

Neumarkter Lammsbräu



Nachhaltigkeitsbericht *mit Umwelterklärung (EMAS)*

2023

GRI-Standards und Richtlinien

Seit ihrer Gründung hat GRI die Leitlinien für die CSR-Berichterstattung kontinuierlich weiterentwickelt. Wir berichteten über das Jahr 2017 nach den GRI G4 Richtlinien, für das Jahr 2020 verfassten wir einen Bericht nach den dort geltenden neuen GRI-Standards - jeweils Option „Kern“- und in dem vorliegenden Bericht über das Jahr 2023 berichten wir gemäß der anspruchsvollen internationalen GRI-Standards 2021. Eine Finanzberichtserstattungspflicht besteht bei uns aufgrund der Unternehmensgröße (KMU) nicht.

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 wie auch in den Gemeinwohlbericht integriert.

Vorwort

Jeder unserer Nachhaltigkeitsberichte ist gleichzeitig ein Jahresrückblick für unser Unternehmen. Der aktuelle Bericht bezieht sich auf 2023. erinnern Sie sich? Dieses Jahr war geprägt von Naturkatastrophen. Weltweit wüteten Waldbrände und verheerende Stürme. Gleichzeitig richteten Starkregen und Überschwemmungen Unheil an.

Längst kann nicht mehr die Rede davon sein, dass der Klimawandel uns in Deutschland nicht betrifft. So hatte beispielsweise unsere Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe 2023 ein sehr schwieriges Erntejahr aufgrund der Wetterkapriolen. Insgesamt verursachten Wetterextreme hierzulande einen Schaden von 4,9 Milliarden Euro.¹ Die deutsche Versicherungswirtschaft ruft nach Prävention und Anpassung an die Folgen des Klimawandels.

Welchen Beitrag können Unternehmen dazu leisten? Ich bin überzeugt: einen wesentlichen! Unternehmen sind innovativer, flexibler und vor allem schneller als die Politik. Während die Weltklimakonferenz 2023 als “Greenwashing-Konferenz von Dubai” in die Geschichte einging, zeigen wir bei Neumarkter Lammsbräu, wie Unternehmen sich tatsächlich auf den Weg zum klimafreundlichen Wirtschaften machen können.

Unsere Klimastrategie 2.0 steht im Einklang mit den Pariser Zielen und wird von uns konsequent umgesetzt. Ziel der mit umfassender wissenschaftlicher Unterstützung abgesteckten Route ist die weitere Reduktion unserer absoluten Klimagasemissionen bis 2030 um 42 Prozent im Vergleich zu 2020 (Scope 1 und 2). Bezugnehmend auf das Basisjahr und die SBTi-Zielvorgabe der neuen Klimastrategie 2.0 haben wir seit 2020 rund 7 Prozent eingespart. Dabei liegen die großen Meilenstein-Maßnahmen erst noch vor uns...

Das zeigt: Unternehmerischer Klimaschutz ist machbar. Und er ist zwingend notwendig. Wenn es darum geht, die globale Erwärmung zu bremsen, müssen wir alle mitwirken.

Wieviel wir gemeinsam erreichen können, zeigt auch ein anderes Beispiel aus unserem Unternehmen zum Thema Wasserschutz: 2023 haben wir errechnet, welche Mengen Grundwasser die Lammsbräu-Landwirtinnen und -Landwirte im Vorjahr durch ihre - von uns massiv geförderte - ökologische Wirtschaftsweise geschützt haben. Es waren 13,5 Milliarden Liter auf 75 Millionen Quadratmetern in Bayern. Damit blieben den Haushalten in der Region mehr als 8,77 Millionen Euro Aufbereitungskosten erspart.²

Doch nicht nur zum Schutz unserer wichtigsten Ressource und des Klimas, sondern auch zur Bewahrung der Biodiversität und zur sozialen Nachhaltigkeit in den Liefernetzwerken trägt unser Familienunternehmen aktiv mit wirksamen Maßnahmen bei.

Zu den größten Herausforderungen zählt bei all dem, so viele Menschen wie möglich mitzunehmen und sie zum Handeln zu befähigen. Veränderungen im Tun muss dabei immer ein grundlegender Wandel im Denken vorausgehen. Diese Transformation in den Köpfen gelingt am besten, indem man überzeugt und im besten Fall begeistert. Denn so alarmierend Naturkatastrophen sind - Zukunftsangst ist kein guter Motivator. Damit Menschen dauerhaft enkeltauglich leben, brauchen sie Vorbilder und Gleichgesinnte. Und ein positives Bild davon, wie ihr Alltag künftig aussehen kann.

Wir sehen es deshalb als einen unserer wichtigsten Aufträge, ein solches Bild zu entwerfen und mit so vielen wie möglich zu teilen. Dazu müssen wir auch raus aus unserer Blase. Die Grenzen der Bio-Branche dürfen nicht die Grenzen unseres Handlungsfeldes sein.

¹ [Naturgefahrenbilanz 2023: 4,9 Milliarden Euro Schäden durch Wetterextreme.](#)

² [Pressemitteilung: Bayern: 188 Landwirte schützen 13,5 Milliarden Liter Wasser.](#)

Wir wollen zeigen, was alles möglich ist und wie viel Zuversicht daraus erwächst, zusammen am Gemeinwohl zu arbeiten. Unser Nachhaltigkeitsbericht 2023 nach den Standards der Global Reporting Initiative ist ein notwendiger Baustein dafür.

Viel Freude beim Lesen!





















Johannes Ehrnsperger



INHABER UND GESCHÄFTSLEITER
DER NEUMARKTER LAMMSBRÄU



Inhalt

Vorwort	3
Inhalt	5
1 Unser Unternehmen	8
1.1 Unternehmensdaten und -struktur 	9
1.2 Nachhaltig im Kern: Enkeltauglich und unabhängig wirtschaften 	11
1.2.1 Das Unternehmensleitbild: Unsere Vision von einer enkeltauglichen Welt  ...	11
1.2.2 Wesentliche Themen und Unternehmensstrategie im Kontext der SDGs 	14
1.3 Unsere Managementsysteme 	15
1.3.1 Unser integriertes Managementsystem 	15
1.3.2 Nachhaltigkeit im gesamten Unternehmen integrieren 	19
1.3.3 Stakeholder und Wesentlichkeit 	21
1.4 Wesentliche Veränderungen 2023 	23
1.5 Gemeinsam stärker - in guter Gesellschaft mit Anderen 	24
1.6 Unsere Auszeichnungen im Jahr 2023	26
2 Mitarbeiter:innen	27
2.1 Neumarkter Lammsbräu als Arbeitgeber mit Mehrwert	27
2.1.1 Organisationsentwicklung bei Neumarkter Lammsbräu	28
2.1.2 Personal- und Bereichsentwicklung im Überblick.....	29
2.2 Mitarbeiter:innen einbinden und befähigen	31
2.2.1 Wege zur Partizipation: Von Anfang an dazugehören und mitwirken.....	31
2.2.2 Ein offenes Ohr für die Mitarbeiter:innen	33
2.2.3 Individuelle Entwicklung durch Potenzialentfaltung	33
2.3. Mitarbeiter:innen halten und wertschätzen 	35
2.3.1 Work-Life-Balance.....	35
2.3.2 Chancen- und Lohngerechtigkeit.....	35
2.3.3 Betriebliche Zusatzleistungen	36
3 Produkte & Kund:innen	41
3.1 Unsere Marke(n) & Produkte 	41
3.1.1 Unser Bio-Sortiment im Überblick 	43
3.1.2 Mitgemischt: Neues aus 2023 	44
3.1.3 BioKristall - Wasser, in dem Zukunft steckt 	45
3.2 Unsere Produktverantwortung 	46
3.2.1 Unsere Qualitätsansprüche 	47
3.2.2 Strenge Kriterien bei Qualität und Produktentwicklung 	48
3.3 Kund:innen wertschätzen und integrieren 	52
3.3.1 Wir gestalten unsere Kund:innenbeziehungen 	52

3.3.2 Unsere Produkte in der Öffentlichkeit	56
3.3.3 Unsere Markenstrategie - Fokus Kund:in	56
3.3.4 Nachgefragt: Kund:innenstimmen	58
4 Ökologische Produktion	61
4.1 Alles im Fluss - unsere Stoffströme	61
4.2 Kontinuierliche Verbesserung in der Getränkeherstellung	70
4.3 Umweltrelevante Auswirkungen unserer Produktionsweise	71
4.3.1 Dem Klimawandel begegnen und Emissionen reduzieren	72
4.3.2 Auf dem Weg zu Effizienz & Ausbau erneuerbarer Energien	88
4.3.3 Wasser - die Grundlage allen Lebens	94
4.3.4 Mit Mehrweg im Kreislauf - Ressourcenschutz	98
4.3.5 Abfallmanagement	102
4.3.6 Förderung von Biodiversität am Produktionsstandort	105
5 Liefernetzwerke	109
5.1 Nachhaltige Beschaffung	109
5.1.1 Grundsätze für Nachhaltigkeit im Einkauf	110
5.1.2 Klimarelevanz unseres Einkaufs: Scope3-Emissionen	110
5.1.3 Beitrag des Öko-Landbaus zu Umwelt- und Klimaschutz	112
5.1.4 Einkaufsstrukturen und Zuliefernden-Management	115
5.2 Regionale Wertschöpfung	117
5.2.1 Unsere Erzeugergemeinschaft für Ökologische Braurohstoffe (EZÖB)	119
5.2.2 Bio-Regionale Genossenschaft Oberpfalz - BregO	120
5.2.3 Gemeinsam für soziale und ökologische Nachhaltigkeit	121
5.3 Neue Partnerschaften - Bio-Limonaden-Liefernetzwerke	128
5.3.1 Unsere Sorgfaltsstrategie	128
5.3.2 Liefernetzwerk-Sorgfalt in der Praxis	130
5.3.3 Faire Liefernetzwerke	132
6 Ziele und Maßnahmen	137
6.1 Unternehmensziele und Erreichungsgrad bis 2023	137
6.2 Unternehmensziele bis 2030	146
Die Autorinnen dieses Berichts	154
Anhang	155
1 Verwendete Abkürzungen und Begriffe	156
2 Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen	166
3 Tabellen	167
4 GRI Content Index	169
5 Impressum	173
6. EMAS-Urkunde	174



*Umwelterklärung 2024 nach EMAS für das Bilanzjahr 2023 der
Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG ist im vorliegenden
Bericht integriert.*

Begriffe, die im Bericht *kursiv und unterstrichen* hervorgehoben sind,
werden im Anhang am Berichtsende erläutert.

1 Unser Unternehmen

Die Neumarkter Lammsbräu ist ein werteorientiertes Familien-Unternehmen, das von Johannes Ehrnsperger in der 7. Generation der Familie Ehrnsperger geführt wird. 100 % der Rohstoffe für unsere Produkte stammen aus ökologischem Landbau. Sie sind damit Genussbringer mit positiven Auswirkungen auf die Umwelt.

Langfristiges Denken und Handeln bilden das Fundament der Neumarkter Lammsbräu. Bereits seit 1977 setzen wir als familiengeführtes Unternehmen zudem auf konsequenten Natur- und Umweltschutz. 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.

Von unseren Neumarkter Lammsbräu Bio-Bieren über Bio-Kristall-Mineralwasser bis zur Bio-Limonade now - in jede unserer drei Produktmarken fließen 100 %-Bio-Qualität, bester Geschmack und ökologisches Wirtschaften.



1.1 Unternehmensdaten und -struktur

Als familiengeführtes, mittelständisches Unternehmen hat die Neumarkter Lammsbräu als einzigen Standort Neumarkt in der Oberpfalz. Neben dem Hauptsitz der zentralen Getränkeproduktion gibt es einen weiteren Außenstandort: Das Logistik Center Blumenhof. Dieses dient überwiegend der Abwicklung von Kommissionierarbeiten sowie der Lagerung des Feste Equipments. Im Rahmen der Revalidierung und Rezertifizierung 2022 wird er erstmalig als fester Standort und damit Geltungsbereich für die Managementsysteme aufgenommen. Im Rahmen der EMAS Registrierung wird er damit einhergehend ebenso einbezogen.

Ein Überblick:

Firmenname:	Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG
Rechtsform:	KG
Geschäftsleitung/ Inhaber:	Johannes Ehrnsperger
Eigentums- und Rechtsform:	90 % Johannes Ehrnsperger, 10 % Hemma Ehrnsperger
Websites:	www.lammsbraeu.de www.lammsbraeu.de/bio-bier www.lammsbraeu.de/now-bio-limo www.lammsbraeu.de/biokristall-bio-mineralwasser
Branche:	Brauerei und Mälzerei, Erfrischungsgetränke, Mineralbrunnen
Firmensitz:	Neumarkt i.d.OPf.
Vollzeitäquivalente Mitarbeitende*:	114,8
Gesamtanzahl (Köpfe) der Mitarbeitenden*:	140
• Anteil Vollzeitmitarbeitende:	103
• Anteil Teilzeitkräfte:	37
• Anteil Azubis / geringfügig Beschäftigte:	11/7
• Anteil Leiharbeiter:innen:	0
Produkte:	Bier, Limonaden und Wasser in Bioqualität
Umsatz:	31,6 Mio. €
Absatz in hl gesamt:	239.912 hl (Gesamtabsatz inkl. <u>Handelsware</u>)

*Zum Stichtag 31.12.2023

Unsere Absatzgebiete:

Es erfolgt eine Direktbelieferung innerhalb eines Umkreises von ca. 80 km in der Region Oberpfalz/Mittelfranken. Deutschlandweit sind unsere Bio-Getränke vor allem über den Naturkostfachhandel, den gut sortierten Getränkefachhandel sowie den ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel erhältlich. Der Exportanteil der Bio-Getränke beträgt 2,6 %. Wir exportieren ausschließlich innerhalb Europas: Belgien, Bulgarien, *Frankreich*, *Italien*, *Luxemburg*, *Österreich*, *Polen*, *Portugal*, *Schweiz*, *Spanien* und *Tschechische Republik*.

Abnehmer:innen:

4 % direkt belieferte Gastronomie, 86 % Naturkosthandel/Getränkefach- und Lebensmitteleinzelhandel, 8 % Sonstige, z.B. Betriebskantinen, Heimdienste (Werte bezogen auf deutschen Markt)

Der Absatz bildet sich aus Flaschenverkauf mit 96 %. Weitere 4 % entfallen auf Fassbier. Beide Werte sind im Vergleich mit dem Vorjahr gleichgeblieben.

Rohstofflieferant:innen:

Unsere Braurohstofflieferant:innen sind in der Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) zusammengeschlossen und durch langfristige Verträge mit uns abgesichert. Im Geschäftsjahr 2023 belieferten uns 69 EZÖB-Landwirt:innen. Im Bereich der Limonadenproduktion werden wir von insgesamt 16 Lieferant:innen mit biologischen Grundstoffen versorgt.

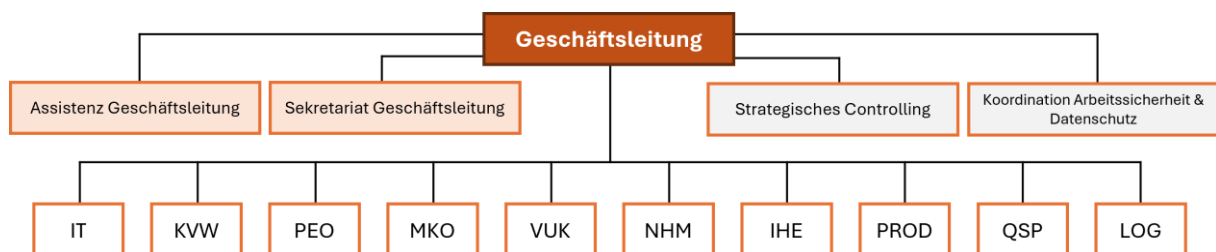


Abb. 1. 1: Organigramm des gesamten Unternehmens. Siehe detaillierte Darstellung unter [Kap. 2.1.2.](#)

Abbildung 1.1 zeigt den organisatorischen Aufbau des Unternehmens. Der Einkauf erfolgt dezentral durch die einzelnen Bereiche. Die aktuellen Neuerungen hierzu werden in Kapitel 5.1.1. beschrieben.

1.2 Nachhaltig im Kern: Enkeltauglich und unabhängig wirtschaften

Für eine enkeltaugliche Welt, für deren Aufbau und Erhalt wollen wir als Neumarkter Lammsbräu Verantwortung übernehmen und unseren Beitrag leisten:

Vom Acker bis ins Glas.

Dabei setzen wir auf verlässliche und enge Partnerschaften und den Einbezug unserer 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.

1.2.1 Das Unternehmensleitbild: Unsere Vision von einer enkeltauglichen Welt



Abb. 1. 2: Unser Unternehmensleitbild mit Unternehmensstrategie, Vision und Mission.

Qualitativ hochwertige Getränke sind unsere Leidenschaft - sie ermöglichen unseren Kund:innen bewusste Genussmomente.

Verantwortungsvolles Handeln in betrieblichen Entscheidungen ist unser Kompass - er führt unser Familienunternehmen sicher und unabhängig in eine intakte Zukunft.

Gemeinwohlorientiertes Engagement ist unsere Überzeugung - damit von unserem Erfolg auch andere profitieren.

Genuss, eine intakte Umwelt und ein harmonisches Miteinander sind elementare Bausteine unserer Vision:

„Wir leben und arbeiten in einer enkeltauglichen Welt. 100 % ökologischer Landbau ist der Standard. Die Menschen genießen in einer intakten Natur, im harmonischen Miteinander das Leben.“

Vision der Neumarkter Lammsbräu

Dies erreichen wir jedoch nicht im Alleingang, es braucht Mitstreiter:innen auf diesem ambitionierten Weg. Deshalb gliedert sich unsere Mission in zwei wesentliche Bestandteile:

„Wir werden selbst immer enkeltauglicher und geben der Natur mehr als wir ihr entnehmen.“

Wir versuchen andere für ökologische Produkte zu begeistern. Mit unseren Getränken wollen wir zeigen, dass Verantwortung und Genuss vereinbar sind.“

Mission der Neumarkter Lammsbräu

Vision und Mission haben wir im Jahr 2020 für uns konkretisiert und damit ein greifbares Unternehmensleitbild geschaffen. Dieses dient uns gerade auch bei strategischen Entscheidungen als Wegweiser (siehe Abb. 1.2). Unser gemeinsamer Weg wird seither flankiert von sieben Unternehmenswerten, die unsere grundlegende Haltung beschreiben und die gemeinsame Basis für unser Tun bilden, sowie von Verhaltensgrundsätzen, die wie ein Wanderkodex regeln, wie wir im Unternehmen miteinander umgehen wollen.

Um unsere Mission in den Arbeitsalltag integrieren zu können, wurden sieben strategische Handlungsfelder definiert, denen wir seitdem unsere Bereichs- und Unternehmensziele zuordnen:

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 wertorientiertes 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.

LammsTeam: Um unserer Vision näher zu kommen, müssen wir als LammsbräuTeam 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 zu übernehmen für die Welt, in der unsere Enkel:innen künftig leben werden.

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 Wertschöpfungsnetzwerks - 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.



Ergänzt wird unsere Wanderkarte um ein weiteres wichtiges "Orientierungsinstrument": Den Ein-Wort-Wert:

"Wenn man mit einem Wort ausdrücken möchte, was unser tägliches Handeln bestimmt, dann ist das **verantwortungsvoll**"

Unsere Positionierung bildet schließlich die Basis, die verdeutlicht, wer wir sind und uns damit für den weiteren Weg rüstet.

Und auch wenn Nachhaltigkeit und Umweltschutz schon immer wichtige Bestandteile unserer Unternehmensphilosophie waren, so definieren wir unser gesamtes Unternehmen nun als wichtigen Teil einer nachhaltigen Bewegung hin zu einer enkeltauglichen Welt mit 100 Prozent ökologischem Landbau.

1.2.2 Wesentliche Themen und Unternehmensstrategie im Kontext der SDGs

Die strategischen Handlungsfelder der Neumarkter Lammsbräu 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 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 1.3.3 und [Anhang 1, Stichwort Wesentlichkeitsanalyse](#)).

Abbildung 1.3 gibt einen Überblick zu unseren wesentlichen Themen und zeigt deren Verbindung mit den strategischen Handlungsfeldern des Unternehmens, deren Zuordnung zu den Sustainable Development Goals der UN (SDGs) sowie deren Verortung im vorliegenden Bericht.



Abb.1.3: Unsere Wesentlichen Themen eingebettet in die Strategischen Handlungsfelder des Unternehmens. Umrahmung durch Zuordnung zu Kapiteln des vorliegenden Berichtes und dazu gehörige SDGs.

1.3 Unsere Managementsysteme

1.3.1 Unser integriertes Managementsystem

Für Unternehmen gibt es vielfältige Einflussbereiche, über die zu einer tragfähigen Lebensmittelwirtschaft beigetragen werden kann. Durch offene Kommunikation mit Stakeholder zu wesentlichen Themen können Bedürfnisse und Erwartungen frühzeitig erkannt und in Unternehmensprozesse eingegliedert werden. Zudem kommen wir unserer Pflicht im Rahmen des HinSchG nach. Um die Meldung möglicher Verstöße zu unterstützen, wurde ein Hinweisgeber-System auf der Firmenhomepage eingerichtet, das die Übermittlung von Meldungen anonymisiert ermöglicht. Diese werden von einer unabhängigen Rechtsanwaltskanzlei an die oberste Leitung übermittelt. Im Berichtszeitraum sind keine

Beschwerden eingegangen. Auch lagen keinerlei Interessenskonflikte gegenüber Stakeholder vor.

Für Umweltbelange - insbesondere eine ökologische Landwirtschaft - setzt sich die Bio-Brauerei bereits seit Jahrzehnten in vielfältiger Weise ein. Die globalen Herausforderungen hinsichtlich Wasser-, Boden-, Arten- und Klimaschutz nehmen stetig zu und werden im direkten und indirekten Einflussbereich des Unternehmens betrachtet. Maßnahmen und Ziele zur Reduktion von Umwelteinwirkungen werden strategisch und systematisch im Rahmen eines integrierten Managementsystems verfolgt.

Zur effizienten und zielorientierten Steuerung und Kontrolle des Unternehmens setzen wir bei der Neumarkter Lammsbräu intern auf ein integriertes Managementsystem, das regelmäßig nach ISO 9001 und ISO 14001 zertifiziert und gemäß EMAS-Verordnung (Eco Management and Audit Scheme) validiert und dadurch von extern überwacht wird. Dabei legt auch die oberste Leitung Rechenschaft zur Auswirkung der Organisation auf Umwelt, Gesellschaft und Menschen ab. Übergeordnetes Ziel ist die systematische und kontinuierliche Verbesserung mithilfe des PDCA Zyklus in den Bereichen Qualität (Ziel: Erhöhung der Kund:innenzufriedenheit) und Umwelt (Ziel: Verbesserung der Umweltleistung) (siehe Abb. 1.5). Alle zugrunde liegenden Umweltdaten werden bei jährlichen Überwachungsaudits seitens externer Auditoren / Umweltgutachter, mit denen bereits eine langjährige wertschätzende Kooperation besteht, stichprobenartig überprüft und in der jährlichen EMAS Umwelterklärung (vgl. EMAS VO Anhang 6), die in dem vorliegenden GRI-Bericht integriert ist, veröffentlicht. Dies ist auch die einzige externe Prüfung im Kontext des Nachhaltigkeitsreportings. Ein Teil der Führungskräfte (z.B. Bereich Instandhaltung & Energie) sowie die Geschäftsleitung werden hier sowohl durch Interviews / Stellungnahmen während des Audits als auch bei Erstellung der Berichtsinhalte durch Lesen und Überprüfen der entsprechenden Stellen themenbezogen eingebunden.

Schon gewusst?

Im Jahr 2021 feierten wir unser 25 jähriges EMAS Jubiläum und bekamen eine Urkunde von der IHK!



Abb. 1. 4: Übergabe der Urkunde für 25 Jahre EMAS durch die IHK.

Darüber hinaus führen wir regelmäßig Selbstbewertungen anhand des EFQM-Modells durch, um v.a. im Qualitätsbereich eigene Stärken, Schwächen und Verbesserungspotenziale zu reflektieren. Unseren Status in Bezug auf Lebensmittelsicherheit messen wir freiwillig jährlich im internen Audit am Standard IFS Food 8.

Das Umweltmanagementsystem ist ein wichtiger Bereich innerhalb des übergreifenden Managementsystems mit den beiden wesentlichen Aufgaben der Einhaltung der rechtlichen Umweltvorschriften sowie der Sicherstellung compliance-konformer Prozesse.

Aus diesem Grund wird das Umweltrechtskataster der Neumarkter Lammsbräu konstant gepflegt und aktualisiert, um umgehend auf Änderungen reagieren zu können. Dazu gehört es beispielsweise, entsprechende Arbeitsanweisungen zu verfassen und die zuständigen als auch in der Umsetzung betroffenen Mitarbeitenden zu schulen (z.B. AwsV: Umgang mit wassergefährdenden Stoffen). Wir informieren die verantwortlichen Kolleg:innen in Umwelt- und Arbeitssicherheitsausschüssen, um die Umsetzung von rechtlichen Vorgaben zu gewährleisten. Als EMAS-Betrieb verpflichten wir uns bereits seit 1996 freiwillig dazu, hier alles rechtlich Relevante sicherzustellen und in die unternehmerische Praxis umzusetzen. Eine Überprüfung des Umweltmanagements erfolgt bspw. durch interne Umweltaudits und „Compliance“ Treffen, die von einem externen Umweltrechtsberater begleitet werden. Bei notwendigen Umsetzungsmaßnahmen werden Aufgaben und Zuständigkeiten festgelegt und intern verteilt, um die Rechtssicherheit einhalten zu können. Um unterjährig Rechtsthemen zu besprechen und unsere Umweltziele zu verfolgen und ggf. Korrekturmaßnahmen anzuwenden, findet eine halbjährliche Umweltausschusssitzung statt, Klimaziele & dazu gehörige Rechtsthemen werden in ebenso regelmäßigen Klimateam-Meetings besprochen und der Erreichungsgrad mit hinterlegten Maßnahmen bewertet.

Im Berichtszeitraum konnten keine Rechtsverstöße festgestellt werden. Alle Anforderungen aus (Umweltschutz-)Gesetzen und / oder -verordnungen konnten eingehalten werden.

Aus dem Umweltrecht:

Beide Änderungsgenehmigungsverfahren nach § 16 BimSchG sind fertiggestellt. Die Genehmigung für die Brauerei ging am 19.12.2022 ein und die Abnahme fand am 11.04.2024 statt. Die Genehmigung für die Mälzerei ging am 29.04.2022 ein und die Abnahme fand am 06.12.2022 statt.

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



Abb. 1. 5: Das integrierte Managementsystem der Neumarkter Lammsbräu mit PDCA Zyklus.

Das gelebte integrierte Qualitäts- und Umweltmanagementsystem besteht seit annähernd drei Jahrzehnten. Zudem ist der langjährige Bezug von 100 Prozent biologisch zertifizierten Rohstoffen von uns bekannten Lieferant:innen Grundlage für unsere hochwertigen Bio-Produkte mit bis dato kontinuierlich ausgebautem Produktsortiment (siehe [Kapitel 3](#)). Zusätzlich kümmern wir uns mit unseren ökologischen Verbandszertifizierungen um die Einhaltung von ökologischen und sozialen Standards, gerade auch entlang unserer internationalen Bio-Limonaden-Liefernetzwerke (siehe [Kapitel 5](#)).

Mit unserem Geschäftsmodell fördern wir so nachhaltig positive Umwelteinwirkungen (vgl. auch [Kap. 5.1.3](#)).

Wir berücksichtigen umweltrelevante Aspekte im Rahmen der Unternehmensstrategie (vgl. [Kap. 1.2](#)), die als Grundlage all unseres unternehmerischen Handelns dient, in diesem strategischen Handlungsfeld:

Umweltschutz & Ressourcenschonung:

Teil unserer Mission (vgl. [Kap. 1.2](#)) 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.

Darüber hinaus werden umweltrelevante Themen in unserer Umweltpolitik konkretisiert:

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 ökosoziale Transformation voranzutreiben.

1.3.2 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 Kolleg:innen (siehe Abb. 1.6).

Verankerung von Nachhaltigkeit in der Neumarkter Lammsbräu

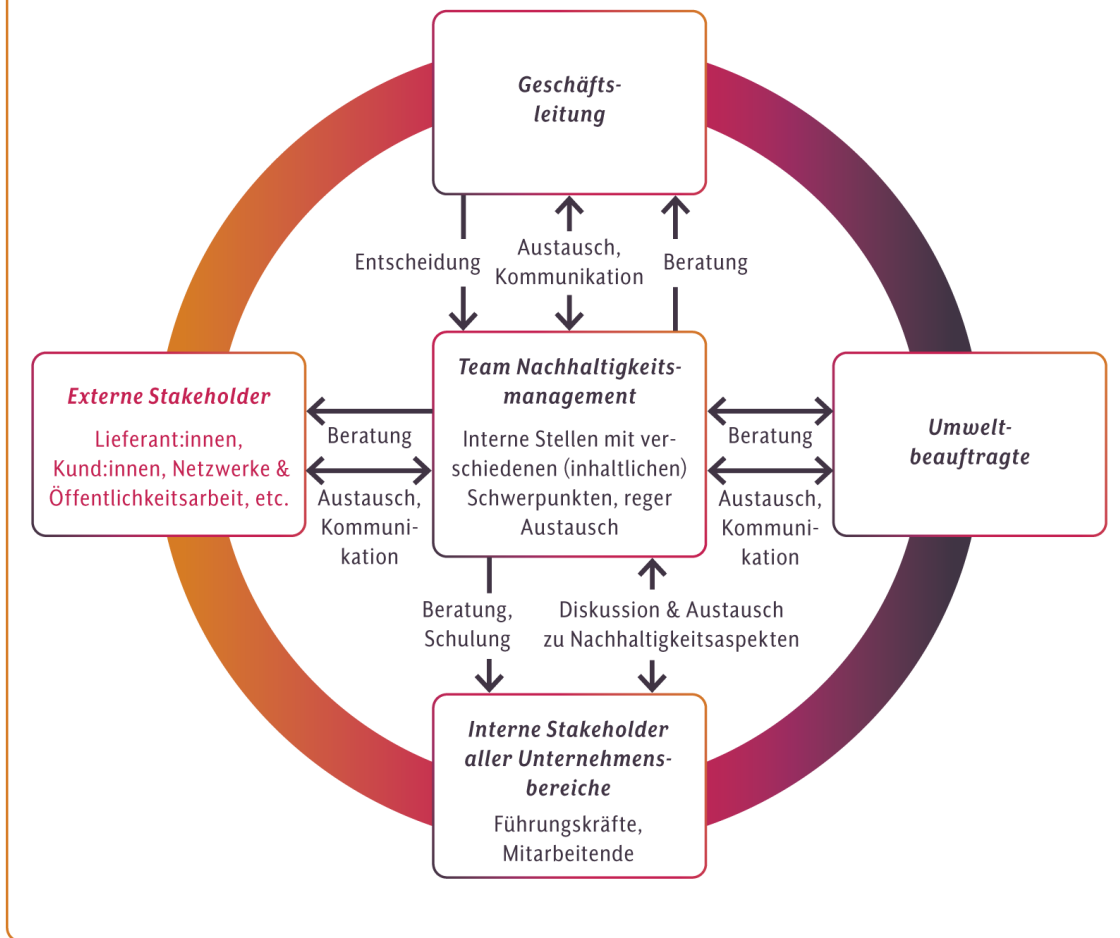


Abb. 1. 6: Verankerung von Nachhaltigkeit im Unternehmen.

Das Nachhaltigkeitsmanagement ist ein Stabstellenbereich, welcher der Geschäftsleitung unterstellt ist und in enger Abstimmung mit Geschäftsführer und Inhaber Johannes Ehrnsperger das Thema innerhalb des integrierten Managementprozesses vorantreibt. Damit ist sichergestellt, dass nachhaltige Themen bzw. die nachhaltige Entwicklung von oberster Stelle mitgestaltet wird.

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 2.2.1](#)).

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

1.3.3 Stakeholder und Wesentlichkeit

Für Unternehmen gibt es vielfältige Einflussbereiche, über die zu einer tragfähigen Lebensmittelwirtschaft beigetragen werden kann. Durch offene Kommunikation mit Stakeholdern zu wesentlichen Themen (siehe Abb. 1.7), können Bedürfnisse und Erwartungen frühzeitig erkannt und in Unternehmensprozesse eingegliedert werden. Bereits seit 2016 befassen wir uns unseren Anspruchsgruppen, indem wir umfassende Analysen durchgeführt haben, umherauszufinden, in welcher Beziehung wir zueinander stehen, bspw. durch die Bewertung von Einflussnahme.

Die nachfolgende Abbildung zeigt unsere dabei identifizierten Stakeholdergruppen.

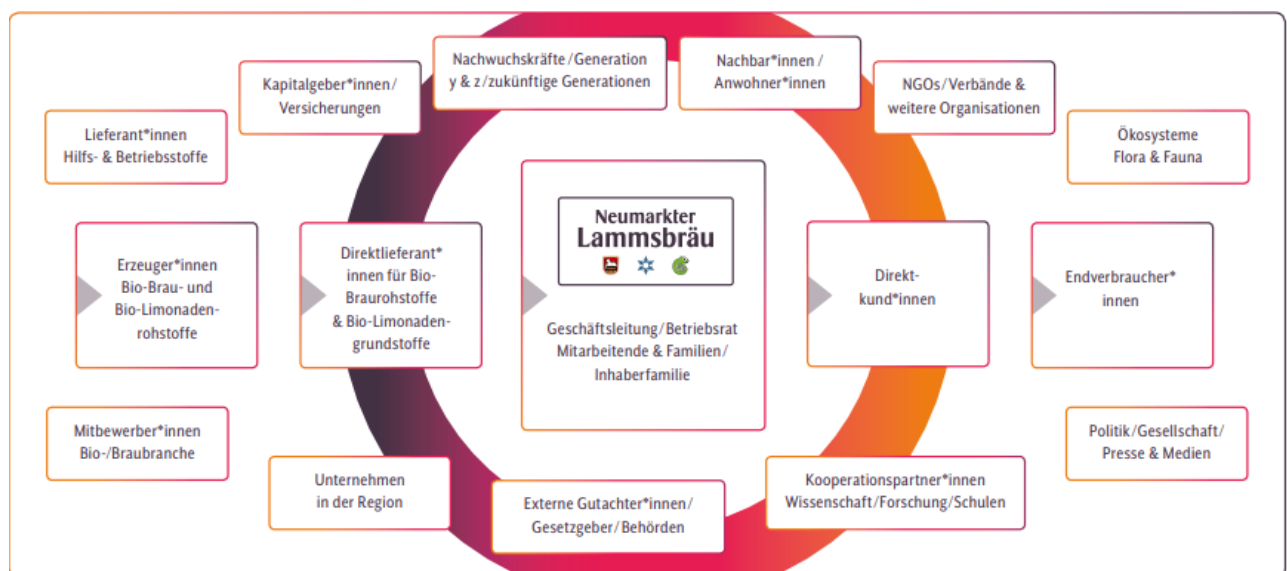


Abb. 1. 7: Die Stakeholdergruppen der Neumarkter Lammsbräu.

Um unseren Zielen Kund:innenzufriedenheit und optimierter Umweltleistung im Rahmen der kontinuierlichen Verbesserung gerecht zu werden, beziehen wir neben eigenen Analysen und Bewertungen auch die Erwartungen und Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen ein. Zudem haben wir begonnen, unsere relevantesten Stakeholdergruppen stärker in unternehmerische Entscheidungen einzubeziehen. Dazu wurde 2019 der Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis gegründet.

Dieser bildet die Wertschöpfungskette unserer Produkte von den Erzeuger:innen bis hin zu den Endverbraucher:innen ab (siehe Abb. 1.7, Mitte). Dreimal im Jahr ermöglicht uns der direkte Austausch:

- Anregungen, Erfahrungen & Wünsche + Lob und Kritik einzubringen
- Anliegen der Stakeholder erkennen & Bedürfnisse ernst zu nehmen
- Schlüsselthemen zu identifizieren
- Know-How der Teilnehmer:innen zum Wohle aller zu nutzen
- langfristige Kommunikationsstrukturen zu etablieren

- Austausch zu Trends & Nachhaltigkeitsthemen zu fördern



Abb. 1. 8: Der Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis.

Konkret soll in diesem Kreis zukünftig zu den wesentlichen Themen mit den jeweiligen Repräsentant:innen der verschiedenen Stakeholdergruppen ein kontinuierlicher Dialog stattfinden, um fortlaufend Verbesserungen zu erzielen, vor allem gegenseitige Erwartungen und Ansprüche sowie Chancen und Risiken sollen genauer unter die Lupe genommen werden. 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 sind Ergebnisse der Kooperation. Im Jahr 2023 haben wir unsere Stakeholderkreis Teilnehmer:innen intensiv in die Weiterentwicklung unseres Bio-Bier Markenauftritts eingebunden (Etikettengestaltung) und sie zur Neuausrichtung unserer Energieversorgung mit alternativen Energieträgern im Rahmen unserer Klimastrategie 2.0 konsultiert.

Die Aktualisierung unserer Wesentlichkeitsanalyse mit Blick auf die Erwartungen der Stakeholder stellt eine gravierende Rolle in der Weiterentwicklung des Unternehmens dar. Die wesentlichen Themen - darin enthalten auch unsere Umweltaspekte - wurden anfänglich mittels einer umfangreichen Wesentlichkeitsanalyse ermittelt (vgl. auch Nachhaltigkeitsberichte 2017 und 2020, Kap.1). Geleitet wurde dieser mehrstufige Wesentlichkeitsprozess durch das Nachhaltigkeitsmanagementteam mithilfe externer Beratung. Anschließend wurden diese Themen nochmals einer Evaluierung unterzogen und teilweise modifiziert und zusammengefasst, außerdem gemäß der neuen GRI-Standards zuletzt im Jahr 2023 überarbeitet (siehe Anhang 1, Stichwort Wesentlichkeitsanalyse) und von Seiten der Geschäftsleitung verabschiedet. Das Ergebnis (Liste der wesentlichen Themen) ist in Abb. 1.3 dargestellt.

Zudem werden wir im kommenden Jahr ein Softwaretool erproben, das uns auch hinsichtlich der Einbindung relevanter Interessensvertreter:innen neue Möglichkeiten eröffnen wird, entsprechend der Anforderungen gem. GRI sowie der CSRD-Berichtsvorgaben.

1.4 Wesentliche Veränderungen 2023

Technische Anlagen

- Produktion: Neue Kastenwaschmaschine im Bereich Abfülllinie I
- Instandhaltung & Energie: Photovoltaik-Anlage 2023 (Dach Halle 3)
- Instandhaltung & Energie: Beginn der Installation für Solarthermieanlage auf Mälzereidach und -fassade
- Instandhaltung & Energie: Prozessoptimierung über Power BI (überwiegend umgesetzt): tagesaktuelle Aufstellung der Verbräuche von Abfülllinie I & II sowie sukzessive Integration von Kaltbereich (Gär- und Lagerkeller, Zentrale Produktion), Tunnelpasteur, Rückkühlwerken und Kesselhaus

Prozessoptimierungen

- Logistik: Einführung digitaler Lieferschein, dadurch Wegfall von Papier in der gesamten Auslieferkette
- Logistik: Einführung eines digitalen Lagerspiegels, dadurch Reduzierung der Fahrtwege der Stapler
- Produktion: Einführung neues Prozessleitsystem und Erhöhung der Prozesssicherheit
- Produktion: Einführung Produktionsplanungssoftware zur durchgängigen automatisierten Planung der Produktionsprozesse von Sudhaus bis Abfüllung, sowie Erhöhung der kunden- und absatzorientierten Planung
- Produktion: Einführung Linienmanagementsystem in der Abfüllung zur Visualisierung von Abfüllkennzahlen und Maschinendatenerfassung sowie Auftragsmanagement
- Instandhaltung & Energie: Automatische Berichte zu Medien-/ Energieverbräuchen über Power BI ermöglicht chargengenaue (Mälzerei) bzw. wochenweise (Sudhaus) Auswertung hinsichtlich Wärme, Kälte, Strom, Wasser

Weitere Maßnahmen zur Lärm- und Emissionsreduktion

- Logistik: Gemäß Vorgaben aus dem aktuellen Lärmschutzgutachten wurde auch der letzte noch vorhandene Dieselstapler für das Tagesgeschäft durch einen elektronisch betriebenen Stapler ersetzt.
- Logistik: Am neuen Standort des Logistik Centers Blumenhof wurden lärmreduzierende Maßnahmen bereits bei Umsetzung integriert: es sind nur elektrisch mit Öko-Strom betriebene Stapler im Einsatz. Alle logistischen Tätigkeiten außer der Verladung werden Indoor verrichtet und sind durch Schnelllauftore von außen getrennt. Somit entsteht so gut wie kein Lärm. Ebenso werden durch die Tätigkeiten keine Luftschadstoffe freigesetzt.

1.5 Gemeinsam stärker - in guter Gesellschaft mit Anderen

Um das Miteinander der Menschen zu fördern und das kulturelle Leben in der Region zu bereichern, engagieren wir uns als am Standort verwurzelt 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, Non-Profit-Organisationen, Unternehmerisches Handeln im Verbund, Innovation und Unternehmerischer Klimaschutz werden insgesamt bis zu 12.000 Euro Preisgeld vergeben. Die Preisverleihung in Neumarkt hat sich dabei als Netzwerkplattform rund um das Thema Nachhaltigkeit etabliert, welche die Vordenker:innen und Visionär:innen in der Stadt versammelt.



Abb. 1. 9: Die Preisträger:innen des Neumarkter Lammsbräu Preis für Nachhaltigkeit 2023.

In der Region wirken wir als (Mit-)Veranstalter beliebter Festivitäten nach außen. So laden wir alljährlich im Oktober zum Erntedankfest auf unserem Brauereihof ein. Ein ganzes Wochenende lang sorgt ein buntes Programm mit Brauereiführungen, einem Handwerkermarkt, Auftritten von Naturpädagog:innen, Kabarettkünstler:innen, 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.

Wie es 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 Netzwerkpartner:innen, bei Unternehmensverbänden oder auch bei kirchlichen Organisationen. Darüber hinaus unterstützen wir Initiativen auch durch Mitgliedschaften, Fördermittel und Engagement in Gremien.

In verschiedenen Arbeitskreisen werden manche Maßnahmen, die die Entwicklung unserer wesentlichen Themen (vgl. Abb. 1.3) beeinflussen, zur Diskussion gestellt, um aktiv Feedback einzuholen. Eine anschließende Überprüfung und Beurteilung der Wirksamkeit erfolgt teilweise mithilfe dieses wertvollen Austauschs.

Hier eine aktuelle Übersicht unserer Netzwerkpartnerschaften:

Tab. 1. 1: Übersicht unserer Netzwerke.

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

Verein Fonds für Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung der europäischen Metropolregion Nürnberg	Ökologie	regional
---	----------	----------

Zudem haben wir den Stakeholderkreis 2019 gegründet, um mit Repräsentant:innen des gesamten Wertschöpfungsnetzes in engem Austausch zu stehen (vgl. [Kap. 1.3.3](#))

1.6 Unsere Auszeichnungen im Jahr 2023

Unsere Auszeichnungen zeigen, dass wir es ernst meinen mit unserem Engagement, welches weit über das reine Kerngeschäft der Getränkeproduktion hinausgeht.

- „Nominierung beim deutschen Nachhaltigkeitspreis“: in der Kategorie *Vorreiter einer zukunftsweisenden Getränkewirtschaft*
- „Nominierung beim Energy Efficiency Award“: in der Kategorie „Konzepte für klimaneutrale Unternehmen! - Ambitionierte Klimaschutzziele, ganzheitliche Transformationsansätze und klimaschonende Produkte“



Abb. 1. 10: Unter den TOP 3: Johannes Ehrnsperger und Silvia Wittl (3. und 4. v.l.) erhalten Finalisten-Urkunde.

2 Mitarbeiter:innen

2.1 Neumarkter Lammsbräu als Arbeitgeber mit Mehrwert

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 weiter. Sie sind Wegbegleiter der Inhaberfamilie Ehrnsperger, die die Brauerei seit nun mehr zwei Jahrhunderten aktuell in 7. Generation führt.

Die Unternehmenskultur ist geprägt vom Unternehmensleitbild der Neumarkter Lammsbräu (siehe [Kapitel 1.2.1](#)). Im Zuge der Mission ist es Firmeninhaber Johannes Ehrnsperger wichtig, sein LammsTeam für die Vision der Neumarkter Lammsbräu zu begeistern.

Dies ist gerade auch in Zeiten des Fachkräftemangels wichtig. Denn um qualifizierte Mitarbeiter:innen zu gewinnen und sie langfristig für die Arbeit im Unternehmen zu begeistern, benötigt es neben einem sicheren Arbeitsplatz, sinnvollen Tätigkeiten und attraktiven Zusatzangeboten, auch ein Arbeitsumfeld, in dem Potenziale gelebt werden können.

Für ein gesundes Betriebsklima spielen die **Führungsgrundsätze der Neumarkter Lammsbräu** eine entscheidende Rolle. Darin sind Anspruch an die Führungskräfte und Umgang mit den Mitarbeiter:innen festgelegt. Sie sind für jedermann im Unternehmen einsehbar.

„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.“

Präambel der Neumarkter Lammsbräu Führungsgrundsätze

2.1.1 Organisationsentwicklung bei Neumarkter Lammsbräu

Die Organisationsentwicklung überlassen wir nicht dem Zufall. Damit die gewünschte Unternehmenskultur verwirklicht werden kann und erlebbar wird, entwickelt sich das Unternehmen strategisch in definierten Kategorien kontinuierlich fort.



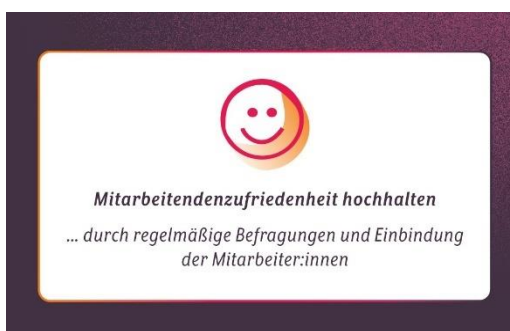
Für eine offene und vertrauensvolle Verbindung zu den Mitarbeiter:innen müssen Positionierung und Werte des Unternehmens klar benannt und transparent kommuniziert werden. So kann eine emotionale Beschäftigungsbindung erreicht werden.

„Stolz darauf sein, bei einem Unternehmen zu arbeiten“ und „einen eigenen sinnvollen Beitrag leisten“ - dies wirkt sich auch nach außen sehr positiv auf Personalmarketing und -recruiting aus.



Durch den Wandel in der Arbeitswelt, geprägt durch enorme Fortschritte im Rahmen der Digitalisierung und Technik, muss gerade im Mittelstand Unternehmensentwicklung immer wieder neu gedacht werden. Sie muss Antworten auf die Herausforderungen einer stark veränderten Arbeitswelt finden und mit neuen Technologien und Methoden Schritt halten.

Die Aufgabe einer erfolgreichen Bereichsentwicklung ist es, Trends zu erkennen, mittelfristige Ziele zu definieren und schließlich Anforderungen und Bedarfe für bestehendes Personal und künftige Stellenprofile zu identifizieren. Zudem müssen die Erfordernisse des Gesamtunternehmens im Blick behalten werden, damit Schnittstellen optimal integriert werden können.



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 Jour fixen, Feedbackgesprächen und Mitarbeitendengesprächen, eine große Rolle.

Die moderne Informations- und Kommunikationstechnologie bietet spannende Möglichkeiten, Mitarbeiter:innen aktiv einzubinden und den Informationsfluss zielgerichtet zu lenken. Projekte können digital interaktiv und bereichsübergreifend bearbeitet werden, Schulungen erreichen die Mitarbeiter:innen ortsunabhängig.

2.1.2 Personal- und Bereichsentwicklung im Überblick

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

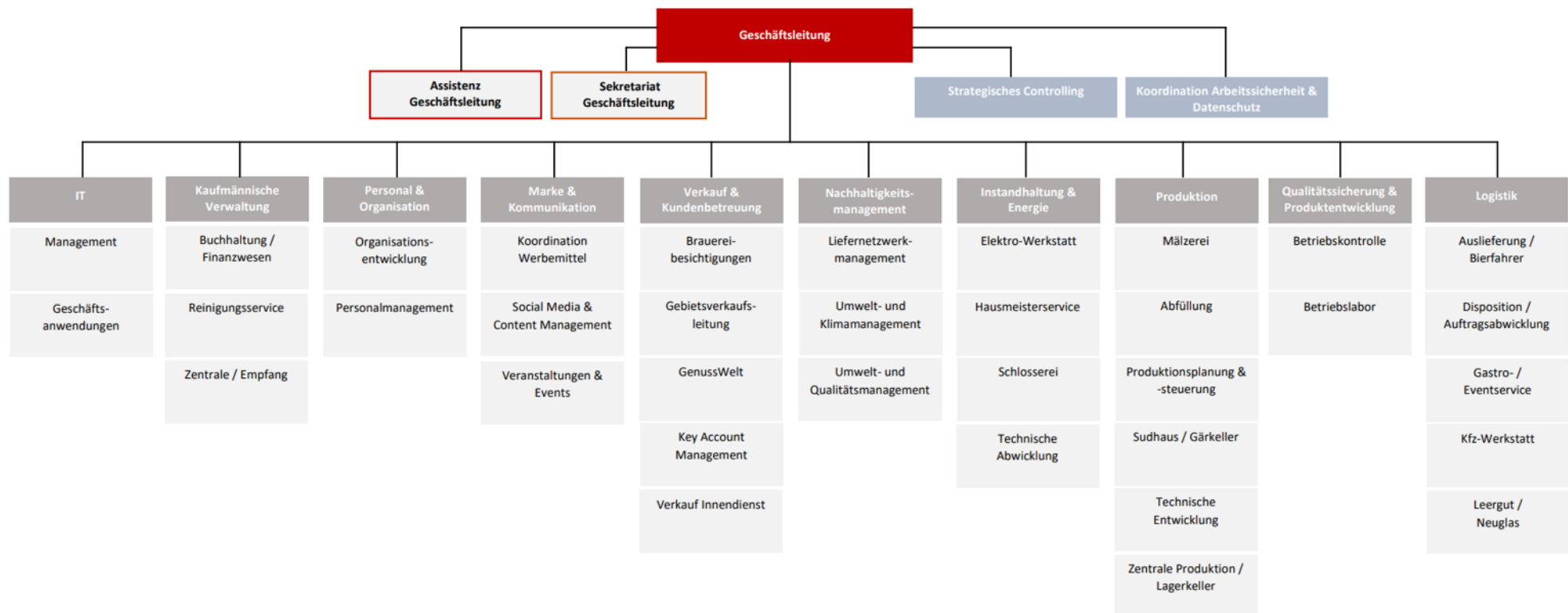


Abb. 2. 1: Unternehmensbereiche und Stellen bei der Neumarkter Lammsbräu.

Tab.2. 1: Entwicklungen im Bereich Personal von 2021 bis 2023.

	2021	2022	2023
Gesamtanzahl Mitarbeitende (absolute Köpfe)	155	167	140
Anzahl leistungsgeminderte Mitarbeiter:innen	1	1	1
Durchschnittsalter der Mitarbeiter:innen in Jahren	43	42	44
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)	6,6	5,6	7,1
Fluktuationsquote in % (berechnet nach der BDA-Formel)	5,1	8,6	5,3
Anteil Frauen an der Gesamtmitarbeitendenzahl in %	33	37	34
Anteil Frauen in der Führungsebene in %	30	20	20
Anteil Auszubildende an der Gesamtmitarbeitendenzahl in %	7,1	6,0	7,1
Anteil Teilzeitkräfte an der Gesamt-Mitarbeitendenzahl in %	20,5	28,7	25,7
* Durchschnittswert, berechnet aus der Ausgleichsabgabe nach §163 Abs.2 SGB IX anrechenbaren Anzahl an Mitarbeiter:innen			
** Berechnung ohne Abgänge durch Rentner:innen und geringfügig Beschäftigte Intern erhobene Daten zum Ende des jeweiligen Jahres, Stichtag 31.12.			

