

# Neumarkter Lammsbräu



## Gemeinwohlbericht **2021**

DAS WICHTIGSTE IM ÜBERBLICK

# VISION

Lebensgenuss

Harmonisches  
Miteinander

Intakte Natur

100% ökologischer  
Landbau

Enkeltaugliche Welt



Der Kompass  
zur Orientierung

Besser werden

## MISSION

Der Natur mehr  
zurückgeben

Andere  
begeistern

Der Weg  
zum Ziel!

Umweltschutz &  
Ressourcenschonung



## STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER

Die Karte,  
die uns führt

Unabhängigkeit    Effizienz

Partner & Kunden    Ertragsstärke  
Innovation  
Lammteam

Respektvolle  
Zusammenarbeit

## EIN-WORT-WERT

Verantwortungsvoll

## VERHALTENS- GRUNDSÄTZE

Wie wir  
zusammenarbeiten



Gegenseitiges  
Vertrauen

Wille zum  
gemeinsamen Erfolg



Was uns  
verbindet

Konsequent

Ganzheitlich

## UNTERNEHMENS- WERTE

Leidenschaft  
fürs Produkt

Ökologisch  
engagiert

Fürsorglich

Ursprünglich

Richtungsweisend

Wer wir sind



Die Liebe zu Produkt,  
Natur & Mensch

Familienunternehmen

## POSITIONIERUNG

Verantwortung  
& Genuss

Wertschätzendes  
Miteinander

Was wir  
erreichen  
wollen

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

## Die Vision der Neumarkter Lammsbräu

**A**ls wertorientierter Bio-Pionier haben wir bereits vor Jahrzehnten nachhaltige Entwicklungen angestoßen, die viele Unternehmen heute unter dem Druck von Corona, Krieg und Klimawandel eilig nachvollziehen. Unsere Erfahrung zeigt, dass es wichtig ist, sich nicht als einzelner Akteur zu begreifen, sondern als Teil einer großen Gemeinschaft von Gleichgesinnten. Wir haben von Beginn an auf Kooperation gesetzt und schließen immer wieder Bündnisse. Partnerschaften auf Augenhöhe und solidarisches Miteinander verstehen wir als Basis unserer unternehmerischen Aktivitäten und als Grundlage unseres Erfolgs.

Nicht nur unter diesem Aspekt stimmen die Werte der Neumarkter Lammsbräu mit denen der Gemeinwohlökonomie überein. Diese möchte auf wirtschaftlicher Ebene praktikable Alternativen bieten, politisch ein Motor für Veränderung sein und gesellschaftlich den Wandel zu einer enkeltauglichen Lebensweise unterstützen.

Wir haben uns mit unserer Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe vor rund 40 Jahren ein Stück weit vom Markt entkoppelt und ein solidarisches System geschaffen, das von Wertschätzung geprägt ist. Am Gemeinwohl ausgerichtetes Engagement ist unsere Überzeugung, damit von unserem Erfolg auch andere profitieren. Genuss, eine intakte Umwelt und ein harmonisches Miteinander sind elementare Bausteine unserer Vision von einer Welt, in der Bio-Landbau der Standard ist. Jeder von uns ist deshalb bestrebt, täglich einen aktiven Beitrag dazu zu leisten, der Natur mehr zurückzugeben, als wir ihr entnehmen und gleichzeitig für ökologische Lebensmittel zu begeistern. Denn nachhaltiger Konsum ist wesentlich, wenn es darum geht, unsere Welt

gerechter zu machen, das Klima zu schützen und lebenswerte Strukturen zu erhalten. Mitsreiter:innen auf diesem ambitionierten Weg finden wir auch in der GWÖ-Gemeinschaft.

In instabilen Zeiten bieten verlässliche Partnerschaften Sicherheit, unter anderem durch ein robusteres Wertschöpfungsnetzwerk. Kooperationen wiederum sind beständiger, wenn sie auf geteilten Werten basieren. Das gemeinsame Streben nach nachhaltigem Wandel weitet den Blick, ermöglicht außergewöhnliche Ideen und Lösungen und stiftet etwas, das wir alle mehr denn je brauchen: Zuversicht.

Mit unserer ersten Gemeinwohlbilanz haben wir einen weiteren Entwicklungsprozess angestoßen. Wir laden dich ein, uns auf diesem Weg zu begleiten. Nimm dir etwas Zeit und erfahre mehr über unser Engagement.

**Herzlichst**  
**Johannes Ehrnsperger**



# Kurz und gut

**Firmenname:**

Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG

**Rechtsform:** KG

**Eigentumsverhältnisse:**

90 % Johannes Ehrnsperger,  
10 % Hemma Ehrnsperger

**Branche:**

Brauerei und Mälzerei, Erfrischungsgetränke,  
Mineralbrunnen

**Firmensitz:**

Neumarkt i.d.OPf.

**Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:**

155 (Stichtag 31.12.2021)

**Umsatz:**

31,5 Mio. €

**Absatz in Hektoliter gesamt:**

262.917 hl

**Tochtergesellschaften /  
verbundene Unternehmen:**

positerra GmbH, Bio-regionale Genossenschaft  
Oberpfalz e. G., Die Freien Brauer GmbH & Co. KG

**Berichtszeitraum:**

Der vorliegende Gemeinwohlbericht beschreibt inhaltlich die Jahre 2020 und 2021, die Kennzahlen beziehen sich auf das Jahr 2021.





# Was ist GWÖ? Wer ist die Neumarkter Lammsbräu?

**W**as ist gut fürs Gemeinwohl? Und wie können wir so nachhaltig wirtschaften, dass wir zum Wohlergehen möglichst vieler Menschen beitragen?

Es ist nicht einfach, darauf eine Antwort zu finden. Die Initiatoren der Gemeinwohlökonomie – kurz: GWÖ – haben es dennoch versucht. Sie haben ein diskussionswürdiges Wirtschaftsmodell entwickelt, das ethische Aspekte in den Mittelpunkt stellt. