkeitsprofil dies erlaubt, oder in nach Bereichen geordneten Büroräumen – bei teilweise geteilten Arbeitsplätzen (Shared desks). Diese Entwicklung ist wichtig, um im Zuge des digitalen Wandels, der sich gerade auch in anderen Unternehmen vollzieht, am Ball und damit wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die ***Arbeitszeiterfassung*** erfolgt über unser elektronisches Zeiterfassungssystem vor Ort – aus dem mobilen Arbeiten durch Übermittlung der geleisteten Stunden mithilfe eines Formulars. Vertriebsmitarbeiter*innen, Führungskräfte und Mitarbeiter*innen mit individueller Vereinbarung sind von der Zeiterfassung ausgenommen.

Chancen- und Lohngerechtigkeit

Bei der Auswahl unserer Mitarbeiter*innen achten wir auf fachliche Eignung und zusätzlich darauf, dass sie mit ihren persönlichen Wertvorstellungen zu unserem Unternehmen passen. Wir agieren und entscheiden unabhängig von Geschlecht, Alter, Religionszugehörigkeit und sozialer Herkunft.

Der ***Frauenanteil*** in Führungspositionen blieb in den Jahren 2018 bis 2020 trotz personeller Veränderungen konstant bei 30 %. Stolz sind wir auf unsere zwei weiblichen Auszubildenden sowie unsere beiden Gesellinnen im Berufsbild Brauer*in und Mälzer*in – bei unseren insgesamt sechs Azubis immerhin ein Anteil von 33 % in einem ansonsten sehr männerdominierten Beruf.

Die Entlohnung der Mitarbeiter*innen ist ein wichtiger Hygienefaktor, der die Grundlage für Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber bildet. Unsere Mitarbeiter*innen erhalten eine ***faire Entlohnung,*** die sich am Manteltarifvertrag für das Braugewerbe in Bayern orientiert. Aktuell trifft dies auf 93 Prozent aller Angestellten zu, allerdings nicht auf die bei uns im Haus geringfügig Beschäftigten. Deren Anteil an der Belegschaft lag im Jahr 2020 bei entsprechend sieben Prozent. Darüber hinaus gibt es vor allem auf Führungsebene variable Gehaltsbestandteile, die an Zielerreichungen gekoppelt sind und einen Anteil von maximal 10 Prozent des Bruttoentgelts ausmachen.

Auch unsere Handelsvertreter*innen erhalten zu ihrem festen Lohn einen variablen Anteil, der sich an dem durch sie generierten Absatz orientiert (Handelsvertretervertrag), weitere freie Mitarbeiter*innen erhalten ihren Lohn anhand eines individuell vereinbarten Vertrages (z. B. Stundenlohn).

Alle Lammsbräu-Mitarbeiter*innen sollen mit ihrem Verdienst einen gewissen Lebensstandard anstreben und halten können. Planungssicherheit ermöglichen dabei auch unsere Arbeitsverträge, die wir überwiegend unbefristet gestalten. In den Jahren 2019 und 2020 hatten wir im Unternehmen jeweils nur einen Vertrag mit Befristung abgeschlossen. Entlassungen von Mitarbeiter*innen gab es in den Jahren 2018 bis 2020 nur während der Probezeit, je einmal in 2018/2019 und zweimal in 2020. Ein Aufhebungsvertrag wurde in 2019 abgeschlossen.

*Das sorgt für Zufriedenheit unter den Mitarbeiter*innen: In der 2019 durchgeführten Mitarbeitendenbefragung (Teilnahmequote: 72 Prozent) sind 65 Prozent der Meinung, dass sie angemessen bezahlt werden.*

Gemäß Great Place to Work®-Analyse erreichen gute Unternehmen bei „Angemessener Bezahlung" im Durchschnitt 42 % Zustimmung, der Exzellenz-Benchmark liegt bei 70 %. Im Vergleich zur Befragung im Jahr 2017 mit einer Zustimmungsrate von 55 Prozent haben wir uns hier merklich verbessert. Wenn wir auch noch Verbesserungspotenziale sehen, befinden wir uns doch auf einem guten Weg.

Sicherheit am Arbeitsplatz

Für sichere Bedingungen am Arbeitsplatz sorgen die interne Koordinatorin für Arbeitssicherheit, unsere externe Fachkraft für Arbeitssicherheit sowie unsere elf internen Sicherheitsbeauftragten, die sich um die Einhaltung aller geltenden Vorgaben für Produktions- und Büroarbeitsplätze kümmern. Mittels Gefährdungsbeurteilungen werden die Gefahren in den Arbeitsprozessen erfasst, dokumentiert und ggf. Maßnahmen abgeleitet (T-O-P = Technisch, Organisatorisch, Persönlich). Auf dem Tragen der *persönlichen Schutzausrüstung (PSA)* in den Produktionsbereichen liegt besonderes Augenmerk.

Ein externer Brandschutzbeauftragter begutachtet das Betriebsgelände in regelmäßigen Abständen hinsichtlich vorschriftsmäßiger Umsetzung brandschutzrechtlicher Vorgaben. Er schult unsere internen Brandschutzhelfer*innen und vermittelt dabei fachliches, rechtliches und praktisches Wissen. Insgesamt 21 *betriebliche Ersthelfer*innen* sind in allen Bereichen unseres Unternehmens beschäftigt, so dass im Falle eines eintretenden Notfalls schnell und qualifiziert reagiert werden kann. Der Umgang mit Gefahrstoffen wird bereichsübergreifend sorgfältig geschult, dokumentiert und überwacht (↗ siehe Kapitel 4.3.5), um Betriebsunfällen mit gesundheitsgefährdenden Substanzen vorzubeugen. Zum Arbeitseintritt sowie wiederkehrend auf der jährlichen Betriebsversammlung erhalten alle Mitarbeiter*innen eine *Arbeitssicherheitsunterweisung*.

Gerecht verteilt: Gehaltsspreizung bei der Neumarkter Lammsbräu

Die Gehaltsspreizung zwischen niedrigstem und höchstem Lohn bzw. Gehalt in unserem Haus beträgt 1 : 4. Eine innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung von maximal 1 : 5 entspricht nach Maßstäben der Gemeinwohlökonomie dem guten Wert eines erfahrenen Unternehmens[4]. Dieses kann nur noch übertroffen werden von vorbildlichen Unternehmen, die ein Verfahren zur Selbstbestimmung des Verdienstes entwickeln.

4) Quelle: Matrix Entwicklungsteam (2017): Arbeitsbuch zur Gemeinwohlbilanz 5.0 Vollbilanz. https://web.ecogood.org/media/filer_public/73/da/73dab961-6125-4f69-bf7a-3c8613a90739/gwoe_arbeitsbuch_5_0_vollbilanz.pdf, Zugriff am 20.04.2021

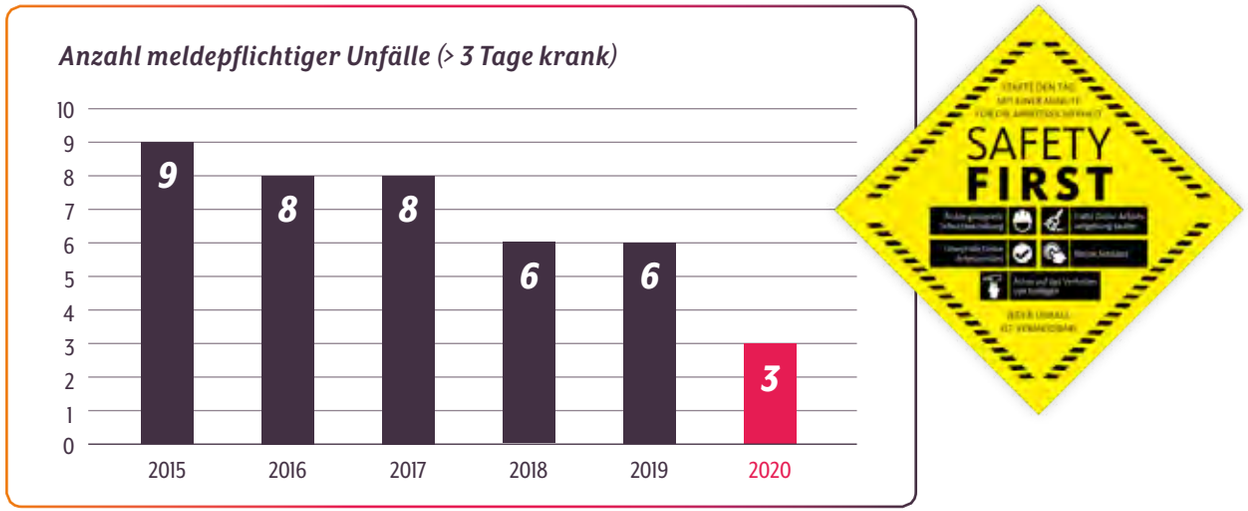


Abb. 2.5.: Anzahl meldepflichtiger Betriebsunfälle von 2015 - 2020

Unsere konsequenten Anstrengungen im Bereich der Arbeitssicherheit zahlen sich aus. Dies zeigt die Entwicklung der meldepflichtigen Betriebsunfälle (siehe Abb. 2.5).

Gesundheit und Wohlbefinden

Regelmäßig führen wir *psychische Gefährdungsbeurteilungen* mit wechselnden Mitarbeiter*innen aller Unternehmensbereiche durch, um rechtzeitig auf möglicherweise vorherrschende Belastungen aufmerksam zu werden und Maßnahmen zur Vermeidung vornehmen zu können. Im Jahr 2020 wurden aufgrund hoher Arbeitsbelastung einzelner Personen Maßnahmen zur Entlastung durchgeführt, darunter Prozessanpassungen, Personaleinstellung und Aufgabenumverteilung.

Bei den durchschnittlich sechsmal pro Jahr stattfindenden Besuchen unserer externen Betriebsärztin führt diese medizinische Vorsorgeuntersuchungen durch, die mit der jeweiligen Tätigkeit und Gesundheitsbelastung im Unternehmen zusammenhängen. Sie nimmt darüber hinaus an Begehungen mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit teil.

Besonderes Augenmerk richten wir innerhalb unserer Brauerei auf den Umgang mit Alkohol. Im gesamten Betrieb herrscht für die Mitarbeiter*innen während der Arbeitszeit striktes Alkoholverbot. Eine Ausnahme bilden die Kolleginnen und Kollegen, die aufgrund ihrer Stellenbeschreibung alkoholhaltige Biere verkosten oder auf Qualitätsmerkmale überprüfen müssen. Generell ist ein potentiell übermäßiger Konsum alkoholischer Getränke, der die Gesundheit gefährdet, nicht immer sofort ersichtlich und erfolgt häufig im privaten Bereich. Bei Auffälligkeiten gehen wir auf unsere Kolleginnen und Kollegen zu und bieten Unterstützung in Form von Beratungsangeboten an.

Die Assistenz der Betriebsärztin bietet zweimal im Jahr kostenlose Gesundheitschecks (Blutzucker, Cholesterin u.a.) im Rahmen des *betrieblichen Gesundheitsprogramms* an. Dieses dient dem präventiven Gesundheitsschutz und soll unsere Mitarbeiter*innen dazu motivieren, Verantwortung für das eigene körperliche und geistige Wohlbefinden zu übernehmen.

Die Weltgesundheitsorganisation definiert Gesundheit als einen Zustand völligen körperlichen, seelischen und sozialen Wohlbefindens und nicht nur als das Fehlen von Krankheit oder Gebrechen[5].

Durch die Teilnahme am Gesundheitscheck, an Fitness- und Sportgruppen oder Gesundheitskursen werden Bonuspunkte gesammelt, die einmal im Jahr finanziell vergütet werden. Die Teilnahme am Gesundheitsprogramm unserer Brauerei steht dabei allen Mitarbeiter*innen frei. Im Jahr 2020 hat ein Viertel der Mitarbeiter*innen am Gesundheitsprogramm teilgenommen.

Einmal im Jahr bieten wir allen Mitarbeiter*innen eine kostenlose ***Darmkrebsvorsorgeuntersuchung*** an. Die freiwillige Vorsorgeuntersuchung kann von zuhause aus durchgeführt und auch von Familienangehörigen in Anspruch genommen werden.

5) Quelle: Bundespublikationen der Schweizerischen Eidgenossenschaft (2020): Verfassung der Weltgesundheitsorganisation, https://www.bundespublikationen.admin.ch/cshop_mimes_bbl/14/1402EC7524F81EDAB689B20597E1A5DE.PDF, Zugriff am 20.04.2021

*In der 2019 durchgeführten Mitarbeitendenbefragung durch Great Place to Work® spiegelten uns 86 Prozent der Mitarbeiter*innen ihre Zufriedenheit mit den Maßnahmen zur Gesundheitsförderung.*

Die Krankenquote lag im Jahr 2020 bei 3,8 % und damit zum vierten Mal in Folge unter den von uns angestrebten < 4 % (↗ siehe Kapitel 6).

Datenschutz

*Wir gehen verantwortungsvoll mit den Daten unserer Mitarbeiter*innen & Kund*innen um. In Zeiten der Digitalisierung ist es wichtig, sensible Daten zu schützen und verantwortungsvoll mit ihnen umzugehen. Deshalb haben wir eine eigene Stabstelle „Koordination Datenschutz" geschaffen, die sich dem Datenschutz widmet. Das umfangreiche Know-How und die Anleitung dazu bekommen wir von einem externen Datenschutzbeauftragten, der auch die Mitarbeiter*innen in Schulungen bzgl. dem Umgang mit personenbezogenen Daten sensibilisiert. Die Koordination und Sensibilisierung der Führungskräfte zur Umsetzung im Unternehmen erfolgt seitens der Stabstelle, um die Sicherstellung des Datenschutzes zu gewährleisten.*

Besondere und attraktive Sozialleistungen: 85 Prozent der Belegschaft bestätigen uns dies in der Mitarbeitendenbefragung 2019. Dazu gehören neben den beschriebenen Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und Gewährleistung körperlicher Sicherheit auch:

- 13. Monatsgehalt
- Urlaubsgeld
- Betriebliche Krankenzusatzversicherung
- Pensionskasse
- Gruppenunfallversicherung
- Zuschuss zur Kinderbetreuung
- Zuschuss zur Ferienbetreuung der Schulkinder
- Monatlicher Haustrunk über 156 Liter, gültig für das gesamte Getränkesortiment (bei Vollzeitarbeit, bei Teilzeit entsprechend angepasst)

Flexibles Arbeitsumfeld

Familiärer Umgang ist bei uns Credo und vielfältig spürbar. Aufmerksamkeiten zum Geburtstag und persönliche Worte durch unseren Inhaber Johannes Ehrnsperger sind ebenso selbstverständlich wie die allzeit „offenen" Türen im Büroalltag. Flache Hierarchien in Kombination mit einer Du-Kultur ermöglichen ein entspanntes Arbeitsumfeld. In den Arbeitsalltag integriert bieten wir allen Mitarbeiter*innen einen täglichen Brotzeitservice sowie einen zusätzlichen Salat-Tag einmal pro Woche. Während der Wintermonate können sich die Mitarbeiter an unserer Apfelbar bedienen. Zweiwöchig kann eine betrieblich finanziell geförderte Arbeitsplatzmassage in einem umfunktionierten Besprechungsraum in Anspruch genommen werden. Unsere interne Sportgruppe findet einmal pro Woche unter Anleitung statt, aufgrund der Corona-Pandemie wird sie mittlerweile digital angeboten und erfreut sich regen Zuwachses.

Feste feiern

Ein herausragender Aspekt, der uns als Brauerei ganz selbstverständlich auszeichnet, ist unsere Lust am Feiern. Wir beteiligen uns mit unseren Getränken sowie unserer Schäfflertanzgruppe nicht nur an vielen Feierlichkeiten in der Region, wir richten diese auch selbst aus. Dazu gehören die ***Volksfeste*** in und um Neumarkt ebenso wie unser jährlich stattfindendes ***Erntedankfest***, zu dem wir gemeinsam mit regionalen Partner*innen auf unser Brauereigelände einladen. Gemeinsam mit den Mitarbeiter*innen feiern wir außerdem unsere ***After-Work-Party*** am Tag der ***Betriebsversammlung*** im Januar sowie bereichsweise ***Weihnachtsfeiern*** bei unseren Partner*innen aus der Gastronomie. Einmal im Jahr treffen alle Lammsbräuer*innen beim vergnüglichen ***Betriebsabend*** aufeinander und lassen das vergangene Jahr bei gutem Essen und Trinken Revue passieren. Alle zwei Jahre organisieren wir einen kostenlosen ***Betriebsausflug*** für die gesamte Belegschaft. Dieser führte uns 2018 mit dem Bus nach Salzburg zur Besichtigung von Stiegl-Brauwelt und Stiegl-Gut Wildshof mit gemeinsamem Mittag- und Abendessen. Ein ***Grill-Nachmittag*** im Brauerei-Innenhof fand 2019 großen Anklang und wurde damit in die wiederkehrenden, feierlichen Aktivitäten der Lammsbräu aufgenommen. Daneben beweisen einige Mitarbeiter*innen jedes Jahr beim N***eumarkter Firmenlauf*** ihr sportliches Talent.

Besser geht‘s immer

*In unserer 2020 durchgeführten Mitarbeitendenbefragung ergab sich ein eindeutiger Handlungsbedarf für die Bereiche Arbeitsumfeld und Büroausstattung. Mit ihrem Umfeld – speziell Gebäude und Einrichtung – waren lediglich 42 Prozent der Mitarbeiter*innen zufrieden. Da wir am Betriebsstandort räumlich begrenzt agieren, gab es aufgrund steigender Mitarbeiter*innenzahl Engpässe in der angemessenen Belegung der Büroräume. Die Unternehmensleitung nahm die Hinweise und Aufforderungen der Mitarbeiter*innen ernst. So erfolgt im Jahr 2021 eine Umgestaltung der vorhandenen Büroräumlichkeiten, um allen Mitarbeiter*innen künftig angemessene Räume und Ausstattung zur Verfügung stellen zu können. Auch Teile der Sozialräume wie Umkleiden und Duschen werden noch im Jahr 2021 erneuert.*

Ich arbeite gerne für die Neumarkter Lammsbräu, weil ich hier mein breit gefächertes Wissen, das ich in meiner langen Berufszeit als Braumeister in mehreren Brauereien erworben habe, einbringen kann. Täglich neue Herausforderungen als Schichtleiter in der Produktabfüllung anzunehmen und zu meistern, macht den Arbeitsalltag nicht langweilig. Auch mein Enkel und seine Mama sind begeisterte Lammsbräuer und haben als Schäffler bzw. beim Volksfestumzug mitgewirkt. Der Kleine freut sich, nach Corona mit mir wieder auftreten zu dürfen. Auch mein Junior hat schon Ferienarbeit in der Füllerei gemacht.

Markus Härteis
Schichtleiter Produktabfüllung

Da 2020 ein herausragendes Jahr war und viele Treffen Corona-bedingt nicht stattfinden konnten, werden die Veranstaltungen wieder angeboten, sobald die Pandemielage dies erlaubt.

*Dass unsere Bemühungen für attraktive Arbeitsstrukturen Früchte tragen, beweist die Auszeichnung durch das Forschungs- und Beratungsinstitut Great place to work® im Jahr 2020. Sie bestätigt: Wir zählen zu den besten Arbeitgebern Bayerns. 72 Prozent aller Mitarbeiter*innen beantworteten anonym Fragen zu Personal- und Führungsarbeit sowie Arbeitskultur. Die Bewertung zeigt, wir sind auf dem richtigen Weg.*

Beste Arbeitgeber™ Bayern Great Place To Work. 2020

AUTORIN KAPITEL 2:
Simone Spangler

KAPITEL 3

*Produkte & Kund*innen*

Unsere Produkte und Kund*innen im Überblick

28
Bio-Bierspezialitäten

11
Bio-Limonaden

4
Bio-Mineralwasser & Bio-Schorlen

Unsere Verkaufsgebiete:

96,3 %
Deutschland

3,7 % Export
in ausgewählte europäische Länder
unter Berücksichtigung ökologischer Kriterien

Marktanteile:

Wir sind
Marktführer
bei Bio-Bier in Deutschland und
zweitgrößter Hersteller
bei Bio-Limonaden in Deutschland
im Naturkostmarkt

Kund*innengruppen:

- ✓ Lebensmittel Groß- & Einzelhandel
- ✓ Getränke Groß- & Einzelhandel
- ✓ Naturkost Groß- & Einzelhandel
- ✓ Gastronomie
- ✓ Endverbraucher*innen

Strategische Handlungsfelder:
Umweltschutz & Ressourcenschonung
Partner & Kunden
Innovation

Abb. 3.1.: Dachmarke und Produktmarken mit zugehörigen Siegeln

3.1 Unsere Marke(n) & Produkte

Von unseren Neumarkter Lammsbräu Bieren über Bio-Kristall bis zur Bio-Limonade now – in jede unserer drei Produktmarken fließen 100 %-Bio-Qualität, bester Geschmack und ökologisches Wirtschaften ein. Und alles unter einem „Dach“: Unsere Dachmarke Neumarkter Lammsbräu wird verwendet, wenn übergreifend im Namen des Unternehmens gesprochen wird.

Konsequent stehen die Produkte aller Marken für unsere Werte.

Der Unternehmensbereich „Marke & Kommunikation“ sorgt dafür, die Marken gemäß unserer Philosophie weiterzuentwickeln und sämtliche ökologischen Leistungen, die mit unserem unternehmerischen Handeln verbunden sind, verständlich darzustellen. *Transparenz* und Glaubwürdigkeit bilden dabei feste Bestandteile unserer Kommunikation. Unser strategisches Handlungsfeld ***Partner und Kunden*** haben wir hierbei besonders im Blick. Denn wir möchten, dass unsere Kundinnen und Kunden nicht nur zufrieden mit unseren Getränken sind, sondern uns darüber hinaus ihr Vertrauen schenken.

Unsere Bio-Siegel

Biokreis-Mitglieder stellen ihren gesamten Betrieb auf ökologische Bewirtschaftung um. Diese Lebensmittel enthalten weniger Zusatzstoffe und stammen größtenteils aus handwerklicher Verarbeitung. Die Biokreis-Richtlinien reichen über den EU-Bio-Mindeststandard hinaus und setzen z.B. besonderes Augenmerk auf Themen wie Tierwohl und Regionalität.
www.biokreis.de/ueber-uns/wer-wir-sind/

Wer sich für Bioland entscheidet, sagt gleichzeitig Nein zu Gentechnik, Massentierhaltung, chemisch-synthetischen Stickstoff-Düngern und Pflanzenschutzmitteln. Die Richtlinien des Verbandes für Lebensmittelhandwerk und -herstellung gehen weit über den gesetzlichen Mindeststandard für Bio-Lebensmittel hinaus.
www.bioland.de/erzeuger/dafuer-steht-bioland

In 48 Einzelkriterien aus 6 Bereichen mit Hunderten von Einzelprüfungen ist ganz konkret festgelegt, welche Anforderungen unser Bio-Mineralwasser in den Kategorien Nachhaltigkeit, Naturbelassenheit, Mikrobiologische Reinheit, Chemische Reinheit, Gutes Lebensmittel / Nutzwert und Transparente Deklaration erfüllen muss.
www.bio-mineralwasser.de

Beim internationalen Verband für ökologischen Landbau Naturland stehen ein ganzheitlicher Ansatz, nachhaltiges Wirtschaften, praktizierter Natur- und Klimaschutz, Sicherung und Erhalt von Boden, Luft und Wasser sowie der Schutz des Verbrauchers im Zentrum der Richtlinien.
www.naturland.de

Ist ein Produkt mit dem bayerischen Bio-Siegel gekennzeichnet, müssen 100 % der biologischen Produktrohstoffe aus Bayern stammen. Auch alle Produktionsschritte müssen in Bayern erfolgen.
www.biosiegel.bayern/de/home/

Dieses staatliche Bio-Siegel ist die Grundlage aller Produkte aus dem ökologischen Landbau.
www.ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-logo_de

100 % der *Rohstoffe* für unsere Produkte stammen aus ökologischem Landbau. Sie sind damit Genussbringer mit positiven Auswirkungen auf die Umwelt. Um das zu garantieren, sind sämtliche Rohstofflieferant*innen der Neumarkter Lammsbräu Mitglied eines ökologischen Anbauverbandes oder gemäß der EG-Öko-Verordnung zertifiziert. Unsere Biere tragen allesamt die Siegel von Bioland, Naturland oder Biokreis und sind zusätzlich nach dem Bayerischen Bio-Siegel zertifiziert.

Neun unserer elf now-Limonaden tragen das Naturland-Zeichen (siehe Abbildung 3.1), d. h. es sind strengere Vorgaben einzuhalten, als über das reine EU-Biosiegel abgedeckt werden.

Darüber hinaus wurde unser Bio-Mineralwasser BioKristall 2009 als erstes Mineralwasser in Deutschland nach den Richtlinien der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser geprüft und ist seither zertifiziert.

Abb. 3.2.: Das gesamte Bio-Sortiment der Neumarkter Lammsbräu 2020

3.1.1 Unser Bio-Sortiment: Im Überblick

Unser Bio-Sortiment umfasst im Jahr 2020 28 Bio-Bierspezialitäten inklusive sechs alkoholfreier Sorten und fünf Bio-Biermischgetränken, zwei Sorten Glutenfrei (inklusive eines alkoholfreien), 11 Sorten Bio-Limonade sowie zwei Sorten Bio-Mineralwasser und zwei Sorten Bio-Schorlen.

- Bio-Bierspezialitäten (Neumarkter Lammsbräu)
- Alkoholfreie Bio-Biere (Neumarkter Lammsbräu)
- Glutenfreie Spezialgetränke in Bio-Qualität (Neumarkter Lammsbräu)
- Bio-Biermischgetränke (Neumarkter Lammsbräu)
- Bio-Erfrischungsgetränke (now)
- Bio-Mineralwasser und Bio-Schorlen (BioKristall)

„Für uns bei Lammsbräu ist nicht nur entscheidend, dass unsere Getränke gut schmecken. Sie müssen auch gut-tun – und zwar den Menschen und der Umwelt. Dafür engagieren wir uns seit Jahrzehnten – vom Acker bis ins Glas."

Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsleiter der Neumarkter Lammsbräu

Unser Bier-Sommelier: Interview mit Heinz Kühnlein

Heinz Kühnlein kennt als Diplom-Bier-Sommelier unsere Spezialitäten in all ihren Facetten. Allen BioBier-Freunden erklärt er, worauf es ankommt.

Was ist Dein Lieblingsbier?
Früher hätte ich ganz klar gesagt: ein Weißbier. Das passt eigentlich immer. Doch heute probiere ich vieles neu aus. Ich wähle zu einem bestimmten Essen ganz gezielt einen speziellen Bier-Typ aus. Das hat mir schon oft die Augen geöffnet.

Wie wirkt sich Dein Spezialwissen auf Deinen Arbeitsalltag aus?
Natürlich gewaltig! Ich habe schon bei vielen Gastronomen die Getränkekarte mit Sortenbeschreibungen optimiert, wie es der Gast von einem guten Wein erwartet. Bei Bier-Culinarien empfehle ich während eines 5-Gänge-Menüs zu jedem Gericht das passende Bier.

Wie reagieren die Leute, wenn du sagst, ein Bier hat eine Marzipan-Note?
Anfangs werde ich meist belächelt. Aber ich sehe es als meine Aufgabe als Bier-Sommelier, die Sinne und Wahrnehmung der Verbraucher zu schärfen. Ein ganz großes Potenzial sehe ich hier übrigens bei den Frauen. Sie sind grundsätzlich neugieriger als Männer und nicht so voreingenommen.

Was macht ein Bier perfekt?
Zunächst muss es sortentypisch ohne Fehler sein. Farbe, Aussehen, Aroma und Geschmack müssen also dem Bier-Typ entsprechen. Und dann muss es einen eigenen Charakter haben, der es von anderen Bieren abhebt. Letztendlich entscheidet der persönliche Geschmack.

now Fan Tasty – Seasonal Edition 2020

Im now-Jubiläumsjahr 2019 haben wir die Produktentwicklung für die Summer-Edition 2020 weitgehend unseren Fans überlassen (↗ siehe Kapitel 3.2.2). Die now Fan Tasty war ein Sommer-Hit und unser bisher erfolgreichstes Seasonal. Die Kreation aus Himbeeren, Limette und Minze war ein Volltreffer.

Dunkel & Pure Zitrone alkoholfrei

Untergäriges Dunkel Alkoholfrei mit feinem Duft nach Röstmalzen und einem Hauch vollreifer Bio-Zitronen. Die charakteristischen Aromen von Karamell und Zartbitterschokolade ergeben mit der dezenten Zitrusnote unserer fruchtigen now Pure Zitrone Bio-Limo eine spritzige Erfrischung.

Ausblick 2021:

now LaDolce Ingwer – Seasonal Edition 2021

Eine Kombination aus fruchtig-süßen Orangen und dem Geschmack fein-herber Bergamotte. Für den besonderen Kick sorgt belebender Ingwer. Abgerundet wird unsere now LaDolce Ingwer mit würzigem Basilikum.

NaturRadler & NaturRadler alkoholfrei 2021

Erfrischend spritziger, untergäriger Bier-Mix. Fein abgemischt mit naturtrüber Bio-Zitronenlimonade, entfaltet sich ein zitronig-fruchtiges Aroma, untermalt von einer ausgewogenen hopfigen und leicht malzigen, vollmundigen Biernote. Goldgelb mit einer kräftigen Trübung und einem feinporigen, schneeweißen Schaum.

Abb. 3.3.: Neuprodukte 2020 und Ausblick 2021

3.1.2 Mitgemischt: Neues aus 2020

Neue Ideen werden bei uns leidenschaftlich verfolgt und gemäß unserem Unternehmenswert „richtungsweisend" immer wieder neue Produkte oder Sorten entwickelt. Aber:

Nur wenn die Neuheiten sich auch als glaubwürdige Vertreter der Werte und Positionierung des Unternehmens herauskristallisieren, werden sie in das Sortiment aufgenommen.

(↗ siehe Kapitel 1.2.1)

So haben wir uns die Marktführerschaft im Segment „Ökologische Biere" gesichert.

3.1.3 BioKristall – Wasser, in dem Zukunft steckt

Wasser ist kein Zufallsprodukt. Es ist vielmehr eine Frucht des Bodens: Je nachdem, wie wir mit unseren Böden umgehen, geht Wasser verloren oder wird gespeichert, bleibt Wasser rein oder wird verschmutzt.

Bei all unseren Getränken ist Wasser der wesentliche Bestandteil und damit unser wichtigster Rohstoff. Unser Wasser kommt aus der den drei Brunnen der BioKristall-Quelle auf dem Brauerei-Gelände. Das Mineralwasser ist nach den Richtlinien der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser zertifiziert. Damit steht hinter dem Produkt ein aufwändiges Wasserschutz-Konzept.

Wir schützen den Wasserkreislauf von der Wasserentstehung bis zur Entnahme, angefangen mit unserem Engagement für die Ausweitung des ökologischen Landbaus in der Region über die Beantragung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes in unserem Kerngebiet bis hin zu einer regulierten und dokumentierten Fördermenge an unserem Standort. Ein wichtiger Punkt in unserem strategischen Handlungsfeld Umwelt- und Ressourcenschonung ist hier natürlich die Verfügbarkeit der Ressource Wasser, denn die Vorkommen sind begrenzt. Dieser Herausforderung begegnen wir mit einer nachhaltigen Entnahme (↗ siehe Kapitel 4.3.4).

Wir betrachten uns als Bio-Wasserbauer, der seine schützende Hand über dem Wasserkreislauf hält und darauf achtet, dass Wasser auch für künftige Generationen in ausreichender Menge und höchster Trinkqualität erhalten bleibt. Der Öko-Landbau ist dabei die größte Wasserschutzmaßnahme, die wir in Deutschland haben.

Deshalb setzen wir uns aktiv für den Ausbau ökologisch bewirtschafteter Flächen in unserer Region ein.

Bis zu 76 Meter tief liegt unsere Quelle, welche wir schonend über 3 Brunnen nutzen, um eine Unterschreitung des Grundwasserspiegels zu vermeiden. Wir achten bei der Wasserqualität auf deutlich mehr und strengere Grenzwerte, als es gesetzliche Vorgaben fordern. Der gesetzliche Grenzwert für Nitrat liegt bspw. bei 50 mg/l, im Bio-Mineralwasser der Neumarkter Lammsbräu darf dieser bei maximal 5 mg/l liegen. Dabei weist BioKristall auch gesundheitsfördernde Eigenschaften auf, wie den sehr geringen Natrium- und Kochsalzgehalt. Die nachhaltige Gewinnung, eine schonende Verarbeitung sowie ein ökologisch sinnvoller Vertrieb mit ausschließlich Glas-Mehrwegflaschen sind für uns selbstverständlich (↗ siehe Kapitel 4.3.5). Um dies in die Breite zu tragen und auch andere Getränkeherstellende zu überzeugen, haben wir uns für ein generelles ökologisches Reinheitsgebot für Mineralwasser stark gemacht: die Bio-Mineralwasser-Zertifizierung.

Durch die Zertifizierung weisen wir jährlich nach, dass wir die Kriterien der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. für das Bio-Mineralwasser-Siegel erfüllen (siehe Abbildung 3.4). Hierfür reichen wir u. a. Nachweise aus den hydrogeologischen Gutachten, die laufenden Aufzeichnungen der Brunnendaten und Gutachten sowie Projektpläne zur genehmigten Förderleistung ein. Auch unsere nachhaltige Entnahme wird überprüft und beurteilt. Kontrolliert wird die Einhaltung dieser Kriterien von der unabhängigen, staatlich beliehenen Öko-Kontrollstelle BCS Öko-Garantie GmbH, was das Vertrauen der Kundinnen und Kunden in unsere Produkte stärkt.

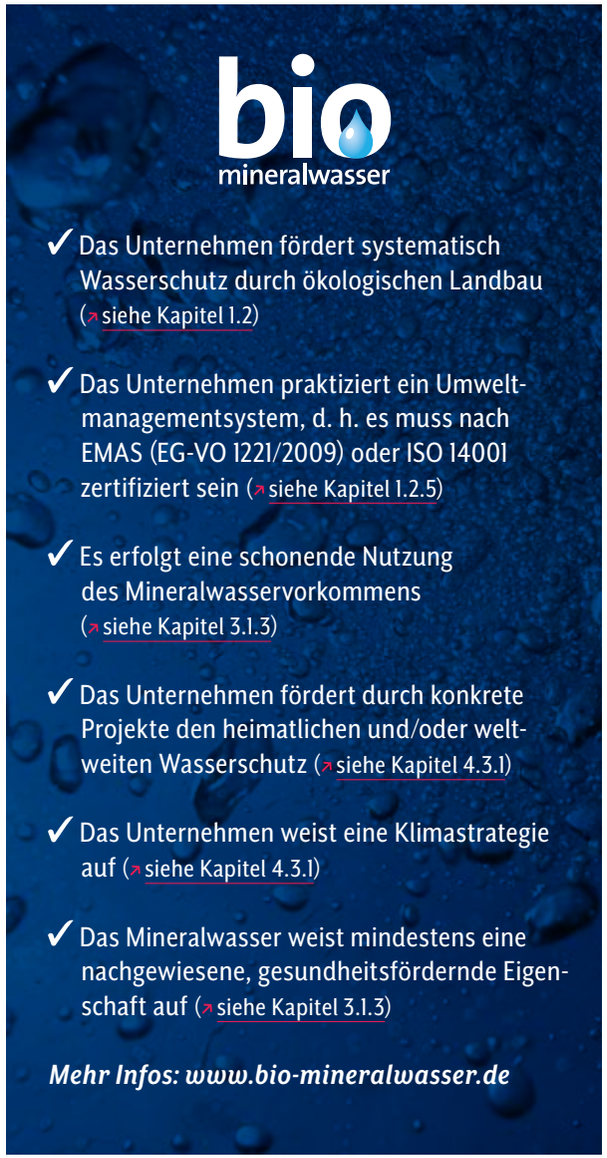


Abb. 3.4.: Auszug aus dem Richtlinienkatalog der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V.

Bildungsprojekt „Boden begreifen“

Wasser ist eine Frucht des Bodens: Je nach Beschaffenheit der Böden geht Wasser verloren oder wird gespeichert, bleibt Wasser rein oder wird verunreinigt. In 2018 bot das von Slow Food und dem Landschaftspflegeverband Neumarkt ins Leben gerufene Projekt „Boden begreifen“ Viert- bis Achtklässler*innen die Möglichkeit, den Lebensraum Boden und dessen Schutzbedürftigkeit spielerisch kennenzulernen. Die Neumarkter Lammsbräu steht sowohl als fachlicher, als auch finanzieller Partner dem Projekt zu Seite.

3.2
Unsere Produktverantwortung

Auf Nummer sicher
Kontrollprozesse in der Qualitätssicherung und Entwicklung all unserer Produkte sorgen für die Einhaltung höchster Qualitäts- und Hygienestandards (↗ siehe Kapitel 3.2)

100 % Bio
Alle Rohstoffe für unsere Getränke werden nach strengen Sozial- und Umweltstandards ausgewählt (↗ siehe Kapitel 3.1)

Rundherum nachhaltig
Die Etiketten von 7 unserer 11 now-Produkte bestehen zu 100 % aus Altpapier (Trägermaterial: primäre Zellulosefasern). Wir nutzen anstelle eines lösemittelhaltigen Leimes alternativ einen Leim, der aus Kasein hergestellt wird. Auf diese Weise sind unsere Etiketten vollständig umweltverträglich.

Mehrweg
Für uns ist es selbstverständlich, dass wir all unsere Getränke nur in Glas-Mehrwegflaschen abfüllen (↗ siehe Kapitel 4.3.5). Darüber hinaus streben wir künftig noch einen größeren Anteil an Poolflaschen und eine Reduktion der Individualflaschen an.

Abb. 3.5.: Produktverantwortung in und um unsere Flaschen

3.2.1 Unsere Qualitätsansprüche

Aus unseren Werten und unserer enkeltauglichen Unternehmensphilosophie ergeben sich folgende zentrale Qualitätsansprüche, die bei allen Produkten berücksichtigt werden:

1) Die Basis: Bio-Mineralwasser

Das Bio-Mineralwasser ist die Basis-Zutat für all unsere Produkte. In 48 Einzelkriterien aus 6 Bereichen mit Hunderten von Einzelprüfungen ist ganz konkret festgelegt, welche Anforderungen unser Bio-Mineralwasser in den Kategorien Nachhaltigkeit, Naturbelassenheit, Mikrobiologische Reinheit, Chemische Reinheit, Gutes Lebensmittel / Nutzwert und transparente Deklaration erfüllen muss.

2) 100 % ökologischer Ursprung

Alle Roh- und *Grundstoffe* stammen aus kontrolliert ökologischem Anbau. Das wird auf unseren Produkten durch die Bio-Siegel kommuniziert (siehe Abbildung 3.1). Die Vorgaben schließen den Verzicht auf gentechnisch veränderte Organismen, chemisch-synthetische Düngemittel und Pestizide ein. Zudem trägt der biologische Landbau zum Erhalt gesunder Böden und biologischer Vielfalt bei, bewahrt das Trinkwasser in seiner Qualität und erhält die natürlichen Umweltkreisläufe (↗ siehe Kapitel 1.2). Die Bio-Siegel auf unseren Produkten sind der sichtbare und transparente Beweis, dass die Neumarkter Lammsbräu ihren Ansprüchen gerecht wird.

3) Regionalität

Unsere Braurohstoffe stammen von der regionalen Erzeugergemeinschaft *EZÖB*, einem Zusammenschluss aus über 170 Bio-Landwirten und Landwirtinnen, die verschiedenen Anbauverbänden angehören (↗ siehe Kapitel 5.2.1). Angebaut werden die Rohstoffe für unsere Bierspezialitäten im Umkreis von rund 150 km. Durch die kurzen Transportwege können Emissionen gespart und es kann zum Klimaschutz beigetragen werden. Für unsere Limonaden wurden in 2020 rund 90 % der Hauptrohstoffe in Europa angebaut (↗ siehe Kapitel 5.2.3). Durch die Verbandszertifizierung unserer eingesetzten Rohstoffe bei der Limonadenproduktion stellen wir sicher, dass neben Umweltstandards auch Sozialstandards entlang des gesamten *Liefernetzwerks* eingehalten werden.

Abb. 3.6.: Unsere Qualitätsansprüche

4) Klare Rezepturen & echter Geschmack

Wir achten bei unseren Rezepturen für die Bio-Limonade now darauf, möglichst wenige Zutaten zu verwenden. Geschmacksgeber der Produkte sind hauptsächlich Fruchtsaft und Fruchtsaftkonzentrat. In geringem Maße werden außerdem hochwertige natürliche Essenzen und Extrakte verwendet. Natürlich probieren wir stets selbst, um sicherzustellen, dass nur geschmacklich einwandfreie Ware unser Haus verlässt (↗ siehe Kapitel 3.2.2).

3.2.2 Das Lammsbräu-Labor setzt die Lupe an – strenge Kriterien bei Qualität und Produktentwicklung

Unsere Ansprüche an Produktqualität und -sicherheit sind hoch, daher kontrollieren wir alle Produkte laufend.

Angefangen bei der Auswahl der Roh- und Grundstoffe, über deren Verarbeitung bis ins fertige Endprodukt – unser Labor prüft in den verschiedenen Produktionsschritten all unsere Getränke auf deren Geschmack, Qualität und Reinheit hin und stellt so sicher, dass diese unseren eigenen hohen Qualitätsansprüchen und denen unserer Kundinnen und Kunden genügen.

Unser internes Labor prüft kontinuierlich durch chemisch-technologische sowie mikrobiologische Verfahren die Qualität und Sicherheit all unserer Produkte. Aspekte wie etwa Farbe und Alkoholgehalt werden hier genauestens kontrolliert und dokumentiert.

Zudem sichern unabhängige Labore durch Rückstandsanalytik die lückenlose Produktqualität und -sicherheit. Durch unseren ganzheitlichen Umgang mit den Ergebnissen können wir uns sicher sein, dass wir unseren Kundinnen und Kunden das bestmögliche Produkt anbieten.

Das Lammsbräu-Verkostungspanel

Für das speziell geschulte Verkostungspanel kommen wir einmal im Monat aus der Produktion, der Qualitätssicherung, aus dem Sudhaus, aus dem Vertrieb und der Verwaltung zusammen, um bestehende Produkte zu verbessern und neue Produkte zu verkosten. Und dann geht es auch schon los. Farbe, Geruch, Mundgefühl und natürlich Geschmack werden bewertet. Am Tag vor der Verkostung sollten scharfes Essen oder andere geschmacksintensive Speisen oder Getränke vermieden werden, um die Sensorik nicht zu verfälschen. Weil man sich bei der Verkostung nicht gegenseitig beeinflussen sollte, läuft diese schweigsam ab. So stellen wir sicher, dass die Verkostungsergebnisse möglichst objektiv sind und wir entsprechend allgemeingültige Ergebnisse daraus für die Produktentwicklung ableiten können.