Tab.2. 2: Mitarbeitendenstruktur und Regionalität (Wohnort); Mitarbeitendenanzahl pro Kopf auf Basis intern erhobener Daten.

Die 140 Angestellten der Neumarkter Lammsbräu gliedern sich in:			
47 Frauen		93 Männer	
28 Teilzeit	19 Vollzeit	8 Teilzeit	85 Vollzeit
5 befristet	44 unbefristet	7 befristet	84 unbefristet
Fest angestellte Mitarbeitende, inkl. Auszubildende und Praktikant:innen			140
Freie Mitarbeiter:innen, zwei Personen im Bereich Handelsvertretung (regionale Marktbetreuung im Außendienst) sowie eine Person im Bereich Presse- & Öffentlichkeitsarbeit (Pressemitteilungen, Veranstaltungen)			3
Arbeitnehmer:innen des Brauereibesichtigungsteams mit nicht garantierten Arbeitszeiten (Arbeit nach Bedarf und Buchung)			3
Regionalität			
Region Neumarkt	Bayern	Außerhalb Bayerns	
117	20	3	
84 %	14 %	2 %	

2.2 Mitarbeiter:innen einbinden und befähigen

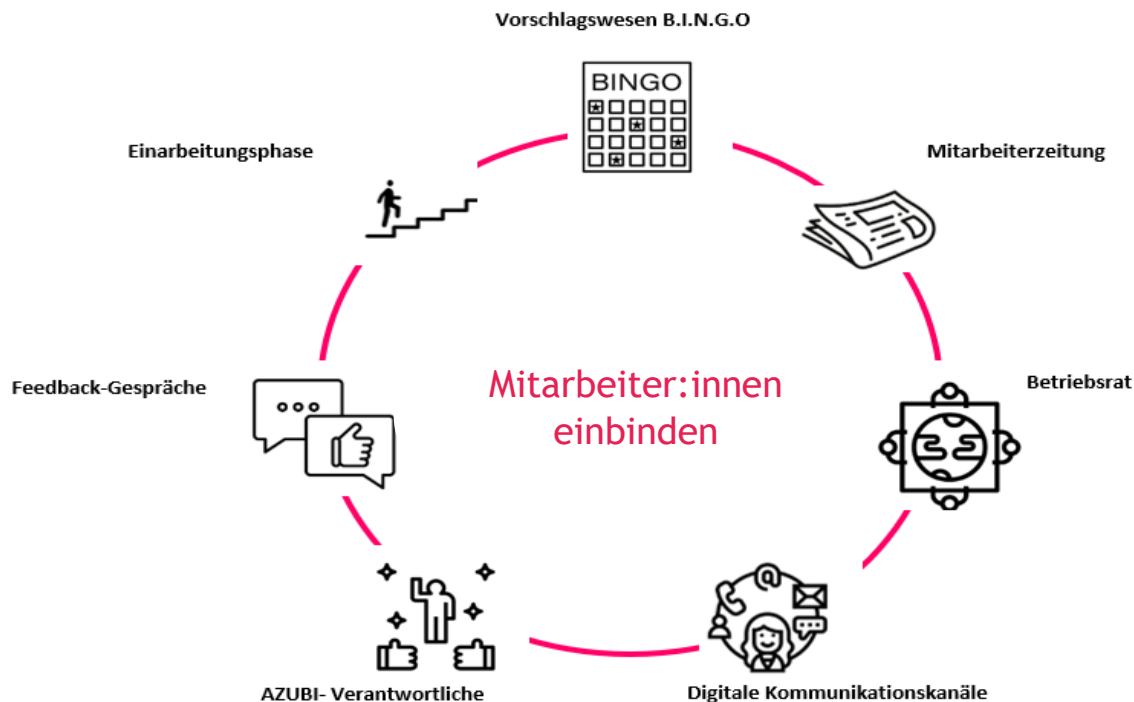


Abb. 2. 2: Maßnahmen zur Mitarbeiter:inneneinbindung.

2.2.1 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 im LammsTeam verankern.

Berufseinsteiger:innen bilden wir in drei Ausbildungsberufen aus: Brauer:in & Mälzer:in, Industriekauffrau/-mann und Fachinformatiker:in. Um im neuen Umfeld Orientierung zu bieten, unterstützen unsere Azubi-Verantwortlichen den Eingliederungsprozess der Lammsbräu-Neulinge. Die aktuell neun Azubi-Verantwortlichen sind den jeweiligen Ausbildungsberufen zugeordnet und können so kompetent 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 sechs Monate, ein Feedbackgespräch mit den Azubi-Verantwortlichen im jeweiligen Bereich. Darüber hinaus planen diese jährlich wiederkehrend ein Azubi-Projekt, Azubi-Aktionen (siehe [Kap. 4.3.6](#)) sowie einen Azubi-Ausflug zu einem Partner-Unternehmen.

Neue Mitarbeiter:innen mit Berufserfahrung, durchlaufen vor Aufnahme ihrer Tätigkeit eine intensive Einarbeitungsphase je nach künftigem Tätigkeitsfeld. 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 innerhalb der ersten sechs Monate. 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 durch das innerbetriebliche Vorschlagswesen B.I.N.G.O. unkompliziert über das Intranet anonym oder personalisiert 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 "LammsWelt" werden alle eingereichten Vorschläge präsentiert.

Im Jahr 2023 haben unsere Mitarbeiter:innen insgesamt 14 Verbesserungsvorschläge eingebracht, von denen sieben bereits umgesetzt werden konnten. Fünf weitere Vorschläge befinden sich derzeit in Umsetzung.

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 Themen zu bearbeiten.

Unsere monatliche Mitarbeitendenzeitung "LammsWelt" 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 Autor:innen aus unserem Team und sorgen damit für einen kurzweiligen und umfassenden Einblick ins betriebliche Geschehen.

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 hat, alles Aktuelle aus unserem Unternehmen zu erfahren. Die digitalen Exemplare sind dauerhaft über unser Intranet abrufbar.

Auch sind die Kolleg:innen via Teams in alle für die Tätigkeit erforderlichen Benachrichtigungskanäle eingebunden. Diese erlauben eine schnellere und gezieltere Lenkung und Steuerung des Informationsflusses.



Abb. 2. 3: Unsere Mitarbeitendenzeitschrift LammsWelt.

2.2.2 Ein offenes Ohr für die Mitarbeiter:innen

Mitarbeiter:innen nehmen aktiv Einfluss auf das Betriebsklima. Als Richtschnur für das Zusammenwirken gelten unsere Verhaltensgrundsätze: Respektvolle Zusammenarbeit, Gegenseitiges Vertrauen und der Wille zum gemeinsamen Erfolg. Diese wurden im Jahr 2018 gemeinsam mit der Belegschaft erarbeitet.

Auch werden sie in den jährlich stattfindenden Mitarbeitendenorientierungs- und Entwicklungsgesprächen reflektiert: Finden sich die Grundsätze im Arbeitsalltag wieder und was trage ich selbst dazu bei? Auch werden individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und Schulungsbedarfe eingehend diskutiert.

Umgekehrt spiegeln die Mitarbeiter:innen ihrer jeweiligen Führungskraft im Rahmen der zweijährig stattfindenden Führungskräftebewertung ihre Zufriedenheit mit deren Anleitung und Anweisungen wider. Diese fand im Jahr 2022 mit einer Beteiligungsquote von 70% statt. Zudem nahmen im Jahr 2021 insg. 75 Prozent der Mitarbeiter:innen an der Befragung des Forschungs- und Beratungsinstitutes Great Place to Work® teil, die neben Führungskompetenzen auch Unternehmenskultur und Arbeitsplatzgestaltung als Themenschwerpunkte beinhaltet.

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.

Die Organisationsstruktur unserer Brauerei mit allen Bereichen und Hierarchie-Ebenen kann in unserem Organigramm eingesehen werden (siehe [Kap. 1.1](#)).

2.2.3 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 [Kap. 2.2](#)), indem eigene Vorschläge eingebracht werden oder die Führungskraft passende Angebote unterbreitet. Unser künftiges Weiterbildungs- und Schulungskonzept sieht vor, individuelle Informationen digital zu erfassen und neben beruflichen Fortbildungsmaßnahmen verstärkt persönliche Interessen und Entwicklungsvorstellungen einzubeziehen.

Neben klassischen Fortbildungen unterstützen wir zudem berufsbegleitende Studiengänge 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 und zum Teil einzelne Mitarbeiter:innen mit bestimmten Funktionen. Die Schulungen umfassen 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.

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 [Kap. 1.3.1](#)).

Zusätzlich wird das interne Wissensmanagement intensiviert. Unsere Wissensdatenbank LammsWiki gibt Informationen zu den wichtigsten Themen und Inhalten bei Neumarkter Lammsbräu.



Abb. 2. 4: Mitarbeiter:innen bei Volksfestumzug.

Wandel, Neustart, Umbruch - Wir begleiten sicher durch Veränderungsprozesse

Neben dem Berufseinstieg (siehe [Kap. 2.2.1](#)) 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.

2.3. Mitarbeiter:innen halten und wertschätzen

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 Mitarbeitendenbelangen ist wichtige Voraussetzung dafür, dass der Umgang des Arbeitgebers mit den Mitarbeiter:innen als gleichermaßen fair erlebt werden kann.

Und doch gibt es noch 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.

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.

2.3.1 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. Wir bieten unserer Belegschaft und zukünftigen Mitarbeitenden verschiedene Arbeitszeitmodelle an. 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.

2.3.2 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. Diversität spielt im Unternehmen eine verstärkte Rolle. Alle Führungskräfte wurden im Rahmen einer Gruppenarbeit für dieses Thema sensibilisiert und motiviert, in ihren Bereichen zu prüfen, inwieweit sich Maßnahmen im Rahmen einer Kultur der Akzeptanz und Gleichberechtigung umsetzen lassen.

Die Entlohnung der Mitarbeiter:innen ist ein wichtiger Hygienefaktor, der die Grundlage für Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber bildet. Sie orientiert sich am Manteltarifvertrag für das Braugewerbe in Bayern und wird bei Neueinstellungen mit dem Betriebsrat abgestimmt. Aktuell trifft dies auf 100 Prozent aller Angestellten und Führungskräfte zu, allerdings nicht auf die bei uns im Haus geringfügig Beschäftigten. Deren Anteil an der Belegschaft lag im Jahr 2023 bei entsprechend fünf Prozent. Darüber hinaus gibt es vor allem auf Führungsebene variable Gehaltsbestandteile, die an Zielerreichungen gekoppelt sind und einen Anteil von maximal 15 Prozent des Bruttoentgelts ausmachen. Die Prämienvereinbarungen, die sich meist an Effizienz- oder Nachhaltigkeitsleistungen bemessen, sind zumeist projekt- und bereichsspezifisch und werden daher individuell vereinbart. 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-Mitarbeitenden sollen mit ihrem Verdienst einen gewissen Lebensstandard anstreben und halten können. Unsere Arbeitsverträge, die wir grundsätzlich unbefristet gestalten, bieten Planungssicherheit. Im Jahr 2023 haben wir im Unternehmen keinen Vertrag mit Befristung abgeschlossen. Zudem kam es im gleichen Jahr zu insgesamt 10 Entlassungen im Rahmen von Aufhebungsverträgen aufgrund der wirtschaftlich angespannten Situation der Brauerei. Die starke Inflation führte dazu, dass die erwarteten und geplanten Wachstumswahlen nicht erreicht werden konnten. Die Kolleg:innen wurden mit angemessenen Abfindungen bedacht.

Schon gewusst?

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 Unternehmens³. Dieses kann nur noch übertroffen werden von vorbildlichen Unternehmen, die ein Verfahren zur Selbstbestimmung des Verdienstes entwickeln.

Das Verhältnis zwischen Jahresgesamtvergütung der höchstbezahlten Person der Organisation und dem mittleren Niveau (Median) der Jahresgesamtvergütung aller Angestellten (ohne die höchstbezahlte Person) beträgt 1 : 2,1.

2.3.3 Betriebliche Zusatzleistungen

Einmal im Jahr bieten wir allen Mitarbeiter:innen zudem eine kostenlose Darmkrebsvorsorgeuntersuchung an. Die freiwillige Vorsorgeuntersuchung kann von zuhause

³ [Matrix Entwicklungsteam \(2017\): Arbeitsbuch zur Gemeinwohlbilanz 5.0 Vollbilanz.](#) (abgerufen am 20.04.2024).

aus durchgeführt und auch von Familienangehörigen vergünstigt in Anspruch genommen werden.

In der 2021 durchgeführten Mitarbeitendenbefragung durch Great Place to Work® spiegeln uns 88 Prozent der Mitarbeiter:innen ihre Zufriedenheit mit den Maßnahmen zur Gesundheitsförderung wieder.

Besondere und attraktive Sozialleistungen: 91 Prozent der Belegschaft *bestätigen* uns dies in der Mitarbeitendenbefragung 2021. Dazu gehören neben den beschriebenen Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und Gewährleistung körperlicher Sicherheit auch:

- Vergütung nach Manteltarifvertrag für das mittelständische Braugewerbe in Bayern
- 13. Monatsgehalt
- Urlaubsgeld
- Betriebliche Krankenzusatzversicherung
- Pensionskasse
- Gruppenunfallversicherung
- Zuschuss zur Kinderbetreuung
- Zuschuss zur Ferienbetreuung der Schulkinder
- Haustrunk über 156 Liter pro Monat bei Vollzeittätigkeit, gültig für das gesamte Getränkesortiment (für Vollzeitarbeitende über 21 Jahre, bei Teilzeit und jüngeren Angestellten entsprechend angepasst)
- Jubiläumsprämien
- Azubi-Prämien im Rahmen von Leistungsboni
- Betriebliche Altersvorsorge und private Krankenzusatzversicherung
- Sonderurlaub
- Gesundheitsprogramm LammsFit mit monetärer Vergütung über ein umfassendes Bonussystem (Teilnahmequote 2023: 48 %), unter anderem: o Darmkrebsvorsorge o Sportprämie o Unterwegs mit dem Rad o Teilnahme am Firmenlauf / Laufveranstaltungen o Nichtraucher
- Angebot einer vergünstigten Gesundheitsmassage
- JobRad
- LammsECO Punkteprogramm



Abb. 2.5: Mitarbeiter:innen beim Firmenlauf 2023.



Abb. 2.6: Die interne Sportgruppe und die interne Laufgruppe der Neumarkter Lammsbräu.

Unsere LammsECO-Punkte

... gemeinsam punkten für eine enkeltaugliche Welt



Abb. 2.7: Infobroschüre LammsECO-Punkte-Programm

„Wir leben und arbeiten in einer enkeltauglichen Welt. 100 % ökologischer Landbau ist der Standard. Die Menschen genießen in einer intakten Natur, im harmonischen Miteinander das Leben.“

Das ist unsere Vision einer besseren Zukunft und auch Motivation, mit LammsECO ein praktikables Punkteprogramm für alle Kolleg:innen zu entwickeln. Denn jede:r kann aktiv einen Beitrag leisten, um jeden Tag ein Stück näher an die Erreichung unserer Vision zu kommen. Mit einer nachhaltigen Lebensweise, die auf diesen gemeinsamen Weg einzahlt, erhalten die Mitarbeiter:innen bei freiwilliger Teilnahme bis zu 500 ECO-Punkte pro Kalenderjahr. Diese Punkte werden (in Euro umgewandelt) an eine gemeinnützige Organisation nach Wahl der Mitarbeiter:innen gespendet. Über die LammsECO-App kann der Beitrag zur nachhaltigen Lebensweise ganz leicht via Smartphone oder Notebook erfasst werden.

Maßnahmen, die im Rahmen von LammsECO belohnt werden, sind beispielsweise:

- Vegetarischer / veganer Lebensstil
- Urlaubsreise mit der Bahn
- Bezug von Öko-Strom
- Nutzung öko-sozialer Banken
- Alternative Antriebe bei privaten Pkw
- Arbeitsweg in Fahrgemeinschaft oder mit den "Öffis"
- Obst- und Gemüseanbau im eigenen Garten
- Bezug einer ökologischen Obst- & Gemüsebox

So konnte das LammsTeam im Jahr 2023 über **3.000 Punkte** sammeln und damit eine Spendensumme in gleicher Höhe für gemeinnützige Organisationen ihrer eigenen Wahl ermöglichen.

Insgesamt 31 Kolleg:innen haben sich beteiligt und über die LammsECO-App Maßnahmen wie eigenen Gemüseanbau, Ehrenämter, Öko-Strombezug, vegetarischen Lebensstil, Urlaub mit der Bahn uvm. in Spendenpunkte umgewandelt.

Die individuellen Spendenbeträge bewegen sich zwischen **25 und 310 Euro**. Davon profitieren in diesem Jahr rund **30 Vereine und Organisationen** aus der Region und darüber hinaus.

Unter anderem durfte sich das First Responder-Team aus Seubersdorf über einen Zuschuss freuen. Markus Härteis hatte 100 ECO-Punkte gesammelt und sich für die Ersthelfer:innen vor Ort entschieden. Weitere Spenden gingen unter anderem an Vereine wie die Lebenshilfe, die Selbsthilfegruppe krebskranker Kinder, die Tierhilfe, aber auch Sportvereine und den DAV.



Abb. 2.8: Spendenübergabe an First Responder: v.l.n.r.: Johannes Ehrnsperger, Geschäftsführer Neumarkter Lammsbräu, Lukas Härteis, First Responder Seubersdorf, Markus Härteis, Schichtleitung Produktabfüllung Neumarkter Lammsbräu, Alexander Forster, First Responder Seubersdorf, Anna Neubauer, Nachhaltigkeitsmanagement Neumarkter Lammsbräu.



Dass unsere Bemühungen für attraktive Arbeitsstrukturen Früchte tragen, beweist die Auszeichnung durch das Forschungs- und Beratungsinstitut **Great place to work®** im Jahr 2022, basierend auf der Mitarbeitendenbefragung in 2021.



Sie bestätigt: Wir zählen zu den besten Arbeitgebern Deutschlands und Bayerns. 75 Prozent aller Mitarbeiter:innen beantworteten anonym Fragen zu Glaubwürdigkeit, Respekt, Fairness, Stolz und Teamgeist. Das zeigt, wir sind auf dem richtigen Weg.

3 Produkte & Kund:innen

3.1 Unsere Marke(n) & Produkte

Von unseren Neumarkter Lammsbräu Bio-Bieren über BioKristall Bio-Mineralwasser 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“ (MKO) sorgt dafür, die Marken gemäß unserer Philosophie weiterzuentwickeln und sämtliche ökologische 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 Kund:innen nicht nur zufrieden mit unseren Getränken sind, sondern uns darüber hinaus ihr Vertrauen schenken.

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 Rohstofflieferanten der Neumarkter Lammsbräu Mitglieder 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 zehn now-Limonaden sind mit dem Naturland-Zeichen (siehe Abbildung 3.1) ausgezeichnet, fünf davon seit 2022 sogar mit dem Naturland Fair-Label. Das bedeutet, dass strengere Vorgaben zu Ökologie und Sozialem einzuhalten sind als über das reine EU-Biosiegel abgedeckt werden. (siehe auch [Kap. 5.1.4](#))

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.

Auch im Betrieb werden strenge Vorgaben zu Hygiene und Produktsicherheit eingehalten. Damit stellen wir sicher, dass wir ausschließlich streng geprüfte und qualitativ hochwertige Getränke aus unserm Haus am Markt platzieren. Denn die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Konsument:innen haben für uns oberste Priorität.



Abb. 3. 1: Dachmarke und Produktmarken mit zugehörigen Siegeln.

Legende



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.



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



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



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.



Beim internationalen Verband für ökologischen Landbau Naturland stehen ein ganzheitlicher Ansatz, nachhaltiges Wirtschaften, praktizierter Natur- und Klimaschutz, die Sicherung und Erhalt von Boden, Luft und Wasser sowie der Schutz der Verbraucher:innen im Zentrum der Richtlinien.



Naturland begleitet und unterstützt uns dabei, nicht nur Anforderungen an ökologische Nachhaltigkeit, sondern auch an gerechte Arbeitsstrukturen und gesellschaftliches Engagement innerhalb unserer now Bio-Limonaden-Liefernetzwerke sicherzustellen. Wir arbeiten dabei direkt und fair zusammen. Diese Partnerschaft auf Augenhöhe wurde für drei unserer wichtigsten Liefernetzwerke durch Naturland Fair zertifiziert.



Das staatliche Bio-Siegel ist die Grundlage aller Produkte aus ökologischem Landbau.

3.1.1 Unser Bio-Sortiment im Überblick

Unser Bio-Sortiment umfasst im Jahr 2023 26 Bio-Bierspezialitäten, inklusive sechs alkoholfreier Bio-Sorten und sechs Bio-Biermischgetränken, zwei Sorten Glutenfrei (inklusive ein alkoholfreies), 10 Sorten Bio-Limonade, 3 Sorten Bio-Limonade Light sowie zwei Sorten Bio-Mineralwasser und eine Sorte Bio-Schorle.

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

Aktuelles Sortiment 2023:



Abb. 3. 2: Das gesamte Bio-Sortiment der Neumarkter Lammsbräu.

3.1.2 Mitgemischt: Neues aus 2023

Neue Ideen werden bei uns leidenschaftlich verfolgt und gemäß unserem Unternehmenswert "richtungsweisend" immer wieder neue Produkte oder Sorten entwickelt. Wenn die Neuheiten sich als glaubwürdige Vertreter der Werte und Positionierung des Unternehmens (siehe [Kap. 1.2.1](#)) herauskristallisieren, werden sie in das Sortiment aufgenommen.

Unsere Produktneuheiten 2023:



now Cherry Cola - Fan Edition

Im Jahr 2022 haben wir die Produktentwicklung für die Summer-Edition 2023 unseren Mitarbeitenden überlassen (siehe [Kap. 3.2.2](#)). Die now Fan Edition war eine fruchtig-frische Mischung mit dem Saft echter Bio-Sauerkirschen.



Neumarkter Lammsbräu Leichtes Helles

Unser leichtes Helles bietet ein erfrischendes Erlebnis bei deutlich reduziertem Alkoholgehalt. Es weist 30 % weniger Alkohol auf als unser EdelHell und überzeugt im Geruch mit feinsten Malzaromen und dezenten, zitrusartigen Hopfenauszügen.

Ausblick Produktneuheiten 2024:



now Passion Crush - Fan Edition

Für die Fan Edition 2024 haben Fans aus Boulderhallen in ganz Deutschland mitgemischt. So viel sei schon mal verraten: sie schmeckt zum Verlieben. Exotisch, aufregend, frisch!



Neumarkter Lammsbräu Naturtrüb alkoholfrei

Mit Naturtrüb alkoholfrei bieten wir eine weitere Variante - ungefiltert authentisch. Es überzeugt mit ausgewogenem Malzaroma und blumiger Hopfennote.

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, Wasser verlorengeht oder gespeichert wird, bleibt Wasser rein oder wird verschmutzt. *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*

Bei all unseren Getränken ist Wasser der wesentliche Bestandteil und damit unser wichtigster Rohstoff. Unser Wasser kommt aus den drei Brunnen der BioKristall-Quelle auf dem Brauereigelände. Das Mineralwasser ist nach den Richtlinien der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser zertifiziert.

Damit steht hinter dem Produkt ein aufwändiges Wasserschutzkonzept. 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 [Kap. 4.3.3](#)).

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.

Die nachhaltige Gewinnung, eine schonende Verarbeitung sowie ein ökologisch sinnvoller Vertrieb mit ausschließlich Glas-Mehrwegflaschen sind für uns selbstverständlich (siehe [Kap. 4.3.5](#)). Um dies in die Breite zu tragen und auch andere Getränkehersteller 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 Biomaterialwasser e.V. für das Bio-Mineralwasser-Siegel erfüllen (siehe Abb. 3.3). 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 “Kiwa BCS Öko-Garantie GmbH”, was das Vertrauen der Kund:innen in unsere Produkte stärkt.

Mit dem innovativen Bio-Mineralwasserkonzept sowie weitreichender Aufklärungsarbeit setzen wir uns dafür ein, nachhaltige Alternativen im Umgang mit Wasser aufzuzeigen, um damit die Qualität und Verfügbarkeit unseres wichtigsten Lebensmittels und Rohstoffs auch für die Zukunft sicherzustellen.



bio
mineralwasser
GEPRÜFTE
BIO-QUALITÄT

- ✓ Das Unternehmen fördert systematisch Wasserschutz durch ökologischen Landbau.
- ✓ Das Unternehmen praktiziert ein Umweltmanagementsystem, d. h. es muss nach EMAS (EG-VO 1221/2009) oder ISO 14001 zertifiziert sein.
- ✓ Es erfolgt eine schonende Nutzung des Mineralwasservorkommen.
- ✓ Das Unternehmen fördert durch konkrete Projekte den heimatlichen und/oder weltweiten Wasserschutz.
- ✓ Das Unternehmen weist eine Klimastrategie auf.
- ✓ Das Mineralwasser weist mindestens eine nachgewiesene, gesundheitsfördernde Eigenschaft auf.

Mehr Infos: www.bio-mineralwasser.de

Abb. 3. 3: Auszug aus Richtlinienkatalog der Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V.

3.2 Unsere Produktverantwortung

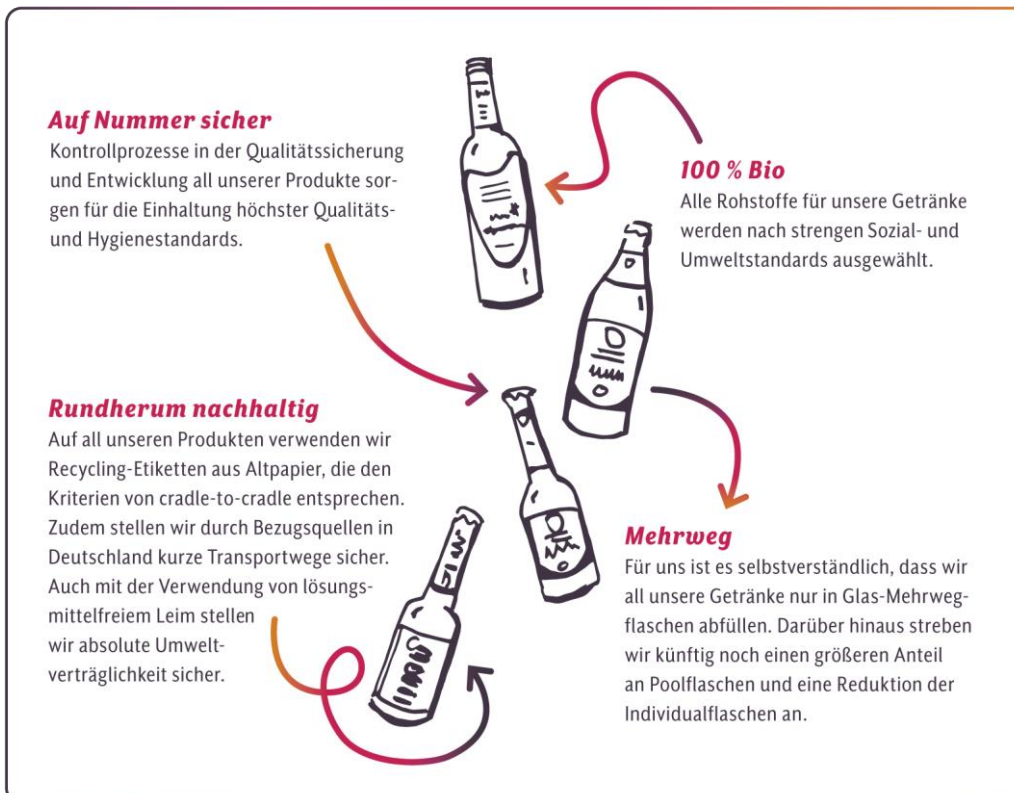


Abb. 3. 4: Produktverantwortung in und um unsere Flaschen.

3.2.1 Unsere Qualitätsansprüche

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



Abb. 3. 5: Unsere Qualitätsansprüche.

1) Die Basis - Bio-Mineralwasser: Das Bio-Mineralwasser ist die Grundzutat für all unsere Produkte. In 48 Einzelkriterien aus sechs Bereichen, mit Hunderten von Einzelprüfungen, ist 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 Abb. 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 dafür, dass die Neumarkter Lammsbräu ihren Ansprüchen gerecht wird.

3) Regionalität: Unsere Braurohstoffe stammen von der regionalen Erzeugergemeinschaft "EZÖB", einem Zusammenschluss aus über 180 Bio-Landwirt:innen, die verschiedenen Anbauverbänden angehören (siehe [Kap. 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 2023 rund 95% der Hauptrohstoffe in Europa angebaut (siehe [Kap. 5.3](#)). Durch die Verbandszertifizierung unserer eingesetzten Rohstoffe bei der Limonadenproduktion stellen wir sicher, dass neben Umweltstandards auch Sozialstandards entlang der gesamten Lieferkette eingehalten werden.

4) Klare Rezepturen & echter Geschmack: Bei unseren Bio-Bierspezialitäten gilt unser ökologisches Reinheitsgebot. Bei unseren Rezepturen für die Bio-Limonade now achten wir 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.

3.2.2 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 hin ins fertige Endprodukt - unser Labor prüft in den verschiedenen Produktionsschritten all unsere Getränke auf deren Geschmack, Qualität und Reinheit und stellt so sicher, dass diese unseren eigenen hohen Qualitätsansprüchen und denen unserer Kund:innen 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 genau kontrolliert und dokumentiert. Zudem sichern unabhängige Labore durch Rückstandsanalytik die lückenlose Produktqualität und -sicherheit. Unseren Status in Bezug auf Lebensmittelsicherheit messen wir darüber hinaus jedes Jahr freiwillig im internen Audit gemäß Standard IFS Food 8.

Durch unseren ganzheitlichen Umgang mit den Ergebnissen können wir sicherstellen, dass wir unseren Kund:innen das bestmögliche Produkt anbieten.



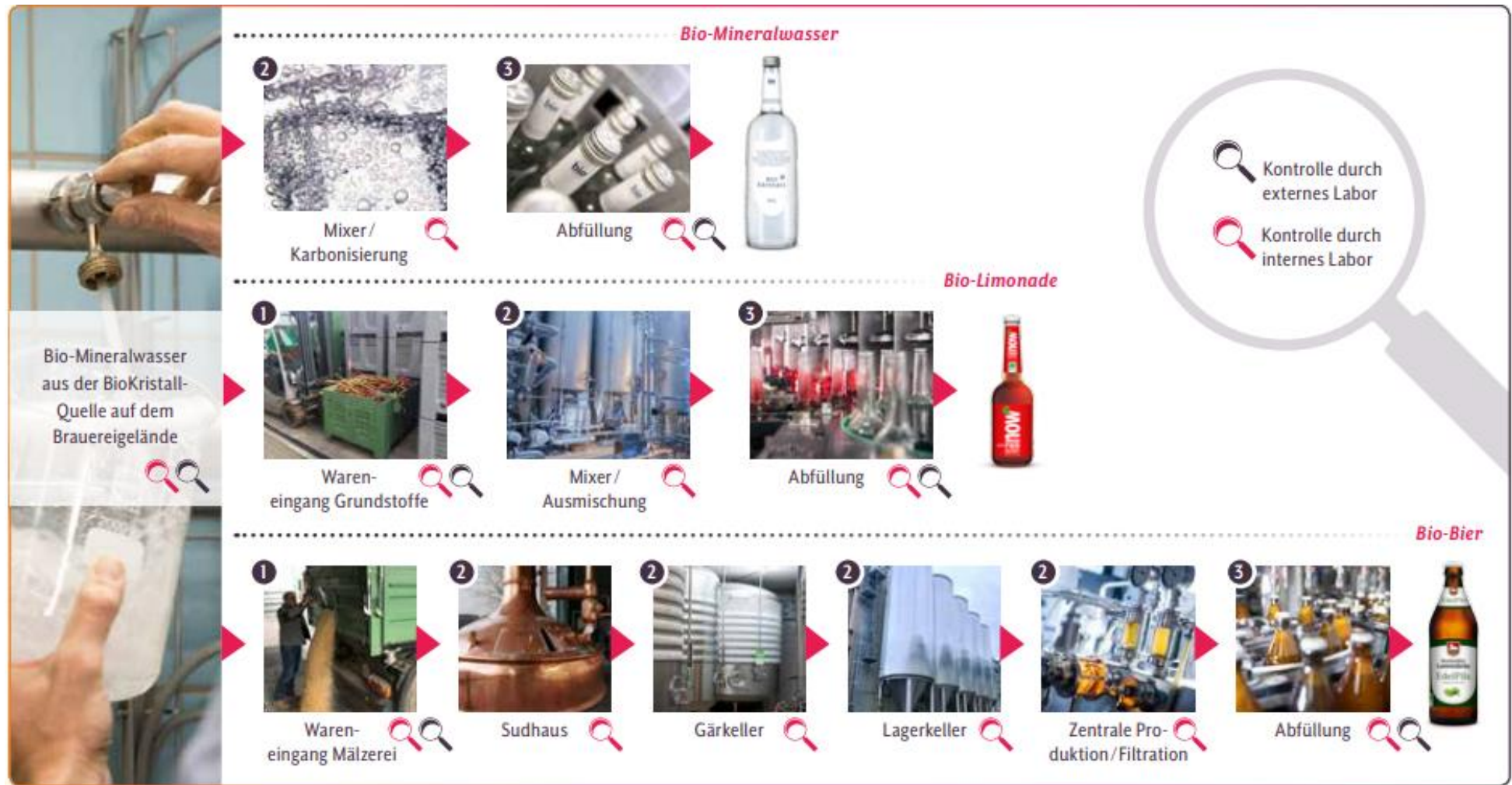


Abb. 3. 6: Qualität- und Produktsicherheit bei der Herstellung unserer Getränke.

Zu Abb. 3.6:

- ① **Beim Wareneingang:** Beim Wareneingang der Grundstoffe werden Geruch, Geschmack, Aussehen, pH Wert und Brix analysiert.
 - Beim Wareneingang der Bier-Rohstoffe werden durch Handbonitierung Fremd Beimengungen, Auswuchs, Aussehen und Geruch der Körner bestimmt. Durch analytische Verfahren erhalten wir zudem Aussagen zu Feuchte- und Rohproteingehalt, Keimenergie sowie zum Vollgetreideanteil des Getreides.
 - Beim Wareneingang von Hopfen wird bereits vor Kauf der Anteil an Alphasäure, Pestizidrückstände und mögliche, gentechnische Veränderungen durch ein externes Labor analysiert.
- ② **Während der 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).
- ③ **In und um die abgefüllten Flaschen:** 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 genau getestet. Es wird auch auf den richtigen Sitz der Etiketten und Schraubverschlüsse geachtet. Doppelt hält besser: Das externe Labor unterstützt uns mit zusätzlichen Untersuchungen.



Zur Kund:innenzufriedenheit trägt auch die stetige Weiterentwicklung unserer Produkte durch den Unternehmensbereich „Qualitätssicherung & Produktentwicklung“ bei. Und das mit Erfolg! Durch unsere Produktinnovationen wie „Neumarkter Lammsbräu Leichtes Helles“, kombiniert mit hohen Qualitäts- und Hygienestandards, konnten wir uns im Jahr 2023 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.

Uns ist bewusst, dass wir als lebensmittelproduzierendes Unternehmen mit unserer Geschäftstätigkeit Einfluss auf die Umwelt nehmen und deren Ressourcen beanspruchen. Auch bei der Nutzung und Entsorgung unserer Getränke gibt es ökologische Konsequenzen, die aufgrund des Mehrwegsystems der Flaschen und Kisten sowie der recycelbaren Kronenkorken und Schraubverschlüsse als unkritisch im Vergleich zu Einweggebinden bewertet werden. Denn Mehrweg kann - je nach Gebindegröße und Sorte - zwischen 25 und 40 mal wieder befüllt werden.

Die Getränke unserer 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 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 Einweg- und Plastikflaschen.

Das Lammsbräu-Verkostungspanel



Für das speziell geschulte Verkostungspanel kommen wir einmal im Monat aus der Produktion, der Qualitätssicherung, aus dem Sudhaus und aus dem Vertrieb 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 und Getränke vermieden werden, um die Sensorik nicht zu verfälschen. Weil man sich bei der Verkostung nicht gegenseitig beeinflussen sollte, läuft diese schweigend ab. So stellen wir sicher, dass die Verkostungsergebnisse möglichst objektiv sind und wir entsprechend allgemeingültige Ergebnisse daraus für die Produktentwicklung ableiten können.

Unsere partizipative Produktentwicklung:

Entwicklung der now Fan Edition „Cherry Cola“



Zum zehnjährigen Jubiläum unserer beliebten now-Limonaden im Jahr 2019 hatten unsere Fans erstmals die Möglichkeit, sich online an der Produktentwicklung zu beteiligen. Dies war der Auftakt für weitere Fan Editions, die auch in den Folgejahren unsere beliebten Summer Seasonals bildeten.

Im Jahr 2022 war die gesamte Belegschaft der Neumarket Lammsbräu eingeladen, sich an der Produktentwicklung für das Seasonal 2023 zu beteiligen. Dabei konnten sechs verschiedene Ausmischungen verkostet und der jeweilige Favorit gewählt werden. Das Ergebnis ist unsere fruchtige Cherry Cola.

Auch das Etikett der now Fan Edition ist ein Gemeinschaftswerk, welches ebenfalls durch die Mitarbeiter:innen bestimmt wurde.

3.3 Kund:innen wertschätzen und integrieren

3.3.1 Wir gestalten unsere Kund:innenbeziehungen



Abb. 3. 7: Unsere Kund:innen.

Oberstes Ziel und Motivation im Engagement für unsere Produkte ist für uns die Zufriedenheit unserer Kund:innen. Grundvoraussetzungen für eine fruchtbare und vertrauensvolle Zusammenarbeit sind dabei langfristige und verlässliche Beziehungen. Dafür gehen wir regelmäßig mit unseren Kund:innen ins Gespräch, um uns an individuellen Wünschen und gesellschaftlichen Entwicklungen zu orientieren. Dies erfolgt durch Gespräche der Vertriebsmitarbeitenden mit den Handelspartner:innen und Betreiber:innen von

Gastronomiebetrieben sowie über Anfragen, Lob und Reklamationen, die den Kund:innenservice der Neumarkter Lammsbräu erreichen. Wir wollen die Bedürfnisse unserer Kund:innen kennen und darauf eingehen, um ihr Vertrauen langfristig halten zu können. Win-Win: Denn nicht zuletzt ist es unsere Kundschaft, die uns immer wieder spannende Anregungen für die Entwicklung neuer Produkte gibt!

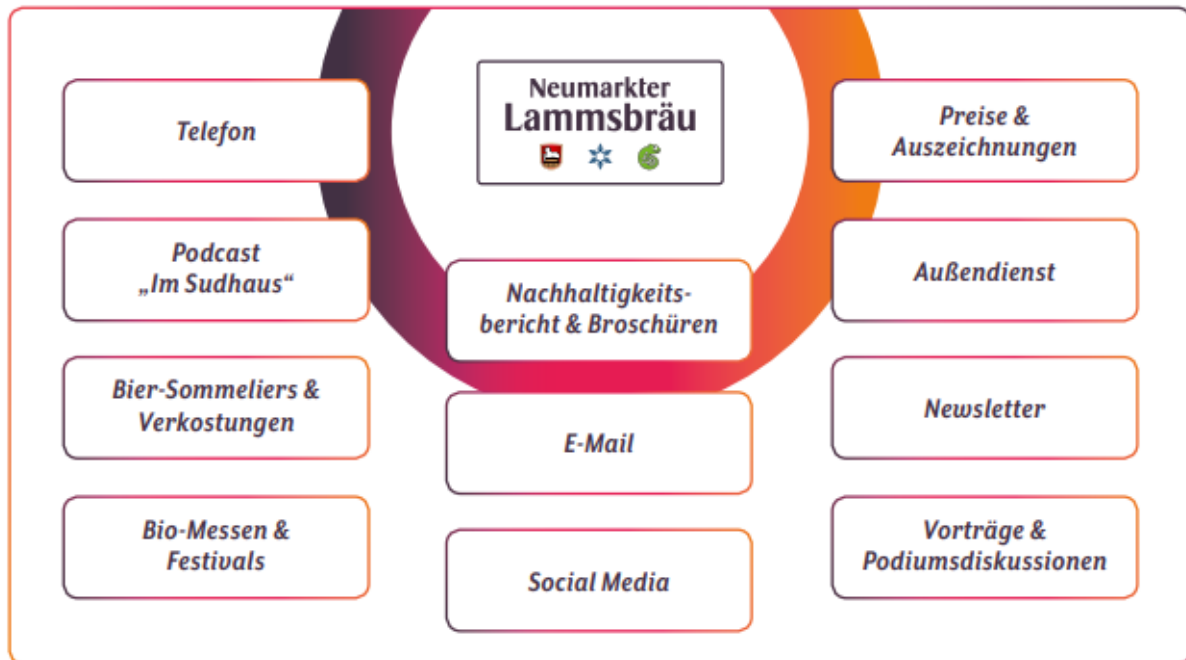


Abb. 3. 8: Unsere Kommunikationswege mit Kundinnen und Kunden.

So persönlich wie möglich - unser Anspruch für eine optimale Kund:innenbetreuung

Je nach Betreuungswunsch und -intensität, Absatzmenge und Zugewandtheit klassifizieren wir unsere Bestandskund:innen in drei Kategorien:

- Kategorie A: hohe Betreuungsintensität (mehrere Besuche pro Jahr), Betreuungswunsch vorhanden, hoher Absatz bzw. hohes Absatzpotenzial
- Kategorie B: Betreuung durch Vertriebsmitarbeitende wird positiv und als ausreichend wahrgenommen, Absatz entsprechend Kategorie A geringer
- Kategorie C: Kleinstkund:innen und Kund:innen, die keine Besuche oder zusätzliche Betreuung wünschen

Die Kund:innenberatung über unsere Vertriebsmitarbeitenden erfolgt mit einem Fokus auf die Kund:innen, die persönliche Beratung wünschen. Durch den persönlichen Kontakt kann auf individuelle Kund:innen- und Zusatzwünsche eingegangen werden.

Die Tourenplanung der Lammsbräu Vertriebsmitarbeitenden erfolgt in der Regel pro Woche. Besuche werden im Rahmen eines Besuchsberichts digital festgehalten (Protokoll, inkl. qualitativer Ziele). Etwa 80 % der Besuche erfolgen spontan, 20 % sind terminiert (Vertrieb bringt Muster, neues Equipment etc.).

Im Jahr 2023 gab es eine Umorientierung bei der Kund:innenbetreuung des Außendienstes. Unser Fokus liegt nun auf den beiden süddeutschen Bundesländern Bayern und Baden-Württemberg. Hier verzeichnen unsere Produkte die größte Markenbekanntheit und den stärksten Absatz. Aufgrund unseres Anspruchs, loyale Kund:innen nach ihren Bedürfnissen zu betreuen, erscheint es folgerichtig, die persönliche Betreuung in diesen Regionen durch unsere Vertriebsmitarbeitenden zu fokussieren.

So wird es uns auch möglich sein, Neukund:innen von Anfang an mit der nötigen Aufmerksamkeit zu behandeln und verlässliche Partnerschaften zwischen Vertrieb und Kund:in aufzubauen.

Die Sortimentsbreite unserer Bio-Bierspezialitäten entspricht dem Kund:innenwunsch nach einem vielfältigen Angebot (alkoholfrei, Biermischgetränke, verschiedene Flaschen- und Kistengrößen). Bei unseren Produkten geht es uns außerdem darum, ökologisch und fair produzierte Alternativen zum regulären Getränkemarkt anzubieten. Um die stets hohe Qualität zu fairen Preisen gewährleisten und unseren Kund:innen damit authentische Produkte aus dem Hause Lammsbräu anbieten zu können, verzichten wir auf den Vertrieb über Discounter oder die Produktion von Handelsmarken. Stattdessen bildet sich unser Verkaufspreis fair und nachvollziehbar insbesondere auf Grundlage der überdurchschnittlichen Rohstoffausgaben, die wir an unsere Erzeugergemeinschaft im Bio-Bierbereich bzw. unsere Grundstofflieferant:innen im now-Bio-Limonaden-Bereich tätigen.

Ausgewiesenes Ziel im Hause Lammsbräu ist es zudem, unseren Kund:innen eine Warenverfügbarkeit von > 99,5 % zu garantieren, um als verlässlicher Partner zu agieren.

Wir haben ein Auge auf die Bedürfnisse unserer Endverbraucher:innen

Unsere Produkte sind bundesweit über den Naturkostfachhandel, den Lebensmittelgroß- und -einzelhandel, den Getränkefachhandel sowie in der Gastronomie zu beziehen. Auch der Bezug einzelner Flaschen - bei nicht-vorhandener Transportmöglichkeiten ganzer Kisten - ist über die beschriebenen Vertriebswege möglich. Darüber hinaus erleichtern unsere 10er-Kisten für Biere und Limonaden den Transport und das Handling, da deren Gewicht im Vergleich zu klassischen 20er-Kisten stark reduziert ist. Auch ermöglicht die Umstellung unserer Gebindegrößen bei now von 0,75 L auf 0,5 L die Nutzung der regulären now-Kisten. Es ist keine separate Kiste für große Flaschen mehr nötig. Der Kauf unserer Produkte wird Lammsbräu-Konsument:innen daher auf vielfältige Art und Weise ermöglicht.

Neben diesem vorwiegend stationären Verkauf bieten wir Endverbraucher:innen in urbanen Räumen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind und / oder Getränkeflaschen / -kisten nicht transportieren können, Bezugsmöglichkeiten durch unsere Kooperation mit onlineLieferdiensten (www.knuspr.de, www.flaschenpost.de).

Wir produzieren glutenfreie Bio-Spezialitäten für glutensensitive und an Zöliakie erkrankte Konsument:innen. Wir möchten dieser Personengruppe weiterhin genussvolle Momente durch den Verzehr unserer Produkte ermöglichen.

Unser Bio-Bier-Sortiment umfasst zudem einen hohen Anteil an alkoholfreien Sorten (10 von 24). Damit gehen wir auf Menschen ein, die aus gesundheitlichen Gründen oder aufgrund ihres Glaubens oder Lebensstils auf Alkohol verzichten. Der Anteil alkoholfreier Getränke am Gesamtabsatz betrug im Jahr 2023 64 %.

Seit 2022 führen wir zudem zuckerreduzierte now Bio-Limonaden, um Kund:innenbedürfnissen hinsichtlich zuckerreduzierter Produkte entgegenzukommen.

Zusätzlich durchlaufen unsere Produkte einen veganen Herstellungsprozess. Alle Produktinformationen finden sich digital einsehbar auf externen Datenbanken (siehe [Kap. 3.3.2](#)).

Besser geht`s immer

- Seit 2021 nutzen wir den Datenservice getDATA des Branchenstandards GEDAT, der unsere Brauerei mit dem Getränkefachgroßhandel verbindet. Durch den transparenten Informationsfluss wissen wir heute genau, bei welchen Kund:innen unsere Artikel im Regal stehen. Dies hat sich in unserem Vertrieb als wichtiges Tool in der Kund:innenbetreuung etabliert. Mithilfe monatlicher Absatzzahlen kann die Entwicklung unserer Marken beim Kunden individuell nachverfolgt und bei Bedarf spezifische Unterstützung angeboten werden.
- Mit der Implementierung eines elektronischen Datenaustauschs (EDI) flattern die Bestellungen unserer Kund:innen nun digital und systematisiert ins Haus und müssen nicht mehr manuell ausgelöst werden. Unser Ziel bis Ende 2024 ist es, dass mindestens 80 % unserer Kund:innen diese digitale Schnittstelle für Produktbestellungen nutzen.

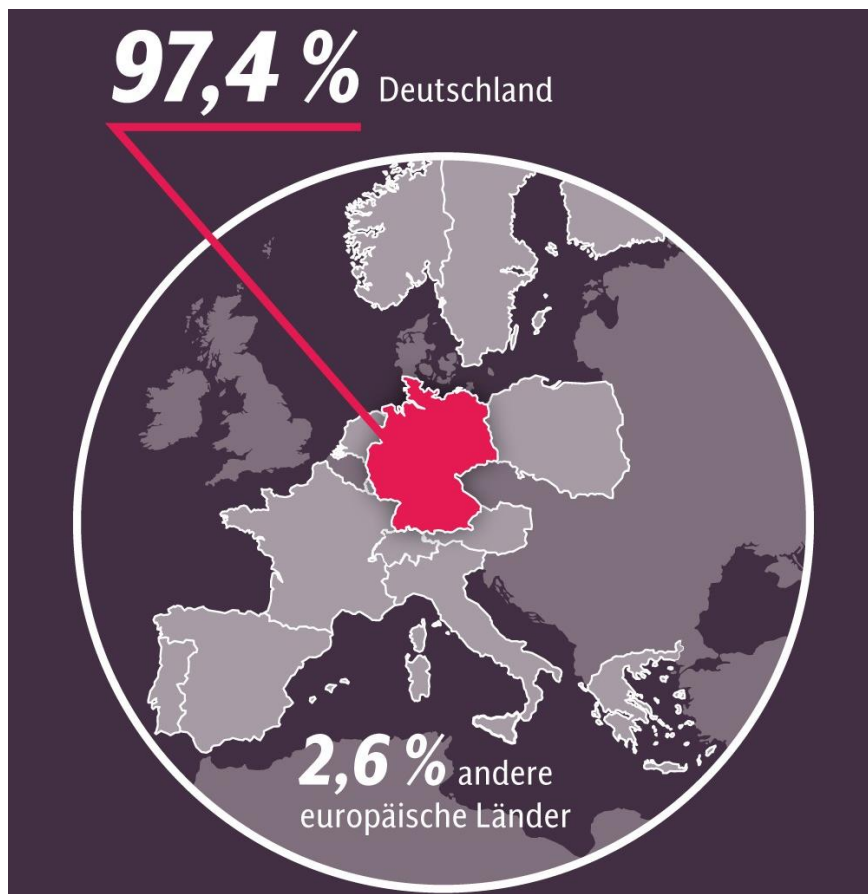


Abb. 3. 9: Unser Verkaufsgebiet.

Verkaufsgebiet

97,4 % Deutschland sowie 2,6 % Export in den Naturkostfachhandel sowie teilweise den Lebensmitteleinzelhandel ausgewählter europäischer Länder unter Berücksichtigung ökologischer Kriterien

3.3.2 Unsere Produkte in der Öffentlichkeit

Produkttransparenz

Informationen und Daten zu den Produkten und ihren Inhaltsstoffen vermitteln wir unseren Kund:innen transparent. Nährwerte und Angaben zu einzelnen Inhaltsstoffen finden sich auf den Flaschen unserer Produkte, außerdem pflegen wir die Inhaltsstoffe über die Datenbank für Bio-Produkte [ecoinform](#). Der Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen liegt bei 100 %. Zucker- und Alkoholgehalte der Limonaden und Biere werden herausgestellt.

Informationen zur Herkunft der verwendeten Roh- und Grundstoffe werden den Kund:innen über unsere Homepage sowie unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung zur Verfügung gestellt.

Unsere Markenkontaktpunkte

Unser Kund:innenkontakt und die Bewerbung der Produkte erfolgt informativ, bedarfsorientiert und auf unsere Überzeugung ausgerichtet. Wir kommunizieren selektiv und verzichten auf aggressives Verhalten oder Streu-Marketing. Unsere Vertriebsmitarbeitenden sehen es als ihre Aufgabe, bei individuellen Anforderungen zu unterstützen und Informationen zur Produktauthentizität weiterzugeben (z.B. Zertifizierungen, Qualität, Kooperationen mit Erzeugenden u.v.m.). Es ist Teil unserer Mission, Menschen, Unternehmen und Organisationen zu gewinnen, die auf unserem Weg zur Vision einer enkeltauglichen Welt zu echten Partner:innen werden.

Ein wichtiges Anliegen ist es uns, auf den Mehrwert ökologisch und fair produzierter Produkte hinzuweisen und so transparent wie möglich zu kommunizieren. Dies verdeutlichen die Informationen, die wir online mit den Lammsbräu-Fans teilen, z.B. die online-Kampagne #biobierfreunde und unser Podcast [Im Sudhaus](#). Darin werden nachhaltige Themen wie unsere Klimastrategie als kleine Podcast-Serien verständlich aufbereitet.

Auf den Instagram-Seiten [neumarkter.lammsbräu](#) und [nowbiolimo](#) werden neben Produkt- und Unternehmensinformationen (Neuheiten, Rohstoffe, Hintergründe) vor allem Kooperationen und Projekte präsentiert. Facebook rückt als Kommunikationskanal zunehmend in den Hintergrund.

Über die Auswertung der Klicks auf unseren Unternehmenshomepages lernen wir viel über die Interessen unserer Fans. Wir generieren daraus Ziele, um die Marken-Benefits unserer Marken now und Bio-Bier noch stärker mit unseren Produkten zu verknüpfen. Marken Benefits sind unter anderem faire, (inter-)nationale Partnerschaften und unsere Limo-Küche bei now. Bei Bio-Bier spielen Themen wie Bio-Landwirtschaft, fair zum Bauern und unser ökologisches Reinheitsgebot eine wesentliche Rolle.

3.3.3 Unsere Markenstrategie - Fokus Kund:in

Da wir uns ganz sicher sein wollen, dass unser Angebot sich an den Wünschen der Konsument:innen orientiert, behalten wir die Marktentwicklungen stets im Blick. Dies ermöglichen uns der monatliche „GfK Consumer Index“ und Marktforschungsdaten von biovista über den Absatz im Naturkostfachhandel sowie das Circana-Panel für monatliche Distributions- und Absatzzahlen auf Marken- und Produktebene im Lebensmitteleinzel- und Getränkefachhandel.

Zusätzlich zu einem generell rückläufigen Biermarkt in Deutschland haben auch wir im Jahr 2023 gesellschaftspolitische Veränderungen wie die gestiegene Inflationsrate am Absatz

bemerkt. Obwohl wir auch nicht alle geplanten Absatzziele erreichen konnten, war der Absatz unserer alkoholfreien Biere stabil. Dies entspricht dem bundesweiten Trend hin zu gesundheitsbewussteren Produkten (siehe [Kap. 3.3.1](#)).

Die Entwicklung unserer Marken

Zudem entwickeln wir unsere Produktmarken zielgruppenorientiert mithilfe sogenannter Marken-Personas weiter. Da reelle Marktdaten zu Käufergruppen nur ungenügend vorliegen, nutzen wir die Möglichkeit der KI-gestützten Zielgruppenanalyse. Bei den typischen Käufergruppen unserer Produkte achten wir besonders auf Persönlichkeitswerte und intrinsische Motivationen.

Aufgabe im Rahmen der Umsetzung unserer Markenstrategie ist es, diese sogenannten Werteprofile mit unseren Markenkernwerten abzugleichen, denn es gilt, unsere Werte und Inhalte so zielgruppengerecht wie möglich zu kommunizieren. Dafür werden konkrete Handlungsempfehlungen für Kommunikation und Stil erarbeitet, denn auch die verwendeten Stilelemente wie Schriftart, Farbe, Icons, Sprache und Bilder werden je Marke spezifisch festgelegt.

Es ist uns wichtig, ansprechende Geschichten zu erzählen, die sich im Umfeld unserer Brauerei abspielen. Geschichten, die von den Menschen handeln, mit denen wir verbunden sind. Geschichten, die die Qualität der Rohstoffe zeigen, die wir nutzen. Geschichten, die die Communities ansprechen, mit denen wir in Kontakt stehen. Unsere Devise: wir berichten klar, authentisch und vielfältig.

Die Markenentwicklung ist ein kontinuierlicher Prozess. Kommunikation und Markenauftritt erfahren stets Veränderung mit Blick auf den Kunden und die Kundin. Im Jahr 2023 haben wir uns an die Umgestaltung der Bio-Bier-Etiketten gemacht und dabei sowohl die Mitglieder des Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreises (siehe [Kap. 1.2](#)) als auch die Mitarbeitenden aktiv eingebunden. Im Bereich der now Bio-Limonaden wurden Homepage und Stilistik intensiv überarbeitet. Der Relaunch erfolgt im Jahr 2024.

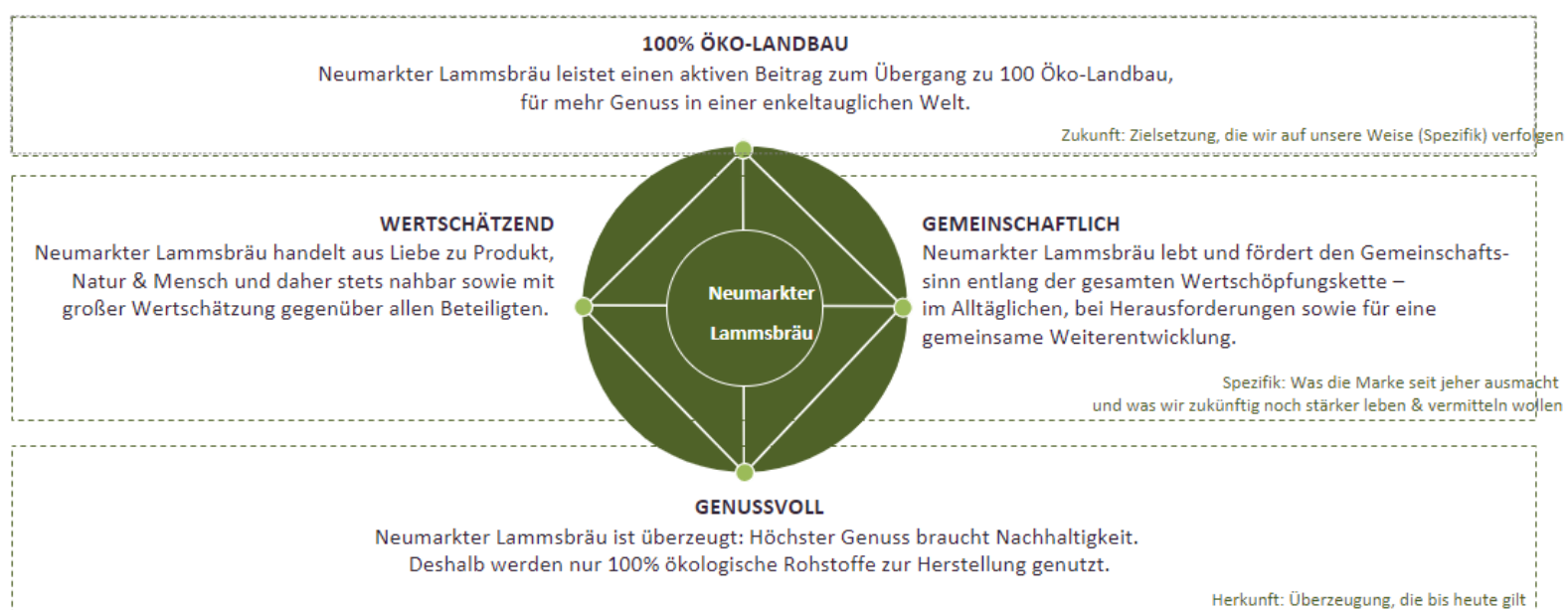


Abb. 3. 10: Neumarkter Lammsbräu Markenstrategie - die Markenkernwerte der Neumarkter Lammsbräu Bio-Biere.

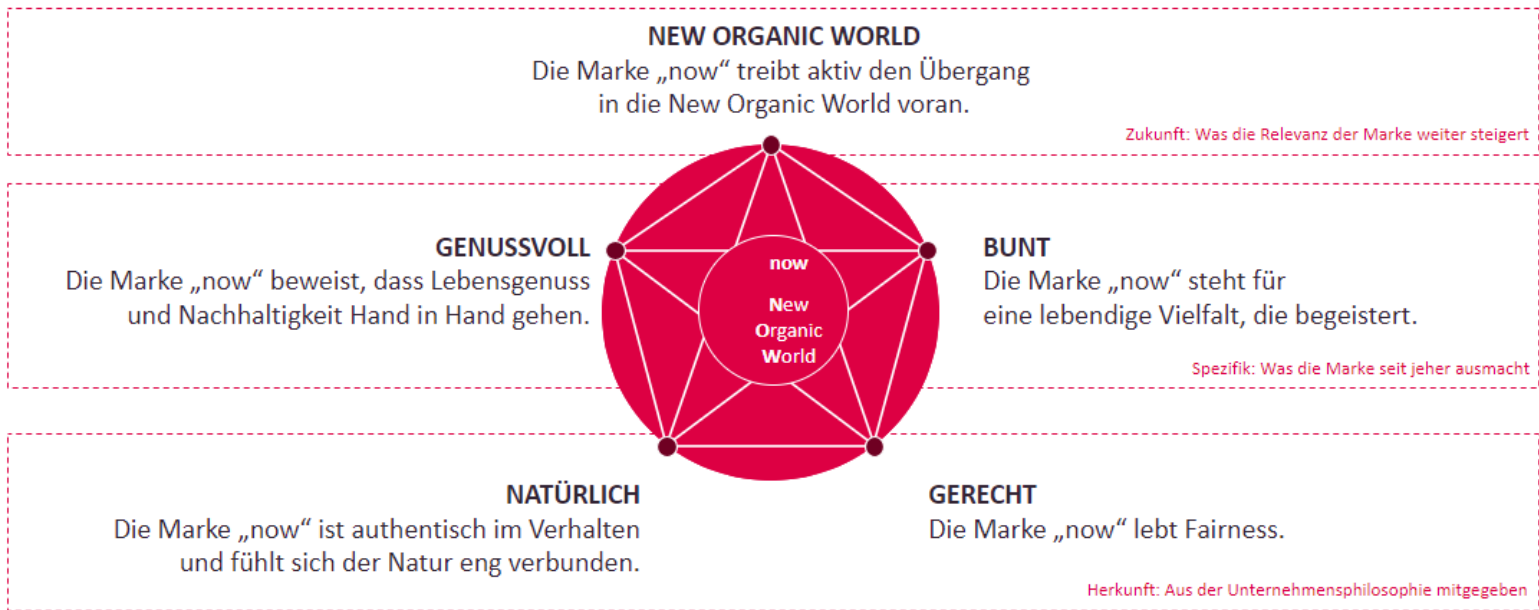


Abb. 3. 11: Neumarkter Lammsbräu Markenstrategie - die Markenkernwerte der now Bio-Limonaden.

3.3.4 Nachgefragt: Kund:innenstimmen

Wir freuen uns, wenn unsere Kund:innen 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.

Kund:innenanfragen im Jahr 2023

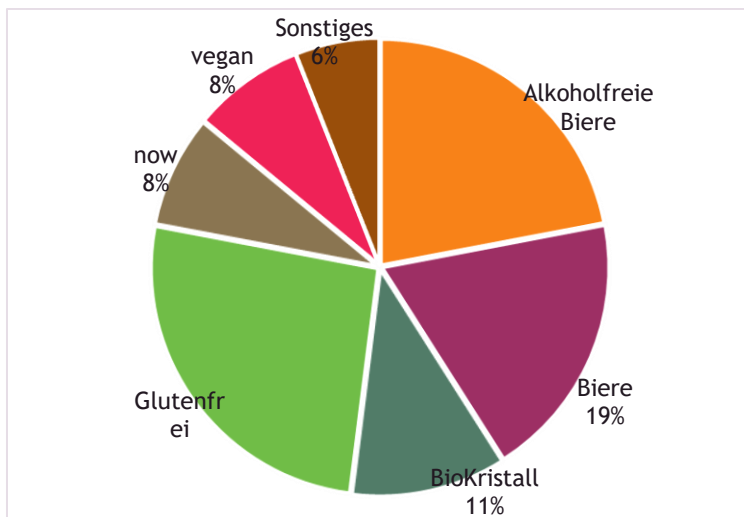


Abb. 3. 12: Auswertung der Anfragen unserer Kundinnen und Kunden in 2023.

In 2023 drehte sich ein Großteil der Fragen um unsere glutenfreien Spezialitäten und wie deren Herstellung genau funktioniert (siehe Abb. 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 Zuckergehalt in der Kategorie ‚now‘.

Reklamationen

Wachsende Absatzzahlen, Kund:innenlob und eine geringe Anzahl Reklamationen bestätigen uns eine hohe Kund:innenzufriedenheit. Letztere werden intern über das ganze Jahr ausgewertet und betroffene Prozesse systematisch überprüft, reklamationsminimierende Maßnahmen abgeleitet und umgesetzt. Es erfolgt ein monatliches, bereichsübergreifendes Reporting der Reklamationen im gesamten Führungskreis. Bei berechtigten Produktreklamationen untersuchen wir das Produkt (Rückstellmuster) und ersetzen Produkte. Bei Bedarf liefern wir Gratisware aus (Bsp.: verrutschte Etiketten).

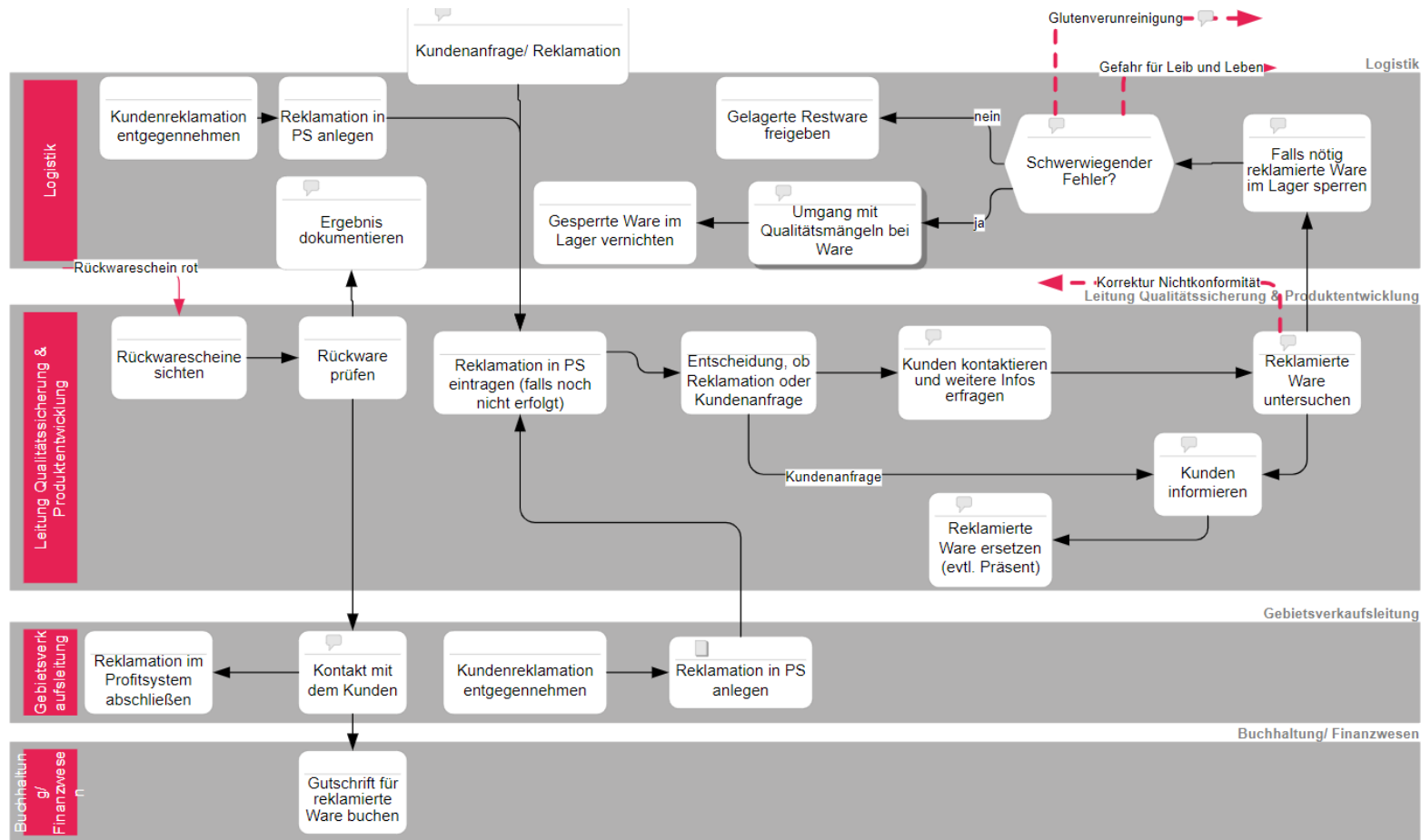


Abb. 3. 13: Interner Prozess "Kundenanfragen / Reklamationen".

Tab.3. 1: Reklamationsentwicklung 2021 - 2023

	2021	2022	2023
Gesamt	150	199	150
Berechtigte Reklamationen	41	91	49
Kund:innenreklamationsquote gesamt pro hl/FG*	0,05 %	0,08 %	0,06 %
Kund:innenreklamationsquote berechtigt pro hl/FG*	0,01 %	0,04 %	0,02 %

* Pro Hektoliter / Fertiggetränk

Kund:innenlob

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 mit unseren Mitarbeitenden in unserer monatlichen Mitarbeitendenzeitschrift *LammsWelt*.

Auszug Kund:innenlob im Jahresverlauf 2023

„Ich möchte Ihnen gerne mitteilen, dass ich von Ihrer Philosophie und Ihren Produkten absolut überzeugt bin. Auch hier im Saarland kann ich Ihr Bier erwerben und genieße es mit einem wirklich guten Gefühl.“

„Liebes Team bei NL! Viele Grüße zu Ihnen und danke für das neue Bier: Gluten- und Alkoholfrei. Es ist sehr wohlschmeckend geworden und natürlich ein Gewinn für alle, die Gluten meiden müssen.“

„Ihr Edelpils ist das beste Pils, das ich bisher getrunken habe. Wunderbar ausgewogen und mit einer sehr feinen Hopfennote. Ganz herzlichen Dank für dieses wunderbare Pilsbier.“

“Ich sitze gerade wieder vor einem Weißbier von Euch! Natürlich mit Gas! Ich wollte auf diesem Wege einfach mal sagen, es ist einfach das beste Weißbier! Ich hoffe, ihr bleibt uns in dieser Weißbier-Landschaft erhalten! Und Bio ist immer nochmal schöner!“

„Ich habe meinen ersten Kasten von eurer “now black cola” hier stehen und bin begeistert! Ich habe viele Colas durchprobiert, um etwas verträglicheres für meine Gesundheit und die Umwelt zu finden. Aber Nichts hat bisher das Erlebnis ersetzt, einen Schluck aus einer kalten Coke zu trinken. Bis ich gestern zum ersten mal Eure Cola probiert habe. Ich musste kurz überlegen, aber dann ist mir klar geworden, da ist zwar ein leichter Unterschied im Prickeln, aber es ist in Kombination mit den anderen Vorteilen (Bio, gutes Unternehmen, weniger Zucker, keine Phosphorsäure, etwas weniger Koffein, wird mit unserer Gemüsebox geliefert/abgeholt) ausreichend geil!“

„Liebes Lammsbräu-Team, ich war mit meiner Freundin in Marokko im Urlaub und da wir unglaublich gerne Lammsbräu trinken, haben wir auch auf diese Reise einige von euren Flaschen mitgenommen.“

4 Ökologische Produktion

Ökologisch produzieren und dabei gleichzeitig enkeltauglich wirtschaften - wie kann das funktionieren? „Wir sind ein wertorientiertes 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 [Kap. 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 CO₂e-Emissionen, Wasser-, Rohstoff- und Materialverbräuchen und Optimierungen im Abfallmanagement. Darüber hinaus versuchen wir auch in Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartner:innen, Lieferant:innen und Abnehmer:innen, unsere Umweltauswirkungen wie bspw. die CO₂e-Emissionen 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, die von uns 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 Abb. 4.1).

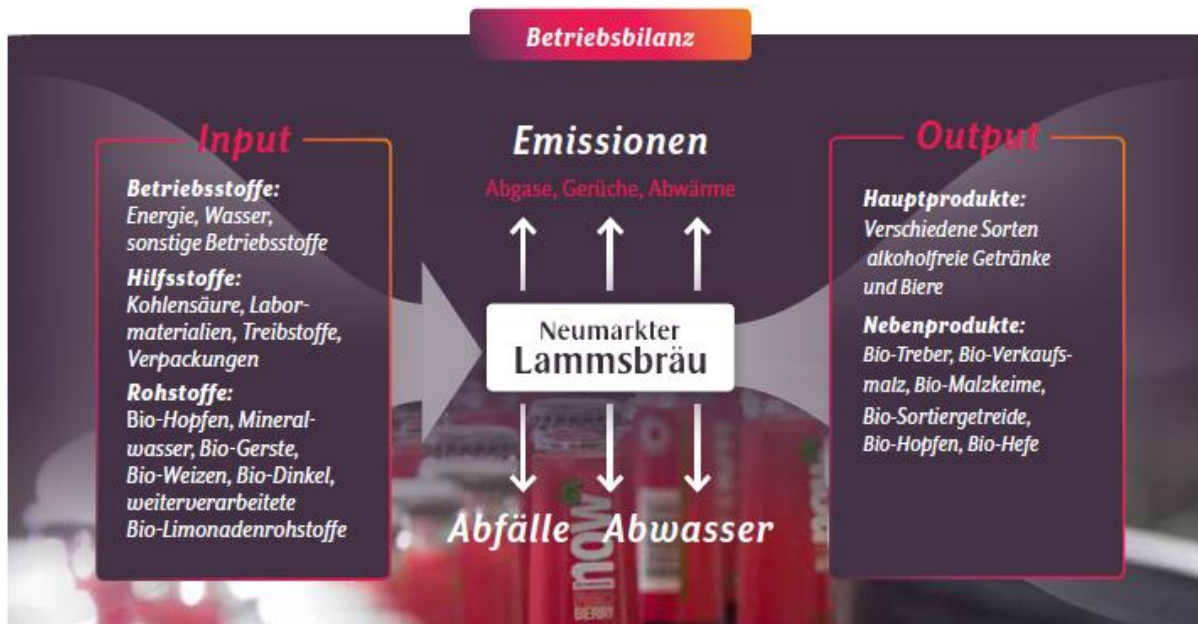


Abb. 4. 1: Die In- und Output-Bilanz der Neumarkter Lammsbräu. ⁴

Die Gegenüberstellung der Stoffströme als absolute In- und Outputmengen zeigt für das Jahr 2023 folgende wesentliche Ergebnisse (siehe Tab. 4.1):⁵

Input Rohstoffe

Die Anlieferung von Brau-Gerste ist im Vergleich zum Vorjahr um ca. 10 Prozent minimal gesunken, was mit der sehr schlechten Ernte 2023 zu begründen ist. Aufgrund der Ernteausfälle in unserer Erzeugergemeinschaft mussten größere Mengen aus anderen Regionen zugekauft werden. Deshalb haben wir nur so viel beschafft, wie bis zur nächsten Ernte gebraucht wird, ohne wie ursprünglich geplant Puffermengen anzulegen. Die Verfügbarkeit von Brau-Weizen war im Jahr 2023 deutlich besser als die von Brau-Gerste. Hier wurde mehr als der Jahresbedarf und deutlich mehr als im Vorjahr angekauft, um Vorräte aufzubauen. Der Bezug von Dinkel hingegen hat sich fast halbiert, da im Vorjahr große Mehrmengen angenommen wurden und der Absatz von Dinkel-Bier zudem zurückging. Datengrundlage sind die Anlieferungen des Kalenderjahres 2023 aus den beiden Ernten 2022 und 2023.

⁴ Betriebsbilanz In- und Output Brauerei. 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, ISBN 3-478-34560-X, S. 268.

⁵ Hinweis zur Auswertung der Input/ Output Bilanz: Es erfolgt ein kurzer Überblick zu jedem Bereich der Bilanz. Es werden insbesondere alle Abweichungen von +/- 20% und mehr bereits an dieser Stelle kurz erläutert. Die Daten für die betriebliche Input-Output-Bilanz wurden bis 2021 nach folgenden Kriterien erfasst: Auf der Inputseite stand eine Mischung aus Zugangsdaten (Einkauf) und vereinzelt Verbrauchsdaten im jeweiligen Geschäftsjahr (Ausnahme: Getreide). Die Output-Seite der Bilanz sowie die daraus abgeleiteten Kennzahlen basierten auf Ausstoß- und Produktionsdaten am Standort der Brauerei und spiegelten somit tatsächliche Verbrauchswerte wider.

Um genauere Informationen über die tatsächlichen Verbräuche im Geschäftsjahr zu erhalten, haben wir 2022 begonnen, auf der Input-Seite die Verbrauchsdaten zu erweitern (insbesondere Limonadengrundstoffe, Hilfs- und Betriebsstoffe) und damit einhergehend den Anteil reiner Einkaufsdaten reduziert. Bei Kästen und Flaschen im Mehrwegsystem werden weiterhin Einkaufsdaten erfasst, da aufgrund der Mehrweg-Rückführung kein echter Verbrauch entsteht. Aufgrund dieser Anpassungen sind die Daten nur bedingt mit den Vorjahren vergleichbar. Beim Getreide erfolgt die Erfassung durch Liefermengen im Geschäftsjahr.

Die Entwicklung des Roh- und Grundstoffbezugs der letzten 6 Jahre zeigt die nachfolgende Abb. 4.2.

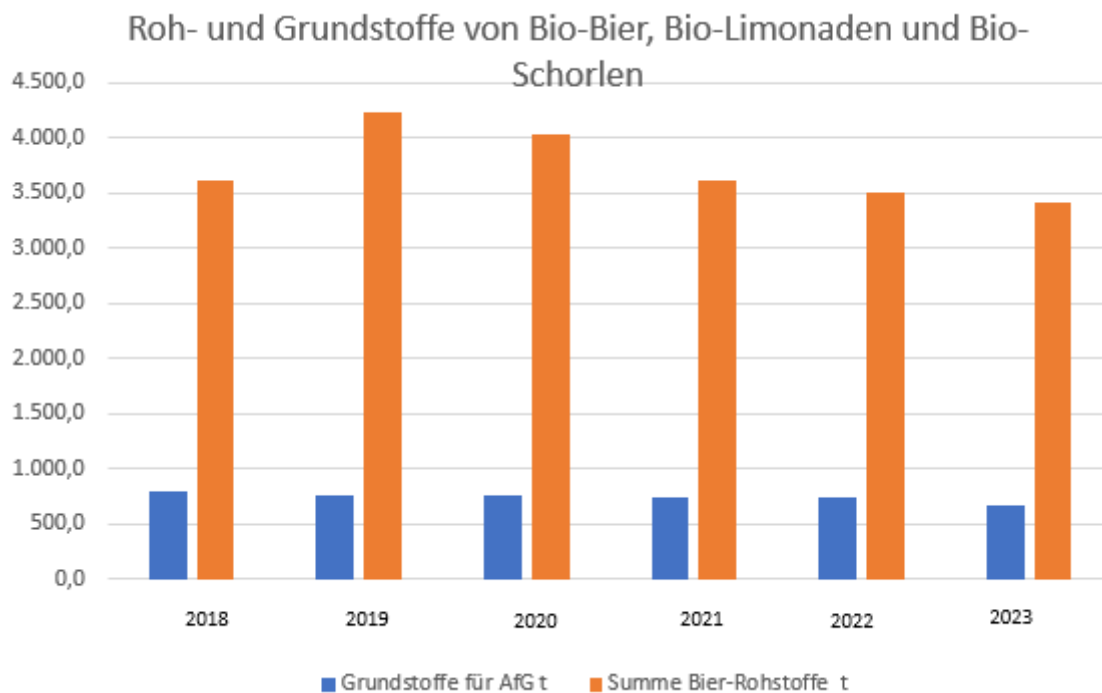


Abb. 4. 2: Entwicklung Roh- und Grundstoffe zur biologischen Getränkeherstellung.

Input Betriebs- und Hilfsstoffe

Unsere Regenwassernutzung haben wir aufgrund von Anlagenbedingter Nutzungsänderung eingestellt. Außer zum Gießen am Gelände (Kleinstmengen) haben wir aktuell keine Verwendung dafür.

Unser Brauchwasserverbrauch ist um knappe 22 % gesunken. Durch verschiedene Optimierungen in den Prozessen sowie im Betrieb der Abfülllinien 1 und 2 konnte sich der Wasserverbrauch insgesamt deutlich verringern (vgl. [Kap. 4.3.3](#)), was sich auch hier entsprechend positiv auswirkt.

Der Etikettenleimverbrauch hat sich im Jahr 2023 im Vergleich zu 2022 um 23% verringert, unter anderem, weil im Jahr 2022 auf einen qualitativ hochwertigeren Leim umgestellt wurde, der sich durch einen reduzierten Verbrauch pro Flasche auszeichnet. Auch der Etikettenverbrauch bei den Fässern und Umkartons konnte sich im Vergleich zum Vorjahr um ca. 31% reduzieren. Beides ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass durch den Absatzrückgang weniger verbraucht und auch nachgekauft worden ist. Zudem liefen im Jahr 2022 beide Abfüllanlagen teilweise über die Saison gleichzeitig, mittlerweile ist jeweils nur noch eine in Betrieb.

Die Menge eingekaufter Kisten und Flaschen, sowie verbrauchter Paletten hat sich etwa halbiert. Dies ist in beiden Bereichen im Wesentlichen auf den Rückgang im Gesamtabsatz zurückzuführen. Zusätzlich konnten 2023 Kosteneinsparpotentiale identifiziert werden. Die Marktpreise für Paletten sind extrem gestiegen, weshalb weniger davon eingekauft wurden. Daher wurden trotz minderwertiger Qualität deutlich mehr alte Paletten weitergenutzt.

Output Hauptprodukte

Auf der Output-Seite fallen im Vergleich zum Vorjahr die gesunkenen Mengen abgefüllter Hektoliter von insgesamt 243.645 hl auf, eine Entwicklung von - 6% im Vergleich zum Vorjahr. Dies ist insbesondere den insgesamt gesunkenen Absätzen in den Bio-Märkten sowie der Entwicklung des Kaufverhaltens hin zu konventionellen Märkten & Discountern geschuldet, die zusätzlich ihr Bio-Sortiment ausgebaut haben und mittlerweile sogar Verbandsware verkaufen und damit werben.

Johannes Ehrnsperger, Geschäftsführender Inhaber, zu dieser Situation:

„Fakt ist auch, dass viele Menschen hierzulande in herausfordernden Zeiten andere Prioritäten setzen als das andere Europäer tun.⁶ Das trifft auch den deutschen Bio-Markt, wo der jährliche Pro-Kopf Umsatz mit 184 Euro schon 2022 deutlich geringer war als bei unseren direkten Nachbarn Österreich mit 274 Euro, Dänemark mit 365 Euro oder der Schweiz mit 437 Euro: Bio-Gelegenheitskäufer hielten sich 2023 vermehrt zurück. Zugewinne abseits eines mittlerweile gefestigten Kerns an überzeugten Bio-Käufern waren auf dem deutschen Markt fast ausschließlich mit günstigerer Handelsware und im Discount zu erzielen.“⁷

Output Nebenprodukte

Bei den Nebenprodukten fällt auf, dass sich die Mengen an Verkaufsmalz sowie Sortiergetreide mehr als verdoppelt haben. Das Malz wird vornehmlich an eine regionale Brauerei mit Gastronomie geliefert. In den Vorjahren erklärt sich die geringere Verkaufsmenge durch Corona bedingte Schließungen dieser Gastronomie. Im Jahr 2023 hatten wir dafür zusätzlich einen größeren Abnehmer (andere Brauerei), die ca. 1/3 der Gesamtmenge bekam.

Beim Sortiergetreide wurde durch einen unserer Landwirte in 2023 eine recht große Menge von ca. 45 t abgenommen.

Output Abwasser

Das Abwasser hat sich im Vergleich zum Vorjahr um knappe 26% reduziert, was mit der verringerten Verbrauchsmenge des Gesamtwassers zusammenhängt (siehe oben und [Kap. 4.3.3](#)).

Output Emissionen

Die Schadstoff- und Treibhausgas-Emissionen aus dem Treibstoffverbrauch des Fuhrparks und der Wärmebereitstellung aus den Kesseln, werden seit 2012 mit regelmäßig aktuell angepassten Emissionsfaktoren bilanziert.

Die Luftschadstoffe inkl. der THG-Emissionen haben sich fast alle reduziert (einzige Ausnahme: NMVOC im Fuhrpark, siehe [Kap. 4.3.1](#)). Dies ist insbesondere auf Verbesserungen im Fuhrpark durch den Einsatz alternativer Antriebstechnologien wie E-Mobilität und Verbesserungen im Fahrverhalten zurückzuführen. Insgesamt führte dies zu einem deutlich verringerten Treibstoffverbrauch (- knapp 10% im Vergleich zum Vorjahr). Auch der Einsatz

⁶ Aus Pressemitteilung: Neumarkter Lammsbräu mit stabilem Umsatz und neuem In-House-Klimafonds Siehe hierzu u.a. das [jüngste Deloitte Consumer Survey](#), (abgerufen am 05.04.2024).

⁷ Siehe zum letzten Punkt den [Branchenreport 2024 des Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft \(BÖLW\), der auf S. 22f.](#) die aktuellsten vorliegenden Zahlen unserer europäischen Nachbarn ins Verhältnis setzt und auf S. 22f den Trend zur Handelsmarke eingeht; (abgerufen am 05.04.2024).

von Erdgas als Primärenergieträger wurde aufgrund des o.g. Absatzrückganges sowie effizienterer Nutzung in den Betriebsabläufen vermindert (vgl. [Kap. 4.3.1](#) und [4.3.2](#)).

Output Abfälle

Die Menge an Abfällen hat im Vergleich zum Vorjahr um 11,7% abgenommen (vgl. [Kap. 4.3.5](#)).

Auffällig ist die Verdopplung des Gewerbeabfalles. Im Gegensatz dazu nahmen die Abfälle zur Verwertung um 13,5 % und die Abfälle zur Kompostierung um 94% ab. Beim Gewerbeabfall lag es daran, dass die Nassetiketten von Anfang August 2023 bis Dezember 2023 als Gewerbeabfall entsorgt wurden, da sie leider keiner stofflichen Verwertung zugeführt werden konnten (Schließung der Papierfabrik in Plattling). Damit ist auch gleichzeitig die Abnahme der Abfälle zum Verwerten begründet.

Die große Abnahme der zu kompostierenden Abfälle ist damit zu erklären, dass wir bereits seit Juni 2022 auf Kieselgur als Filterhilfsmittel zur Filtration unserer Biere verzichten, wir setzen hier nun einen Mix aus Cellulose und Perliten ein.

Tab.4. 1: Input- und Outputbilanz mit Trendentwicklung (2018-2023).

	Input	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Einheit	Trend
1	Rohstoffe								
1.1	Trinkwasser	38.232	41.223	43.588	45.881	41.233	40.207	m ³	→
1.2	Gerste	3012	3.705	3.556	3.305	3.327	3.015	t	→
1.3	Weizen	536	490	416	244	132	366	t	↘
1.4	Dinkel	52	13	26	32	27	18	t	↘
1.5	Hopfen	20	35	31	31	15	11	t	↘
1.6	Limonadengrundstoffe	790	760	753	737	743	679	t	→
2	Betriebsstoffe								
2.1	Energie								
2.1.1	Strom	2.465.802	2.485.848	2.656.137	2.759.038	3.015.987 *	2.891.225	kWh	→
2.1.2	Wärme	8.695.500	8.817.491	9.167.543	9.538.811	9.770.103 *	8.679.394	kWh	→
2.2	Wasser								
2.2.1	Brauchwasser	77.679	81.899	85.482	83.508	91.994	72.198	m ³	→
2.2.2	Regenwasser	205	246	0	0	0	0	m ³	↓
2.3	Sonstige Betriebsstoffe								
2.3.1	Kühlmittel Glykol	8	4	1	1	1	0	t	↓
2.3.2	Schmierstoffe	3	6	6	8	8	8	t	↑
2.3.3	Filterhilfsmittel	25	35	34	28	25	25	t	→
2.3.4	Reinigungs- und Desinfektionsmittel	244	227	234	278	230	215	t	→
3	Hilfsstoffe								
3.1	Kohlensäure								
3.1.1	Kohlensäure-Eigen-gewinnung	91	93	98	68	53	50	t	↘
3.1.2	Kohlensäure-Einkauf	519	580	696	703	661	567	t	→
3.2	Verpackungen								
3.2.1	Kronkorken	48.980.410	47.127.210	64.900.580	64.460.360	55.719.840	52.409	Stk.	→
3.2.2	Schraubverschlüsse	5.316.570	7.034.400	4.830.400	4.801.940	6.559.530	6.655	Stk.	→
3.2.3	Neuglas	3.407	2.958	3.278	3.191	3.097**	1.534	t	↘
3.2.4	Etiketten-leim	15	18	20	20	20	16	t	→

3.2.5	Etikettengarnituren (Flaschen)	59.767	62.711	71.719	51.706	64.561	62.793	Tsd. Stk.	→
3.2.6	Etikettengarnituren (Fässer und Umkartons)	48.000	48.000	60.000	48.000	74.600	51.400	Stk.	→
3.2.7	Getränkekisten	261	239	313	266	228**	107	t	↘
3.2.8	Fässer	203	0	2	0	0	0	Stk.	↓
3.2.9	Paletten	9.645	10.525	14.328	10.295	8.240	4.112	Stk.	↘
3.2.10	Verpackungsmaterial (Palettenbinder, Stretchfolie)	3	3	3	6	6	5	t	↗
3.3	Labormaterialien								
3.3.1	Analyse-materialien	1	1	0	1	0	0	t	↘
3.4	Treibstoffe								
3.4.1	Pkw-/Lkw-Treibstoffe	104	108	84	80	82	74	t	↘
3.4.2	Gabelstaplergas	0	0	0	0	0	0	t	↓

	Output	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Einheit	Trend
1	Hauptprodukte								
	Bio-Biere, Bio-Limonaden und Bio-Mineralwasser	227.034	245.588	262.917	269.063	259.086	243.645	hl	→
2	Nebenprodukte								
2.1	Malz (Verkauf)	54	49	43	33	33	72	t	→
2.2	Hopfen (Verkauf)	200	200	140	25	140	140	kg	↘
2.3	Malzkeime	73	75	74	89	136	134	t	↑
2.4	Bio- <i>Treber</i>	3.415	3.660	4.078	3.937	3.709	3.593	t	→
2.5	Hefe (Verkauf)	2	3	2	4	2	2	t	↘
2.6	Sortiergetreide	92	38	42	11	32	71	t	↘
3	Abwasser	75.215	98.830	79.021	79.971	88.641	65.839	m ³	→
4	Emissionen (Betrieb + Fuhrpark) ^{a)}								
4.1	Wasserdampf	1.214	1.332	1.434	1.504	1.326	1.303	t	→
4.2	Staub/Ruß/Partikel	20	16	13	6	73***	102	kg	↓
4.3	CO	925	874	812	852	889***	773	kg	→
4.4	CO ₂ e	2.119	2.171	2.218	2.313	2.298***	2.086	t	→
4.5	SO ₂	20	22	19	25	17***	17	kg	→
4.6	NO _x	2.292	1.946	1.744	1.656	1.557***	1.391	kg	↘
4.7	NMVOG	68	56	49	49	53***	55	kg	→
5	Abfälle								
5.1	Abfälle zur Verwertung ^c	(7,9) ^b 497	(32,2) ^b 564	(38,1) ^b 550	568	(6,6) ^b 600	(6,2) ^b 519	t	→
5.2	Abfälle zur Kompostierung (Kieselgur, Mälzereistaub)	96	99	124	112	42	3	t	↘
5.3	Hausmüll-ähnlicher Gewerbeabfall (Restmüll)	44	44	41	55	40	84	t	↗
5.4	Gefährliche Abfälle (Spüllauge, Laborchemikalien, Altöl, Asphaltaufruch etc.)	7	4	2	4	5	1	t	↘

a) Die Emissionswerte setzen sich zusammen aus den Emissionen der Feuerungsanlagen, den Fuhrparkemissionen (Lkw+Pkw), 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. Bilanzierung mit aktualisierten Emissionsfaktoren, u.a. veröffentlicht durch das UBA (Emissionsbilanz erneuerbarer Energieträger, 2018), GEMIS 4.9 sowie dem UBA Emissionsberechnungsmodell TREMOD-MM 5.51 (2024) für Stapler und TREMOD 6.51 (01/2024) für Pkw & Lkw (Daten aus 2022).

b) zusätzlich angefallen durch Abbrucharbeiten sowie Instandsetzungsmaßnahmen der Brauerei am Standort. Werte ohne () sind die regulär angefallenen Abfallmengen.

c) Wert hier ohne Treber. Dieser wird an Pos. 2.4 dargestellt.

* rückwirkend auf Basis von Abrechnungen angepasst. Zum Zeitpunkt der Vorjahres-Berichtfertigstellung lagen noch nicht alle Daten vor, es wurde mit Schätzwerten gearbeitet. Die tatsächlichen Verbräuche lagen höher als die Schätzungen, weswegen sich Strom- und Wärmeverbrauchswerte absolut erhöht haben.

** rückwirkend korrigiert und wieder auf reine Einkaufsmengen umgestellt, da Mehrweg dem Pfandsystem zugeführt wird und kein echter Verbrauch berechenbar ist. Beim Neuglas liegt die Einkaufsmenge höher, bei den Kästen niedriger als zuvor.

***aufgrund der Anpassungen der Energiedaten (sh. *) haben sich auch die Luftschadstoffe und CO₂e verändert und wurden nachkorrigiert. Da die echten Erdgasverbrauchswerte real höher lagen als die vorherigen Schätzungen haben sich auch die Mengen der absoluten Luftschadstoffe zum Teil erhöht.

hl = Hektoliter (100 Liter)

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

4.2 Kontinuierliche Verbesserung in der 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 [Kap. 1.3.1](#)). 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 [Kap. 4.3.1](#) bis [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 (z.B.: Berechnung der CO₂-Äquivalente mit Umrechnungsfaktoren). Dadurch wird der eigene Beitrag zu den Umweltauswirkungen, in diesem Fall konkret zum Klimawandels, 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., in der Umweltausschuss-Sitzung, diskutiert und, wenn möglich werden sofort Korrekturmaßnahmen eingeleitet - in enger Abstimmung mit der Geschäftsleitung.

Mittlerweile wurde bspw. die Genauigkeit in der Auswertung der Energiekennzahlen stark verbessert. Um Veränderungen, Abweichungen sowie Trends noch genauer nachvollziehen zu können, wurden weitere Zähler installiert, die uns dabei helfen, prozess- und produktbezogene Verbräuche spezifischer auszuwerten (siehe [Kap. 4.3.2](#)).

Um zusätzlich kontinuierliche Verbesserungen zu generieren, können Mitarbeitende Verbesserungsvorschläge einbringen, die nach Prüfung und Bewertung durch die Führungskräfte bei positivem Aufwand-Nutzen-Verhältnis, im jeweiligen Prozessbereich umgesetzt werden. Auch interne Audits werden in der Neumarkter Lammsbräu genutzt, um den Status quo zu verbessern (siehe [Kap. 1.3.1](#)).

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

Der gesamte Produktionsprozess ist [auf unserer Webseite beschrieben](#).

4.3 Umweltrelevante Auswirkungen unserer Produktionsweise

Als nachhaltig ausgerichteter Betrieb leben wir den betrieblichen Umweltschutz bereits seit Mitte der 90er Jahre als freiwillige Selbstverpflichtung (ISO 14001 / EMAS). Unsere 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 Kernindikatoren im vorliegenden Kapitel 4.3 dargestellt. Sie sind teilweise um GRI-Indikatoren erweitert. Dabei spielt nicht nur der Unternehmensstandort allein, sondern zum Teil auch die gesamte Wertschöpfungskette eine Rolle, wie bspw. im Bereich Klimaschutz (siehe Kap. 4.3.1).

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 definierten 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.



Verringerung von Umweltauswirkungen in den vorgelagerten Rohstoffliefernetzwerken

Durch den 100%igen, zertifiziert ökologischen Anbau der Rohstoffe unserer Bio-Biere und Bio-Limonaden können negative Umweltauswirkungen wie CO₂e-Emissionen & Verringerung von Artenvielfalt bereits beim Anbau vermieden und sogar positive Auswirkungen durch Trinkwasser- und Bodenschutz gefördert werden. Vom Verzicht auf Pestizide und gentechnisch veränderte Organismen (GVO) profitiert nicht nur die Natur, sondern auch die menschliche Gesundheit.

Wir setzen daher bei all unseren Hauptrohstoffen auf Verbandszertifizierung (Bioland, Naturland, u.a.), um so auch die indirekten Umweltaspekte unseres Wirtschaftens zu berücksichtigen. Durch die strengen Vorgaben an nachhaltigen Landbau, die durch die ökologischen Anbauverbänden kontrolliert werden, können wir auch in der uns vorgelagerten Wertschöpfungskette Verantwortung für Mensch und Umwelt übernehmen (siehe hierzu [Kap. 5](#)).

Darüber hinaus ermitteln wir gezielt unsere Umwelteinwirkungen und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Umwelt. Hervorzuheben ist an dieser Stelle der umfangreiche CO₂e-Fußabdruck, der sowohl unseren Standort als auch die Rohstofflieferketten in den Berechnungen berücksichtigt (vgl. [Kap. 4.3.1](#) und [5.1.2](#)). Die CO₂e werden dadurch vom Anbau bis zur abgefüllten Flasche umfassend und detailliert betrachtet.

Umstellung auf optimale Produktionsprozesse: Nachhaltigere Filtration durch Cellulose und Perlite

Auch im Bereich der eingesetzten Betriebsstoffe setzen wir konsequent auf die kontinuierliche Verbesserung unserer Umwelleistung. Das jüngste Beispiel betrifft unsere Filterhilfsmittel: Anstelle von branchenüblich eingesetzter Kieselgur haben wir in der ersten Jahreshälfte 2022 begonnen, unsere Bio-Biere mittels eines Mix aus Cellulose und Perliten zu filtrieren.

Dieser Umstieg ermöglicht Effizienzsteigerungen durch verbesserte Filterstandzeiten, die zu einem reduzierten Einsatz von Reinigungs- und Desinfektionsmitteln, Energie und Wasser führen. Ein weiterer ökologischer Vorteil betrifft die Ressourcenverfügbarkeit: Kieselgur ist ein endlicher Rohstoff aus den Schalen fossiler Kieselalgen, wohingegen sich sowohl Cellulose (Herkunft: Holz) als auch Perlite (Herkunft: Vulkanglas) in deutlich kürzeren zeitlichen Abständen erneuern und somit dem Problem der Ressourcenknappheit vorbeugen. Nicht zuletzt ist der Einsatz von Cellulose und Perliten auch aus gesundheitlicher Sicht zu bevorzugen, da dadurch eine potenzielle Gesundheitsgefährdung für die Mitarbeiter:innen im Umgang mit lungengängigem Kieselgurstaub vermieden wird.

4.3.1 Dem Klimawandel begegnen und Emissionen reduzieren

Emissionen zählen zu den wesentlichen Umweltauswirkungen, die mit unserer Geschäftstätigkeit verbunden sind. Dazu gehören Treibhausgase genauso wie andere Luftschadstoffe, die bei der Produktion und durch den Fuhrpark entstehen.

4.3.1.1 CO₂e Emissionen

Das Thema Klimaschutz hat in den letzten Jahren, spätestens aber seit dem Pariser Klimaschutzabkommen extrem an Aktualität und Bedeutung gewonnen. Durch Bewegungen wie „Fridays for Future“ und politische Initiativen wie dem Green Deal, aber auch durch übergeordnete gesellschaftspolitische Leitplanken wie den SDGs und wissenschaftsbasierten Zielvorgaben (Science Based Targets - SBTs) oder die Einführung der CO₂-Bepreisung durch das Klimaschutzgesetz wird dies deutlich. Wir haben uns deswegen mit Blick auf das Erreichen der Ziele des Pariser Klimaabkommens entschieden, unsere bisherige Klimastrategie neu auszurichten. Dabei orientieren wir uns an den SBTs und den Klimazielen der Bundesregierung, um dem Klimawandel aktiv entgegenzuwirken.

Schon gewusst?

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, Böden und Artenvielfalt sowie unser Trinkwasser unmittelbare positive Effekte (siehe Kap. 5.1.3).

Durch den 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.⁸ Die Förderung des Humusaufbaus durch den Ökolandbau stellt somit eine wichtige Klimaschutzmaßnahme in Form einer Treibhausgassenke dar.

Die ökologische Bewirtschaftung der Böden sowie gezielte Projekte mit den Landwirt:innen der eigenen Erzeugergemeinschaft (z.B. Umsetzung von Kulturlandplänen und Humuskooperationen) führen zu einer Erhöhung des Humusanteils. Dadurch wird Kohlenstoff gebunden und zusätzlich die Bodeneigenschaften hinsichtlich Nährstoffverfügbarkeit und Wasserhaltekapazität verbessert.

Durch den ökologischen Anbau der Rohstoffe all unserer Bio-Produkte vermeiden wir somit CO₂e-Emissionen. Natürlich fallen aber bei landwirtschaftlichen Ernteprozessen (z.B. Bodenbearbeitung) sowie den Getreidetransporten Emissionen an, genauso wie bei den Herstellungsprozessen entlang der vorgelagerten Kette und an unserem Standort selbst (vor allem bei energieintensiven Bier-Produktionsprozessen). Mit jeder Tonne CO₂e werden somit globale Klimaauswirkungen wie bspw. Verlust & Verschiebung von Artenvielfalt, Erreichen von Kipppunkten, verstärkte & häufigere Naturkatastrophen mit verheerenden Folgen für Sozialsysteme durch Klimaflüchtlinge etc. begünstigt⁹. Um genauer zu verstehen, an welcher

⁸[Umweltbundesamt. \(2024\). Atmosphärische Treibhausgas-Konzentrationen.](#) (abgerufen am 10.06.2024).

⁹[Schellnhuber 2019 nach PIK und Lenton et al. 2008, Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung.](#) Journal nature: [Climate tipping points – too risky to bet against.](#) Bundeszentrale für politische Bildung (aufgerufen am 10.6.2024)

Stelle welche Emissionen in welchen Mengen anfallen und wo somit große Emissions-Hotspots liegen, haben wir erstmalig für das Basis-Jahr 2012 einen gesamtunternehmerischen CO₂-Fußabdruck (Corporate Carbon Footprint - CCF) nach dem Greenhouse Gas Protocol-Standard und der ISO Norm 14064 erstellt und auf dieser Grundlage eine Klimastrategie erarbeitet, die wir seither kontinuierlich weiterentwickeln und mit der wir durch dahinter stehenden Maßnahmen den o.g. negativen Auswirkungen Einhalt gebieten wollen. Mit unserer Klimastrategie 2.0 haben wir uns mit Basisjahr 2020 (Scope 1 und 2) wissenschaftsbasiert und richtungsweisend aufgestellt.