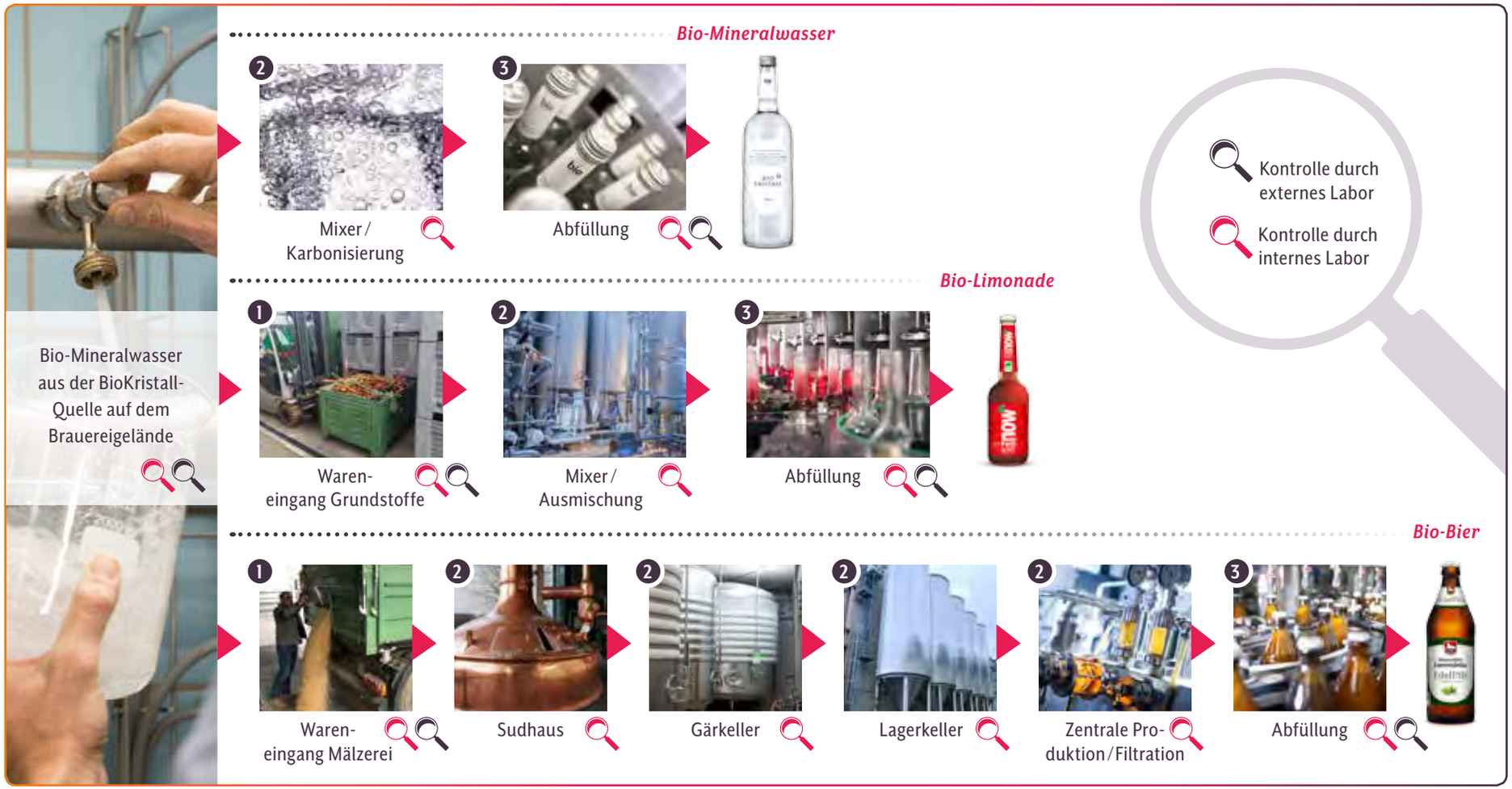


Abb. 3.7.: Qualität- und Produktsicherheit bei der Herstellung unserer Getränke

❶ ***Wareneingang:*** Hier werden Geruch, Geschmack, Aussehen, pH und Brix analysiert. Pro Charge wird zudem von einem externen Labor eine Rückstandsanalytik durchgeführt.

❷ ***Produktion:*** Durch verschiedenste Analysen überprüfen wir, ob die von uns vorgegebenen Prozess- und Qualitätsparameter eingehalten werden (z. B. Farbe der Bierwürze, Gärverlauf des Jungbieres, Alkoholgehalt des fertigen Produkts oder bei den Limonaden).

❸ ***Abfüllung:*** Die Flaschen werden zuerst einer Reinigungskontrolle unterzogen. Erst wenn hier alles passt, werden die Flaschen befüllt. Nach der Abfüllung werden die Flaschen chemisch-technisch und mikrobiologisch untersucht. Zudem werden Alkoholgehalt und Stammwürze genauestens getestet. Es wird auch auf den richtigen Sitz der Etiketten und Schraubverschlüsse geachtet. Doppelt hält besser: Das externe Labor unterstützt uns noch mit zusätzlichen Untersuchungen.

Dazu trägt auch die stetige Weiterentwicklung unserer Produkte durch den Unternehmensbereich „Qualitätssicherung & Produktentwicklung“ bei. Und das mit Erfolg! Durch unsere Produkt-Innovationen wie „Dunkel & Pure Zitrone alkoholfrei“, kombiniert mit hohen Qualitäts- und Hygienestandards, konnten wir uns in 2020 erneut die Marktführerschaft in der Bio-Bier-Branche sichern.

Zum anderen beruht unser Erfolg auf dem 100-prozentigen Anspruch an Ökologie und Regionalität sowie die konsequente, umweltfreundliche und auf Sortenvielfalt und Sicherheit bedachte Rohstoffbeschaffung.

*Im Jahr 2021 steht eine weitere Neuerung in der Produktentwicklung auf der Agenda: zuckerreduzierte now-Limonaden. Unser Ziel ist ein überzeugendes Geschmackserlebnis für gesundheitsbewusste Konsument*innen. Gemäß unseren Anforderungen an die Qualität unserer Produkte werden wir dabei auf natürliche Süße aus pflanzlichen Quellen zurückgreifen.*

Produktentwicklung mal ganz anders: now Fan Edition „FanTasty“

*Zum zehnjährigen Jubiläum unserer beliebten now-Limonaden in 2019 hatten unsere Fans die Möglichkeit, sich online an der Produktentwicklung zu beteiligen. So durfte jede*r, der Lust hatte, auf der now-Website Bio-Zutaten „mischen“ und auf diese Weise die ganz persönliche Lieblingssorte kreieren. Bei einer anschließenden Verkostung wählte die Jury aus mehr als 5.000 Limo-Ideen drei Favoriten aus. Am Ende hatten wieder die Fans das Wort und durften entscheiden, welche der drei Limonaden als Fan-Edition 2020 tatsächlich in die Regale kommen sollte. Dabei setzte sich eine erfrischende Kombination aus Himbeeren, Limette und Minze durch. Auch das Etikett von now FanTasty ist ein Gemeinschaftswerk: Über dessen Gestaltung durften ebenfalls die Fans mit abstimmen.*

Aus vielen feinen Bio-Zutaten haben unsere now-Fans mehr als 5.000 Limo-Ideen entwickelt. Ins Finale kamen drei Favoriten und nach dem Fan-Voting stand fest: Das ist unsere Now Fan Tasty! Eine erfrischende Kombination aus Himbeeren, Limette und Minze.

3.3 Kund*innen wertschätzen und integrieren

3.3.1 Unsere Kund*innengruppen

Oberstes Ziel und Motivation im leidenschaftlichen Engagement für die Produkte ist für uns immer die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden. Klar, dass sie auch zu unseren wichtigsten *Stakeholdern* zählen. Grundvoraussetzungen für eine fruchtbare und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen sind dabei langfristige und verlässliche Beziehungen. Da wir uns ganz sicher sein wollen, dass unser Angebot sich an den Wünschen der Verbraucher*innen orientiert, haben wir eine GfK-Studie in Auftrag gegeben. Im Studienzeitraum über 12 Monate bis Mai 2020 bewiesen unsere Kundinnen und Kunden eine hohe Loyalität: Mehr als der Hälfte der Befragten schmeckte unser Bier sichtlich gut, denn sie kauften es erneut. Auch unsere now-Limonaden kamen gut an und landeten wiederholt im Einkaufswagen. Weiterhin bestätigen uns wachsende Absatzzahlen, Kund*innenlob und eine sehr geringe Anzahl Reklamationen eine hohe Kund*innenzufriedenheit. Letztere werden intern über das ganze Jahr ausgewertet und

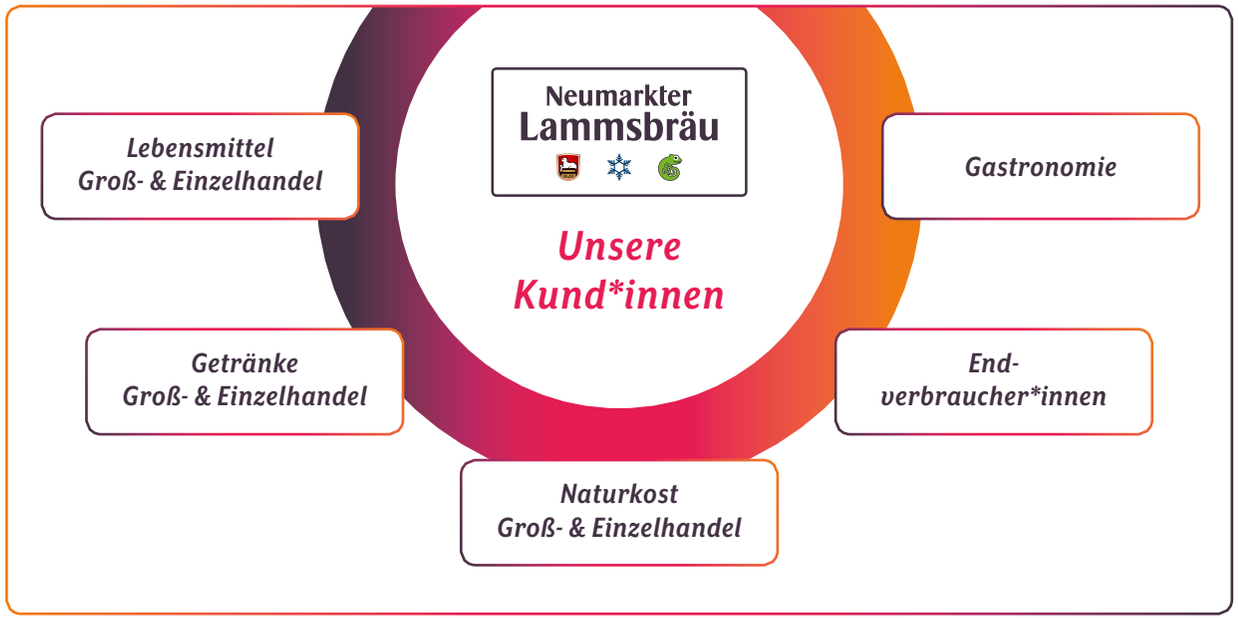


Abb. 3.8.: Unsere Kund*innen

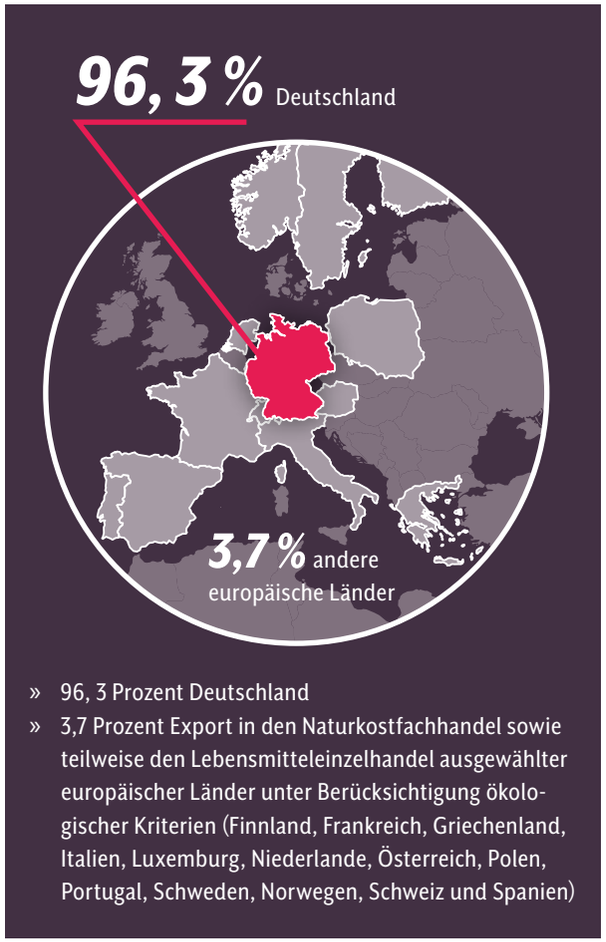


Abb. 3.9.: Unsere Verkaufsgebiete

betroffene Prozesse systematisch überprüft, reklamationsminimierende Maßnahmen abgeleitet und umgesetzt. Regelmäßige Kund*innenzufriedenheitsbefragungen werden als weiteres Messinstrument zukünftig wieder eingeführt.

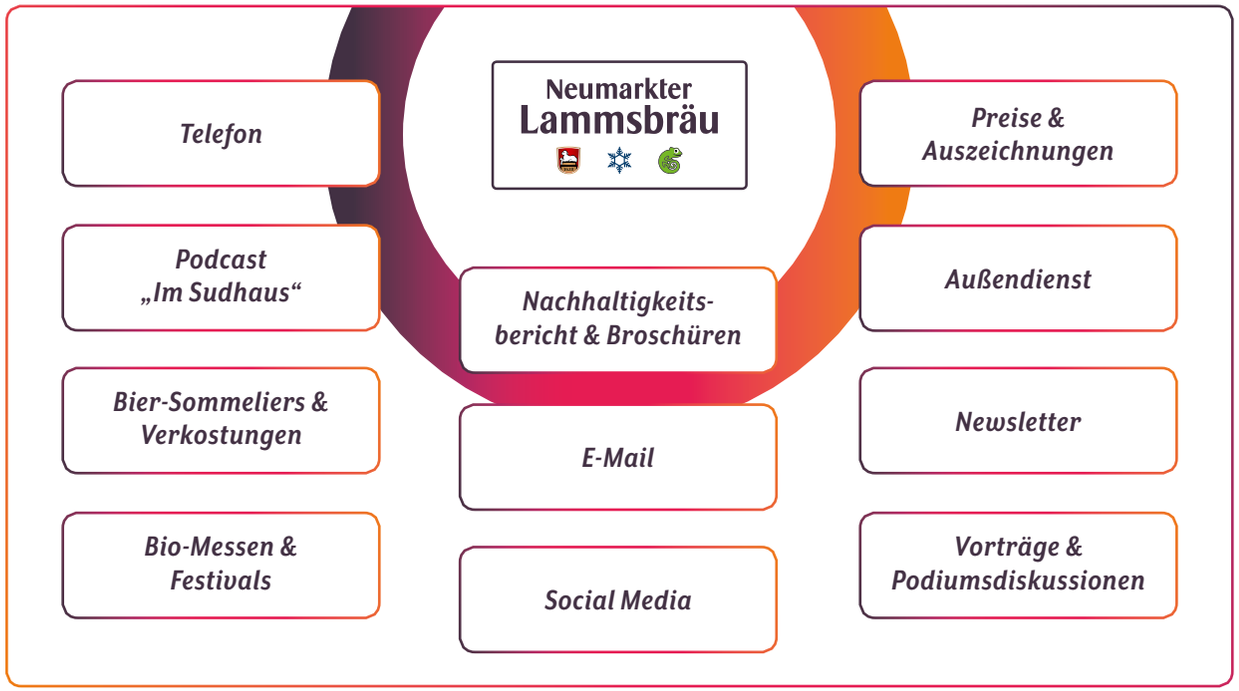


Abb. 3.10.: Unsere Kommunikation mit Kundinnen und Kunden

3.3.2 Unsere Kund*innenkommunikation

Für eine vertrauensvolle Beziehung mit unseren Kundinnen und Kunden gehen wir regelmäßig ins Gespräch, um uns an ihren Wünschen und gesellschaftlichen Entwicklungen zu orientieren. Sei es durch Gespräche der Vertriebskolleg*innen mit den Handelspartner*innen und Betreibenden von Gastronomiebetrieben oder über Lob, Anfragen oder auch Reklamationen, die den Kund*innenservice der Neumarkter Lammsbräu erreichen. Nur so können Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden erkannt und darauf eingegangen werden. Win-Win: Denn nicht zuletzt ist es unsere Kundschaft, die uns immer wieder spannende Anregungen für die Entwicklung neuer Produkte gibt!

Den Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden suchen wir ganz konkret bei Vorträgen, im Rahmen von Messen und der Teilnahme an Podiumsdiskussionen.

Besser geht’s immer

*Mit unserem neuen Leiter für den Bereich Verkauf und Kundenbetreuung haben wir in 2020 unsere Vertriebsgebiete neu strukturiert. Hierdurch sollen zukünftig die Anzahl der Besuche bei Kund*innen gesteigert und deren Betreuung intensiviert werden. Auch unsere Mitarbeitenden profitieren: Denn kürzere Fahrtzeiten erhöhen die Work-Life-Balance unseres Außendienstes (↗ siehe Kapitel 2.4). Positiver Nebeneffekt: Kilometer und Emissionen werden eingespart (↗ siehe Kapitel 4.3.1)*

„Bei unseren Getränken und unserem täglichen Handeln geht es uns nie allein um kurzfristigen, betriebswirtschaftlichen Erfolg. Wir haben hohe Ansprüche an eine nachhaltige Produktion und qualitativ hochwertige Produkte. Wir fangen bei uns selbst an und versuchen, alle unsere Partner auf dem Weg zu einer enkeltauglichen Welt mitzunehmen und zu begeistern. Dazu gehört im Vorfeld bereits ein gezielter Auswahlprozess bei der Kooperation mit potentiellen Kunden, dem unsere Unternehmenswerte und der Fokus auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe zugrunde liegen.“

Sebastian Zapf
Leitung Verkauf & Kundenbetreuung

3.3.3 Nachgefragt: Kund*innenstimmen

Wir freuen uns, wenn unsere Kundinnen und Kunden es ganz genau wissen möchten. Eingegangene Kund*innenanfragen werden bei uns gesammelt, ausgewertet und natürlich beantwortet. So können wir gezielt auf Fragen eingehen und daraus ableiten, ob wir mit unserer auf Marktanalysen basierenden Produktentwicklung auf dem richtigen Weg sind.

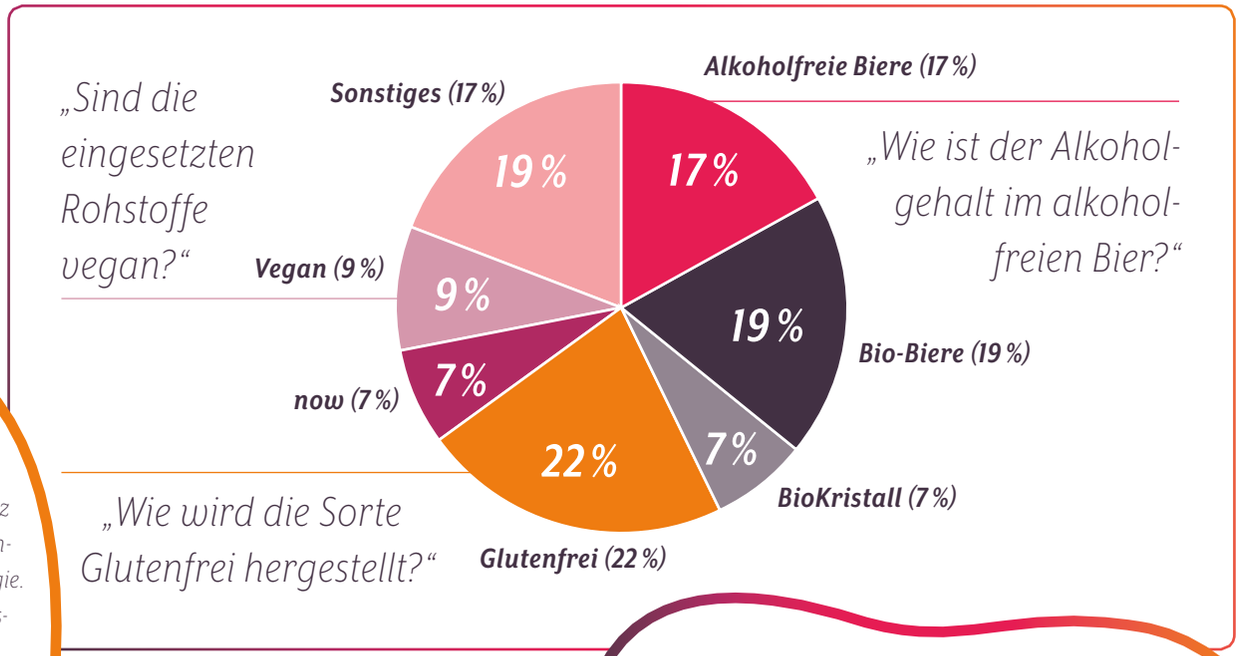


Abb. 3.11.: Auswertung der Anfragen unserer Kund*innen in 2020

Die Herstellung unserer Sorte Glutenfrei

Unser Glutenfrei wird als untergäriges Produkt mit 100% Gerstenmalz eingebraut. Unser verwendetes Verfahren zur Herstellung von glutenfreien Produkten beruht auf einer innovativen, patentierten Technologie. Nach der Herstellung wird jede Tank-Charge des Neumarkter Lammsbräu Glutenfrei nochmals von einem externen Speziallabor auf den kompletten Abbau der Gluten-Fragmente überprüft. Das in Flaschen abgefüllte Produkt wird ebenfalls regelmäßig einer Glutenanalyse unterzogen. Für unser Neumarkter Lammsbräu Glutenfrei haben wir ein eigenes Herstellungs- und Hygiene-Protokoll (HACCP-Konzept), mit dem wir sicherstellen, dass unsere glutenfreien Spezialitäten auch tatsächlich glutenfrei sind.

In 2020 drehte sich ein Großteil der Fragen um unsere glutenfreien Spezialitäten und wie deren Herstellung genau funktioniert (siehe Abbildung 3.11). Weiterhin fragten unsere Kund*innen sich (und uns) häufig nach dem Alkoholgehalt in unseren alkoholfreien Bieren. Zudem gab es immer wieder Anfragen zum Thema „vegane Produkte“ und Zuckergehalt in der Kategorie „now“. Wir nehmen die Anfragen und Anregungen unserer Kund*innen ernst: Beispielsweise setzen wir in 2021 den Fokus auf zuckerreduzierte now-Limonaden (↗ siehe Kapitel 3.2.2). Übrigens: Die Inhaltsstoffe sowie der Produktionsprozess unserer Getränke beinhalten keine tierischen Bestandteile.

Eine Besonderheit, die viele Kund*innen interessiert, gibt es bei den Etiketten auf unseren Flaschen: Wir können hier keine wasserlöslichen Leime verwenden, weil unsere Limos pasteurisiert werden. Lösungsmittelhaltige Leime kommen aus ökologischen Gründen nicht für uns infrage. Deshalb nutzen wir alternativ einen Leim, der aus Kasein hergestellt wird. Auf diese Weise sind unsere Etiketten vollständig umweltverträglich.

Der Alkoholgehalt unserer alkoholfreien Biere

Unsere alkoholfreien Biere werden grundsätzlich auf die gleiche Weise hergestellt wie ein „normales“, alkoholhaltiges Bier. Der Unterschied liegt lediglich darin, dass wir unsere alkoholfreien Biere nur sehr kurz vergären (gestoppte Gärung). Dadurch entsteht im Durchschnitt ein Alkoholgehalt von 0,2 - 0,3 % vol. Allgemein kann ein Bier gemäß gesetzlichen Vorgaben als „alkoholfrei“ bezeichnet werden, wenn es weniger als 0,5 % Volumenanteile Alkohol hat. Der Alkoholgehalt muss dabei nicht auf dem Etikett deklariert werden. Gleichzeitig darf ein Getränk nur dann als Bier bezeichnet werden, wenn es vergoren wurde. Aus Gründen der Verbraucherinformation haben wir uns für eine freiwillige Kennzeichnung des Alkoholgehaltes bei unseren alkoholfreien Bieren entschlossen.

Besonders freuen wir uns natürlich auch über das Lob unserer Kund*innen, welches uns über unseren Stakeholderkreis ganz persönlich, aber auch über unsere Social Media Kanäle erreicht. Diesen Ansporn teilen wir unter der Rubrik „Kund*innenstimmen“ regelmäßig mit unseren Mitarbeitenden in unserer monatlichen Mitarbeitendenzeitschrift.

„Das Alkoholfreie Natur-Radler von euch zaubert mir zum Feierabend immer wieder ein Lächeln ins Gesicht. Weil es halt einfach saugut schmeckt. Besten Dank dafür und Prost miteinander!“

Johannes Sammüller,
Konsument, Stakeholderkreis-Mitglied

„Danke für eure tollen Produkte und für euer Umweltengagement. Weiter so!“

„Hallo liebe Macher von Orange Cola! Ich habe mittlerweile so viele Cola-Mix Getränke ausprobiert. Euer Orange Cola ist der absolute Wahnsinn. Danke dafür!“

„An die sehr geehrten Damen und Herren der Neumarkter Lammsbräu, an die Geschäftsleitung, an alle Mitwirkenden Ihrer einzigartigen Produkte. Die Natürlichkeit, der Geschmack Ihres Weißbiers ist, ganz unabhängig von plakativer Werbung, sensationell und etwas vollkommen Besonderes in der Welt der Biere. Dass Sie Ihre hohe Qualität über einen langen Zeitraum nicht nur halten, sondern in der sensorischen Schaumbildung sogar noch steigern, ist imposant.“

„Auf diesem Weg möchten wir uns bei Ihnen für dieses hervorragende Bier bedanken. Wir beziehen es schon seit Jahren. Besonders erfreut sind wir darüber, dass Sie Naturhopfen verwenden. Wir freuen uns schon auf die nächste Lieferung. Mit freundlichen Grüßen vom Niederrhein.”

„In meiner Arbeit im Bioladen freue ich mich über jede einzelne Lammsbräu-Flasche, die ich über den Scanner ziehe, und dass meine Leser:innen die Arbeit von Lammsbräu ebenfalls so wertschätzen.“

Verena Hirsch, Bloggerin

„Alkoholfreies Bier und Weizen von Neumarkter Lammsbräu: Für uns die beste Wahl. Regional, lecker und prickelnd.“

AUTORIN KAPITEL 3:
Laura Schütz de Rivera

KAPITEL 4

Ökologische Produktion

Unsere ökologische Produktion im Überblick

CO_2e-Emissionen

im **Fuhrpark** um

↓ **49** t CO_2e

absolut **reduziert**

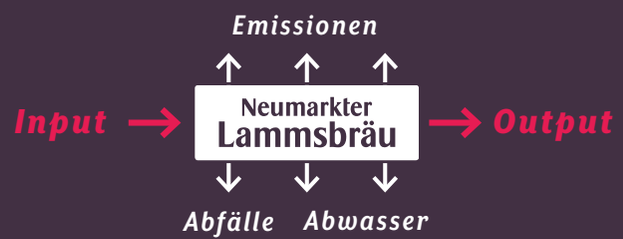
CO_2e-Emissionen

in **Scope 1 & 2** seit 2012 von 11,3 kg CO_2e auf

↓ **8,6** kg CO_2e

pro Hektoliter Fertiggetränk **reduziert**

Betriebsbilanz



Spezifische Abfallmenge

ist von 2,9 kg auf

↓ **2,7** kg

pro Hektoliter Fertiggetränk **gesunken**

Wärmeverbrauch

ist von 43,2 kWh auf

↓ **41,0** kWh

pro Hektoliter Fertiggetränk **gesunken**

Stromverbrauch

ist von 11,8 kWh auf

↓ **11,6** kWh

pro Hektoliter Fertiggetränk **gesunken**

Strategische Handlungsfelder:

Umweltschutz & Ressourcenschonung

Effizienz

Innovation

Ökologisch produzieren und dabei gleichzeitig enkeltauglich wirtschaften – wie kann das funktionieren? „Wir sind ein werteorientiertes Unternehmen mit der Vision einer enkeltauglichen Welt, zu der wir maßgeblich beisteuern wollen. Es muss nicht der maximale Gewinn erzielt werden zu Lasten der Umwelt. Auch wenn es nicht immer gelingt, Win-Win-Situationen zu schaffen, so versuchen wir bei all unseren Entscheidungen, unserer Nachhaltigkeitsphilosophie treu zu bleiben und der Natur am Ende mehr zurückzugeben als wir ihr entnehmen. Das ist unser Anspruch." sagt Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer der Neumarkter Lammsbräu (↗ siehe Kapitel 1.2.1).

Für uns als produzierendes Unternehmen bedeutet das insbesondere eine umweltfreundliche Produktion als Haupteinflussbereich, um negative Umweltauswirkungen zu reduzieren bzw. wo möglich zu verhindern. Wir sprechen hier vor allem von standortbezogenen Aktivitäten, wie Treibstoff- und Wärmeenergieverbräuchen und damit einhergehenden *CO_2e-Emissionen*, Wasser-, *Rohstoff-* und Materialverbräuchen und Optimierungen im Abfallmanagement. Gleichwohl versuchen wir auch in Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartner*innen, Lieferant*innen und Abnehmer*innen unsere Umweltauswirkungen wie bspw. die CO_2e entlang der Prozesskette kontinuierlich gemeinsam zu verringern und zu vermeiden.

In den beiden nachfolgenden Kapiteln werden unsere absoluten Mengen eingehender und ausgehender Stoffströme sowie die spezifischen Umweltkennzahlen und deren Bedeutung für die Auswirkungen auf Mensch und Umwelt dargestellt.

4.1 Alles im Fluss – unsere Stoffströme

In unserer *Input-Output-Bilanz* dokumentieren wir unsere eingekauften, mengenmäßig erfassbaren Stoffe und Materialien, die für die Herstellung von Bio-Getränken benötigt werden. In dieser Zusammenstellung werden auch *Kuppelprodukte*, Abfall- und Wertstoffe sowie verschiedene gasförmige Emissionen erfasst. Diese Stoffe werden entweder weiterverwendet oder in Form von Abwärme, Abluft oder Schall an die Umwelt abgegeben (siehe Abbildung 4.1).

Die Gegenüberstellung der Stoffströme als absolute In- und Outputmengen zeigt für das Jahr 2020 folgende wesentliche Ergebnisse (siehe Tabelle 4.1):

Input Rohstoffe

Die Anlieferung von Gerste ist um ca. 4 Prozent minimal gesunken, der Anteil an Weizen um 15 Prozent trotz erhöhter Menge abgefüllter Fertiggetränke. Hier konnten Lagerbestände aus

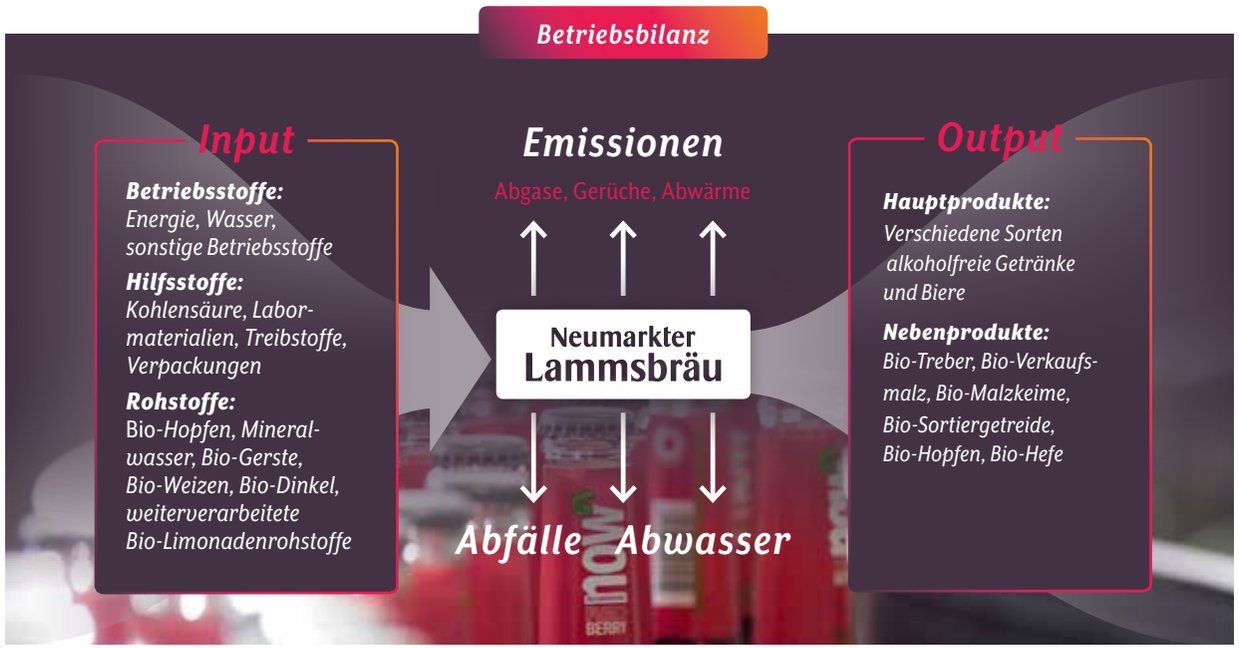


Abb. 4.1.: In- und Output-Bilanz der Neumarkter Lammsbräu [6)]

6) Quelle verändert nach Hopfenbeck, W., Jasch, C. (1993). Öko-Controlling. Umdenken zahlt sich aus! Audits, Umweltberichte und Ökobilanzen als betriebliche Führungsinstrumente. Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech, S. 268.

der Vorjahresernte genutzt werden. Der Bezug von Dinkel hingegen hat sich etwa verdoppelt, was an der höheren Nachfrage nach Dinkelbieren (+ ca. 16 Prozent) und wenig Vorratshaltung lag. Datengrundlage sind die Anlieferungen des Kalenderjahres aus den beiden Ernten 2019/2020. Bei der Menge bezogener *Grundstoffe* für die Herstellung alkoholfreier Getränke (*AfG*), wie unsere Bio-Limonaden und -Schorlen sieht man mengenmäßig wenig Unterschied (- 1 %). Die Entwicklung des Roh- und Grundstoffbezugs der letzten 6 Jahre zeigt die nachfolgende Abbildung 4.2.

Input Betriebs- und Hilfsstoffe

Unsere Regenwassernutzung haben wir aufgrund von Anlagenbedingter Nutzungsänderung eingestellt. Wir haben aktuell keine Verwendung dafür. Die eingekaufte Kohlensäure ist um 20 Prozent angestiegen. Zu begründen ist dies mit der höheren Ausstoßmenge Bier und den fünf neuen Tanks, hier benötigen wir für das *„Vorspannen“* mehr Kohlensäure.

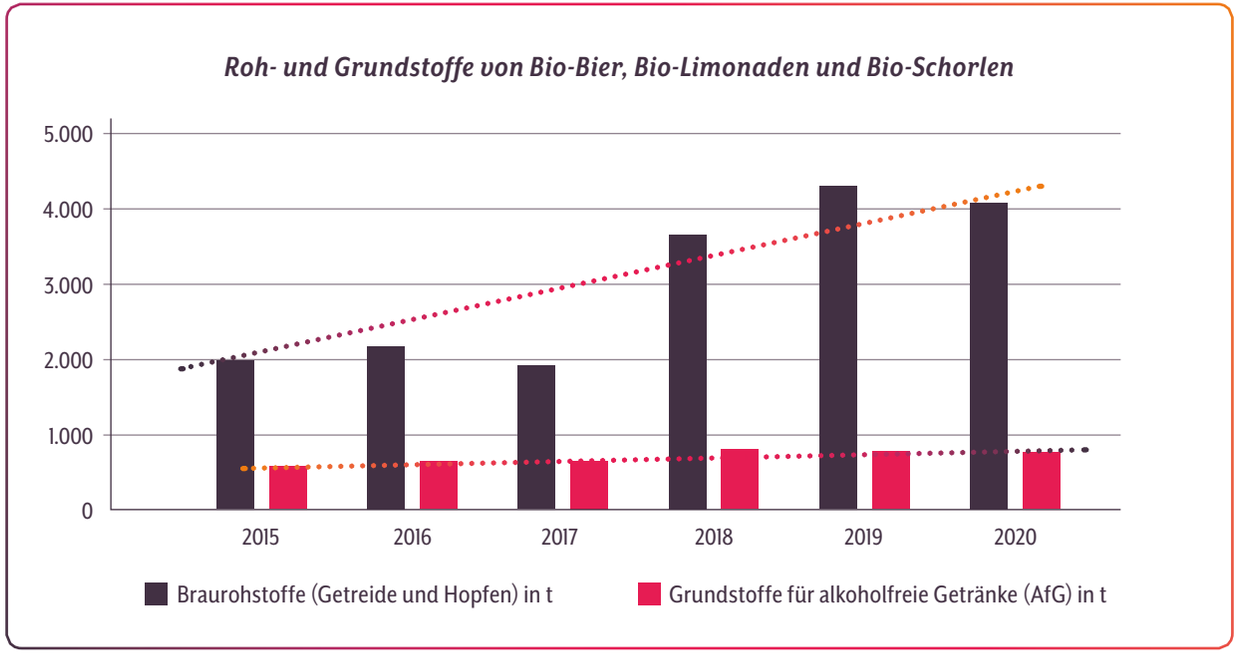


Abb. 4.2.: Entwicklung Roh- und Grundstoffmengen zur biologischen Getränkeherstellung mit Trend

Auch die eingekauften Etikettengarnituren haben sich im Vergleich zum Vorjahr erhöht (+ 25 % für Fässer und Umkartons, + 14 % bei Flaschen). Das liegt daran, dass wir uns 2020 bereits mit Etiketten eingedeckt haben aufgrund einer geplanten Preiserhöhung für 2021. Die Anzahl eingekaufter Kisten ist um 31 % und die eingesetzten Paletten sind im Vorjahresvergleich um 36 % angestiegen, was dem Hektoliter-Ausstoß und bei den Kisten zusätzlich weniger bzw. verspäteten Leergutrückläufen durch neu hinzugekommene Absatzkanäle geschuldet ist. Die Kronenkorken haben 2020 im Vergleich zu 2019 um ca. 38 % zugelegt, hingegen ist bei den Schraubverschlüssen eine Abnahme um ca. 31 % zu verzeichnen.

Der Grund für Ersteres lag in einem sehr niedrigen Lagerbestand Ende 2019, weswegen dieser gleich zu Beginn 2020 aufgefüllt wurde. Am Jahresende wurden für das 1. Quartal 2021 Preiserhöhungen angekündigt, so dass wir uns noch Ende 2020 mit Kronkorken eingedeckt haben. Zusätzlich wurden Corona-bedingte Lieferengpässe befürchtet. Die Schraubverschlussabnahme erklärt sich vor allem durch einen starken Rückgang unserer Bio-Mineralwasserabsätze aufgrund von Pandemie-bedingten vorübergehenden Schließungen bei unseren Gastronomiekunden und Ausfall von Veranstaltungen.

Output Hauptprodukte

Auf der Output-Seite schlagen im Vergleich zum Vorjahr die gestiegenen Mengen abgefüllter Hektoliter von insgesamt 262.917 hl zu Buche, d. h. trotz Corona-Jahr konnten wir einen Anstieg um 7 % verzeichnen.

„Auch für uns sind mit den Corona-bedingten Einschränkungen in der Gastronomie und der Absage der Volksfeste 2020 wichtige Vertriebskanäle weggefallen. Allerdings konnten wir insgesamt den Absatzrückgang in diesen Kanälen mit einer sehr positiven Entwicklung im Handel mehr als ausgleichen."

Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsleiter der Neumarkter Lammsbräu

Die Entwicklung der letzten 6 Jahre zeigt nachfolgend Abbildung 4.3.

Output Nebenprodukte

Bei den Nebenprodukten fällt auf, dass sich die Menge des verkauften Hopfens um 30 % verringert hat, was durch die Corona-bedingten Absatzverluste unserer Hopfen-Kund*innen (andere kleine Brauereien) zu erklären ist.

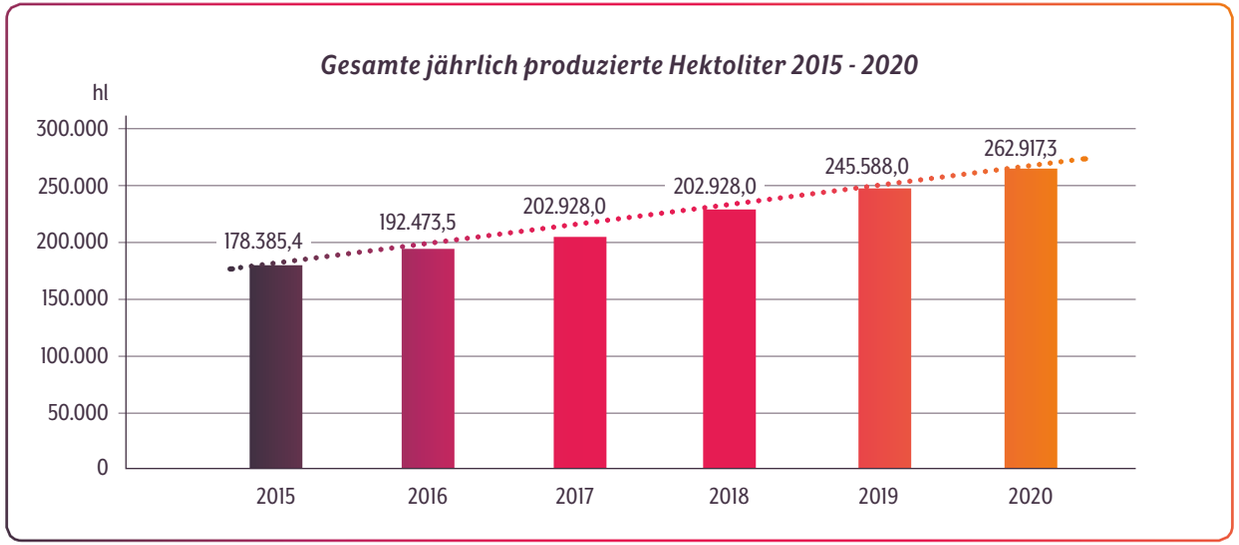


Abb. 4.3.: Am Standort abgefüllte Fertiggetränke in Hektoliter – Entwicklung mit Trendentwicklung

Output Abwasser

Das Abwasser hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 20 % reduziert. Allerdings wird ein Vergleich dadurch erschwert, dass im Jahr 2019 ungewöhnlich hohe Abwassermengen bei Pumpversuchen angefallen sind. Da diese Mehrverluste an Wasser unabhängig vom Produktionsprozess entstanden sind, hat der Vergleich der gesamten Abwassermenge nur eine eingeschränkte Aussagekraft über gestiegene Effizienzen.

Output Emissionen

Die Schadstoff- und *Treibhausgas-Emissionen* aus dem Treibstoffverbrauch des Fuhrparkes und der Wärmebereitstellung aus den Kesseln werden seit 2012 mit den regelmäßig aktuell angepassten Emissionsfaktoren aus der Datenbank *GEMIS* 4.9 (ProBas des Umweltbundesamtes) sowie dem Emissionsberechnungsmodell *TREMOD* 6.14 (11/2020) für Pkw und Lkw als auch TREMOD-MM 5.21 (2020) für Stapler bilanziert. Die Luftschadstoffe haben sich fast alle reduziert (einzige Ausnahme: CO_2e, ↗ siehe Kapitel 4.3.1), was insbesondere auf Verbesserungen im Fuhrpark durch Einsatz alternativer Antriebstechnologien und verringerter Treibstoffverbräuche durch weniger Fahrten im Corona-Jahr zurückzuführen ist. Dies führte in Summe zu einem deutlich verringerten Einsatz aller Treibstoffe (- 22 % im Vergleich zum Vorjahr).

Output Abfälle

Trotz des wirtschaftlichen Wachstums (↗ siehe Kapitel 1.2.4, Tabelle 1.2) ist die Menge am gesamten Abfall annähernd konstant geblieben (+ 1 % im Vergleich zum Vorjahr), es gab lediglich Verschiebungen in den Mengen der einzelnen Abfallarten. Die Abfälle zur Kompostierung haben sich als einzige Abfallfraktion signifikant verändert, wir haben hier eine Zunahme um 24 % zu verzeichnen. Verantwortlich hierfür ist ein Anstieg des Ausstoßes und der damit verbundenen höheren Filtrationstätigkeit, dadurch ist mehr *Kieselgur* angefallen.

Tabelle 4.1: Übersicht aller Input-Output Werte und Trendentwicklung (2015-2020)

	Input	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Einheit	Trend
1	***Rohstoffe***								
1.1	Trinkwasser	29.575	33.004	35.041	38.232	41.323	43.588	m^3	↗
1.2	Gerste	1.787,6	1.735,3	1.601,31	3.011,9	3.705,3	3.555,7	t	↑
1.3	Weizen	138,6	345,6	220,4	535,5	490,4	416,3	t	↑
1.4	Dinkel	0,0	33,0	30,4	52,0	12,8	26,4	t	↗
1.5	Hopfen	21,7	24,2	26,1	20,3	34,6	30,9	t	↗
1.6	Limonadengrundstoffe	563,0	631,4	637,1	789,9	760,0	753,2	t	↗
2	***Betriebsstoffe***								
2.1	***Energie***								
2.1.1	Strom	1.939.707	2.204.225	2.194.537	2.465.802	2.485.848	2.656.137	kWh	↗
2.1.2	Wärme	5.813.612	7.197.997	7.893.222	8.695.500	8.817.491	9.167.543	kWh	↗
2.2	***Wasser***								
2.2.1	Brauchwasser	57.739	67.522	76.365	77.679	81.899	85.482	m^3	↗
2.2.2	Regenwasser	97	83	397	205	246	0	m^3	→
2.3	***Sonstige Betriebsstoffe***								
2.3.1	Kühlmittel Glykol	2,0	1,0	1,0	8,0	4,0	1,0	t	↗
2.3.2	Schmierstoffe	4,0	6,7	4,8	3,2	5,8	6,4	t	→
2.3.3	Filterhilfsmittel	16,9	25,1	26,1	24,8	34,9	34,3	t	↗
2.3.4	Reinigungs- und Desinfektionsmittel	169,6	202,3	224,2	244,1	226,7	233,8	t	↗

Für die Berechnungen ab 2016 sind die beiden ausgelagerten, aber nahe der Brauerei gelegenen Standorte Stauf (Festeteam & Lagerung des Feste-Inventars) sowie Blomenhof (Leergutsortierung) mit einkalkuliert.

Hinweis zur Auswertung der Input/ Output Bilanz ab S. 82: Alle Abweichungen +/- 20 % und mehr werden kurz erläutert. Die Daten für die betriebliche Input-Output-Bilanz wurden nach folgenden Kriterien erfasst: Auf der Inputseite steht der Zugang (Einkauf) im jeweiligen Geschäftsjahr (Ausnahme: Getreide). Schwankungen aufgrund von Bestandsänderungen werden durch den längeren Betrachtungszeitraum wieder ausgeglichen. Die Output-Seite der Bilanz sowie die daraus abgeleiteten Kennzahlen basieren auf Ausstoß- und Produktionsdaten am Standort der Brauerei und spiegeln somit tatsächliche Verbrauchswerte wider.

	Input	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Einheit	Trend
3	**Hilfsstoffe**								
3.1	**Kohlensäure**								
3.1.1	Kohlensäure-Eigengewinnung	62,0	55,3	67,6	90,8	93,3	97,8	t	↗
3.1.2	Kohlensäure-Einkauf	411,6	470,6	506,9	519,0	580,2	695,5	t	↗
3.2	**Verpackungen**								
3.2.1	Kronkorken	34.895.270	46.140.490	42.249.370	48.980.410	47.127.210	64.900.580	Stk.	↗
3.2.2	Schraubverschlüsse	4.043.910	4.870.870	4.516.460	5.316.570	7.034.400	4.830.400	Stk.	↗
3.2.3	Neuglas	1.904,5	2.169,6	2.113,0	3.407,4	2.957,7	3.278,0	t	↗
3.2.4	Etikettenleim	9,2	16,1	13,2	15,0	17,5	19,8	t	↗
3.2.5	Etikettengarnituren (Flaschen)	47.584	60.340	50.790	59.767	62.711	71.719	Tsd. Stk.	↗
3.2.6	Etikettengarnituren (Fässer und Umkartons)	65.500	78.000	48.000	48.000	48.000	60.000	Stk.	↘
3.2.7	Getränkekisten	264,7	291,6	249,0	260,8	238,8	312,9	t	→
3.2.8	Fässer	12	2	357	203	0	2	Stk.	↘
3.2.9	Paletten	5.667	5.536	9.563	9.645	10.525	14.328	Stk.	↑
3.2.10	Verpackungsmaterial (Palettenbinder, Stretchfolie)	1,7	1,6	3,2	3,2	3,1	2,7	t	↗
3.3	**Labormaterialien**								
3.3.1	Analysematerialien	0,2	0,5	0,5	0,6	0,6	0,2	t	→
3.4	**Treibstoffe**								
3.4.1	Pkw-/Lkw-Treibstoffe	114,8	117,5	100,3	104,2	107,9	84,3	t	→
3.4.2	Gabelstaplergas	0,5	0,5	0,2	0,2	0,1	0,1	t	↘

	Output	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Einheit	Trend
1	***Hauptprodukte***								
1.1	Bio-Biere, Bio-Limonaden und Bio-Mineralwasser	178.385	192.473	202.928	227.034	245.588	262.917	hl	↗
2	***Nebenprodukte***								
2.1	Malz (Verkauf)	48,2	42,1	48,8	53,9	48,8	42,7	t	→
2.2	Hopfen (Verkauf)	275	250	180	200	200	140	kg	↘
2.3	Malzkeime	51,5	60,0	64,9	72,8	74,8	74,4	t	↗
2.4	Bio-Treber	2.664,6	3.254,5	3.134,3	3.414,8	3.659,7	4.077,7	t	↗
2.5	Hefe (Verkauf)	2,0	1,5	1,4	2,4	2,5	2,3	t	↗
2.6	Abputzgetreide	63,9	94,2	90,0	91,6	38,4	41,8	t	↘
3	***Abwasser***	50.621	66.942	72.473	75.215	98.830	79.021	m^3	↗
4	***Emissionen (Betrieb + Fuhrpark)*** [a]								
4.1	Wasserdampf	943	1.050	1.114	1.214	1.332	1.434	t	↗
4.2	Staub/Ruß/Partikel	43	47	26	20	16	13	kg	↘
4.3	CO	790	792	837	925	874	812	kg	→
4.4	CO_2e	1.761	1.965	1.934	2.119	2.171	2.218	t	→
4.5	SO_2	370	656	101	20	22	19	kg	↓
4.6	NO_x	2.325	2.488	2.230	2.292	1.946	1.744	kg	↘
4.7	NMVOC	128	134	67	68	56	49	kg	↘
5	***Abfälle***								
5.1	Abfälle zur Verwertung	2.366,9[b] (211,4)	1.046,8[b] (436)	258,7[b] (419,9)	497,3	25[b] (564,0)	31,3[b] (549,6)	t	↑
5.2	Abfälle zur Kompostierung (Kieselgur, Mälzereistaub)	76,5	94,3	94,9	95,8	99,4	123,5	t	↗
5.3	Hausmüllähnlicher Gewerbeabfall (Restmüll)	112,9	48,2	40,6	44,3	43,6	41,1	t	↘
5.4	Gefährliche Abfälle (Spüllauge, Laborchemikalien, Altöl, Asphaltaufbruch etc.)	67,4[b] (2,3)	73,2[b] (8,7)	8,3[b] (4,2)	6,8	3,5	2,3	t	↘

a) Die Emissionswerte setzen sich zusammen aus den Emissionen der Feuerungsanlagen, den Fuhrparkemissionen (Lkw + Pkw) sowie den Emissionen, die durch den innerbetrieblichen Gabelstaplerverkehr verursacht werden, sowie sonstigen flüchtigen Emissionen im Rahmen des Produktionsprozesses (u. a. *Kältemittelleckagen*). Diese Daten enthalten keine Emissionen, die bei den vorgelagerten Wert- bzw. Schadschöpfungsstufen von Treibstoffen sowie Energieträgern für die Wärmeversorgung anfallen. Seit dem Jahr 2012 wird für die Pos. 4.2 bis 4.7 mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der Datenbank GEMIS (derzeit Version 4.9 ProBas des Umweltbundesamtes Trendberechnung für letzte 6 Jahre) sowie dem UBA Emissionsberechnungsmodell TREMOD-MM (derzeit TREMOD 6.14 (11/2020) und TREMOD-MM 5.21 (2020) bilanziert. Daten rückwirkend angepasst, siehe Hinweis zu Tabelle 4.2.

b) zusätzlich angefallen durch Abbrucharbeiten der Brauerei am Standort, Werte in ( ) sind die regulär angefallenen Abfallmengen.

hl = Hektoliter (100 Liter)

Näheres zur *Trendberechnung* in der Input/ Output-Bilanz siehe Anhang.

4.2 Mit kontinuierlicher Verbesserung hin zu einer noch umweltfreundlicheren Getränkeherstellung

Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP), ein wichtiger Bestandteil der Normen unseres Integrierten Managementsystems (IMS), ist ein elementarer Bestandteil für alle Unternehmensbereiche in unserem Haus (↗ siehe Kapitel 1.2.5). Indem Arbeitsabläufe fortwährend evaluiert werden, können Veränderungen hinsichtlich des betrieblichen Umweltschutzes und einer umweltfreundlicheren Produktion besonders effizient erreicht werden. Dies ist für uns ein integraler Bestandteil und wichtige Voraussetzung für eine kontinuierliche Prozessoptimierung. Bei der Überarbeitung der *Wesentlichkeitsanalyse* hat sich erneut herauskristallisiert, dass sich die ökologischen Themen nach *GRI* nach wie vor überwiegend mit den umweltrelevanten Themen aus der Umweltaspekte-Bewertung nach *EMAS* decken.

Messen und Auswerten – Kennzahlen bilden und Prozesse überwachen

Für die Bereiche Wasser, Abfall, Material, Energie und Emissionen werden messbare Kennzahlen erhoben (↗ siehe Kapitel 4.3.1-4.3.6). Im Vergleich mit den Vorjahreswerten (Trend) lässt sich erkennen, inwiefern Maßnahmen zur Verbesserung greifen oder noch einmal nachjustiert werden müssen. Generell sollen negative Umweltauswirkungen vermieden und positive Auswirkungen gestärkt werden. Dabei werden aus einigen Messgrößen wie Kilowattstunden oder Liter Treibstoff zum Teil wieder andere generiert (Bsp.: Berechnung der *CO_2-Äquivalente* mit Umrechnungsfaktoren). Dadurch wird der eigene Beitrag auf die Umweltauswirkungen, in diesem Fall konkret auf den Klimaschutz, ersichtlich.

Die Erfassung sowie Auswertung der Daten erfolgt über das *Nachhaltigkeitsmanagement* in enger Abstimmung mit den Prozessverantwortlichen aus Produktion, Instandhaltung & Energie sowie der Logistik. Sollten sich die Kennzahlen unterjährig ins Negative verändern, wird dies in speziellen Gremien, wie bspw. der Umweltausschuss-Sitzung, diskutiert und wenn möglich werden sofort Korrekturmaßnahmen eingeleitet – selbstverständlich entscheidet hier final die Geschäftsleitung.

Trotz einer bereits hohen Genauigkeit bietet die Auswertung der Energiekennzahlen bspw. noch Verbesserungspotential: Um Veränderungen noch genauer nachvollziehen zu können, werden in Zukunft weitere Zähler installiert, die uns dabei helfen, prozess- und produktbezogene Verbräuche spezifischer auswerten zu können (↗ siehe Kapitel 4.3.3).

Um zusätzlich kontinuierliche Verbesserungen zu generieren, können Mitarbeitende Verbesserungsvorschläge einbringen, die nach Prüfung und Bewertung durch die Führungskräfte bei positivem Aufwand/Nutzen-Verhältnis versucht werden, im jeweiligen Prozessbereich umzusetzen. Auch interne *Audits* werden in der Neumarkter Lammsbräu genutzt, um den Status Quo zu verbessern (↗ siehe Kapitel 1.2.5).

Zur Überprüfung der Wirksamkeit des Integrierten Managementsystems werden einmal im Jahr alle vorhandenen Instrumente und Auswertungen im Umwelt- und Qualitätsbereich hinsichtlich Funktionalität und Effizienz genauer unter die Lupe genommen (Management-Review) und bei Bedarf Änderungen eingeleitet.

Der gesamte Produktionsprozess ist auf unserer Webseite beschrieben: ***https://www.lamms-braeu.de/produkte/produktion***

Was sind Umweltaspekte und Umweltauswirkungen?

Unter Umweltaspekten ist gemäß der Definition der EMAS-Verordnung „Derjenige Bestandteil der Tätigkeiten, Produkte oder Dienstleistungen einer Organisation [zu verstehen], der Auswirkungen auf die Umwelt hat oder haben kann." Umweltaspekte können positive oder negative Auswirkungen auf die Umwelt hervorrufen. Wir führen regelmäßig eine Umweltaspektebewertung gemäß definierter Kategorien je Aspekt durch, um den Status Quo unserer Umweltleistungen zu erfassen. Dort wo Handlungsbedarf besteht, werden Maßnahmen abgeleitet, um Auswirkungen auf Luft, Wasser, Boden, natürliche Ressourcen sowie Flora & Fauna zu reduzieren. Die folgenden Kapitel geben darüber weitere Auskunft.

4.3 Welche umweltrelevanten Auswirkungen hat unsere Produktionsweise?

Als nachhaltig ausgerichteter Betrieb leben wir den betrieblichen Umweltschutz bereits seit Mitte der 90er Jahre als freiwillige Selbstverpflichtung (*ISO 14001*/ EMAS). Die Aufgabe besteht darin, unsere Umweltleistung mittels sinnvoller Messindikatoren zu bewerten und anhand dieser eine kontinuierliche Verbesserung zu erzielen (↗ siehe Kapitel 4.2). Die dabei ermittelten direkten Umweltaspekte werden mit Kern-Indikatoren im vorliegenden Kapitel 4.3 dargestellt. Sie sind teilweise erweitert um GRI-Indikatoren. Dabei spielt hier nicht nur der Unternehmensstandort alleine, sondern zum Teil auch die gesamte *Wertschöpfungsnetzwerk* eine Rolle, wie bspw. im Bereich Klimaschutz (↗ siehe Kapitel 4.3.1).

4.3.1 Luftschadstoffe & Treibhausgasemissionen – Schutz des Klimas und der Umwelt mit Strategie und System

Durch den ökologischen Anbau der Rohstoffe all unserer Bio-Produkte vermeiden wir CO_2e-Emissionen. Natürlich fallen bei landwirtschaftlichen Ernteprozessen (z. B. Bodenbearbeitung) sowie den Getreidetransporten Emissionen an, genauso bei den Herstellungsprozessen entlang der vorgelagerten Kette (bei den Bio-Limonaden) und an unserem Standort selbst (vor allem bei energieintensiven Bier-Produktionsprozessen). Um genauer zu verstehen, an welcher Stelle welche Emissionen in welchen Mengen anfallen und somit große Emissions-Hotspots liegen, haben wir für das Basis-Jahr 2012 erstmalig einen gesamtunternehmerischen *CO_2e-Fußabdruck (Corporate Carbon Footprint – CCF)* nach dem *Greenhouse Gas Protocol*-Standard und den *ISO Normen 14064 & 14067* erstellt sowie auf dieser Grundlage eine Klimaschutzstrategie erarbeitet, die wir kontinuierlich weiterentwickeln.

Die Fortentwicklung unserer Klimastrategie

Bereits 2013 wurde mit wissenschaftlichen Expert*innen eine umfassende Klimaschutzstrategie entwickelt: Bis 2025 sollten jedes Jahr durchschnittlich sechs Prozent der im direkten Einflussbereich befindlichen CO_2e-Emissionen (*Scope* 1 und 2) gegenüber dem Vorjahr vermieden werden.

Was hat Ökolandbau & Klimaschutz mit der Herstellung unserer Bio-Produkte zu tun?

*Der Ökolandbau hat insbesondere auf den Schutz des Klimas, den Erhalt unserer wichtigen Ressourcen Boden und Artenvielfalt sowie unser Trinkwasser unmittelbare positive Effekte (↗ siehe Kapitel 1.2).Durch Humusaufbau wird Kohlendioxid, das mengenmäßig relevanteste Treibhausgas, im Boden gebunden und somit die Atmosphäre entlastet. Verglichen mit anderen langlebigen Treibhausgasen leistet Kohlendioxid mit 66 % den größten Beitrag zum Treibhauseffekt.[7] Die Unterstützung des Humusaufbaus durch den Ökolandbau stellt somit eine wichtige Klimaschutzmaßnahme in Form einer Treibhausgassenke dar. Die ökologische Bewirtschaftung der Böden sowie gezielte Projekte mit Landwirt*innen der eigenen Erzeugergemeinschaft (z. B. Umsetzung von **Kulturlandplänen** und Humuskooperationen) führen zu einer Erhöhung des Humus-Anteils, wodurch Kohlenstoff gebunden wird und zusätzlich die Bodeneigenschaften hinsichtlich Nährstoffverfügbarkeit und Wasserhaltekapazität verbessert werden.*

Durch den gesamtunternehmerischen CO_2e-Fußabdruck wurde ersichtlich, dass die wesentlichen Emissionen im Bereich der Rohstoffbeschaffung von Braugetreide, Hopfen und Limonadenrohstoffen (Scope 3) sowie innerhalb der betrieblichen Produktionsprozesse anfallen, hier vor allem bei der Wärmeenergieerzeugung (Scope 1). Demzufolge liegen hier die größten Hebel zur Vermeidung und Reduktion von Treibhausgasen. So werden beispielsweise bei der Rohstoffbeschaffung die Emissionen der gesamten vorgelagerten Prozesskette berücksichtigt, also der Anbau der Agrarprodukte, deren Weiterverarbeitung, die Verpackung und der Transport vom Anbaustandort bis zur Brauerei.

7) Quelle: Umweltbundesamt (2020). Atmosphärische Treibhausgas-Konzentrationen. https://www.umweltbundesamt.de/daten/klima/atmosphaerische-treibhausgas-konzentrationen#lachgas, Zugriff am 09.04.2021

Insbesondere am Brauereistandort konnten in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von Maßnahmen umgesetzt werden, die einen Beitrag zur CO_2e-Reduktion geleistet haben (siehe Abbildung 4.4). Dies waren der Umbau der Energiezentrale (neue Kessel mit höherem Wirkungsgrad für eine effizientere Dampferzeugung), der Energieträgerwechsel „weg vom Öl, hin zu 100 % Erdgas“, der Aufbau unseres Energiemanagementsystems sowie Umstellungen im Fuhrpark (Erdgas als Antriebstechnologie, verbessertes Fahrverhalten durch die „Nachhaltigkeitsliga“).

Bezogen auf die abgefüllte 0,33 Liter Flasche konnten dadurch bereits seit 2012 etwa 9 g CO_2e eingespart werden (Scope 1 & 2), das entspricht einer CO_2e-Reduktion um 24 % pro Hektoliter Fertiggetränk (Scope 1 & 2).

Basisjahr 2012: Scope 1 Emissionen: 1.494 t CO_2e, Scope 2 Emissionen: 28 t CO_2e, Scope 3 Emissionen: 848 t CO_2e.

Vor allem die Maßnahmen zur Vermeidung und Reduktion von Treibhausgasen am Betriebsstandort besitzen innerhalb der Klimastrategie oberste Priorität. Das Thema Klimaschutz hat in den letzten Jahren, spätestens aber seit dem Pariser Klimaschutzabkommen extrem an Aktualität und Bedeutung zugenommen. Durch Bewegungen wie „Fridays for Future“ und politische Signale wie dem Green Deal, aber auch durch übergeordnete gesellschaftliche Leitplanken wie den SDGs und wissenschaftsbasierten Zielvorgaben (Science Based Targets-SBTs) oder der Einführung der CO_2-Bepreisung durch das Klimaschutzgesetz wird dies deutlich.

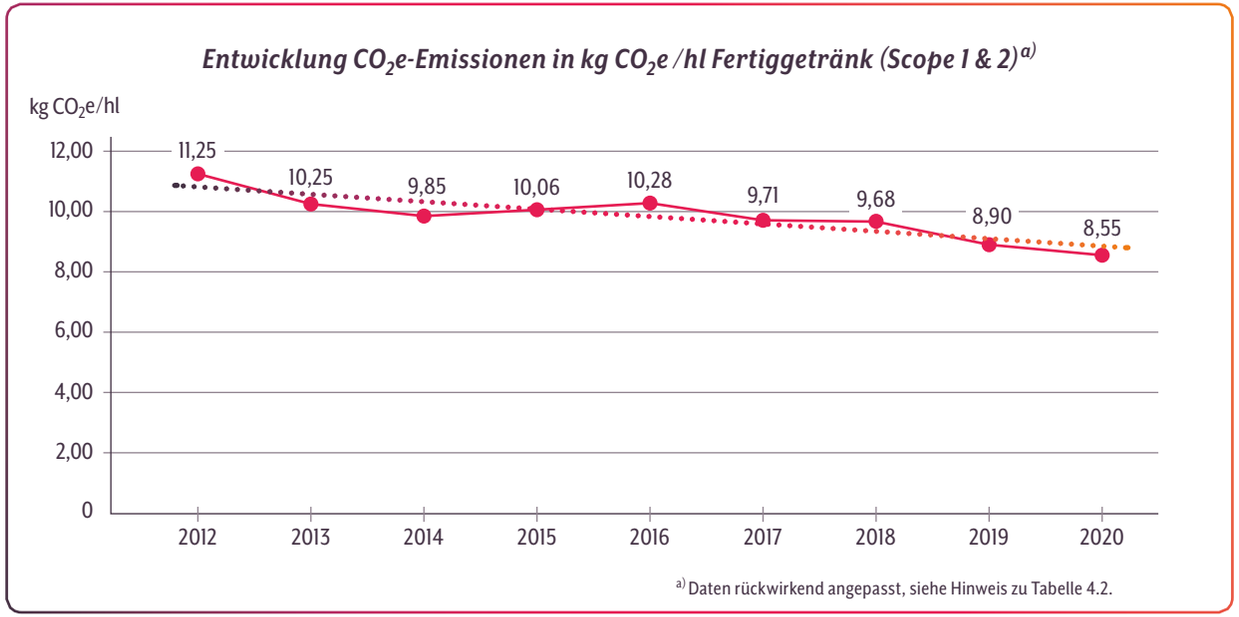


Abb. 4.4.: Entwicklungen der CO_2e-Emissionen 2012 bis 2020

Was sind SBTs[8)]?

SBTs (oder Science Based Targets) sind Reduktionsziele für Treibhausgasemissionen. Was ist das Besondere an ihnen? Sie werden auf einer wissenschaftlichen Grundlage berechnet, um sicherzustellen, dass die globale Erderwärmung gegenüber der prä-industriellen Ära auf deutlich unter 2 °C, besser 1,5 °C begrenzt wird. Dies bedeutet, dass Firmen ihre Emissionsreduktionen an einer konkreten Zielsetzung ausrichten können, um dem Klimawandel effektiver entgegenwirken zu können.

Wir haben uns deswegen mit Blick auf das Erreichen der Ziele des Pariser Klimaabkommens entschieden, unsere bisherige Klimastrategie neu aufzusetzen und uns dafür an den SBTs und den Klimazielen der Bundesregierung zu orientieren, um dem Klimawandel aktiv entgegenzuwirken.

Mit unserem Energiemanager haben wir seit 2019 eine weitere personelle Ressource geschaffen, um Maßnahmen im Bereich der Wärme- und Kälteenergieversorgung anzugehen, ebenso wird uns ab 2021 ein Trainee (FiBL-Traineeprogramm „Ökologische Land- und Lebensmittelwirtschaft“) auf operativer Ebene in der optimierten Erfassung und Visualisierung unserer Emissionen unterstützen.

8) Quelle: https://dfge.de/science-based-targets/, Zugriff am 19.3.2021

Wie erreichen wir Klimaneutralität?

Unsere CO_2e-Emissionen im direkten Einflussbereich werden bereits kontinuierlich vermieden bzw. reduziert, wo es machbar ist, mit Blick auf die Zukunft wollen wir uns hier noch deutlich verbessern. Alle nicht vermeidbaren CO_2e-Emissionen der letzten Jahre haben wir durch anerkannte und offiziell nach dem Gold bzw. Verified & Social Carbon-Standard zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert. Dadurch konnte seit 2014 für jedes Jahr in den Bereichen Scope 1 und 2 Klimaneutralität erreicht werden.

Im Rahmen eines gemeinschaftlichen Klima-Projektes mit der Universität Kassel und dem Klimaschutzunternehmen e.V.[9] wird in 2021 eine Potentialanalyse am Standort durchgeführt, aus der unter Berücksichtigung ökonomischer Aspekte Maßnahmen für die CO_2e-Reduktion und ein an den Vorgaben der Science Based Targets (SBT) Initiative orientiertes Ziel abgeleitet und auf Umsetzung bis 2030 hin überprüft werden. Dies beinhaltet die Analyse von Fördermitteln und Maßnahmen mit großer CO_2e-Hebelwirkung. Dabei geht es um effiziente Technologien und damit verbundene Einsparungen an Energie ebenso wie um die verstärkte Einbindung erneuerbarer Energieträger in unserer Energieversorgung. Daneben wird auch unser Fuhrpark künftig noch nachhaltiger ausgerichtet. Wir werden sukzessive auf Elektromobilität umsteigen und durch Ladesäulen am Standort (= 100 % Ökostrom) sowie bei den mobilen Mitarbeiter*innen zu Hause durch Einbau von Wallboxen (Voraussetzung: Ökostrom) auch das Bewusstsein für Ökostrom-Nutzung steigern.

Treibhausgase & Luftschadstoffe bilanzieren, reduzieren und vermeiden

Die Bilanzierung unserer Treibhausgase basiert auf CO_2-Äquivalenten. Sie setzen sich neben CO_2-Emissionen auch aus anderen Treibhausgasen, wie Methan oder Lachgas, zusammen. Diese Emissionen werden bei der Produktionstätigkeit sowohl am Standort selbst, als auch in den vor- und nachgelagerten Stufen des Wertschöpfungsprozesses entlang der *Liefernetzwerke* verursacht (siehe Abbildung 4.5).

Die Emissionen der Neumarkter Lammsbräu werden für die nachfolgenden Bereiche jährlich erfasst und aktualisiert:

- bei der landwirtschaftlichen Erzeugung der Braurohstoffe (berechnet auf Basis der für die verarbeiteten Braurohstoffe benötigten Anbaufläche und des damit verbundenen Transportes),
- bei der Rohverarbeitung für die Limonadenherstellung (berechnet auf Basis der verarbeiteten Mengen an Limonadenrohstoffen bis hin zu den Grundstoffen und deren Transport),
- bei der Erzeugung des in der Brauerei verbrauchten Stroms,
- durch die betrieblichen Feuerungsanlagen (betrieben fast ausschließlich mit Erdgas)
- und die Fahrzeugflotte der Neumarkter Lammsbräu (Lkw, Pkw, Gabelstapler und Sonstige)
- ferner werden flüchtige Emissionen wie entwichener Wasserdampf und Kühlmittelverluste erfasst.

Die nachfolgende Tabelle 4.2 gibt Auskunft über die Entwicklung der *Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen)* der Neumarkter Lammsbräu in den einzelnen Prozessbereichen von 2018 bis 2020 (Vorjahreswerte ↗ siehe Tabelle 2 im Anhang) in Form von „CO_2-Äquivalenten“ (CO_2e).

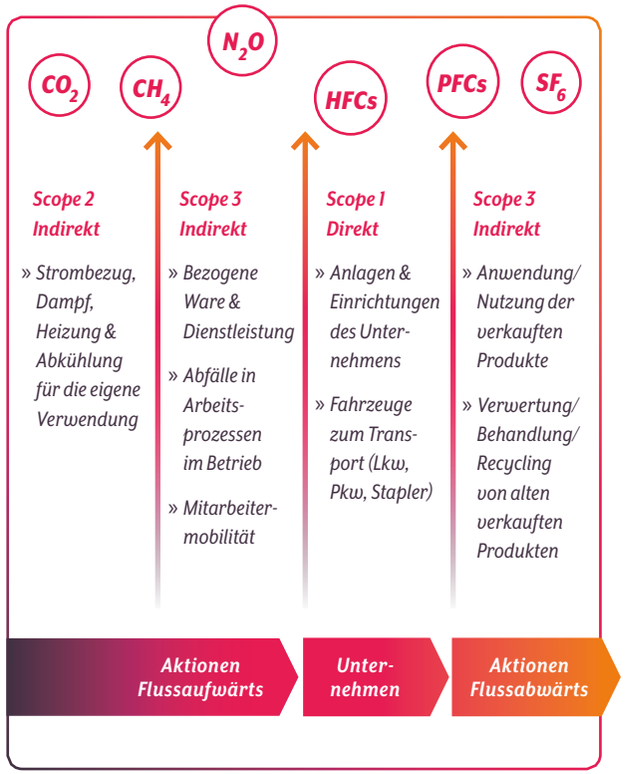


Abb. 4.5.: Unsere CO_2-Äquivalente Scope 1 bis 3 mit Beispielen, was darunter fällt[10]

10) Quelle: verändert nach World Resources Institute and World Business Council for Sustainable Development (2011). GHG Protocol, Corporate Value Chain. A corporate Accounting and Reporting Standard, Revised Edition.

9) Quelle: https://www.klimaschutz-unternehmen.de/ueber-uns/projekt-wege-zum-klimaneutralen-unternehmen/, Zugriff am 15.3.2021

Tab. 4.2: Bilanzierung der Treibhausgasemissionen durch die Aktivitäten der Neumarkter Lammsbräu (Scope 1-3 anteilig)

	2018	2019	2020	Einheit
Scope 1				
CO_2e betriebliche Feuerungsanlagen	1.854,4	1.906,1	2.004,2	t
CO_2e Fuhrpark Lkw	122,9	123,7	92,5	t
CO_2e Fuhrpark Pkw	124,9	122,5	101,0	t
CO_2e Fuhrpark (Sonstige)[a)]	1,2	1,9	0,9	t
CO_2e Fuhrpark Gabelstapler	5,4	6,4	11,0	t
CO_2e Kältemittelleckagen	10,4	10,7	8,7	t
Gesamt CO_2e Scope 1	***2.119,2***	***2.171,3***	***2.218,3***	***t***
Scope 2[b)]				
CO_2e aus Strombezug	35,3	33,8	28,5	t
Gesamt CO_2e Scope 2	***35,3***	***33,8***	***28,5***	***t***
Gesamt CO_2e Scope 1 & 2	***2.154,5***	***2.205,0***	***2.246,8***	***t***

	2018	2019	2020	Einheit
Scope 3[c)]				
CO_2e Trinkwasser	43,6	33,2	44,6	t
- davon Prozessemissionen	42,3	32,2	43,2	t
- davon Transportemissionen	1,3	1,0	1,4	t
CO_2e Bio-Braugetreide	1.077,3	1.328,1	1.557,1	t
- davon Prozessemissionen	1.037,7	1.232,6	1.495,2	t
- davon Transportemissionen	39,7	95,4	61,9	t
CO_2e Bio-Hopfen	22,0	37,4	33,5	t
- davon Prozessemissionen	21,5	36,6	32,8	t
- davon Transportemissionen	0,4	0,8	0,7	t
CO_2e der Bio-Limonadengrundstoffe	575,8	526,4	498,4	t
- davon Prozessemissionen	466,2	427,1	358,8	t
- davon Transportemissionen	109,6	99,3	139,6	t
CO_2e Bio-Roh- und Grundstoffe Scope 3 (Trinkwasser, Braugetreide, Hopfen, Limonaden)	***1.718,6***	***1.925,0***	***2.133,6***	***t***
- davon Prozessemissionen	1.567,6	1.728,5	1.930,0	t
- davon Transportemissionen	151,0	196,5	203,6	t
THG-Emissionen Gesamt (CO_2e) Scope 1, 2 & 3	***3.873,2***	***4.130,0***	***4.380,4***	***t***

Die Berechnungen für die Scope 1-Emissionen erfolgen ohne Einbeziehung von Vorstufen für die Energiebereitstellung und Treibstoffen sowie der damit verbundenen Transportwege. Die jeweiligen Umrechnungsfaktoren sowie weitere Informationen zu den *CO_2-Fußabdruck-Berechnungen* werden im Anhang erläutert.

a) Sonstige: Hierunter fallen beispielsweise der Betrieb von Rasenmähern, Waschgeräten, Traktoren, Lader & Leihfahrzeugen.
b) Scope 2: Beinhaltet im Rahmen der Erzeugung und Bereitstellung des extern bezogenen Stroms alle THG-Emissionen inkl. der in der Energieprozesskette vorgelagerten Prozessschritte (u. a. Stromerzeugung, Speicherung, Transport und Umwandlung).
c) Scope 3: Beinhaltet die THG-Emissionen, die bei Anbau und Transport der Bio-Braugetreiderohstoffe, des Bio-Hopfens und der verarbeiteten Bio-Limonadenrohstoffe sowie bei der Bereitstellung von Trinkwasser entstehen inkl. der damit verbundenen Vorstufen in Produktion und Transport.

Hinweis zu allen Daten aus Tab. 4.2: Die vorliegenden Daten wurden rückwirkend bis zum Jahr 2012 (dargestellt hier 2018 - 2020) angepasst und sind höher als zuvor. Die größte Abweichung nach oben lag dabei in einem fehlerhaften Faktor in dem von unserem wissenschaftlichen Partner ursprünglich erstellten und kontinuierlich weiter entwickelten Tool zur Berechnung der Treibhausgasemissionen. Die nachträgliche Korrektur wirkte sich rechnerisch im Ergebnis emissionssteigernd aus und führte zu einem rückwirkenden Anstieg der CO_2e-Emissionen im Scope 1 & 2 Bereich über alle vergangenen Jahre. Dies ist der Grund für die abweichenden Emissionswerte im Vergleich zu den Vorjahresberichten.

Durch Abbildung 4.6 und Tabelle 4.2 wird deutlich, dass insbesondere am Standort energieintensive Produktionsprozesse für das Entstehen eines großen Anteils der THG-Emissionen verantwortlich sind (Hotspot). Die Bedeutung dieses Themas und der Handlungsbedarf wurden auch in unserer Umweltaspekte-Bewertung deutlich. Da wir unsere Hauptverantwortung bei den standortbezogenen THG-Emissionen sehen, werden wir uns insbesondere dem Thema Energieträgerwechsel hin zu Erneuerbaren Energien als auch weiteren Energieeffizienz-Maßnahmen zur Energieeinsparung in den kommenden Jahren widmen und Schritte einleiten, THG-Emissionen zu senken.

Braurohstoffe zur Bio-Bierherstellung

Im Bereich Scope 3 fällt zunächst bei den Braugetreide-Emissionen auf, dass ein absoluter Anstieg um ca. 17 % zu verzeichnen ist. Das liegt daran, dass eine deutlich höhere Menge Getreide (+ 34 %) bewegt, gelagert und weiterverarbeitet wurde sowie Transportwege aufgrund optimierter Datenerfassungen genauer nachverfolgt und realitätsnaher abgebildet werden konnten, was zu einer Erhöhung der Emissionen geführt hat.

Der nach wie vor sehr hohe Anteil an regional bezogenem Braugetreide ist ein besonderes Merkmal unserer Bio-Bier-Herstellung mit der eigenen Mälzerei am Standort.

So stammten im Jahr 2020 wie bereits im Vorjahr rund 82 % des Braugetreides aus dem näheren geographischen Umfeld (Radius 150 km). Den überwiegenden Anteil davon (68 %) bezogen wir von unserer regionalen, selbst aufgebauten Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (*EZÖB*) und die restliche, deutlich geringere Menge über Vermarktungsgesellschaften (↗ siehe Kapitel 5.2.1).

Im Gegensatz zum Braugetreide sanken die CO_2e Emissionen beim Hopfen von 37,4 t auf 33,5 t um ca. 11 %, was an der verringerten bezogenen Menge liegt. Unser Hopfen wird seit geraumer Zeit von zwei landwirtschaftlichen Betrieben aus Ober- und Mittelfranken geliefert. Einziger zwischengelagerter Prozess nach der Trocknung im Anschluss an die Ernte ist die Vakuumierung, die ebenfalls regional im Umkreis von 100 km stattfindet.

Verarbeitete Rohstoffe zur Herstellung von Bio-Schorlen und Bio-Limonaden

Zusammen mit einer leichten, mengenmäßigen Reduktion an bezogenen Grundstoffen im Vergleich zum Vorjahr (–1 %) sind die absoluten Emissionsmengen bei den verarbeiteten Rohstoffen für die Bio-Limonadenherstellung um ca. 5 % gesunken. Dieser enorme Rückgang hat neben einer verringerten Bezugsmenge eine Reihe von weiteren Ursachen: Durch gezielte Abfrage unserer *Vorlieferanten* konnten wir herausfinden, dass Teile unseres Liefernetzwerks weniger energieintensiv sind als ursprünglich angenommen. Eine weitere Ursache für die rechnerische Reduktion der Prozessemissionen sind methodische Anpassungen der THG-Bilanzierung, welche im Rahmen der kontinuierlichen Weiterentwicklung unseres Berechnungstools durchgeführt werden. Diese haben zum Ziel, unsere Wertschöpfungskette möglichst detailgenau und nachvollziehbar abzubilden.

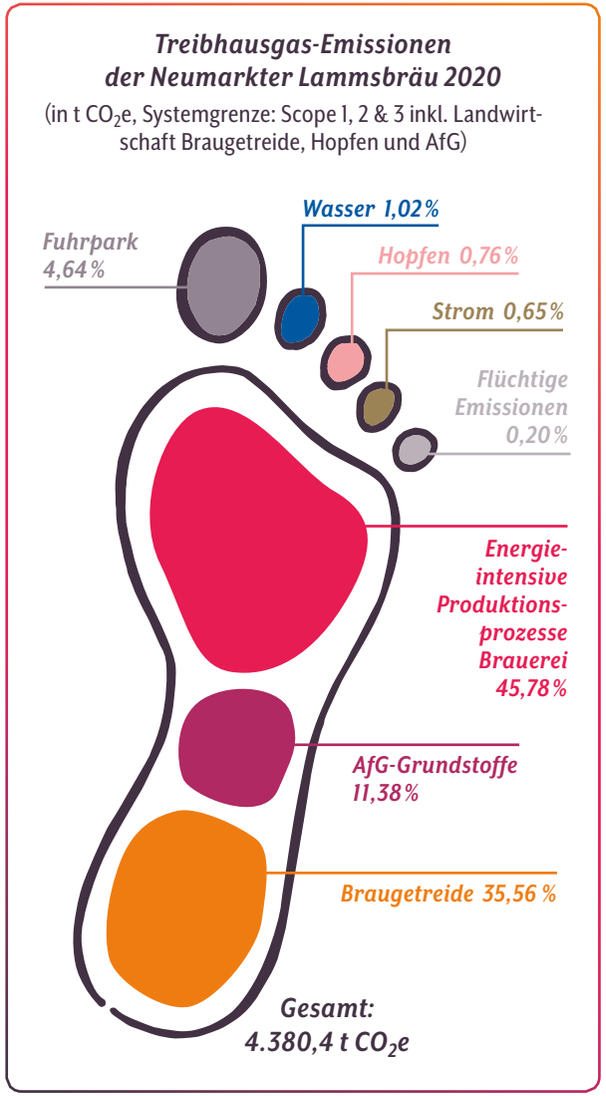


Abb. 4.6.: Gesamte THG-Emissionen 2020, Scope 1 und 2 komplett, Scope 3 anteilig: Braugetreide, Hopfen, AfG (alkoholfreie Getränke)

Der deutliche Rückgang in den Prozessemissionen überkompensiert dabei den vergleichsweise nur geringen Anstieg der Transportemissionen. Dieser Anstieg trotz gesunkener Bezugsmenge ist im Wesentlichen das Resultat einer erhöhten *Transparenz* im Bereich unseres Liefernetzwerks, was in der Folge zu Anpassungen in unseren Berechnungen geführt hat. So war es uns aufgrund der personellen Aufstockung im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagements möglich, in 2020 eine weitaus umfangreichere und detailliertere Erfassung der Lieferstrukturen als bisher vorzunehmen.

Durch die damit verbundene Aktualisierung des Emissionsinventars der vorgelagerten Logistikkette sowie einer detaillierten Datenerfassung bei den Zuliefer- und Speditionsbetrieben hat sich gezeigt, dass verschiedene Bereiche der Transportaktivitäten eine höhere Emissionslast aufweisen als bislang angenommen. Unter Berücksichtigung dieses verbesserten und transparenteren Wissensstandes um die genauen zulieferseitigen Logistikabläufe, wie etwa eine genauere Rekonstruktion von gefahrenen Transportstrecken (↗siehe Beispiel rebio in Kapitel 5.3.2) oder der Umfang der Kühlung von gelieferten Waren während des Transports sowie der (Zwischen-)Lagerung, konnten ein genaueres Bild der Emissionsstrukturen gezeichnet und bisherige Annahmen auf Erfahrungsbasis durch reale Kenndaten ersetzt werden.

Dies führte in Summe zu einer faktisch erhöhten Emissionslast in dieser Kategorie. Durch die aktualisierten Daten mit nur noch minimalen Lücken im Bereich des Transportnetzwerks der wichtigsten Grundrohstoffe wurde nun ein sehr gutes Fundament geschaffen, um zukünftig eine bessere Vergleichbarkeit zu generieren. Ein klares Bild der Herkunft unserer Treibhausgas-Emissionen ermöglicht es uns zudem, wirksame Reduktionsmaßnahmen abzuleiten. Beispielsweise prüfen wir momentan Möglichkeiten, ausgewählte now-Grundstoffe regionaler zu beziehen (↗ siehe Kapitel 5.3).