4.3.1.1.1 Klimastrategie 2.0 - wissenschaftsbasiert und richtungsweisend

„Umwelt- und Klimaschutz sind seit über 40 Jahren zentrale Bestandteile unseres ganzheitlichen und ökologischen Unternehmenskonzepts. Dabei setzen wir uns zum einen das Ziel, die Dekarbonisierung im eigenen Betrieb durch Substitutions- und Reduktionsmaßnahmen aktiv voranzutreiben. Zum anderen tragen wir durch die intensive Förderung des ökologischen Landbaus dazu bei, dass CO₂ wieder im Boden gebunden wird.“

Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsleiter der Neumarkter Lammsbräu



Unsere Klimastrategie gibt es online [auf unserer Homepage in Kürze](#) zusammengefasst, sowie im Video [direkt von Johannes Ehrnsperger erklärt](#).

Klimastrategie 2.0 im Kontext unserer Unternehmensvision

Langfristiges Denken und Handeln bildet das Fundament der Neumarkter Lammsbräu. Bereits seit 1977 setzen wir als familiengeführtes Unternehmen auf konsequenten Natur- und Umweltschutz. In den Jahren 2019 und 2020 haben wir unsere unternehmerische Verantwortung im Rahmen der Weiterentwicklung unseres Unternehmensleitbildes konkretisiert: Das Zielbild für unser Wirtschaften bildet seither unsere Vision einer enkeltauglichen Welt. Unsere Geschäftstätigkeit soll somit einen Beitrag dazu leisten, dass - frei nach dem Brundtland Report (United Nations 1987) - die heutige Generation ihre Bedürfnisse befriedigen kann, ohne zu riskieren, dass dies zukünftigen Generationen nicht mehr möglich sein könnte. Diese Vision einer generationengerechten Lebens- und Wirtschaftsweise ist Teil der Philosophie der Neumarkter Lammsbräu - und angesichts des voranschreitenden Klimawandels akut gefährdet. Die Vision konkret: Wir leben und arbeiten in einer enkeltauglichen Welt. 100% ökologischer Landbau ist der Standard. Die Menschen genießen in einer intakten Natur, im harmonischen Miteinander das Leben. Um eine intakte Natur zu erhalten, müssen die Auswirkungen des Klimawandels gestoppt werden (vgl. [Kap. 1.2.1](#)). Mit unserer Klimastrategie und den dahinterstehenden Maßnahmen werden wir unserer Verantwortung gerecht und leisten wir einen Beitrag dazu.

Als erster mittelständischer Lebensmittelhersteller in Deutschland sind wir deswegen Anfang 2022 der Science Based Targets Initiative (SBTi) beigetreten (SBTi 2022). Dabei hat die Initiative bestätigt, dass unsere Klimaziele die Erfordernisse zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 °C erfüllen.

Konkret bedeutet das: Im Zeitraum von 2020 (Basisjahr) bis 2030 (Mittelfrist-Zieljahr) wollen wir die absoluten Treibhausgasemissionen in unserem direkten Einflussbereich (Scope 1 und 2) um 42% reduzieren. Außerdem verpflichten wir uns dazu, die Emissionen entlang unseres Wertschöpfungsnetzes (Scope 3) zu messen und zu reduzieren. Im Scope 3 ist das aktuell nach GHG Protocol aufbereitete Basisjahr unserer CO₂e 2021. Im Zuge der Überarbeitung unserer Klimastrategie 2.0 haben sich die oben genannten Basisjahre ergeben. 2020 für Scope 1 und 2 war ein wählbares Jahr, um an der SBTi teilzunehmen, zusätzlich kann daran eine Dekade sehr gut gemessen werden (2020 bis 2030). Der Scope 3-Bereich wurde komplett neu strukturiert und aufgebaut, das Ergebnis konnte sich für das Jahr 2021 sehen lassen und ist seitdem vergleichbar mit den Folgejahren.

Die SBTi berücksichtigt ausschließlich Maßnahmen, die zu einer Vermeidung oder Reduktion von Treibhausgasemissionen beitragen: Klimaschutzprojekte zur Kompensation von CO₂e - Emissionen können nicht angerechnet werden.

Kooperation zur Klimastrategie 2.0

Hinter unserem Bekenntnis zum 1,5 °C-Ziel steht eine umfassende Strategieentwicklung im Rahmen des Vorreiterprojektes „Wege zum klimaneutralen Unternehmen“. Gemeinsam mit den Klimaschutzunternehmen e.V. und dem Fachgebiet Umweltgerechte Produkte und Prozesse der Universität Kassel haben wir 2021-2023 an unserer klimastrategischen Neuausrichtung gearbeitet. Projektinhalt war neben einer umfassenden Analyse von Reduktionspotenzialen an unserem Unternehmensstandort auch der Blick auf die Treibhausgasemissionen entlang unserer Wertschöpfungskette. Im Fokus dabei stand immer die Bewertung des CO₂e-Einsparpotenzials sowie damit verbundenen Kosten (THG-Vermeidungskosten), die uns durch die Uni Kassel immer wieder vor Augen geführt wurden und als eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für die dann final abgeleiteten Maßnahmen dienten. Diese werden 2025 in Umsetzung gehen, anschließend wird eine Wirksamkeitsbewertung vorgenommen, sowohl intern durch unser aktuell gehaltenes Soll-Ist-Tool als auch bei Bedarf seitens externer Partner.

Umsetzung Klimamanagement im Unternehmen

Nach dem erfolgreichen Projekt in Zusammenarbeit mit der Universität Kassel und den Klimaschutzunternehmen e.V. haben wir begonnen, dem Klimathema im Unternehmen einen Rahmen zu geben. Ein strukturiertes Klimamanagement zur internen Maßnahmenüberwachung hinsichtlich Wirksamkeit (sh. Soll-Ist-Tool) wurde daher intern eingeführt, aufbauend auf einem seit mehr als 25 Jahren bestehenden Umweltmanagementsystem nach EMAS und ISO 14001. Die Schritte zu Datenerfassungen basieren auf dem GHG Protocol.

Klimamanagement geschieht im Teamwork!

Mit im Team: Kolleg:innen aus dem Nachhaltigkeitsmanagement, der Logistik, der Instandhaltung & Energie, der kaufmännischen Verwaltung und der Produktion.

Gemeinsam besprechen wir in regelmäßigen Treffen die Maßnahmen, die klimastrategische Entwicklung, Rechtsthemen sowie den Klimafonds.



Abb. 4. 3: Internes Klimamanagement im Team. Vertreter:innen der Unternehmensbereiche v.o.l.n.u.r: Thomas Plank, Leitung Instandhaltung & Energie; Stefan Pecher, Leitung Finanz-Controlling; Christian Wesendahl, Leitung kaufmännische Verwaltung; Günther Membarth, Leitung Logistik; Johannes Ehrnsperger, Inhaber & Geschäftsleitung; Silvia Wittl, Umwelt- und Klimamanagement. Nicht in Bild: Florian Schönwetter, Leitung Produktion.

Mit unserem Energiemanager wurde bereits 2019 eine wichtige personelle Ressource geschaffen, um Maßnahmen im Bereich der Wärme- und Kälteenergieversorgung anzugehen, ebenso hat uns ab 2021 ein Trainee (FiBL-Traineeprogramm „Ökologische Land- und Lebensmittelwirtschaft“) für 2 Jahre auf operativer Ebene in der optimierten Erfassung und Visualisierung unserer Emissionen unterstützt.

4.3.1.1.2 Unser CO₂e-Unternehmensfußabdruck (Corporate Carbon Footprint) als Basis

Die Grundlage für wirksame Klimaschutzmaßnahmen bildet eine fundierte Erhebung der Treibhausgasemissionen (Messgröße: CO₂-Äquivalente), die mit der eigenen Geschäftstätigkeit verbunden sind. Methodisch richten wir uns dabei nach den weltweit anerkannten Standards des Greenhouse Gas (GHG) Protocols.

Dies schließt mit ein, dass wir unsere Systemgrenzen mithilfe sogenannten Scopes definieren: In Scope 1 werden die produktionsbezogenen THG-Emissionen erfasst, die direkt im Unternehmen anfallen. Scope 2 umfasst alle indirekten THG-Emissionen, die für die Herstellung eingekaufter Elektrizität anfallen (WRI & WBCSD 2004). Scope 3 beinhaltet alle übrigen indirekten THG-Emissionen, die mit der Unternehmenstätigkeit in Zusammenhang stehen und berücksichtigt dabei sowohl vor- als auch nachgelagerte Bereiche des Wertschöpfungsprozesses entlang der Liefernetzwerke (siehe Kap. 5). Dieser Bereich ist laut GHG Protocol wiederum in 15 Unterkategorien aufgeteilt (WRI & WBCSD 2013). Entsprechend den Anforderungen des GHG Protocol Corporate Standards orientieren wir uns an folgenden

Grundprinzipien bei der Erstellung unserer Klimabilanz: Relevanz, Vollständigkeit, Konsistenz, Transparenz, Genauigkeit.

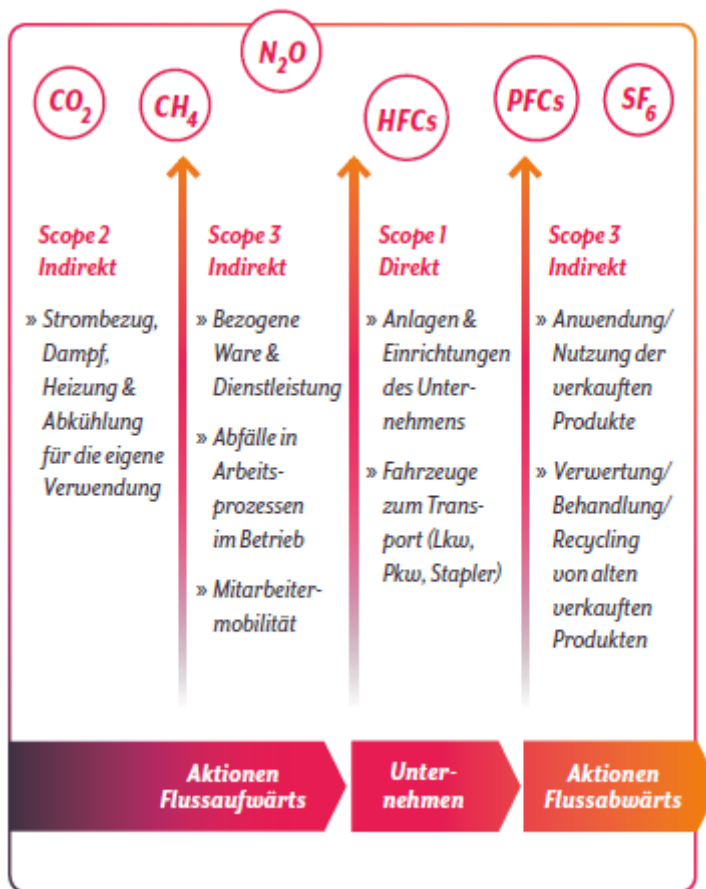


Abb. 4. 4: Unsere CO₂-Äquivalente Scope 1 bis 3.

Nachfolgend werden die ermittelten Scopes 1 und 2 dargestellt, Scope 3 mit HotSpots in der vorgelagerten Lieferkette findet sich in Kapitel 5.

Scopes 1 und 2

Nach dem Prinzip der Vollständigkeit erfassen wir alle CO₂e-Emissionen, die in Scope 1 und 2 anfallen. In unserem Fall handelt es sich hierbei um Emissionen aus den folgenden Quellen: Betriebliche Feuerungsanlagen zur Herstellung von Wärme und Strom, Verbrauch von Kraftstoffen im Fuhrpark (insb. Pkw, Lkw, Stapler), Leckagen von Kältemitteln sowie Emissionen aus eingekauftem Strom.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die entsprechend anfallenden CO₂e.

Tab.4. 2: Bilanzierung der Treibhausgasemissionen durch die Aktivitäten der Neumarkter Lammsbräu (Scope 1 und 2)^{a)}

	2020	2021	2022 ^{b)}	2023	Einheit
Scope 1**					
CO ₂ e aus betrieblichen Feuerungsanlagen	2.009	2.109,3	2.100	1.907	t
CO ₂ e Fuhrpark*	215	203,7	194,0	179	t
- davon Diesel, inkl. Adblue	203,5	170,8	153	130	t
- davon Benzin	2,7	9,9	18	30	t
- davon Erdgas	8,3	22,8	23	19	t
- davon Propan	0,1	0,1	0	0	t
CO ₂ e Kältemittelbedingte Emissionen	9	0	4	0	t
Gesamt CO ₂ e Scope 1	2.233	2.313	2.299	2.086	t
Scope 2**					
CO ₂ e aus Strombezug	10	1	1	1	t
Gesamt CO ₂ e Scope 2	10	1	1	1	t
Gesamt CO₂e Scope 1 und 2 (absolut)	2.243	2.314	2.299	2.087	t
Gesamt CO ₂ e Scope 1 und 2 (pro hl FG)	8,5	8,6	8,9	8,6	kg / hl FG
Gesamt CO ₂ e Scope 1 und 2 (pro MA)	15,0	14,7	13,7	14,9	t / MA

Die jeweiligen Emissions- und Umrechnungsfaktoren sowie Angaben zum GWP werden im Anhang erläutert (vgl. THG-Emissionen, CO₂e-Fußabdruck - Berechnungen). Gewählt wurde die operative Kontrolle als Konsolidierungsansatz.

hl FG = Hektoliter Fertiggetränk, MA = Mitarbeitende (Als Bezugsgröße wurde die Gesamtzahl der Mitarbeitenden zum 31.12. der jeweiligen Jahre gewählt)

a) Die Klimabilanz berücksichtigt sowohl den Hauptstandort als auch den Logistik Center Blomenhof. Zusätzlich zu den in Tab. 4.3 dargestellten Emissionen werden weitere Emissionen aus dem Scope 3 erfasst.

b) Im Jahr 2022 wurden 2 Werte rückwirkend korrigiert: Zum einen wurden die kWh zur CO₂e Berechnung aus den Feuerungsanlagen zum Zeitpunkt der 2022er Berichtveröffentlichung abgeschätzt, die korrekten Abrechnungsdaten kamen erst später. Zum anderen wurde die Anzahl der Mitarbeitenden korrigiert. Dadurch haben sich insgesamt die Scope 1 Emissionen sowie die Scope 1 bezogenen Kennzahlen verändert. Die Gesamtemissionen in Scope 1 haben sich erhöht, was einen größeren CO₂e Fußabdruck zu Folge hat. Der Indikator CO₂e / hl hat sich dadurch um 0,1 erhöht. Der CO₂e Indikator pro Mitarbeiter:in hat sich verbessert, da die Mitarbeitenden Anzahl im Jahr 2022 nicht korrekt war. Dadurch ergibt sich nach Aktualisierung eine Verbesserung des Indikators.

* Darunter fällt: Lkw, Pkw, Stapler, sonstige (Rasenmäher, Leihautos etc.)

** Scope 1: Die Berechnungen für die Scope 1-Emissionen erfolgen ohne Einbeziehung von Vorstufen für die Energiebereitstellung, Heizöl und Treibstoffen sowie der damit verbundenen Transportwege.

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), dargestellt in der Tabelle ist der Market-Based-Ansatz. Gemäß Location-Based-Ansatz sind 560 t CO₂e angefallen. Beide Ansätze sind nach Greenhouse Gas Protocol gefordert.

Die Daten zeigen deutlich, dass unser Hotspot im Bereich der betrieblichen Feuerungsanlagen, also der Verbrennung von Erdgas, liegt (ca. 91%). Hier liegt somit auch unser wichtigster Ansatzpunkt auf dem Weg zu unserem 1,5 °C-konformen Klimaziel.

Insgesamt sind die Scope-1-Emissionen im Vorjahresvergleich um 9,2% gesunken. Dies ist auf einen geringeren Gesamt-Erdgasverbrauch im Jahr 2023 zurückzuführen.

CO₂e-Emissionen aus **Energie**: Im Jahr 2023 verzeichneten wir einen Rückgang von rund 15.500 abgefüllten Hektolitern, somit verbrauchten wir dadurch weniger Gesamt-

Prozesswärmeenergie und damit verbundenem Einsatz von Primärenergieträgern. Außerdem konnten wir Verbesserungen durch Effizienz erzielen.

In Höhe unserer durch die Verbrennung von Erdgas ausgestoßenen CO₂e wurde seitens unseres Anbieters (Tarif: Öko-Gas) in zertifizierte weltweite Klimaschutzprojekte investiert, die nachweislich zur Emissionsreduktion und gleichzeitig zur nachhaltigen Entwicklung vor Ort beitragen.

Ebenso sind die CO₂e-Emissionen des gesamten Fuhrparks gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 8% gesunken. Zusammen wurde im Fuhrpark (Lkw & Pkw) ca. 15% weniger Diesel-Kraftstoff verbraucht und die Menge an eingesetztem Erdgas als Treibstoff sank um 17%.

Lkw-Fuhrpark: Den CO₂e-Ausstoß im Bereich Lkw-Fuhrpark konnten wir trotz weiterer Fahrten im Vergleich zum Vorjahr konstant halten. Die Anzahl der belieferten Kund:innen hat sich fast nicht verändert, es hat sich jedoch die ausgelieferte Menge je Kund:in reduziert. Für 2024 ist eine Projektierung eines E-Lkw geplant.

Pkw-Fuhrpark: Der Pkw-Fuhrpark wurde um 2 Diesel-Fahrzeuge verkleinert. Mit 8 von insgesamt 26 Pkws und 21 aktiven Dienstfahrzeugen haben wir auf Letzteres bezogen bereits knappe 40% elektrifiziert (Stand 31.12.2023). Für das Jahr 2024 sind 8 weitere E-Pkws geplant (sh. Kapitel 6, Ziele). Zu den 4 bereits vorhandenen Hybrid-Fahrzeugen wurde ein weiteres angeschafft (Treibstoffe: Ökostrom und Benzin). Insgesamt stieg bei in etwa gleich gebliebenen gefahrenen Kilometern (ohne E Pkws), mit Abnahme der anderen Treibstoffe und dem weiteren Hybrid-Fahrzeug der Benzinverbrauch deutlich um mehr als das Doppelte als im Vorjahr an. Die Menge der geladenen kWh mit überwiegend Ökostrom (durch Wallboxen zu Hause - Förderung bei privater Umstellung auf Ökostromtarif- sowie Ökostrom Ladesäulen am Standort der Firma) für Elektro- und Hybrid-Fahrzeuge lag im Jahr 2023 bei 37.435 kWh. Durch den erhöhten Anteil an E-Pkws und Verbesserungen im Fahrverhalten (Diesel-Fahrzeuge: statt 6 L/ 100 km nur noch 5,3 L/ 100 km) konnte der CO₂e-Anteil im Vergleich zum Vorjahr um 12 t verringert werden (-13%).



Abb. 4. 5: Vertriebsmitarbeiterin Nadine Schroff mit ihrem E-Pkw.

Im Jahr 2023 sind keine kältemittelbedingte CO₂e-Emissionen angefallen.

Unsere CO₂e-Emissionen im Bereich Scope 2 (Ansatz: market-based) haben sich mit ca. 1 t im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert (siehe Tab. 4.2). Ein geringer Anteil des Stroms wird durch eine Wärmepumpe verbraucht, die nicht mit Ökostrom betrieben wird, aber zeitnah durch eigenen PV-Strom substituiert werden soll. Der Rest des Unternehmens wird bereits mit Ökostrom versorgt, der Hauptstandort sogar bereits seit 2011, das Logistik Center Blomenhof seit 2021.

Wie die vorliegenden Auswertungen zeigen, konnten in 2023 neben der Reduktion absoluter Mengen an CO₂e auch Verbesserungen beim Ausstoß an Treibhausgas-Emissionen je Hektoliter erzeugtem Produkt erzielt werden. Mit 8,6 kg CO₂e/hl Fertiggetränk konnten wir unser Ziel genau erreichen. Weitere Maßnahmen sind in Planung (siehe [Kap. 6, Ziele](#)).

Mit Blick auf die SBTi-Zielvorgabe haben wir seit dem Basisjahr 2020 bis 2023 7% absolute Reduktion bereits erreicht. Wir liegen damit aktuell noch mit etwa 127 t CO₂e über den SBTi-Vorgaben, konnten aber auch noch nicht die essenziellen Maßnahmen im Bereich Energie Effizienz und Energieträger Substitution in Umsetzung bringen. Aktuell befinden wir uns in der Vorplanungsphase, um alle Maßnahmen in den Folgejahren in die Wege zu leiten und damit die SBTi-Vorgaben unter den aktuell angenommenen Rahmenbedingungen (wie bspw. auch Absatz-Prognosen) dann zu erfüllen (Stand 03/2024).

In den vergangenen Jahren konnte bereits eine Vielzahl von Maßnahmen umgesetzt werden, die einen Beitrag zur CO₂e-Reduktion geleistet haben. 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“). Weitere bereits umgesetzte Maßnahmen sind Folgende:

Meilenstein Wärmeenergieversorgung: Modernisierung Mälzerei

Im Jahr 2021 wurde die Mälzerei modernisiert. Hier konnten enorme Wärmeenergieeinsparungen von ca. 20 % in 2022 (vgl. mit 2021) aufgrund der höheren Energieeffizienz der neuen Anlagen (v.a. der Darre durch neues Heizregister und Darrluftventilator) sowie einer höheren Auslastung der Darr- Chargen erreicht werden.



Abb. 4. 6: Darre der Mälzerei

Meilenstein in der Eigenstromerzeugung: Installation einer PV Anlage

Es konnten 2023 durch die Ausstattung eines Hallendaches (Fläche: 850 m²) mit einer Photovoltaik-Anlage (Leistung von 125 kWp und einer jährlichen Stromproduktion von ca. 120.000 kWh) ein weiterer wichtiger Schritt Richtung Eigenstromerzeugung gegangen werden.



Abb. 4. 7: PV-Anlage auf dem Dach der Mälzerei.

Auch im Fuhrparkbetrieb gibt es wie so oft zwei Hebel für den Klimaschutz - den Menschen und die Maschine. Daran arbeiten wir:

- Elektromobilität als alternative Antriebstechnologie für KFZ: mittlerweile 8 E-Pkws (+Bezuschussung Einbau Wallboxen bei Ökostrom Tarif) & 5 Ladesäulen am Standort
- Wir setzen auf E-Stapler statt Diesel
- allgemeine Tourenoptimierung

Nächste Schritte: Maßnahmen in Scopes 1 und 2

Mittels einer Kombination aus Energieeffizienz- und Substitutionsmaßnahmen wollen wir bis 2030 unser Klimaziel erreichen. Wie beschrieben, liegt der größte Hebel zur CO₂e-Reduktion im Bereich der Wärmeenergieerzeugung aus Erdgas. Somit ist dies auch der Fokus unseres Fahrplans, welchen wir im Projekt Klimastrategie 2.0 erarbeitet haben.

Bei der oben beschriebenen Potentialanalyse des Standortes wurden unter Berücksichtigung ökonomischer Aspekte verschiedene Maßnahmen zur CO₂e-Reduktion bis 2030 überprüft (z.B. Solarthermie, Holzhackschnitzel, E-Pkws, Effizientere neue Anlagen usw.). Dabei hat die Verfügbarkeit von Fördermitteln sowie die CO₂e-Hebelwirkung von einzelnen Maßnahmen den Entscheidungsprozess maßgeblich beeinflusst. Für die Umsetzung werden neben politischen Weichenstellungen und etwaigen Fördermittelmöglichkeiten immer die CO₂e Vermeidungskosten sowie die wirtschaftliche Lage unseres Unternehmens entscheidungsrelevant sein. Der daraus entstandene Maßnahmenplan sieht nun einerseits Energieeinsparungen durch effizientere Technologien, sowie andererseits die verstärkte Einbindung erneuerbarer Energieträger in unsere Energieversorgung vor. Unseren aktuell geplanten Weg zeigt die nachfolgende Abbildung 4.8.

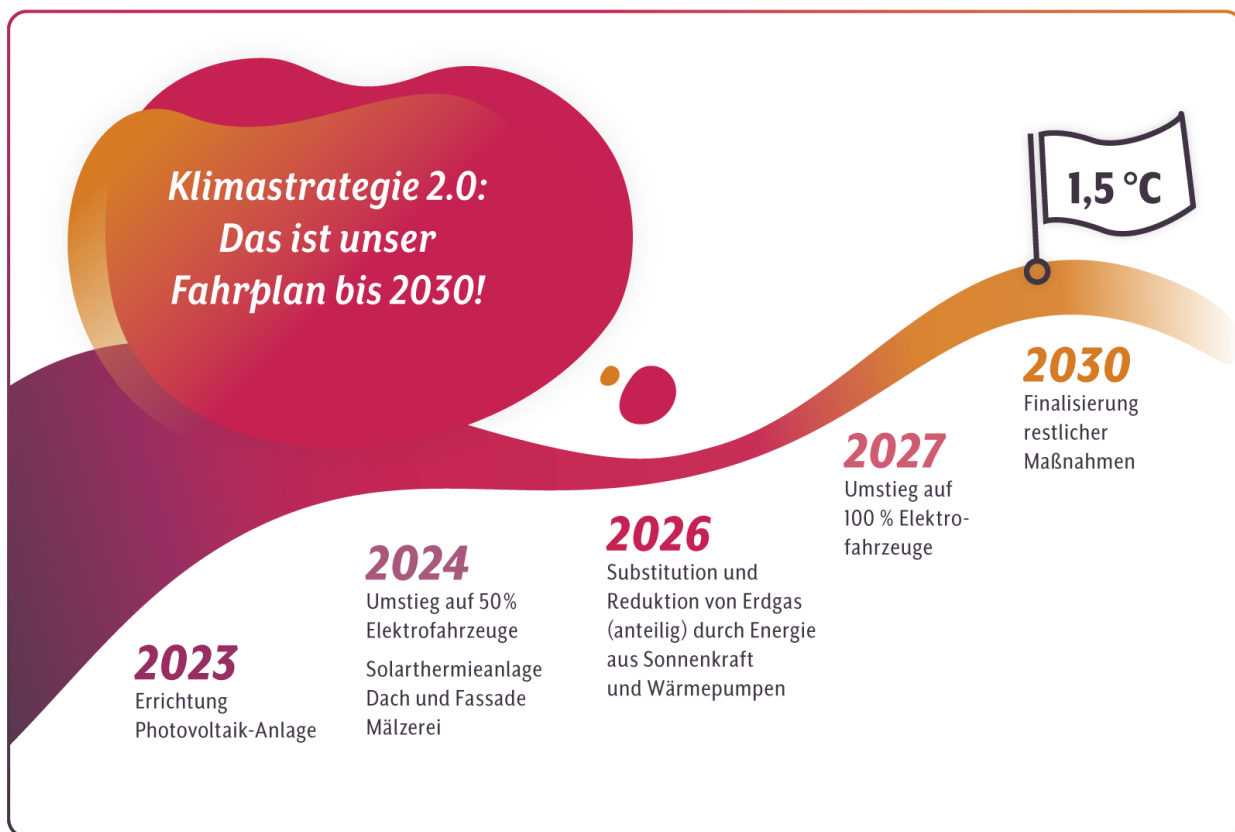


Abb. 4. 8: Klimastrategie 2.0: Unser Fahrplan bis 2030.

Dabei setzen wir auf Elektrifizierung der Wärmeenergieträger. Zur Verwendung von erneuerbaren Energien statt Erdgas im Bereich der Wärmeenergieerzeugung sind aktuell die Installation einer Solarthermie-Anlage auf dem Dach und an der Fassade der Mälzerei sowie eine Kombination aus Wärmepumpen und Solaranlagen geplant, um bisher ungenutzte Abwärme nutzbar zu machen. Dadurch kann mindestens eine Wärmemenge von 2,6 Mio. kWh pro Jahr erzeugt und ein Erdgasverbrauch von 3 Mio. kWh substituiert werden. Außerdem soll zukünftig Strom aus Power to Heat-Anlagen zur Erzeugung von Wärme genutzt werden. Zusätzlich stehen Energieeinsparungen durch Prozess Optimierungen an, bspw. wird ab Ende 2024 eine Temperaturreduktion der Flaschenreinigungsmaschinen geprüft und eine Temperaturreduktion von 78 °C auf 75 °C Grad angestrebt.

Die Maßnahmen werden übergeordnet KI basiert gesteuert. Alle Wärmeerzeuger werden dabei mit Verbraucher:innen und Umwelteinflüssen (z.B. Wettervorhersagen, Strompreise, Absatzplanung) bestmöglich verknüpft.

Zusätzlich ist auch die Steigerung des Anteils der Eigenstromversorgung geplant. Im Logistik-Außenlager am Blumenhof soll dazu eine 550kWp PV-Anlage installiert werden.

Darüber hinaus streben wir eine weitestgehende Elektrifizierung unseres Fuhrparks an.

Wir wollen den Ausbau der E-Mobilität im Bereich aktiver Dienstfahrzeuge auf 100% bis 2027 erreichen. Wir prüfen außerdem die Anschaffung eines E-Lkws sowie eine innovative Applikation zur Auswertung des Fahrverhaltens, die auch für Elektrofahrzeuge geeignet ist. Sie soll als Grundlage für gezielte Schulung dienen (siehe [Kap. 6.2](#)).

Um die Effektivität der angestrebten Maßnahmen mit den dahinterstehenden CO₂e-Einsparungen auf dem Weg zu unserem Klimaziel im Jahr 2030 bewerten & überwachen zu können, werden mit Hilfe eines im Projekt entwickelten Prognosetools kontinuierlich so genannte Soll-Ist-Abgleiche intern durchgeführt. Auf Grundlage unseres CCFs für das Basisjahr 2020 sowie mittels produktgruppenbezogener Energieverbrauchskennzahlen in

Verbindung mit Prognosen über die Absatzentwicklung der jeweiligen Produkt-Gruppen schätzen wir die CO₂e Emissionen in Scope 1 und 2 von 2020 bis 2030 ab und stellen diese den voraussichtlichen, jährlichen Einsparungen durch die angestrebten Maßnahmen gegenüber. Zu berücksichtigen ist hierbei, dass sich die Einsparungen durch Energieeffizienzmaßnahmen dynamisch mit dem jährlichen Energieverbrauch entwickeln und auch in Wechselwirkung mit der Einführung von Substitutionsmaßnahmen stehen. Während wir in Scope 1 und 2 alle Emissionsbereiche erheben, ist in Scope 3 aufgrund des hohen Umfangs eine Priorisierung notwendig (siehe [Kap. 5.1.2](#)).

4.3.1.1.3 Innovative Dekarbonisierungsansätze¹⁰

Klimastrategie 2.0 - Baustein Klimafonds

Mit Verabschiedung unserer ambitionierten CO₂e-Reduktionsstrategie haben wir auch unsere CO₂e-Kompensationsstrategie angepasst. Im Zeitraum von 2014 bis 2020 wurden unsere jährlichen Emissionen in Scope 1 und 2 durch die Unterstützung internationaler Klimaschutzprojekte vollständig kompensiert. Seit dem Jahr 2021 erwerben wir jedoch keine weiteren internationalen Kompensationszertifikate zur Erreichung von Klimaneutralität an unserem Standort mehr.

Ein Grund für die Strategieänderung liegt in Unsicherheiten über die zukünftige Entwicklung des freiwilligen Kompensationsmarktes nach Auslaufen des Kyoto Protokolls Ende 2020. Mit Beginn des Jahres 2021 ist das Rahmenwerk des Pariser Klimaabkommens in Kraft getreten, welches wichtige Implikationen für den Erwerb und die Stilllegung von freiwilligen Kompensationszertifikaten mit sich bringt.

Dadurch können nun Doppelbilanzierungen auftreten, welche in unseren Augen ein Problem für die Glaubwürdigkeit der Emissionszertifikate darstellen. Dabei ist bisher noch unklar, wie dieser Herausforderung bestmöglich begegnet werden kann.

Speisung des Klima Fonds

Die durch diese Entscheidung eingesparten finanziellen Mittel dienen dem Aufbau eines internen „Klima Fonds“: Daraus finanzieren wir Maßnahmen, in denen wir das größte Potenzial für den Klimaschutz sehen.

Der Fonds befüllt sich konkret:

- 1) anstelle des Erwerbs von Kompensationszertifikaten durch eine kalkulatorische Bewertung des CO₂e-Ausstoßes in Form eines Schattenpreises in €/to CO₂e, d.h. bewertet zu Preisen je gebundene Menge CO₂e in regionalen Kompensationsmodellen, wie z.B. Humusaufbau,
- 2) aus den Opportunitätskosten eines nicht erworbenen „Grünen Strom Label (GSL)“ zum Ausbau Erneuerbarer Energien. Dies kann bei unserem aktuellen Ökostrom-Dienstleister nicht unterstützt werden und fließt als Mehr-Betrag in den Klimafonds.
- 3) aus Geldern vorzeitiger Amortisation bereits getätigter Energieinvestitionen
- 4) aus Zinserträgen aus Anlage von freiem Fondsvermögen

¹⁰ Ehrnsperger, J. und Spenger C. (2023): Wissenschaftsbasiert und richtungsweisend: Die Klimastrategie 2.0 der Neumarkter Lammsbräu. In: Böhm, U. et al. (2023): Klimaneutralität in der Industrie. Aktuelle Entwicklungen - Praxisberichte - Handlungsempfehlungen.

Verwendung der Mittel aus dem Klima Fonds

Nach dem Grundsatz „Reduktion vor Kompensation“ dienen die Mittel aus dem Fonds hauptsächlich zur Investition in CO₂e-Reduktionsmaßnahmen (Energie-Effizienzmaßnahmen / Ausbau erneuerbarer Energien am Standort) direkt im Unternehmen. Diese Priorisierung trägt dem Umstand Rechnung, dass eine möglichst schnelle Reduktion der eigenen Emissionen zur Erreichung des 1,5 °C-Ziels oberste Priorität hat. Zusätzlich werden aus dem Fonds Maßnahmen zur regionalen CO₂-Bindung in der Landwirtschaft durch Humusaufbau finanziert. Dadurch stärken wir - ohne Anrechnung von CO₂ als Kompensation - die natürliche Funktion der Böden als CO₂-Senke.

Aktuell werden die Detail-Kriterien zur Mittelverwendung ausgearbeitet.

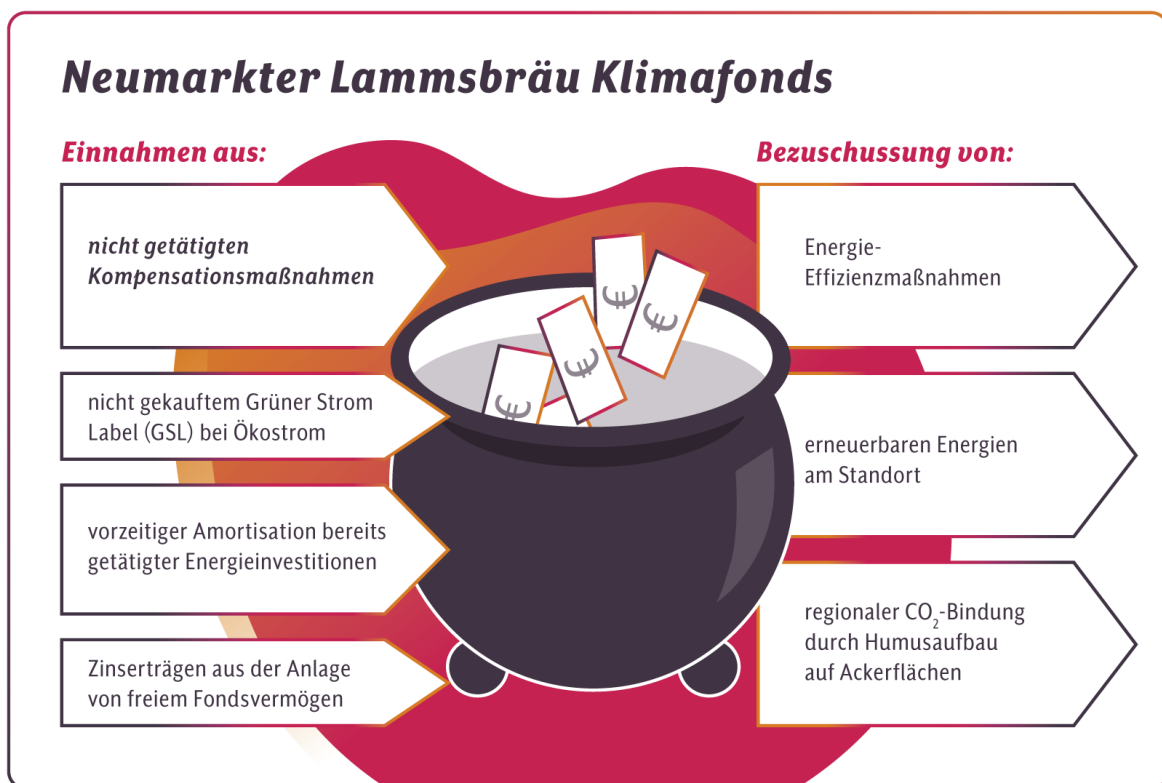


Abb. 4. 9: Neumarkter Lammsbräu Klimafonds.

Klimastrategie 2.0 - Baustein Humusaufbau als Kohlenstoffsенke

Die IPCC-Szenarien zu 1,5 & 2 Grad rechnen schon fest mit hochskalierten Maßnahmen zur Entnahme von CO₂ aus der Atmosphäre (Reduktion UND Förderung von Senken muss gleichzeitig jetzt passieren). Laut dem [State of CDR-Report](#) gibt es hier aber noch große Lücken. Wenn wir auch keine Kompensationszertifikate mehr erwerben und international Projekte unterstützen, so leisten wir an anderer Stelle einen wichtigen Beitrag durch regionale Kohlenstoffspeicherung über Humusaufbaumaßnahmen von Landwirt:innen aus unserer eigenen Wertschöpfungskette - ohne das gespeicherte CO₂ mit unseren Emissionen zu verrechnen.

Anders als bei internationalen Projekten sehen wir hier den großen Vorteil, die Beziehung zu unseren Rohstoff-Lieferant:innen zu stärken und so gezielt eine nachhaltige Entwicklung der Region zu fördern. Neben der Bindung von CO₂ unterstützt Humusaufbau zudem weitere lebensnotwendige Ökosystemdienstleistungen wie den Erhalt der Artenvielfalt, die

Aufbereitung von Wasser oder die Erhöhung unserer Widerstandsfähigkeit gegenüber den Folgen des Klimawandels (EC 2021) (siehe [Kap. 5.2.3](#)).

4.3.1.2 Sonstige Luftschadstoffe

Neben Treibhausgasemissionen entstehen weitere Luftschadstoffe bei der Wärmeenergieerzeugung und im Fuhrpark. Nachfolgende Tabelle zeigt die Entwicklung der gesamten Luftschadstoffe sowie die Kennzahlen je Hektoliter Fertiggetränk im Verlauf der letzten 3 Jahre.

Tab.4. 3: Spezifische, standortbezogene Luftschadstoff-Kernindikatoren ^{a)}

	2021*	2022 ^{b)} *	2023*	Einheit
CO (absolut)	852	889	773	kg
SO ₂ (absolut)	25	22	17	kg
NOx (absolut)	1.656	1.557	1.391	kg
Staub, Ruß, Partikel (absolut)	6	73**	102***	kg
NM VOC (absolut)	49	53	55	kg
CO (relativ)	0,32	0,34	0,32	10 ⁻² kg / hl FG
SO ₂ (relativ)	0,09	0,07	0,07	10 ⁻³ kg / hl FG
NOx (relativ)	0,62	0,60	0,57	10 ⁻² kg / hl FG
Staub, Ruß, Partikel (relativ)	0,02	0,29**	0,42	10 ⁻³ kg / hl FG
NM VOC (relativ)	0,18	0,20	0,22	10 ⁻³ kg / hl FG

hl FG = Hektoliter Fertiggetränk

^{a)} Die Schadstoffbilanz berücksichtigt sowohl den Hauptstandort als auch das Logistik Center Blomenhof.

^{b)} In 2022 wurden die kWh zur Luftschadstoff Berechnung aus den Feuerungsanlagen zum Zeitpunkt der 2022er Berichtsveröffentlichung abgeschätzt, die korrekten Abrechnungsdaten kamen erst später. Dadurch haben sich alle Luftschadstoff Emissionen verändert und wurden rückwirkend korrigiert.CO, NOx und NMVOC haben sich damit erhöht.

* Berechnung mit immer aktualisierten Emissionsfaktoren aus dem UBA Emissionsberechnungsmodell TREMOD- (2023er Werte: MM 5.51 (01/2024) für Stapler und TREMOD 6.51 (01/2024) für Pkw & Lkw (Daten 2022)). Bei der Berechnung der Schadstoffemissionen des Fuhrparks wird bei CO, NOx, NMVOC und Partikeln nach verschiedenen Fahrzeugtypen, Fahrzeuggrößen, Kraftstoffarten und Euro-Normen unterschieden. Für die Berechnung der SO₂-Emissionen wird nach Fahrzeugtyp und Kraftstoffart differenziert. Zur Berechnung der Luftschadstoffe aus betrieblichen Feuerungsanlagen wurden die Emissionsfaktoren aus GEMIS 4.9 (ProBas des Umweltbundesamtes) verwendet.

** Nach Modernisierung der Mälzerei Staubemissionen erstmalig abgeschätzt.

***Anteil Mälzerei: Weiterhin mit Schätzwerten gearbeitet.

4.3.1.2.1 Luftschadstoffe aus Fuhrpark

Besonders in unserem Fuhrpark (26 Pkw und 7 Lkw) ist neben den CO₂e (vgl. Tabelle 4.2 - Bereich Scope 1: Fuhrpark, siehe Abbildung 4.10) der Anteil an Luftschadstoffen (CO, SO₂, NOx und NMVOC) im vergangenen Jahr deutlich gesunken.

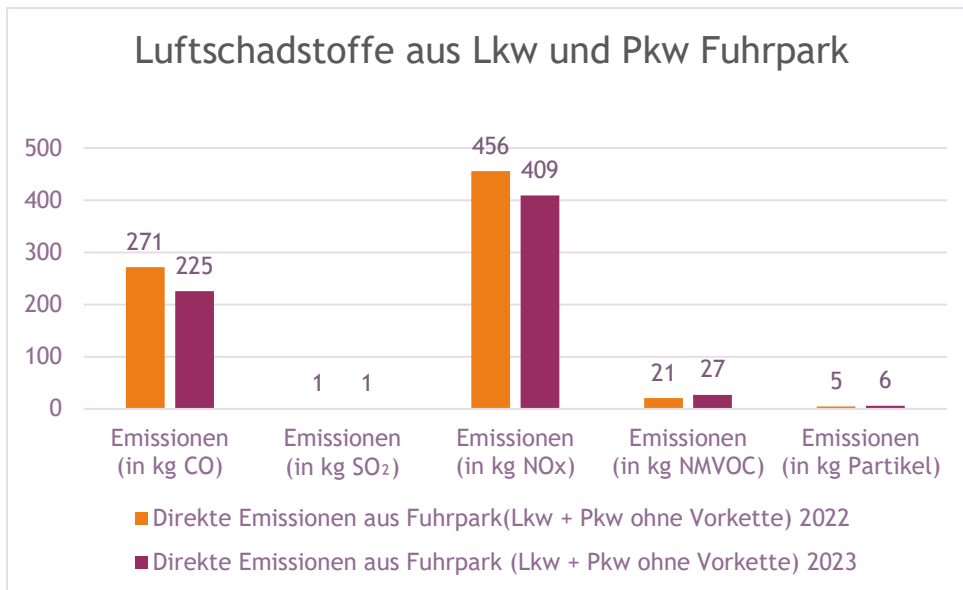


Abb. 4. 10: Luftschadstoffe aus dem Fuhrpark im Vergleich 2022/ 2023.

Durch die Veränderung der Treibstoffverbräuche (Abnahme Diesel & Erdgas, Zunahme im Benzinverbrauch) sowie einer positiven Veränderung des Fahrverhaltens wurde insgesamt effizienter gefahren und es konnten sich fast alle Luftschadstoffe im Vorjahresvergleich verbessern.

Im Diesel Pkw Fuhrpark wurde bspw. ca. 11% weniger Liter Diesel auf 100 km Strecke verbraucht (statt 6 Liter/ 100 km nur noch 5,3 Liter/ 100 km).

Insgesamt wurde im Fuhrpark (Lkw & Pkw) ca. 15% weniger Diesel-Kraftstoff verbraucht und die Menge an eingesetztem Erdgas sank um 17%.

Die leichte Zunahme bei den NMVOC ist mit der deutlichen Erhöhung des Benzin-Treibstoffes aufgrund der Umstellung auf Hybrid-Antriebe (5 Pkws) als Übergangslösung zu erklären: durch die Verwendung von Benzin werden hier im Vergleich zum Diesel mehr Luftschadstoffe emittiert.

Durch den sukzessiven Umstieg auf Elektromobilität im gesamten Fuhrpark sowie der Verwendung von Ökostrom lassen sich diese Schadstoffe mittelfristig deutlich minimieren, daran arbeiten wir!

Tabelle 4.4 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. 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.

Tab.4. 4: Der gesamte Fuhrpark der Neumarkter Lammsbräu 2023.

Fahrzeugart	Anzahl	Euro-Norm	Antriebsart	Geplant in 2024
Lkw	7	davon 28,6 % Euro 3, 14,3 % Euro 4, 57,1 % Euro 6	1 Lkw mit Erdgas, 6 Lkw mit Diesel	Prüfung Beschaffung eines Elektro Lkws
Pkw	26	davon 30,8 % Elektro, 19,2 % Hybrid, 7,7 % Erdgas, 30,8 % Euro 6, 3,8 % Euro 5, 7,7 % Euro 4	8 Pkw mit Elektro, 5 Pkw mit Hybrid, 2 Pkw mit Erdgas, 11 Pkw mit Diesel	Substitution von mindestens 4 Diesel Pkws durch Elektro-Autos

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 4.5). Darüber hinaus ermitteln wir täglich die Auslastungsquote der Fahrzeuge und den zu bewältigenden Aufwand pro Mitarbeiter:in, um eine Überlastung der Belegschaft auszuschließen.

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.

Die Entwicklung der Kennzahlen zeigt, dass der ausgelieferte Teil der Hektoliter im Jahr 2023 bei relativ gleichbleibendem Kund:innenstamm deutlich um knappe 7% zurückging.

Tab.4. 5: Unser Beitrag am Verkehrsaufkommen - Unsere Logistik Kennzahlen (eigener Lkw Fuhrpark) von 2021 bis 2023.

Daten und Kennzahlen	2021	2022	2023
Gesamttransportkilometer	92.524	94.561	91.163
Gesamt ausgelieferte Hektoliter (hl)	20.615,20	20.173,67	18.779,61
Gesamt-Treibstoffverbrauch für ausgelieferte Hektoliter (hl)	27.101,83	28.456,63	27.831,83
Liter Treibstoff pro ausgelieferte Hektoliter (hl)	1,3	1,4	1,5
Kilometer pro Hektoliter	4,49	4,69	4,85
Hektoliter pro Kunde	2,91	2,79	2,77

Eine verbesserte Fahrweise wurde 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 wurde. Dazu wurden die Fahrdaten mittels installiertem Bordcomputer gesammelt und analysiert.

Die Nachhaltigkeitsliga wurde nun jedoch aufgrund fehlender Kompatibilität zur E Mobilität eingestellt. Aktuell läuft ein Pilotprojekt mit neuem Anbieter, welcher verschiedene Antriebsarten abbilden kann und hier das Fahrverhalten der TN durch eine Gamification positiv beeinflusst. Ausgewertet werden sollen a) Einsparung Energieeinsatz im Elektrobereich und b) Diesel Fuhrpark: Schadstoff Reduktion durch verbessertes

Fahrverhalten. Aktuell ist nur CO₂ in der Betrachtung enthalten, angedacht ist auch die Messbarkeit der weiteren Luftschadstoffe. Resultate werden Ende 2024 erwartet.

In einem Ranking können sich die Fahrer:innen dann 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 CO₂-Emissionen und weitere Luftschadstoffe zu senken.

4.3.1.2.2 Luftschadstoffe aus Energieversorgung

Wir verwenden zur Deckung unseres Wärmeenergiebedarfes fast ausschließlich Erdgas als Energieträger. Im Jahr 2023 wurde weniger Wärmeenergie benötigt, die durch Verbrennung von Erdgas bereitgestellt wird (siehe oben). Dadurch kam es neben der Verringerung der CO₂-Emissionen (vgl. Tabelle 4.2) auch zur Verringerung aller Luftschadstoffe, die mit dem Verbrennungsprozess einhergehen (siehe Abbildung 4.11). Durch die Umsetzung weiterer Energieeffizienzmaßnahmen sowie der Umstellung auf regenerative Energieträger werden zukünftig weitere Verringerungen der Luftschadstoffe und dadurch weniger Luftverschmutzung erwartet, was unter anderem einen positiven Beitrag hinsichtlich gesundheitlicher Belastungen leistet.

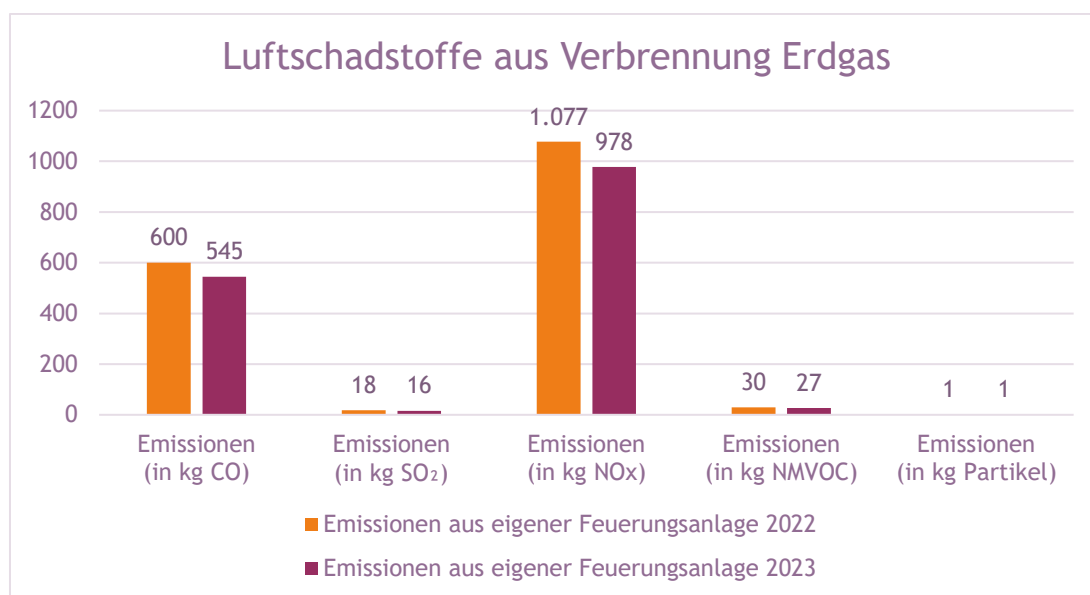


Abb. 4. 11: Luftschadstoffe aus dem Fuhrpark im Vergleich 2022/ 2023.

4.3.2 Auf dem Weg zu Effizienz & Ausbau erneuerbarer Energien

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: [Ökologische Produktion | Neumarkter Lammsbräu \(lammsbraeu.de\)](https://www.lammsbraeu.de))

Ein besonders hoher Anteil des gesamten Energiebedarfs wird als Wärme benötigt (2023 ca. 76 % 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.

Seit 2017 haben wir eine Mikrogasturbine, die neben Wärme auch eigenen Strom erzeugt. Der größte Teil des gesamten Stroms wird jedoch von extern bezogen (Ökostromtarif) (siehe Tabelle 4.6). Ein geringer Anteil des Stroms wird durch eine Wärmepumpe verbraucht, der Nicht-Ökostrom ist, aber zeitnah durch eigenen PV-Strom substituiert werden soll. Der Rest des Unternehmens wird bereits mit Ökostrom versorgt, der Hauptstandort sogar bereits seit 2011, das Logistik Center Blumenhof seit 2021. Ein weiterer geringer Anteil des Stroms wird selber erzeugt seit 2023 durch eine installierte PV Anlage (siehe auch [Kap. 4.3.1](#)).