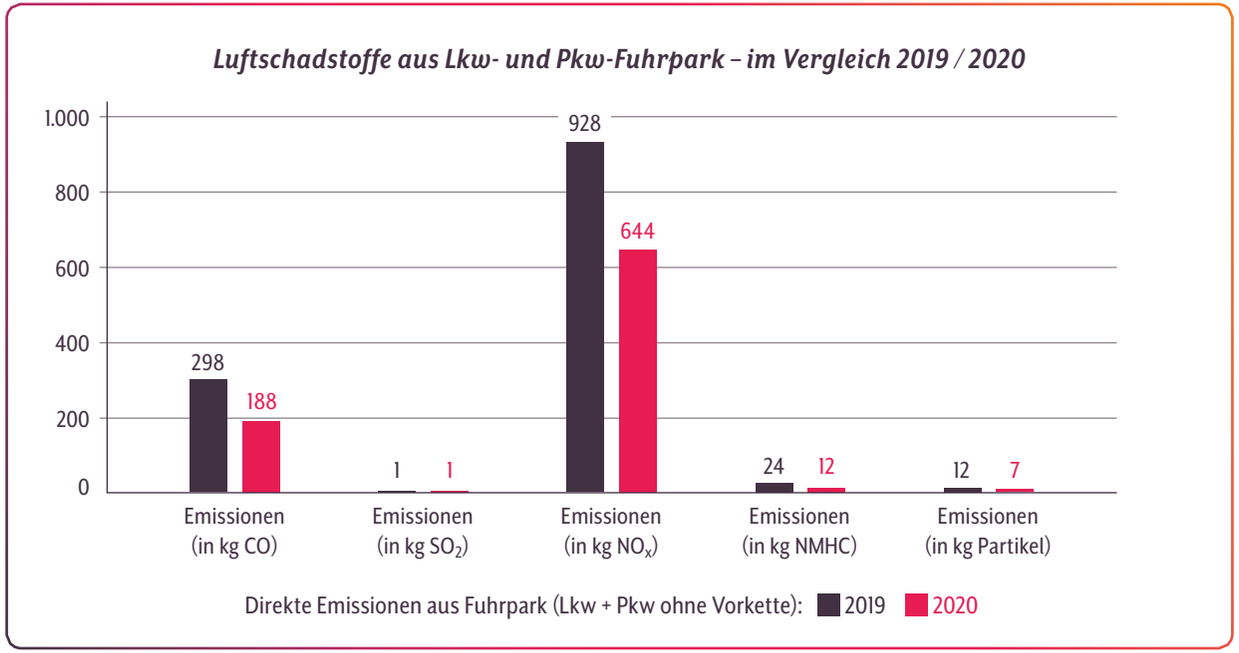


Abb. 4.7.: Luftschadstoffe aus dem Fuhrpark (Lkw / Pkw), Vergleich 2019 / 2020

Weitere Emissionen aus dem Fuhrpark (Pkw, Lkw, Stapler) – Luftschadstoffe

Besonders in unserem Fuhrpark (24 Pkw und 11 Lkw) ist neben den CO_2e mit knappen 50 Tonnen (siehe Tabelle 4.2 – Bereich Scope 1: Fuhrpark, siehe Abbildung 4.7) auch der Anteil an Luftschadstoffen (CO, SO_2, NO_x und NMVOC) im vergangenen Jahr deutlich gesunken.

Dies lag neben einer verbesserten Fahrweise auch an der Einsparung an Kilometern im Corona-Jahr 2020 (ca. 100.000 km weniger Fahrleistung im Pkw-Fuhrpark) durch reduzierten Kund*innenkontakt und Umstellung auf virtuelle und telefonische Kontakte von zu Hause aus bei den Vertriebsmitarbeiter*innen. Der Treibstoffverbrauch sank konkret durch die verbesserte Fahrweise im Diesel-Pkw Fuhrpark von 6,9 in 2019 auf 5,9 Liter je 100 km in 2020.

Tab. 4.3: Der gesamte Fuhrpark der Neumarkter Lammsbräu 2020

Fahrzeugart	Anzahl	Euro-Norm	Antriebsart	Geplant in 2021
Lkw	11	davon 37 % Euro 6, 27 % Euro 4, 36 % Euro 3 Norm	1 Lkw mit Erdgas, 10 Lkw mit Diesel	Stilllegung von einem Euro 3 Lkw – keine Neu- bzw. Ersatzanschaffung, da derzeit kein Transportvolumen auf Grund der Corona-Pandemie
Pkw	24	davon 67 % Euro 6, 25 % Euro 5 und jeweils 4 % Euro 3 + Euro 2 Norm	2 Pkw mit Erdgas, 22 Pkw mit Diesel	Substitution von mindestens 4 Diesel Pkw durch Elektro-Autos

Schlüsselübergabe Bio-CNG betriebener Lkw

Tabelle 4.3 zeigt unseren aktuellen Fuhrpark, aufgeteilt in Pkw und Lkw, Antriebsart sowie die Anzahl Fahrzeuge mit jeweiliger Euro-Norm. Beim Pkw-Fuhrpark sind die älteren Fahrzeuge (< Euro 6) den so genannten Poolfahrzeugen zuzuordnen.

Alternative Antriebe sind ein weiteres wichtiges Thema. Zukünftig wird der Lkw-Fuhrpark sukzessive weiter mit 100 % Erdgasfahrzeugen ausgestattet und im Pkw-Fuhrpark wird die Elektromobilität ausgebaut, was in Scope 1 zu weiteren Schadstoffeinsparungen jedweder Art führen wird.

*„Nach intensiver Recherche und Abwägen aller Für und Wider ist eine Elektrifizierung der Pkw-Flotte derzeit ein praktikables Mittel, um den Fuhrpark nachhaltiger zu gestalten. Durch sukzessive Umstellung von Diesel auf E-Mobilität wollen wir bereits in den kommenden 3 Jahren unseren Pkw-Fuhrpark um mindestens 50 % elektrifizieren und durch die konsequente Verwendung von Ökostrom diesen Bereich CO_2e neutral betreiben. Dabei werden die Firmenwagen-Nutzer*innen neben der KfW-Förderung auch durch die Neumarkter Lammsbräu bei der Anschaffung einer privaten Wallbox unterstützt, welche die Nutzer*innen aber nur unter ausschließlicher Verwendung von Ökostrom für den gesamten Haushalt erhalten."*

Günther Membarth
Leiter Logistik

Diese werden nur sporadisch eingesetzt und dienen zur Überbrückung bei Fahrzeugbeschaffungen bzw. Ausfall. Hierbei ist der ökologische Nutzen eher in der langjährigen Verwendung als in der Verbesserung der *Euro-Norm* zu sehen. Neben der Antriebsart spielt auch beim Lkw-Fuhrpark die Tourenplanung der Brauerei eine Rolle, sie wird laufend optimiert und trägt zum geringeren Treibstoffverbrauch bei. Mit unserem Mehrwegsystem beliefern wir regionale Kund*innen seit jeher selbst. Hierbei verfahren wir im sogenannten „Milkrun-System", bei dem wir leere Kisten bei der Auslieferung wieder zurücknehmen und dadurch Leerfahrten vermeiden. Zur Optimierung erheben wir Kennzahlen wie bspw. Kilometer pro Hektoliter, Gesamttransportkilometer und gesamt ausgelieferte Hektoliter und überprüfen diese monatlich (siehe Tabelle 4.4). Darüber hinaus ermitteln wir täglich die Auslastungsquote der Fahrzeuge und den zu bewältigenden Aufwand pro Mitarbeiter*in, um eine Überlastung der Belegschaft auszuschließen.

Seit April 2020 ist die optimierte Tourenplanung (Regeltouren) leider auf Grund der Corona-Pandemie in einem Notbetrieb. Die Wegeoptimierung kann wegen fehlender Gastronomiekund*innen nicht aufrechterhalten werden. Derzeit liegt der Fokus auf einer Beibehaltung der Liefersicherheit für die bestehenden Kundinnen und Kunden. Nach Beendigung der Lockdown-Phase müssen die Touren neu bewertet und angeglichen werden. Die Auslieferung unserer Getränke im eigenen Lkw-Fuhrpark erfolgt ausschließlich per Lkw, ebenso die Abholung durch unsere Kund*innen (Speditionen). Andere Verkehrsträger werden unsererseits nicht genutzt.

Tab. 4.4.: Unser Beitrag am Verkehrsaufkommen – Unsere Logistik Daten und Kennzahlen von 2018 bis 2020
(eigener Lkw Fuhrpark)

Daten und Kennzahlen	*2018*	*2019*	*2020*
Gesamttransportkilometer	122.718	124.028	102.111
Gesamt ausgelieferte Hektoliter (hl)	30.726	31.629	22.452
Gesamt Treibstoffverbrauch für ausgelieferte Hektoliter (hl)	46.691	47.262	29.694
Liter Treibstoff pro ausgelieferte Hektoliter (hl)	1,5	1,5	1,3
Kilometer pro Hektoliter	4,0	4,2	5,0
Hektoliter pro Kunde	3,1	3,6	3,3

Die Entwicklung der Kennzahlen zeigt, dass der ausgelieferte Teil der Hektoliter in 2020 deutlich um knappe 29 % zurückging, was wiederum ausschließlich durch die Verringerung des Gastronomieanteils während der Corona-Pandemie zu begründen ist.

Eine verbesserte Fahrweise wird im gesamten Fuhrpark bereits seit 2017 durch das interne Pilotprojekt „Nachhaltigkeitsliga" angestrebt, bei dem das Fahrverhalten der Pkw- und Lkw-Fahrer hinsichtlich ökologischer und ökonomischer Aspekte optimiert wird.

Dazu werden die Fahrdaten mittels installiertem Bordcomputer gesammelt und analysiert. In einem Ranking können sich die Fahrer*innen miteinander messen: Wer hat das beste Bremsverhalten? Wer fährt am vorausschauendsten? Ziel dabei ist es, so durch passende Maßnahmen Unfälle zu reduzieren sowie den Kraftstoffverbrauch und damit auch die CO_2e-Emissionen und weitere Luftschadstoffe zu senken.

Weitere Emissionen aus Energieversorgung – Luftschadstoffe

Bereits seit 2017 verwenden wir zur Deckung unseres Wärmeenergiebedarfes fast ausschließlich Erdgas als Energieträger. Durch den Anstieg unserer hergestellten und abgefüllten Getränke wurde in 2020 auch mehr Energie benötigt, insbesondere in Form von Wärmeenergie, die durch Verbrennung von Erdgas bereitgestellt wird. Dadurch kam es zu einer Erhöhung an CO_2e-Emissionen (vgl. Tabelle 4.2) und weiterer Luftschadstoffe, die mit dem Verbrennungsprozess einhergehen (siehe Abbildung 4.8). Durch die in 2021 anstehende Potentialanalyse sollen neben Energieeffizienzmaßnahmen auch regenerative Energieträger mit betrachtet und bewertet werden, wodurch zukünftig ebenfalls in der absoluten Menge eine Verringerung sämtlicher Schadstoffe zu erwarten ist (↗ siehe Kapitel 4.3.3).

Bei Betrachtung der spezifischen Schadstoff-Indikatoren je Hektoliter Fertiggetränk ergibt sich als Resultat der genannten Maßnahmen eine Verbesserung für alle Indikatoren (siehe Tabelle 4.5).

Wie die vorliegenden Auswertungen zeigen, konnten in 2020 erhebliche Verbesserungen bei unserem Ausstoß an Treibhausgas-Emissionen je Hektoliter erzeugtes Produkt erzielt werden. Erfreulicherweise konnten wir unser anvisiertes Ziel von 17 kg CO_2e/hl Fertiggetränk in 2020 erreichen und liegen mit 16,7 kg CO_2e/hl FG darunter (siehe Tabelle 4.2.: Scope 1, 2 und 3 und Tabelle 4.5: Gesamt CO_2e/ hl FG).

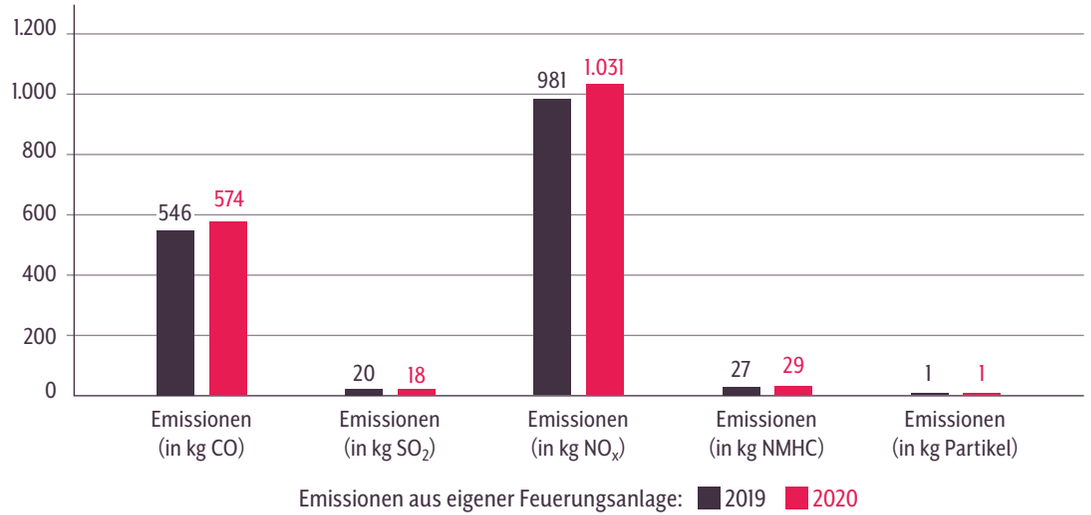


Abb. 4.8.: Luftschadstoffe aus der Feuerungsanlage (Kessel), Vergleich 2019 / 2020

Tab. 4.5: Spezifische, standortbezogene Emissions-Kernindikatoren der Neumarkter Lammsbräu 2018-2020
(Emissionen aus Strombezug, Feuerungsanlagen, Lkw- und Pkw Fuhrpark sowie Gabelstaplerbetrieb – Scope 1 und 2)

Spezifische, standortbezogene Emissions-Indikatoren [a]	*2018*	*2019*	*2020*	*Einheit*
CO_2e (Scope 1 und 2)[b]	9,7	8,9	8,6	kg/hl FG
CO_2e Braugetreide / Limonadenroh- und -grundstoffe (Scope 3)[c]	7,7 [a]	7,8	8,1	kg/hl FG
Gesamt CO_2e	***17,4***	***16,7***	***16,7***	***kg/hl FG***
SO_2	0,09	0,09	0,07	10^{-3} kg/hl FG
NO_x	1,03	0,79	0,66	10^{-2} kg/hl FG
Staub, Ruß, Partikel	0,09	0,06	0,05	10^{-3} kg/hl FG

hl = Hektoliter, FG = Fertiggetränk
a) Daten rückwirkend angepasst, siehe Hinweis zu Tabelle 4.2.
b) Berechnung mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der GEMIS Datenbank, Version 4.9 sowie TREMOD 6.14 (11/2020) und TREMOD-MM 5.21 (2020)
c) anteilig Scope 3 (= außerhalb des Standortes angefallene CO_2e)

CO_2e-kompensieren, um Klimaneutralität zu erreichen

Aus unseren bereits genannten Maßnahmen wird deutlich: Wir packen es an und reduzieren Treibhausgasemissionen, wo dies wirtschaftlich und technisch möglich ist – und zwar zuallererst am eigenen Standort, wo unser größter Einflussbereich liegt. Bis zu einer Getränkeproduktion mit 100 % regenerativer Energie & Treibstoffen sowie letztendlich einer maximalen Emissionsreduktion muss jedoch noch ein längerer Weg gegangen werden. Daher stellt auch das Kompensieren einen Baustein unserer Klimastrategie dar.

Die nachfolgenden Projekte wurden im Abgleich mit unserer Philosophie, unseren Werten und unserer enkeltauglichen Ausrichtung gewählt:

Sauberes-Trinkwasser-Projekt in Kambodscha

Die in 2020 nicht vermiedenen CO_2e-Emissionen (2.246,8 t in Scope 1 und 2) an unserem Betriebsstandort wurden über zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgeglichen. Für etwa die Hälfte des Ausgleichs unterstützen wir das *Gold Standard* Trinkwasser-Projekt in Kambodscha aus dem Portfolio von Climate-Partner. Allein im Jahr 2020 wurden durch dieses Projekt fast 34.000 Keramik-Wasserfiltersysteme an ländliche Haushalte verteilt, sodass das Abkochen von Trinkwasser nicht mehr nötig ist. Ergänzend zu den kompensierten Treibhausgasen erhält die ländliche Bevölkerung somit auch Zugang zu sauberem Trinkwasser und es werden sozialverträgliche Arbeitsplätze geschaffen. Die Keramik-Filter werden vor Ort hergestellt.

Das Abkochen von Trinkwasser ist somit nicht mehr notwendig, was zudem die Abholzung von Regenwald vermeidet. Durch das Projekt konnten bereits 368 Hektar Wald geschützt werden. Die Wasserinfrastruktur im globalen Süden zu verbessern und eine Frischwasserversorgung zu garantieren, entspricht voll und ganz den Werten der Neumarkter Lammsbräu, nämlich Trinkwasser als wichtigstes Lebensmittel zu erhalten. Mit dem Trinkwasser-Projekt in Kambodscha erfüllen wir gleichzeitig auch den im Rahmen der Bio-Mineralwasserrichtlinie geforderten Wasserschutz durch die Unterstützung heimatlicher oder weltweiter Wasserprojekte.

Die Kompensation von ***2.246,8 t CO_2e*** *für die Klimaneutralstellung der Unternehmensemissionen 2020 (Scope 1 & 2) entspricht...*

... einer Fahrt mit dem Pkw von

6,97 Mio.

Kilometern

... dem jährlichen CO_2e-Fußabdruck von

267

deutschen Bundesbürgern

... der jährlichen CO_2e-Bindung von

179.744

Buchen

Sauberes Trinkwasser durch Keramikfiltersysteme in Kambodscha (Foto: ©Climate Partner, www.climatepartner.com/1061)

Biodiversitäts-Projekt in Brasilien

Die andere Hälfte der nicht vermeidbaren CO_2e-Emissionen aus 2020 werden über ein *Biodiversitäts*-Projekt in Pará, einer der ärmsten Regionen Brasiliens, ausgeglichen. Dieses Projekt ist mit dem *Verified & Social Carbon Standard* zertifiziert. Die Region ist bekannt für ihre hohe Biodiversitätsdichte durch den Amazonas-Regenwald, der seltene und gefährdete Pflanzen und Tiere beheimatet. Allerdings kämpft die Region auch gegen illegale Abholzung. Die Investition der Neumarkter Lammsbräu trägt zum Schutz von über 86.000 Hektar Wald im Amazonasgebiet bei, wodurch sich nachweislich das Mikroklima verbessert und ein Schutzraum erhalten bleibt, in dem sich wieder heimische Tiere und Pflanzen ansiedeln können.

Neben Aufforstungsmaßnahmen werden mit Hilfe des Projektes Schulungen in Produktion und Verkauf von Saatgut sowie der Anbau der heimischen Açaí-Frucht gefördert. Die Region ist auch für Ackerbau und Viehzucht durch Kleinbäuerinnen und -bauern bekannt. Als weitere lokale Einnahmequelle dient der Bau von Vogel- und Bienenhäusern sowie Gemüsegärten, wodurch sich die Lebensbedingungen der Bevölkerung weiter verbessern, aber auch heimische Arten erhalten bleiben.

Biodiversitätsprojekt durch Schutz des Regenwaldes in Pará, Brasilien (Fotos: ©Climate Partner, www.climatepartner.com/1056)

Zusätzliches Engagement für den Klimaschutz

Klimaschutz in Bayern

Auch im Jahr 2020 haben wir uns an regionalen Projekten zum Klimaschutz beteiligt. Die Auswirkungen des Klimawandels werden in Bayern in Land- und Forstwirtschaft von Jahr zu Jahr sichtbarer. Langanhaltende Trockenheitsperioden und Extremwetter-Ereignisse nehmen zu und bedrohen gängige landwirtschaftliche Systeme und forstwirtschaftliche Bestände. Unser Engagement in der Region geht daher über die betriebliche Emissions-*Kompensation* hinaus. Denn es wird immer bedeutsamer, den Auswirkungen des Klimawandel vor Ort mit geeigneten Maßnahmen zu begegnen.

Regionale Aufforstung für ein stabiles Ökosystem Wald

Für den Aufbau eines resilienten Waldökosystems beteiligten wir uns an einer durch ClimatePartner koordinierten und die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald e. V. ausgeführten Baumpflanzaktion beim Tiergarten Nürnberg. An dem Projekt im Dezember 2020 sollten auch unsere Azubis aktiv mitwirken – dies musste Corona-bedingt leider entfallen. Durch unsere Förderung werden 52.632 kg CO_2 ausgeglichen.

Regionaler Humusaufbau für Klima- und Wasserschutz

Humus als organische Bodensubstanz kann durch Kohlenstoffbindung einen Teil zum Klimaschutz beitragen, wenn sein Anteil im Boden aktiv gefördert wird. Bodenbewirtschaftung, Düngung und Fruchtfolge sind dabei Stellschrauben, um den Humusgehalt im Boden zu erhöhen. Humus bereichert den Boden auf vielfältige Weise. Er dient der Mikrofauna als Nahrung und kann durch sein Porenvolumen mehr Wasser im Boden halten – gerade bei wiederkehrender Trockenheit ein wichtiger Aspekt. Außerdem hat er eine wichtige Filtrationswirkung für Wasser. Landwirt*innen, die ihre Böden mit Humus anreichern, unternehmen daher einen bedeutenden Schritt in Richtung zukunftsfähige Landwirtschaft, in der Pflanzen ausreichend ernährt, Kohlenstoff gebunden und sauberes Grundwasser produziert wird.

Zusammen mit zwei Landwirten aus unserer Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe betreiben wir Humusaufbau auf betriebseigenen Flächen. Die Landwirte verpflichten sich, humusfördernde Maßnahmen auf den von uns gepachteten Äckern umzusetzen. Die Bodenbeschaffenheit wird dabei vor Maßnahmenbeginn sowie im Verlauf der Projektlaufzeit analysiert. Für ihren aktiven Beitrag zum Humusaufbau werden die Bio-Landwirte von uns finanziell entlohnt. Abgewickelt und koordiniert werden die Humusprojekte in Kooperation mit der Firma CarboCert und der Firma positerra.

Als Gesellschafter und Gründungsmitglied der positerra GmbH sind wir zudem selbst daran beteiligt, Landwirt*innen und Unternehmen miteinander zu vernetzen, um regionalen Humusaufbau zu befördern. Dabei können interessierte Unternehmen und Kommunen sogenannte Humusprämien erwerben. Diese garantieren die Umsetzung humusfördernder Maßnahmen auf landwirtschaftlich bewirtschafteten Flächen in der Region. Akteur*innen aus der Wirtschaft wird es so ermöglicht, positiven Einfluss auf ihre Umwelt vor Ort zu nehmen.

Ausblick: CO_2e im Scope 3 Bereich – Verpackung

Für den geringen Anteil an Exportverpackungen haben wir uns 2020 auf die Suche nach einem Alternativlieferndenden gemacht, der klimaneutrale Verpackungen und eine FSC Zertifizierung anbietet und sind fündig geworden. Ab 2021 werden alle Treibhausgas-Emissionen, die durch unsere Exportverpackungen entstehen, durch Investition in ein Klimaschutzprojekt ausgeglichen.

Weiterbildung zum Bodenpraktiker

Fruchtbare Böden sind die Grundausstattung eines jeden landwirtschaftlichen Betriebes – was man tun kann, um diese wertvolle Ressource zu erhalten, lernen Landwirt*innen bei der Weiterbildung zum Bodenpraktiker. Dort erfahren die Teilnehmenden von Praktiker*innen, Berater*innen und Bodenexpert*innen, wie das natürliche Zusammenspiel zwischen Bodenleben und Bodenfruchtbarkeit funktioniert. Die Neumarkter Lammsbräu fördert die von Bioland durchgeführten Kurse durch Zuschüsse und trägt so einen wertvollen Beitrag zur Wissensvermittlung bei.

4.3.2 Artenschutz & Förderung von Biodiversität am Produktionsstandort – wie geht das?

Die Maßnahmen unseres Engagements für den Erhalt von Böden und Artenvielfalt sowie die positiven Auswirkungen daraus werden im vorliegenden Bericht bereits an vielen Stellen erläutert (↗ vgl. Kapitel 1.2.1 und ↗ Kapitel 5.2 sowie alle Grünen Fenster). Auch am Betriebsstandort setzen wir Maßnahmen um, die die Förderung von Artenvielfalt zum Ziel haben.

Artenvielfalt am Unternehmensstandort

Biodiversität hautnah – getreu diesem Motto haben wir bereits 2017 unsere Außenanlagen umgebaut und einen natürlichen Steingarten geschaffen, bestehend aus einem Brotzeitplatz für Mitarbeiter*innen und einem öffentlich zugänglichen Rondell, mit Blühwiese, heimischen Büschen und verschiedenen Ackerwildkräutern. Diese Flächen am Brauereigelände wurden von einer externen Landschaftsarchitektin geplant und gemäß naturnahen Vorgaben umgesetzt.

Im Rahmen des Azubi-Projektes 2018 unter dem Motto „Biodiversität“ wurde daraufhin der Brotzeitplatz um eine Nisthilfe für Wildbienen erweitert, welche die Azubis unter Anleitung der Bioland-Beraterin Katharina Schertler eigenhändig bauten. Nistkästen für Mauersegler wurden ebenfalls an der Gebäude-Fassade angebracht und bieten der vom Aussterben bedrohten Vogelart Unterschlupf zum Brüten.

Im neu entstandenen Logistik Center am Blomenhof sind für 2021 weitere Maßnahmen geplant wie eine Heckenpflanzung, das Anlegen von Lesesteinhaufen sowie temporär wasserführender Senken (↗ siehe Kapitel 6).

Unternehmerstammtisch „Biodiversität“

*Seit 2012 existiert der Neumarkter Unternehmerstammtisch Biodiversität, ins Leben gerufen durch den Lammsbräu-Senior-Chef Dr. Franz Ehrnsperger. Dieser Stammtisch hat sich mittlerweile etabliert und dient dem Austausch regionaler Unternehmer*innen zum Thema Artenvielfalt sowie der Präsentation bereits umgesetzter Projekte durch Exkursionscharakter (2018 im Hause Lammsbräu veranstaltet). Corona-bedingt haben wir die Durchführung im vergangenen Jahr mit Außenaktivitäten verbunden.*

Die Abbildung 4.9 gibt einen Überblick unserer Aktivitäten im Bereich „Erhalt von Artenvielfalt am Produktionsstandort“ und in der Nähe davon.

Unser Engagement für den Artenerhalt möchten wir gerne zeigen und auch regional andere Unternehmen ermutigen, sich mit dem Thema gezielt auseinanderzusetzen, denn diverse Maßnahmen von leicht bis ambitioniert können branchenübergreifend selbst am Standort umgesetzt werden. Mitstreiter*innen gewinnen wir durch unseren regionalen „Unternehmerstammtisch Biodiversität“.

Dieses Engagement wurde im Jahr 2019 durch den bayerischen Umweltminister Thorsten Glauber gewürdigt, der uns als ersten „Blühenden Betrieb“ Bayerns ausgezeichnet hat (↗ siehe Kapitel 1.1).

Abb. 4.9.: Umgesetzte Maßnahmen zum Erhalt der Artenvielfalt am Unternehmensstandort

Unser eigener Produktionsstandort liegt in einem Mischgebiet. Der Indikator für Biodiversität am Standort unserer Brauerei wird aus dem Anteil nicht versiegelter und begrünter Fläche im Verhältnis zur gesamten Fläche des Unternehmens ermittelt. Dieser lag am Brauereigelände im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr bei unverändert 13 %. Der Anteil nicht versiegelter Fläche am seit 2020 genutzten Grundstück für das Logistikcenter Blomenhof mit einer Gesamtfläche von 11.878 m² beträgt 40 %. Dieser setzt sich zusammen aus Grünflächen und Versickerungsgruben an den Grundstücksrändern sowie aus Rasenfugenpflaster, das in den Stellplatzbereichen verlegt wurde. Da unversiegelte Flächen einen so wichtigen Lebensraum für Pflanzen und Tiere darstellen, wurde als behördlich bestätigter Ausgleich zur Flächenversiegelung eine ca. 11.000 m² große Fläche am Fuße des etwa 8 km entfernten Dillbergs landschaftsgerecht aufgeforstet.

4.3.3 Hot Spot: Energieverbrauch + Energieträger – Kluges Senken & Neuausrichtung überdenken

Wärme und Strom: Sie treiben Anlagen an und wandeln die Rohstoffe in Getränkeprodukte um. Die Braurohstoffe werden mithilfe der Energie in der Mälzerei veredelt, im Sudhaus umgewandelt und im Gärkeller unter Zuhilfenahme von Hefe teilweise verstoffwechselt.

Besonders energieintensive Prozesse unserer Produktion sind:

- das Trocknen des gekeimten Grünmalzes auf der *Darre* mittels warmer Luft, um es haltbar zu machen und ihm sein Malzaroma zu geben.
- die Lösung der Inhaltstoffe aus Malz und Naturdoldenhopfen in der Sudpfanne. Für den Lösevorgang sind Temperaturen bis 97 °C nötig.
- die Weiterverarbeitung des frischen Sudes im Gär- und Lagerkeller. Hier werden große Mengen an Kälteenergie benötigt, die die hauseigene Kälteanlage liefert.
- die Reinigung der Mehrwegflaschen. Hier sind ebenfalls erhebliche Mengen an Wärmeenergie nötig.
- die Pasteurisation unserer zuckerhaltigen Getränke (Limonaden und alkoholfreie Biere) zur Haltbarmachung der Produkte.

Siehe auch:
https://www.lammsbraeu.de/produkte/produktion

Tab. 4.6.: Übersicht absoluter Energieverbrauchswerte für den Zeitraum 2018-2020

Energieverbrauch	*2018*	*2019*	*2020*	*Einheit*
Stromverbrauch gesamt	***2.465.802***	***2.485.848***	***2.656.137***	***kWh***
- Anteilig Ökostrom (am Standort)	1.981.942	1.882.771	1.984.921	kWh
- Anteilig Strom Stadtwerke[a)]	10.500	10.616	42.356	kWh
- Anteilig Strom aus Mikrogasturbine	473.360	592.461	628.860	kWh
Wärmeverbrauch gesamt	***8.695.500***	***8.817.491***	***9.167.543***	***kWh***
- Aus Energieträger Öl	14.820	23.544	9.040	kWh
- Aus Energieträger Erdgas	8.680.680	8.793.947	9.158.503	kWh
Gesamt-Energieverbrauch	***11.161.302***	***11.303.339***	***11.823.680***	***kWh***

a) Betrifft Außenstandorte der Brauerei

Ein besonders hoher Anteil des gesamten Energiebedarfs wird als Wärme benötigt (2020 ca. 77,5 Prozent des Gesamtverbrauchs), die mittlerweile zu fast 100 % aus Erdgas als Primärenergieträger gewonnen wird (siehe Tabelle 4.6). Die beiden Hochdruckheißwasserkessel sind für den Hauptteil der Wärmeversorgung verantwortlich und liefern mit jeweils 2,5 Megawatt die notwendige Energie für viele Anlagen, unter anderem das Sudhaus, die Mälzerei und den *Tunnelpasteur*. Die Kessel arbeiten vor allem im Hinblick auf die unterschiedlichen Wärmeverbräuche der zu versorgenden Anlagen mit einem optimalen Wirkungsgrad und können den Bedarf effizient regeln.

Als weitere Besonderheit wurde zusätzlich eine *Mikrogasturbine* installiert, die seit 2017 neben Wärme auch eigenen Strom erzeugt, der größte Teil des gesamten Stromes wird jedoch von extern bezogen (Ökostromtarif) (siehe Tabelle 4.6).

„Seit 2019 bin ich bei der Neumarkter Lammsbräu für den Energiebereich hauptverantwortlich zuständig. Die Entwicklung zu einem 100 % Erdgas-Einsatz im Wärme- und Kälteenergiebereich begrüße ich, verfolge aber das Ziel, den Ausbau weiterer erneuerbarer Energien am Brauerei-Standort voranzutreiben. Neben technischen Möglichkeiten zur Energieeffizienzsteigerung sehe ich darin große Potentiale, CO_2e-Emissionen einzusparen und dadurch dem Klimawandel entgegenzuwirken."

Thomas Plank

Leiter Instandhaltung & Energie

Nachdem der in Tabelle 4.6 dargestellte gesamte Energieverbrauch und der derzeit genutzte Energieträger Erdgas auch auf unsere Klimabilanz erheblich einwirken, werden in diesen Bereichen die Haupthebel gesehen, um unsere Treibhausgas-Emissionen zu reduzieren (↗ siehe Kapitel 4.3.1). Aus diesem Grund werden wir im Rahmen eines wegweisenden Projektes (Wege zum klimaneutralen Unternehmen)[11] mit Unterstützung der Universität Kassel eine Potentialanalyse durchführen, die uns aufzeigen wird, mit welchem finanziellen Aufwand für konkrete Maßnahmen wir dem Ziel der angepeilten CO_2e-Einsparung in einem Zeitfenster bis 2030 näherkommen können (↗ siehe Kapitel 4.3.1).

Durch unsere aktuellen und anstehenden Modernisierungsmaßnahmen (Umbau Mälzerei – fast abgeschlossen, neue Abfülllinie 2 – anstehend, neues Sudhaus – in Planung) sehen wir ein großes Energieeffizienzpotential und infolgedessen ein großes Energieeinsparungspotential. Für die Planung, Steuerung und Umsetzung aller Optimierungspotentiale ist federführend unser Leiter Instandhaltung & Energie zuständig.

Nachgefragt

Frage an Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsleitung der Neumarkter Lammsbräu: Wie treffen Sie bspw. Investitionsentscheidungen hinsichtlich erneuerbarer Energie-Anlagen?

„Im Bereich Strom entscheiden wir unsere Investitionen je nach wirtschaftlicher Vorteilhaftigkeit und Unabhängigkeit sowie Ausnutzung von Synergieeffekten und im Bereich Wärme anhand von Machbarkeit, Versorgungssicherheit, Schließen von Kreisläufen, Unterscheidung von emissionsfreier Wärmegewinnung (Solar) und Wärmegewinnung aus regenerativen Energiequellen (Hackschnitzel, o. ä.). Von der anstehenden Potentialanalyse am Standort mit einer ökonomischen Betrachtung gemeinsam mit der Uni Kassel versprechen wir uns sehr viel."

11) Quelle: https://www.klimaschutz-unternehmen.de/ueber-uns/projekt-wege-zum-klimaneutralen-unternehmen/#:~:text=%22Wege%20zum%20klimaneutralen%20Unternehmen%22%20ist,(upp)%20der%20Universit%C3%A4t%20Kassel, Zugriff am 19.3.2021

Wie Tabelle 4.7 zeigt, verbesserte sich der spezifische Wärmeverbrauch um 5,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr signifikant. Grund hierfür sind Verbesserungen bei den Wirkungsgraden im Kesselhaus, prozessbezogene Optimierungen bei Energiespitzen durch ein zielführendes Energiemanagementsystem (Einbau mehrerer Wärmemengenzähler, um Energieverluste aufzudecken) sowie technische Maßnahmen, beispielsweise die optimierte Regelung der Heißwasserversorgung.

Der spezifische Stromverbrauch verbesserte sich ebenfalls um immerhin 2,1 % auf 11,6 kWh pro Hektoliter Fertiggetränk. Die Verbesserung ist unter anderem auf den Einbau eines hocheffizienten Darrluftventilators und optimierte Pumpenregelungen in der Heißwasserversorgung zurückzuführen.

So hat sich daraus auch im spezifischen Gesamtenergieverbrauch eine erfreuliche Verbesserung um 4,4 % ergeben.

Der prozentuale Anteil regenerativer Energie (100 % Ökostrom) ist annähernd gleich geblieben im Vorjahresvergleich.

Für Kraftstoffe verwendet die Neumarkter Lammsbräu keine regenerativen Quellen. Bei der Darstellung der spezifischen Verbrauchskennzahlen (Tabelle 4.7) sind keine Treibstoffe enthalten.

Tab. 4.7.: Übersicht spezifischer Energieverbrauchswerte für den Zeitraum 2018 - 2020

Spezifische Energieverbrauchswerte	*2018*	*2019*	*2020*	*Einheit*
Spezifischer Energieverbrauch gesamt (Strom & Wärme)	***60,6***	***54,6***	***52,2***	***kWh/hl FG***
Spezifischer Stromverbrauch gesamt (inkl. Kühlenergie)	***13,2***	***11,8***	***11,6***	***KWh/hl FG***
Anteil Brauerei	11,8	10,7	10,6	kWh/ hl FG
Anteil Mälzerei	11,2	12,0	11,3	kWh/ dt FM
Spezifischer Wärmeverbrauch gesamt	***47,9***	***43,2***	***41,0***	***kWh/hl FG***
Anteil Brauerei	37,1	34,9	34,1	kWh/ hl FG
Anteil Mälzerei	85,7	84,2	77,5	kWh/ dt FM
Prozentualer Anteil regenerativer Energie = (Anteil regenerative Energie / Gesamtenergieverbrauch)	***17,8***	***16,7***	***16,8***	***%***

hl = Hektoliter (100 Liter), dt = Dezitonne (100 kg), FG = Fertiggetränk, FM = Fertigmalz
Berechnung erfolgte auf Basis des Energieberichts / technisches Controlling, bezogen auf Brauereistandort, inklusive der Außenstandorte der Brauerei (= innerhalb der Brauerei). (Näheres zur Berechnung siehe Anhang)

Im Rahmen der zuvor genannten Potentialanalyse werden wir unseren aktuellen Strombezug erneut prüfen und unter wirtschaftlichen und ökologischen Gesichtspunkten eine neue Entscheidung treffen.

100 % Ökostrom

Seit 2011 bezieht die Brauerei ihren Strom in Form von Ökostrom „Natur Energie Gold" durch die Energiedienst AG. Der Anbieter ist mit dem „Grüner Strom"-Label zertifiziert – er bezieht seinen Strom zu 100 % aus erneuerbaren Energiequellen. Wir beziehen konkret unseren Strom aus Wasserkraft. Darüber hinaus garantiert die Energiedienst AG, ihren Überschuss in neue Anlagen und innovative Energieprojekte zu investieren, was einen Beitrag zum Klimaschutz darstellt. Das „Grüner Strom"-Label ist das älteste Stromlabel für regenerative Energien und wird von führenden Umweltverbänden wie NABU, DNR, BUND sowie EUROSOLAR empfohlen und getragen.

Der gesamte Brennstoffverbrauch für das Jahr 2020 wird in Tabelle 4.8 dargestellt, bei Einsatz von Kraftstoffen im Fuhrpark und Energie für die Produktion entstanden insgesamt 45.624.599 Mega-Joule (MJ) an Energieverbrauch. Es werden derzeit keine erneuerbaren Quellen genutzt, was sich jedoch zukünftig ändern soll (↗ siehe Kapitel 4.3.1).

Insgesamt verbrauchte die Brauerei 33.003.155 MJ Wärme und 9.562.093 MJ Strom zur Herstellung ihrer Getränke (siehe Tabelle 4.8). Es wird keine Energie verkauft.

Tab. 4.8.: Absoluter Energieverbrauch innerhalb der Neumarkter Lammsbräu aufgeschlüsselt nach Kraftstoffarten und Energiequellen für das Jahr 2020

Innerhalb der Neumarkter Lammsbräu Einsatz von…	*Verbrauchsmenge mit Einheit*	*Verbrauchsmenge in Mega Joule (MJ)*
Kraftstoffen		
Diesel inkl. AdBlue	78.876,8 Liter	2.821.423
Benzin	2.086,74 Liter	67.798
Erdgas	3.375,60 kg	170.130
Energie		
Elektrische Energie (Strom, inkl. Kühlenergie)	2.656.137 kWh	9.562.093
Heizenergie	9.167.543 kWh	33.003.155
Gesamtenergieverbrauch		***45.624.599***

Datengrundlage ist der interne Energiebericht / technisches Controlling (Näheres zu den Umrechnungsfaktoren siehe Anhang).

4.3.4 Gewusst wie – Wasser einsparen durch cleveres Management

Der Umgang mit der Ressource Wasser am eigenen Betriebsstandort

Wasser ist für die Brauerei ein wertvolles Gut, denn es ist die Basis für die Herstellung des gesamten Getränkesortiments und Grundlage allen Lebens. Als Rohstoff für die Getränke findet sich unser Wasser größtenteils in den Produkten der Neumarkter Lammsbräu (↗ siehe Kapitel 3.1.3).

Als Abwasser wird es nach der zum Teil auch Mehrfach-Verwendung für Reinigungszwecke schließlich über den Mischwasserkanal in die Neumarkter Kläranlage eingeleitet. Unser Abwasser bedarf abgesehen von üblichen pH Wert Messungen & strikter Überwachung dahingehend keiner weiteren gesonderten Behandlung.

Wassermanagement und Wasserschutz haben schon seit Jahrzehnten bei der Neumarkter Lammsbräu oberste Priorität. Um die Nutzung dieser für die Neumarkter Lammsbräu wichtigsten Ressource in Zukunft noch nachhaltiger und schonender zu gestalten, wurde bereits 2018 auf dem Betriebsgelände ein dritter Brunnen gebohrt. Dieser erschließt dieselbe Wasserschicht wie die beiden bereits bestehenden Brunnen und fördert somit ebenso reinstes Bio-Mineralwasser zutage. Durch eine gleichmäßige Fahrweise aller drei Brunnen können diese in Zukunft noch schonender betrieben werden. Erste Pumpversuche haben gezeigt, dass dadurch die Pegelabsenkung voraussichtlich um mehr als die Hälfte reduziert werden kann. So ist eine nachhaltige Quellnutzung auch für zukünftige Generationen gesichert. Zu unserem betrieblichen Wassermanagement gehören sowohl die Messung der Wasserverbräuche anhand vorhandener Zähler als auch konkrete Maßnahmen technischer und organisatorischer Art, diese Verbrauchswerte zu reduzieren.

Im Folgenden werden einige Maßnahmen unserer Wassereinsparungen vorgestellt:

» ***Cleaning in Place (CIP):*** Die drei CIP-Anlagen (Cleaning In Place) sind so konzipiert, dass das verwendete Spülwasser nach der Hauptreinigung wieder zur nächsten Vorreinigung verwendet wird.

» ***Flaschen- und Kistenreinigung:*** Das Reinigungswasser wird nach der Flaschenreinigung dazu verwendet, die Getränkekisten vorzureinigen. Nach diesem „Vorwaschgang“ wird dann nur noch einmal mit Frischwasser nachgespült. So wird der Frischwasserverbrauch kontinuierlich niedrig gehalten.

Tab. 4.9. Übersicht spezifischer Wasserverbrauchswerte für den Zeitraum 2018-2020

Spezifische Wasserverbrauchswerte	*2018*	*2019*	*2020*	*Einheit*
Gesamtwasserverbrauch	115.911	139.857 a)	129.070	m^3
Gesamtbetrieb				
Spez. Wasserverbrauch	6,4	5,8	5,6	hl/hl FG
Spez. Abwassermenge	4,0	4,7	3,4	hl/hl FG
Brauerei				
Spez. Wasserverbrauch	5,4	5,4	5,3	hl/hl FG
Mälzerei				
Spez. Wasserverbrauch	4,3	4,2	3,5	hl/dt FM

hl = Hektoliter (100 Liter), FG = Fertiggetränk, dt = Dezitonne (100 kg), FM = Fertigmalz. Berechnung inklusive der vorübergehenden Außenstandorte der Brauerei.
a) = inklusive gesamter Menge verwendeten Wassers aus Pumpversuchen 3. Brunnen (nur 2019)

» ***Rückkühlwerke:*** Die neuen Rückkühlwerke wurden im Jahr 2020 gebaut und in Betrieb genommen. Sie ersetzen unsere vorher offenen Kühltürme.

Mit den Rückkühlwerken können wir wertvolles Wasser einsparen: In den Sommermonaten 2020 wurden ca. 1.500 m³ Trinkwasser eingespart.

Das nachhaltige Wassermanagement wirkt (siehe Tabelle 4.9): Es konnten sich alle Indikatoren verbessern, allerdings ist der Vergleich diesmal mit dem Jahr 2018 zu ziehen. Warum?

Zur Überprüfung der Wasserqualität aus dem o. g. dritten Brunnen sind 2019 Pumpversuche durchgeführt worden, das heißt es wurde Wasser entnommen, das zusätzlich angefallen, aber nicht in unsere Produkte eingeflossen ist oder zu ihrer Herstellung verwendet wurde. Es handelt sich um die stattliche Menge von 32.872 m³, die nur anteilig geschätzt bei der Kennzahlenberechnung 2019 mit einkalkuliert wurde. Dadurch sind die 2019er Kennzahlen nur bedingt vergleichbar mit den Kennzahlen der(s) vor- und nachgelagerten Jahre(s).