Tab.4. 6: Übersicht absolute Energieverbrauchswerte für den Zeitraum 2021 - 2023.

	2021	2022 ^{a)}	2023	Einheit
Stromverbrauch gesamt	2.759.038	3.015.987	2.891.225	kWh
• Anteilig Logistik Center Blomenhof Ökostrom	27.618	31.979	45.268	kWh
• Anteilig Logistik Center Blomenhof Wärmepumpen-Strom **	4.558	2.848	4.193	kWh
• Anteilig Hauptstandort Ökostrom	2.002.880	2.473.307	2.222.377	kWh
• Hauptstandort Photovoltaik	n.v.	n.v.	34.600	kWh
• Anteilig Strom aus <i>Mikrogasturbine</i>	723.982	507.853	584.787	kWh
Wärmeverbrauch gesamt	9.538.811	9.770.103	8.679.394	kWh
• Anteilig Öl	0	3.843	978	kWh
• Anteilig Logistik Center Blomenhof Erdgas	136.550	134.015	16.168	kWh
• Anteilig Hauptstandort Erdgas	9.402.261	9.632.245	8.662.248	kWh
Gesamt-Energieverbrauch	12.297.849	12.786.090	11.570.619	kWh

a) Im Jahr 2022 wurden einige Werte rückwirkend korrigiert: sie wurden zum Zeitpunkt der 2022er Umweltberichtsveröffentlichung abgeschätzt, die korrekten Abrechnungsdaten kamen erst später (vgl. auch Tab. 4.2 und 4.3). Daher haben sich einige Werte erhöht.

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 Treibhausgasemissionen zu reduzieren (siehe konkrete Erläuterungen zu umgesetzten und geplanten Maßnahmen in [Kap. 4.3.1](#)).

Im gesamten Stromverbrauch pro abgefülltem Hektoliter haben wir uns leicht um ca. 2% im Vorjahresvergleich verschlechtert, im gesamten Wärmeverbrauch pro abgefülltem Hektoliter konnten wir uns hingegen um 5,1% verbessern, sodass unser gesamter Energieverbrauch sich um insgesamt 3,3% pro abgefülltem Hektoliter verbessern konnte (siehe Tab. 4.7).

Detailliertere Betrachtungen erfolgen nachfolgend jeweils für Mälzerei und Brauerei separat. Außerdem für den Nebenstandort: Das Logistik Center Blomenhof.

Tab.4. 7: Übersicht spezifischer Energieverbrauchswerte für den Zeitraum 2021 - 2023^{b)}

	Einheit	2021	2022 ^{a)}	2023
Spezifischer Energieverbrauch gesamt	kWh/hl FG	53,2	58,4	56,5
Spezifischer Stromverbrauch gesamt	kWh/hl FG	11,8	13,6	13,9
Anteil Brauerei	kWh/hl FG	10,6*	11,9***	12,3***
Anteil Logistik Center Blomenhof	kWh/m ²	2,7	2,9	4,2
Anteil Mälzerei	kWh/dt FM	12,0*	11,1***	13,0***
Spezifischer Wärmeverbrauch gesamt	kWh/hl FG	41,8	45,3	43,0
Anteil Brauerei	kWh/hl FG	34,3 (30,5**)	35,7 (33,1**)	36,0 (32,9**)
Anteil Mälzerei	kWh/dt FM	67,4 (105,2**)	56,9 (77,5**)	55,1 (80,5**)
Anteil Logistik Center Blomenhof	kWh/m ²	11,5	11,3	1,4
Prozentualer Anteil regenerativer Energie = (Anteil regenerative Energie / Gesamtenergieverbrauch)	%	16,5%	19,6%	19,9%

hl FG = Hektoliter Fertiggetränk, dt FM = Dezitonne Fertigmalz

a) Im Jahr 2022 wurde ein Teil der kWh im Energieverbrauch zum Zeitpunkt der 2022er Berichtsveröffentlichung abgeschätzt, die korrekten Abrechnungsdaten kamen erst später. Infolgedessen haben sich auch hier Änderungen in den Kennzahlen ergeben (etwas höhere Zahlen).

b) Darstellung Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens

* Aufgrund von Umbaumaßnahmen konnten die Werte in Q1 2021 nicht ermittelt gemessen werden und wurden daher auf Basis der Vorjahreswerte geschätzt.

** Durch Weiterentwicklungen im Energiemanagement und genauere Zählerstandsmessungen ist uns seit 2021 eine verursachergerechte Verteilung der Verluste zwischen Brauerei und Mälzerei möglich. Nach diesem Ansatz ergeben sich die in Klammern angegebenen Werte. Vorher wurden Abrechnungswerte als Hauptdatenbasis genutzt. **= berechneter Wert mit Verlusten.

*** Aus technischen Gründen konnte der anteilige Stromverbrauch für die Kälteerzeugung der Mälzerei noch nicht aufgeschlüsselt werden. Dieser findet sich deshalb im Stromverbrauch der Brauerei wieder. Auch eine Abschätzung ist derzeit nicht möglich. Die Brauereikennzahl ist tatsächlich geringer, die Mälzereikennzahl hingegen höher.

Berechnung erfolgte auf Basis des Energieberichtes aus der Energiemanagement-Software, bezogen auf Brauereistandort, inklusive der Außenstandorte der Brauerei (=innerhalb der Brauerei). (Näheres zur Berechnung siehe Anhang).

Mälzerei

Wärmeauswertung:

Durch die Inbetriebnahme unserer 2021 modernisierten, weltweit einzigartigen Bio-Mälzerei konnte der spezifische Wärmeenergieverbrauch pro Dezitonne Fertigmalz zunächst deutlich reduziert werden. Im Jahr 2023 hat sich der Anteil der kWh pro Dezitonne Fertigmalz (ohne Verluste) mit 55,1 im Vergleich zu 56,9 im Jahr 2022, dann nur noch geringfügig um gute 3% verbessern können, was daran liegt, dass der größte Sprung der Verbesserung mit der Modernisierung bereits erfolgt ist. Jetzt gilt es, weitere kleine Stellschrauben zu nutzen und Prozessoptimierungen zu fokussieren.

Bei den kWh pro Dezitonne (mit Verlusten) ergab sich im Jahr 2023 mit 80,5 kWh/dt FM im Vergleich zum Vorjahr sogar eine 4%ige Verschlechterung, was insbesondere daran liegt, dass im Jahr 2023 aufgrund des Absatzrückgangs deutlich weniger Chargen gedarrt wurden. Dadurch gab es unter anderem auch mehr mälzungsfreie Zeiten. Die Darre konnte dadurch

nicht „durchlaufen“, sondern musste immer wieder herunter- und hoch gefahren werden. Akzeptable Energieverbräuche sind jedoch nur erreichbar, wenn alle Anlagen der Mälzerei auch konstant laufen. Das Ziel von < 75 konnten wir dadurch leider noch nicht erreichen (Vgl. 6 Ziele und Maßnahmen).

Die für 2023 geplanten und zum Teil bereits in Umsetzung gebrachten Maßnahmen (vgl. [Kap. 6.1](#)) haben nicht zur Zielerreichung führen können.

Stromauswertung:

Mit den neuen Keimkästen ist es uns im Vergleich zu vorher auch bei höheren Außentemperaturen möglich, Malze höchster Qualität zu produzieren. Dafür ist es nötig, das Keimgut zu kühlen, was den Stromverbrauch der Mälzerei durch die dafür erforderliche Kälte erhöht hat. Diese wird in der zentralen Kälteanlage des Betriebs erzeugt. Aus technischen Gründen konnte der anteilige Stromverbrauch für die Kälteerzeugung der Mälzerei noch nicht aufgeschlüsselt werden (vgl. Tab. 4.7 ***). Dieser findet sich deshalb im Stromverbrauch der Brauerei wieder.

Im Vergleich zu 2022 hat sich der Stromverbrauch in der Mälzerei um knapp 17% erhöht auf 13 kWh/dt FM. Dies lag insbesondere daran, dass mehr „Kompromissware“ angenommen wurde. Damit verbunden waren mehr Reinigungsumläufe, was zu einem deutlich erhöhten Stromverbrauch geführt hat. Dadurch konnten wir das Ziel von < 11 kWh/dt leider nicht erreichen.

Die für 2023 geplanten und zum Teil bereits in Umsetzung gebrachten Maßnahmen (vgl. Kap. 6) haben nicht zur Zielerreichung führen können.

Brauerei

Wärmeauswertung:

Der Wärmeverbrauch (mit Verlusten) in der Brauerei hat sich lediglich um knapp 1% auf 32,9 kWh/hl FG minimal verbessert. Es wurden im Jahr 2023 deutlich weniger Hektoliter abgefüllt, dennoch bleibt die Grundlast konstant, wodurch sich die Effizienz verschlechtert hat. Das Heisswassernetz muss immer heiß gehalten werden, egal wie viel abgefüllt wird. Das gesetzte Ziel von < 31 haben wir dadurch leider verfehlt.

Die für 2023 geplanten und zum Teil bereits in Umsetzung gebrachten Maßnahmen (vgl. Kap. 6) haben nicht ausreichend zur Zielerreichung führen können.

Stromauswertung:

Der prozentuale Anteil erneuerbarer Energien ist relativ konstant geblieben. Allerdings wird ein kleiner Teil (ca. 2%) des Ökostroms am Standort nun durch eine PV-Anlage substituiert.

Der Stromverbrauch pro Hektoliter Fertiggetränk im Jahr 2023 in der Brauerei ist im Vergleich mit dem Vorjahr um 3,6% angestiegen. Das Jahr 2023 war insgesamt wärmer als das Vorjahr, dadurch gab es einen erhöhten Kühlbedarf, wofür mehr an Strom benötigt wurde.

Das gesetzte Ziel von 11,2 kWh/hl FG konnte dadurch nicht erreicht werden.

Die für 2023 geplanten und zum Teil bereits in Umsetzung gebrachten Maßnahmen (vgl. [Kap. 6.1](#)) haben nicht zur Zielerreichung führen können.

Zukünftig wird der Stromverbrauch im gesamten Unternehmen eher ansteigen durch die geplanten Maßnahmen zur Elektrifizierung und Reduktion des Erdgases zur Wärmeenergieerzeugung.

Blomenhof

Wärmeauswertung:

Die enorme Verbesserung am Blomenhof von 11,3 auf 1,4 kWh/m² Fläche ist auf konsequentes Verhalten der Mitarbeitenden im Bereich des Heizens zurückzuführen. Die Heizungen wurden deutlich niedriger eingestellt.

Stromauswertung:

Der Stromanteil kWh pro m² Fläche hat sich etwa um ein Drittel erhöht.

Der prozentuale Anteil regenerativer Energie (fast 100% Ökostrom) ist im Vergleich zum Vorjahr annähernd gleichgeblieben.

Für Kraftstoffe verwendet die Neumarkter Lammsbräu bereits teilweise regenerative Quellen (E-Pkws und 1 Lkw, der mit Bio-CNG betrieben wird). Bei der Darstellung der spezifischen Verbrauchskennzahlen (Tabelle 4.7) sind allerdings keine Treibstoffe enthalten.

Der gesamte Brennstoffverbrauch für das Jahr 2023 wird im Vergleich zu 2020 in Tabelle 4.8 dargestellt, bei Einsatz von Kraftstoffen im Fuhrpark und Energie für die Produktion entstanden insgesamt 44.500.841 Megajoule (MJ) an Energieverbrauch, im Vergleich mit 2020 entspricht das einer Reduktion um 2,5%. Zurückzuführen ist diese auf weniger Kraftstoffverbrauch & Umstellung auf alternative Treibstoffe sowie ein verringerter Heizenergieverbrauch. Seit Frühjahr 2023 ist eine Photovoltaikanlage in Betrieb gegangen, seit 2020 wird im Lkw Fuhrpark Bio-CNG getankt und insgesamt 8 Pkws sind bereits auf E-Mobilität umgestellt. Zusammen mit dem bereits seit 2011 bezogenen, eingekauften Ökostrom wird am Standort bereits ca. 20% des gesamten Brennstoffverbrauchs aus erneuerbaren Quellen genutzt. Dies wird zukünftig noch weiter ausgebaut (siehe [Kap. 4.3.2](#)).

Insgesamt verbrauchte die Brauerei 31.245.818 MJ Wärme und 10.408.410 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 die Jahre 2020 und 2023.

Innerhalb der Neumarkter Lammsbräu Einsatz von:	Einheit 2020	Einheit 2023	MJ 2020	MJ 2023
Kraftstoffen				
Diesel	78.877 Liter	49.215 Liter	2.821.423	1.760.428
Benzin	2.087 Liter	17.139 Liter	67.798	556.853
Erdgas / CNG	3.376 kg	7.829 kg	170.130	394.566
• Davon Anteil Bio-CNG (EE)	32	5.147	1.613	259.409
Strom	0	37.435 kWh	0	134.766*
• Davon Anteil Strom aus Erneuerbaren Energien (ca. 80%)* (EE)	0	29.948 kWh	0	107.813

Energie				
Elektrische Energie (Strom, inkl. Kühlenergie)	2.656.137 kWh	2.891.225 kWh	9.562.093	10.408.410
<ul style="list-style-type: none"> Davon Anteil zum Verbrauch gekaufter Ökostrom (EE) 	1.984.921	2.267.645	7.145.716	8.163.522
<ul style="list-style-type: none"> Davon Anteil Strom aus Erneuerbaren Energien (PV) (EE) 	0	34.600 kWh	0	124.560
Heizenergie	9.167.543 kWh	8.843.091 kWh	33.003.155,52	31.245.818
Gesamtenergieverbrauch			45.624.600	44.500.841
<ul style="list-style-type: none"> Davon Anteil Erneuerbare Energien (EE) 			7.147.328	8.655.304

Hinweis zur Tabelle: Dampf haben wir nicht, daher nicht in Tab. 4.8 enthalten.

Datengrundlage ist der interne Energiebericht/technisches Controlling (Näheres zu den Umrechnungsfaktoren siehe Anhang 2)

* Ladeverhalten geschätzt:

59 % Zuhause

21 % Unternehmenstandort

20 % Unterwegs

** Datengrundlage:

Daten entnommen anhand von Abrechnungen und Zählern; Erhebung auf Basis des Energieberichtes/ Energiemanagement-Datenbank.

4.3.3 Wasser - die Grundlage allen Lebens

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, es bedarf eines hohen Schutzes, um Qualität und Reinheit nachhaltig zu bewahren. Als Rohstoff für die Getränke findet sich unser Wasser größtenteils in den Produkten der Neumarkter Lammsbräu (siehe [Kap. 3.1.3](#)).

Als Brauchwasser wird es nach teilweise mehrfacher Verwendung für Reinigungszwecke schließlich über den Mischwasserkanal in die Neumarkter Kläranlage eingeleitet. Unser Abwasser wird bei Bedarf neutralisiert, bedarf aber ansonsten keiner gesonderten Behandlung.

Wassermanagement und Wasserschutz haben schon seit Jahrzehnten bei der Neumarkter Lammsbräu oberste Priorität.

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. Konkret wurden im Jahr 2023 alle CIP-Programme im Hinblick auf eingesetzte Medien optimiert. Dadurch konnten Mischphasen reduziert und die Prozesse verbessert werden.
- **Flaschen- und Kistenreinigung:** Das Reinigungswasser wird nach der Flaschenreinigung dazu verwendet, die Getränkeboxen vorzureinigen. Nach diesem „Vorwaschgang“ wird dann nur noch einmal mit Frischwasser nachgespült. So wird der Frischwasserverbrauch kontinuierlich niedrig gehalten.
- **Verbessertes Wassermanagement:** durch Optimierungen im Monitoring & weiteren Messmöglichkeiten konnte unterjährig schneller reagiert und Wasser eingespart werden. Zusätzlich wurden technische Mechanismen installiert, durch die automatisches Abschalten des Wassers ermöglicht werden konnten.

Das nachhaltige Wassermanagement wirkt (siehe Tabelle 4.9): Es konnten sich alle Indikatoren verbessern (vgl. dazu Umweltziele 2023, [Kap. 6.1](#)).

Der Wasserverbrauch der Brauerei konnte sich insgesamt pro Hektoliter um 7,6 % im Vergleich zum Vorjahr verbessern. Im Jahr 2023 liefen die beiden Abfüllanlagen im Normalbetrieb mit weniger CIP-Reinigungen, da die Testphase Ende 2022 beendet war. Die Flaschen- und Kistenwaschmaschine wurde im Vorjahresvergleich deutlich weniger mit Wasser befüllt, was zu einem geringeren Wasserverbrauch führte. Außerdem konnten die CIP-*Audits* insgesamt effizienter durchgeführt werden. Ebenso wurden Prozesse optimiert, indem bspw. die Wasserzufuhr mittlerweile automatisch gestoppt wird, wenn beide Abfüllanlagen nicht laufen oder in der Füllerei am Wochenende das Wasser abgeschaltet ist. Im Laufe des Jahres 2023 erfolgte außerdem der Ausbau weiterer Messtellen für Aufschaltungen im Energie- und Wassermanagementsystem, um schneller auf Abweichungen reagieren zu können.

Speziell in der Mälzerei hingegen hat sich der spezifische Wasserverbrauch deutlich von 2,5 auf 1,8 Hektoliter pro Dezitonne Fertigmalz verringert. Das liegt hauptsächlich an Prozessoptimierungen im Weichverfahren.

Der spezifische Wasserverbrauch am Blumenhof hat sich von 7,5 auf 26 Liter pro m² Fläche gesteigert. Das ist darauf zurückzuführen, dass seit Ende der Corona-Pandemie wieder das Festeteam verstärkt im Einsatz war. Hier fiel verstärkter Wassereinsatz durch das damit einher gehende Reinigen des Feste-Equipments wie bspw. Gläser an.

Verantwortlich für die prozessbedingten Wassereinsparungen sind die jeweiligen Prozessverantwortlichen in den einzelnen Produktionsbereichen, technische Optimierungen werden durch unseren Leiter der Instandhaltung und Energie erarbeitet und umgesetzt.

Tab.4. 9: Spezifische Wasserverbrauchswerte.

	Einheit	2021	2022	2023
Gesamtwasserverbrauch Brauerei	m ³	132.159*	133.227	112.405
Gesamtwasserverbrauch Logistik Center Blomenhof	m ³	89**	89	309
Gesamtbetrieb				
Spez. Wasserverbrauch	hl / hl FG	5,5	6,0	5,4
Spez. Abwassermenge	hl / hl FG	3,4	4,0	3,2
Brauerei				
Spez. Wasserverbrauch	hl / hl FG	5,1***	5,6	5,2
Mälzerei				
Spez. Wasserverbrauch	hl / dt FM	4,1***	2,5	1,8
Logistik Center Blomenhof				
Spez. Wasserverbrauch	l/m ² Fläche	7,5**	7,5	26,01

hl FG = Hektoliter Fertiggetränk, dt FM = Dezitonne Fertigmalz

* Werte inklusive des verwendeten Wassers aus Pumpversuchen (2021)

** erstmalig 2021 berichtet

*** Aufgrund von Umbaumaßnahmen konnten die Werte in Q1 2021 nicht gemessen werden und wurden daher auf Basis der Vorjahreswerte geschätzt. Sie wurden rückwirkend angepasst.

Im Bereich der Wasserverbrauchsreduktion ist weiterhin einiges geplant, bspw., dass eine Druckerhöhung der Enthärtungsanlage vorgenommen wird sowie, dass Spritzmengen durch Segmentierung der Bandschmierung verringert werden (vgl. neue Umweltziele, [Kap. 6.2](#)).

Das Wasser zur Produktion und Getränkeabfüllung entnehmen wir unterschiedlichen Quellen (siehe Tabelle 4.10). Wir entnehmen weder Oberflächenwasser, Meerwasser noch produziertes Wasser, sondern verwenden ausschließlich Grundwasser sowie Wasser von Dritten. Bei Entnahme und Verwendung sind keine Gebiete mit Wasserstress betroffen.

Das Regenwasser wird zum Gießen verwendet.



Tab. 4. 10: Übersicht der Wasserentnahme- und verwendung sowie Gesamtverbrauch für den Zeitraum 2021-2023.

Art der Quelle	Einheit	2021	2022	2023
Entnommene Menge Stadtwasser (Süßwasser von Dritten)	m ³	49.320	55.685	37.446
Entnommene Menge aus Brunnen vor Ort (Süßwasser aus Grundwasser)	m ³	80.069	77.542	74.960
Aufgefangene Menge an Regenwasser (Süßwasser von Dritten)	m ³	k.A.	k.A.	112*
Gesamtzahl entnommenes Wasservolumen (entspricht 100% Süßwasser)	m ³	129.389	133.227	112.518
Gesamtverbrauch Wasser	Megaliter	129,4	133,2	112,5

* Schätzung (genauere Erfassung zukünftig geplant)

Datengrundlage: Daten entnommen anhand von Abrechnungen und Zählern; Erhebung auf Basis des Energieberichtes/ Energiemanagement-Datenbank (FEE).

Unser Engagement im Trinkwasserschutz

Wasser ist Lebensgrundlage und für uns zugleich unser wichtigster Rohstoff. Deshalb ist für uns der Schutz von ausreichenden Wasservorkommen in bester Qualität für zukünftige Generationen bei uns absolute Priorität. So engagieren wir uns als Bio-Wasserbauer im Rahmen der Bio-Mineralwasser-Zertifizierung nach den Richtlinien der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V., insbesondere für die Förderung des ökologischen Landbaus in unserer Region (vgl. [Kap. 3.1.3](#)).

Auch hierbei spielt die enge Zusammenarbeit mit den über 180 Landwirt:innen unserer Erzeugergemeinschaft ([EZÖB](#)) eine wesentliche Rolle. Im Jahr 2023 konnte so durch unsere enge Partnerschaft auf den rund 7.500 ha bewirtschafteter Ackerfläche etwa 13,5 Milliarden Liter Wasser in bester Qualität dem Trinkwasserkörper zugeführt werden¹¹

Neben der Art der Bewirtschaftung von Ackerflächen spielt auch ein intakter Wald für die Zuführung von sauberem Wasser zum Grundwasser eine wichtige Rolle. Der Klimawandel erfordert dabei einen aktiven Waldumbau von reinen Nadelwäldern, wie sie in weiten Teilen Deutschlands vorherrschen, hin zu Mischwäldern mit einer hohen Vielfalt verschiedenster Baumarten, die so mit ihren Öko-Systemdienstleistungen einen wesentlichen Beitrag gegen den Klimawandel, für den Wasserschutz und die Biodiversität leisten. Diesen notwendigen Waldumbau haben wir im Jahr 2023 in Zusammenarbeit mit dem Forstexperten Ludwig Pertl auf unseren unternehmenseigenen Waldflächen (knapp 20 ha) gestartet. Je Fläche wurde dafür zunächst der aktuelle Zustand des Bestandswaldes festgestellt und angepasst und an das Umfeld ein Zielzustand für den Wald (welche Baumarten in welchem Verhältnis zueinander) festgelegt. Ende 2023 fanden dafür die nötigen ersten Waldpflegearbeiten statt.

Ziel ist ein Zukunftswald mit Bäumen unterschiedlichster Arten und Generationen, der sich selbst rollierend verjüngt und damit auch unter veränderten klimatischen Verhältnissen zukunftsfähig ist. Dabei wollen wir auch andere Waldbesitzer:innen von der Idee des Waldumbaus nach dem Konzept "life future forest" von Ludwig Pertl begeistern und als Referenz- und Multiplikatorobjekt dienen. Aus diesem Grund haben wir im Herbst 2023 die Eigentümer:innen der benachbarten Waldgrundstücke sowie viele weitere

¹¹ <https://bio-mineralwasser.de/bio-wasseruhr/>, (abgerufen am 7.4.2024)

[Studie der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser](#) kombiniert mit den aktuellen Niederschlagsdaten der Region (abgerufen am 7.4.2024)

Waldbesitzer:innen und Förster:innen unserer Region zu einer Informationsveranstaltung zum Thema “Zukunftswald” eingeladen.

Neben der Trinkwasserentstehung ist auch die Trinkwasserförderung und -verwendung ein wichtiger Teil des Trinkwasserschutzes:

So haben wir uns auch im Jahr 2023 weiter um die Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes für die hauseigene Quelle bemüht. Aktuell wird hier jedoch seitens der zuständigen Behörden keine Notwendigkeit für ein solches gesehen. Wir bleiben dran.

Im Jahr 2018 haben wir auf unserem Betriebsgelände einen dritten Brunnen gebohrt, um eine gleichmäßigere und damit schonendere Wasserentnahme zu ermöglichen. Das für den dauerhaften Betrieb erforderliche behördliche Wasserrechtsverfahren, unter Beteiligung der betroffenen *Stakeholder*, dauerte auch im Jahr 2023 weiter an. Mit einem Abschluss rechnen wir in 2024 (siehe auch [Kap. 6.2](#)).

4.3.4 Mit Mehrweg im Kreislauf - Ressourcenschutz

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 Mehrweggebinden (teilweise Fassabfüllung) und dabei ausschließlich in Glasflaschen abgefüllt. Anschließend werden sie 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 befüllt¹². 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.

Zur Verpackung zählen auch die Gebinde der Bio-Limonaden-Grundstoffe. Grundsätzlich bevorzugen wir auch bei deren Beschaffung Mehrweggebinde. Hierbei handelt es sich dann um Edelstahl-Container mit 500 oder 1.000 Litern Fassungsvermögen oder 1.000-Liter-Plastik-IBCs. In Absprache mit unseren Direktlieferant:innen suchen wir immer nach der nachhaltigsten und funktionalsten Lösung. Im Jahr 2023 haben wir sieben unserer neun Hauptrohstoffe sowie einige der kleineren Rohstoffe in Mehrwegbehältern bezogen. Bei Produkten, die wir in sehr kleinen Mengen (unter 1.000 kg) einsetzen, ist ein Mehrwegbezug nicht möglich. Hier beziehen wir bevorzugt in Bag-in-Box-Lösungen, die aus Karton und Folien-Inlay bestehen.

In den letzten Jahren haben wir uns intensiv mit unseren *Liefernetzwerken* auseinandergesetzt und die Wege der Rohstoffe vom Erzeugerbetrieb bis in die Brauerei nachvollzogen (siehe [Kap. 5.3](#)). Dabei wurde klar, dass unsere Mehrweg-Lösungen in manchen Fällen nur auf den ersten Blick vollkommen nachhaltig sind. Denn: Wir bezogen das Saftkonzentrat zwar im Mehrwegbehälter von unserem Direktlieferanten, dieser hatte es aber in Fässern aus dem Erzeugerland bekommen. Die Lieferkette, die wir nicht außer Acht lassen dürfen, war also nie frei von Einweggebinden. Daraus müssen wir folgern, dass Mehrweg nur dann wirklich nachhaltig ist, wenn der Grundstoffhersteller direkt ins Mehrweggebinde abfüllt und nicht erst der Händler. Da die Grundstoffe in Fässern ohne ein späteres Umfüllen in ein Mehrwegbehältnis durch den Händler zudem kostengünstiger sind,

¹² Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (ifeu) (2010). [Zusammenfassung der Handreichung zur Diskussion um Einweg- und Mehrweggetränkerverpackungen](#). Heidelberg (abgerufen am 6.4.2023).

haben wir uns entschieden, in Fällen, in denen der Herstellerbetrieb nicht direkt in Mehrweggebinde abfüllen kann, auf den Bezug in Einweg-Fässern umzustellen. Dies betrifft Zitronen- und Orangensaftkonzentrat, zwei unserer Hauptrohstoffe.

Übrigens: Unser mengenmäßig wichtigster Limonaden-Rohstoff, der Bio-Invertzuckersirup, kommt ganz ohne Verpackung aus, da er im Tanklastzug geliefert und bei uns im Zuckertank bis zur Verwendung gelagert wird.

Im vergangenen Jahr konnten in vielen Unternehmensbereichen Prozesse durch die Umstellung auf Digitalisierung optimiert werden, auch hinsichtlich Ressourceneinsparungen. Beispiele dafür sind die Integration vieler Kommunikationsmittel ins Intranet statt Ausdrucke (siehe [Kap. 6.1](#)) oder die Einführung digitaler Lieferscheine, wodurch Papier in der gesamten Auslieferkette eingespart werden kann (siehe [Kap. 1.4](#)). Andere Maßnahmen wie die Digitalisierung des Hastrunks sind noch in Bearbeitung.



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*), wie beispielsweise bei den Etiketten (Verantwortungsbereich: Produktion). Die Etiketten bestehen aus Papier und Farben, für ihr Anbringen an der Flasche wird Leim verwendet. Seit Jahrzehnten sind die Etiketten der Lammsbräu-Getränke frei von Schwermetallen.

Highlight: unser Umstieg auf 100% Recycling-Etiketten

Ende 2022 wurde nun eine Möglichkeit zum vollständigen Umstieg auf - Recycling-Etiketten aus Altpapier gefunden, die den Kriterien von *Cradle to Cradle* entsprechen. Zudem stellen wir durch Bezugsquellen in Deutschland kurze Transportwege sicher.

Es werden zwar noch Restbestände aufgebraucht, aber bei Einsatz von 100% Recyclingpapier konnten wir im Jahr 2023 folgende Ziele durch das Recyclingpapier im Vergleich zu Frischfaserpapier erreichen:

Einsparung von¹³

- ca. 170 t Holz
- ca. 3.169.925 Liter Wasser
- ca. 752.420 kWh Energie
- ca. 32,6 t CO₂e¹⁴



**Und so sehen sie aus:
Links das neue Recycling-
papier der Fa. Steinbeis,
rechts die frühere Version**

Abb. 4. 12: Umstellung auf 100% Recyclingpapier.

¹³ Hinweis: Werte aus dem 2022er Umweltbericht korrigiert und für 2023 berechnet. Sie basierten auf Annahmen/ Mengen-Abschätzungen, aktuelle Werte basieren auf dem tatsächlichen Bedarf an Etikettenpapier. Dadurch sind deutlich höhere Einsparungen um mehr als das Doppelte überall erfolgt, was positiv zu bewerten ist.

¹⁴ <https://www.stp.de/ecorechner> (zuletzt aufgerufen am 28.4.2023). Daten: eigene Berechnungen gem. Herstellerangaben.

Aktuelles zu Leim und Farben

Beim Leim ist nach wie vor die Umstellung auf Leim aus Kartoffelstärke geplant, was eine nachhaltigere Lösung als der bisherige Leim darstellt. Es gibt hier allerdings nur wenige Anbieter. Aktuell prüfen wir dazu einen neuen Leim und es laufen Tests.

Die von uns eingesetzten Farben sind bereits jetzt schon größtenteils *Cradle to Cradle* Silber (Material Health) zertifiziert. Eine Umstellung der beiden einzigen noch nicht zertifizierten Farben Gold und Gelb wird weiter geprüft. Aktuell gibt es leider noch keinen gleichwertigen Ersatz.

Für unseren geringen Anteil an Exportgeschäft (Anteil 3%) nutzen wir zu 100% FSC zertifizierte und klimaneutrale Verpackung (Kartonage) (siehe [Kap. 4.3.1](#) und [Kap. 6](#)).

Wie der Tabelle 4.11 zu entnehmen ist, ist der spezifische Materialverbrauch im Jahr 2023 mit 0,49 Tonnen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie Verpackungen pro Hektoliter Fertiggetränk deutlich abgesunken, was am verringerten Verbrauch der Materialien und Rohstoffe insgesamt lag. Der prozentuale Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe stieg 2023 auf 88 % an. Alle Stoffe sowie Verpackungen werden überwiegend von externen Lieferant:innen bezogen - lediglich ein Teil der Kohlensäure wird in der Brauerei selbst gewonnen.

Tab.4. 11: Übersicht des Material- und Rohstoffeinsatzes für den Zeitraum 2021 - 2023^{a)}

	2021	2022***	2023***	Einheit
Gesamtsumme Material (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen, Brauch- und Trinkwasser)	138.615	142.036	119.184	t
Gesamtsumme Material (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen) ohne Wasser	9.226	8.809****	6.779	t
• davon anteilig regenerativ	7.791	7.471	5.998	t
• davon anteilig nicht regenerativ	1.434	1.338	781	t
Spezifischer Materialverbrauch (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen, Brauch- und Trinkwasser)	0,52	0,55	0,49	t / hl FG
Spezifischer Materialverbrauch (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen) ohne Wasser*	34,5	34,00****	27,8	kg / hl FG
Prozentualer Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + <i>Rezyklate</i> = (Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + <i>Rezyklate</i> / Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)**	84	85	88	%

hl FG = Hektoliter Fertiggetränk

a) Die Material- und Rohstoffbilanz berücksichtigt sowohl den Hauptstandort als auch das Logistik Center Blumenhof.

* erstmalig 2021 berichtet.

** Schätzwerte

*** Hinweis: Seit 2022 werden deutlich mehr Verbrauchswerte statt reine Einkaufsmengen berücksichtigt. Die 2022er Werte sind daher nur bedingt mit dem Vorjahr vergleichbar.

**** Durch Korrekturen bei Erfassung von Neuglas und Kästen rückwirkend 2022 hat sich dieser Wert verändert und wurde angepasst. Weitere Erläuterungen siehe Tab. 4.1.

4.3.5 Abfallmanagement

Verpackungen werden in der Brauerei stets sachgemäß recycelt. Nur die Wiederverwertung allein reicht allerdings nicht aus: Dort, wo es möglich ist, werden Abfälle getrennt und vor allem eingespart, um negative Umweltauswirkungen sowie wirtschaftliche Auswirkungen zu vermeiden. Je mehr Abfälle anfallen, desto mehr muss Energie für ihr Recycling aufgebracht werden. Außerdem entstehen bei einigen Abfallfraktionen wie bspw. Restmüll hohe Kosten für unser Unternehmen. Die absoluten Entwicklungen unserer Abfallfraktionen der letzten drei Jahre werden in Abbildung 4.11 dargestellt. Um welche einzelnen Abfälle es sich handelt, lässt sich aus der Übersicht (Anhang 3, Tabelle 1) entnehmen. Die gesamte Menge an Abfällen hat sich über die Jahre verringert.



Abb. 4. 13: Mengenmäßige Verteilung angefallener Abfälle von 2021- 2023.

Der Umgang mit unseren Abfällen (korrekte Behandlung und Vermeidung) im Unternehmen ist wichtiger Bestandteil unserer Umweltschutz-Verpflichtung im Rahmen unseres integrierten Managementsystems (vgl. [Kap. 1.3.1](#)). Eine wichtige Messgröße ist u.a. die Getrennsammelquote (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.

Wie Tabelle 4.12 zeigt, sank die gesamte reguläre Abfallmenge im Jahr 2023 im Vergleich zum Vorjahr um rund 11,7 Prozent, was insgesamt mit dem Absatzrückgang einher geht.

Die zu kompostierenden Abfälle haben sich ebenfalls deutlich reduziert, von 42,1 auf 2,5 t im Vorjahresvergleich. Dies ist damit zu erklären, dass wir 2023 komplett umgestellt haben und auf Kieselgur als Filterhilfsmittel zur Filtration unserer Biere verzichteten.

Bei den gefährlichen Abfällen gibt es nur eine Abweichung im Vergleich zu den beiden Vorjahren: Es wurden im Jahr 2023 keine bleihaltigen Batterien entsorgt. Dadurch bedingt konnte sich der gefährliche Abfall von 4,7 auf nunmehr 1,3 t reduzieren.

Im Vergleich zu allen anderen Abfallfraktionen und auch anderen Brauereien liegt unsere Menge an gefährlichen Abfällen in einem normal kleinen Bereich mit 0,1 % Anteil am gesamten Abfall, der nicht signifikant ist (<5 t). Alle regulär anfallenden, gefährlichen Abfälle werden über einen Sammelentsorgungsnachweis entsorgt.

Der nicht trennfähige Gewerbeabfall (Abfall für thermische Verwertung) hat sich in seiner Gesamtmenge im Vergleich zu 2022 im Jahr 2023 etwa verdoppelt und der verwertbare Anteil an Altetiketten halbiert. Grund dafür war, dass ein erheblicher Anteil der Etiketten (40%) durch die Schließung der Papierfabrik Plattling der energetischen Verwertung zugeführt werden musste aufgrund von Alternativlosigkeit. Seit Beginn 2024 ist dieses Problem gelöst und eine stoffliche Verwertung kann wieder gewährleistet werden. Der Anteil verwertbarer Abfälle hat sich um 4,6 % reduziert, was zum einen auf die o.g. Altetiketten-Situation als auch den Rückgang von Altholz um 44% zurückzuführen ist. Letzteres ist damit zu begründen, dass es keine Umbauarbeiten, dadurch bedingt weniger Anlieferungen und somit weniger Bedarf an Einwegpaletten gab.

Die Getrenntsammlungsquote gem. GewAbfV (Gewerbeabfallverordnung) hat sich, bedingt durch die Altetiketten-Situation, 98% im Vergleich zum Vorjahr (99,1%) etwas verschlechtert. Die geplanten Maßnahmen aus den Ergebnissen der Abfallschulung und der Umfrage zum Thema „Restmüll“ wurden im Jahr 2023 alle durchgeführt, bspw. die Erstellung einer Übersicht, wo welche Abfälle zu entsorgen sind bzw. das Aushängen der TOP 5 typische „Fehler“ in den Abfallbereichen mit dem Ziel, die Mülltrennung zu verbessern und die Restmüllmenge zu reduzieren.

Das nachfolgende Bild zeigt unseren Haupt-Abfallsammelort, den „Wertstoffhof“. Hier werden die meisten Abfallfraktionen getrennt gesammelt und gelagert.



Abb. 4. 14: Haupt-Abfallsammelort der Neumarkter Lammsbräu auf dem Brauereigelände.

In engem Austausch mit unserem Entsorgungsfachbetrieb konzentrieren wir uns auf die Optimierung unserer anfallenden Abfälle, um so die Getrenntsammlungsquote zu erhöhen. Wir versuchen, hier unsere Mitarbeiter:innen kontinuierlich zu sensibilisieren.

Informationen dahingehend werden seitens der Beauftragten für Abfall sowohl direkt an den internen Abfallstellen angebracht (Hinweise zu gängigen Abfällen und deren Trennung) als auch über interne Kommunikationskanäle verbreitet (Mitarbeitendeninfo, Office 365 Teams Kanal etc.) - Seit ein paar Jahren informieren wir über „Der kleine Abfallratgeber“ mit Hinweisen zur fachgerechten Entsorgung von Abfällen im Betrieb. Wie gut das Management der Abfälle und Wertstoffe funktioniert, wird durch unsere Beauftragte 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. Zusätzlich fanden im Jahr 2023 einige Abfall-Schulungen zur Sensibilisierung im Umgang mit Abfällen statt.

Die spezifischen Kennzahlen sind in etwa gleich geblieben ohne signifikante Abweichung.

Tab.4. 12: Spezifische Abfallindikatoren der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2021 - 2023 ^{a)}

	2021	2022	2023	Einheit
Gesamtabfallmenge**	4.675,8 (0*)	4.395,2	4.198,4	t
• Davon Abfälle zur stofflichen Verwertung (ohne Bio- <u>Treber</u>)	567,9	599,8	518,6	t
• Davon Bio- <u>Treber</u> ***	3.936,8	3.708,7	3.592,5	t
• Davon Abfälle zur Kompostierung	111,9	42,1	2,5	t
• Davon Abfälle zur thermischen Verwertung	54,9	39,9	83,5	t
• Davon gefährliche Abfälle	4,3	4,7	1,3	t
Spezifische Abfallmenge (Abfallgesamtmenge / Menge FG)**	17,4	17,0	17,2	kg/hl FG
Brauereispezifische Abfälle (diverse Abfallfraktionen**** / Menge FG)**	16,8	16,5	16,8	kg/hl FG
Spezifische Menge gefährlicher Abfälle (Menge gefährlicher Abfälle / Menge FG)	0,02	0,02	0,01	kg/hl FG
Getrenntsammlungsquote*****	98,8%	99,1%	98,0%	Gew.-%

hl FG = Hektoliter Fertiggetränk,

Hinweis: Eine genauere Aufschlüsselung der Abfälle befindet sich im Anhang 3.

a) Die Abfallbilanz berücksichtigt sowohl den Hauptstandort als auch den Logistik Center Blumenhof.

* Einmalig angefallene Abfälle bei Bau- und Abbrucharbeiten im Zuge der baulichen Entwicklung der Brauerei

** inkl. Bio-Treber berechnet.

*** Biologisch verwertbarer Abfall, wird bei uns als Tierfutter verkauft (Nutzung als Nebenprodukt). Da der Bio-Treber als Nebenprodukt vermarktet wird (Tierfutter), ist er in der der Tab. 4.2 bei Output unter Nebenprodukte aufgeführt.

**** Brauereispezifische Abfälle beinhalten folgende Abfallfraktionen: Altetiketten, Altglas, Altkästen, Altpaletten und Altholz, Bio-Treber, Kieselgur, Mälzereistaub, Altlage, Labor- und Altchemikalien sowie Reinigungsemulsionen.

***** Testat vorliegend. Inkl. Bio-Treber berechnet

Schon gewusst?

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

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 teilen wir bei wesentlichen Veränderungen an die zuständigen Sachbearbeiter:innen im Landratsamt.

Darüber hinaus gehen wir bei rechtlichen Neuerungen oder bestehenden Unklarheiten aktiv auf unsere behördlichen Ansprechpartner:innen zu und informieren diese über aktuelle Entwicklungen in unserem Betrieb (Änderungen bei Betriebsbeauftragung, Abfalllagerorte, etc.).

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

Schon gewusst?

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 dem Kreislauf zugeführt. Alle Gefahrstoffe lagern wir bei der Neumarkter Lammsbräu vorschriftsmäßig auf Auffangwannen, um Boden- und Grundwasserverschmutzungen gemäß AwsV Vorgaben (Verordnung über Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen) zu vermeiden. Die Mitarbeiter:innen wissen über den Umgang mit den Stoffen Bescheid (vorliegende Arbeits- und Betriebsanweisungen) und tragen die entsprechend notwendigen persönlichen Schutzausrüstungen (PSA). Im Jahr 2023 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.

4.3.6 Förderung von Biodiversität am Produktionsstandort

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, denn der größte Hebel zum Erhalt von Artenvielfalt ist bereits im Anbau unserer ökologischen Rohstoffe verankert (vgl. [Kap. 5.1.3](#)). An dieser Stelle soll es konkret darum gehen, den Bezug zu unserem Standort herzustellen.

Artenvielfalt am Unternehmensstandort

Biodiversität hautnah - getreu diesem Motto haben wir in den letzten Jahren 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 von Azubi-Projekten wurde zunächst der

Brotzeitplatz um eine Nisthilfe für Wildbienen erweitert, welche die Auszubildenden unter Anleitung der Bioland-Beraterin Katharina Schertler eigenhändig errichteten. Nistkästen für Mauersegler wurden ebenfalls an der Gebäude-Fassade angebracht und bieten der vom Aussterben bedrohten Vogelart somit Unterschlupf zum Brüten.

Im neu entstandenen Logistik Center am Blomenhof (Projekt: Blühender Blomenhof) wurden die Azubis bei der Umgestaltung einer Freifläche durch die Anlegung von Nisthilfen (Totholz, Trockensteinpyramiden und -mauern) sowie der Bepflanzung mit anspruchslosen Stauden und dem Anlegen von Lesesteinhaufen eingebunden.

Unter fachlicher Anleitung des Landschaftspflegeverbandes Neumarkt i.d.OPf. schafften die Lammsbräu Auszubildenden im März 2022 auf einer betriebseigenen Fläche Lebensräume für Insekten. Dabei wurde zunächst die Grasnarbe eines Rasenstückes abgetragen, um die Fläche mithilfe eines Sand-/Splittgemisches für trockenheitsliebende, anspruchslose Pflanzen abzumagern.

So fanden 21 verschiedene Stauden, darunter Königskerze, Glockenblume, Fetthenne, Schafgarbe, Kugeldistel, Sonnenröschen und viele mehr ein neues zuhause am Lammsbräu Logistikzentrum Blomenhof.

Doch mit einem Nahrungsangebot für Insekten allein war es an diesem arbeitsreichen Tag nicht getan. Nisthilfen wie Trockensteinmauern und -pyramiden sowie Totholz wurden integriert und boten ein abwechslungs- und lehrreiches Programm für die Auszubildenden: pflanzen, schaufeln, schichten und bohren - ein rundum gelungener Tag mit Mehrwert für unsere Azubis und unseren Blomenhof.



Abb. 4. 15: Maßnahmen zum Erhalt der Artenvielfalt am Unternehmensstandort, Lammsbräu Azubis unter Anleitung des Landschaftspflegeverbandes (LPV).

2023 haben wir unsere Rentner:innen motiviert. Über unseren Kontakt zum Senior:innen-Stammtisch der Neumarkter Lammsbräu konnten wir freiwillige Hobbyhandwerker:innen dafür begeistern, unseren Blomenhof mit Nistkästen für Mauersegler, Fledermäuse, Meisen und Co. auszustatten. Insgesamt 15 Nistkästen wurden dafür zusammengebaut und montiert.



Abb. 4. 16: Nistkästen-Projekt der Lammsbräu-Senior:innen

Die Abbildung 4.15 gibt einen Überblick unserer Aktivitäten im Bereich „Erhalt von Artenvielfalt am Produktionsstandort“ und in der Nähe davon.

Naturnahe gestaltete Flächen am Standort

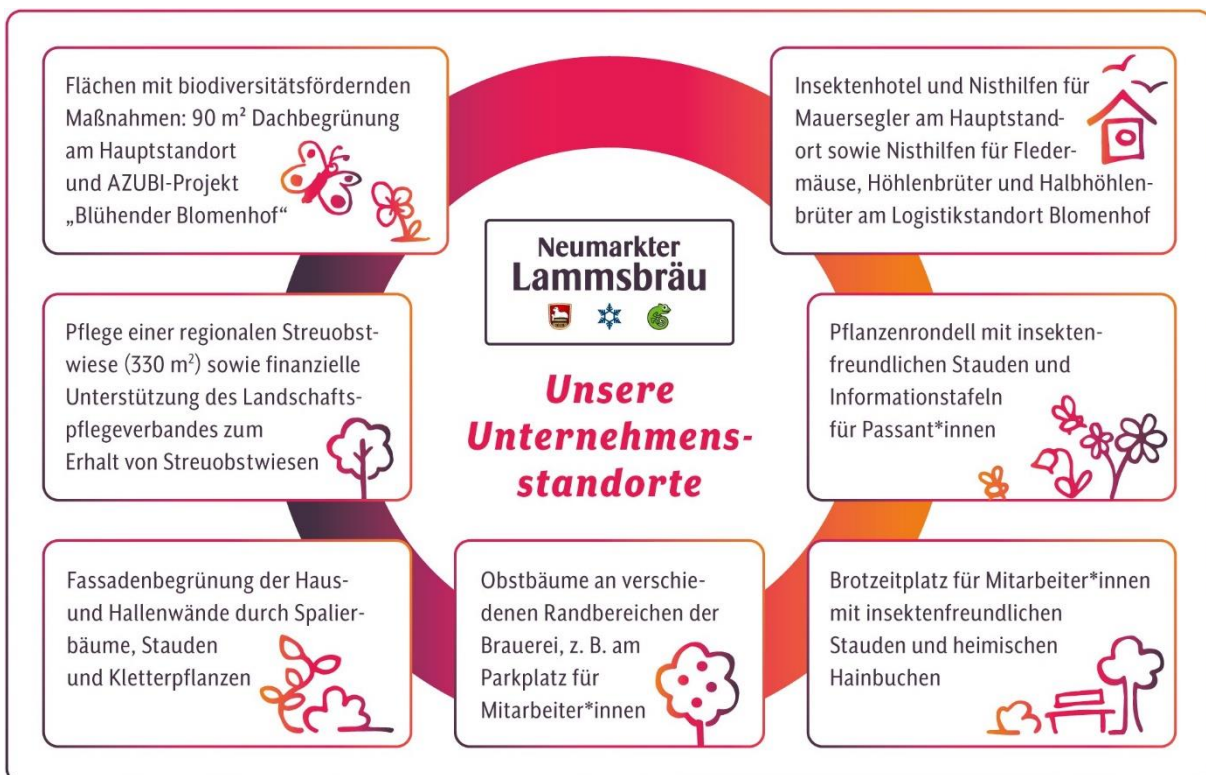


Abb. 4. 17: Maßnahmen zum Erhalt der Artenvielfalt an unseren beiden Unternehmensstandorten.

Unser Engagement für den Artenerhalt zeigen wir gerne. Dies soll regional auch andere Unternehmen ermutigen, sich mit dem Thema gezielt auseinanderzusetzen, denn diverse Maßnahmen von leicht bis ambitioniert können branchenübergreifend an jedem Firmengelände umgesetzt werden. Mitstreiter:innen gewinnen wir hier durch unseren regionalen „Unternehmerstammtisch Biodiversität“, der sich mittlerweile zum „Unternehmerstammtisch Nachhaltigkeit“ weiterentwickelt hat. Seit 2012 existiert der Neumarkter Unternehmerstammtisch Biodiversität, ins Leben gerufen durch Senior-Chef Dr. Franz Ehrnsperger. Dieser Stammtisch hat sich mittlerweile etabliert und dient dem Austausch regionaler Unternehmer:innen. Zunächst galt der Austausch ausschließlich dem Thema Artenvielfalt sowie der Präsentation bereits umgesetzter Projekte durch Exkursionen. Seit 2022 ist er geöffnet für weitere Themen im Kontext der Biodiversität, bspw. Klimaschutz und nennt sich seitdem „Unternehmerstammtisch Nachhaltigkeit“.



Abb. 4. 18: Teilnehmende des Unternehmerstammtisches Nachhaltigkeit am „Bodenentdeckungspfad“.

Unser Engagement wurden wir bereits durch den bayerischen Umweltminister Thorsten Glauber gewürdigt, der uns als ersten „Blühenden Betrieb“ Bayerns ausgezeichnet hat.

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 2023 im Vergleich zum Vorjahr bei unveränderten 13 %.

Der Anteil nicht versiegelter Fläche am seit 2020 genutzten Grundstück für das Logistikcenter Blumenhof 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. Weitere naturnahe Initiativen abseits des Unternehmensstandortes sind:

- Jährlich zwei Kulturlandpläne mit unseren EZÖB-Landwirt:innen
- Unterstützung des Bildungsprojektes Bodenpraktiker:innen
- Naturkundliche Spaziergänge & Veranstaltungen zur Bewusstseinsbildung
- Ackerwildkräuterprojekt
- Humusaufbauprojekte

Sie werden im folgenden Kapitel näher beschrieben.

5 Liefernetzwerke

5.1 Nachhaltige Beschaffung

Entsprechend unseres „Ein-Wort-Wertes“ vertreten wir beim Einkauf unserer Waren und Dienstleistungen eine klare Position: die Beschaffung muss *verantwortungsvoll* sein und unter Beachtung der vorgelagerten Wertschöpfungsnetzwerke erfolgen. Da sich diese häufig unseres direkten Einflusses entziehen, gestalten wir die Partnerschaften mit unseren Lieferant:innen bewusst. Dabei orientieren wir uns an Normvorgaben und politischen Rahmenbedingungen (z. B. EMAS III, ISO 14001, ILO, UN SDGs, Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte der Bundesregierung), sowie den Leitlinien der für uns relevanten Zertifizierungen für ökologische und faire Produkte (Verbandszertifizierungen: Naturland, Naturland Fair, Bioland, u.a.).