Der Wasserverbrauch der Brauerei konnte sich insgesamt pro Hektoliter um 12 % verbessern im Vergleich zu 2018, diese Entwicklung sieht man auch bei Aufsplittung in Brauerei und Mälzerei. Die signifikante Einsparung um 18,5 % in der Mälzerei hängt unter anderem damit zusammen, dass in 2020 im Vergleich zum Vorjahr in etwa die gleiche Menge Fertigmalz produziert, aber deutlich weniger Wasser insgesamt verbraucht wurde.

Tab. 4.10: Übersicht der Wasserentnahme- und verwendung sowie Gesamtverbrauch 2018 - 2020

Art der Quelle	2018	2019	2020	Einheit
Entnommene Menge Stadtwasser (Süßwasser von Dritten)	56.124	39.239	52.734	m³
Entnommene Menge aus Brunnen vor Ort (Süßwasser aus Grundwasser)	64.496	67.747	76.336	m³
Aufgefangene Menge an Regenwasser (Süßwasser von Dritten)	205	246	0	m³
Gesamtzahl entnommenes Wasservolumen (entspricht 100 % Süßwasser)	120.825	107.232	129.070	m³
Gesamtverbrauch Wasser (entspricht 100 % Süßwasser)	121	107	129	Megaliter

Daten entnommen aus Abrechnungen und Zählern; Erhebung auf Basis des Energieberichts / technischen Controllings.

Die gesamte Abwassermenge lag in 2019 durch die Pumpversuche auch weitaus höher als im „Normalbetrieb". Im Vergleich mit 2018 lag die Einsparung der spez. Abwassermenge 2020 erfreulicherweise bei knapp 14 %. Verantwortlich für die prozessbedingten Wassereinsparungen sind die jeweiligen Prozessverantwortlichen in den einzelnen Produktionsbereichen, technische Optimierungen werden durch unseren Leiter Instandhaltung und Energie erarbeitet und umgesetzt.

Im Bereich des Wassermonitorings ist geplant, dass durch weitere bereits installierte und im Energiemanagementsystem aufgeschaltete Zähler spezifischere produktbezogene Kennzahlen (derzeit Brauerei und Mälzerei) gebildet werden, um Wasserverbrauchs-Hotspots am Standort besser aufdecken, analysieren und entsprechend konkreter einzelne Wasserverbräuche reduzieren zu können (↗ siehe Kapitel 6).

Das Wasser zur Produktion und Getränkeabfüllung entnehmen wir unterschiedlichen Quellen (siehe Tabelle 4.10). Bei Entnahme und Verbrauch sind keine Gebiete mit Wasserstress betroffen.

Warum fangen wir kein Regenwasser mehr auf?
Für die vorherigen Verdunstungskühler konnte überschüssiges Regenwasser zum Berieseln genutzt werden. Diese sind jetzt entfallen und wurden durch Rückkühlwerke ersetzt. Somit entfällt auch die Verwendung von Regenwasser, wir können es derzeit nicht nutzen. Mittlerweile erleben wir den Effekt, dass Überschusswasser aus den Rückkühlwerken zum Gießen verwendet wird (dadurch Einsparung von Frischwasser).

4.3.5 Im Kreislauf wirtschaften mit Mehrweg – Unser Ressourcenhaushalt

Alles rund um die Verpackung

Weniger Verpackung – Mehrweg statt Einweg

Um die Umwelt zu schützen und Auswirkungen auf Ressourcenabbau zu verringern, gilt in unserem Hause selbstverständlich Mehrweg: Seit jeher setzen wir umweltschonende Verpackungen ein und verringern somit unseren Materialverbrauch.

Die Getränke der Brauerei werden überwiegend in Mehrweggebinde (teilweise Fassabfüllung) und dabei ausschließlich in Glasflaschen abgefüllt und anschließend mit Etiketten und einem Verschluss versehen. Gemeinsam mit den Kisten durchlaufen sie im Inland das klassische Mehrwegsystem. Nach dem Gebrauch werden die Flaschen gewaschen und im Schnitt je nach Gebindegröße und Sorte zwischen 25 und 40 Mal wieder befüllt.[12)] Nach Ende des Mehrwegkreislaufs wird das Glas aufbereitet und wiederverwendet. Mit diesem System nutzt die Brauerei ihre Ressourcen effizient und vermeidet Müll durch die konsequente Ablehnung von Plastikflaschen. Die Zuständigkeit für den Einsatz des Mehrwegsystems liegt im Bereich der Logistik.

Doch auch bei der Grundstoffbeschaffung für unsere now Limonaden sind wir darauf bedacht, Abläufe, Bestellungen und Gebinde weiterzuentwickeln und zu optimieren.

So konnten wir unser Zitronensaftkonzentrat blank, das wir normalerweise in Bag in Boxes (BiB) à 25 kg beziehen, auf Mehrweg-Edelstahlbehälter umstellen. Wir haben von diesem Grundstoff jährlich einen Verbrauch von ca. 15.000 kg (Tendenz steigend). Somit wären wir hier bei 600 BiB, die wir einsparen.

Die BiB sind Einwegartikel, bestehend aus Kunststoff und Kartonage. Dieser Abfall wurde bisher getrennt und gegen Gebühr entsorgt. Auch bei drei weiteren Limonadengrundstoffen haben wir geprüft, ob wir von Einweg-Kanister auf Mehrweg-Edelstahlbehälter umsteigen können. Die ersten Behälter sind bereits in Gebrauch. Entscheidend sind hier jedoch mehrere Faktoren, die nicht außer Acht gelassen werden dürfen, wie z. B. Handling, Verfügbarkeit, Mindestabnahme oder auch die Haltbarkeit.

Der nachhaltige Gedanke spielt bei der Rohstoffbeschaffung immer eine sehr große Rolle. Sofern es uns möglich ist und der Markt es zulässt, versuchen wir die Gebinde weiter zu optimieren. Die Verantwortung dafür liegt im Unternehmensbereich der Qualitätssicherung- und Produktentwicklung.

Mehrweg-Edelstahlbehälter (links) und Bag in Box (BiB) rechts

12) Quelle: Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (ifeu) (2010). Zusammenfassung der Handreichung zur Diskussion um Einweg- und Mehrweggetränkeverpackungen. Heidelberg. URL: www.ifeu.de/oekobilanzen/pdf/IFEU/20Handreichung-zur-Einweg-Mehrweg-Diskussion (13Juli2010).pdf, Zugriff am 07.02.2018

Verpackungsart – andere Materialien

Bereits seit 2016 beschäftigt sich die Neumarkter Lammsbräu intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit im Bereich der Verpackungsmaterialien (z. B. *Cradle to Cradle* [13]), wie beispielsweise bei den Etiketten (Verantwortungsbereich: Produktion). Die Etiketten bestehen aus Papier und Farben, für ihr Anbringen an der Flasche wird Leim verwendet. Bereits seit Jahrzehnten sind die Etiketten der Lammsbräu-Getränke frei von Schwermetallen. Bei der Verwendung von nachhaltigen Materialien gab es in der Vergangenheit einige Testläufe, leider genügten der „Cradle to Cradle"-zertifizierte Leim sowie ökologische Etiketten und „Cradle to Cradle"-zertifizierte Druckfarben bisher nicht unseren qualitativen Ansprüchen, wir arbeiten an diesem Thema jedoch kontinuierlich weiter.

Wenn auch nicht Cradle to Cradle-zertifiziert, so bestehen die Etiketten von 7 unserer 11 now-Produkte immerhin bereits zu 100 % aus Altpapier. Diese so genannten *Xect-Label-Etiketten* versprechen dieselben Eigenschaften wie Etiketten aus primärer Zellulosefaser, was Nass- und Laugenfestigkeit anbelangt. In 2020 stieg der Xect-Label-Etikettenverbrauch bei den now Bio-Limonaden von 18,3 % auf 38 %.

Da die Xect-Label Etiketten allerdings noch nicht den Qualitätsansprüchen entsprechen, die eine reibungslose Produktion gewährleisten, befinden wir uns hier noch in einer Testphase. So haben wir z. B. einen erhöhten Leimverbrauch bei den Xect-Label Etiketten festgestellt, zusätzlich hindert uns eine schwankende Papierqualität (aufgrund der unterschiedlich recycelten Materialien) an einer konstanten Dosierung des Leims.

Tab. 4.11.: Übersicht des Material- und Rohstoffeinsatzes für den Zeitraum 2018 - 2020

Material- und Rohstoffeinsatz	*2018*	*2019*	*2020*	*Einheit*
Gesamtsumme Material (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen, Brauch- und Trinkwasser) [a]	125.195	132.693	138.903	t
Gesamtsumme Material (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen) ohne Wasser [a]	9.284	9.471	9.833	t
Prozentualer Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate[b] = (Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate / Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)	84	86	85	%
Spezifischer Materialverbrauch	0,55	0,54	0,53	t /hl FG

hl = Hektoliter (100 Liter), FG = Fertiggetränk
a) Grundlage: Daten aus Buchhaltung, Input/ Output & eigene Kalkulationen
b) Schätzwerte

Aus diesen Gründen kann es sein, dass wir die Xect-Label-Etiketten reduzieren oder einstellen und nach weiteren Alternativen suchen werden.

Für unseren geringen Anteil an Exportgeschäft (Anteil 3,7 %) nutzen wir zukünftig zu 100 % FSC zertifizierte und klimaneutrale Verpackung (Kartonage) (↗ siehe Kapitel 4.3.1 und ↗ Kapitel 6).

Wie der Tabelle 4.11 zu entnehmen ist, ist der spezifische Materialverbrauch im Jahr 2020 mit 0,53 Tonnen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen und Verpackungen pro Hektoliter Fertiggetränk relativ stabil geblieben, bzw. nur minimal abgesunken. Der prozentuale Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe verringerte sich 2020 geringfügig auf 85 %. Alle Stoffe sowie Verpackungen werden überwiegend von externen Lieferant*innen bezogen – lediglich ein Teil der Kohlensäure wird in der Brauerei selbst gewonnen.

13) Quelle: https://epea.com/ueber-uns/cradle-to-cradle, Zugriff am 26.2.2021

4.3.6 Abfallmanagement steuern – Vom Trennen & Reduzieren unserer Abfälle

Verpackungen werden in der Brauerei stets sachgemäß recycelt. Nur die Wiederverwertung allein reicht jedoch nicht aus: Dort, wo es möglich ist, werden Abfälle getrennt und eingespart. Die absoluten Entwicklungen unserer Abfallfraktionen werden in Abbildung 4.10 mit einem Trend dargestellt. Um welche einzelnen Abfälle es sich im Einzelnen handelt, lässt sich aus der Übersicht (↗ Tabelle 1 im Anhang) entnehmen.

Der Umgang mit unseren Abfällen (korrekte Behandlung und Vermeidung) im Unternehmen ist wichtiger Bestandteil unserer Umweltschutz-Verpflichtung im Rahmen unseres integrierten Managementsystems (↗ vgl. Kapitel 1.2.5). Eine wichtige Messgröße ist u. a. die Getrenntsammelquote (siehe Tabelle 4.12), die über 90 % und höher liegen sollte. Ebenso spielen positive Kosteneffekte in Verbindung mit einer konsequenten und besseren Abfalltrennung eine Rolle, z. B. bei der Glastrennung nach Farben. Der nicht trennfähige Gewerbeabfall (= Abfall für thermische Verwertung) hat sich in seiner Gesamtmenge im Vergleich zu 2019 im Jahr 2020 um 6 % reduziert. Die Getrenntsammlungsquote gem. GewAbfV (Gewerbeabfallverordnung) zeigt mit 94,3 % hier also eine Verbesserung auf und dient uns als Indikator für ein gutes Abfall- und Wertstoffmanagement (2019: 93,8 %). Dies ist unter anderem auf eine verbesserte Trennung der Abfälle zurückzuführen, die durch Sensibilisierung unserer Mitarbeiter*innen z. B. mittels regelmäßiger Schulungen und Vor-Ort-Hinweisen unseres Betriebsbeauftragten für Abfall gelingt. Informationen dahingehend werden über interne Kommunikationskanäle gestreut (Mitarbeitendeninfo, Teams Kanal etc.) – hier neu seit 2020: „Der kleine Abfallratgeber“ mit Hinweisen zur fachgerechten Entsorgung von Abfällen im Betrieb.

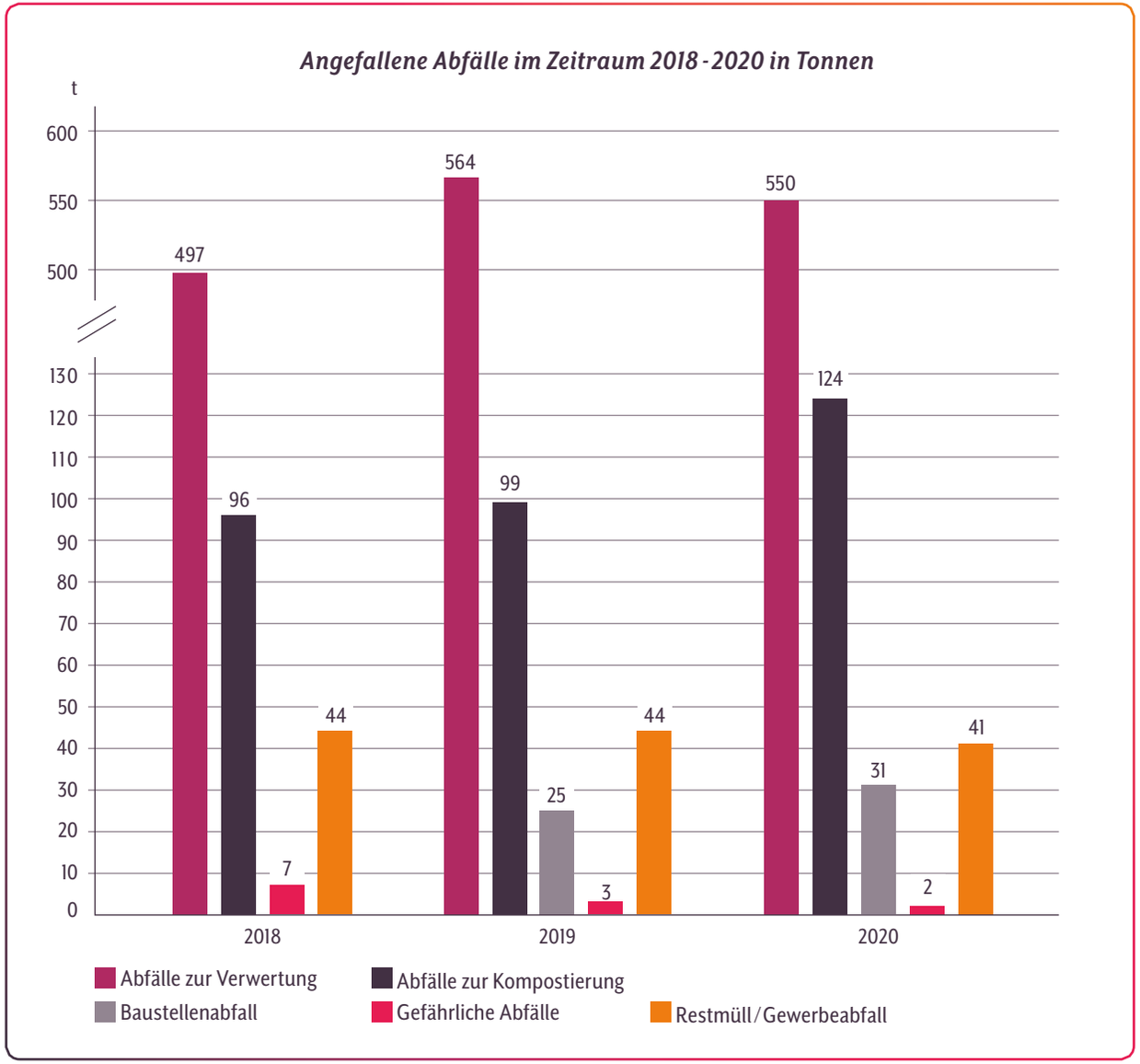


Abb. 4.10.: Mengenmäßige Verteilung angefallener Abfälle von 2018 - 2020

Wie gut das Management der Abfälle und Wertstoffe funktioniert, wird durch unseren Beauftragten für Abfall regelmäßig überprüft und im Gremium der Umweltausschuss-Sitzung sowie im jährlichen Abfall-Bericht dazu Stellung bezogen. So wird frühzeitig erkannt, welche Maßnahmen greifen und wo nachjustiert werden sollte.

Unsere partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Behörden

Proaktiver Dialog mit den Behörden ist für uns Grundlage, um der Gesetzeskonformität als EMAS-Betrieb Rechnung zu tragen. Relevante Informationen im Rahmen der GewAbfV hinsichtlich gefährlicher Abfälle sowie Abfallanfall- und Lagerorten spiegeln wir jährlich an den zuständigen Sachbearbeiter im Landratsamt. Darüber hinaus gehen wir bei rechtlichen Neuerungen oder bestehenden Unklarheiten aktiv auf unsere behördlichen Ansprechpartner*innen zu und informieren diese bei aktuellen Entwicklungen in unserem Haus (Änderungen bei Betriebsbeauftragung, Abfalllagerorte, etc.).

Aktuelle Entwicklungen 2020 im Überblick (Vorjahresvergleich)

Altetiketten

↓ **15 Tonnen weniger**

Grund:
Neue Etikettenpresse, dadurch geringerer Wassergehalt der zu entsorgenden Etiketten

Altglas

↓ **26 Tonnen weniger**

Grund:
Besseres Leergut und gute Leergutsortierung

Kunststofffolien

↓ **um die Hälfte weniger**

Grund:
Umstellung auf alternative Verpackungen – Mehrweg-Edelstahlbehälter oder Mehrweg IBC-Container – seitens der Lieferant*innen / Kund*innen

Unsere Nebenprodukte

*Im Herstellungsprozess entstehen Kuppelprodukte wie zum Beispiel Treber oder Abputzgetreide. Sie werden, wenn möglich, weiterverwendet. Treber und Abputzgetreide werden als Tierfutter an Landwirt*innen verkauft.*

Wie Tabelle 4.12 zeigt, haben sich die spezifischen Kennzahlen (brauereispezifische Abfälle & spezifische Menge gefährlicher Abfälle) insgesamt verbessert, was am nur minimalen Anstieg der Gesamtabfallmenge von etwa 1 % bei gleichbleibender Entwicklung der Menge abgefüllter Fertiggetränke liegt. Der Anfall gefährlicher Abfälle ist gleichbleibend gering, sodass die Quote der gefährlichen Abfälle sich nicht verändert hat (0,01 kg/hl FG). Alle regulär anfallenden gefährlichen Abfälle (bspw. bestimmte Reinigungsemulsionen oder Altöl) werden über einen Sammelentsorgungsnachweis entsorgt.

Im Umgang mit unseren Abfällen sorgen unsere Entsorgungsdienstleister für die fachgerechte Verwertung der Abfälle und stellen uns die dazu relevanten Daten dazu zur Verfügung.

Tab. 4.12.: Abfallmengen und spezifische Abfall-Indikatoren der Neumarkter Lammsbräu 2018-2020

Absolute Abfallmengen	*2018*	*2019*	*2020*	*Einheit*
Abfälle zur stofflichen Verwertung	497,4	564,0	549,6	t
Abfälle zur Kompostierung	95,8	99,4	123,5	t
Abfälle zur thermischen Verwertung (Gewerbeabfall)	44,3	43,6	41,1	t
Gesamt Abfallmenge (ungefährlich)	***637,4***	***706,9***	***714,2***	***t***
Gesamt Abfallmenge (gefährlich)	***6,8***	***3,5***	***2,3***	***t***
Gesamt Abfallmenge (ungefährlich + gefährlich)	***644,3***	***710,4 (25)*** [c]	***716,6 (31,3)*** [c]	***t***
Spezifische Abfallmenge (Abfallgesamtmenge/Menge FG)	2,9	2,9	2,7	kg/hl FG
Brauereispezifische Abfälle [a] (diverse Abfallfraktionen/Menge FG)	2,4	2,4	2,2	kg/hl FG
Spezifische Menge gefährlicher Abfälle (Menge gefährlicher Abfälle/Menge FG)	0,03	0,01	0,01	kg/hl FG
Getrenntsammlungsquote [b]	93,4	93,8	94,3	Gew.-%

FG = Fertiggetränk, hl = Hektoliter (100 Liter)
a) Brauereispezifische Abfälle beinhalten folgende Abfallfraktionen: Altetiketten, Altglas, Altkästen, Altpaletten und Altholz, Kieselgur, Mälzereistaub, Altlauge, Labor- und Altchemikalien sowie Reinigungsemulsionen.
b) Testat vorliegend
c) Einmalig angefallene Abfälle bei Bau- und Abbrucharbeiten im Zuge der baulichen Entwicklung der Brauerei

Umgang mit Gefahrstoffen

*Viele Reinigungs- und Desinfektionsmittel werden aufgrund ihrer gesundheits- und umweltgefährdenden Eigenschaften als Gefahrstoffe eingestuft. Im Rahmen der kontinuierlichen Substitutionsprüfung wird laufend nach Alternativen zu einzelnen Chemikalien gesucht. Wo diese nicht ersetzbar sind, geht die Brauerei mit ihnen sorgsam um. Reinigungslaugen werden beispielsweise „nachgeschärft" und damit so oft wie möglich wieder verwendet. Alle Gefahrstoffe lagern wir bei der Neumarkter Lammsbräu vorschriftsmäßig in Auffangwannen, um Boden- und Grundwasserverschmutzungen gemäß AwSV Vorgaben (Verordnung über Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen) zu vermeiden. Die Mitarbeiter*innen wissen im Umgang mit den Stoffen Bescheid durch vorliegende Arbeits- und Betriebsanweisungen und tragen die entsprechend notwendigen persönlichen Schutzausrüstungen (PSA). Im Jahr 2020 gab es keine Sickerverluste oder Leckagen. Verbrauchte Reinigungs- und Desinfektionsmittel sowie Gefahrstoffe werden selbstverständlich ordnungsgemäß entsorgt. Besonders wichtig ist hier die kontinuierliche Prüfung: Sämtliche Lagertanks, in denen umweltrelevante Stoffe bspw. Diesel oder Altöl gelagert werden, werden regelmäßig gewartet. Nur so können eventuelle Schäden frühzeitig erkannt und Umweltgefährdungen minimiert werden.*

AUTORIN KAPITEL 4:
Silvia Wittl

KAPITEL 5

Liefernetzwerke

Unsere Liefernetzwerke im Überblick

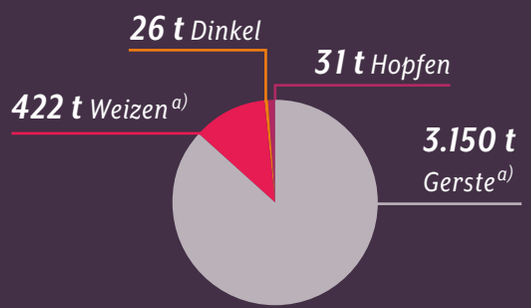
2020 wurden wir beliefert von

116

EZÖB Mitgliedern

1.400 ha

Anbaufläche



a) Teilmengen davon noch auf Lager

90 %

Bio-Limonaden Hauptrohstoffe aus Europa

45 %

Invertzuckersirup aus Bayern

Strategisches Handlungsfeld:

Partner & Kunden

Von elf now Bio-Limonaden sind

9

Naturland-zertifiziert

5 Sorgfalts-schritte

auf unserem Weg zu:

- ✓ vollständiger *Transparenz*
- ✓ Verwirklichung eines hohen Maßes an Sorgfalt in unseren Rohstoff-Liefernetzwerken

5.1 Nachhaltige Beschaffung: Schritt für Schritt zu enkeltauglichen Liefernetzwerken

Als Bio-Pionier der ersten Stunde fühlen wir uns den Anforderungen einer umwelt- und sozialverträglichen Wirtschaftsweise verpflichtet. Für uns ist der faire Umgang mit Mitarbeiter*innen und Geschäftspartner*innen im eigenen Haus die Grundvoraussetzung für eine fruchtbare Zusammenarbeit, aber auch die Grundlage der eigenen Daseinsberechtigung im Hinblick auf verträgliches Wirtschaften für eine enkeltaugliche Zukunft. Unser Engagement und die dazugehörige größtmögliche Transparenz stärken gleichzeitig die Markenidentität unserer Produkte. Denn so viel steht fest:

Wer sich für Bio-Getränke der Neumarkter Lammsbräu entscheidet, soll sicher sein, dass Genuss auf Verantwortung trifft.

Auch beim Einkauf unserer Waren und Dienstleistungen vertreten wir daher eine klare Position – der Bezug von Ressourcen muss verantwortungsvoll und im Bewusstsein des vorgelagerten *Wertschöpfungsnetzwerks* erfolgen. In diesem Zusammenhang haben wir für unser Haus sieben Beschaffungsbereiche identifiziert. Die Bereiche unterliegen einer fortlaufenden Re-Evaluierung, da sowohl Herstellungsbedingungen als auch Neuerungen aus Forschung und Entwicklung stete Weiterentwicklungen befördern – dies lässt sich besonders stark bei Maschinen und Anlagen, nachhaltiger Mobilität und Green IT beobachten.

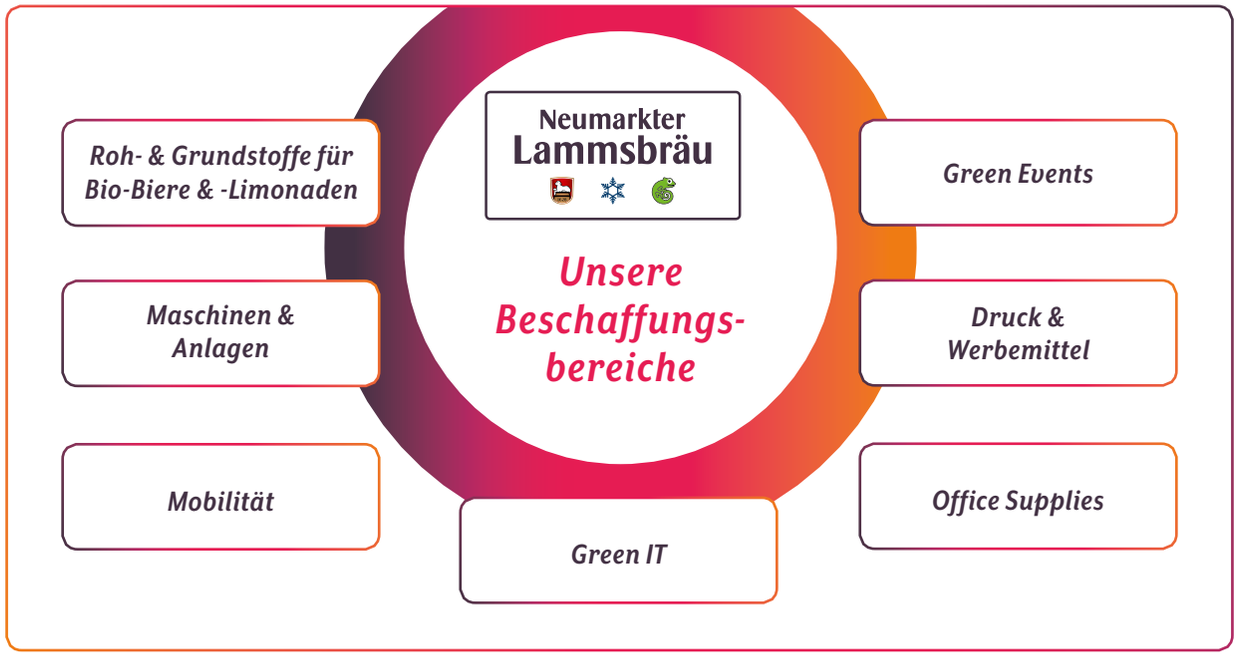


Abb. 5.1.: Unsere sieben Beschaffungsbereiche

Da sich die möglichen ökologischen und sozialen Auswirkungen entlang der *Liefernetzwerke* außerhalb unserer Unternehmensgrenzen befinden und sich damit einem direkten Einfluss entziehen, gestalten wir die Partnerschaften mit Lieferant*innen bewusst. Gemeinsam mit Erzeuger*innen, Lieferant*innen und Verbänden wollen wir unsere wertebasierten Ziele und Anforderungen weiterentwickeln.

Wir setzen uns ganzheitlich für den Erhalt einer intakten Umwelt und die Sicherung natürlicher Ressourcen ein und rücken verstärkt die Sozialkriterien in den Fokus. Dabei spielen für uns die beiden Rohstoffliefernetzwerke mit dem größten Beschaffungsvolumen – Bio-Bier und now-Limonaden – eine besonders wichtige Rolle.

Unsere Unternehmens-verantwortung endet nicht an den Brauereigrenzen.

*Unser Lieferant*innenmanagement*

Welche Auswirkungen haben die Tätigkeiten der Lieferant*innen auf Umwelt und Gesellschaft? Können frühzeitig negative ökologische oder soziale Auswirkungen entlang der Liefernetzwerke sichtbar gemacht werden? Welche Maßnahmen können ergriffen werden, um positiven Einfluss zu nehmen?

Um zeitgemäße Antworten auf diese Fragen zu finden, orientieren wir uns an Normvorgaben und politischen Rahmenbedingungen (z. B. *EMAS* III, *ISO 14001*, Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte der Bundesregierung).

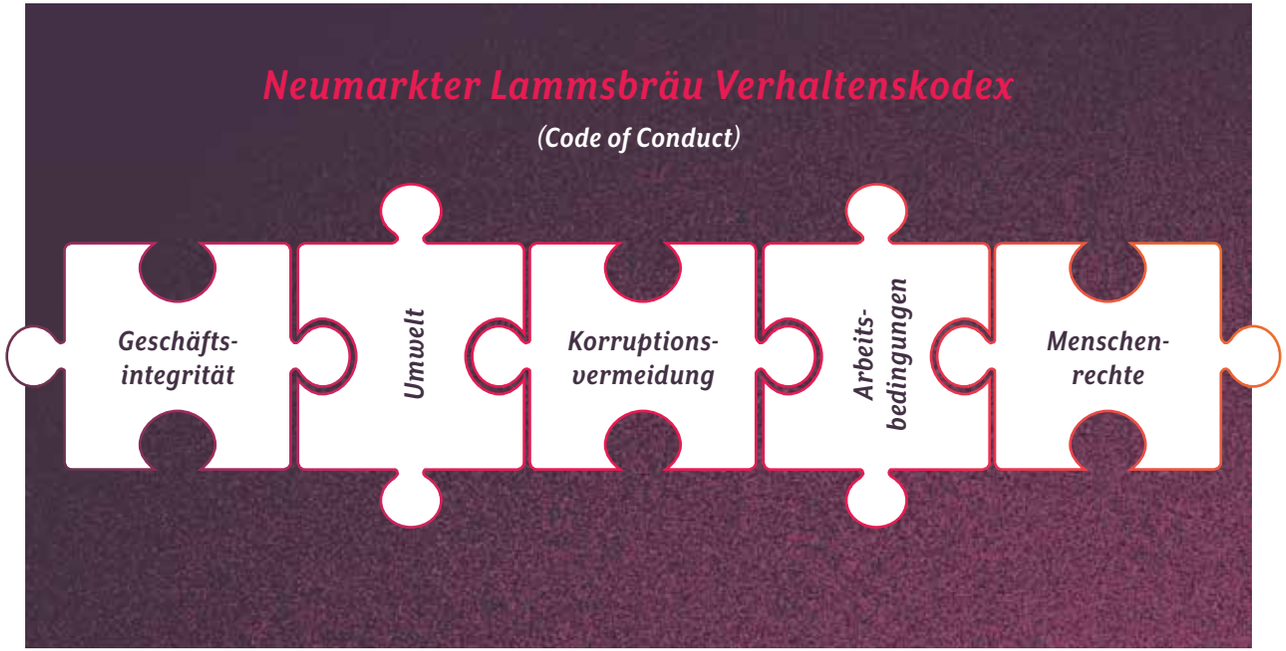


Abb. 5.2.: Neumarkter Lammsbräu Code of Conduct

*Bewertung unserer Lieferant*innen*

*Eine 2020 durchgeführte Analyse des internen Bewertungsprozesses unserer Lieferant*innen unter Berücksichtigung der neu implementierten digitalen Infrastruktur zeigte Potenziale auf, die Bewertung für die Unternehmensbereiche anwenderfreundlicher und aussagekräftiger zu gestalten. Aus diesem Grund erfolgt im Jahr 2021 eine Überarbeitung der Bewertung sowie Klassifizierung unserer Lieferant*innen mit gleichzeitiger Schulung aller operativen Einkäufer*innen sowie weiterer beteiligter Personen.*

Zusammen mit unserem eigenen, werteorientierten Anspruch einer umwelt- und sozialverträglichen Beschaffungskultur prüfen wir die Entwicklungen darauf, ob wir sie im Unternehmen anwenden können und setzen gezielt wirksame Maßnahmen um. Im Umgang mit den liefernden Unternehmen unserer sieben Beschaffungsbereiche ist uns ein offenes und vertrauensvolles Klima sehr wichtig. Die dezentrale Einkaufspolitik der Neumarkter Lammsbräu ermöglicht direkten und größtenteils persönlichen Kontakt zu den Direktlieferant*innen. So können Umsetzung von Maßnahmen und deren Kommunikation direkt von den Bereichsverantwortlichen vorgenommen werden.

Über den *Code of Conduct* (Neumarkter Lammsbräu Verhaltenskodex) sowie regelmäßig stattfindende Lieferant*innenaudits stehen wir mit den Zulieferbetrieben aller Beschaffungsbereiche in Austausch und vermitteln ihnen dabei unsere Anforderungen.

Neumarkter Lammsbräu Code of Conduct

Mit Grundanforderungen in den Bereichen Menschenrechte und Arbeitsbedingungen, Unterbindung von Korruption sowie Umwelt und Geschäftsintegrität trägt unser Code of Conduct zu langfristigen Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten*innen bei. Er bildet die Schnittstelle zwischen unternehmensinternen Zielen und dem gewünschten Verhalten von Partnern*innen. Zugleich dient er als Verständigungsgrundlage, anhand derer eigene oder gemeinsame Maßnahmen ergriffen werden können. Er wird an die Direktlieferant*innen aller Beschaffungsbereiche verschickt.

Feedback aus unserem Limonaden-Liefernetzwerk

Stand 2020 wurde der Kodex von 12 unserer 16 direkt vorgelagerten Bio-Limonaden*grundstoff*-Lieferant*innen unterzeichnet. Es sind derzeit keine Risiken in Bezug auf Menschenrechtsverletzungen oder Korruptionsrisiken ersichtlich. Auch haben uns im Berichtszeitraum keine Beschwerden zu Menschenrechtsverletzungen oder Korruption erreicht.

*Lieferant*innenbewertung & -auditierung*

Die Relevanz und Beurteilung der Lieferant*innen erfolgt in der bereichsweisen, jährlichen Lieferant*innenbewertung. Die Lieferant*innen jedes Bereiches werden dabei im Hinblick auf Lieferumfang, strategische Bedeutung für unser Unternehmen und Umweltrelevanz bewertet. Dies betrifft sowohl Rohstoffliefernde als auch Lieferant*innen von Betriebs- und Hilfsstoffen.

Einbindung von Stakeholdern

*Nicht nur wir stellen Fragen zur Nachhaltigkeit unserer Liefernetzwerke – auch externe Interessensgruppen wie Endverbraucher*innen, Kundinnen und Kunden und Medien zeigen verstärktes Interesse daran, wie **Rohstoffe** bezogen werden und wie ein Unternehmen sicherstellt, dass in der Zulieferkette Umwelt- und Sozialstandards eingehalten werden. Dies verdeutlicht auch die Rückmeldung der Mitglieder des Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreises (↗ siehe Kapitel 1.3.2). So wurden bei einer Abfrage hinsichtlich der persönlich wichtigsten Themen die wesentlichen Themen Umwelt Engagement und **Nachhaltige Beschaffung** mit Schwerpunkt Regionale Wertschöpfung am höchsten bewertet.*

5.2 „BioBier-Freunde“: Der Mehrwert regionaler Partnerschaften

5.2.1 Unsere Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB)

Die Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (*EZÖB*), über die wir den größten Teil unseres Bio-Braugetreides und unseren gesamten Bio-Hopfen beziehen, besteht seit 1989. Seit mehr als 30 Jahren wächst die Gemeinschaft stetig und gestaltet damit sichtbar die ökologische Landbewirtschaftung in der Region rund um Neumarkt i. d. OPf. Mittlerweile kooperieren bei der Neumarkter Lammsbräu und der EZÖB die nachfolgenden Generationen miteinander. Im Jahr 2020 verzeichnete die EZÖB über 170 Mitglieder in einem Umkreis von 150 km.

Abbildung 5.3 zeigt unser Bio-Bier-Liefernetzwerk: Die Kooperation unserer Landwirt*innen mit den ökologischen Anbauverbänden Bioland, Naturland, Demeter und Biokreis garantiert uns bei den Bio-Bierrohstoffen hohe ökologische Standards. Dadurch, dass die Höfe in der Region liegen und die Neumarkter Lammsbräu persönlichen Kontakt zu den Betriebsleiter*innen hat, sind Umwelt- und Sozialkriterien für uns direkt sicht- und auditierbar.

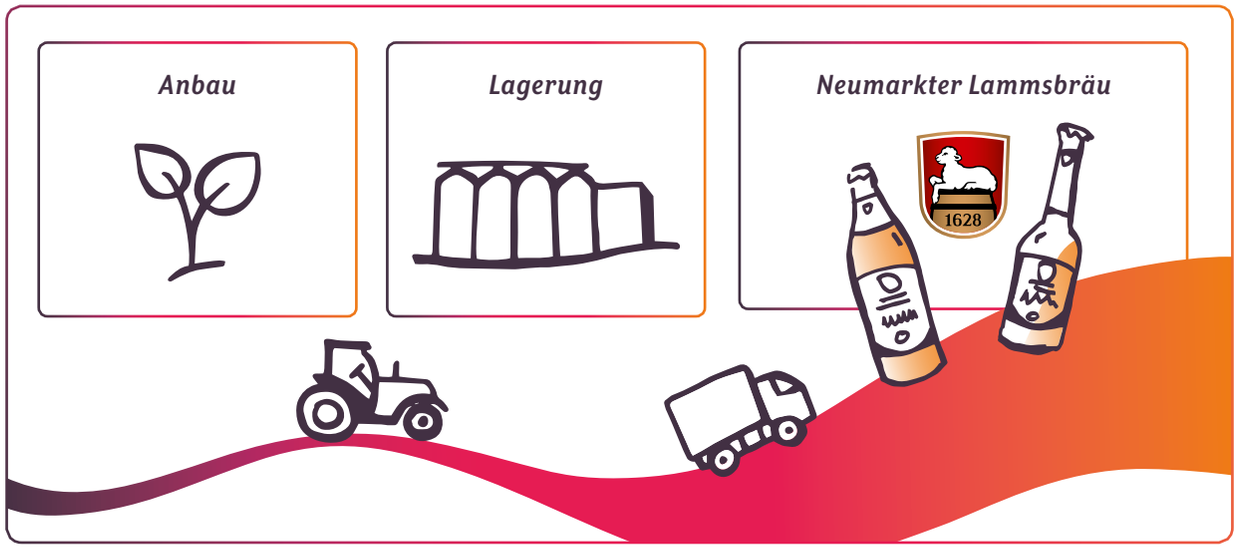


Abb. 5.3.: Neumarkter Lammsbräu Bio-Bier-Liefernetzwerke

Die Brauerei schließt einen Rahmenvertrag mit einer Laufzeit von fünf Jahren, in dem Preise und Qualitäten des Braugetreides und Hopfens mit der Vorstandschaft der EZÖB ausgehandelt und festgelegt werden. So wird den Landwirt*innen eine mittelfristige betriebswirtschaftliche Planung ermöglicht. Mit jedem EZÖB Mitglied wird darüber hinaus ein individueller Vertrag über die Menge des jeweiligen Erntejahres abgeschlossen. Die Landwirt*innen erhalten so die Garantie, dass die angebauten Mengen zu einem genau definierten Preis abgenommen werden. Die Preise liegen dabei über dem üblichen Marktniveau.

Wir stehen dafür ein, unseren Partner*innen den finanziellen Aufwand zuzugestehen, der benötigt wird, um einen landwirtschaftlichen Betrieb sinnvoll führen zu können. Dies ermutigt im besten Fall auch weitere Landwirt*innen, auf biologische Landwirtschaft umzustellen und unserer EZÖB beizutreten.

Je nach Erntejahr und klimatischen Bedingungen variiert der Rohstoffbezug von der Erzeugergemeinschaft stark. 2019 mussten aufgrund schlechter Sortierung, d. h. eines hohen Gehalts an Fremd- und Störstoffen und damit ungenügender Braueignung des heimischen Getreides, über 40 Prozent des Braugetreides von ökologischen Marktgesellschaften zugekauft werden. Im Erntejahr 2020 stammten wiederum mehr als 90 Prozent der Braurohstoffe von unseren EZÖB-Landwirt*innen.

Die Einhaltung der Anbaukriterien wird sowohl verbandsintern als auch von akkreditierten, externen Kontrollinstituten für Öko-Lebensmittel regelmäßig geprüft. So garantiert beispielsweise die Öko-Kontrollstelle Kiwa BCS Öko-Garantie GmbH durch regelmäßige Prüfungen (nach EG-VO Nr. 834/2007 und EG-VO-Nr. 889/2008 und zusätzlich bei den Bieren nach den Richtlinien der Anbauverbände Naturland und Bioland), dass sämtliche Produkte der Neumarkter Lammsbräu das Prädikat „Bio“ auch verdienen. Maßgeblich verantwortlich für die Bio- Zertifizierung sind jedoch die Lieferant*innen selbst: Einmal im Jahr müssen sie ihre Zertifikate erneuern. Das sorgt dafür, dass die Nachweise aktuell bleiben. Die Landwirt*innen und Lieferant*innen verpflichten sich gegenüber der Brauerei auf diese regelmäßige Erneuerung.

Aber auch hausintern geht die Neumarkter Lammsbräu auf Nummer sicher: Kontrollprozesse in der Qualitätssicherung und Produktentwicklung sorgen dafür, dass unsere Anforderungen auch eingehalten werden (↗ siehe Kapitel 3.2.2).

EZÖB – Erzeugergemeinschaft ökologischer Braurohstoffe

*Im Geschäftsjahr 2020 wurden wir von **116 EZÖB-Mitgliedern** beliefert, die auf etwa **1.400 ha Fläche** für uns Braurohstoffe anbauten. Insgesamt bezogen wir 2020 von der EZÖB **3.150 to Gerste** (Teilmengen davon noch auf Lager), **422 to Weizen** (Teilmengen davon noch auf Lager), **26 to Dinkel** und **31 to Hopfen**. Die Braurohstoffe machten vom gesamten Rohstoffeinkauf einen Anteil von 66,4 Prozent aus, davon entfielen wiederum 76 Prozent anteilig auf die Rohstoffe unserer EZÖB (bezogen auf den Euro-Wert).*

Kulturlandpläne & Naturkundliche Spaziergänge

Seit 2010 unterstützen wir alljährlich zwei EZÖB-Mitglieder bei der Erstellung und Durchführung eines so genannten Kulturlandplanes. Dabei handelt es sich um einen individuellen, auf den jeweiligen Landwirt*innen und deren Hof zugeschnittenen und auf mehrere Jahre angelegten Naturschutzplan. Eine Naturschutzfachberaterin analysiert dafür die Hofsituation und unterstützt unsere Landwirt*innen mit ihrem Fachwissen bei der Festlegung und Umsetzung konkreter Maßnahmen und Strategien. Nach zwei Jahren durchlaufen die Kulturlandpläne in der Regel ein Review, um Fortschritte festzustellen und gegebenenfalls weitere Hilfestellung zu bieten. 2020 haben wir anlässlich unseres zehnjährigen Kulturlandplan-Jubiläums Bilanz gezogen: Insgesamt wurden bisher 24 EZÖB-Betriebe intensiv naturschutzfachlich beraten. Regelmäßig laden wir die Öffentlichkeit dazu ein, die im Rahmen der Kulturlandpläne umgesetzten Maßnahmen bei geführten naturkundlichen Spaziergängen zu erleben. Damit wollen wir auch unseren Endverbraucher*innen das Thema Naturschutz nahebringen und sie für eine enkeltaugliche Landwirtschaft begeistern. Die Spaziergänge fanden 2020 Corona-bedingt leider nicht statt, werden aber nachgeholt, sobald eine Durchführung wieder möglich ist.