Nachhaltiges Handeln am Unternehmensstandort ist nur ein Teil ganzheitlichen, nachhaltigen Wirtschaftens. Um Unternehmen oder ihre Produkte und deren ökologischen und soziale Fußabdruck beurteilen zu können, muss die gesamte Wertschöpfungskette betrachtet werden, im Idealfall vom Ursprung aller zugekauften Güter bis hin zu den Konsument:innen. Als produzierendes Unternehmen mit großen Einkaufsvolumen - an Roh- und Hilfsstoffen, Verpackungen und Gebinden, Maschinen und Anlagen, aber auch Verkaufsförderungsmaterial und Dienstleistungen - stellen die Einkaufspraktiken für uns eine wichtige Stellschraube in Sachen Nachhaltigkeit dar. Denn unsere Einkaufsentscheidungen entscheiden nicht nur über Preis und Qualität, sondern auch über Umwelt- und Sozialauswirkungen.

Werden Nachhaltigkeitsaspekte nicht in Einkaufsentscheidungen einbezogen, hat das negative Auswirkungen. Beispiele dafür sind erhöhte THG-Emissionen oder lange Wege im Gütertransport. Durch Raubbau oder nicht nachhaltige landwirtschaftliche Produktion von Rohstoffen entstehen Umweltschäden in Erzeugerländern. In Ländern des globalen Südens fallen diese aufgrund mangelnder Regulierung und Kontrolle (zum Beispiel in Hinblick auf Entwaldung oder den Einsatz von Agrarchemie) oft besonders gravierend aus und geschehen häufig auf Kosten wirtschaftlich schlechter gestellter Bevölkerungsgruppen. Ebenso kann maximal profitorientiertes Einkaufsverhalten von Unternehmen menschenunwürdige Arbeitsbedingungen und erhöhte Gesundheitsrisiken für das Personal in der Erzeugung auslösen oder fördern.

Andererseits kann ein nachhaltigkeitsorientiertes Einkaufsverhalten positive Auswirkungen entfalten. In der Rohstoffproduktion bedeutet dies insbesondere, dass nachhaltige Landwirtschaft Umwelt- und Klimaschutz fördert. Die belegten positiven Effekte ökologischer Landwirtschaft werden in [Kapitel 5.1.3](#) dargestellt.

Wir haben uns entschieden unsere Bezugsstrukturen aktiv nachhaltig zu gestalten und so unsere positiven Auswirkungen auf Wirtschaft, Umwelt und Menschen zu forcieren. Wir nehmen dabei insbesondere den Rohstoffeinkauf in den Fokus, da wir hier durch enges lokales Zusammenarbeiten den größten Einfluss und die größten Wirkungschancen haben. In anderen Bereichen wie etwa dem Einkauf von Verpackung und Gebinden oder Anlagen und IT versuchen wir ebenso möglichst nachhaltige Optionen zu wählen. Jedoch sind unsere Einflussmöglichkeiten hier weit begrenzter aufgrund der Komplexität der Bezugsstrukturen und Produkte und der geringen Marktmacht, die wir als mittelständisches Unternehmen großen internationalen Zuliefernden entgegenbringen.

5.1.1 Grundsätze für Nachhaltigkeit im Einkauf

Auf die Frage, wie wir einkaufen, lässt sich kurz antworten:

Ökologisch, regional und fair! Dies sind unsere drei Grundprinzipien für nachhaltige Beschaffung, denn unsere Unternehmensverantwortung endet nicht an den Brauereitoren. Besser einkaufen heißt für uns nicht nur mehr Effizienz, sondern auch mehr Nachhaltigkeit!

Dafür geben wir unseren Einkäufer:innen aller Warengruppen in unseren internen Einkaufsrichtlinien folgende Leitsätze vor:

- **Größtmögliche Umweltverträglichkeit** - Es gilt zu beachten aus welchen Materialien ein zugekauftes Produkt besteht. Ob diese natürlichen Ursprungs, biologisch abbaubar, recyclingfähig oder wiederverwendet sind. Zur Orientierung wird auf Internetdatenbanken vom Umweltsiegeln verwiesen.
- **Ökologisch vor konventionell!** - Wo immer möglich kaufen wir zertifizierte Bio-Produkte, zum Beispiel bei der Verpflegung für Meetings oder Veranstaltungen. Bei unseren Rohstoffen gilt dies zu 100%. Alle Braurohstoffe (Gerste, Weizen, Dinkel, Hopfen) sind ausnahmslos verbandszertifiziert.
- **So regional wie möglich!** - Wir bevorzugen Dienstleister:innen und Lieferant:innen aus unserem direkten Umfeld, um die Wirtschaft in der Region zu stärken und Transportwege kurz zu halten. Auch bei den für zugekaufte Produkte verwendeten Rohwaren bevorzugen wir regionale oder zumindest europäische Rohware.
- **Bevorzugt fair!** - Wo möglich bevorzugen wir Produkte aus verlässlichen, partnerschaftlichen Zusammenarbeiten oder mit Fair-Handels-Zertifizierung.
- **Mehrweg vor Einweg** - Bei den Verpackungen achten wir auf Wiederverwendbarkeit oder kaufen in müllarmen Großpackungen.
- **Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen** - Statt anonymer Weltkonzerne bevorzugen wir als Zulieferbetriebe Unternehmen, mit denen wir uns identifizieren können, deren Werte und Ziele wir kennen und teilen. Langfristige, respektvolle Zusammenarbeit auf Augenhöhe ist uns wichtig.

Anhand dieser Grundsätze kann eine nachhaltigere Produkt- und Zuliefernden-Auswahl erfolgen. Als kompetente Ansprechpartner:innen im Falle von Fragen und Zweifeln zur Nachhaltigkeit von zugekauften Produkten steht den Einkäufer:innen das Nachhaltigkeitsmanagement zur Seite.

5.1.2 Klimarelevanz unseres Einkaufs: Scope3-Emissionen

Wir messen und bewerten die Emissionen unseres Wirtschaftens auf Basis des Greenhouse-Gas-Protocol (GHG Protocol). Dieses sieht vor, dass alle relevanten Bereiche in denen Emissionen entstehen, betrachtet werden müssen (GHG-Protocol-Grundprinzip der Relevanz) und bezieht sich dabei auf drei Scopes (siehe [Kap. 4.1.3](#)).

Scope 3 setzt sich zusammen aus den der eigentlichen Produktion am Standort vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette und umfasst bei uns ca. 73% der gesamten THG-

Emissionen des Unternehmens. Er hat in der Betrachtung daher eine hohe Relevanz. Trotz aktueller Hürden bei Datenqualität und Datenverfügbarkeit sollen in einem ersten Schritt die Emissionen des Scope 3 möglichst spezifisch für die eigene Wertschöpfungskette berechnet werden (Basis: GHG Protocol).

Wir verfolgen dabei eine zweistufige Priorisierung: Ist ein Emissionsbereich, aufgrund externer oder interner Einstufung, grundsätzlich als relevant zu betrachten, so werden die damit verbundenen Emissionen nach den Vorgaben der GHG Protocol Scope 3 Guidance in der Bilanz abgeschätzt. Berücksichtigt wurden bisher die Bereiche S 3.1, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7 und 3.9. Auf Basis dieser Emissionsabschätzung mittels Sekundärdaten können wiederum Hotspot-Bereiche innerhalb der gezogenen Systemgrenze identifiziert werden.

In einem zweiten Schritt ist nun das Ziel, diese besonders emissionsintensiven Hotspots genauer mittels Primärdaten abzubilden. Wie im GHG Protocol definiert, meint Primärdaten hier diejenigen Daten, welche spezifisch für unsere Wertschöpfungskette sind und keine bloßen Durchschnittswerte aus Ökobilanzdatenbanken darstellen. Trotz des deutlich höheren Aufwandes ist diese Transparenz notwendig, um Reduktionspotentiale im Scope 3 Bereich realitätsnah bewerten zu können (GHG-Protocol-Grundprinzip der Genauigkeit).

Bis jetzt wurden bereits einige Sekundärdaten (v.a. von LCA-Datenbanken) des Company Carbon Footprints (CCF) in den Bereichen Rohstoffe, Verpackungen und Hilfsstoffe durch Primärdaten ersetzt. Dies wird weiterverfolgt. Hierfür wird mit den Lieferant:innen Kontakt aufgenommen und Product Carbon Footprints (PCFs) werden auf Basis von Umfragedaten entweder selbst berechnet (Agrarrohstoffe) oder fertige PCFs von ihnen (inkl. Methodikbeschreibung zur Validierung) verwendet, wie beispielsweise bei Hilfsstoffen, Verpackungen wie Flaschen, Kisten, Leim und Kronenkorken. Auf diese Weise haben wir Scope 3.1 bereits als einen Hotspot identifiziert, insbesondere die Bereiche Roh- und Grundstoffe sowie Verpackungen (siehe Abb. 5.1).

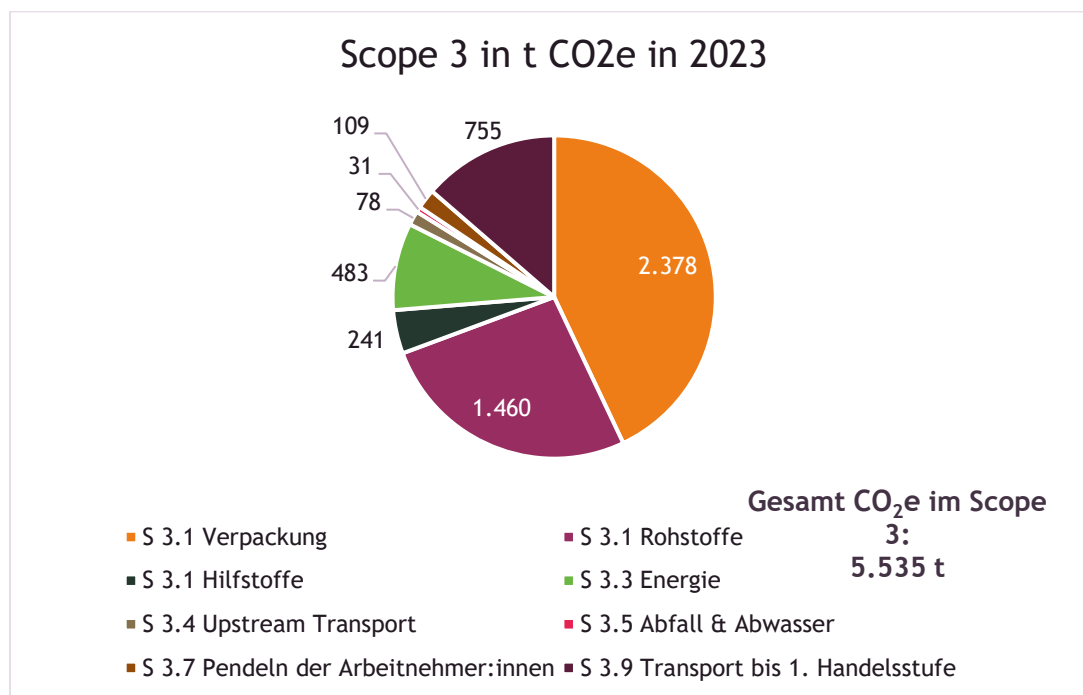


Abb. 5. 1: Scope 3 CO₂e Fußabdruck aufgeteilt nach Bereichen des GHG Protocols

Hinweis zu Daten der Abb. 5.1: Die jeweiligen Emissions- und Umrechnungsfaktoren sowie Angaben zum GWP werden im Anhang erläutert (vgl. THG-Emissionen, CO₂e-Fußabdruck - Berechnungen). Gewählt wurde die operative Kontrolle als Konsolidierungsansatz.

Im Vergleich zu 2022 konnten wir die absolute Menge an CO₂e im gesamten Scope 3 Bereich um ca. 1/3 verringern.

In einem weiteren Schritt werden aus der Berechnung valide quantitative Zielwerte abgeleitet. Ein paar erfolgreiche CO₂e- Reduktions-Maßnahmen gibt es schon (2022/ 2023):

- Die Dicke unserer Kronenkorken konnte weiter reduziert werden, dadurch können ca. 31 t CO₂e pro Jahr eingespart werden.
- Die Umstellung auf Recycling-Etiketten aus Altpapier nach den Cradle to Cradle Kriterien bedeutet eine weitere Einsparung von ca. 33 t CO₂e.
- Indem in Scope 1 sukzessive von Erdgas auf regenerative Energien & Elektrifizierung durch Einsatz von Wärmepumpen umgestellt wurde, werden sich zukünftig auch die S 3.3 Emissionen in der Vorkette verringern, die bei der Herstellung von Energie in Scope 1 und 2 entstehen.

Diese Maßnahmen wurden im Jahr 2023 in Scope 3 angegangen:

- Weitere Prüfung von CO₂e-Reduktionspotentialen - läuft kontinuierlich weiter
- Kohlenstoff-Bindung auf betriebseigenen Ackerflächen durch Aufbau regionaler Humusaufbauprojekte (zusätzl. positive Auswirkungen auf Artenvielfalt und Wasserschutz)
- Beginn Green Logistik Projekt, z.B. durch Potentialanalyse in der Logistik hins. Einflussmöglichkeiten einer CO₂e Senkung in Scope 3 (Transporte)
- Prüfung der Verringerung von Material bei Anschaffung Neuglasflaschen

5.1.3 Beitrag des Öko-Landbaus zu Umwelt- und Klimaschutz

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.

Landwirtschaft ist nicht generell eine Gefahr für Klima, Böden, Wasserhaushalt und Biodiversität - ganz im Gegenteil: wenn sie in nachhaltiger Weise betrieben wird, leistet sie einen wichtigen Beitrag zu deren Erhalt. Verschiedene Studien belegen die positiven Effekte, die ökologischer Landbau auf die Umwelt hat, vgl. Abb. 5.2.

Bio-Verbände wie Bioland, Naturland, demeter und Biokreis geben strengen Richtlinien für Öko-Landbau vor, wie etwa das Verbot von chemisch-synthetischen Dünge- und

Pflanzenschutzmitteln, sowie der Gentechnik, abwechslungsreiche Fruchtfolgen, Boden- und Wasserschutz, geschlossene Kreisläufe auf den Höfen und artgerechte Tierhaltung. Diese Vorgaben, deren Einhaltung in jährlichen Kontrollen geprüft wird, sichern den positiven Impact der landwirtschaftlichen Produktion auf den Bio-Höfen.

Um im Bereich des Rohstoffeinkaufs positive Auswirkungen für Klima und Biodiversität zu erzielen, setzen wir daher konsequent auf Verbandszertifizierung der Erzeugerbetriebe. Was wir darüber hinaus zusammen mit unseren Landwirt:innen für Humusaufbau, Klimaschutz und Biodiversität leisten wird in [Kapitel 5.2.3](#) beschrieben.



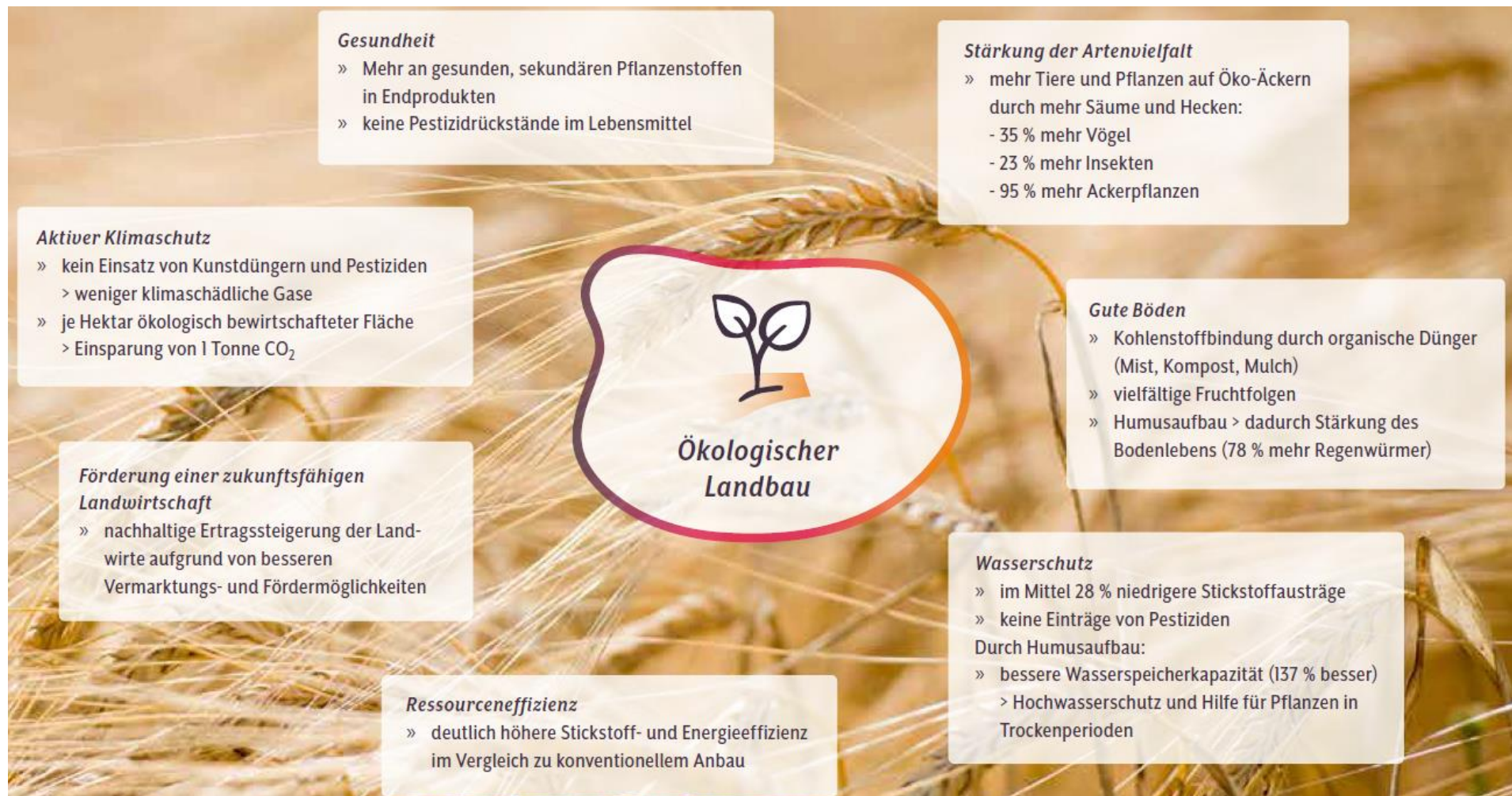


Abb. 5. 2: Auswirkungen des Öko-Landbaus (eigene Darstellung).¹⁵

¹⁵Batáry, 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* und Sanders, J. und Heß, J. (2019). *Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft* (abgerufen am 20.06.2024).

5.1.4 Einkaufsstrukturen und Zuliefernden-Management

Über die letzten Jahrzehnte sind unsere Einkaufsstrukturen organisch mit dem Unternehmen mitgewachsen und es wurde deutlich, dass es Verbesserungspotentiale im Bereich Einkauf gab. Dies galt insbesondere für unternehmensweit einheitliche Vorgaben für die Einkäufer:innen, klare Verantwortlichkeiten und eine sinnvolle Dokumentation. Um in Zukunft effizienter einzukaufen, wurden diese Themen mit dem „OptiKauf“-Projekt in Angriff genommen.

Im Rahmen des Projekts wurden zunächst die Strukturen im Bereich Einkauf definiert: Wir unterscheiden zwischen dem direkten und indirekten Einkauf, wobei sich „direkt“ auf all jene Ressourcen bezieht, die unmittelbar in unsere Produkte eingehen, also Rohstoffe, Gebinde und Produktausstattung. Als „indirekt“ bezeichnen wir alle weiteren Waren und Dienstleistungen, die in den verschiedenen Bereichen der Brauerei benötigt werden, aber nicht direkt in die Wertschöpfungskette eingehen, wie zum Beispiel Werbung und Drucksachen, Labormaterial, Personalschulungen und vieles weitere. Der Einkauf von Waren und Dienstleistungen ist weiterhin dezentral geregelt: Es wurden 35 Warengruppen festgelegt, die gleichartige und ähnliche Einkäufe bündeln. Jeder Warengruppe ist ein:e Warengruppenmanager:in (WGM) zugeordnet, diese:r ist in erster Linie für den strategischen Beschaffungsprozess zuständig. Zu jeder Warengruppe gibt es zudem ein Team aus operativen Einkäufer:innen und Disponent:innen, die Bestellungen auslösen oder Abrufe aus Rahmenverträgen tätigen.

Zudem wurde die Stelle Koordination Einkauf geschaffen, die bei der Assistenz der Geschäftsleitung angesiedelt ist und als Bindeglied zwischen den Warengruppenmanager:innen dient und mit der Überwachung der Prozesse und Dokumente betraut ist.

Im Projekt wurden auch die Einkaufsprozesse für Waren und Dienstleistungen definiert, um internen und externen Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, und umfassend in allgemeinen und warengruppenspezifischen Einkaufsrichtlinien beschrieben.

Die neue Struktur wird in Zukunft zusammen mit einer unternehmensinternen Beschaffungs-App die Kommunikation zwischen den Abteilungen verbessern, eine bessere Auswertbarkeit und einen Rechnungs-Forecast ermöglichen. Darüber hinaus sollen die erarbeiteten Einkaufsrichtlinien dazu beitragen den Einkaufshandlungen nachhaltiger zu gestalten.

Umgang mit unseren Lieferant:innen

Auf die Nachhaltigkeit aber natürlich auch auf die Qualität und Sicherheit unserer Produkte hat die Auswahl unserer Zuliefernden einen erheblichen Einfluss. Wir fragen uns daher konkret: Wie wirtschaften unsere Direktlieferant:innen und die Akteur:innen in der weiter vorgelagerten Wertschöpfungskette? Welchen Impact haben ihre Tätigkeiten auf Umwelt und Gesellschaft? Wie können negative ökologische oder soziale Auswirkungen entlang der Liefernetzwerke frühzeitig sichtbar gemacht werden? Welche Maßnahmen können ergriffen werden, um positiven Einfluss zu nehmen?

Um ganzheitlich nachhaltig handeln zu können, müssen wir uns mit diesen Fragen zu unseren Zuliefernden intensiv auseinandersetzen. Zudem werden seit dem Inkrafttreten neuer gesetzlicher Vorgaben zu Berichts- und Sorgfaltspflichten auch durch unsere Kund:innen immer häufiger Anfragen über unsere Liefernetzwerke an uns herangetragen.

Eine gute Geschäftsbeziehung ist für uns: transparent, vertrauensvoll, langfristig und für beide Seiten fair. Um solche guten Geschäftsbeziehungen zu etablieren und zu pflegen,

setzen unsere Warengruppenmanager:innen auf offene Kommunikation und möglichst direkten Kontakt. Persönliche Treffen zum Beispiel auf Fachmessen oder bei Vor-Ort-Besuchen ermöglichen ein tieferes Verständnis für die Werte und Arbeitsweisen des anderen, was eine Vertrauensbasis schafft, auf der Probleme gemeinsam bewältigt und Verbesserungen gemeinsam umgesetzt werden können. Mit vielen Zuliefernden, insbesondere im Rohstoffbereich, haben sich so über die Jahre hinweg stabile Partnerschaften mit gemeinsamen Werten und Zielen entwickelt.

Neumarkter Lammsbräu Code of Conduct für Zuliefernde

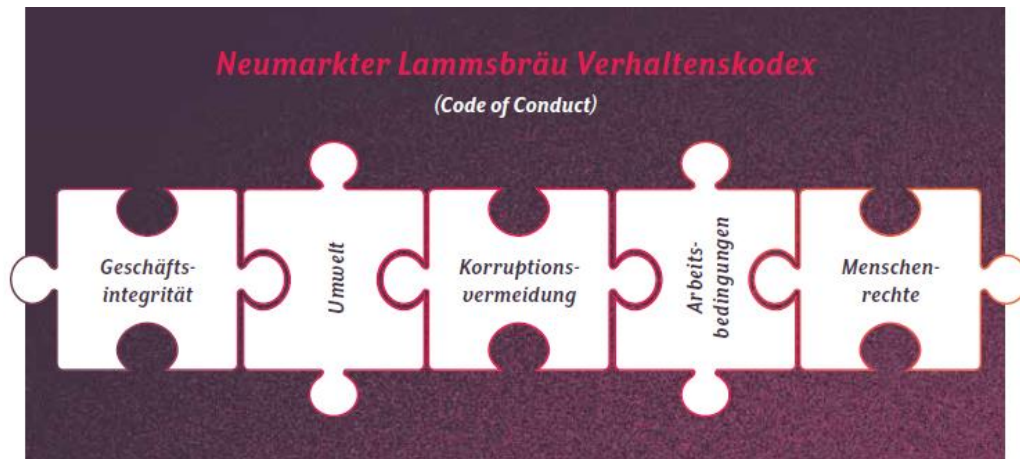


Abb. 5. 3: Themenbereiche im Code of Conduct für Zuliefernde (eigene Darstellung).

Die formelle Basis und den ersten Schritt für alle Lieferbeziehungen bilden unsere Allgemeinen Einkaufsbedingungen deren fester Bestandteil unser Verhaltenskodex für Zuliefernde (Code of Conduct) ist. Darin geben wir vor, was wir von allen Zulieferbetrieben in Bezug auf Geschäftsethik, Umweltschutz, Sozialstandards und Menschenrechte im Liefernetzwerk erwarten. So kommunizieren wir unsere Ansprüche und internen Ziele. Zugleich dient der Code of Conduct als Verständigungsgrundlage, anhand derer eigene oder gemeinsame Maßnahmen ergriffen werden können.

Das Dokument wurde anhand der Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen (www.unglobalcompact.org), den ILO-Kernarbeitsnormen (www.ilo.org), sowie der Verordnung (EU) Nr. 537/2014 hinsichtlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (Corporate Sustainability Reporting Directive CSRD) erstellt und wird als Teil der Einkaufsbedingungen allen Zuliefer- und Dienstleistungsbetrieben bei Bestellung oder Vertragsabschluss digital überstellt. Auch auf unserer Homepage sind die Einkaufsbedingungen und der Code of Conduct abrufbar ([AGB | Neumarkter Lammsbräu \(lammsbraeu.de\)](#)).

Lieferant:innen-Bewertung:

Jedes Jahr wird im ersten Quartal in allen Bereichen des direkten und indirekten Einkaufs eine Bewertung aller zuliefernden Unternehmen mit einem Jahreseinkaufsvolumen oberhalb einer festgelegten Bagatellgrenze durchgeführt werden. Dies geschieht unter Bezugnahme auf die Einkaufsdaten des Vorjahres, auf deren Basis die Warengruppenmanager:innen die Zuliefernden nach Relevanz und Qualitätskriterien bewerten. Die Bewertung wird angeleitet und kontrolliert von der Stelle Koordination Einkauf, die aus den Ergebnissen eine Übersicht erstellt, in der die Warengruppenmanager:innen zu kritischen Punkten Stellung nehmen.

Ergebnisse und Maßnahmen werden in Jahresgesprächen der Stelle Koordination Einkauf mit den Warengruppenmanager:innen diskutiert.

Auditierung:

In den Jahresgesprächen der Stelle Koordination Einkauf werden zudem Auditpläne für die Warengruppenmanager:innen erstellt. Sie haben den Auftrag innerhalb eines Jahres mindestens einen ihrer direkten Zulieferbetriebe nach dem vorgegebenen Schema anhand des Auditbogens vor Ort zu auditieren. Alle anderen als hoch relevant bewerteten Zuliefernden werden in einem Turnus von fünf Jahren per Fragebogen schriftlich auditiert. Die Stelle Koordination Einkauf ist mit der Kontrolle der Einhaltung der Audit-Vorgaben betraut.

Audits bei Zuliefernden können eine Art Kontrollinstrument darstellen, sind aber weit weniger aussagekräftig als Umwelt- und Qualitätszertifizierungen von unabhängigen Prüfstellen. Die Besuche dienen uns jedoch zur Stärkung einer vertrauensvollen und transparenten Geschäftsbeziehung.

5.2 Regionale Wertschöpfung

Als Familienunternehmen mit langer Tradition sind wir stark mit der Region verbunden. Die Landwirtschaftsflächen um den Brauereistandort waren seit je her primäres Rohstoffeinzugsgebiet und auch heute, in einer globalisierten Zeit, in der es ein Leichtes ist, sich auf Weltmärkten zu bedienen, bleibt es ein wichtiger Grundsatz für uns, Einkäufe so regional wie möglich zu tätigen.

Der Regionsbegriff

Was verstehen wir dabei als Region? Der Begriff ist an sich vage und bezieht sich in unterschiedlichen Kontexten auf unterschiedliche Gebiete. Grundsätzlich denken wir bei Regionalität an unsere direkte Umgebung also insbesondere den Landkreis Neumarkt in der Oberpfalz und angrenzende Gebiete. Wir haben uns lange Zeit in der Berichterstattung auf einen Umkreis von 150 Kilometern um den Brauereistandort bezogen. Da dieser Radius jedoch für viele nicht auf Anhieb leicht zu verorten ist, werden wir uns in diesem Bericht mit „Region“ auf das Bundesland Bayern beziehen, in dessen geografischer Mitte wir angesiedelt sind.

Wir sprechen auch oft von „größtmöglicher Regionalität“. Das heißt, dass wir Produkte, die in der benötigten Qualität und Quantität in einem kleineren Umkreis verfügbar sind, immer bevorzugt von hier beziehen. Daher geben wir beispielsweise für unsere Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) für Neumitglieder eine maximale Entfernung von 50km zur Brauerei vor.

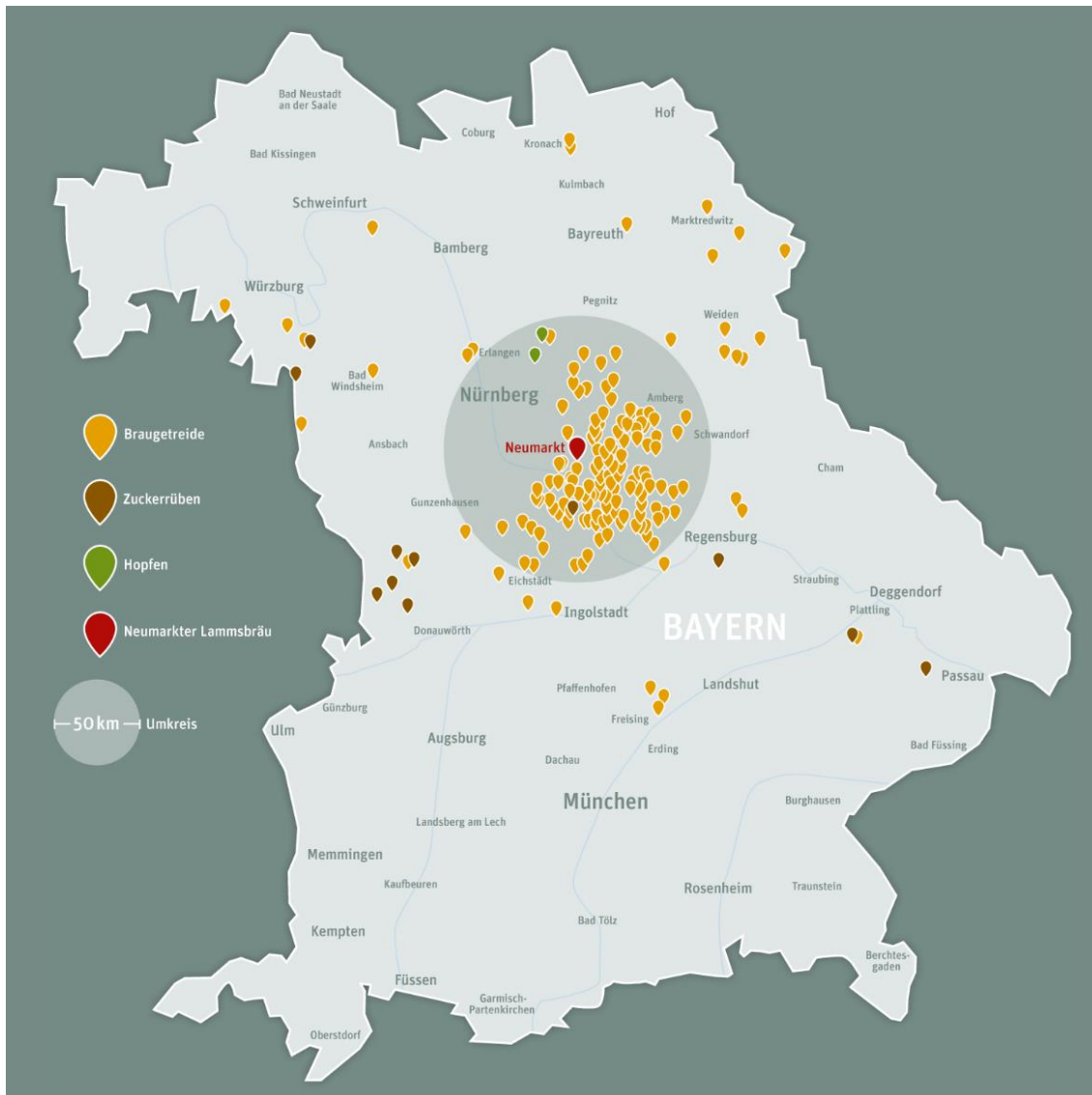


Abb. 5. 4: Verortung unserer Braurohstoff- und Zucker-Lieferbetriebe in der Region (eigene Darstellung).

Besonders im Hinblick auf die Herkunftsländer der Rohstoffe für unsere now Bio-Limos können wir natürlich keine rein bayerische Beschaffung praktizieren. Aber auch hier setzen wir auf größtmögliche Regionalität: Rohstoffe, die in Bayern und Deutschland produziert werden können, kaufen wir immer bevorzugt hier ein. Beispiele dafür sind Rhabarbersaft, Holunderblütensirup und Zucker. Bei Zitronen- und Orangensaftkonzentrat oder anderen „exotischeren“ Fruchtsäften bevorzugen wir auch möglichst regionale Bezugsstrukturen, das heißt hierbei: wenn immer möglich Ware aus Europa.

Der Mehrwert regionaler Wertschöpfung

Wenn Zuliefernde und Abnehmende in der gleichen Region angesiedelt sind, hat dies schon rein praktisch einige Vorteile: Die lokale Nähe erleichtert die Kommunikation (gleiche Sprache, gleiche Zeitzone, gleicher Background) und verringert Transportkosten. Die lokale Nähe und problemlose Kommunikation sorgt für Transparenz und Nachvollziehbarkeit und hilft beim Aufbau von Vertrauensverhältnissen und langfristigen Partnerschaften. Diese wiederum bieten die Basis Projekte, die über die Geschäftsbeziehung hinaus gehen und dem Erreichen gemeinsamer Ziele dienen. In unserem Fall bedeutet dies insbesondere die

Weiterentwicklung des Ökolandbaus, die Förderung des Umweltschutzes und der Erhalt von Artenvielfalt (siehe Kap. 5.2.3 Gemeinsam für soziale und ökologische Nachhaltigkeit).

Regionale Liefernetzwerke belassen die Wertschöpfung größtenteils in der Region und unterstützen so deren wirtschaftliche Resilienz und nachhaltige Entwicklung. Wertschöpfung geschieht also zu Gunsten und nicht auf Kosten der Region.

Dazu kommt obendrein auch, dass kurze Transportwege die einkaufsbezogenen THG-Emissionen verringern und den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte verringern.

Auf Basis der Auswertung der Einkaufsdaten aller Waren und Dienstleistungen im direkten sowie indirekten Einkauf kann nachvollzogen werden, dass 63% aller Ausgaben bei lokalen Zuliefernden getätigt wurden, das heißt konkret: bei Direktlieferanten deren Geschäftssitz in unserer Region, also in Bayern liegt.

5.2.1 Unsere Erzeugergemeinschaft für Ökologische Braurohstoffe (EZÖB)

Unsere wichtigsten Partner:innen: die Bio-Landwirt:innen

Die Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB), über die wir den größten Teil unseres Bio-Braugetreibes und unseren gesamten Bio-Hopfen beziehen, besteht seit 1989. Ihre Gründung wurde von Franz Ehrnsperger angeregt und gefördert mit dem Ziel langfristig die Verfügbarkeit bio-zertifizierten regionalen Braugetreibes zu sichern. Seit 35 Jahren wächst die Gemeinschaft stetig und gestaltet damit sichtbar die ökologische Landbewirtschaftung in der Region rund um Neumarkt in der Oberpfalz mit. Die Mitgliedsbetriebe sind allesamt durch die ökologischen Anbauverbände Bioland, Naturland, Biokreis oder demeter zertifiziert. Alle sind in Bayern und in einem Umkreis von maximal 150km um den Brauereistandort gelegen, die allermeisten befinden sich im Landkreis Neumarkt i.d.OPf. Mittlerweile kooperieren bei der Neumarkter Lammsbräu und der EZÖB die nachfolgenden Generationen miteinander.

Über den Ankauf von Braurohstoffen schließt die Brauerei einen Rahmenvertrag mit einer Laufzeit von fünf Jahren, in dem Preise und Qualitäten des Braugetreibes und Hopfens mit der Vorstandschaft der EZÖB persönlich und „an einem Tisch“ festgelegt werden. Die aktuelle wirtschaftliche und soziale Situation der Landwirt:innen und ihre Herausforderungen fließen so direkt in die Verhandlung ein, was eine faire Preisfindung und somit eine angepasste 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 die Garantie, dass die angebauten Mengen zu einem genau definierten Preis verlässlich abgenommen werden. Die Preise liegen dabei deutlich über dem üblichen Marktniveau. Denn: Wir erkennen unseren Partner:innen den finanziellen Mehraufwand an, der benötigt wird, um einen landwirtschaftlichen Betrieb sinnvoll und nachhaltig zu führen.

Diese verlässliche Zusammenarbeit ist ein wichtiger Motivationsfaktor: für die Nachfolge-Generation den Hof zu übernehmen, für die Klein- und Nebenerwerbsbetriebe die

Landwirtschaft fortzuführen und für Umstellungsinteressierte auf Bio zu setzen. Die Attraktivität dieser Kooperation zeigt sich auch im stetigen Wachstum der Erzeugergemeinschaft.

Im Jahr 2023 zählte die EZÖB 170 aktive Mitgliedsbetriebe, die Braugetreide liefern, und zwei Hopfen-Betriebe. Insgesamt bewirtschaften diese verbandszertifizierten Bio-Betriebe über 7000 ha landwirtschaftliche Fläche, die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei gut 40 ha. Theoretisch können die EZÖB-Betriebe mit ihren verbandszertifizierten Produkten den Jahresbedarf an Braurohstoffen der Brauerei - aktuell knapp 4.000 t Braugetreide und zwischen 20 bis 25 t¹⁶ Natur-Dolden-Hopfen - vollständig decken.

Je nach den klimatischen Bedingungen im Erntejahr können die Liefermengen jedoch stark von der Planung der Landwirt:innen abweichen, wodurch Getreidezukäufe notwendig werden. Um Produktionssicherheit für die Brauerei bei Ernteaussfällen zu gewährleisten, werden jährlich zumindest Puffermengen an Braugerste bei ökologischen Marktgesellschaften abgenommen.

Das Erntejahr 2023 war eine große Herausforderung für alle Beteiligten. Insbesondere der starke und anhaltende Regen zur Erntezeit ab Ende Juli beeinträchtigte die Getreideproduktion in der Region stark.

Über das Geschäftsjahr 2023 wurden wir von insgesamt 100 EZÖB-Betrieben beliefert. Durch die Ernteaussfälle in der Ernte 2023 war es notwendig auch von vier Marktgesellschaften und sechs externen Einzelbetrieben Gerste zuzukaufen. Insgesamt bezogen wir im Jahr 2023 von 2.690 t Gerste, 150 t Weizen, 35 t Dinkel und 11,2 t Hopfen. Dabei machen die von EZÖB-Betrieben bezogenen Mengen 70 % der Gesamtgetreideeinkäufe aus. Bezogen auf den Euro-Wert entfallen auf die Braurohstoffe knapp 71% des gesamten Rohstoffeinkaufs.

5.2.2 Bio-Regionale Genossenschaft Oberpfalz - Birego

Lagerung und Aufbereitung für regionale Bio-Druschfrüchte

Es ist uns wichtig, unsere Landwirt:innen bei der nachhaltigen Rohstoffherzeugung zu unterstützen und den Öko-Landbau in der Region attraktiv zu machen um Hoferb:innen und Umstellungsinteressierte zu motivieren. Ein wichtiges Beispiel für diese Unterstützung ist die Kooperation mit der staatlich anerkannten Öko-Modellregion Landkreis Neumarkt, EZÖB- und anderen Bio-Erzeuger:innen aus der Region sowie mit weiteren Agierenden der Bio-Branche zur Gründung der Bio-regionalen Genossenschaft Oberpfalz e.G. (Birego).

Im Jahr 2016 haben wir als Mitgründer insgesamt 40 Anteile (je 2.500,00 €) an der Genossenschaft gezeichnet, um die Schaffung von Lagerkapazitäten exklusiv für Bio-Druschfrüchte mitzufinanzieren. Im eigens dafür konzipierten und neu gebauten Genossenschaftslager mit einer Gesamtkapazität von 6.800t Schwergetreide findet neben qualitätserhaltender Lagerung auch systematische Reinigung und Aufbereitung der Bio-Erzeugnisse statt. Die Warenbündelung im Lager verbessert die Vermarktungsmöglichkeiten

¹⁶In der Bierproduktion werden die Bedarfe von Hopfen nicht am Gewicht des Rohhophens, sondern an der für den Brauprozess ausschlaggebenden Alphasäure gemessen. Die angekaufte Rohhopenmenge schwankt daher aufgrund jährlich variierender Alphasäure-Gehalte.

für kleine Betriebe und die Etablierung lückenloser professioneller Verarbeitungsstrukturen für Bio-Produkte. Dies ermöglicht planvolles und ökonomisch nachhaltiges Wirtschaften für alle Parteien. Wir möchten die Regionalität und Verfügbarkeit in den Liefernetzwerken für Braurohstoffe auf einem hohen Niveau stabilisieren. Dafür ist es wichtig, Bio-Landbau als attraktive Bewirtschaftungsform für umstellungsinteressierte Landwirt:innen zu fördern.



Abb. 5. 5: Das BlregQ Lagerhaus in Harenzhofen bei Velburg (Fotos: NL).

Rund zwei Drittel unserer EZÖB-Landwirt:innen liefern ihr Getreide nach dem Dreschen an das BlregQ Lagerhaus in Harenzhofen. Für sie ist es, die beste Option um ihre Ware qualitätserhalten und Standortnah zu lagern. Eine enge und gute Zusammenarbeit mit der BlregQ ist daher für uns von großer Bedeutung, da insbesondere in der hektischen Erntezeit alles reibungslos laufen muss. Um gut planen zu können und Verbesserungspotenziale zu identifizieren halten wir jährlich ein Vor- und ein Nach-Ernte-Gespräch mit den Verantwortlichen der BlregQ eG ab.

5.2.3 Gemeinsam für soziale und ökologische Nachhaltigkeit

Viel mehr als eine Lieferbeziehung - Wir sind eine Wertschätzungsgemeinschaft!

Unsere Vision ist eine enkeltaugliche Welt, in der die gesamte landwirtschaftliche Produktion ökologisch abläuft und die Natur geschützt und intakt ist. Um einem so hochgesteckten Ziel näher zu kommen, reicht unser eigener Beitrag allein längst nicht aus. Für uns, wie für alle Betriebe aus dem Lebensmittelbereich, die von Landwirtschaft abhängen, ist die Art und Weise der Landnutzung die größte Stellschraube in Sachen Nachhaltigkeit. Und die Landnutzung geschieht durch unsere Partner:innen - unseren Bio-Rohstoff-Lieferant:innen! Bio-Landbau ist viel mehr als nur schonendere Lebensmittelproduktion. In der Landwirtschaft gestalten die Erzeuger:innen aktiv das sie umgebende System. Durch mehrjährige Fruchtfolge, Maßnahmen zum Humusaufbau, Schaffung von Nahrungsangebot für Wildtiere und Insekten sowie extensive Pflege von Grünflächen erreichen die Betriebe eine lebendige Vielfalt an Hofstelle und auf dem Acker.

Wir sehen die Landwirt:innen unserer EZÖB daher als die wichtigsten Verbündeten, sie teilen unsere Werte und Ziele und wir wollen sie motivieren und unterstützen am Erreichen unserer Vision weiter mitzuwirken. In den letzten rund 15 Jahren haben wir sie deswegen bei der Teilnahme an verschiedenen Naturschutzprojekten unterstützt.

Denn die Landwirtschaft ist gleichermaßen Mitverursacher wie Opfer aktueller Umweltkrisen. Klimatische Veränderungen, belastete Gewässer und der rapide Verlust von Artenvielfalt bedrohen die Stabilität unserer globalen Ernährungssysteme. Weil viel davon abhängt, dass diese Systeme stabil bleiben - nicht zuletzt als Grundlage unserer hochentwickelten Gesellschaft - müssen wir uns entscheiden: machen wir weiter wie bisher

und beschleunigen die ertrags- und ressourcenintensive Nahrungsmittelproduktion? Oder finden sich Alternativen im System? Für Bodengesundheit, Pflanzenvielfalt und Tierhabitate kommt der ökologische Landbau ins Spiel - denn Öko-Landbau ist zukunftsfähig und enkeltauglich.

Unser gemeinsames Engagement für Artenvielfalt

Klimakrise und Artenschwund in Kombination gelten als die vorherrschende Zwillingsskisse unserer Zeit. Die Zeichen und Auswirkungen sind unübersehbar - das Klima ändert sich merklich und auch der *Biodiversitätsverlust* ist für diejenigen, die ihre Umwelt mit bewussten Augen betrachten, direkt erfahrbar. Die Anzahl der Insekten in der Luft und am Boden, roter Mohn und blaue Kornblumen in Getreidefeldern, Feldhase und -hamster, Kiebitz und Rebhuhn: Die Liste minimierter und gefährdeter Tier- und Pflanzenarten in Deutschland ist lang. Bewirtschafteter Wald gleicht Monokulturen und auch der Boden selbst verarmt, weil auf landwirtschaftlichen Flächen immer mehr Ertrag generiert, aber wenig organisches Material für Bodenlebewesen zurückgeführt wird.

Chemisch-synthetische Düngemittel helfen hier wenig. Sie ernähren zwar die Pflanze, aber nicht die Bodenbewohner, die für Humusaufbau sorgen und damit die Bodenfruchtbarkeit erhöhen und verbesserte Wasseraufnahmekapazitäten ermöglichen. Zudem sind sie oft mit schädlichen Substanzen wie Schwermetallen belastet, die toxisch auf Bodenmikroorganismen wirken.¹⁷

Dabei sind wir auf funktionierende Ökosysteme angewiesen, deren Stabilität wiederum durch die Vielfalt der Arten gewährleistet wird. Denn die vom Menschen geschaffene Kulturlandschaft ist Raum und zuhause für tausende Pflanzen-, Tier- und Pilzarten. Sie sorgen für eine Reihe von Ökosystem-Dienstleistungen, ohne die unser Leben in der heutigen Form undenkbar wäre.

Die Vielfalt in der Flur zu erhalten ist daher ausgewiesenes Ziel unserer Bemühungen. Und es ist viel möglich, wie die folgenden Beispiele beweisen.

Ackerwildkräuter-Wiederansiedlung: Vielfalt zurück auf die Äcker!

Öko-Landbau bedeutet nicht immer automatisch hohe Artenvielfalt auf den Feldern. Und doch zeigen Praxisbeispiele, dass vor allem im Öko-Landbau Maßnahmen produktionsintegrativ umsetzbar sind, die *Biodiversität* an Hofstelle sowie auf Äckern und Wiesen fördern. Bestes Beispiel: Ackerwildkräuter. Rund ein Drittel der ursprünglich mit den Getreidearten einhergehenden Ackerwildkräuter wie Mohn, Frauenspiegel oder Acker-Rittersporn, die sich neben den Kulturpflanzen als Begleiter etabliert haben und unter anderem Insekten, Vögeln und Kleinsäugetern als Nahrungspflanzen dienen, sind heute bedroht und finden sich auf der Roten Liste, denn auf intensiv bewirtschafteten Flächen finden sie keine Möglichkeit mehr, ihren Wachstumszyklus zu durchlaufen. Als Ursachen werden erhöhte Stickstoffdüngung, Herbizideinsatz, vereinfachte Fruchtfolge und Verlust von Säumen (Flurbereinigung usw.) genannt. Als Ursache für ihren Rückgang attestiert die Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft:

Um Ackerwildkräuter zu erhalten und wieder anzusiedeln, bietet der Ökolandbau besonders günstige Voraussetzungen. Langjährig ökologisch bewirtschaftete Äcker sind Standort für seltene und gefährdete Ackerwildkräuter. Dies liegt am Verzicht auf Herbizide, aber auch

¹⁷ [Umweltbundesamt \(2023\): Düngemittel](#) (abgerufen am 14.06.2024).

an der geringeren Intensität der Stickstoffdüngung und der damit verbundenen geringeren Konkurrenz durch Kulturpflanzen.¹⁸

Eine Wiederansiedlung dieser rund 300 Arten umfassenden blühenden Ackerwildkautflora kann also nur auf geeigneten Flächen erfolgen und ergibt damit eine Naturschutzleistung, die ausschließlich im Öko-Landbau erbracht werden kann.

Gemeinsam mit der „Biobauern Naturschutz Gesellschaft“ und einigen EZÖB-Landwirt:innen unterstützen wir in der Region ein Projekt zur Vermehrung und Wiederansiedelung von typischen Ackerwildkräutern.



Abb. 5. 6: Links: Naturkundlicher Spaziergang mit dem ADFC zu Besuch auf dem Ackerwildkräuter-Vermehrungsfeld bei Familie Samberger in Pilsach. Rechts: Ackerrittersporn (Fotos: NL).

Kulturlandpläne: Höfe individuell nachhaltiger gestalten!

Als besonders ressourcenschonende und umweltverträgliche Wirtschaftsform bietet der Öko-Landbau mehr Pflanzen- und Tierarten Nist- und Nahrungsangebot. Dies bestätigt eine breit angelegte Meta-Studie des Thünen Instituts aus dem Jahr 2019. Darin ergeben die Artenzahlen sowohl bei Ackerflora, Feldvögeln, blütenbesuchenden Insekten messbar höhere Ergebnisse im Öko-Landbau, als dies bei konventioneller Bewirtschaftung der Fall ist.

Insgesamt betrachtet zeigten sich bei 86 % (Flora) bzw. 49 % (Fauna) der Vergleichspaare deutliche Vorteile durch ökologischen Landbau.¹⁹

Um diese Effekte noch weiter zu fördern, unterstützt die Neumarkter Lammsbräu seit 2010 Landwirt:innen bei der Erstellung und Durchführung eines so genannten Kulturlandplanes.

Dabei handelt es sich um einen individuellen, auf die Landwirt:innen und deren Hof zugeschnittenen und auf mehrere Jahre angelegten Naturschutzplan.

Die Kulturlandpläne schaffen Bewusstsein für welche Eingriffe Landwirtschaft für die Artenvielfalt am Standort bedeutet. Sie zeigen Möglichkeiten auf bereits verursachte Biodiversitätsschäden zu reversieren und versuchen die ursprüngliche Artenvielfalt der Agrarlandschaft wieder herzustellen. Eine Naturschutzfachberaterin analysiert dazu die Hofsituation und unterstützt unsere Landwirt:innen mit ihrem Fachwissen bei der Festlegung und Umsetzung konkreter Maßnahmen und Strategien. Nach zwei Jahren durchlaufen die

¹⁸ [LfL \(2023\): Biodiversität im ökologischen Landbau](#) (abgerufen am 27.06.2024).

¹⁹ [Sanders, J. und Heß, J. \(2019\). Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft](#) (abgerufen am 20.06.2024).