5.2.2 Unser Engagement in der Bio-regionalen Genossenschaft Oberpfalz e.G. (BIregO eG)

Ein großes Ziel unseres Unternehmens besteht darin, die Regionalität in den Liefernetzwerken für Braurohstoffe auf einem hohen Niveau zu stabilisieren. Dafür ist es wichtig, Bio-Landbau als attraktive Bewirtschaftungsform für umstellungsinteressierte Landwirt*innen zu fördern.

In Kooperation mit der staatlich anerkannten Öko-Modellregion des Landkreises Neumarkt sowie mit vielen aufgeschlossenen Landwirt*innen aus der Region engagieren wir uns daher im Rahmen der Bio-regionalen Genossenschaft Oberpfalz e.G. (BIregO eG), bei der wir Gründungsmitglied sind.

Im Jahr 2020 wurde bereits eine professionelle Einlagerung und Aufbereitung von Druschfrüchten für Bio-Landwirt*innen, Bio-Verarbeiter*innen und andere interessierte Bio-Akteur*innen realisiert. Im eigens dafür konzipierten und neu gebauten Lager mit einer Gesamtkapazität von 6.700 to Schwergetreide in großen Silos und kleineren Lagerzellen findet neben qualitätserhaltender Lagerung auch eine systematische Reinigung und Aufbereitung von Bio-Druschfrüchten statt.

Übergeordnetes Ziel ist die Etablierung lückenloser Bio-Verarbeitungsstrukturen für Erzeuger*innen und Verarbeitende, um planvolles und damit ökonomisch nachhaltiges Wirtschaften für alle Parteien zu ermöglichen. Denn als Brauerei mit angegliederter, eigener Mälzerei sind wir genauso wie die Landwirt*innen auf eine moderne und qualitätserhaltende Lagerung von Bio-Druschfrüchten angewiesen.

Miteinander Mehrwert schaffen – die Vorteile der BIregO:

- *Qualitätserhaltende Lagerung und Aufbereitung von Druschfrüchten*
- *Warenbündelung und damit einhergehende bessere Vermarktungsmöglichkeiten für kleine Betriebe*
- *Kooperation von Bio-Erzeuger*innen, Bio-Verarbeitenden und Bio-Marktgesellschaften macht das Lager wirtschaftlich tragbar und stärkt den direkten Austausch innerhalb der Wertschöpfungsnetzwerks*
- *Professionelle Strukturen entlang des regionalen Bio-Wertschöpfungsnetzwerks schaffen Wachstumspotenzial für die Bio-Branche*

BIregO Lagerzentrum

5.2.3 Mehrwert regionaler Wertschöpfung

Die Vorteile regionaler Bezugsstrukturen sind mannigfaltig und in ihrer Tragweite kaum vollumfänglich zu erfassen. Partnerschaften mit lange bekannten „Gesichtern" – zum Teil in nachfolgenden Generationen – zeigen uns ganz direkt die Vielfalt der ökologisch arbeitenden Betriebe auf. Ihre individuellen Herangehensweisen und Motivationen sind so unterschiedlich wie die Fruchtfolgen auf den Äckern. Eine Vielfalt, die wir bei der Neumarkter Lammsbräu zu schätzen wissen und an deren Förderung wir aktiv mitwirken.

» ***Vielfalt statt Monotonie:*** Förderung heimischer, bäuerlicher Strukturen und Erhalt wichtiger gesellschaftlicher Bausteine im ländlich geprägten Raum
» ***Miteinander statt gegeneinander:*** Kooperationen und Verhandlungen mit Lieferant*innen auf Augenhöhe
» ***Kontinuität statt Kurzlebigkeit:*** Verlässlichkeit für beide Seiten in Bezug auf Abnahmemengen, wichtig für Anbau- und Produktionsplanung
» ***Resilienz statt Vulnerabilität:*** Ausschluss von Risiken, die durch globale und/oder anonyme Strukturen möglich sind (Lieferengpässe, kurzfristige Vertragslaufzeiten, stark schwankende Rohstoffpreise)
» ***Bewegung statt Stillstand:*** Ausweitung der biologisch bewirtschafteten Anbaufläche aufgrund attraktiver Struktur für umstellungsinteressierte Landwirt*innen
» ***Achtsamkeit statt Ignoranz:*** Durch kurze Lieferwege lassen sich Emissionen wirksam einsparen, so wird ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz geleistet
» ***Partnerschaft statt Geschäftskontakt:*** Gemeinsame Kooperationen über das Kerngeschäft hinaus (Projekt Ökologische Saatgutzüchtung (↗ siehe Kapitel 1.2), *Kulturland-Pläne* etc. (↗ siehe Kapitel 5.2.2).
» ***Lokal statt global:*** Regionale Wertschöpfung bereichert das Warenangebot für „regional-bewusste" Endverbraucher*innen und bedient deren steigende Nachfrage
» ***Transparenz statt Anonymität:*** Durch Außenkommunikation der regionalen Handelsbeziehungen werden die Akteur*innen hinter den Rohstoffen und Produkten für Konsument*innen greifbar und das gesamte Liefernetzwerk nachvollziehbar

Regionalität definieren – was bedeutet das bei der Neumarkter Lammsbräu?

Der Begriff „Regionalität" wird häufig verwendet, aber selten definiert. Regionale Produkte versprechen kurze Wege und heimische Wertschöpfung – doch hält der Begriff Regionalität, was er verspricht?

Bei der Neumarkter Lammsbräu muss klar zwischen den beiden Liefernetzwerken für Bio-Bier und Bio-Limonade unterschieden werden. Der Anbau, die Verarbeitung und der Transport unserer Braurohstoffe findet zu einem überwiegenden Teil in einem 150 km-Umkreis statt und erfüllt damit von Anbau bis Abfüllung alle Erwartungen an ein regional erzeugtes Produkt (↗ siehe Kapitel 5.3.1).

Im Unterschied dazu ist der Bezug der Rohstoffe für unsere Bio-Limonaden komplexer und nur teilweise regional möglich. Dennoch verfolgen wir auch hier den Ansatz einer Regionalisierung der Liefernetzwerke – was bedeutet das konkret?

Die Bezugsstrukturen der Zutaten für unsere Bio-Limonaden gestalten sich sehr unterschiedlich und müssen daher individuell bewertet werden. Dies bezieht sich sowohl auf den Anbau als auch auf die Akteur*innen der Verarbeitung und des Handels. Denn unser Anspruch an die Rohstoffe reicht über die geographische Betrachtung hinaus.

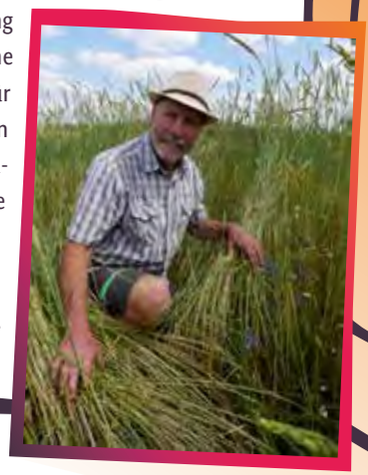
Nicht allein kurze Transportwege setzen den Grundstein für ein nachhaltiges Liefernetzwerk. Biologische Anbaumethoden, faire Geschäftsbeziehungen und aktive Maßnahmen zum Umweltschutz sind Kernelemente der Lammsbräu-Produkte.

Wo stehen wir mit Blick auf die Regionalität unserer Bio-Limonaden?

*Im Jahr 2020 konnten wir **90 Prozent unserer Hauptrohstoffe aus Europa** beziehen. Die Bezugsquellen unserer Bio-Limo-Rohstoffe sind im folgenden Kapitel ausführlicher beschrieben (↗ siehe Kapitel 5.3).*

Ackerwildkräuter: Sag‘ mir, wo die Blumen sind…

Roggen blüht blau, Weizen blüht rot und Hafer blüht gelb – so sagt es eine alte Bauernregel. Heute verstehen nur noch wenige, was damit gemeint ist. Denn wenn man die Roggen-, Weizen- oder Haferfelder betrachtet, ist von diesen Farben kaum etwas zu sehen. Das war früher anders – Kornblume und Klatschmohn, Ackerrittersporn und Frauenspiegel begleiteten die Feldfrüchte auf den Nutzflächen ohne deren Erträge zu mindern. Etwa 350 dieser konkurrenzschwachen, blühenden Schönheiten gibt es und es gilt, sie zu bewahren. Gemeinsam mit der Biobauern Naturschutz Gesellschaft und einigen EZÖB-Vertragsbäuer*innen unterstützen wir in der Region ein Projekt zur Wiederansiedelung von typischen Ackerwildkräutern, die vom Aussterben bedroht sind. Denn Ackerwildkräuter und ihre Gesellschaften sind wie kaum eine andere Artengruppe durch die intensive Landwirtschaft bedroht. Bereits seit den 80er Jahren wird immer wieder versucht, hier gegenzusteuern. Denn Ackerwildkräuter bieten Nahrung und Lebensraum für Insekten und Wildtiere, festigen die Böden, haben Heilwirkung und sind obendrein eine große Bereicherung für das Landschaftsbild. Ein Anliegen, das wir als Neumarkter Lammsbräu gerne unterstützen.



Landwirt Konrad Samberger im Projekt Ackerwildkräuter

5.3 „Wenn nicht now, wann dann?“ Unsere Sorgfaltspflicht in den Bio-Limonaden-Liefernetz-werken

Im Fall unserer now Bio-Limo-Liefernetzwerke bilden wir mit Landwirt*innen, verarbeitenden Unternehmen und Händler*innen die wichtigen Verbindungen, die dafür sorgen, dass die Frucht vom Feld in die now-Flasche kommt. So verschieden die Geschmackssorten von Hollerblüte bis Black Cola, so unterschiedlich formen sich die Liefernetzwerke dahinter. Manche davon schaffen resiliente Verbindungen zwischen regionalen Akteur*innen, während andere dafür sorgen, dass die fruchtige Frische durch langjährige Handelsbeziehungen über Kontinente hinweg zu uns nach Neumarkt gelangt.

Bei den (inter-)nationalen Bezugsstrukturen für die Bio-Limonaden-Rohstoffe kooperieren wir intensiv mit dem ökologischen Anbauverband Naturland, der sich stark international ausgerichtet hat und umfangreiche Sozialkriterien im Zuge des Zertifizierungsprozesses abprüft. Aktuell sind 9 unserer 11 nows Naturland zertifiziert (↗ siehe Kapitel 3.1). Neu unter den Naturland nows ist die Sorte Pink Rhabarber.

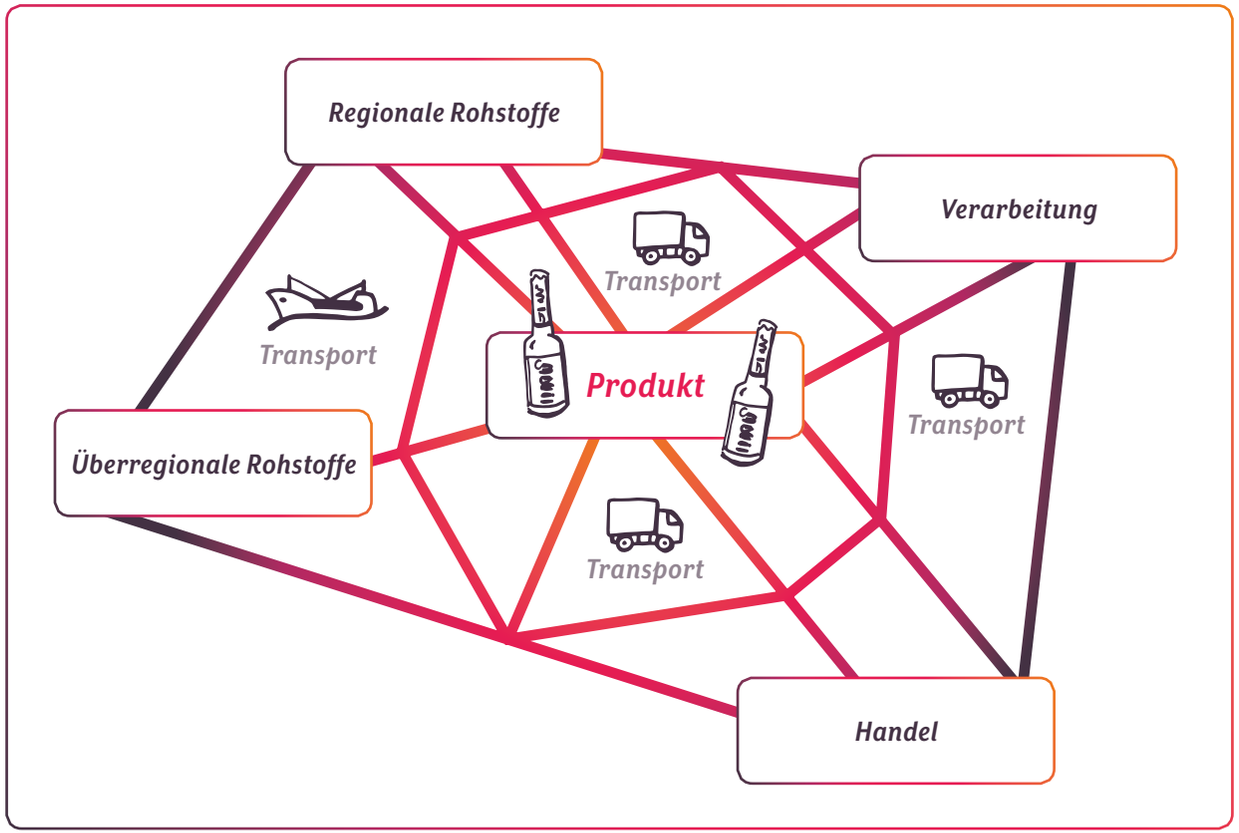


Abb. 5.4.: Neumarkter Lammsbräu Bio-Limonaden Liefernetzwerke

Im Jahr 2020 bezogen wir unsere Bio-Limonadengrundstoffe von insgesamt 16 Direktlieferant*innen, davon 14 aus Deutschland sowie einem Zulieferbetrieb aus den Niederlanden und einem aus Israel. Die Anbaustandorte von gut 90 Prozent unserer Hauptrohstoffe lagen in Europa, knapp 10 Prozent stammten aus Israel, Mexiko und der Türkei.

Zu den *Hauptrohstoffen* zählen die mengenmäßig relevantesten Rohstoffe, die wir mithilfe einer Mengenberechnungs-Regel definieren und festlegen (Berechnung siehe Anhang). Das bedeutet konkret: All jene Rohstoffe, die mengenmäßig weniger als ein Prozent vom Gesamtbezug ausmachen, werden nicht näher betrachtet. Dazu zählen vor allem Extrakte aus Bio-Kräutern und Bio-Gewürzen (siehe Abbildung 5.5).

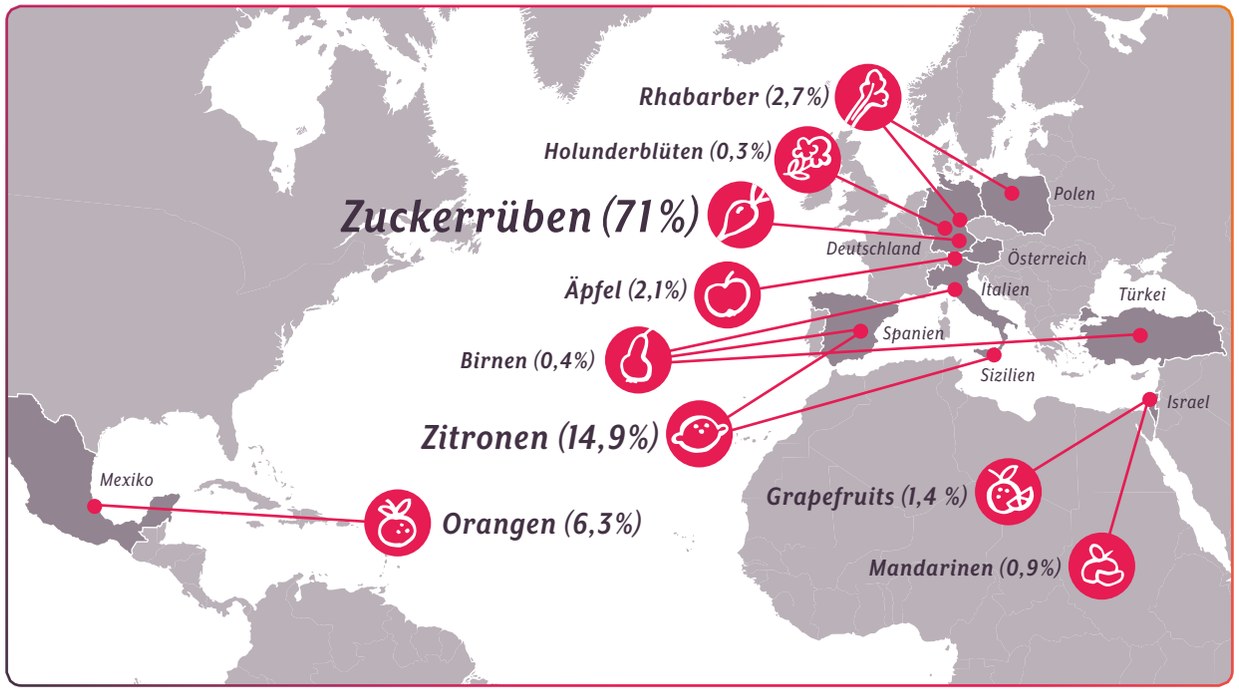


Abb. 5.5.: Übersicht der Anbaustandorte unserer Bio-Limo-Rohstoffe, die mengenmäßig die größte Relevanz für die Neumarkter Lammsbräu haben

Folgende Bio-Limonadengrundstoffe möchten wir besonders hervorheben – denn hier bemühen wir uns derzeit aktiv um einen regionaleren Rohstoffbezug:

» Invertzuckersirup aus bayerischen Zuckerrüben in Kooperation mit *rebio* und Schweizer Verarbeitern nahe der deutschen Grenze (↗ siehe Kapitel 5.3.2)

» Holunderblütensirup aus Holunderblüten von acht süddeutschen Landwirt*innen aus Bayern und Baden-Württemberg – davon ca. 50 % der Menge von einem Betrieb aus dem eigenen Landkreis sowie einem Verarbeiter aus Bayern

» Apfelsaft, bezogen von einem verarbeitenden Betrieb aus der Bodenseeregion mit Äpfeln aus Deutschland und Österreich

» Rhabarbersaft: In 2020 wurden gut 25 Prozent unseres benötigten Rhabarbersaftes aus dem Rhabarber eines fränkischen Öko-Erzeugers gewonnen, und hiernach über eine Baden-Württembergische Kelterei in Lohnverarbeitung verarbeitet

5.3.1 Unsere 5 Sorgfaltsschritte

Informationen und Liefernetzwerkdaten werden heutzutage nicht mehr nur von Fairtrade-Fans gefordert. Sie stehen im Fokus vieler Verbände und Organisationen, und finden aktuell auch im gesetzlichen Rahmen eine Verankerung. Und das zu Recht: Ein Großteil der Auswirkungen und Risiken – soziale wie ökologische – liegen im Liefernetzwerk. Nur wer seine tieferen Liefernetzwerke kennt, kann diese Risiken vermeiden, Maßnahmen angehen und mitgestalten. Doch ist es für uns als Verarbeiter oft ein weiter Weg von den Direktlieferant*innen bis zu den Landwirt*innen. Wir haben uns fünf Prozessschritte auf dem Weg zu vollständiger Transparenz und Verwirklichung eines hohen Maßes an Sorgfalt vorgegeben (siehe Abbildung 5.6).

Die eingehende Beschäftigung mit unseren vorgelagerten Liefernetzwerken ermöglicht es uns, Risiken in Anbauregionen oder Handelswegen zu erkennen und gegebenenfalls Maßnahmen zur deren Vermeidung oder Reduktion zu ergreifen. So machen wir uns auf den Weg zu vollständiger Transparenz in unseren internationalen Liefernetzwerken, um unserer *Sorgfaltspflicht* gerecht zu werden.

Wir wollen wissen:

- Welche Standorte durchläuft ein Rohstoff und welche Akteur*innen sind involviert?
- Welche Nachhaltigkeitsrisiken bestehen in den Liefernetzwerken?
- Wo treten diese entlang der Liefernetzwerke auf?
- Wie ausgeprägt sind die Liefernetzwerke international verflochten?

*„Nur wer seine Liefernetzwerke kennt, kann Risiken vermeiden und Maßnahmen mitgestalten. Die Geschichten zu den Liefernetzwerken nehmen der Produktion die Anonymität. Und sie schaffen Verantwortungsbewusstsein. Unser Ziel: Umweltfreundliche Liefernetzwerke mit fairen Preisen, sicheren Arbeitsstandards, Gesetzeskonformität, mit hoher Verlässlichkeit und zugänglichen Informationen für alle Akteur*innen."*

Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsleiter der Neumarkter Lammsbräu

Schritt 1

Handlungsgrundsätze & Anforderungen an Lieferant*innen formulieren
>> Code of Conduct (↗ siehe Kapitel 5.1)

Schritt 2

Liefernetzwerke abbilden & Nachhaltigkeitsauswirkungen/Risiken erfassen und bewerten >> Selbstauskunft für Lieferant*innen, Risiko-Länder-Analyse

Schritt 3

Anforderungen an Lieferant*innen überprüfen & Maßnahmen ableiten >> Audits bei den Direktlieferant*innen vor Ort, Vor-Ort-Audits entlang des Liefernetzwerks, durchgeführt von Naturland

Schritt 4

Berichten: Stichwort Transparenz
>> CSR-Berichterstattung auf unserer Webseite und im Nachhaltigkeitsbericht

Schritt 5

Beschwerdemechanismus einrichten
>> Ansprechpartner*innen entlang des Netzwerkes, Naturland Zertifizierung

Abb. 5.6.: Wir sind auf dem Weg – Sorgfaltspflicht in 5 Schritten

Die Auseinandersetzung mit unseren überregionalen Bezugsstrukturen erfordert Kenntnisse über ökologische, soziale und politische Bedingungen in Erzeugungs- und Verarbeitungsländern. Wer kann uns also unsere Fragen besser beantworten als unsere Partner*innen in den Liefernetzwerken?

In Interviews und Gesprächen lernen wir unsere Liefernetzwerke persönlich kennen und erhalten Einblicke in die Herkunft der Rohstoffe. Im Jahr 2020 wurden Nachhaltigkeitsinformationen zu unseren Netzwerken mittels Interviews und Fragebögen zu Sozial- und Umweltrisiken mit Direktlieferant*innen, sowie verarbeitenden Unternehmen und Landwirt*innen entlang einiger unserer mengenmäßig größten Rohstoffliefernetzwerke Orangensaftkonzentrat, Zitronensaftkonzentrat und Invertzuckersirup gesammelt. Mit den erhobenen Daten aus Fragebogen, Interviews und Desktoprecherche wurden anschließend potentielle Nachhaltigkeitsauswirkungen entlang der Liefernetzwerke identifiziert (↗ siehe Kapitel 5.3.2). Auf der Sorgfaltsagenda 2021 steht zusätzlich die Prüfung der Naturland fair Zertifizierung für unsere nows.

5.3.2 Sorgfaltspflicht in der Praxis: Bio-Zuckerrüben, Bio-Zitronen und Bio-Orangen

Die aktuell elf now-Sorten der Neumarkter Lammsbräu rufen Fragen über die Geschichten hinter rund 30 Bio-Limonadengrundstoffen und deren Liefernetzwerken auf. Manche dieser Geschichten spielen sich nur innerhalb eines Umkreises von 10 km ab. Folgt man beispielsweise dem Netzwerk des Holunderblütensirups von der Brauerei zum Holunderfeld, landet man innerhalb von 15 Minuten auf dem Hof bei Pilsach. Sicherzustellen, dass hier wichtige Sozial- und Umweltstandards befolgt werden, ist bedeutend einfacher als in Liefernetzwerken, die sich über Ländergrenzen hinweg erstrecken.

Neben dem eigenen Verhaltenskodex und der Lieferant*innenauditierung unterstützt uns der Anbauverband Naturland mit der Überprüfung der Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards vor Ort. Im Jahr 2020 haben wir uns vertieft dem Sorgfaltsschritt „Mapping und Liefernetzwerkvisualisierung“ gewidmet, um unsere Liefernetzwerke noch besser kennenzulernen. Da dieses Kennenlernen Interviews und Gespräche, sowie Fragebögen mit möglichst allen Partner*innen bis in die Anbauregionen einschließt, und somit einige Zeit in Anspruch nimmt, haben wir uns zunächst auf einige unserer mengenmäßig relevantesten Rohstoffe Bio-Zuckerrüben, Bio-Zitronen und Bio-Orangen konzentriert.

Durch die intensiven Befragungen konnten auch aktuelle Informationen zu den Transportrouten generiert und diese für aktuelle CO_2e-Berechnungen genutzt werden (↗ siehe Kapitel 4.3.1, Tabelle 4.2)

*Das vollständige Mapping der Bio-Limo-Liefernetzwerke ist unser Ziel und wird als Prozess laufend über das Nachhaltigkeitsmanagement bearbeitet. Denn wir wollen uns zusammen mit unseren Partner*innen stetig weiterentwickeln, die Beziehungen intensivieren und als Pioniere transparente und faire Liefernetzwerke schaffen – für eine lebenswerte und enkeltaugliche Zukunft.*

Campisi Italia, Erzeugergemeinschaft in Sizilien (Fotos: ©Familie Mazzara)

*„Bei unserer Arbeit verlieren wir unsere Werte nicht aus dem Blick. Gemeinsam mit unseren Partner*innen entwickeln wir die Zuckerwertschöpfungskette stetig weiter und setzen den Fokus auf faire und ökologische Strukturen. Dabei spielen verlässliche Kooperationen zwischen Erzeuger*innen und Kund*innen wie der Neumarkter Lammsbräu eine zentrale Rolle."*

Andrea Greule

Abteilungsleitung Zucker, rebio GmbH

Bio-Zuckerrüben aus Deutschland

Für die Süße in unseren now Bio-Limonaden sorgen deutsche Bio-Zuckerrüben in Naturland Qualität (↗ siehe Kapitel 3.1). Diese gelangen über verschiedene Routen zu uns nach Neumarkt. In diesem Bericht stellen wir das rebio-Liefernetzwerk vor.

Durch die Erfahrungen mit der EZÖB positiv geprägt, lag der Gedanke nahe, einen Erzeugerzusammenschluss für einen unserer wichtigsten Limonadenrohstoffe, Bio-Rübenzucker, zu gründen. Denn Invertzuckersirup ist in allen now Bio-Limonaden enthalten und daher ein strategisch wichtiger Grundstoff. Zugleich wachsen Bio-Zuckerrüben, genau wie Bio-Hopfen oder Bio-Gerste, in Deutschland – sogar in unmittelbarer Umgebung der Neumarkter Lammsbräu.

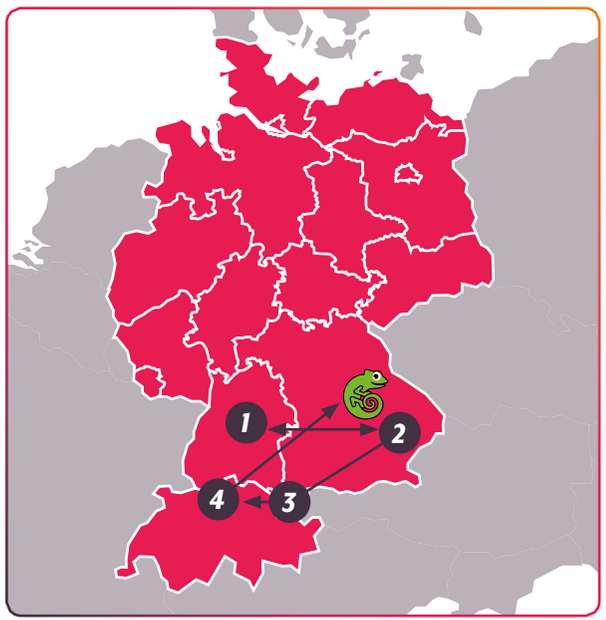


Abb. 5.7.: Stationen entlang des Zuckerliefernetzwerks.
1) Erzeugergemeinschaft rebio, 2) Anbau, 3) Herstellung Kristallzucker,
4) Herstellung Invertzucker

Die vorhandenen Kontakte zu Landwirt*innen wurden genutzt, um in Kooperation mit der Regionalen Bioland Erzeugergemeinschaft rebio eine Anbau- und Lieferstruktur für Bio-Invertzuckersirup zu etablieren.

Das Prinzip dahinter sieht wie folgt aus: Angebaut werden die Bio-Zuckerrüben in Bayern. Rebio organisiert die Erntelogistik und den Abtransport der Bio-Rüben und bringt ihre Expertise in diesen Bereichen ein. Der Abtransport der Rüben erfolgt per Bahn oder Lkw in die Schweiz zur Verarbeitung. Dort werden sie zu Bio-Rübenzucker verarbeitet und später zu Bio-Invertzuckersirup (siehe Abbildung 5.7). So wurden 2020 45 % des benötigten Bio-Invertzuckers über die rebio bezogen. Unser gesetztes Ziel mit 60 % Bezug von rebio in 2020 konnte noch nicht erreicht werden.

Unser Ziel ist der komplette Bezug der Bio-Limonadensüße über unsere Anbaugemeinschaft. Nach Auslauf einer bestehenden Vertragsbindung und Mengenabnahmegarantie mit einem weiteren Bio-Invertzuckersirup-Herstellungsbetrieb werden wir dieses Ziel bis Ende 2022 erreichen.

Mapping-Status:
Unser Zuckernetzwerk mit Bio-Zuckerrüben aus Bayern haben wir ***zu 100 % gemappt und visualisiert.*** Wir stehen im Austausch mit allen Akteur*innen des Liefernetzwerks.

Bio-Zitronen aus Italien und Spanien

Bio-Zitronen zählen zu unseren Hauptrohstoffen. Ihr Saft findet sich in fast jeder unserer now Bio-Limonaden. Unsere vertiefte Liefernetzwerkbetrachtung führte uns in einem ersten Schritt entlang des italienischen Liefernetzwerkes. Eine Visualisierung der spanischen Route ist für 2021 geplant.

Sizilien

Angebaut werden unsere Bio-Zitronen in Sizilien, eines der größten Zitrusanbaugebiete Europas. Haupterntezeit für die Zitronen ist zwischen Oktober und Mai. Der Abtransport der Früchte erfolgt per LKW zu einem weiteren Standort in Sizilien. Hier werden die Bio-Zitronen gewaschen, gebürstet und im nächsten Schritt zu Saft verarbeitet. Hiernach gelangt die fruchtige Säure per LKW nach Deutschland und im nächsten Schritt zu uns in die Oberpfalz.

Schon gewusst?
Jede Jahreszeit gibt der Bio-Zitrone ihre klimatischen Noten. Aber die Qualität bleibt die gleiche.

Fotos: ©Familie Mazzara

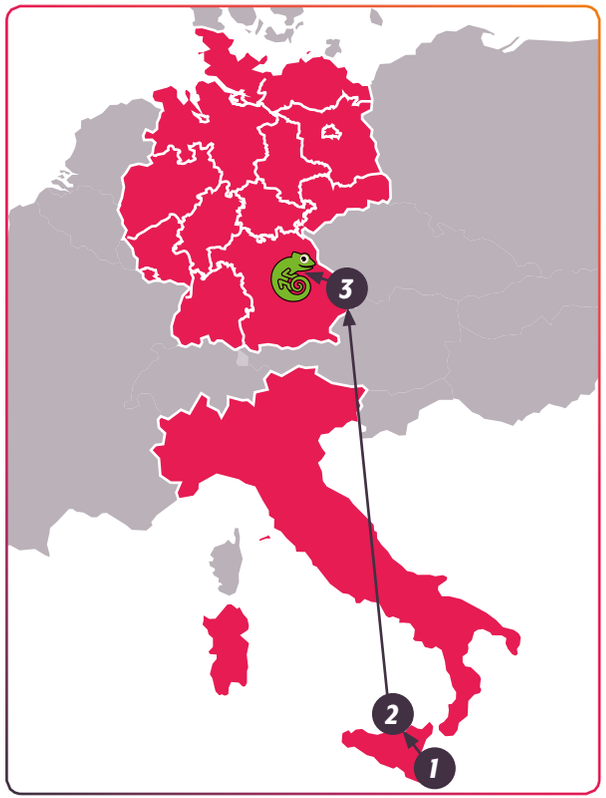


Abb. 5.8.: Stationen entlang unseres italienischen Bio-Zitronenliefernetzwerks. 1) Anbau, 2) Herstellung Zitronensaftkonzentrat, 3) Handel

Bio-Orangen aus Mexiko

Auch Bio-Orangen zählen zu unseren Hauptrohstoffen und finden sich zum Beispiel in der now Orange Cola, now Fresh Lemon und natürlich now Sunny Orange wieder. Der Anbau unserer Bio-Orangen findet in Mexiko statt. Etwa 7 - 10 Monate nach der Blüte werden die Früchte geerntet. Das Timing ist hierbei entscheidend – pflückt man zu früh, ist der Saft recht sauer. Die Bio-Orangen werden in Veracruz gewaschen und zu Saft verarbeitet. Über zwei Routen gelangt der gewonnene Bio-Orangensaft per Containerschiff über den Hafen in Rotterdam zu uns nach Neumarkt.

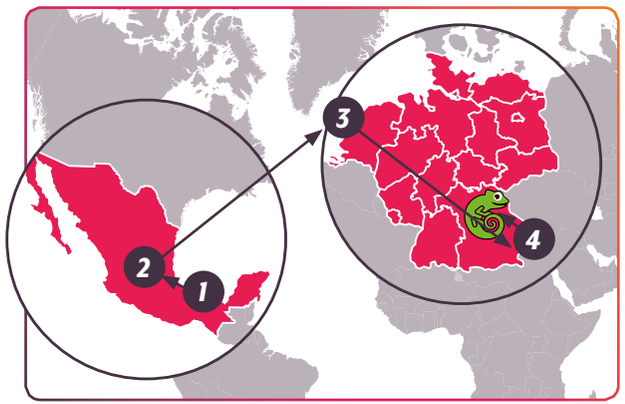


Abb. 5.9.: Stationen entlang unseres mexikanischen Bio-Orangenliefernetzwerks. 1) Anbau, 2) Herstellung Orangensaftkonzentrat, 3) Logistik, 4) Handel

Risiken mit Transparenz & Kooperation begegnen

Liefernetzwerke bergen auch Risiken. Beispielsweise stellt das Insektensterben, als Problematik in den Herkunftsländern der Rohstoffe, ein nicht zu unterschätzendes Umweltrisiko dar. Durch die biologische Erzeugung in unseren Bio-Zuckerrüben, Bio-Zitronen und Bio-Orangen Liefernetzwerken kann dem jedoch entgegengewirkt werden. Unter ökologischer Bewirtschaftung wird der Erhalt von Artenvielfalt konkret durch den Verzicht auf Pestizide und chemisch-synthetische Düngemittel gefördert. Denn eine reduzierte Stickstoffdüngung sowie vielfältige Fruchtfolgen und die Pflege naturnaher Flächen haben arten- und individuenreichere Flächen zur Folge. Die aktive Förderung der biologischen Landwirtschaft verdeutlicht daher beispielhaft, wie es uns gemeinsam gelingen kann, unserer Sorgfaltspflicht Rechnung zu tragen (↗ siehe Kapitel 5.3.1).

AUTORINNEN KAPITEL 5:
Laura Schütz de Rivera & Simone Spangler

Mapping- Status:
Das italienische Liefernetzwerk unseres Bio-Zitronensaftkonzentrats konnte ***bis zur Erzeugergemeinschaft in Sizilien, Italien,*** gemappt werden.

Mapping-Status:
Unser Bio-Orangennetzwerk konnte ***bis zum Orangensaftkonzentrat-Herstellenden in Veracruz, Mexiko,*** gemappt werden. Wir stehen in Kontakt mit unseren Partner*innen um ein erweitertes Mapping zu erreichen.

Foto: ©IQCITRUS – MÉXICO

KAPITEL 6

Ziele & Maßnahmen

6.1 Unternehmensziele und Erreichungsgrad bis 2020

Nachfolgend werden ökologische, soziale und ökonomische Ziele mit ihrem jeweiligen Status quo dargestellt. Die rechte Spalte „Erfüllungsgrad“ verdeutlicht, in welchem Maße die angestrebten Ziele erreicht wurden, ein entsprechender Hinweis zur Erläuterung im Bericht ist vermerkt. Unter „Umsetzung“ sind die konkreten Schritte beschrieben, die dafür angestrebt wurden.

6.1.1 Ökologische Ziele

Ziele für 2020	Umsetzung durch	Erfüllungsgrad
Halten des gesamten spezifischen Wasserverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 6 hl/hl Fertiggetränk	Optimierung der Datenerfassung der Wasserverbräuche; Aktualisierung und Digitalisierung des bestehenden Wassernetzplans mit Festlegung von Messpunkten; Erstellung eines übersichtlichen Wasserfließschemas; Inbetriebnahme *adiabater Rückkühlwerke*; Verbesserung des Brunnenmonitorings	✓ Ziel erreicht mit 5,6 hl/hl Fertiggetränk, ↗ siehe Kap. 4.3.4, S. 108 ff.
Halten des gesamten spezifischen Stromverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 13,0 kWh/hl Fertiggetränk	Außerbetriebnahme der Malzputze im Sudhaus; Modernisierung der Druckluftzentrale; Installation Bewegungsmelder	✓ Ziel erreicht mit 11,6 kWh/hl Fertiggetränk, ↗ siehe Kap. 4.3.3, S. 104 ff.
Senken des gesamten spezifischen Wärmeverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 42 kWh/hl Fertiggetränk	Aufschaltung weiterer Verbraucher und Datenpunkte auf Energiemanagement; Fertigstellung Niedertemperaturnetz und Installation von Vorwärmung der *Darre*; Inbetriebnahme adiabater Rückkühlwerke; Modernisierung der Druckluftzentrale; Fertigstellung und Inbetriebnahme Heißwassernetz; Einbau gedämmter, automatisierter Schnelllauftore im Logistikcenter Blomenhof	✓ Ziel erreicht mit 41,0 hl/hl Fertiggetränk, ↗ siehe Kap. 4.3.3, S. 104 ff.
Weitere Reduzierung der anfallenden *CO2e* Emissionen im Einflussbereich des Unternehmens (*Scope* 1 und 2) sowie durch Bezug der *Rohstoffe* (anteilig Scope 3) auf 17 kg CO_2e/hl Fertiggetränk	Anschaffung eines erdgasbetriebenen LKW für Eigenfuhrpark; Anschaffung von zwei neuen e-Staplern für Logistikcenter Blomenhof; Fahrertraining zur Förderung umweltfreundlichen Fahrverhaltens; Integration des Faktors Spritverbrauch in Jahreszielplanung für Außendienst: Sprit-Reduktion verankert in Prämiensystem; + siehe Maßnahmen zur Wärmeverbrauchssenkung	✓ Ziel erreicht mit 16,7 kg CO_2e/hl Fertiggetränk, ↗ siehe Kap. 4.3.1, S. 97
Förderung von Klimaschutz	Konsequente Fortführung der Lammsbräu-Klimaschutzstrategie, Förderung zweier *CO2e-Kompensationsprojekte*, Wissenstransfer bei den Klimaschutzunternehmen	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 4.3.1, S. 98 ff.
	Aufbereitung des Klimaschutz-Engagements der Neumarkter Lammsbräu sowie praktischer Tipps über verschiedene Kommunikationskanäle	Ziel nicht erreicht

Ziele für 2020	*Umsetzung durch*	*Erfüllungsgrad*
Förderung des Trinkwasserschutzes	Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes für die hauseigene Quelle	Wir sind auf dem Weg, ↗ siehe Kapitel 3.1.3, S. 69
	Förderung von internationalen Trinkwasserprojekten	Wir sind auf dem Weg, ↗ siehe Kapitel 4.3.1, S. 98
	Bau eines Reservebrunnens zur Gewährleistung der optimalen Fördermenge zu jeder Zeit	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 4.3.4, S. 108
Optimierung der Nachhaltigkeitskommunikation extern	Optimierter umfassender Nachhaltigkeitsbericht nach *GRI* Standards für 2020 auf Basis der überarbeiteten Stakeholderanalyse und *Wesentlichkeitsanalyse*	✓ Ziel erreicht, siehe vorliegender Bericht
	Teilnahme an mehreren Ausschreibungen zu speziellen Nachhaltigkeitsthemen; Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt durch Bildungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit der *EZÖB*, ökologischen Anbauverbänden und regionalen Partner*innen	✓ Ziel erreicht, siehe ↗ Kapitel 1.1, S. 13, ↗ Kapitel 1.2, S. 14, ↗ Kapitel 3.1.3, S. 70, ↗ Kapitel 5.2.1, S. 121 ff., ↗ Kapitel 5.2.2, S. 124
Förderung des Bodenschutzes	Unterstützung der Weiterbildung „Bodenpraktiker“ für Landwirt*innen; Ideelle und finanzielle Unterstützung des Bodenbildungsprojektes an Schulen im Lkr. Neumarkt in Kooperation mit dem LPV Nm	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 4.3.1, S. 101
Förderung von *Biodiversität*	Ideelle und finanzielle Unterstützung des Nachfolge-Projektes „Ackerwildkräuter erhalten und fördern mit Biobetrieben in Bayern“ in Kooperation mit der Biobauern Naturschutz Gesellschaft mbH	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 5.2.2, S. 126
	Umsetzung von drei *Kulturlandplänen* mit Landwirt*innen der EZÖB, Review bei Kulturlandplänen in Zusammenarbeit mit Bioland e.V.	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 1.1, S. 13
	Partnerschaft und aktives Engagement im Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft durch finanzielle Unterstützung z. B. im Bereich Forschung & Verkaufsaktionen zu Gunsten des Bündnisses	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 1.3.1, S. 34
	Wissenstransfer und aktive Mitwirkung im Netzwerk „Biodiversity in Good Company“	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 1.3.1, S. 34
	Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen durch Veranstaltungen (Stammtische, Exkursionen) mit den Unternehmen aus dem Landkreis Neumarkt zusammen mit regionalen Partner*innen (LPV, LBV, Ökomodellregion)	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 4.3.2, S. 103
	Aufwertung der Brauereistandorte mit biodiversitätsfördernden Maßnahmen	Wir sind auf dem Weg, ↗ siehe Kapitel 4.3.2 (Abb. 4.9), S. 102

Ziele für 2020	*Umsetzung durch*	*Erfüllungsgrad*
Verbesserungen im Abfallmanagement	Proaktiver Dialog mit Behörden und Entsorgungsdienstleistern	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 4.3.6, S. 113
	Erhöhung der Getrenntsammelquote auf 94 %	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 4.3.6, S. 112
	Abfallschulungen	Ziel nicht erreicht
	Reduktion des gesamten Abfallaufkommens	Wir sind auf dem Weg, ↗ siehe Kapitel 4.3.6, S. 114
	Recycling funktionstüchtiger IT-Hardware über gemeinnützige Organisation	Ziel nicht erreicht
Optimierung einer *nachhaltigen Beschaffung*	Steigerung des Anteils regionalen und verbandszertifizierten Zuckers auf 60 %	Ziel nicht erreicht, ↗ siehe Kapitel 5.3.2, S. 132
	Naturland-Zertifizierung einer weiteren now-Sorte (Pink Rhabarber) inkl. Aufbau eines *transparenten*, regionalen *Liefernetzwerks*	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 5.3, S. 127
	Prüfung einer Naturland fair-Zertifizierung für unsere now Bio-Limonaden	Wir sind auf dem Weg, ↗ siehe Kapitel 5.3.1, S. 129
	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Getreidezüchtungsforschung Darzau und der LfL	Wir sind auf dem Weg, ↗ siehe Kapitel 1.2, S. 16
Intensivierte Lebenswegbetrachtung	Prüfung der Umsetzung eines produktspezifischen bzw. unternehmerischen Wasserfußabdrucks	Ziel nicht erreicht
	Aktualisierung der Umweltaspektebewertung, um weitere Umweltauswirkungen entlang des vor- und nachgelagerten Netzwerks zu erfassen	Wir sind auf dem Weg
	Überarbeitung & Aktualisierung des gesamten Scope 3 Bereiches (Rohstoffe) hinsichtlich des vorgelagerten Liefernetzwerks für Umweltaspekte CO_2e und Wasser	Wir sind auf dem Weg, siehe ↗ Kapitel 5.3, S. 127, ↗ Kapitel 4.3.1, S. 92 ff.