Kulturlandpläne in der Regel ein Review, um Fortschritte festzustellen und gegebenenfalls weitere Hilfestellung zu bieten. Mit Maßnahme wie dem planvollen Anlegen von Hecken und Blühstreifen, strategischen Änderungen in der Fruchtfolge oder dem Anbringen von Nistkästen für Vögel und Fledermäuse helfen die Kulturlandpläne den Landwirt:innen einen wichtigen Beitrag zum Artenschutz auf ihren Flächen zu leisten.



Abb. 5. 7: Zu Besuch auf den Höfen. Die Kulturlandpläne werden auch der Öffentlichkeit vorgestellt (Fotos: NL).

Auch im Jahr 2023 wurden wieder für zwei EZÖB-Betriebe Kulturlandpläne durch uns finanziert. Wir liegen damit nun bei einer Gesamtzahl von 30 Kulturlandplänen seit Beginn der Zusammenarbeit.

Andere mitnehmen und begeistern

Um die Wichtigkeit von Naturschutzmaßnahmen in der Landwirtschaft und das Programm der Kulturlandpläne zu kommunizieren, gibt es sowohl speziell für die interessierten Landwirt:innen in unserer Erzeugergemeinschaft als auch für die Öffentlichkeit jährlich je eine bis zwei Veranstaltungen. Letztere wird oft als gemeinsame sommerliche Fahrradtour mit dem ADFC organisiert. Diese Felderrundgänge und Naturkundlichen Spaziergänge geben detailliert Einblick in Maßnahmen und Wirkung der Kulturlandpläne und bieten einen Multiplikatoreffekt. 2023 gab es jeweils eine Veranstaltung für die EZÖB-Landwirt:innen und eine öffentliche.

Wir wollen ein breites Publikum und insbesondere natürlich auch unsere Stakeholder dafür begeistern was unsere Landwirt:innen leisten und welche positiven Impacts dies schafft. Daher ist es uns auch wichtig unser Vertriebspersonal über die Arbeitsweisen und Naturschutzaktivitäten unserer Erzeuger:innen zu schulen, um dieses Wissen an unsere Kund:innen weitergeben zu können. Im Jahr 2023 haben wir dazu zwei fachliche Exkursionen organisiert: Zur Vorstellung des Kulturlandplans auf dem Biokreis-Betrieb von Michael Schön bei Velburg und zur Ernte und Verarbeitung unseres Hopfens auf dem Bioland-Hof Eckert im fränkischen Herpersdorf.

Nachhaltigkeitsleistungen messbar machen: Die Regionalwert-Leistungsrechnung

Um ihren Beitrag für das Gemeinwohl und die Umwelt sichtbar zu machen, haben wir 2021 und 2022 mit Landwirt:innen unserer Erzeugergemeinschaft ein Pilotprojekt in Kooperation mit der Regionalwert Leistungen GmbH durchgeführt. Bei dem angewandten Tool, der Regionalwert-Leistungsrechnung, können durch die Auswertung von über mehreren Hundert Kennzahlen die Nachhaltigkeitsleistungen von Landwirt:innen ermittelt und monetär

bewertet werden. Bereits in der ersten Projektphase im Jahr 2021 konnten wir 16 EZÖB-Landwirt:innen dafür begeistern. In Phase 2 waren es 27. Über alle teilnehmenden EZÖB-Betriebe wurde in beiden Pilotphasen eine Nachhaltigkeits-Leistung von 750 €/ha errechnet.

Unser langfristiges Ziel ist es, unseren Landwirt:innen den Mehraufwand, den sie für Nachhaltigkeit und Gemeinwohl leisten, entsprechend zu vergüten. Um dem Ziel der fairen Bezahlung näher zu kommen, haben wir im Dezember 2023 zusammen mit der EZÖB-Vorstandschaft und einigen Mitgliedern in mehreren intensiven Workshopterminen ein Prämienmodell erarbeitet, das im neuen Rahmenvertrag 2025-2029 festgelegt wird.

Aufbauend auf dem durch das Tool errechneten individuellen Nachhaltigkeitsgrad des Betriebs wird für jedes EZÖB-Mitglied, das im Erntejahr unter Vertrag steht, eine individuelle Prämie ausgeschüttet. Die Brauerei stellt dafür ein Budget von 1% des jährlichen Umsatzes zur Verfügung. Die Höhe der einzelnen Prämie wird einzig durch die Nachhaltigkeit bestimmt, nicht durch Betriebsgröße oder Liefermenge. Sie wird solidarisch auch bei Ernteausfall bezahlt. Wir können so die von den Landwirt:innen für die Gesellschaft erbrachten Leistungen zumindest teilweise zu entlohnen. Mit den eingegebenen Daten können wir zudem Best Practice Beispiele und Verbesserungspotenziale identifizieren und zu Fortbildungszwecken nutzen.

Weiterentwicklung durch Bildung und Austausch

Um unseren Erzeuger:innen die Möglichkeit zu bieten, sich weiterzubilden veranstalten wir jährlich ein EZÖB-Seminar zu Themen, die für die nachhaltige Weiterentwicklung der Betriebe relevant sind. Dabei informieren Expert:innen die Teilnehmenden einen Tag lang beispielsweise zu Anbauversuchen, Agro-PV, Humusaufbau oder Klimawandel-Anpassung. Leider konnte das Seminar im Jahr 2023 aufgrund mangelnder zeitlicher Kapazitäten nicht angeboten werden, für 2024 läuft aber bereits die Planung. Um den Austausch zwischen den Landwirt:innen zu fördern und Praxis-Input zu erlangen fanden 2023 eine EZÖB-Exkursion und mehrere „Stammtisch“-Treffen statt, teilweise begleitet von Naturland- und Bioland-Beratungspersonal. Zudem konnte Anfang 2023 das erste internationale Austausch-Treffen mit einem Zitronenanbau-Betrieb aus Spanien stattfinden (siehe Kap. 5.3.3).

Neben den direkten Aktivitäten für unsere Erzeugergemeinschaft fördern wir auch den Bodenpraktiker-Kurs der IG Gesunder Boden. Das Programm mit zehn Modulen und viel Praxisanteil schärft den Blick auf den Boden als lebenden Organismus und stärkt die Empathie für dieses komplexe System. Im Bodenpraktiker-Kurs lernen die Landwirt:innen, „wie Boden funktioniert“, was er leisten kann und wie man als Bauer oder Bäuerin mit ihm umgeht. Es wird eine große Auswahl von Ideen aufgezeigt, wie Bodenqualität verbessert werden kann. Aus diesen Impulsen kann sich jede:r einzelne dann einige Optionen auswählen und umsetzen. Denn es wird auch vermittelt, wie vielfältig Boden ist und wie man bewertet, welche Methoden am eigenen Standort sinnvoll sind. Wir fördern die Durchführung des jährlichen Kurses finanziell und regen die Teilnahme unserer EZÖB-Betriebe an.

Ökologische Saatgutzüchtung

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. Die biologische Vielfalt der Landwirtschaft, die sogenannte *Agrobiodiversität*, wurde über Jahrtausende von Ackerbauern, Viehzüchtern und Gärtnern kultiviert. So hat sich eine genetische Vielfalt an pflanzlichen und tierischen Organismen entwickelt, die die Grundlage unserer heutigen

Ernährung bilden. Weltweit leben Menschen von regional etablierten Sorten, die sich aus einer langen Historie natürlicher Züchtung optimal an die Standortbedingungen angepasst haben.

Die Weiterentwicklung von Arten an sich ändernde Umweltbedingungen durch Züchtung erfolgt über Zeithorizonte von mindestens zehn, realistischer 15 Jahren. Erfahrungen von Forschungseinrichtungen zeigen,

(...) dass nicht alle für die Klimaresilienz positiven Eigenschaften in einer einzelnen Sorte zu vereinigen sind. Daher ist Vielfalt nötig, um den vielgestaltigen Herausforderungen des Klimawandels zu begegnen. Eine Strategie, dies in der Züchtung umzusetzen, ist die Züchtung von „Populationen“, z.B. aktuell für Getreide wie Winterweizen, Gerste und Hafer. Anders als eine homozygote (reinerbige) Linie haben die Vielliniengemische durch vielfältige Genpools die Fähigkeit, sich wechselnden Umweltbedingungen anzupassen.²⁰

Es ist nicht abschätzbar, wie sich die Klimaveränderungen regional auswirken werden. Resilienz landwirtschaftlicher Systeme durch eine Vielfalt im Genpool verwendeter Sorten scheint plausibel und vielversprechender als gezielte Eingriffe in Genpools zur Manipulation singulärer Eigenschaften durch gentechnische Verfahren. Allein dadurch können regional unterschiedliche Wetterauswirkungen nicht abgedeckt werden.

Darauf setzt auch die ökologische Saatgutzüchtung und damit auch die Bio-Brauerei Neumarkter Lammsbräu. Für Inhaber Johannes Ehrnsperger steht fest: „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, unterstützt die Brauerei in Kooperation mit ihrer landwirtschaftlichen Erzeugergemeinschaft deshalb die ökologische Saatgutzüchtung mit finanziellen Mitteln und Anbauversuchen. Im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft herrschen auf ökologisch bewirtschafteten Flächen andere Nährstoffdynamiken. Auch sollen die gezüchteten Sorten 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 den Bio-Landwirt:innen helfen den bereits bestehenden Herausforderungen des Klimawandels zu begegnen.

²⁰ [Kliem und George \(2018\): Ergebnispapier des Stakeholderdialogs zur Klimaanpassung. Von Starkregen bis Trockenheit - Anpassungsstrategien für die deutsche Landwirtschaft](#) (abgerufen am 07.06.2024).

Regionale Humusaufbauprojekte

„Der Boden ist eines der kostbarsten Güter der Menschheit“

Diese Feststellung aus der Europäischen Bodencharta von 1972 wird noch ergänzt um die Tatsache:

Der Boden ist ein nur begrenzt vorhandenes Gut und leicht zerstörbar. Er bildet sich langsam durch physikalische, physikalisch-chemische und biologische Prozesse. Seine Produktionskapazität lässt sich durch sorgfältiges Vorgehen verbessern.²¹

Fruchtbare Böden sind die Grundausrüstung eines jeden landwirtschaftlichen Betriebes und gerade im Bereich des Humusaufbaus tut der Öko-Landbau viel. Denn wo synthetische Düngemittel keine Anwendung finden, müssen natürliche Nährstoffkreisläufe beachtet und entsprechend gefördert werden. Dies erreicht der Öko-Betrieb mithilfe reichhaltiger Fruchtfolgen, Klee-Grasanbau, des Verzichts auf Pestizide und der Düngung mit organischem Material wie Mist und Kompost. All dies fördert eine reiche Bodenfauna - darunter Mikroorganismen, Pilze, Würmer und Milben -, die wiederum den funktionierenden biologischen Prozessen des Bodens Rechnung trägt. Auch die Wasseraufnahmekapazität und die Filtrationsrate der Böden wird durch höhere Humusgehalte gesteigert.

Darüber hinaus ist es eine wichtige Funktion von Humus Kohlenstoff, der zuvor in Pflanzen gebunden war, im Boden einzulagern. Als wesentlicher Beitrag zum Klimaschutz in Form einer natürlichen Kohlenstoffsänke zählt der Erhalt und Aufbau von Humus im Ackerland zum 10-Punkte-Plan des Bundeslandwirtschaftsministeriums für mehr Klimaschutz in der Land- und Forstwirtschaft.²²

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-Landwirt:innen von uns finanziell entlohnt. Finanziert werden diese Maßnahmen aus dem Klima Fonds (siehe [Kap. 4.3.1](#)). 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 fördern. 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.

²¹ [Hellberg-Rode G. \(2023\): Europäische Bodencharta \(1972\)](#) (abgerufen am 06.06.2024).

²² [BMEL \(2021\): Nachhaltig Humus aufbauen - Klima schützen](#) (abgerufen am 07.06.2024).

5.3 Neue Partnerschaften - Bio-Limonaden-Liefernetzwerke

Im Vergleich zu unseren Lammsbräu-Bieren sind unsere now Bio-Limos noch sehr jung. Die Limonade-Marke gibt es erst seit 2009. Das ist jedoch nicht der Hauptgrund, warum wir an unsere Bio-Limo-Liefernetzwerke etwas anders herangehen müssen. Es liegt insbesondere in deren Struktur: Allein ein Blick auf die Etiketten verrät: Die Rezepturen sind komplexer als beim Bier, die Zutaten mehr und die Lieferwege länger. Viele der Rohstoffe können nicht in Deutschland angebaut werden und sie durchlaufen mehrere Arbeitsschritte und Stationen bis sie z.B. als Saftkonzentrat dann zu uns kommen.

Wir verwendeten im Jahr 2023 für unsere 13 now-Sorten insgesamt 28 verschiedene Rohstoffe, von 18 verschiedenen Direkt-Zuliefernden. Hieran ist einerseits die Komplexität der Lieferstrukturen zu erahnen, zum anderen wird klar, dass wir alle unsere Produkte sorgfältig nach eigenen Rezepturen selbst mischen. Wir verwenden echte Säfte, Saftkonzentrate und Extrakte statt vorbereiteten Getränkemischungen.

Die transparente partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der EZÖB ist das Vorbild für unsere Herangehensweise an die Limo-Liefernetzwerke. Wir ziehen dieses Wort daher bewusst der Liefer-Kette vor. Denn in einem Netzwerk steht man nicht nur mit den direkt benachbarten „Kettengliedern“ in Kontakt, sondern auch mit den im Prozess weiter entfernten. Wir möchten alle Beteiligten im Netzwerk verorten und wissen, wer sie sind, wie sie wirtschaften, was ihre Werte und ihre Herausforderungen sind. So können wir faire und transparente Beschaffung auch für unsere Limonaden betreiben, Synergien nutzen und gemeinsame Ziele verwirklichen.

5.3.1 Unsere Sorgfaltsstrategie

Als strukturierte Herangehensweise an komplexere Liefernetzwerke haben wir uns eine Sorgfaltsstrategie zurechtgelegt und uns dabei fünf Prozessschritte für den Weg zu Transparenz und Fairness der Liefernetzwerke vorgegeben, die sich am 2023 in Kraft getretenen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LksG) orientieren. Dazu gehört es, zunächst unsere eigenen Ansprüche zu formulieren und zu kommunizieren, insbesondere in Form unserer Grundsatzerklärung und Lieferant:innen Code of Conduct. Danach streben wir an, unsere Liefernetzwerke so detailliert wie möglich offenzulegen, nach unseren Standards zu bewerten, wenn nötig Maßnahmen zu ergreifen und die erlangten Informationen zu dokumentieren. Wichtige Fragestellungen sind in diesem Zusammenhang beispielsweise: Welche Standorte durchläuft ein Rohstoff und welche Akteur:innen sind involviert? Welche Nachhaltigkeitsrisiken bestehen in den Liefernetzwerken? Wo treten diese entlang der Liefernetzwerke auf? Zudem ist es uns wichtig für Akteur:innen aus unseren Liefernetzwerken für Anfragen und Beschwerden erreichbar zu sein.



Abb. 5. 8: Lammsbräu Sorgfaltsstrategie für Liefernetzwerke.

Im Jahr 2020 haben wir begonnen uns auf Basis dieser Sorgfaltsstrategie mit unseren Limonaden-Liefernetzwerken zu befassen. Wir haben begonnen über unsere Direktzuliefernden, die bis auf zwei Ausnahmen in Deutschland ansässig sind, die Liefernetzwerke Zug um Zug abzubilden und zunächst die Herkunftsländer, dann die Verarbeiter- und Erzeugerbetriebe zu identifizieren und zu verorten. Bei den meisten unserer Hauptrohstoffe ist dies auch sehr gut gelungen (vgl. Tab. 5.2). Nachdem die Herkunftsländer der Rohwaren bekannt sind, werden sie in einer jährlichen Risiko-Bewertung auf Umwelt- und Menschenrechtsrisiken bewertet, wobei wir den CRS-Risiko-Check von MVO Nederland sowie den Corruption Perception Index (CPI) von Transparency International heranziehen, um die Situation in den Herkunftsländern besser einschätzen und im Land vorhandene Risiken erkennen können.

Der nächste Schritt ist die Einordnung von abstrakten Risiken und das Identifizieren realer, konkreter Risiken beim Erzeuger- oder Verarbeiterbetrieb. Diese Bewertung der Betriebe ist schwierig, zumal man sie meist noch nicht gesehen oder gesprochen hat. Es ist daher notwendig, dass wir uns im Detail mit unseren internationalen Partner:innen in den Liefernetzwerken beschäftigen und sie kennenlernen. Da dies nicht vollumfänglich möglich ist setzen wir auf die Naturland Zertifizierung bei unseren Limonaden-Rohstoffen. Die Zertifizierung des Bio-Verbands Naturland legt strenge Vorgaben hinsichtlich ökologischer Landwirtschaft sowie hohe Sozialstandards in den Erzeugerbetrieben fest. Die Einhaltung der Vorgaben wird durch intensive Auditierung vor Ort überprüft und schafft auch für internationale Zusammenarbeiten eine vertrauensvolle Basis.

5.3.2 Liefernetzwerk-Sorgfalt in der Praxis

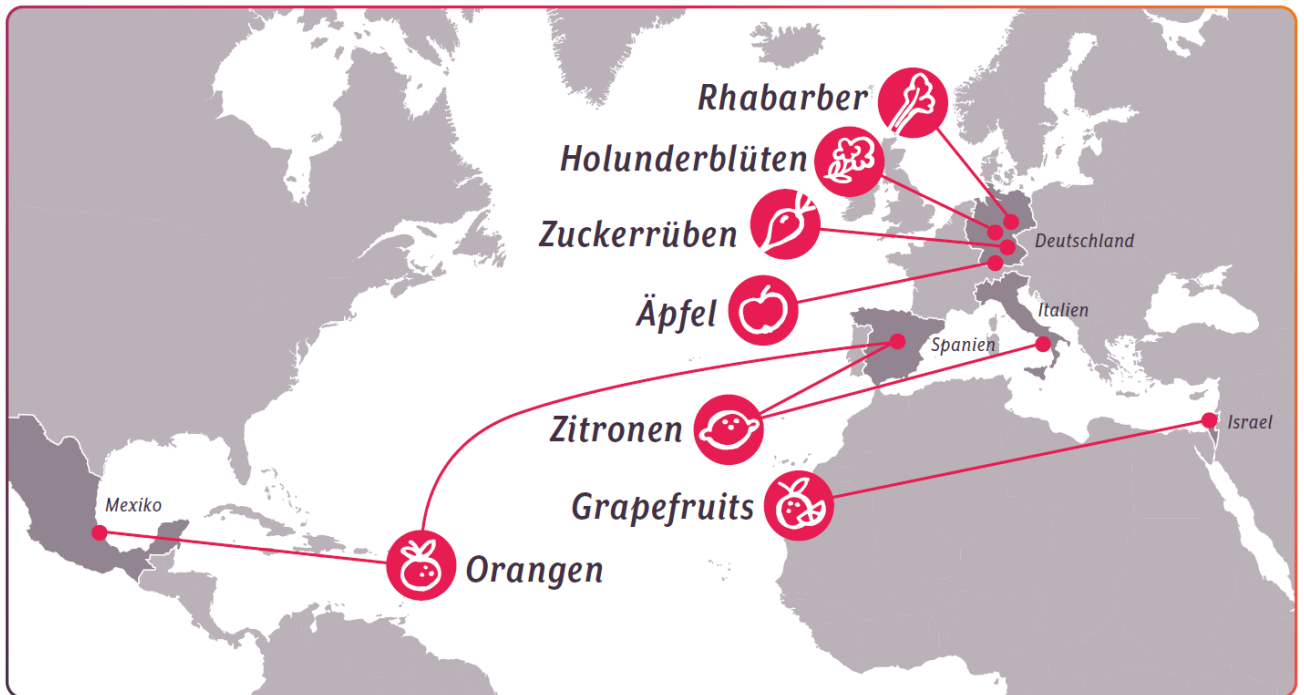


Abb. 5. 9: Die Herkunftsländer unserer Hauptrohstoffe.

Wir verfolgen auch bei unseren Limonaden-Rohstoffen den Ansatz: So regional wie möglich! Im Jahr 2023 kamen 93%²³ all unserer Rohstoffe aus Europa und 85%² aus Deutschland. Weitere wichtige Erzeugerländer sind Spanien, Italien und Israel.

Tab.5. 1: Ursprung unserer Rohstoffe für Limonaden und Schorle, bezogen auf das Einkaufsvolumen in kg aller 28 Rohstoffe.

Ursprung der Rohstoffe	Anteil am Einkaufsvolumen in kg
Deutschland	85 %
Europa	93 %
Verbandszertifiziert	93 %
Fair zertifiziert	77 %

Unsere Hauptrohstoffe

Als „Hauptrohstoffe“ bezeichnen wir die für uns im Betrachtungszeitraum mengenmäßig relevantesten Rohstoffe, die wir mithilfe eines adäquaten Grenzwertes bestimmen. Diese Einteilung erlaubt uns eine Priorisierung der Rohstoffe, da wir nicht die Kapazitäten haben uns mit allen Rohstoffen in der gleichen Intensität zu befassen. Die Hauptrohstoffe sind unsere wichtigsten Zutaten und werden daher bezüglich Mapping und Ausbau von Partnerschaften priorisiert. Vom Gesamteinkaufsvolumen aller Rohstoffe für Limonaden und

²³ Bezogen auf das Einkaufsvolumen in kg.

Schorlen im Jahr 2023 von 645.594 kg machen die neun Hauptrohstoffe mit zusammen 620.580kg rund 96% aus.

Tab.5. 2: Unsere Hauptrohstoffe

Hauptrohstoff	Zertifizierung	Einkaufsvolumen in kg in 2023	Anbauland des Rohstoffs	Rohstoff	Mapping Status*
Invertzuckersirup	Naturland Fair	439.960	Deutschland	Zuckerrübe	5
Zitronensaft-Konzentrat, trüb	Naturland Fair	21.000	Italien	Zitrone	5
Zitronensaft-Konzentrat, blank	Naturland Fair	12.065	Spanien	Zitrone	5
Holunderblütensirup	Naturland Fair	26.000	Deutschland	Holunderblüte, Zucker	5
Orangensaft-Konzentrat	Naturland	17.550	Mexiko	Orange	4
	Naturland	13.780	Spanien	Orange	5
Grapefruit-Base	EU-Bio	14.400	Israel	Grapefruit	4
Apfeldirektsaft	EU-Bio	45.930	Deutschland	Apfel	4
Brausirup	Naturland	14.165	Deutschland	Zuckerrübe	3
Rhabarbersaft	Naturland	15.730	Deutschland	Rhabarber	5

* 1 = Herkunftsland unbekannt, 2 = Erzeuger- und Verarbeiterbetriebe unbekannt, 3 = Erzeugerbetriebe unbekannt, 4 = Alle Akteur:innen namentlich bekannt, 5 = Alle Akteur:innen persönlich bekannt

Aktuell sind 11 unserer 13 now-Bio-Limonaden Naturland zertifiziert - fünf davon tragen das Naturland Fair-Siegel (siehe Kapitel 5.3.3 Faire Liefernetzwerke).

Unser Grapefruitkonzentrat aus Israel erhalten wir nach wie vor in EU-Bio-Qualität. Gespräche mit Naturland haben ergeben, dass eine Zertifizierung des Erzeugerbetriebs, auch wenn dieser bereits die Verbandsstandards erfüllt, aufgrund knapper Ressourcen des Zertifizierers in der Region aktuell nicht umgesetzt werden kann.

Der Apfelsaft für unsere Biokristall Apfelschorle wird aus Früchten von Streuobstwiesen in der Region Hohenlohe und Franken hergestellt. Aufgrund der kleingliedrigen Organisationsstruktur der Erzeugerbetriebe, von denen die Äpfel stammen, konnte die Naturland-Zertifizierung noch nicht abgeschlossen werden. Wir verfolgen das Ziel jedoch zusammen mit der Kelterei weiter und ab der Ernte 2024 sollten wir Naturland zertifizierten Streuobst-Apfelsaft beziehen können.

Welche Maßnahmen folgen aus Mapping und Risikobewertung?

Nachdem Herkunftsländer und Erzeuger- und Verarbeiterbetriebe wo möglich identifiziert sind, sehen wir uns die Risikosituation konkret an. Insbesondere bei Herkunftsländern, in denen allgemein hohe Umwelt- und Menschenrechtsrisiken und ein hohes Korruptionsvorkommen bekannt sind, sehen wir noch genauer hin. In unserem Fall handelt es sich bei Risiko-Herkunftsländern von Rohstoffen insbesondere um mittel- und südamerikanische Länder wie Mexiko (Orange), Peru (Ingwer, Steviablätter) und Brasilien (Guarana), die eine hohe Zahl dokumentierter Risiken aufweisen.

Da Orangensaftkonzentrat einer unserer Hauptrohstoffe ist, haben wir uns damit priorisiert befasst und versucht den Lieferweg bis zurück zum Erzeugerbetrieb nachzuvollziehen. Vorhandene Naturland Zertifizierungen bescheinigen kontrollierte Öko- und Sozialstandards, trotzdem würden wir eine kürzere, transparentere, europäische Kette bevorzugen, da in der lokalen Presse der Erzeugerregion Umweltverschmutzung in Zusammenhang mit Orangenanbau thematisiert wird. Zudem sind Korruption und Marktspekulation auf Kosten der Erzeuger:innen neben Arbeitsrechtsproblematiken im mexikanischen Zitrusgeschäft bekannt.

Die Marktsituation für Orangensaft war 2023 aufgrund knapper Rohware sehr kompliziert und unser bisheriges Produkt kaum zu bekommen. Vor diesem Hintergrund konnten wir eine neue spanische Bezugsstruktur aufbauen. Über den direkten Kontakt mit dem Verarbeiterbetrieb in Cox - ganz in der Nähe unseres Zitronen-Netzwerks konnten wir beginnen spanisches Naturland Orangensaftkonzentrat zu beziehen. Unser Ziel ist es eine verlässliche Zusammenarbeit aufzubauen.

Auch in Bezug auf die genannten weiteren Rohstoffe aus Risikoländern versuchen wir mehr Transparenz in die Liefernetzwerke zu schaffen, indem wir über die direkten Zulieferbetriebe versuchen Informationen zu Erzeuger- und Verarbeiterbetrieben zu erhalten. Aufgrund begrenzter Ressourcen befassen wir uns jedoch primär mit unseren Hauptrohstoffen.

5.3.3 Faire Liefernetzwerke

Mit der Naturland Fair Zertifizierung dokumentieren wir den erfolgreichen Übertrag der in unseren regionalen Erzeugergemeinschaften seit Jahrzehnten gemeinsam gelebten Prinzipien aufs Überregionale. Auch bei Bio-Rohstoffen wie Zitronen, die nicht direkt bei uns in der Oberpfalz wachsen, stehen wir für:

- 1. faire Bezahlung für die anbauenden Bio-Landwirte, mit der sie ihre Höfe auch wirtschaftlich enkeltauglich machen können,*
 - 2. persönlichen Kontakt und Zusammenarbeit auf Augenhöhe, damit man beispielsweise auch in Sachen Umweltschutz gemeinsam lernen und die Kräfte wirksam bündeln kann sowie*
 - 3. möglichst kurze, ressourcensparende Lieferketten, die zudem komplett transparent sind. In solch einem partnerschaftlichen Miteinander lassen sich dann auch Herausforderungen wie die aktuelle Multikrisenlage bis hin zum Klimawandel gemeinsam besser meistern.*
-

Naturland Fair Grundsätze

Transparenz, Fairness und Langfristigkeit sind Grundprinzipien bei der Gestaltung unserer Liefernetzwerke. Um diese auch überregionalen Bezugsstrukturen umzusetzen, orientieren

wir uns an den Vorgaben der Naturland Fair Zertifizierung. Dieses Siegel garantiert über die strengen Ökolandbau-Kriterien hinaus auch gerechte Geschäftsbeziehungen auf Basis des Fair-Handel-Prinzips. Die Vorgaben der Naturland Fair Richtlinien enthalten Verlässlichkeit, Faire Erzeugerpreise, Regionalität, gemeinschaftliche Qualitätssicherung, Transparenz und Engagement²⁴ - dies deckt sich mit unseren Werten in Bezug auf den Umgang mit Zuliefernden. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird in jährlichen Audits und durch die Überprüfung relevanter Daten (wie gezahlte Rohstoffpreise und deren Differenz zum Marktdurchschnitt) durch die Naturland Zertifizierungsstelle sichergestellt. Das Siegel gibt uns die Möglichkeit unsere Werte und unser Handeln im Liefernetzwerk auch an unsere Kund:innen zu kommunizieren.

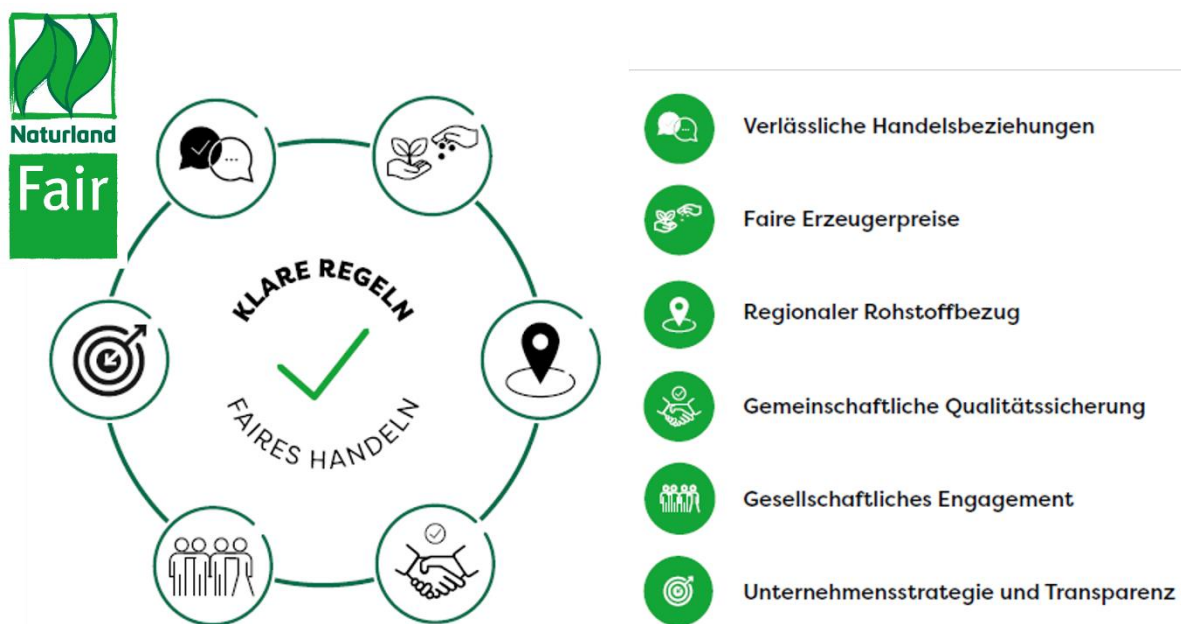


Abb. 5. 10: Naturland-Fair-Prinzipien (Abbildung: Naturland Fair).

Im Bereich der Bio-Limonaden sehen wir diese Zertifizierung daher als ein nützliches Werkzeug, da es sich um neue Strukturen handelt, über die wir unsere Kund:innen zunächst informieren müssen - anders als bei den Bieren, wo Regionalität leichter umsetzbar ist und wir seit Jahrzehnten für fairen Umgang mit den Erzeuger:innen bekannt sind. Zudem hilft der Zertifizierungsprozess des Liefernetzwerks dabei, sich näher zu kommen, Bedürfnisse der Beteiligten direkt anzusprechen und gemeinsam die bestmögliche Lösung zu finden. In den vergangenen Jahren haben wir bereits für drei unserer Hauptrohstoffe der now Bio-Limonaden eine Naturland Fair zertifizierte Bezugsstruktur aufgebaut: Invertzuckersirup aus Rübenzucker, der in allen now-Limos zum Einsatz kommt, Zitronensaftkonzentrat, das in 12 von 13 nows sowie unseren Radlern enthalten ist, und Holunderblütensirup, der neben unser now Hollerblüte auch in einem alkoholfreien Biermischgetränk verwendet wird.

Anbaugemeinschaft Zuckerrübe

Unser mengenmäßig wichtigster Rohstoff im Bereich der now Bio-Limonaden ist Zucker. Aufgrund weiter Lieferwege und somit erhöhten Emissionen kommt die Verwendung von Rohrzucker für uns nicht in Frage und wir haben daher zusammen mit der Regionalen Bioland

²⁴ [Naturland: Naturland Fair Richtlinien](#) (abgerufen am 27.06.2024).

Erzeugergemeinschaft - Rebio ein regionales Rübenzucker-Liefernetzwerk etabliert. Elf Bioland- und Naturland-Betriebe bauen in Bayern Zuckerrüben für uns an (siehe Karte Abb. 5.4, die über die Rebio verfrachtet, vom Schweizer Zuckerwerk zu Kristallzucker und von der Firma Hostettler zu Invertzuckersirup verarbeitet werden. Die Zusammenarbeit ist als Interprofession angelegt, bei der alle Beteiligten zusammen gerechte Drei-Jahres-Verträge aushandeln, die den Landwirt:innen aber auch der Brauerei Planungssicherheit bieten. Jährlich werden so ca. 500 Tonnen Invertzuckersirup produziert, die unseren Bedarf zu 100 % decken. Das Liefernetzwerk mit seiner partnerschaftlichen, verlässlichen und gerechten Zusammenarbeit ist seit 2022 Naturland Fair zertifiziert.



Abb. 5. 11: Links: Zuckerrüben-Landwirt Johannes Scharvogel in Martinsheim. Rechts: Mitarbeitende der Rebio bei der Zuckerrüben-Kampagne in Straubing, September 2022.

Zitronensaftkonzentrat

Die Zitrone ist neben Zucker für Limonaden üblicherweise die wichtigste Zutat. Daher war es auch eines der ersten Liefernetzwerke, dass wir gemappt und deren Beteiligte wir kennengelernt haben. Im Rahmen der Naturland Fair Zertifizierung haben wir uns im Detail mit den Erzeuger- und Verarbeiterbetrieben in Italien und Spanien auseinandergesetzt und sie vor Ort besucht. Zum Aufbau einer vertrauensvollen, langfristigen und gerechten Zusammenarbeit ist es uns wichtig, ein realistisches Bild von den Gegebenheiten vor Ort, den Arbeitsweisen und den Herausforderungen unserer Partner:innen zu bekommen. Bei den Besuchen im Oktober 2022 bei der Genossenschaft El Limonar de Santomera und dem Verarbeiterbetrieb Citromil in Cox, bei Murcia, Spanien und im Januar 2023, auf dem Anbaubetrieb Campisi Italia und dem Safthersteller Simone Gatto auf Sizilien konnten wir wertvolle Informationen und ein besseres Verständnis für die Abläufe vor Ort gewinnen. Dabei wurde deutlich, wie ähnlich ihre und unsere Werte und Ziele sind, dass wir, obwohl wir in unterschiedlichen Teilen Europas sitzen, an einer gemeinsamen Vision einer enkeltauglichen Welt arbeiten.



Abb. 5. 12: Links: Sergio Mazzara von Campisi Italia mit einer now Fresh Lemon, Januar 2023. Rechts: Erstes Treffen im Februar 2023: Kristian Hernández von EL Limonar de Santomera und die Braurohstoff-Erzeuger:innen der EZÖB.

Wir bauen die persönlichen Beziehungen weiter aus und legen damit den Grundstein für langfristige und zukunftsfähige Kooperationen. Dabei ist es uns ein Anliegen, den Netzwerkgedanken und den Austausch unter den Beteiligten zu fördern, um voneinander zu lernen und Synergien aufzudecken. Wir haben daher zur Mitgliederversammlung der EZÖB im Februar 2023 ein Kennenlernen mit dem Repräsentanten der Zitrus-Kooperative EL Limonar aus Spanien organisiert, wobei es zu einem interessanten Austausch kam und viele gemeinsamen Themen identifiziert wurden. Mittlerweile kennen sich unsere beiden Erzeugerbetriebe aus Spanien und Italien auch untereinander, da sie auch im Bereich der Frischwarevermarktung in gemeinsamen Projekten arbeiten.

Auch die gemeinsame öffentliche Kommunikation der Wichtigkeit fairer Geschäftsbeziehungen ist uns wichtig, um anderen Lebensmittel herstellenden oder vermarktenden Unternehmen sowie den Verbraucher:innen, die soziale und ökologische Relevanz des Themas zu vermitteln. Wir haben daher im Rahmen der Biofach im Jahr 2023 einen Pressetermin mit Vertreter:innen von El Limonar, EZÖB, Naturland Fair und Neumarkter Lammsbräu abgehalten.



Abb. 5. 13: Gemeinsame Kommunikation zu der Wichtigkeit Fairer Lieferbeziehungen. Biofach 2023 (Foto: Neumarkter Lammsbräu).

In Zukunft möchten die Akteur:innen in der zertifiziert fairen Wertschöpfungskette noch enger zusammenarbeiten und insbesondere an einem kostendeckenden fairen Preis für die Saft-Zitronen arbeiten. Dazu ist ein gemeinsamer Fair-Kontrakt zwischen Erzeugerköoperative, Verarbeitungsbetrieb und der Brauerei geplant.

Holunderblüte

Unser drittes Fair zertifiziertes Liefernetzwerk ist das unseres Holunderblütensirups, von dem wir jährlich rund 25.000kg verwenden. Drei deutsche Betriebe bauen dafür Holunderblüten an. Sie sind in Hessen, Oberbayern und in Pilsach, ganz in unserer Nähe angesiedelt. Die zarten weißen Blüten werden nach der Ernte im Juni durch das Münchner Unternehmen Victualium in Zusammenarbeit mit der Kelterei Merk zu Sirup weiterverarbeitet.



Abb. 5. 14: Zwei Generationen der Familie Samberger auf ihrer Holunderanbaufläche in Pilsach, Landkreis Neumarkt in der Oberpfalz (Foto: Neumarkter Lammsbräu).

6 Ziele und Maßnahmen

6.1 Unternehmensziele und Erreichungsgrad bis 2023

Nachfolgend werden ökologische, soziale und ökonomische Ziele im Berichtsjahr mit ihrem jeweiligen Status quo dargestellt. Die Spalte „Erfüllungsgrad“ zeigt an, in welchem Maße die angestrebten Ziele erreicht wurden, daneben steht ein entsprechender Hinweis zur Erläuterung des jeweiligen Themas im Bericht. Unter „Maßnahmen“ sind die konkreten Schritte beschrieben, die dafür angestrebt wurden.

Die Ziele werden in den nachfolgenden Auflistungen den jeweiligen SDG-Targets zugordnet, die sie adressieren.



SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungsgrad
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				Senken des spezifischen Wasserverbrauchs Brauerei auf <5,2 hl/hl Fertiggetränk	Ausbau der Messstellen & Festlegung von Kennzahlen zur engmaschigeren Auswertung als Grundlage für engeres Monitoring -> schnelles Reagieren auf Abweichungen unterjährig möglich; permanente Abwassermessung Abfülllinien 1 & 2; Prozessoptimierung durch automatische Absperrung von Wasser, wenn Abfülllinien nicht laufen; Automatisches Abschalten des Wassers für die Füllerei übers Wochenende; Fortführung CIP Audits; sonstige Prozessoptimierung im gesamten Unternehmen	GRI 303-3: Wasserentnahme / GRI 303-5: Wasserverbrauch	✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.3	
				Senken des spezifischen Wasserverbrauchs Mälzerei auf <2,0 hl /dt Fertigmalz			✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.3	



SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungsgrad
6.6: Bis 2030 wasserverbundene Ökosysteme schützen und wiederherstellen, darunter Berge, Wälder, Feuchtgebiete, Flüsse, Grundwasserleiter und Seen					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)	Wir sind auf dem Weg
					Bewusstseinsbildung bei Waldbesitzern für Rolle des Bodens für den Trinkwasserschutz	Veranstaltung zum Thema Humusaufbau im Wald und dem damit verbundenen Trinkwasserschutz	Teilnehmendenzahl an der Informationsveranstaltung; Verkaufte Zweitplatzierungsaktionen mit Fokus Boden	✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.3
					Erlangung eines dauerhaften Wasserrechts für Brunnen Nord und damit Sicherstellung einer nachhaltigen Wasserentnahme	Finale Abstimmungen mit Behörden und beteiligten Stakeholdern	Wasserrechtliche Bewilligung für 30 Jahre	Wir sind auf dem Weg → Kap. 4.3.3
					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	Ziel nicht erreicht

8.2: Eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Diversifizierung, technologische Modernisierung und Innovation erreichen, einschließlich durch Konzentration auf mit hoher Wertschöpfung verbundene und arbeitsintensive Sektoren








SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungsgrad
	ökologisch	sozial	ökonomisch					
8.2: Eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Diversifizierung, technologische Modernisierung und Innovation erreichen, einschließlich durch Konzentration auf mit hoher Wertschöpfung verbundene und arbeitsintensive Sektoren					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	aus Risikobewertung ermittelter Handlungsbedarf	✓ Ziel erreicht
					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	Ziel nicht erreicht
				 	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	✓ Ziel erreicht
					Einhaltung der festgelegten Cashflow-Leistungsrate, Liquiditätsgrad L2 und Verschuldungsobergrenze	Erhöhung des operativen Cash-Flows, Schuldentilgung im Rahmen der Vereinbarungen, Ausbau des operativen Controllings	GRI 201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	✓ Ziel erreicht
				 	Steigerung der Attraktivität der Marke now Sicherstellung und Nachweis der Lebensmittelsicherheit in unseren Produktionsprozessen	Einführung eines neuen now Gebindes & Produktinnovationen mit weniger Zucker Implementierung des IFS Food Standards zur Optimierung qualitativer Parameter bei der Produktherstellung	Absatzentwicklung GRI 416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	✓ Ziel erreicht Wir sind auf dem Weg



SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungsgrad
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					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	Wir sind auf dem Weg → Kap. 5.3
					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	Ziel knapp nicht erreicht → Kap. 2.3.3
					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)	✓ Ziel erreicht → GPTW unter Kap. 2.2.2
					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	✓ Ziel erreicht
					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:innen	Ziel nicht erreicht
					Personalentwicklung	Individuelle Stärken-Schwächen-Analyse der im Rahmen der jährlichen Mitarbeiterorientierungs- und Entwicklungsgespräche thematisierten, Bewertung anhand stellenbezogener Kriterien	GRI 404-2: Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	Wir sind auf dem Weg → Kap. 2.2.2

SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungs-grad
12.2: Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen					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	✓ Ziel erreicht → Kap. 5.3.3
					Züchtung einer Braugerstensorte, die den speziellen Anforderungen des ökol. Landbaus und unseres Brauverfahrens genügt	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Getreidezüchtungsforschung Darzau und der LfL	Sortenzulassung	Wir sind auf dem Weg → Kap. 5.2.3
					Erhöhen des Anteils verbandszertifizierter Rohstoffe bei now (90 %) und BioKristall (100 % Apfelsaft)	Prüfung regionalerer Apfelsaft-Strukturen aus Naturland-zertifiziertem Streuobst für Bio-Kristall-Schorle	GRI 204-1: Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	now: ✓ Ziel erreicht BioKristall: Wir sind auf dem Weg → Kap. 5.3.2
					Brau-Rohstoffe: Regionale Beschaffung von 90-100 % Braugetreide	Ausbau EZÖB um weitere Landwirt:innen; Umstellung konventioneller Flächen auf ökologisch (Prüfung Kooperation mit Trinkwasserschutz Oberpfälzer Jura)	GRI 204-1: Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	Ziel nicht erreicht → Kap. 5.2
12.5: Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern					Professionalisierung des Einkaufs	Restrukturierung der internen Einkaufsorganisation inkl. Nachhaltigkeitsrichtlinien und Überarbeitung der Lieferant:innenbewertung und -auditierung	Generierung auswertbarer, verlässlicher Einkaufsdaten	Wir sind auf dem Weg → Kap. 5.1.4
					Halten der Getrennsammelquote bei > 98 % (inkl. Treber Anteil)	Formulierung und Umsetzung von Maßnahmen aus den Ergebnissen der Abfallschulung und der Umfrage zum Thema "Restmüll"	GRI 306-3: Angefallener Abfall	✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.5
12.5: Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern					Einsparung von Druck bei Flyern, Broschüren & Berichten	Integration vieler Kommunikationsmittel ins Intranet (Digitalisierung)	301-1: Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Wir sind auf dem Weg → Kap. 4.3.4
					Einsparung von Druck der Hastrunkmarken für Mitarbeitende	Umstellung auf digitale Hastrunkkonten	301-1: Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Wir sind auf dem Weg → Kap. 4.3.4



SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungsgrad
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					Erhöhen der Transparenz durch Berichterstattung im Rahmen ausgewählter und anerkannter Standards	Berichterstattung gemäß GRI Standard im 3-Jahres-Turnus / Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) im 3-Jahres-Turnus / Aktualisierung Biodiversitätsbericht im 2-Jahres-Turnus / Gemeinwohlbilanzierung und -berichterstattung im 2-Jahres-Turnus	Nutzung anerkannter Berichtsstandards (in Qualität und Umfang)	✓ Ziel erreicht → Berichtsbeginn
					Intensivierung der internen Nachhaltigkeitskommunikation im Rahmen des Unternehmensleitbildes	Überarbeitung Mitarbeiter:inneninfo, Tag beim Bio-Bauern, Verstärkte Nutzung digitaler Kommunikationskanäle (Podcast, Videos, MS-Teams), Mitarbeiter:innen-Workshops	Nutzungsverhalten der Mitarbeitenden in Bezug auf geteilte Inhalte	Wir sind auf dem Weg → Kap. 2.2
					Externe Nachhaltigkeitskommunikation	Verbreitung der Themen des ÖLB in der Region NM durch mind. 2 Bildungsveranstaltungen (z.B. naturkundliche Spaziergänge) in Zusammenarbeit mit der EZÖB, Naturland- und Bioland-Beratung und regionalen Partner:innen; Nachhaltigkeitsberichterstattungsstrategie prüfen & optimieren; Vorbereitung GRI Bericht 2023: Überarbeitung wesentliche Themen	Anzahl Teilnehmende	✓ Ziel erreicht → Kap. 1.4 , Anhang (wes. Themen) → Kap. 5
					Stärkung der Stakeholderbeziehungen	Fortentwicklung und Pflege der Beziehungen im Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis durch partizipative Produktentwicklung, Austausch zu Nachhaltigkeitsthemen mit Partner:innen entlang der gesamten Rohstoff-Liefernetzwerke	GRI 2-29: Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	✓ Ziel erreicht → Kap. 1.3.3 , Anhang → Kap. 5.2 → Kap. 5.3



SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungsgrad	
13.2: Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen	✓		⚙️		Senken des spezifischen Stromverbrauchs Brauerei auf <11,2 kWh/hl Fertiggetränk	Prüfung intelligenter Tanksteuerung; Prozessoptimierung durch Einbau einer Steuerung in Druckluftverteiler, wenn beide Abfülllinien nicht laufen; 2 Monate im Sommer keine Vermälzung (Einsparung Kälteenergie); weitere Umrüstung auf Bewegungsmelder; Inbetriebnahme der PV Anlage; Verbrauchsmessung Druckluft der Abfülllinie 2 über 2 Monate	GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation, GRI 302-3: Energieintensität	Ziel nicht erreicht → Kap. 4.3.2	
					Senken des spezifischen Stromverbrauchs Mälzerei auf <11 kWh/dt Fertigmalz			Ziel nicht erreicht → Kap. 4.3.2	
					Senken des spezifischen Wärmeverbrauchs Brauerei auf < 31 kWh/ hl	Fertigstellung Planungen für Niedertemperaturnetz (Umbau altes Heißwassernetz) und Umsetzung; Installation einer Solarthermieanlage (Dach und Fassade Mälzerei);		GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation, GRI 302-3: Energieintensität	Ziel nicht erreicht → Kap. 4.3.2
					Senken des spezifischen Wärmeverbrauchs Mälzerei auf < 75 kWh/ dt Fertigmalz	Prüfung der Temperaturreduktion der Flaschenreinigungsmaschinen; weitere Prozessoptimierungen in Sudhaus und Mälzerei			Ziel nicht erreicht → Kap. 4.3.2
	✓		⚙️		Reduktion der Treibhausgasemissionen auf 8,6 kg CO ₂ e e/hl Fertiggetränk (Scope 1 und 2)	Umsetzung CO ₂ e e-Reduktionsplan bis 2030: siehe Maßnahmen zu Energieverbrauchsreduktion	GRI 305-4 Intensität der THG-Emissionen	✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.1	



13.2:
Klimaschutzmaßnahmen in
die nationalen Politiken,
Strategien und Planungen
einbeziehen



SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungsgrad
					Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen in Scope 1 und 2 im Zeitraum von 2020 bis 2030 um 42 %	Fortlaufende Analyse von CO ₂ e-Reduktionsmaßnahmen sowie Umsetzung von Energieeffizienz- und Substitutionsmaßnahmen im Bereich der Wärmeenergienutzung (siehe Maßnahmen zu Energieverbrauchsreduktion); weitere Umstellung des Pkw-Fuhrpark auf E-Mobilität mit Ökostromnutzung; Ausbau Erdgas im Bereich Lkw-Fuhrpark; Neuausrichtung <i>Nachhaltigkeitsliga</i> durch KI (Fuhrparksoftware)	GRI 305, 1, 2 & 5: Emissionen 305-1 direkte THG-Emissionen (Scope 1), 305-2 indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2), 305-5 Senkung der THG-Emissionen	Wir sind auf dem Weg → Kap. 4.3.1
					Messen und Senken der Treibhausgasemissionen in Scope 3	Weitere Prüfung von CO ₂ e-Reduktionspotentialen; Kohlenstoff-Bindung auf betriebseigenen Ackerflächen durch Aufbau regionaler Humusaufbauprojekte (zusätzl. positive Auswirkungen auf Artenvielfalt und Wasserschutz); Beginn Green Logistik Projekt, z.B. durch Potentialanalyse in der Logistik hins. Einflussmöglichkeiten einer CO ₂ e Senkung in Scope 3 (Transporte); Erfassung einer Kennzahl zur Abbildung der Primärdatenqualität; Gebindestrategie 2030 -Senkung von CO ₂ e wird bei Planung zukünftiger Gebinde berücksichtigt; weitere Elektrifizierung der Pkw Flotte (weniger Benzin oder Diesel, der für Fahrzeug hergestellt werden muss); Prüfung von klimafreundlichen Bierkästen; Durchführung eines Klima-Workshops mit den EZÖB Landwirt:innen zum Thema Humusaufbau	GRI 305, 3 & 5: Emissionen 305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3); 305-5: Senkung der THG-Emissionen	Wir sind auf dem Weg → Kap. 4.3.1
					Messen der produktbezogenen CO ₂ e e	Erstellen von Product Carbon Footprints aller Produkte gemäß ISO 14067	Fertiger PCF für jede Produktgruppe	✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.1
					Ausgleichsmaßnahmen von Restemissionen der Bereiche Scope 1 und 2	Erwerb von Humuszertifikaten	Menge CO ₂ e e Sequestrierung in Humus	✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.1
					Verringerung der Umweltauswirkungen entlang des Lebensweges der Limo-Rohstoff-Liefernetzwerke	Aktualisierung der Umweltaspektebewertung um weitere Umweltauswirkungen entlang der vor- und nachgelagerten Kette	308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Wir sind auf dem Weg
					Verringerung der Umweltauswirkungen entlang des Lebensweges der Brau-Rohstoff-Liefernetzwerke	Weiterführen des Pilotprojekts Regionalwertleistungsberechnung mit dem Ziel, die Nachhaltigkeitsleistungen als Teil der künftigen EZÖB-Rahmenverträge zu etablieren, um einen Anreiz für die Weiterentwicklung der Betriebe/ökologischen Ökolandwirtschaft zu schaffen	308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Wir sind auf dem Weg → Kap. 5.2



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

SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Erfüllungsgrad
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				 	Erhöhen der Artenvielfalt am Produktions- und Außenstandort durch Umsetzung von mindestens 1 biodiversitäts-fördernder Maßnahme	Bau verschiedener Vogelnistkästen und Anbringen am Standort Blomenhof mit engagierten NL Senior:innen AZUBI-Projekt "Blühender Blomenhof"	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.6
				 	Erhöhen der Artenvielfalt in Rohstoffliefernetzwerken durch Umsetzung von mindestens 2 biodiversitätsfördernden Maßnahmen	Umsetzung von zwei Kulturlandplänen mit Landwirt:innen der EZÖB; Unterstützung der Weiterbildung "Bodenpraktiker" für Landwirt:innen; bessere Vernetzung der Landwirt:innen zum gegenseitigen Austausch	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	✓ Ziel erreicht → Kap. 5.2.3
				 	Erhöhen der Artenvielfalt in der Region durch Umsetzung von mindestens 3 Biodiversitätsmaßnahmen	Sensibilisierung regionaler Unternehmen durch mind. eine Veranstaltung zum Thema (Stammtisch/ Exkursion) zusammen mit regionalen Partner:innen (LPV, LBV, Ökomodellregion); Ideelle und finanzielle Unterstützung des Nachfolge-Projektes "Ackerwildkräuter erhalten und fördern mit Biobetrieben in Bayern" sowie des 5 Jahres-Projektes „Zukunftsperspektiven für Bayerns Ackerwildkräutern“	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	✓ Ziel erreicht → Kap. 4.3.6 → Kap. 5.2.3

6.2 Unternehmensziele bis 2030

Die folgenden Auflistungen zeigen unsere aktuellen Unternehmensziele bezüglich ökologischer, sozialer und ökonomischer Nachhaltigkeit mit ihren Indikatoren und geplanten Erfüllungszeiträumen. Die einzelnen Ziele sind dabei wieder im Kontext der SDG-Target dargestellt und unseren Strategischen Handlungsfeldern und Wesentlichen Themen zugeordnet. Die Zuständigkeiten werden dabei wie folgt abgekürzt:

GL = Geschäftsleitung

NHM = Nachhaltigkeitsmanagement

IHE = Instand-haltung & Energie

PROD = Produktion

MKO = Marke & Kommunikation

QSP = Qualitätssicherung & Produktentwicklung

LOG = Logistik












SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Zuständig	Termin	Wesentliches Thema
	ökologisch	sozial	ökonomisch							
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	🌿	⚙️		Halten des spezifischen Wasserverbrauchs Brauerei auf $\leq 5,4$ hl/hl Fertiggetränk	Abfülllinie 1: Umschluss Bandschmierung auf Druckerhöhung bei Enthärtungsanlage (-> Zähler) Segmentierung Bandschmierung Linie 1 und dadurch Reduzierung der Spritzmengen	GRI 303-3: Wasserentnahme GRI 303-5: Wasserverbrauch	IHE / PROD	2024	Ressourcenverbrauch	
				Reduzierung der Brauchwassermengen durch Entwicklung eines kostengünstigen Verfahrens zur Abwasseraufbereitung	Teilnahme an Forschungsprojekt „BayWater“ in Kooperation mit TU München mit dem Ziel zukünftig durch maßgeschneiderte Prozesse Abwasser energieeffizient aufzubereiten und wiederverwenden zu können	Erfolgreiche Projektteilnahme/ Erarbeitung im Rahmen des Projektes	IHE	2027	Ressourcenverbrauch	
	🌿			Erlangung eines dauerhaften Wasserrechts für Brunnen Nord und damit Sicherstellung einer nachhaltigen Wasserentnahme	Implementierung eines 3. Brunnen, dazu finale Abstimmungen mit Behörden und beteiligten Stakeholdern	Wasserrechtliche Bewilligung für 30 Jahre	GL	2024	Wasserqualität- und Verfügbarkeit	



SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Zuständig	Termin	Wesentliches Thema
6.6: Bis 2030 wasserverbundene Ökosysteme schützen und wiederherstellen, darunter Berge, Wälder, Feuchtgebiete, Flüsse, Grundwasserleiter und Seen					Ausweitung des Öko-Landbaus in der Region	Aufnahme weiterer Mitglieder in die Erzeugergemeinschaft Schaffung eines Anreizsystems für eine wasserschonendere Form der Landwirtschaft durch Einführung der EZÖB-Leistungsrechnung	ökologisch bewirtschaftete Fläche (m ²) Anzahl der liefernden Landwirt:innen	NHM	2025	Wasserqualität- und Verfügbarkeit
					Umbau der unternehmenseigenen Waldflächen	Erste Neupflanzungen mit geeigneten Arten für einen gesunden Mischwald	Einwertung der Waldflächen nach dem Life Future Forest Modell	GL	2024	Wasserqualität- und Verfügbarkeit
					Bewusstseinsbildung für Waldumbau	Referenzveranstaltung zusammen mit IG Gesunder Boden auf einem unserer Waldgrundstücke	Anzahl Teilnehmende	GL	2024	Wasserqualität- und Verfügbarkeit
					Verringerung von Wildverbiss	Kontaktaufnahme und Sensibilisierung der Jagdpächter für die Notwendigkeit der aktiven Bejagung	Anzahl der sensibilisierten Jagdpächter	GL	2024	Wasserqualität- und Verfügbarkeit
					Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes	Finale Abstimmungen mit Behörden	Fläche Wasserschutzgebiet (m ²)	GL	2024	Wasserqualität- und Verfügbarkeit



SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Zuständig	Termin	Wesentliches Thema
8.2: Eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Diversifizierung, technologische Modernisierung und Innovation erreichen, einschließlich durch Konzentration auf mit hoher Wertschöpfung verbundene und arbeitsintensive Sektoren					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	aus Risikobewertung ermittelter Handlungsbedarf	RMS-Verantwortliche / GL	2024	
				Steigerung Markenattraktivität Neumarkter Lammsbräu Bio-Bier	Zeitgemäße Weiterentwicklung des Etikettendesigns für eine bessere Auffälligkeit am POS sowie bessere Unterscheidbarkeit der einzelnen Sorten	Absatzentwicklung	MKO	2024	Produkttransparenz	
				Steigerung Markenattraktivität now Bio Limo	Schaffung innovativer 3D-Welten mit "now"-Momenten Go-Live der Website zur Biofach 2024 verstärkte Kommunikation auf social media-Kanälen und in print-Medien Customer Journey am Point of Sale	Absatzentwicklung	MKO	2024	Produkttransparenz	
					Sicherstellung und Nachweis der Lebensmittelsicherheit in unseren Produktionsprozessen	Schaffung aller notwendigen Voraussetzungen zur Implementierung des IFS Food Standards	GRI 416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	QSP	2026	Produkttransparenz
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					Etablierung hoher Sozialstandards in den Rohstoffliefernetzwerken (mengenmäßig relevanteste)	Umsetzung der interne Sorgfaltsstrategie orientiert am LksG	GRI 308-2: Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen, GRI 414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	NHM	2024	Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffung







SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Zuständig	Termin	Wesentliches Thema
12.2: Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen					Ausweitung und Intensivierung der Naturland Fair Kooperation	Intensivierung der Zusammenarbeit mit Erzeugern und Verarbeitern vor Ort Direktbezug und faire Vertragsgestaltung, Gemeinsame Preisfindung Zertifizierung weitere Rohstoffe (Orange, Spanien)	GRI 414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	NHM	2024	Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffung
					Züchtung einer Braugerstensorte, die den speziellen Anforderungen des ökol. Landbaus und unseres Brauverfahrens genügt	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Getreidezüchtungsforschung Darzau und der LfL	Sortenzulassung	GL	2025	Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffung
					Erhöhen des Anteils verbandszertifizierter Rohstoffe bei now (90 %) und BioKristall (100 % Apfelsaft)	Prüfung regionalerer Apfelsaft-Strukturen aus Naturland-zertifiziertem Streuobst für Bio-Kristall-Schorle	Anteil verbandszertifizierter Ware im Rohstoffeinkauf	NHM	2024	Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffung
					Brau-Rohstoffe: Regionale Beschaffung von 90-100 % Braugetreide	Befähigung der Erzeugerbetriebe klima-resilienten Getreideanbau zu betreiben (Seminare, Veranstaltungen, Anreizsystem) Entwicklung einer klima-resilienten, regionalen Beschaffungsstrategie	GRI 204-1: Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	PROD / NHM / GL	2024	Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffung
12.5: Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern					Nachhaltige Beschaffung durch Professionalisierung des Einkaufs	Restrukturierung der internen Einkaufsorganisation inkl. Nachhaltigkeitskriterien Einführung einer angepassten, internen Beschaffungs-App Verbesserte Lieferant:innenbewertung	Generierung auswertbarer, verlässlicher Einkaufsdaten	GL / NHM	2024	Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffung
					Halten der Getrennsammelquote bei > 98 % (inkl. Treber Anteil)	Verringerung Anteil Gewerbeabfall durch weitere Sicherstellung der stofflichen Verwertung unserer Altticketten; Sensibilisierung der Mitarbeitenden zu optimierter Abfalltrennung & -reduktion	GRI 306-3: Angefallener Abfall	Abfallbeauftragte	2024	Ressourcenverbrauch

SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Zuständig	Termin	Wesentliches Thema
<p>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</p>					Erhöhen der Transparenz durch Berichterstattung im Rahmen ausgewählter und anerkannter Standards	Berichterstattung gemäß GRI Standard & Gemeinwohlbilanzierung und -berichterstattung im 3-Jahres-Turnus / Aktualisierung Biodiversitätsbericht im 2-Jahres-Turnus	Nutzung anerkannter Berichtsstandards (in Qualität und Umfang)	NHM	2024	Kund:innen-zufriedenheit
					Optimierung der internen Nachhaltigkeitskommunikation im Rahmen des Unternehmensleitbildes	monatliche Mitarbeitendeninfo (LammsWelt) Mini-Podcast zu nachhaltigen Themen (Wissensschluckchen) monatliches veganes Essensangebot (LammsKitchen) freiwilliges Prämienmodell zu nachhaltigem Lebensstil (LammsECO)	Nutzungsverhalten der Mitarbeitenden in Bezug auf Angebote	NHM	2024	
				 	Optimierte Prozesse im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung	Teilnahme an Pilotprojekt zur Entwicklung eines anwenderfreundlichen Softwaretools zur Datenerfassung und Berichterstattung Nachhaltigkeitsberichterstattungsstrategie prüfen & optimieren	Interne Ressourcen	NHM	2025	Kund:innen-zufriedenheit
					Externe Nachhaltigkeitskommunikation	Verbreitung der Themen des ÖLB, der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit und des Klimaschutzes durch Vorträge und Bildungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit EZÖB, Bildungseinrichtungen, Verbänden und unseren regionalen Partner:innen	Anzahl Teilnehmende	NHM / MKO	2024	Kund:innen-zufriedenheit
					Stärkung der Stakeholderbeziehungen	Fortentwicklung und Pflege der Beziehungen im Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis Austausch zu Nachhaltigkeitsthemen mit Partner:innen entlang der gesamten Rohstoff-Liefernetzwerke	GRI 2-29: Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	GL/ NHM	2024	
				 	Senkung der Verlustquote Glas von 9,5 auf < 9 % durch Steigerung der Umlaufquote	Pfanderhöhung von 8 auf 15 Cent (zum 1.2. 2024) bei Individualflaschen als Anreiz für den Kunden, sie wieder zurückzubringen --> dadurch entsteht weniger im Müll und es wird gleichzeitig weniger Neuglas nachproduziert.	GRI 301-1: eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	LOG	2024	Ressourcenverbrauch



13.2:
Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen

SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Zuständig	Termin	Wesentliches Thema
13.2: Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen	✓		⚙️		Senken des spezifischen Stromverbrauchs Brauerei auf <11,7 kWh/hl Fertiggetränk	Prüfung intelligenter Tanksteuerung; Umbau Heizung Büros IHE: Heizen mit Abwärme aus Kälteanlage statt E Heizkörper; Austausch alte Neonröhren gegen LED; Optimierung Kompressorsteuerung; Automatische Ansteuerung Heizwasserpumpen durch Abnehmer (Signalaustausch)	GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation, GRI 302-3: Energieintensität	IHE / PROD	2024	Ressourcenverbrauch
					Senken des spezifischen Wärmeverbrauchs Brauerei auf <= 32 kWh/hl	Niedertemperaturnetz umsetzen (Umbau altes Heißwassernetz), Umstellung auf saure Reinigung der Lagertanks, Installation einer Solarthermieanlage (Dach und Fassade Mälzerei), Prüfung der Temperaturreduktion der Flaschenreinigungsmaschinen, Schließen verschiedener Bypässe (Mälzerei/ Füllerei), Automatisches Ansteuern der Heißwasserpumpen durch die Verbraucher	GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation, GRI 302-3: Energieintensität	IHE / PROD	2024	Ressourcenverbrauch
					Halten des spezifischen Wärmeverbrauchs der Mälzerei bei <= 84 kWh/dt Fertigmalz			IHE / PROD	2024	Ressourcenverbrauch
	✓				Scope 1 & 2: Reduktion der Treibhausgasemissionen auf < 8,5 kg CO₂e e/hl Fertiggetränk (Scope 1 und 2) Scope 1 & 2: Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen in Scope 1 und 2 im Zeitraum von 2020 bis 2030 um 42%	Fortlaufende Analyse von CO ₂ e e-Reduktionsmaßnahmen sowie Umsetzung von Energieeffizienz- und Substitutionsmaßnahmen im Bereich der Wärmeenergienutzung (Projekt Energie 2.0); weitere Umstellung des Pkw-Fuhrpark auf E-Mobilität mit Ökostromnutzung (100% der aktiven Dienstfahrzeuge bis 2027), evtl. Anschaffung eines E-Lkws, <u>Nachhaltigkeitsliga</u> per App zur Verbesserung des Fahrverhaltens & Treibstoff Einsparungen; Aufbau eines internen Klimafonds zur finanziellen Unterstützung der CO ₂ e e-Reduktionsmaßnahmen	GRI 305-4 Intensität der THG-Emissionen	IHE/ PROD	2026	Klimawandel
						GRI 305, 1,2 & 5: Emissionen (Scope 1), 305-2 indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2), 305-5 Senkung der THG - Emissionen	GL / LOG / PROD / IHE / NHM	fortlaufend im Rahmen der Klima-strategie 2.0 bis 2030	Klimawandel	

SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Zuständig	Termin	Wesentliches Thema
	ökologisch	sozial	ökonomisch							
13.2: Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen					Scope 3: Messen und Senken der Treibhausgasemissionen	Weitere Prüfung von CO ₂ e - Reduktionspotentialen; Kohlenstoff-Bindung auf betriebseigenen Ackerflächen durch Aufbau regionaler Humusaufbauprojekte (zusätzl. positive Auswirkungen auf Artenvielfalt und Wasserschutz); Beginn Green Logistik Projekt, z.B. durch Potentialanalyse in der Logistik hins. Einflussmöglichkeiten einer CO ₂ e -Senkung in Scope 3 (Transporte); Prüfung Umstellung von Versand über Straße durch Bahn (Modalsplit); Erfassung einer Kennzahl zur Abbildung der Primärdatenqualität; Steigerung des Anteils an Primärdaten durch intensiven Lieferantenkontakt & Austausch; Bewertung der CO ₂ -Hotspots nach Einflussmöglichkeit	GRI 305, 3 & 5: Emissionen 305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3); 305-5: Senkung der THG-Emissionen	GL / LOG / NHM	Fort-laufend	Klimawandel
					Bewusstseinsbildung	Durchführung eines Klima-Workshops mit den EZÖB-Landwirt:innen Vortrag zu Klimaregulatorik bei Neumarkter Unternehmerstammtisch Nachhaltigkeit	Anzahl Teilnehmende	NHM	Ende 2024	Klimawandel
					Förderung regionaler Carbon Removals	Erwerb von Humuszertifikaten	Menge CO ₂ e -Sequestrierung durch Messung Humusaufbau	GL / NHM	Fort-laufend	Klimawandel
					Scope 1-3: Ableitung einer langfristigen Klimastrategie	Wesentlichkeitsbetrachtung aller Scope 3 Bereiche (ISO 14064-1); Prüfung der Möglichkeiten zur CO ₂ e e Reduktion nach 2030 in Scope 1 und 2	dokumentierte und kommunizierte Klimastrategie	NHM/ GL	2025	Klimawandel
					Verringerung der Umweltauswirkungen entlang des Lebensweges der Brau-Rohstoff-Liefernetzwerke	Verankerung einer Nachhaltigkeitsprämie auf Basis der Regionalwertleistungsrechnung im neuen EZÖB-Rahmenvertrag, um einen Anreiz für die Weiterentwicklung der Betriebe zu schaffen	308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	NHM	Ende 2024	Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffung



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

SDG-Target	Nachhaltigkeitsdimension ökologisch sozial ökonomisch			Strategisches Handlungsfeld	Lammsbräu Target	Maßnahmen	Indikator	Zuständig	Termin	Wesentliches Thema
				 	Erhöhen der Artenvielfalt am Produktions- und Außenstandort durch Umsetzung von mindestens 1 biodiversitätsfördernder Maßnahme	Bau verschiedener Vogelnistkästen und Anbringen am Standort Blumenhof mit engagierten NL Senior:innen AZUBI-Projekt "Blühender Blumenhof"	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	GL / NHM	Ende 2023	Artenvielfalt
					Erarbeitung einer Biodiversitätsstrategie	Klare Ziele setzen, bereits vorhandene Maßnahmen strukturieren & einbetten, ggf. neue Maßnahmen ableiten, Abgleich mit Science Based Targets for Nature		GL / NHM	Ende 2024	Artenvielfalt
				 	Erhöhen der Artenvielfalt in Rohstoffliefernetzwerken durch Umsetzung von mindestens 2 biodiversitätsfördernden Maßnahmen	Umsetzung von zwei Kulturlandplänen mit Landwirt:innen der EZÖB; Unterstützung der Weiterbildung "Bodenpraktiker" für Landwirt:innen; bessere Vernetzung der Landwirt:innen zum gegenseitigen Austausch	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	GL / NHM	Ende 2024	Artenvielfalt
				 	Erhöhen der Artenvielfalt in der Region durch Umsetzung von mindestens 2 Biodiversitätsmaßnahmen	Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen durch mind. 1 Veranstaltung zum Thema (Stammtisch/ Exkursion) 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 (Beantragung für 1 weiteres Jahr ert., Bescheid noch nicht erhalten) Außerdem läuft neues Projekt „Zukunftsperspektiven für Bayerns Ackerwildkräutern“ (5-jährig).	GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	GL / NHM	Ende 2024	Artenvielfalt

Die Autorinnen dieses Berichts



Silvia Wittl verantwortet unser Umweltmanagementsystem gemäß EMAS & ISO 14001 und schreibt über unser Unternehmen und unsere ökologische Produktion, bspw. die Klimastrategie und Umweltindikatoren.



Simone Spangler ist für die Stakeholderkommunikation zuständig. Sie schreibt über unsere Marken und Produkte, unsere Mitarbeitenden, Partner:innen und Kund:innen.



Anna Neubauer verantwortet das Liefernetzwerk-Management. Dazu zählen die Umsetzung unserer Sorgfaltsstrategie, der Rohstoff-Einkauf sowie Ausbau und Pflege unserer regionalen und internationalen Partnerschaften. Sie schreibt über unsere Liefernetzwerke.

Anhang

1 Verwendete Abkürzungen und Begriffe

Audit:

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

AöL:

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller

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.

BlregO (Bio-regionale Genossenschaft Oberpfalz) eG:

Die BlregO 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.

Brauchwasser:

Recyceltes Abwasser, welches hauptsächlich für technische Prozesse oder zur Bewässerung von Grünanlagen verwendet wird. Brauchwasser entspricht nicht der Trinkwasserqualität und wird daher in der Industrie strikt von Trinkwasser getrennt.

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.

CO₂-Äquivalente (CO₂e):

Die Berechnung unserer Treibhausgasemissionen geht über die reine Erfassung von CO₂ hinaus und schließt auch weitere Emissionen mit ein. Neben dem wichtigsten von Menschen verursachten Treibhausgas Kohlendioxid (CO₂) gibt es weitere Treibhausgase: Methan (CH₄), Lachgas (N₂O), Hydrofluorcarbone (HFCs), Perfluorcarbone (PFCs) und Schwefelhexafluorid (SF₆). Die verschiedenen Gase tragen jedoch nicht in gleichem Umfang zum Treibhauseffekt bei. Um die unterschiedlichen Treibhausgase besser miteinander vergleichen zu können, werden diese in CO₂-Emissionen umgerechnet und gemeinsam mit den tatsächlichen CO₂-Emissionen als CO₂-Äquivalente angegeben. Sie werden auf diese Weise in unserer Klimabilanz berücksichtigt. CO₂-Äquivalente werden mit der Abkürzung „CO₂e“ bezeichnet (e steht für engl. „equivalents“).

CO₂e-Fußabdruck (Corporate Carbon Footprint - CCF):

Corporate Carbon Footprint (= CO₂-Unternehmensfußabdruck), d.h. die Erfassung der Treibhausgasemissionen des gesamten Unternehmens sowie des vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsnetzwerks.

CO₂e-Fußabdruck - Berechnungen (Kapitel 4.3.1):

Zur Berechnung der unterschiedlichen Emissionsbereiche wird ein mit der Universität Kassel im Rahmen des Projektes „Wege zu klimaneutralen Unternehmen“ die Brauerei entwickeltes excelbasiertes Berechnungstool verwendet. Teile der CO₂e Erfassung wie bspw. Die Limonaden-Rohstoffe in Scope 3 werden über eine spezielle Ökobilanz-Software (OpenLCA) durch die Nutzung der Datenbank Agribalyse mit Sekundärdaten berechnet. Im Bereich des Braugetreides konnten bspw. Primärdaten erhoben werden, was eine realitätsnähere Abbildung der Treibhausgasemissionen. Übersichten zu den verwendeten Emissionsfaktoren bzw. Datenquellen dazu befindet sich in den nachfolgenden Tabellen.

Als zentrale Informationsquellen für CO₂e-Emissionsfaktoren zur Berechnung unserer Klimabilanz in Scope 1 und 2 verwenden wir die folgenden Veröffentlichungen:

Tab. 1. Anhang: Datenquellen zur Berechnung der Emissionen in Scope 1 und 2.

Emissionsfaktor für Bereich	Herausgeber (Jahr)	Titel
Betriebliche Feuerungsanlagen & Strom	Umweltbundesamt (2019)	Emissionsbilanz erneuerbarer Energieträger
Fuhrpark	Umweltbundesamt (2020)	Aktualisierung der Modelle TREMOD/TREMOD-MM für die Emissionsberichterstattung 2023
Fuhrpark	Bayerisches Landesamt für Umwelt (2021)	Excel-Tabelle zur Berechnung der Treibhausgasemissionen
Fuhrpark	DSLVL Deutscher Speditions- und Logistikverband e.V. (2013)	Berechnung von Treibhausgasemissionen in Spedition und Logistik gemäß DIN EN 16258
Kältemittel	Umweltbundesamt (2009)	Halogenierte Kältemittel
Kältemittel	United States Environmental Protection Agency (2014)	Direct Fugitive Emissions from Refrigeration, Air Conditioning, Fire Suppression, and Industrial Gases

Tab. 2. Anhang: Datenquellen zur Berechnung der Emissionen in Scope 3.

Scope 3 Unterkategorien nach GHG Protocol	Erfasste Bereiche	Berechnungsmethodik nach GHG Protocol	Datenquellen für Emissionsfaktoren
S3.1 Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	Roh- und Grundstoffe, Verpackungen, Hilfsstoffe	supplier-specific-method und average-data method, je nach Priorität	Primärdaten oder Werte aus Ökobilanzdatenbanken (v.a. Agribalyse)
S3.3 Brennstoff- und energiebezogene Emissionen (nicht in Scope 1 oder 2 enthalten)	100% erfasst	average-data method	s. Datenquellen Betriebliche Feuerungsanlagen & Strom + Fuhrpark in Tab. 1
S3.4 Transport und Verteilung (vorgelagert)	Roh- und Grundstoffe	distance-based method	s. Datenquellen Fuhrpark in Tab. 1

S3.5	Abfall	100% erfasst	average-data method	Department for Business, Energy & Industrial Strategy (2021): Government conversion factors for company reporting of greenhouse gas emissions
S3.6	Geschäftsreisen	in 2012 erhoben, nicht relevant		
S3.7	Pendeln der Arbeitnehmer	100% erfasst	fuel-based method	Umfrage unter Mitarbeitenden
S3.9	Transport und Verteilung (nachgelagert)	bis 1. Handelsstufe	distance-based method	s. Datenquellen Fuhrpark in Tab. 1

Um unseren CCF zu berechnen werden die Emissionsfaktoren aus den obigen Dokumenten mit unseren entsprechenden Einkaufsmengen des Berichtsjahres multipliziert.

CO₂e-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 CO₂e Zertifikate ausgeglichen. Die Kompensation von Treibhausgasen umfasst dabei in der Regel alle klimarelevanten Emissionskategorien und diese werden in Form von CO₂-Äquivalenten dargestellt oder beschrieben. Um die unterschiedlichen Treibhausgase vergleichen zu können, wird jedes Treibhausgas hinsichtlich seiner Wirkung auf Kohlendioxid umgerechnet und in Form von CO₂e dargestellt. Die Neumarkter Lammsbräu hat sich entschieden, nicht mehr zu kompensieren, sondern statt dessen Beiträge in einen internen Klimafonds zu speisen (vgl. Kap. 4.3.1.1.3). Näheres zu den Beweggründen werden in einem aktuellen Buchbeitrag erläutert.²⁵

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 Kreislauf²⁶

CSR (Corporate Social Responsibility):

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

²⁵ Ehrnsperger, J. und Spenger C. (2023): Wissenschaftsbasiert und richtungsweisend: Die Klimastrategie 2.0 der Neumarkter Lammsbräu. In: Böhm, U. et al. (2023): Klimaneutralität in der Industrie. Aktuelle Entwicklungen - Praxisberichte - Handlungsempfehlungen.

²⁶ Cradle to cradle: <https://epea.com/ueber-uns/cradle-to-cradle>, Zugriff am 02.08.2024

Darre:

Das Darren ist ein Teil des Brauprozesses, 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

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.

Global Reporting Initiative (GRI):

Allgemein anerkannter Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die GRI Leitlinien stellen die Leitplanken dar, anhand derer sich jedes Unternehmen bei der eigenen Berichterstattung orientieren kann.

Greenhouse Gas Protocol:

Bilanzierungsrichtlinie für unternehmerische Treibhausgase

Grüner Strom Label (GSL):

Bereits seit 2011 wird seitens Neumarkter Lammsbräu Ökostrom bezogen. Zunächst wurde hier ein Aufpreis für ein „Grüner Strom Label“ gezahlt, mit dem der Ausbau Erneuerbarer Energien gefördert wurde. 2022 wurde der Anbieter gewechselt, welcher auf Grund seines Geschäftsmodells kein solches Label anbieten kann. Die Einsparungen, die sich daraus ergeben, fließen nun stattdessen in unseren Klimafonds.

Handelsware:

Produkte, die von der Neumarkter Lammsbräu vermarktet, aber nicht selbst hergestellt werden.

Input/ Output - Bilanz:

Die Daten für die betriebliche Input-Output-Bilanz wurden bis 2021 nach folgenden Kriterien erfasst: Auf der Inputseite stand eine Mischung aus Zugangsdaten (Einkauf) und vereinzelt Verbrauchsdaten im jeweiligen Geschäftsjahr (Ausnahme: Getreide). Die Output-Seite der Bilanz sowie die daraus abgeleiteten Kennzahlen basierten auf Ausstoß- und Produktionsdaten am Standort der Brauerei und spiegelten somit tatsächliche Verbrauchswerte wider.

Um genauere Informationen über die tatsächlichen Verbräuche im Geschäftsjahr zu erhalten, haben wir 2022 begonnen, auf der Inputseite die Verbrauchsdaten zu erweitern (insbesondere Limonadengrundstoffe, Hilfs- und Betriebsstoffe) und damit einhergehend den Anteil reiner Einkaufsdaten reduziert. Bei Kästen und Flaschen im Mehrwegsystem werden weiterhin Einkaufsdaten erfasst, da aufgrund der Mehrweg-Rückführung kein echter Verbrauch entsteht. Aufgrund dieser Anpassungen sind die Daten nur bedingt mit den Vorjahren vergleichbar. Beim Getreide erfolgt die Erfassung durch Liefermengen im Geschäftsjahr.

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.

Kältemittelleckagen:

Bezeichnet undichte Stellen in Kälte- und Klimaanlage, 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.

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 Sortiergetreide.

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.

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. Themenbereiche sind Umwelt- & Klimamanagement, Liefernetzwerkmanagement, Stakeholdermanagement und Qualitätsmanagement. Auch das Nachhaltigkeitsberichtsweesen 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.

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 Unternehmens. 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. Weiterverarbeitete Rohstoffe wie etwa Saftkonzentrate, Sirupe oder natürliche Extrakte, werden auch als Grundstoffe bezeichnet.

Unsere mengenmäßig relevantesten Rohstoffe bezeichnen wir als Hauptrohstoffe. Dazu zählen alle Produkte, von denen wir jährlich mehr als 5000kg beziehen.

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.

Science Based Targets Initiative (SBTi)²⁷:

Die SBTi ist eine weltweite Initiative des Carbon Disclosure Project, United Nations Global Compact, World Resources Institute und World Wide Fund for Nature. Sie gibt Richtlinien für unternehmerische Dekarbonisierungsstrategien vor. 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.

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 sog. „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. 6.

Soll/ Ist Tool:

Das Soll/ Ist Tool ist ein excelbasiertes Prognose Tool für CO₂e-Hochrechnungen unter bestimmten Voraussetzungen, welches aktuell bis 2030 angelegt ist. Die CO₂e Emissionen werden dabei zunächst abgeschätzt, um dann im Laufe der Zeit mit den realen Daten gespeist zu werden. Das sind insbesondere Absatzzahlen sowie CO₂ Emissionen, die durch Klimaschutzmaßnahmen eingespart werden. Dadurch kann regelmäßig überwacht werden, ob das 1,5° Ziel noch realistisch erreichbar ist.

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

²⁷ <https://dfge.de/science-based-targets/>, Zugriff am 19.3.2021

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 (CO₂). Neben CO₂ tragen weitere Treibhausgase wie Methan (CH₄), Lachgas (N₂O), Fluorkohlenwasserstoffe (FCKW) oder Schwefelhexafluorid (SF₆) in unterschiedlichem Maß zum Treibhauseffekt bei und sind durch die Einheit CO₂e erfasst.²⁸

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 Informationen 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.

TREMODO:

Transport Emission Model - Aktuelles Berechnungsmodell für Schadstoffe aus Verkehr in Deutschland, bereitgestellt seitens des Umweltbundesamtes. TREMOD-MM 5.51 (2024) für Stapler und TREMOD 6.51 (01/2024) für Pkw & Lkw (Daten aus 2022).

Tunnelpasteur:

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

Wertschöpfungskette:

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 der Stakeholder stark beeinflusst.²⁹

Seit den 2016er GRI-Standards geht es verstärkt darum, Informationen und Perspektiven zu sammeln, die zu einem besseren Verständnis der Auswirkungen des Unternehmens beitragen, weniger um das Verständnis der einzelnen Stakeholder Prioritäten.

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

²⁸ Greenhouse Warming Potential (GWP): <https://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/klimaschutz-energiepolitik-in-deutschland/treibhausgas-emissionen/die-treibhausgase>, Zugriff am 30.7.2024.

²⁹ DQS Newsletter Juni 2023

Herleitung unserer wesentlichen Themen für das Berichtsjahr 2023

Die Identifikation und Überarbeitung der wesentlichen Themen gemäß den Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021 ist ein zentraler Bestandteil unseres Unternehmensreportings. Sie erfolgt im Rahmen eines systematischen Prozesses, um sicherzugehen, dass sowohl die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen des Unternehmens als auch die Belange und Interessen der Stakeholder angemessen berücksichtigt werden. Für das Berichtsjahr 2023 gliederte sich der Prozess zur Identifikation der wesentlichen Themen in folgende Schritte:

1. Vorbereitung und Planung

- **Einrichtung eines internen Teams und Festlegung der Ziele und des Rahmens:** Das Team definierte zunächst die Ziele der Wesentlichkeitsanalyse und legte den zeitlichen Rahmen sowie die methodischen Ansätze gemäß der neuen GRI Standards 2021 fest. Der vorherige Bericht wurde gemäß der 2016er GRI Standards verfasst, die seitens der Initiative angepasst wurden. Damals wie heute wurden wir von einer externen Nachhaltigkeitsagentur begleitet.

2. Stakeholder-Identifikation und -Engagement

- **Identifikation der Stakeholder:** Die bestehende Liste aller relevanten Stakeholder wurde überprüft und validiert.
- **Stakeholder-Befragungen:** Um die Erwartungen und Anliegen unserer Stakeholder zu verstehen, wurden als Feedback-Methoden Umfragen und Interviews in Netzwerken verwendet.

3. Analyse und Priorisierung der wesentlichen Themen:

Wir betrachteten, wie die Aktivitäten unserer Brauerei auf verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken. Dabei wurde anhand der GRI Vorgaben ein Anwendertool (Excel) gebaut, um die Auswirkungen nach unterschiedlichen Kriterien zu bewerten: positiv / negativ, tatsächlich / potenziell, Ausmaß, Umfang und Irreversibilität.

Der Schweregrad und die Wahrscheinlichkeit der Auswirkungen haben im Anschluss darüber entschieden, ob wir ein Thema als wesentlich eingestuft haben.

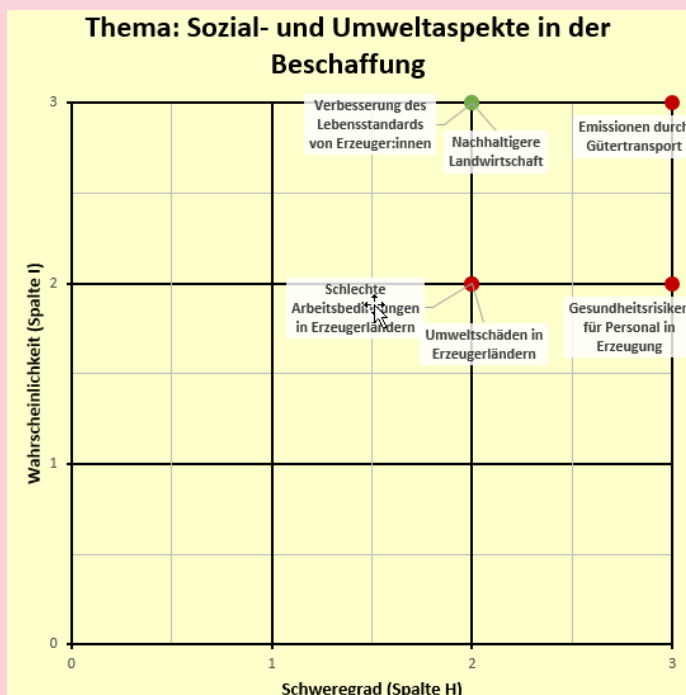


Abb. 1.Anhang: Einordnung der Auswirkungen nach Schweregrad und Wahrscheinlichkeit am Beispiel des wesentlichen Themas Nachhaltige Beschaffung (pos. = grün, neg. = rot)

4. Validierung und Abnahme

- **Interne Validierung:** Die priorisierte Themenliste wurde intern durch das Nachhaltigkeitsmanagement-Team und die oberste Leitung (Geschäftsleitung) kontrolliert und validiert.

5. Dokumentation und Berichterstattung

- **Detaillierte Dokumentation:** die identifizierten Themen, die Methodik und die Ergebnisse der Analyse wurden dokumentiert.
- **Integration in den Nachhaltigkeitsbericht:** Die wesentlichen Themen sind neben den EMAS-Kernindikatoren Grundlage des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichtes. Damit gewährleisten wir die Transparenz und Rechenschaftspflicht gegenüber unseren Stakeholdern.

Fazit

Der Prozess zur Identifikation der wesentlichen Themen nach GRI ist ein strukturierter und transparenter Ansatz, der sicherstellt, dass die wichtigsten ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekte unseres Unternehmens erfasst und adressiert werden.

Durch die Einbindung relevanter Stakeholdergruppen wird gewährleistet, dass alle relevanten Aspekte erfasst und darüber hinaus sowohl die Interessen der Stakeholder als auch die strategischen Unternehmensziele in Einklang gebracht werden. Dies stärkt nicht nur das Vertrauen der Stakeholder, sondern trägt auch zur langfristigen Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bei.

2 Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen

Quellen Kraftstoffe Umrechnungsfaktoren (siehe Kap. 4.3.2 - Energie):

<https://www.bdbe.de/daten/umrechnung-und-formeln>

(Zugriff am 01.08.2024)

<https://www.unitjuggler.com/energy-umwandeln-von-kWh-nach-MJ.html>

(Zugriff am 01.08.2024)

<https://www.gas24.de/cms/25-0-preisbildung.html>

(Zugriff am 01.08.2024)

Wasser:

Umrechnungsfaktor Wasser: 1 m³ 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.

Hinweis: Angaben zu Scope 1-3 sind unter „THG-Emissionen“ und „CO₂e-Fußabdruck-Berechnungen“ im Wörter Verzeichnis Anhang 1 dargestellt.

3 Tabellen

Tab. 3. Anhang: Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2018-2023.

Abfallart	Abfall-schlüssel nach AVV	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Einheit	Entsorgungsart
Altetiketten	200101	111,2	114,9	99	123,2	130,9	67,8	t	Verwertung
Altglas	150107	306,1	338,0	313,2	334,8	380,7	348,7	t	Verwertung
Altkästen	150102	12,4	28,1	25,4	8,8	7,5	21,5	t	Verwertung
Altmetall, Elektro(nik)-Altgeräte / Elektroschrott	170402, 170405, 170407, 170411, 200136	19,1	15,3	30,2	34,9	27,2	18,2	t	Verwertung
Altholz	150103, 200138	5,4	9,5	22	13,4	12,3	6,9	t	Verwertung
Altpapier und Aktenvernichtung	200101	20,1	28,7	36,8	38	25,8	39,9	t	Verwertung
Alu-Kapseln (Schraubverschlüsse)	150104	5,3	5,6	7,1	4,2	4,0	6,5	t	Verwertung
Bauschutt, Bau- und Abbruchabfälle	170103, 170107, 170904	7,9	7,2	6,8	0,0	6,6	6,2	t	Verwertung
Bodenaushub-material	170504	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Bitumengemische, Asphalt	170302	0,0	0,0	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
Elektroschrott	200136	0,0	0,0	1,7	0,7	0,8	0,0	t	Verwertung
Kühlschränke/Getränkeautomat	200136	0,0	0,0	1,9	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Kunststofffolien/ Kunststoff/ Gelber Sack	150102	8,5	12,8	6,7	9,5	10,7	8,8	t	Verwertung
Schlämme aus der betriebseigenen Abwasserbehandlung	020705	0,0	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Straßenkehrriecht	200303	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Dämmmaterial	170604, 170603	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Styropor	150102	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	m ³	Verwertung
Altreifen	160103	1,3	1,2	0,6	0,9	0,7	0,4	t	Verwertung
Gesamt Abfälle zur Verwertung (ohne Treber):		497,3	588,9	549,8	567,8	606,6	524,9	t	Verwertung
Treber	020704	3.363,6	3.630,7	4.077,7	3.936,8	3.708,7	3.592,5	t	Verwertung/ Nebenprodukt
Kieselgur/Filterhilfs-mittel	020704	95,2	98,7	122,8	111,2	41,4	0,0	t	Kompostierung
Bioabfall	200201	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	2,5	t	Kompostierung
Gesamt Abfälle zur Kompostierung:		95,8	99,4	123,5	111,9	42,1	2,5	t	

Abfallart	Abfall- schlüssel nach AVV	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Ein- heit	Entsorgungs- art
Altlaug (Spüllauge)	110107*	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Altöl	130205*	0,6	0,0	0,8	0,0	0,6	0,0	t	Verwertung
Aufsaug- und Filtermaterialien/Schmier- stoffe/Frostschutzmittel	150202*, 160114*	1,1	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	t	Verwertung
Kältemaschinenöl	130204*	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Kg	Verwertung
Kältemittel	140601*	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Kg	Verwertung
Kohlenteerhaltige Bitumengemische	170301*	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Behandlung
Kohlenteer und teerhaltige Produkte	170303*	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Altholz/ Alle Gebäude	170204*	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Dämmmaterial	170603*	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	
Kühlschränke/ Getränkeautomaten/ Kühlaggregate	160211*, 200123*	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	t	Verwertung
Labor- und Altchemikalien	160506*	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	kg	Verwertung
Leuchtstoffröhren	200121*	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Ölfilter / Ölabscheiderinhalte/ Pflanzenöl/ Motoren und Getriebealtöl/ Andere Brennstoffe	160107*, 130501*, 130208*, 130703*	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Reinigungsemulsionen	130802*	1,4	1,5	1,5	1,3	1,2	1,3	t	Verwertung
Andere Lösemittel und Lösemittelgemische	140603*	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	t	Verwertung
Andere organische Lösemittel	070304*	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Andere Säuren	060106*	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Wässrige Spülflüssigkeiten	110111*	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Verpackungen, die Rückstände gefährlicher Stoffe enthalten oder durch gefährliche Stoffe verunreinigt sind	150110*	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Bleibatterien	160601*	n.e.	n.e.	n.e.	3,0	1,3	0	t	Verwertung
Gesamt gefährliche Abfälle:		6,8	3,5	2,3	4,3	4,7	1,3	t	
Altetiketten	200301	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	46,2	t	Thermische Verwertung
Restmüll	200301	44,3	43,6	41,1	54,9	39,9	37,3	t	Thermische Verwertung
Restmüll gesamt:		44,3	43,6	41,1	54,9	39,9	83,5	t	Thermische Verwertung
Abfallgesamtmenge inkl. Treber:		4.007,8	4.366,1	4.794,4	4.675,7	4.402,0	4.204,7	t	

4 GRI Content Index

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht 2023 wurde auf eine externe GRI- Überprüfung verzichtet, die integrierte EMAS-Umwelterklärung wurde von einem unabhängigen Gutachter auditiert (vgl. letzte Seite).

Im folgenden GRI-Content Index werden zu allen wesentlichen Themen die entsprechenden Managementansätze und Indikatoren aus den Standards übersichtlich dargestellt und gemäß den Ausführungen im vorliegenden Bericht mit Angaben zu Kapiteln, Abbildungen und Tabellen gekennzeichnet.

Anwendungserklärung:	
Die Neumarkter Lammsbräu hat in Übereinstimmung mit den GRI-Standards 2021 für den Zeitraum 1.1. bis 31.12.2023 berichtet.	
Verwendeter GRI 1	GRI 1: Grundlagen 2021
Anwendbare(r) GRI-Branchenstandard(s)	keine

GRI-Standard	Angabe	Kapitel	Tab./Abb.
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021			
Organisation und ihre Berichtserstattungspraktiken			
2-1	Organisationsprofil	1.1; 1.1.1	
2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichtserstattung der Organisation berücksichtigt werden	4.3.1.1.; 5.2.2; 5.2.3	
2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	Berichtsbeginn, Anhang 5	
2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	4.1; 4.3.1.1.2; 4.3.1.2; 4.3.2; 4.3.4	Tab. 4.1, 4.2, 4.3, 4.6, 4.7 und 4.11; Abb. 4.10
2-5	Externe Prüfung	1.3.1, Anhang 4 & 6	
Tätigkeiten und Mitarbeiter: innen			
2-6*	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	1.1; 3.1.1; 3.1.3; 3.3.1; 5.1.4; 5.1.5; 5.2; 5.2.1; 5.3; 5.3.3;	
2-7	Angestellte	2.1; 2.3.2	
2-8	Mitarbeiter: innen, die keine Angestellten sind	2.1; 2.3.2	
Unternehmensführung			
2-9*	Führungskultur und Zusammensetzung	1.1	Abb. 1.1
2-10	Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	1	
2-11	Vorsitzende: r des höchsten Kontrollorgans	1	

2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkung	1.2.2; 1.3.2	
2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	1.3.2	
2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	1.2.2; 1.3.3, Anhang 1	
2-15	Interessenkonflikte	1.3.1	
2-16	Übermittlung kritischer Anliegen	1.3.1	
2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgan	1.3.2	
2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	1.3.1	
2-19	Vergütungspolitik	2.3.2; 2.3.3	
2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	2.1; 2.3.2	
2-21	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	2.3.2	
Strategie, Richtlinien und Praktiken			
2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	1.2	
2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	5.1.2; 5.1.4; 5.1.5; 5.3.1; 5.3.3	
2-24	Einbeziehung politischer Verpflichtungen	1.3; 5.1.3; 5.1.4; 5.3.2	
2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	3.1; 5.3.1; 5.3.3	
2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	5.3.1; 5.3.3	
2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	1.3.1	
2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	1.5	Tab 1.1
Einbindung von Stakeholdern			
2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	1.1.1; 1.3.3; 2.2.1; 3.1; 4.3; 4.3.1.1.1; 4.3.3; 4.3.5; 4.3.6; 5.2.1; 5.2.2; 5.2.3; 5.3.3 Anhang 1	
2-30	Tarifverträge	2.3.2	

* Auslassungen und Gründe:

GRI Indikator	Betroffener Aspekt des Indikators	Auslassungsgrund:	Nähere Begründung:
2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	andere relevante Geschäftsbeziehungen & wesentliche Änderungen zu o.g. Angaben im Vergleich zum vorherigen Bericht	Nicht anwendbar	Wir haben keine weiteren relevanten Geschäftsbeziehungen
2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	Ausschüsse des höchsten Kontrollorgans auflisten & Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Ausschüsse beschreiben	Nicht anwendbar	Wir sind eine inhabergeführte KG, in der der Inhaber gleichzeitig der Geschäftsführer ist. Ein weiteres Kontrollorgan oder Ausschüsse gibt es nicht.

GRI-Standard		Angaben	Kapitel	Tab./Abb.
GRI 3: Wesentliche Themen 2023				
	3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	1.3.3, Anhang 1	Abb. 1.7
	3-2	Liste der wesentlichen Themen	1.2.2; 1.3.3	Abb. 1.3
Klimawandel				
	3-3	Management von wesentlichen Themen	1.2.1; 1.3.1; 1.5; 4; 4.1; 4.2; 4.2.1; 4.3; 4.3.1; 4.3.1.1; 4.3.1.1.1; 4.3.1.1.2; 4.3.1.1.3; 4.3.1.2.1; 4.3.2; 5.1.3; 5.2.3	
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	4.1; 4.3.1; 4.3.1.1.1; 4.3.1.1.2; Anhang 1	Tab.4.2.; Abb. 4.4
	305-2	Indirekte THG-Emissionen (Scope 2)	4.1; 4.3.1; 4.3.1.1.1; 4.3.1.1.2; Anhang 1	Tab.4.2.; Abb. 4.4
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	4.3.1; 4.3.1.1.1; 4.3.1.1.2; 5.1.2; Anhang 1	Tab.4. 2.; Abb. 5.1; Abb. 4.4
	305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen	4.1; 4.3.1; 4.3.1.1.2	Tab. 4.1.; Abb. 4.4.; Tab.4. 2.
	305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen	4.3.1; 4.3.1.1.2; 5.1.2; 6.1; 6.2	Tab. 4.2; Abb. 4.4; Abb. 5.1
Artenvielfalt				
	3-3	Management von wesentlichen Themen	1.2.1; 1.3.1; 1.5; 4.2; 4.2.1; 4.3; 4.3.1.1; 4.3.1.1.3; 4.3.6; 5.1.4; 5.2; 5.2.3	
GRI 304 Biodiversität 2016	304-2	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	4.3.6; 5.2.1; 5.2.3;	
Kund: innenzufriedenheit				
	3-3	Management von wesentlichen Themen	1.5; 3.2.2; 3.3; 3.3.1; 3.3.2; 3.3.3; 3.3.4	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	3.1; 3.2.2; 3.3.2; 4.3.4	
Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffung				
	3-3	Management von wesentlichen Themen	1.5; 5.1; 5.1.1, 5.1.4;	
GRI 308:	308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	5.2.1; 5.2.3; 5.3.1	

Umweltbewertung der Lieferanten 2016				
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	5.2.1; 5.2.3; 5.3.1	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016	204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	5.2; 5.2.1	
Wasserqualität und -verfügbarkeit				
	3-3	Management von wesentlichen Themen	1.2.1; 1.3.1; 1.5; 3.1.3; 4.3.1.1; 4.3.3	
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-3	Wasserentnahme	4.3.3	Tab.4.10
Produkttransparenz				
	3-3	Management von wesentlichen Themen	1.5; 3.1; 3.2; 3.3.4	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	3.1.3; 3.2.1; 3.2.2; 3.3.4	Abb. 3. 5
Ressourcenverbrauch				
	3-3	Management von wesentlichen Themen	1.2.1; 1.5; 4; 4.1; 4.2; 4.2.1; 4.3; 4.3.1.2.2; 4.3.2; 4.3.3; 4.3.4; 4.3.5	
GRI 301: Materialien 2016	301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	4.3.4	Tab.4.11
GRI 302: Energie 2016	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	4.3.2, Anhang 2	Tab.4.8.
	302-3	Energieintensität	4.1; 4.3.2	Tab. 4. 1.; Tab.4.7
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-5	Wasserverbrauch	4.3.3	Tab.4.10
GRI 306: Abwasser und Abfall 2020	306-3	Angefallener Abfall	4.3.5, Anhang 3	Tab.4.12

5 Impressum



Neumarkter Lammsbräu

Gebr. Ehrnsperger KG
Amberger Straße 1 | 92318 Neumarkt i.d.OPf.
+49 9181 404 0
info@lammsbraeu.de

www.lammsbraeu.de
www.lammsbraeu-biobier.de
www.drinknow.de
www.biokristall.de
www.bio-mineralwasser.de

Kontakt für Rückfragen:

nachhaltigkeit@lammsbraeu.de

Inhaltliche Bearbeitung:

Simone Spangler, Silvia Wittl, Anna Neubauer, Sabine Kuschka

Gestaltung Grafiken:

Sabine Perlinger

© September 2024

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung
der Neumarkter Lammsbräu.

6. EMAS-Urkunde

URKUNDE



EMAS
GEPRÜFTES
UMWELTMANAGEMENT

**Neumarkter Lammsbräu
Gebrüder Ehrnsperger KG**

Standorte
Amberger Straße 1, 92318 Neumarkt i. d. OPf.
Logistik Center Blomenhof, Blomenhofstraße 9
92318 Neumarkt i. d. OPf.

Register-Nr.: DE-166-00005

Ersteintragung am
13. Februar 1996

Diese Urkunde ist gültig bis
11. Juni 2025

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 22. Juni 2022



Dr. Jürgen Helmes
Hauptgeschäftsführer

**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 die Bereiche 11.05, 11.06. und 11.07 (NACE-Code Rev. 2), bestätigt, begutachtet zu haben, ob die gesamte Organisation/ wie in der Umwelterklärung der Organisation

NEUMARKTER LAMMSBRÄU GEBR. EHNSPERGER KG

an den Standorten

Amberger Straße 1, 92338 Neumarkt
Blomenhofstraße 9, 92318 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.
- Es wurden im Nachhaltigkeitsbericht die EMAS relevanten Bereiche (im Inhaltsverzeichnis mit einem Blatt gekennzeichnet – geprüft.)

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, 02.08.2024



Dr.-Ing. Reiner Beer
Umweltgutachter

100% Recyclingpapier