6.1.2 Soziale Ziele

Ziele für 2018 - 2020	Umsetzung durch	Erfüllungsgrad
Halten der Krankenquote auf < 4 %	Neue Angebote im *Gesundheitsprogramm* mit Bonussystem, Angebot Apfelbar und Arbeitsplatzmassage, Förderung Projekt JobRad und Prüfung auf Umsetzung, Bewegungsangebot für Mitarbeiter*innen in der Logistik – integriert in den Arbeitsablauf, Handgelenkschoner für Logistik-Mitarbeiter*innen	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 2.4, S. 59 ff.
Stärkung der *Stakeholder*-Beziehungen	Aufbau und Entwicklung eines aktiven Stakeholdermanagements	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 1.3.2, S. 37 ff.
Verbesserung des Betriebsklimas auf Note besser 2 sowie Reduktion der Mitarbeitendenfluktuation auf < 8 %	Optimierung des Personalmanagements durch Erarbeitung und Umsetzung eines Personalentwicklungskonzeptes, Angepasste Gesprächsvorlage für Mitarbeitendenentwicklungs- und Orientierungsgespräche (MOE); Feedbackgespräche innerhalb der Probezeit nach 1 Woche, 3 Monaten und am Ende	✓ Ziel erreicht, siehe ↗ Kapitel 2.1.2, S. 48 ff.
Verbesserung der Kommunikation in den einzelnen Arbeitsbereichen	Durchführung von regelmäßigen Jours fixes in allen Bereichen des Unternehmens; Etablierung einer Führungskräfte-Sprechstunde	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 2.1.2, S. 47

6.1.3 Ökonomische Ziele

Ziele für Ziele für 2018 - 2020	Umsetzung durch	Erfüllungsgrad
Erhöhung der *Eigenkapitalquote* und Einhaltung der Verschuldungsobergrenze	Erhöhung des operativen Cash-Flows, Schuldentilgung im Rahmen der Vereinbarungen	Wir sind auf dem Weg, siehe ↗ Kapitel 1.2.3, S. 22, ↗ Kapitel 1.2.4, S. 23
Erreichen eines Umsatzes von rund 32,2 Mio. € und eines Gesamtausstoßes von 268.600 hl (inkl. *Handelsware*)	Durchführung von Verkaufsförderungsmaßnahmen am *PoS*, Markteinführung unserer Neuprodukte, Auftritte auf Messen, Überarbeitung der Neumarkter Lammsbräu Bierkommunikation, Neues Konzept für Verkostungen am PoS, Kund*innennewsletter und Genussmagazin	Ziel nicht erreicht, ↗ siehe Kapitel 1.1, S. 10
Überarbeitung des *Risikomanagementsystems*	Aktualisierung und Überarbeitung	✓ Ziel erreicht, ↗ siehe Kapitel 1.2.4, S. 26 ff.
Planung weiterer Investitionen zum Ausbau der Brauerei	Folgende Bereiche sollen ausgebaut werden: Bürogebäude, Logistikzentrum, Getränkeabholmarkt, Mälzerei	Wir sind auf dem Weg, ↗ siehe Kapitel 1.2.4, S. 32

6.2 Unternehmensziele bis 2025

Um unseren Fortschritt auf dem Weg zum Erreichen der Ziele zu messen, haben wir erstmalig unsere Unternehmensziele in den Kontext mit den globalen Entwicklungszielen (*SDGs*) gebracht und sie mit Indikatoren hinterlegt (↗ siehe Kapitel 1.2.2). Wenn möglich, haben wir hierfür GRI Indikatoren gemäß GRI Standards gewählt, um eine gute Vergleichbarkeit über Folgejahre zu gewährleisten. Wenn kein passender GRI Indikator identifiziert werden konnte, der unser Ziel zur Genüge abdeckt, haben wir einen eigenen Indikator gewählt.

6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-EINRICHTUNGEN

SDG Target	*Nachhaltigkeitsdimension* Ökologisch	Sozial	Ökonomisch	*Strategisches Handlungsfeld*	*Lammsbräu Target*	*Maßnahmen*	*Indikator*	*Zuständig*	*Termin*
6.4 Bis 2030 die Effizienz der Wassernutzung in allen Sektoren wesentlich steigern und eine nachhaltige Entnahme und Bereitstellung von Süßwasser gewährleisten, um der Wasserknappheit zu begegnen und die Zahl der unter Wasserknappheit leidenden Menschen erheblich zu verringern	✓			Umweltschutz & Ressourcenschonung, Effizienz	Senken des gesamten spezifischen Wasserverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 5,3 hl/hl Fertiggetränk	Optimieren der Datenerfassung der Wasserverbräuche, Einführung konkreter Kennzahlen in den Bereichen: Mälzerei, Sudhaus/Gär-und Lagerkeller, Zentrale Produktion, Abfülllinie 1 & 2	GRI 303-3: Wasserentnahme, GRI 303-5: Wasserverbrauch	Produktion, Instandhaltung & Energie	2021
6.6 Bis 2020 wasserverbundene Ökosysteme schützen und wiederherstellen, darunter Berge, Wälder, Feuchtgebiete, Flüsse, Grundwasserleiter und Seen	✓			Umweltschutz & Ressourcenschonung, Effizienz	Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes für die hauseigene Quelle	Fertigstellung der nötigen Simulationsrechnungen; Erörterung der Notwendigkeit des Wasserschutzgebiets mit den zuständigen Behörden	Fläche Wasserschutzgebiet (m^2)	Geschäftsleitung	2022/23
					Bewusstseinsbildung bei Landwirt*innen und Verbraucher*innen für Rolle des Bodens für den Trinkwasserschutz	Durchführen einer Informationsveranstaltung für Landwirt*innen und sonstige Interessierte in der Region; Durchführen einer Sonder-Zweitplatzierungsaktion im Handel zur Informationsvermittlung der Rolle des Bodens	Teilnehmendenzahl an der Informationsveranstaltung; Verkaufte Zweitplatzierungsaktionen mit Fokus Boden	Geschäftsleitung, Verkauf & Kundenbetreuung	2022
					Erlangung eines dauerhaften Wasserrechts für Brunnen Nord und damit Sicherstellung einer nachhaltigen Wasserentnahme	Einreichung der geforderten Unterlagen, insbesondere eines Wassernutzungskonzepts	Wasserrechtliche Bewilligung für 30 Jahre	Geschäftsleitung	2022/23
	✓			Umweltschutz & Ressourcenschonung	Aufbau eines beispielhaften Monitoringsystems des Einflusses von Humusaufbau auf die Qualität der Trinkwassergewinnung	Erarbeiten einer Bodenbewirtschaftungsstrategie mit Fokus der Minderung der Nitratauswaschung zum Erhalt sauberen Grundwassers bei gleichzeitiger Berücksichtigung der Ertragsqualität	Bodenfruchtbarkeit; Nitratgehalt im nahegelegenen Trinkwasserbrunnen der öffentlichen Wasserversorgung	Geschäftsleitung	2022/23

8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

SDG Target	*Nachhaltigkeitsdimension* Ökologisch	Sozial	Ökonomisch	*Strategisches Handlungsfeld*	*Lammsbräu Target*	*Maßnahmen*	*Indikator*	*Zuständig*	*Termin*
8.2 Eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Diversifizierung, technologische Modernisierung und Innovation erreichen, einschließlich durch Konzentration auf mit hoher Wertschöpfung verbundene und arbeitsintensive Sektoren			⚙⚙	Ertragsstärke	Implementierung des überarbeiteten Risikomanagementsystems in den Arbeitsalltag und die Jahreszielplanung zur Risikominimierung	Kontinuierliche Abstimmung zu Risiken in monatlicher Controlling-Besprechung, Kontrollierte und dokumentierte Abarbeitung der Maßnahmen aus dem Risikomanagement (RMS)	Aus Risikobewertung ermittelter Handlungsbedarf	RMS-Verantwortliche, Geschäftsleitung	2022
			⚙⚙	Ertragsstärke	Erreichen eines Umsatzes von rund 38,3 Mio. € und eines Gesamtausstoßes von 309.000 hl	Durchführung von Verkaufsförderungsmaßnahmen am PoS, Markteinführung von Neuprodukten und Neugebinden, Auftritte auf Messen, Überarbeitung der now Bio-Limo-Kommunikation, Naturland fair-Zertifizierung unserer now Bio-Limonaden, Ausweitung unserer Social Media Aktivitäten für alle drei Produktmarken	GRI 201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Geschäftsleitung, Verkauf & Kundenbetreuung, Marke & Kommunikation	2023
		👥	⚙⚙	Umweltschutz & Ressourcenschonung, Effizienz, Ertragsstärke, Mitarbeiter	Sicherstellung der nötigen Produktionskapazitäten und Rationalisierungen	Neue Logistikhalle, Erweiterung und Modernisierung unserer Mälzerei, Bau einer zweiten Abfüllanlage, weitere 11 Outdoortanks, Bau eines neuen Sudhauses	GRI 203-1: Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	Geschäftsleitung, Logistik, Produktion, Instandhaltung & Energie	2023
			⚙⚙	Ertragsstärke	Einhaltung der festgelegten Cashflow-Leistungsrate, *Liquiditätsgrad L2* und Verschuldungsobergrenze	Erhöhung des operativen Cash-Flow, Schuldentilgung im Rahmen der Vereinbarungen, Ausbau des operativen Controllings	GRI 201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Geschäftsleitung	2023
		👥	⚙⚙	Partner & Kunden	Steigerung der Attraktivität der Marke now	Einführung eines neuen now Gebindes und Produktinnovationen mit weniger Zucker	Absatzentwicklung	Qualitätssicherung & Produktentwicklung	2021
			⚙⚙	Innovation	Sicherstellung und Nachweis der Lebensmittelsicherheit in unseren Produktionsprozessen	Implementierung des IFS Food Standards zur Optimierung qualitativer Parameter bei der Produktherstellung	GRI 416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	Qualitätssicherung & Produktentwicklung	2022

SDG Target	*Nachhaltigkeitsdimension* Ökologisch	Sozial	Ökonomisch	*Strategisches Handlungsfeld*	*Lammsbräu Target*	*Maßnahmen*	*Indikator*	*Zuständig*	*Termin*
8.5 Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen		✓		Partner & Kunden	Erhöhte *Sorgfaltspflicht* und Transparenz in mengenmäßig relevantesten und potentiell risikobehafteten now-Liefernetzwerken	Mapping und Risikoanalyse, Beschwerdemechanismus beginnen zu etablieren	GRI 308-2: Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen, GRI 414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Nachhaltigkeitsmanagement	2022
		✓		Mitarbeiter	Erhöhen der Beteiligung am Betrieblichen Gesundheitsmanagement auf Teilnahmequote von 50 %	Überarbeitung des Gesundheitsprogramms mit Einbeziehung der Mitarbeiter*innen (Arbeitskreis) unter Berücksichtigung der Attraktivität des Angebots und Umsetzung ab 01/2021	GRI 403-4: Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Personal & Organisation	2022
	✓	✓		Mitarbeiter	Erhöhen des Trustindex auf > 71 % in Bezug auf die Mitarbeiter*innenbefragung (Great Place To Work)	Umsetzung der aus der GPTW-Befragung 2019 abgeleiteten Maßnahmen; Messung der dadurch entstandenen Verbesserung der Mitarbeiter*innenzufriedenheit über eine erneute GPTW-Befragung	Mitarbeiter*innenzufriedenheit (Trustindex)	Führungskräfte aller Unternehmensbereiche	2021
		✓		Mitarbeiter	Verbesserung der Kommunikation in den einzelnen Unternehmensbereichen	Projektbasierte Teams-Gruppen, Tag des Chamäleons (Job-Rotation für einen Tag) für 2/3 der Mitarbeitenden	Reichweite der Kommunikationsmaßnahmen	Führungskräfte aller Unternehmensbereiche	2022
		✓		Mitarbeiter	Einführung des „Gesund in die Rente“ Programms – Erhalt und Verbesserung der Arbeits- und Beschäftigungsfähigkeit älterer Mitarbeiter*innen	Erstellen einer Altersstrukturanalyse, Angebote für Ältere im Betrieblichen Gesundheitsmanagement, Beratung / Begleitung hinsichtlich Renteneintritt, Schaffen von individuellen Angeboten, wie z. B. Altersteilzeit, Zeitkonten etc.	GRI 403-6: Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	Personal & Organisation	2023
		✓		Mitarbeiter	Personalentwicklung	Individuelle Stärken-Schwächen-Analyse der im Rahmen der jährlichen Mitarbeitendenorientierungs- und Entwicklungsgespräche thematisierten Bewertung anhand stellenbezogener Kriterien	GRI 404-2: Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	Personal & Organisation	2022

12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION

SDG Target	*Nachhaltigkeitsdimension* Ökologisch	Sozial	Ökonomisch	*Strategisches Handlungsfeld*	*Lammsbräu Target*	*Maßnahmen*	*Indikator*	*Zuständig*	*Termin*
12.2 Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen	✓	✓		Partner & Kunden	Steigerung des Anteils regionalen und Naturland-fair zertifizierten Zuckers auf 100 %	Kooperation mit Naturland fair zur Etablierung fairer Rohstoffbezugsstrukturen	GRI 204-1: Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten, GRI 414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Qualitätssicherung & Produktentwicklung, Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement	2022
	✓	✓		Partner & Kunden	Züchtung einer Braugerstensorte, die den speziellen Anforderungen des ökolog. Landbaus und unseres Brauverfahrens genügt	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Getreidezüchtungsforschung Darzau und der LfL	Sortenzulassung	Geschäftsleitung	2025
	✓	✓		Partner & Kunden	Erhöhen des Anteils verbandszertifizierter Rohstoffe bei now (90 %) und BioKristall (100 % Apfelsaft)	Prüfung regionalerer Apfelsaft-Strukturen aus Naturland-zertifiziertem Streuobst für BioKristall-Schorle	GRI 204-1: Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	Qualitätssicherung & Produktentwicklung, Geschäftsleitung	2023
12.5 Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern	✓			Umweltschutz & Ressourcenschonung, Effizienz	Halten der Getrenntsammelquote bei 94 %	Sensibilisierung der Mitarbeitenden, bspw. durch Abfallschulungen	GRI 306-2: Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	Abfallbeauftragter	2021
12.8 Bis 2030 sicherstellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen		✓		Partner & Kunden	Erhöhen der Transparenz durch Berichterstattung im Rahmen ausgewählter und anerkannter Standards	Im 3-Jahres-Turnus: Berichterstattung gemäß GRI Standard, Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK); Im 2-Jahres-Turnus: Aktualisierung Biodiversitätsbericht, Gemeinwohlbilanzierung und -berichterstattung	Nutzung anerkannter Berichtsstandards (in Qualität und Umfang)	Nachhaltigkeitsmanagement	2022
	✓	✓		Mitarbeiter	Intensivierung der internen Nachhaltigkeitskommunikation im Rahmen des Unternehmensleitbildes	Überarbeitung Mitarbeiter*inneninfo, Tag beim Bio-Bauern, Verstärkte Nutzung digitaler Kommunikationskanäle (Podcast, Video, MS-Teams), Mitarbeiter*innen-Workshops	Nutzungsverhalten der Mitarbeitenden in Bezug auf geteilte Inhalte	Marke & Kommunikation	2021
		✓		Partner & Kunden	Stärkung der Stakeholder-Beziehungen	Fortentwicklung und Pflege der Beziehungen im Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis durch partizipative Produktentwicklung, Austausch zu Nachhaltigkeitsthemen mit Partner*innen entlang der gesamten Rohstoff-Liefernetzwerke	GRI 102-43: Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement	2023

13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

SDG Target	*Nachhaltigkeitsdimension* Ökologisch	Sozial	Ökonomisch	*Strategisches Handlungsfeld*	*Lammsbräu Target*	*Maßnahmen*	*Indikator*	*Zuständig*	*Termin*
13.2 Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen	✓		✓	Umweltschutz & Ressourcen-schonung, Effizienz	Senken des gesamten spezifischen Stromverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 11 kWh/hl Fertiggetränk	Neuer Kompressor mit weniger Leistung durch intelligente Steuerung; Aufschaltung weiterer Verbraucher und Datenpunkte auf Energiemanagement, Einführung konkreter Kennzahlen in den Bereichen: Mälzerei, SH/GLK, ZP, Abfüll-linie 1 & 2, Wirkungsgrad Kesselhaus mit produktebezogener Auswertung	GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation, GRI 302-3: Energieintensität	Instand-haltung & Energie	2021
	✓		✓	Umweltschutz & Ressourcen-schonung, Effizienz	Senken des gesamten spezifischen Wärmeverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 39,5 kWh/hl Fertiggetränk	Aufschaltung weiterer Verbraucher und Datenpunkte auf Energiemanagement, Einführung konkreter Kennzahlen in den Bereichen: Mälzerei, SH/GLK, ZP, Abfüll-linie 1 & 2, Wirkungsgrad Kesselhaus mit produktebezogener Auswertung, Mälze-rei: Wärmerückgewinnung der Darrluft; Waschmaschine: Wärme Lauge 2 in Vor-weiche, Optimierung der Wärmerückge-winnung aus Kälteanlage, Absenken der Rücklauftemperaturen bei Maschinen, Niedertemperaturnetz erstellen (Umbau altes Heißwassernetz), weitere Maß-nahmen: Ableitung im Rahmen einer Potentialanalyse am Standort	GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation, GRI 302-3: Energie-intensität	Instand-haltung & Energie	2021
	✓			Umweltschutz & Ressourcen-schonung	Reduzierung der CO_2e im Einflussbereich des Unter-nehmens (Scope 1 und 2) sowie im Rohstoffbezug (anteilig Scope 3) auf < 16,5 kg CO_2e/hl FG; Kennzahl Scope 1 und 2: < 8,5 kg CO_2e/ hl FG; Kennzahl Scope 3: < 8 kg CO_2e/ hl FG	Erarbeitung eines 10 Jahresplanes (Ziel: 2030) im Rahmen der neuen Klima-strategie: ***Scope 1:*** CO_2e-Reduktions-maßnahmen mit großer Hebelwirkung im wesentlichen Bereich der Wärme-energienutzung und Umsetzung erster Maßnahmen daraus, Umstellung des Pkw-Fuhrpark auf E-Mobilität mit über-wiegender Ökostromnutzung, Ausbau Erdgas im Bereich Lkw-Fuhrpark; ***Scope 3:*** Erhöhung des Detaillierungsgrades bei Transport- und Prozessemissionen im Bereich Brau- und *AfG*-Rohstoffe, Ver-ringerung der Fußabdrücke gewählter Limonaden-Liefernetzwerke durch Prü-fung von CO_2e-Reduktionspotentialen	GRI 305-1-5: Emissionen	Geschäfts-leitung, Logistik, Produktion, Instand-haltung & Energie, Nach-haltigkeits-manage-ment	2021, fortlau-fend bis 2030 gemäß der neu erarbei-teten Klima-strategie

13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

SDG Target	*Nachhaltigkeitsdimension* Ökologisch	Sozial	Ökonomisch	*Strategisches Handlungsfeld*	*Lammsbräu Target*	*Maßnahmen*	*Indikator*	*Zuständig*	*Termin*
13.2 Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen	✓			Umweltschutz & Ressourcen-schonung, Effizienz	Kompensation der Rest-emissionen der Bereiche Scope 1 und 2 bis 2030 durch CO_2e-Kompensationsprojekte	zertifizierte Kompensationsprojekte	Emissionszertifikate	Geschäfts-leitung, Nach-haltigkeits-manage-ment	Fort-laufend immer für das voran gegan-gene Jahr
	✓			Umweltschutz & Ressourcen-schonung, Effizienz	Verringerung der Umwelt-auswirkungen entlang des Lebensweges der Rohstoff-Liefernetzwerke	Aktualisierung der Umweltaspekte-bewertung um weitere Umweltauswir-kungen entlang der vor- und nach-gelagerten Kette, Überarbeitung und Aktualisierung des gesamten Scope 3 Bereiches (Rohstoffe) hinsichtlich der vorgelagerten Lieferketten für Umwelt-aspekte CO_2e & Wasser sowie Prüfung passender Tools	GRI 305-1-5: Emissionen, GRI 303-3: Wasserentnahme, GRI 303-5: Wasserverbrauch	Nach-haltigkeits-manage-ment	2025

SDG Target	*Nachhaltigkeitsdimension* Ökologisch	Sozial	Ökonomisch	*Strategisches Handlungsfeld*	*Lammsbräu Target*	*Maßnahmen*	*Indikator*	*Zuständig*	*Termin*
15.5 Umgehende und bedeutende Maßnahmen ergreifen, um die Verschlechterung der natürlichen Lebensräume zu verringern, dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende zu setzen und bis 2020 die bedrohten Arten zu schützen und ihr Aussterben zu verhindern	✓			Umweltschutz & Ressourcenschonung	Erhöhen der Artenvielfalt am Produktions- und Außenstandort durch Umsetzung von mindestens 2 biodiversitätsfördernden Maßnahmen	Auswahl aus Maßnahmenkatalog von externem Fachberater für Außenstandort Blomenhof	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement	2021
	✓			Umweltschutz & Ressourcenschonung	Erhöhen der Artenvielfalt in Rohstoffliefernetzwerken durch Umsetzung von mindestens 2 biodiversitätsfördernden Maßnahmen	Umsetzung von zwei Kulturlandplänen mit Landwirt*innen der EZÖB sowie bewusstseinsbildender Maßnahmen im Bereich Scope 3, Auswertung der erfolgreichsten Biodiversitätsmaßnahmen aus Kulturlandplänen, Unterstützung der Weiterbildung „Bodenpraktiker“ für Landwirt*innen	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement	2021
	✓			Umweltschutz & Ressourcenschonung	Erhöhen der Artenvielfalt in der Region durch Umsetzung von mindestens 2 Biodiversitätsmaßnahmen	Ideelle und finanzielle Unterstützung des Bodenbildungsprojektes an Schulen im LK Neumarkt in Kooperation mit dem *LPV* Nm, Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen durch Veranstaltungen (Stammtische, Exkursionen) mit den Unternehmen aus dem Landkreis Neumarkt zusammen mit regionalen Partner*innen (LPV, *LBV*, Ökomodellregion), Ideelle und finanzielle Unterstützung des Nachfolge-Projektes „Ackerwildkräuter erhalten und fördern mit Biobetrieben in Bayern“ in Kooperation mit der Biobauern Naturschutz Gesellschaft mbH, Kohlenstoff-Bindung auf betriebseigenen Ackerflächen durch Aufbau regionaler Humusaufbauprojekte	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement	2021

Anhang

1. Verwendete Abkürzungen und Begriffe

AfG
Alkoholfreie Getränke

Audit
Kontrolle der Unternehmensabläufe hinsichtlich Norm-Konformität (ISO 14001+9001), sowie geltender Anforderungen gemäß EMAS-Verordnung

AöL
Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller

Arbeitssicherheitsunterweisung
Regelmäßige Unterweisung aller Arbeitnehmer*innen der Neumarkter Lammsbräu zur Vermeidung und Verringerung von Gefährdungen für Leben und Gesundheit.

Betriebliche Ersthelfer*innen
Besonders geschulte Mitarbeiter*innen, die im Notfall die nötige Erste Hilfe leisten, bis Rettungsdienst oder Notarzt eingreifen.

Betriebliches Gesundheitsprogramm
Das Gesundheitsprogramm der Neumarkter Lammsbräu bietet eine Vielzahl an Angeboten für Mitarbeiter*innen. Diese beinhalten unter anderem Arbeitsplatzmassagen, die Bereitstellung kostenloser Bio-Produkte sowie eine innerbetriebliche Sportgruppe. Zudem wurde 2014 ein Bonussystem eingeführt, das Anreize zum gesundheitsbewussten Verhalten der Mitarbeiter*innen bietet: Unterjährige können Mitarbeiter*innen in verschiedenen Kategorien Punkte sammeln (bspw. durch eine professionelle Zahnreinigung oder Zurücklegen des Arbeitsweges mit dem Fahrrad). Diese Punkte werden am Ende des Jahres aufsummiert und werden bei Überschreitung eines Mindestwertes finanziell entlohnt.

Biodiversität
Meint Biologische Vielfalt, also die Vielfalt der Ökosysteme, die Vielfalt der Arten sowie die genetische Vielfalt innerhalb der Arten.

BIregO (Bio-regionale Genossenschaft Oberpfalz) eG
Die BIregO wurde von Bio-Landwirt*innen und Bio-Verarbeitenden gegründet. Synergien zwischen Erzeuger*innen, verarbeitenden Unternehmen und Vermarktungsgesellschaften sollen ausgebaut, regionale Wertschöpfungsnetzwerke geschaffen und damit eine transparente Lebensmittelproduktion gefördert werden. Die innovativen Projekte reichen von der Aufbereitung und Verarbeitung regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse bis hin zur Bewusstseinsbildung und Vernetzung. Es sollen nachhaltige Strukturen geschaffen werden, von denen Landwirt*innen, Verarbeitende und Bürger*innen gleichermaßen einen Nutzen haben mit dem großen Ziel einer ökologisch, ökonomisch und sozial tragfähigen Nutzung der Landschaft.

Change Prozess
Allgemein bezeichnet dies einen weit reichenden Veränderungsprozess, der mehrere Bereiche einer Organisation betrifft und auf die Umsetzung neuer Strategien, Strukturen, Prozesse oder Verhaltensweisen abzielt. Bei der Neumarkter Lammsbräu erfordert der gestiegene Getränkeausstoß sowohl technische als auch personelle Kapazitätsausweitungen (siehe hierzu wesentliche Veränderungen in ↗ Kap. 1.2.4 sowie Entwicklung der Mitarbeitendenzahlen in ↗ Kap. 2.1.2).

CO_2-Äquivalente (CO_2e)
Neben dem wichtigsten von Menschen verursachten Treibhausgas Kohlendioxid (CO_2) gibt es weitere Treibhausgase: Methan (CH_4), Lachgas (N_2O), Hydrofluorcarbone (HFCs), Perfluorcarbone (PFCs) und Schwefelhexafluorid (SF_6). Die verschiedenen Gase tragen jedoch nicht in gleichem Umfang zum Treibhauseffekt bei. Um die unterschiedlichen Treibhausgase besser miteinander vergleichen zu können, werden diese in CO_2-Emissionen umgerechnet und gemeinsam mit den tatsächlichen CO_2-Emissionen als CO_2-Äquivalente angegeben. CO_2-Äquivalente werden mit der Abkürzung „CO_2e“ bezeichnet (e steht für engl. „equivalents“).

CO_2e-Fußabdruck (Corporate Carbon Footprint – CCF)
Corporate Carbon Footprint (= CO_2-Unternehmensfußabdruck), d. h. die Erfassung der Treibhausgasemissionen des gesamten Unternehmens sowie des vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsnetzwerks.

CO_2-Fußabdruck – Berechnungen (Kapitel 4.3.1)
Hinweis zu Tab. 4.2.: Berechnung der THG Emissionen im Scope 3 Bereich
Generell werden für den jeweiligen Prozess alle entstehenden klimarelevanten Gase, wie z. B. Methan oder Lachgas, berücksichtigt und in CO_2-Äquivalente umgerechnet. Hier sind jedoch die Emissionen der Herstellung und des Transports von industriellen Betriebs- und Hilfsstoffen, die Emissionen

des Großhandels, der die Getränkeprodukte abholt, sowie die Emissionen der Benutzung der Produkte nicht in den Systemgrenzen enthalten. Gleiches gilt für Emissionen, die durch die Mobilität der Mitarbeitenden (z. B. Weg zur Arbeit, Geschäftsreisen) oder im Bereich der Abfallverwertung und -entsorgung entstehen. Diese Positionen würden im Rahmen einer umfassenden Scope 3-Betrachtung den Emissionsanteil der vor- und nachgelagerten Prozessschritte nochmals deutlich erhöhen, wie es beispielsweise für die Erhebung in 2012 durchgeführt wurde (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2013). Zur Berechnung der unterschiedlichen Emissionsbereiche wurde bis dato ein mit der Universität Augsburg für die Brauerei entwickeltes Berechnungstool verwendet, in dem aktuelle GEMIS & TREMOD Daten sowie weitere wissenschaftliche und weltweit anerkannte Datenbanken, wie z. B. PROBAS (Prozessorientierte Basisdaten für Umweltmanagementsysteme) des Umweltbundesamtes oder Ecoinvent der Eidgenössischen Materialprüfungs- und Forschungsanstalt (EMPA), sowie die Ergebnisse wissenschaftlicher Studien verwendet werden. Momentan arbeiten wir an der Umstellung auf eine spezialisierte Softwarelösung, die für die zukünftigen Berechnungen genutzt werden soll. Einhergehend mit dieser methodischen Weiterentwicklung werden auch die bisherigen Emissionsfaktoren im Scope 3 Bereich aktualisiert.

CO_2e-Kompensation

Klimawirksame Treibhausgase, die entweder nicht weiter vermieden oder reduziert werden können oder deren Vermeidung oder Reduktion wirtschaftlich unvertretbar sind, werden mit dem Instrument der Kompensation durch CO_2e Zertifikate ausgeglichen. Die Kompensation von Treibhausgasen umfasst dabei in der Regel alle klimarelevanten Emissionskategorien und diese werden in Form von CO_2-Äquivalenten dargestellt oder beschrieben. Um die unterschiedlichen Treibhausgase vergleichen zu können, wird jedes Treibhausgas hinsichtlich seiner Wirkung auf Kohlendioxid umgerechnet und in Form von CO_2e dargestellt. Die Neumarkter Lammsbräu hat sich entschieden, die in ihrem direkten Einflussbereich befindlichen CO_2e-Emissionen (Scope 1 und 2), für die sie im Wesentlichen die volle Verantwortung trägt, sukzessive zu vermeiden, zu reduzieren sowie die verbleibenden Emissionen in einem letzten Schritt durch gezielt ausgewählte Klimaschutzprojekte mit höchsten Standards zu kompensieren.

CoC (Code of Conduct)

Verhaltenskodex, mit dem alle Lieferant*innen dazu verpflichtet werden sollen, die ethischen Werte der Brauerei in der jeweiligen Produktionsstufe einzuhalten.

Cradle to Cradle®- Zertifizierung

Die Cradle to Cradle Certified™ Zertifizierung umfasst bei der Bewertung von Produkten verschiedene Faktoren und Ebenen der Herstellung, Nutzung und Wiederverwertung. Im Zertifizierungsstandard werden zudem kontinuierliche Produktoptimierungsprozesse berücksichtigt, die zeigen, dass Produkte und Herstellungsverfahren auf dem Weg zu einer besseren Verträglichkeit für Mensch und Natur sind.

Kriterien für die Zertifizierung sind:

- ein verantwortungsvolles Wassermanagement
- die Materialgesundheit der eingesetzten Inhaltsstoffe
- Nutzung von erneuerbaren Energien
- Einhaltung sozialer Standards
- sowie die Kreislauffähigkeit des Produktes im technischen und biologischen Kreislauf

Quelle: https://epea.com/ueber-uns/cradle-to-cradle, Zugriff am 26.2.2021

CSR

Corporate Social Responsibility: Meint die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen als Teil des nachhaltigen Wirtschaftens sowohl auf ökologischer, sozialer als auch ökonomischer Ebene.

Darren

Brauprozess bei dem Malz unter der Einwirkung heißer Luft, „geröstet“ wird. Die dazu gehörige Anlage nennt sich „Darre“.

DIN ISO 9001 / 14001

Weltweit gültige, privatwirtschaftliche Normen für betriebliche Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme.

DIN ISO 14064/14067

Weltweit gültige, privatwirtschaftliche Normen mit Anforderungen an und Leitlinien für die quantitative Bestimmung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen.

EFQM-Selbstbewertung

Die Selbstbewertung nach EFQM unterstützt das Unternehmen, Veränderungen zu steuern und die Leistungsfähigkeit zu verbessern. Hierbei werden folgende Aspekte gefordert:

- Vorrang der Kund*innen und deren Bedürfnisse vor anderen Zielen
- Notwendigkeit eines langfristigen, auf die Interessensgruppen gerichteten Blickwinkels
- Ursache-Wirkungs-Zusammenhang zwischen dem, was das Unternehmen tut, wie es getan wird und was infolge dieser Handlungen erreicht wird

Eigenkapitalquote

Die Eigenkapitalquote ist eine betriebswirtschaftliche Kennzahl, die den Anteil des Eigenkapitals am Gesamtkapital (Sum-

me aus Fremd- und Eigenkapital) angibt. Je höher die Eigenkapitalquote, desto höher die Unabhängigkeit eines Unternehmens gegenüber Fremdkapitalgebern.

EMAS
Eco-Management and Audit Scheme – auch früher bekannt als EG-Öko-Audit. Es basiert auf Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22.12.2009 über die freiwillige Beteiligung von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (EMAS). Um EMAS in Deutschland wirksam durchführen zu können, wurde 1995 das Umweltauditgesetz (UAG) erlassen und 2011 an EMAS III angepasst.

Euro-Normen Euro 1-6 / Euro I-VI
Abkürzung für die Abgasgrenzwerte für Kraftfahrzeuge in der EU. Die Vorschriften des EG-Umweltrates beziehen sich üblicherweise auf spezielle Abgasprüfverfahren

EZÖB
Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe im Radius von 150 km um die Brauerei

GEMIS
Globales Emissions-Modell integrierter Systeme: Datenbank für Energie-, Stoff- und Verkehrssysteme.

Gold Standard
Die Gold-Standard-Foundation ist eine schweizerische Non-Profit Organisation. Sie zertifiziert nur Kompensationsprojekte, die nachweislich Treibhausgase reduzieren sowie positive Auswirkungen auf die lokale Umwelt und soziale Aspekte haben.

Greenhouse Gas Protocol
Bilanzierungsrichtlinie für unternehmerische Treibhausgase

GRI
Global Reporting Initiative: allgemein anerkannter Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die GRI Leitlinien stellen die Leitplanken dar, anhand derer sich jedes Unternehmen bei der eigenen Berichterstattung orientieren kann. Wir berichten aktuell nach den GRI Standards.

Handelsware
Betrifft Produkte, welche von der Neumarkter Lammsbräu vermarktet, aber nicht selbst hergestellt werden.

Kältemittelleckagen
Bezeichnet undichte Stellen in Kälte- und Klimaanlagen, durch welche Kältemittel unkontrolliert entweichen können. Da Kältemittel ein hohes Treibhauspotential aufweisen, sind aus Umweltgesichtspunkten regelmäßige Dichtungskontrollen durchzuführen.

Kieselgur
Filtrationsmaterial, das für die Klärung des Biers vor der Abfüllung eingesetzt wird.

Klimaneutralität / CO_2e-Neutralität
Klimaneutral bedeutet, dass klimawirksame Treibhausgase, die beispielsweise durch ein Unternehmen emittiert werden, durch Kompensation in gleicher Höhe ausgeglichen werden. An welchem Ort die Kompensation bzw. der Ausgleich stattfindet ist dabei irrelevant. Die Neumarkter Lammsbräu kann Klimaneutralität für Scope 1 und 2 vorweisen (siehe Erklärung zu CO_2e-Kompensation). Aktuell nicht inkludiert in der Berechnung der Klimaneutralität sind die von Seiten der Neumarkter Lammsbräu nur bedingt steuerbaren Emissionen aus dem betriebsexternen Scope 3 Bereich. Diese Emissionen fallen vornehmlich bei der Herstellung und dem Transport diverser Vorprodukte in Form von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen durch externe Lieferant*innen und Speditionen oder bei der Entsorgung von Gewerbeabfällen und Abwasser an. Stellvertretend hierfür können die Bereitstellung von Produktionsmitteln wie z.B. Reinigungs- und Desinfektionsstoffe, Kühlmittel, Gebinde und Verpackungen oder die Verwertung von Bruchglas oder Biertreber etc. genannt werden. Ebenfalls nicht in der Klimaneutralität enthalten ist die Getränkedistribution durch Speditionen, lediglich der Vertriebsanteil sowie eigene Auslieferungs-Fahrten mit den Lkws im 150 km Radius des brauereiinternen Fuhrparks ist fester Bestandteil des Neutralitätsstatus.

Kulturlandpläne
Der sogenannte „Kulturlandplan“ ist ein auf mehrere Jahre ausgelegter und auf die spezifischen Gegebenheiten angepasster Maßnahmenplan, mit dessen Hilfe die Bio-Landwirt*innen aktiv zum Schutz von Pflanzen, Tieren und der Natur beitragen.

Kuppelprodukte
Bei Vermälzung und dem Brauprozess anfallende Nebenprodukte, beispielsweise Malzkeime, Bio-Treber oder Abputzgetreide.

Lammsbräu Cockpit
Controlling-Werkzeug, für welches sich die Geschäftsleitung mit externer Unterstützung zusammensetzt, um alle wesentlichen Unternehmenskennzahlen (Umsatz, Ausstoß, etc.) zu betrachten, auszuwerten und darüber zu diskutieren, welche Maßnahmen ggf. erforderlich sind.

LBV
Landesbund für Vogelschutz

Liefernetzwerk
Bezeichnet das Netzwerk aus Roh- und Grundstofflieferant*innen der Neumarkter Lammsbräu. Der Begriff „Netzwerk“, anstelle von „Kette“, soll betonen, dass es sich hierbei nicht um rein lineare Prozesse handelt, sondern Partnerschaften auf Augenhöhe, und trägt damit der Komplexität und Verbundenheit der Akteur*innen Rechnung.

Liquiditätsgrad 2
Die Liquiditätsgrade stellen dar, inwiefern kurzfristige Verbindlichkeiten durch vorhandene Mittel gedeckt sind. Damit bewerten sie die Zahlungsfähigkeit (Liquidität) eines Unternehmens. Die Liquidität 2. Grades gibt dabei an, wie groß der Anteil der liquiden Mittel und kurzfristigen Forderungen am kurzfristigen Fremdkapital ist.

LPV
Landschaftspflegeverband

Mikrogasturbine
Sie dient u. a. der industriellen dezentralen Energieversorgung.

Nachhaltige Beschaffung
Eine nachhaltige Beschaffung umfasst die Planung, Umsetzung und Überwachung der notwendigen Instrumente und Abläufe zur Durchsetzung von Nachhaltigkeitsstandards (soziale und ökologische Anforderungen) über die gesamten Liefernetzwerke einer Organisation. Die Umsetzung erfolgt mittels eines Verhaltenskodex (s. CoC) sowie der Überwachung von Lieferant*innen.

Nachhaltigkeitsmanagement
Das Nachhaltigkeitsmanagement bei der Neumarkter Lammsbräu treibt soziale und ökologische Themen systematisch voran. Untergeordnet sind das Umwelt- & Qualitätsmanagement, Stakeholdermanagement und Klimaschutzmanagement. Auch die Nachhaltigkeitskommunikation wird von diesem Bereich übernommen.

PDCA-Zyklus
Methode zur kontinuierlichen Verbesserung von Unternehmensprozessen (Plan = Planen), (Do = Umsetzen), (Check = Überprüfen), (Act = Handeln).

PoS
Point of Sale, Verkaufsort

PSA
Persönliche Schutzausrüstung zur Abwehr von Gefahren sowie zum Schutz der Gesundheit der Beschäftigten.

Psychische Gefährdungsbeurteilungen
Ermittlung der Gefährdung der Mitarbeiter*innen, die sich durch die psychische Belastung der Tätigkeit ergeben kann.

Rebio
Regionale Bioland-Erzeugergemeinschaft, aktuell sind ca. 160 landwirtschaftliche Betriebe Mitglied der rebio.

Rechtskataster
Ein Rechtskataster erfasst alle Rechtsanforderungen, die für ein Unternehmen relevant sind. Zudem kann darüber die Einhaltung dieser Anforderungen bewertet, sowie die Umsetzung bindender Verpflichtungen dokumentiert werden.

Resilienz
Die Resilienz eines Unternehmens bezeichnet dessen Widerstandsfähigkeit gegenüber externen Schocks (wie beispielsweise die COVID-19-Pandemie).

Risikomanagement
Das Risikomanagement ist – wirtschaftlich betrachtet – ein finanzielles „Schutzsystem“ zur Bewahrung der Unabhängigkeit und zur Existenzsicherung eines Unternehmens. Es soll vor der sog. Überschuldung und der sog. Zahlungsunfähigkeit schützen. Überschuldung heißt, dass man mehr Schulden als Vermögen hat. Zahlungsunfähigkeit heißt, dass man nicht mehr in der Lage ist, seinen Zahlungsverpflichtungen nachzukommen. Je nach Rechtsform sind dies die beiden gesetzlich verankerten Tatbestände für die Existenzgefährdung eines Unternehmen. Daher ist gesetzlich festgeschrieben, dass haftungsbeschränkte Unternehmen ein Risikomanagementsystem haben müssen. Mit Inkrafttreten des neuen Stabilisierungs- und Restrukturierungsgesetz ab 01.01.2021 gilt dies künftig auch für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), sofern sie haftungsbeschränkt sind. Die Neumarkter Lammsbräu ist gesetzlich nicht verpflichtet, ein Risikomanagementsystem zu führen, da die Gesellschaft eine natürliche Person zum Vollhafter hat. Gleichwohl führt sie freiwillig ein Risikomanagementsystem.

Roh- und -grundstoffe
Rohstoffe bezeichnen die landwirtschaftlichen Produkte, die für die Bio-Getränke der Neumarkter Lammsbräu angebaut werden, wie zum Beispiel Getreide, Früchte und Zuckerrüben. Bei unseren now Limonaden beziehen wir Grundstoffe. Das sind direkte Vorprodukte der Bio-Limonadenherstellung, wie etwa Sirupe, natürliche Extrakte und Saftkonzentrate. Das be-

deutet, dass Limonadenrohstoffe entlang unserer Wertschöpfungsnetzwerke zu Limonadengrundstoffen weiterverarbeitet werden. Hauptrohstoffe bezeichnen diejenigen Rohstoffe, die mengenmäßig die größte Relevanz für die Neumarkter Lammsbräu haben. Um als Hauptrohstoff zu gelten, müssen zwei Bedingungen erfüllt sein:

» Der Gesamtmenge an Grundstoffen (=weiterverarbeitete Anteil der Rohstoffe), die von einem*einer bestimmten Lieferant*in bezogen wird, muss mehr als 1 % der Gesamtbezugsmenge der Grundstoffe ausmachen
» Wird von einem*einer Lieferant*in mehr als ein Grundstoff bezogen, so muss die Menge des Grundstoffs innerhalb der gesamten bezogenen Grundstoffmenge von diesem*dieser Lieferant*in mehr als 10 % ausmachen

Rückkühlwerke

Adiabate Rückkühlwerke werden genutzt, um überschüssige Wärme abzuführen. Dabei bedienen sie sich dem Prinzip der Verdunstungskühlung: Durch die Zuführung und darauffolgende Verdunstung von Wasser wird ein Kühleffekt herbeigeführt.

Scope

Für die Bilanzierung eines „Corporate Carbon Footprints" nach den international standardisierten Regeln des „Greenhouse Gas Protocols" ist es erforderlich, eine genaue Systemgrenze der zu analysierenden Unternehmensprozesse zu definieren. Diese Systemgrenzen werden als sogenannte „Scopes" bezeichnet und werden wie folgt unterteilt: In Scope 1 werden die produktionsbezogenen THG-Emissionen erfasst, die direkt im Unternehmen anfallen. In Scope 2 werden alle indirekten THG-Emissionen, die für die Energiebereitstellung anfallen, aufgeführt. Scope 3 beinhaltet alle übrigen THG-Emissionen, die mit der Unternehmenstätigkeit in Zusammenhang stehen und sowohl vor- als auch nachgelagerte Bereiche des Unternehmens betreffen, wie z. B. Transportemissionen im Zuge der Anlieferung von benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen.

SDGs

Sustainable Development Goals: 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, die auf der Rio-Konferenz 2012 von den UN-Mitgliedsstaaten beschlossen wurden und seit 2016 in Kraft getreten sind, mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030). Eine Übersicht zu den SDGs und deren Anwendung in den Unternehmenszielen der Neumarkter Lammsbräu befindet sich in ↗ Kap. 1, bzw. ↗ Kap. 6.

Social Carbon Standard

Der SocialCarbon Standard wurde vom Ecologica Institute entwickelt und legt den Fokus auf Zusatzvorteile von Klimaschutzprojekten (bspw. der aktiven Beteiligung der lokalen Bevölkerung). Da dieser Standard alleine keine CO_2e-Kompensations-Credits verifiziert wird er häufig in Verbindung mit anderen Standards verwendet (hier: Verified Carbon Standard).

Sorgfaltspflicht

Sie ist die Verpflichtung von Unternehmen, ihre Beziehungen zu Lieferant*innen auf verantwortungsvolle Weise mitzugestalten und als Ergebnis ihrer Einkaufsaktivitäten konstruktiv Einfluss auf die Sozial- und Umweltstandards entlang des gesamten Liefernetzwerks zu nehmen – über die eigenen Betriebsgrenzen hinaus. Dabei können verlässliche Handelsbeziehungen und starke, resiliente Liefernetzwerke entstehen.

Stakeholder

Stakeholder sind unternehmensinterne wie -externe Anspruchs- und Interessensgruppen, die von den Geschäftstätigkeiten indirekt oder direkt betroffen sind und / oder Ansprüche an das Unternehmen haben. Anspruchs- und Interessensgruppen können unsere Geschäftsentwicklung sowie auch die gesellschaftliche Akzeptanz unseres Unternehmens mehr oder weniger stark beeinflussen, was wiederum zu Auswirkungen auf das Unternehmen führt. Es ist daher wichtig, sich mit seinen Stakeholdern aktiv auseinanderzusetzen, um Bedürfnisse und Erwartungen zu kennen und daraus ggf. Maßnahmen abzuleiten.

THG-Emissionen (Treibhausgasemissionen)

Treibhausgasemissionen, d. h. Ausstoß von Treibhausgasen, die in der Atmosphäre selektiv die Wärmestrahlung absorbieren, die von der Erdoberfläche in den Weltraum abgestrahlt wird. Das wichtigste von Menschen verursachte Treibhausgas ist Kohlendioxid (CO_2). Neben CO_2 tragen weitere Treibhausgase wie Methan (CH_4), Lachgas (N_2O), Fluorkohlenwasserstoffe (FCKW) oder Schwefelhexafluorid (SF_6) in unterschiedlichem Maß zum Treibhauseffekt bei und sind durch die Einheit CO_2e erfasst.

Transparenz / Transparenzmaßnahmen

Der Begriff Transparenz bezeichnet das Bild eines Produktionsnetzwerks, in dem Informationen ungehindert zirkulieren können. Verbraucher*innen können so problemlos herausfinden, woher ihre Produkte stammen und wie sie entstanden sind. Ebenso können Landwirt*innen mühelos in Erfahrung bringen, wer ihre Produkte gekauft hat. Idealerweise sind die Information für alle Akteur*innen des Liefernetzwerkes schnell und einfach zugänglich. Mittels Abfragen von Akteur*innen entlang der Wertschöpfungskette werden reale Daten gesammelt und in die Treibhausgas-Modellierung eingespeist. Mit Bezug auf das Liefernetzwerk betreffen diese Informationen beispielsweise gefahrene Kilometer, verwendete Transportmittel oder Energieverbräuche / -quellen von herstellenden Betrieben.

Treber

Bezeichnet ausgelaugte Pressrückstände des Malzes bei der Bierherstellung.

TREMOD 6.14 (11/2020) / TREMOD-MM 5.21 (2020)

Transport Emission Model – Aktuelles Berechnungsmodell für Schadstoffe aus Verkehr in Deutschland, bereitgestellt seitens des Umweltbundesamtes

Trendberechnung (Input / Output Bilanz)

Die in der letzten Spalte der Input-Output-Bilanz dargestellte Trendanalyse wird mit Hilfe der linearen Regression für sechs Jahre berechnet. Die Richtung des jeweiligen Trendpfeils ergibt sich aus dem prozentualen Verhältnis zwischen Trendgerade und Basiswert:

≥ - 2 %	bis	≤ + 2 %	→
< - 2 %	bis	-10 %	↘
< -10 %	bis	- ∞	↓
> + 2 %	bis	+10 %	↗
> +10 %	bis	+ ∞	↑

Da zur Berechnung sechs Jahre herangezogen werden, ist es durchaus möglich, dass trotz einer aktuellen Steigerung der Trend neutral bleibt oder sogar abfällt.

Tunnelpasteur

Dient der thermischen Behälterbehandlung als wesentlicher Arbeitsschritt im Abfüllprozess von Getränken, um Kondensation zu vermeiden und gleichzeitig Energie- und Wasser einzusparen.

Verified Carbon Standard

Der Verified Carbon Standard wurde von der Non-Profit Organisation Verra entwickelt und ist der am weitesten verbreiteten Standard zur Zertifizierung freiwilliger Kompensationsprojekte.

Vorlieferant*in / Direkte Vorstufe

Meint die Lieferant*innen, die im Liefernetzwerk vor den Lieferant*innen stehen, von welchen Waren direkt bezogen werden. Im Fall der Neumarkter Lammsbräu umfasst dies bspw. den Zitronen-Lieferanten aus Italien, der die Früchte zur Weiterverarbeitung zu Zitronensaftkonzentrat liefert.

Vorspannen

Bei der Abfüllung werden die Flaschen mittels Kohlendioxid „auf Druck“ gebracht. Dies verhindert ein Überschäumen sowie den Verlust von Kohlensäure.

Vulnerabilität

Vulnerabilität eines Unternehmens bezeichnet dessen Verwundbarkeit durch externe Schocks (wie beispielsweise die COVID-19-Pandemie).

Wertschöpfungsnetzwerk

Umfasst den gesamten Lebenszyklus eines Produktes und reicht vom Anbau bis hin zur Entsorgung. Zwischengelagert sind die Aktivitäten Verarbeitung, Handel sowie Nutzen des Produkts.

Wesentlichkeitsanalyse

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein Analysewerkzeug, um die für ein Unternehmen und seine Anspruchsgruppen (Stakeholder) wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen zu ermitteln.
Ein wesentliches Thema ist ein Thema,

» bei dem sich aus Unternehmenssicht eine besonders hohe wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Auswirkung seines Tuns ergibt und
» welches die Entscheidungen und Beurteilung der Stakeholder in Bezug auf das Unternehmen stark beeinflusst.

Hinweis: Im vorliegenden Bericht wird anstelle des Wortes „sehr relevant“ einheitlich „wesentlich“ verwendet.

Xect-Etiketten

Xect-Etiketten sind Etiketten aus 100 % Recycling-Fasern. Qualitativ stehen sie Frischfaserprodukten in nichts nach, da sie aus nass- und laugefestem Papier bestehen.

2. Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen

Quelle Kraftstoffe Umrechnungsfaktoren (siehe Kap. 4.3.3 – Energie)

↗ https://www.bdbe.de/daten/umrechnung-und-formeln
(Zugriff am 14.7.2021)
↗ https://www.unitjuggler.com/energy-umwandeln-von-kWh-nach-MJ.html
(Zugriff am 14.7.2021)
↗ https://www.gas24.de/cms/25-0-preisbildung.html
(Zugriff am 14.7.2021)

Wasser

Umrechnungsfaktor Wasser: 1 m^3 Wasser = 1 Tonne

Rohstoffe

Umrechnungsfaktor Rohstoffe: 1 Tonne = 10 Dezitonnen (dt)

Hektoliter (hl)

1 Hektoliter = 100 Liter

Hektoliter Fertiggetränk (hl FG)

Das Produktportfolio der Neumarkter Lammsbräu erstreckt sich über eine Vielzahl von Getränkesparten (Bio-Biergetränke, Bio-Mineralwasser & Bio-Erfrischungsgetränke). Auf einen hl gemittelt wird in der Summe von sog. Fertiggetränken (FG) gesprochen. Für die Berechnung von ökologischen Kennwerten eines hl Fertiggetränks werden produktspezifische Durchschnittswerte herangezogen. Denn für die Herstellung von Biergetränken und alkoholfreien Getränken kommen unterschiedliche Energie- und Rohstoffarten/-mengen zum Einsatz. So wird die verkaufte Menge an Bier im jeweiligen Bezugsjahr aufgrund des aufwändigen und energie- und wasserintensiven Prozesses mit dem Faktor 1 kalkuliert. Die alkoholfreien Getränke, sprich alle Bio-Erfrischungsgetränke und unser Bio-Mineralwasser, benötigen bei der Herstellung deutlich weniger Wasser und Energie. Daher wird auf der Grundlage von Erfahrungswerten in der Braubranche in Relation zum Bier für die alkoholfreien Getränke für die Wasser- und Stromverbräuche der Faktor 0,4 und für den Wärmeverbrauch der Faktor 0,3 für die Hektoliter-Menge an Fertiggetränken angesetzt. Auf einen daraus berechneten Durchschnittswert als Basisgröße (hl FG) wird bei allen Kennzahlenberechnungen Bezug genommen.

Scope 1 (direkte CO_2e ohne Vorkette):

Berechnung der CO2-Äquivalente aus Feuerungsanlagen:

Erdgas: 201 g CO_2e pro kWh
Leichtes Heizöl: 2.670 g CO_2e pro Liter

Quellen:
Dr. Hensler G., Dr. Hochhuber J., Linckh, V.: Leitfaden für effiziente Energienutzung in Industrie und Gewerbe, Augsburg, Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU), 2009.
Landesamt für Umwelt (LfU) (2010): Exceltool zur Berechnung der CO_2-Emissionen (Kostenfreier Download-Link: http://www.izu.bayern.de/download/xls/berechnung_co2_emissionen.xls)

Berechnung der CO_2-Äquivalente aus Fuhrpark:

Treibstoff Diesel: 2.490 g CO_2e pro Liter
Treibstoff Benzin (E5): 2.300 g CO_2e pro Liter
Treibstoff Pflanzenöl: 0 g CO_2e pro Liter
Treibstoff AdBlue: 238 g CO_2e pro Liter

Quellen:
Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03/2013), 2. aktualisierte Auflage, URL: http://dslv.org/dslv/web.nsf/gfx/8F102DF8C3E4A2F141257BB7007779CB/$file/DSLV-Leitfaden%20Berechnung%20von%20THG-Emissionen%20Stand%2003-2013.pdf, Zugriff am 08.10.2012, S. 37.
VerkehrsRundschau: So ermitteln Sie den CO_2-Fußabdruck, Auflage 51-52, 2010, S. 37

Scope 2 (indirekte CO_2e mit Vorkette):

Berechnung des Stroms:

Faktor Energiemix:
2012 - 2016: 370 g CO_2e/ kWh, 2017 - 2019: 342 g CO_2e/ kWh,
2020: 244 g CO_2e/ kWh
Faktor Ökostrom:
2011 - 2019: 16 g CO_2e / kWh, 2020: 9,2 g CO_2e / kWh

Die Emissionen in Höhe von 9,2 g CO_2e/ kWh entstehen durch die Inanspruchnahme von Wasserkraft aus schweizerischen Kraftwerken. Sie berechnen sich als gewichteter Durchschnittswert aus Emissionsfaktoren für Lauf- und Speicherwasserkraftwerke.

Quellen:
Umweltbundesamt (2019): Emissionsbilanz erneuerbarer Energieträger; Bezugsjahr 2018 und Flury, K. et al. (2012): Erkenntnisse aktueller Ökobilanzen zu Strom aus Wasserkraft. In: Technologie Wasserkraft, Bulletin 2/2012, S. 33 - 36 und Stadtwerke Neumarkt (2021), URL: https://www.swneumarkt.de/energie/strom/stromkennzeichnung

Scope 3 (übrige CO_2e mit Vorkette):

Berechnung der CO_2-Äquivalente aus ökologischem Landbau:

Gerste: 662 kg CO_2e pro Hektar
Weizen: 538 kg CO_2e pro Hektar,
zzgl. der Transportemissionen seit 2012

Quellen:
Hülsbergen, K.-J.; Engelmann, K. (2010): Ökologisch nachhaltiges Betriebsmanagement mit dem Modell REPRO. Forschungsbericht. Weihenstephan, 2010. S. 46.
Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03/2013), 2. aktualisierte Auflage.

Beim Dinkel wurde die Annahme getroffen, dass in etwa so viele CO_2e entstehen, wie beim Anbau der Gerste: 662 kg CO_2e pro Hektar. Hier gibt es noch keine aktuellen verlässlichen und empirisch belegbaren Daten. Die Gleichsetzung der Emissionsannahme mit der Gerste begründet sich zudem durch die ähnliche Bodenbewirtschaftung sowie einem ähnlichen Ernteertrag pro ha in Höhe von ca. 3 t.

Hopfen: 918 kg CO_2e pro Hektar
zzgl. der Transportemissionen seit 2012

Quellen:
Hülsbergen K.-J., Küstermann B.: Optimierung der Kohlenstoffkreisläufe in Öko-Betrieben. Ökologie & Landbau 145, 20 – 22, Bad Dürkheim, Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL), 2008.
Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03 / 2013), 2. aktualisierte Auflage.

Die Bilanzierung der verarbeiteten Bio-Limonadenrohstoffe erfolgt seit 2012 anhand von Emissionskennwerten aus einer Kombination verschiedener Ökobilanzierungsdatenbanken (z. B. Gemis 4.81 - 4.95: ProBas des Umweltbundesamtes, aktualisiert in 2018 und Ecoinvent Version 2.2 - 3.3), wissenschaftlicher Studien (z. B. ausgewiesener Product Carbon Footprint wie etwa für Zuckerrüben) sowie unternehmensinterner Befragungen. Aufgrund der Vielzahl der bezogenen verarbeiteten Bio-Limonadenrohstoffe sei an dieser Stelle exemplarisch auf das Beispiel biologischer Apfelsaft und ökologischer Rübenzucker/ Bio-Invertzuckersirup verwiesen:
Product Carbon-Footprint (PCF) für ökologischen Apfelsaft: 225 g CO_2e/ kg

Quelle:
Brennan G. J., Grandison S. A.: Food Processing Handbook, 2. Auflage, Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, 2011.

Product Carbon-Footprint (PCF) für Rübenzuckerproduktion in Deutschland: 544 g CO_2e/ kg

Quelle:
Klenk I., Landguist B., Ruiz de Imaña O.: The Product Carbon Footprint of EU beet sugar (03-04 / 2012), S. 3.

Die Vorgehensweise zur Bilanzierung der verarbeiteten Bio-Limonadenrohstoffe erfolgt seit dem Jahr 2012 analog zu den Braurohstoffen zzgl. Transportkilometern gemäß DIN EN 16258 auf der Basis von Tonnenkilometern. Dies erfolgt auf der Grundlage des verbrauchten Treibstoffs entlang der gefahrenen Transportstrecke in Abhängigkeit vom Transportfahrzeug, vom transportierten Gewicht und der Art des Transportgutes, z. B. 0,02 Liter Dieselkraftstoffe pro Tonnenkilometer Invertzuckersirup mittels Last-/Sattelzug-Lkw (24 - 40 t).

Quelle:
Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03 / 2013), 2. aktualisierte Auflage.

Luftschadstoffe

Für die Berechnung der Luftschadstoffemissionen wird grundsätzlich die GEMIS Datenbank verwendet (Gemis 4.81 - 4.95: ProBas des Umweltbundesamtes, aktualisiert in 2018, Gas-HW-klein-DE-2010). Seit 2012 wird fortlaufend zur Berechnung der Luftschadstoffemissionsfaktoren aus den Feuerungsanlagen die aktuelle GEMIS Version (derzeit 4.95) verwendet.

Ab 2012 wird folgende Datenbasis zugrunde gelegt (letzte Aktualisierung in 2020):

Quelle:
Umweltbundesamt (2020): Emissionsberechnungsmodell TREMOD 6.14 für Lkw und Pkw (11/2020) sowie TREMOD 5.21 für Stapler (2020).

Bei den Emissionsberechnungen für die im Betrieb und im Fuhrpark eingesetzten fossilen und nicht-fossilen Brennstoffe (Erdgas, Heizöl, Diesel, Benzin, AdBlue) sowie für die für die Bierherstellung benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sind förder- und transportbedingte Emissionen (z. B. Herstellung und Bereitstellung von Brennstoffen, Transport von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen zur Brauerei) weitgehend über verschiedene Ökobilanzierungsdatenbanken (z. B. Gemis 4.81 - 4.95: ProBas des Umweltbundesamtes, aktualisiert in 2018 und Ecoinvent Version 2.2 - 3.3), wissenschaftliche Studien (wie etwa ausgewiesene Product Carbon Footprints für entsprechende Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe) sowie unternehmensinterne Befragungen berücksichtigt.

3. Tabellen

Tab. 1.: Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2015 - 2020

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Einheit	Entsorgungsart [b]
Altetiketten [c]	150101		68,1	84,9	111,2	114,9	99	t	Verwertung
Altglas	150107	124,7	193,5	218,8	306,1	338,0	313,2	t	Verwertung
Altkisten	150102	14,0	58,8	21,9	12,4	28,1	25,4	t	Verwertung
Altreifen	160103	0,54	1,21	0,7	1,34	1,2	0,6	t	Verwertung
Altmetall, Elektro(nik)-Altgeräte / Elektroschrott	160216, 170401, 170405, 170407, 170402, 191202	21,6	30,5 / 17,2 [a]	29,4	19,1	15,3	30,2	t	Verwertung
Altholz	150103, 200138	18,0	14,3	6,1	5,4	9,5	22	t	Verwertung
Altpapier und Aktenvernichtung	200101	22,2	23,2	26,0	20,1	28,7	36,8	t	Verwertung
Aluminium (Schraubverschlüsse)	150104	3,0	7,6	3,8	5,3	5,6	7,1	t	Verwertung
Bauschutt, Bau- und Abbruchabfälle	170101, 170102, 170103,170107, 170904, 170302, 170802	1.169,8 [a]	16,8	7,8 / 258,1 [a]	7,9	7,2	6,8	t	Verwertung
Bodenaushubmaterial	170504	1.107,8 [a]	992,7 [a]	0,0	0,0	25 [a]	31,3 [a]	t	Verwertung
Bitumengemische, Asphalt	170302	89,3 [a]	36,9 [a]	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Brunnenkies	010408	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Kühlschränke / Getränkeautomat	200136	0,7	0,0	0,54	0,0	0,0	1,9	t	Verwertung
Kunststofffolien / Kunststoff / Gelber Sack	150102	6,7	11,1	7,5	8,5	12,8	6,7	t	Verwertung
Schlämme aus der betriebseigenen Abwasserbehandlung	020705	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6	0,0		Verwertung
Straßenkehricht	200303	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Dämmmaterial	170604	0,0	0,0	0,0 / 0,6 [a]	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Styropor	150102	7,5	5	12,5	0,0	0,0	7	m^3	Verwertung
Gesamt ungefährliche Abfälle zur Verwertung		***2.366,9 [a] / 211,4***	***1.046,8 [a] / 436,0***	***258,7 [a] / 419,9***	***497,3***	***25 [a] / 564,0***	***31,3 [a] / 549,6***	***t***	

a) Einmalig angefallene Abfälle bei Bau- und Abbrucharbeiten im Zuge der baulichen Entwicklung der Brauerei.
b) Informationen vom Entsorgungsunternehmen bereitgestellt (letzte Abfrage 2014)
c) Durch die Umstellung der Abfallentsorgung von regelmäßig anfallenden Abfälle in die Hände des regionalen Unternehmens der Fa. Edenharder, wurden diese Abfallfraktionen von 2013 - 2015 neu berechnet. Daher Hochrechnung der Menge an Etiketten anhand der abgefüllten Flaschen statt genaue Mengenerfassung (vorher), da von Mitte 2013 bis Ende 2015 die Etiketten gemeinsam mit Restmüll gesammelt und thermisch verwertet wurden. Seit dem Jahr 2016 werden die Etiketten wieder separat gesammelt sowie erfasst und einer stofflichen Verwertung zugeführt. Damit sind im Bereich der Altetiketten die wechselnden Positionen und AVV Nummern zu erklären. Die Werte aus 2015 sind daher auch nur bedingt mit den Folgejahren vergleichbar.

Tab. 1.: Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2015 - 2020

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Einheit	Entsorgungsart
Kieselgur / Filterhilfsmittel	020203	76,5	93,8	94,3	95,2	98,7	122,8	t	Kompostierung
Bioabfall	200201	k. A.	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	t	Kompostierung
Gesamt Abfälle zur Kompostierung		***76,5***	***94,3***	***94,9***	***95,8***	***99,4***	***123,5***	***t***	
Altlauge (Spüllauge)	110107	0,0	4,4	0,0	1,8	0,0	0,0	t	Verwertung
Altöl	130205	0,6	0,6	0,0	0,6	0,0	0,8	t	Verwertung
Aufsaug- / Filtermaterialien / Schmierstoffe / Frostschutzmittel	150202, 120112	0,14	0,15	0,07	1,07	0,04	0,0	t	Verwertung
Kältemaschinenöl	130204	5,5	0,0	25,0	5,0	0,0	0,0	Kg	Verwertung
Kältemittel	140601	70,5	9	9,3	0,3	1,5	10	Kg	Verwertung
Kohlenteerhaltige Bitumengemische	170301	0,0	56,1 a)	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Behandlung
Kohlenteer und teerhaltige Produkte	170303	2,4 a)	0,9 a)	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Asbesthaltige Abfälle	170605	22,4 a)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Altholz / Alle Gebäude	170204	39,1 a)	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	t	Verwertung
Dämmmaterial	170603	0,4 / 3,6 a)	12,8 a)	0,0 / 8,3 a)	0,0	0,0	0,0	t	
Kühlschränke / Getränkeautomaten / Kühlaggregate	160211	0,0	1,36	1,02	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Labor- und Altchemikalien	070704, 160506	0,0	5,8	0,0	0,0	0,0	0,0	kg	Verwertung
Leuchtstoffröhren	200121	0,01	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Ölfilter / Ölabscheiderinhalte / Pflanzenöl / Motoren- und Getriebealtöl / andere Brennstoffe	160107 / 150110 / 130501 / 130502 / 130702 / 130703 / 080111	0,1	0,7 / 3,4 a)	2,0	0,5	0,2	0,0	t	Verwertung
Reinigungsemulsionen	130802	1,0	1,3	1,2	1,4	1,5	1,5	t	Verwertung
Andere Lösemittel und Lösemittelgemische	140603	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	t	Verwertung
Andere organische Lösemittel	070304	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Andere Säuren	060106	0,0	0,0	0,0	0	0,1	0,0	t	Verwertung
Wässrige Spülflüssigkeiten	110111	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	t	Verwertung
Gesamt gefährliche Abfälle		***67,4 a) / 2,3***	***73,2 a) / 8,6***	***8,3 a) / 4,2***	***6,8***	***3,5***	***2,3***	***t***	

a) Einmalig angefallene Abfälle bei Bau- und Abbrucharbeiten im Zuge der baulichen Entwicklung der Brauerei.
k. A.: keine Angabe

Tab. 1.: Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2015 - 2020

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Einheit	Entsorgungsart [b]
Altetiketten	200101	48,8						t	Thermische Verwertung
Restmüll	200301	64,1	48,2	40,6	44,3	43,6	41,1	t	Thermische Verwertung
Restmüll gesamt	200301	112,9	48,2	40,6	44,3	43,6	41,1	t	Thermische Verwertung
Abfallgesamtmenge		***2.434,3 [a] / 403,1***	***1.120 [a] / 587,1***	***267 [a] / 559,2***	***644,2***	***25 [a] / 710,4***	***31,3 [a] / 716,6***	***t***	

a) Einmalig angefallene Abfälle bei Bau- und Abbrucharbeiten im Zuge der baulichen Entwicklung der Brauerei.

Tab. 2.: Bilanzierung der Treibhausgasemissionen durch die Aktivitäten der Neumarkter Lammsbräu (Scope 1-3 (anteilig)): 2012-2017

Die Berechnungen für die Scope 1-Emissionen erfolgen ohne Einbeziehung von Vorstufen für die Energiebereitstellung und Treibstoffen sowie der damit verbundenen Transportwege.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Scope 1							
CO_2e betriebliche Feuerungsanlagen	1.271,3	1.248,4	1.317,5	1.485,1	1.673,1	1.675,9	t
CO_2e Fuhrpark Lkw	111,2	114,2	122,4	138,4	140,4	126,2	t
CO_2e Fuhrpark Pkw	84,4	91,6	99,8	110,4	114,5	112,3	t
CO_2e Fuhrpark (Sonstige)a)	3,3	3,5	4,7	9,1	15,0	3,4	t
CO_2e Fuhrpark Gabelstapler	23,8	23,6	20,2	14,3	11,0	6,8	t
CO_2e Kältemittelleckagen	0,0	0,0	11,6	3,9	10,8	9,6	t
Gesamt CO_2e Scope 1	***1.494,0***	***1.481,3***	***1.576,0***	***1.761,1***	***1.964,9***	***1.934,2***	***t***
Scope 2 b)							
CO_2e aus Strombezug	28,0	28,9	29,2	32,8	38,4	35,8	t
Gesamt CO_2e Scope 2	***28,0***	***28,9***	***29,2***	***32,8***	***38,4***	***35,8***	***t***
Gesamt CO_2e Scope 1 & 2	***1.521,9***	***1.510,2***	***1.605,3***	***1.793,9***	***2.003,3***	***1.970,0***	***t***

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Scope 3 c)							
CO_2e Trinkwasser	4,8	3,4	1,63	13,2	13,2	36,2	t
- davon Prozessemissionen	4,6	3,3	1,58	12,8	12,8	35,1	t
- davon Transportemissionen	0,1	0,1	0,05	0,4	0,4	1,1	t
CO_2e Bio-Braugetreide	559,9	726,3	721,0	560,9	847,5	791,8	t
- davon Prozessemissionen	536,1	690,8	692,6	549,0	804,2	762,9	t
- davon Transportemissionen	23,8	35,5	28,4	11,9	43,2	28,9	t
CO_2e Bio-Hopfen	20,4	37,2	40,2	26,2	30,2	32,9	t
- davon Prozessemissionen	20,4	37,2	40,2	26,2	30,1	32,9	t
- davon Transportemissionen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t
CO_2e der Bio-Limonadengrundstoffe	263,4	370,8	326,0	447,0	492,5	517,8	t
- davon Prozessemissionen	230,1	332,2	276,8	364,8	400,4	409,9	t
- davon Transportemissionen	33,3	38,6	49,2	82,2	92,2	107,9	t
CO_2e Fremdabfüllung	0,0	0,0	0,0	0,0	28,6	4,9	t
- davon Prozessemissionen	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,3	t
- davon Transportemissionen	0,0	0,0	0,0	0,0	27,5	3,6	t
CO_2e Bio-Roh- und Grundstoffe Scope 3 (Trinkwasser, Braugetreide, Hopfen, Limonaden)	***848,5***	***1.137,7***	***1.088,8***	***1.047,3***	***1.411,9***	***1.383,6***	***t***
- davon Prozessemissionen	791,2	1.063,5	1.011,1	952,8	1.248,6	1.242,1	t
- davon Transportemissionen	57,3	74,2	77,7	94,5	163,4	141,5	t
THG-Emissionen Gesamt (CO_2e) (Scope 1, 2 & 3)	***2.370,4***	***2.648,0***	***2.694,1***	***2.841,2***	***3.415,2***	***3.353,6***	***t***

a) Sonstige: Hierunter fallen beispielsweise der Betrieb von Rasenmähern, Waschgeräten, Traktoren, Lader & Leihfahrzeugen.
b) Scope 2: Beinhaltet im Rahmen der Erzeugung und Bereitstellung des extern bezogenen Stroms alle THG-Emissionen inkl. der in der Energieprozesskette vorgelagerten Prozessschritte (u. a. Stromerzeugung, Speicherung, Transport und Umwandlung).
c) Scope 3: Beinhaltet die Emissionen, die bei Anbau und Transport der Bio-Braugetreiderohstoffe, des Bio-Hopfens und der verarbeiteten Bio-Limonadenrohstoffe sowie bei der Bereitstellung von Trinkwasser entstehen inkl. der damit verbundenen Vorstufen in Produktion und Transport.

Hinweis: Die vorliegenden Daten wurden rückwirkend bis zum Jahr 2012 (dargestellt hier 2012-2017) angepasst und sind höher als zuvor. Die größte Abweichung nach oben lag dabei in einem fehlerhaften Faktor in dem von unserem wissenschaftlichen Partner ursprünglich erstellten und kontinuierlich weiter entwickelten Tool zur Berechnung der Treibhausgasemissionen. Die nachträgliche Korrektur wirkte sich rechnerisch im Ergebnis emissionssteigernd aus und führt zu einem rückwirkenden Anstieg der CO_2e-Emissionen im Scope 1 & 2 Bereich über alle vergangenen Jahre. Dies ist der Grund für die abweichenden Emissionswerte im Vergleich zu den Vorjahresberichten.

4. GRI Content Index

Der Nachhaltigkeitsbericht 2020 der Neumarkter Lammsbräu wurde in Übereinstimmung mit den ***GRI-Standards: Option „Kern“*** erstellt. Dabei wurde auf eine externe Überprüfung verzichtet. Im folgenden GRI-Content Index werden zu allen wesentlichen Themen die entsprechenden Managementansätze und Indikatoren aus den Standards übersichtlich dargestellt und gemäß der Ausführungen im vorliegenden Bericht mit Seitenangaben gekennzeichnet.

Allgemeine Standardangaben GRI 2016

GR Indikator	Titel	Seiten
1. Organisationsprofil		
102-1	Name der Organisation	10
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	65-69
102-3	Hauptsitz der Organisation	10
102-4	Betriebsstätten	10
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	10
102-6	Belieferte Märkte	10, 76
102-7	Größe der Organisation	10, 46
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	46
102-9	Lieferkette	117-133
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	10, 128
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	26-27
102-12	Externe Initiativen	34
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensgruppen	34
2. Strategie		
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	3, 11
3. Ethik und Integrität		
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	17-19
4. Unternehmensführung		
102-18	Führungsstruktur	23, 31

Allgemeine Standardangaben GRI 2016

GR Indikator	Titel	Seiten
5. Einbindung von Stakeholdern		
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	35, 40
102-41	Tarifverträge	57
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	36
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	36-38, 40, 50, 75, 76-79
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	40-41, 58, 76-79
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	10
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	19, 36, 39-41
102-47	Liste der wesentlichen Themen	20, 40
102-48	Neudarstellung von Informationen	3
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	3, 20, 39-40
102-50	Berichtszeitraum	3
102-51	Datum des letzten Berichts	3
102-52	Berichtszyklus	2
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	165
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	160
102-55	GRI-Inhaltsindex	160-163
102-56	Externe Prüfung	160

Spezifische Standardangaben

Wesentliches Thema	GRI Standard	Angabe	Seiten
Unternehmerische Unabhängigkeit	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	18, 22-23, 26
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	22-27, 140
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	24-26
	GRI 201: wirtschaftliche Leistung 2016	201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	24
Rechtskonformität	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	29-30
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	28-30, 141
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	28, 30
	GRI 307: Umwelt Compliance 2016	307-1: Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	30
Personalentwicklung	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	17-19, 44, 48
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	44, 48-49, 141
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	44, 48
	GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-2: Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	54-56
Mitarbeiter*innen-zufriedenheit	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	18, 44-51, 59-61
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	44, 48-49, 51, 54, 56-61, 78, 141
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	61
	GRI 401: Beschäftigung 2016	401-1: Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	46-47
Produktverantwortung	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14-15, 72-73
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	65, 68-69, 71-75, 140, 142
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	65, 68-69
	GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	69, 72-74, 76
Kund*innen-zufriedenheit	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	17-19, 65, 76
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	33-34, 67, 77-79, 140, 142
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	72, 76, 78-79
	GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-1: Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	68-69, 71-73, 76

Spezifische Standardangaben

Wesentliches Thema	GRI Standard	Angabe	Seiten
Wasserschutz und -verfügbarkeit	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14-15, 18, 68-69, 89, 108
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	68-69, 108-109, 139
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	69, 109
	GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-3: Wasserentnahme	109
Umweltschonende Verpackung	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	82, 88, 110
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	88, 110-111
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	88, 110-111
	GRI 301: Materialien 2016	301-1: Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	111
Material- und Ressourcenverbrauch (Ressourcen= Energie, Wasser)	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	18, 82, 85-88, 91-93, 104-105, 108
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	82-88, 90, 104-106, 108-111, 139, 143
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	88, 106, 109
	GRI 301: Materialien 2016	301-1: Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	111
	GRI 302: Energie 2016	302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation	104, 107, 153
	GRI 303: Wasser- und Abwasser 2018	303-5: Wasserverbrauch	109
Erneuerbare Energien und Energieeffizienz	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	82, 88, 93, 105
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	88, 90, 97, 105-106, 143
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	88, 106
	GRI 302: Energie 2016	302-3: Energieintensität	96, 106, 153
Abfall- und Wertstoff-management	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	82, 88, 112
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	88, 112-113, 142
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	88, 112-113
	GRI 306: Abwässer und Abfall 2016	306-2: Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	114, 155-157

Spezifische Standardangaben

Wesentliches Thema	GRI Standard	Angabe	Seiten
Klimaschutz	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14-15, 18, 82, 88-89, 93, 105
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	87-88, 90-100, 143-144
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	88, 91-93, 97
	GRI 305: Emissionen 2016	305-1: Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	84, 89-90, 92, 97, 153, 158
		305-2: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	89-90, 92, 97, 153, 158
		305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	89-92, 97, 153, 158
		305-4: Intensität der THG-Emissionen	87, 90-92, 97
Erhalt von Artenvielfalt & Bodenfruchtbarkeit	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14-16, 18, 75, 89
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	16, 53, 70, 91, 100-103, 123, 126, 139, 142, 145
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	16, 53, 65, 70, 91, 100-103, 121-123, 126
	GRI 304: Biodiversität 2016	304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	14-16, 32, 53, 69-70, 102-103, 123, 126, 133
Regionale Wertschöpfung	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	125
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	121-124, 142
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	24, 121-122
	GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016	204-1: Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	122, 125
Verantwortung in den Rohstoffliefernetzwerken	GRI 103: Managementansatz 2016	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	118-119, 129
		103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	120, 122, 129-130, 141, 142
		103-3: Beurteilung des Managementansatzes	122, 129-130
	GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016	308-2: Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahme	72, 119-122, 130, 133
	GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten	414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	72, 119-122, 130, 133

5. Impressum

Neumarkter Lammsbräu
Gebr. Ehrnsperger KG
Amberger Straße 1 | 92318 Neumarkt i. d. Oberpfalz
+49 9181 404 0 | info@lammsbraeu.de

www.lammsbraeu.de
www.lammsbraeu-biobier.de
www.biobier.de
www.nowbiolimo.de
www.biokristall.de

Ansprechpartnerin
Silvia Wittl
Nachhaltigkeitsmanagement
+49 9181 404 71
s.wittl@lammsbraeu.de

Inhaltliche Bearbeitung
Laura Schütz de Rivera, Simone Spangler, Silvia Wittl

Lektorat
Violetta Paprotta

Umsetzung Konzept & Gestaltung
Sabine Perlinger

Hinweis
Einige Gruppenfotos ohne erkennbare AHA Regeln wurden vor der Corona-Pandemie aufgenommen.

© Juli 2021
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Neumarkter Lammsbräu.

EMAS
GEPRÜFTES UMWELTMANAGEMENT
DE-166-00005

URKUNDE

EMAS
GEPRÜFTES UMWELTMANAGEMENT

Neumarkter Lammsbräu
Gebr. Ehrnsperger KG

Standort
Amberger Straße 1
92318 Neumarkt i. d. OPf.

Register-Nr.: DE-166-00005

Ersteintragung am
13. Februar 1996

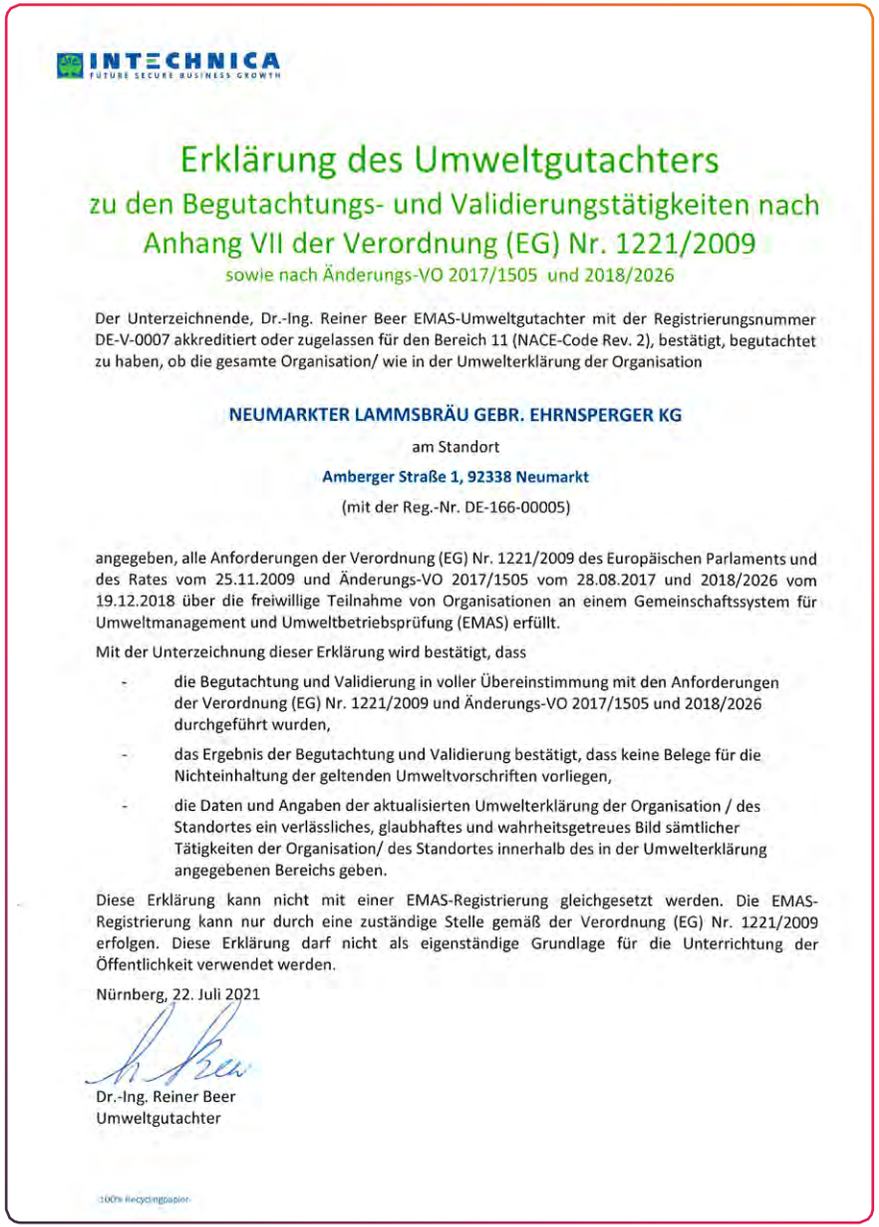
Diese Urkunde ist gültig bis
11. Juni 2022

Diese Organisation wendet zur kontinuierlichen Verbesserung der Umweltleistung ein Umweltmanagementsystem nach der EG-Verordnung Nr. 1221/2009 und EN ISO 14001:2015 (Abschnitt 4 bis 10) an, veröffentlicht regelmäßig eine Umwelterklärung, lässt das Umweltmanagementsystem und die Umwelterklärung von einem zugelassenen, unabhängigen Umweltgutachter begutachten, ist eingetragen im EMAS-Register (www.emas-register.de) und deshalb berechtigt, das EMAS-Logo zu verwenden.

IHK Regensburg für Oberpfalz / Kelheim

Regensburg, den 27. Mai 2019

Dr. Jürgen Helmes
Hauptgeschäftsführer



INTECHNICA
FUTURE SECURE BUSINESS GROWTH

Erklärung des Umweltgutachters

zu den Begutachtungs- und Validierungstätigkeiten nach Anhang VII der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009

sowie nach Änderungs-VO 2017/1505 und 2018/2026

Der Unterzeichnende, Dr.-Ing. Reiner Beer EMAS-Umweltgutachter mit der Registrierungsnummer DE-V-0007 akkreditiert oder zugelassen für den Bereich 11 (NACE-Code Rev. 2), bestätigt, begutachtet zu haben, ob die gesamte Organisation/ wie in der Umwelterklärung der Organisation

NEUMARKTER LAMMSBRÄU GEBR. EHRNSPERGER KG

am Standort

Amberger Straße 1, 92338 Neumarkt

(mit der Reg.-Nr. DE-166-00005)

angegeben, alle Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25.11.2009 und Änderungs-VO 2017/1505 vom 28.08.2017 und 2018/2026 vom 19.12.2018 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS) erfüllt.

Mit der Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass

- die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 und Änderungs-VO 2017/1505 und 2018/2026 durchgeführt wurden,
- das Ergebnis der Begutachtung und Validierung bestätigt, dass keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften vorliegen,
- die Daten und Angaben der aktualisierten Umwelterklärung der Organisation / des Standortes ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation/ des Standortes innerhalb des in der Umwelterklärung angegebenen Bereichs geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.

Nürnberg, 22. Juli 2021

Dr.-Ing. Reiner Beer
Umweltgutachter

100% Recyclingpapier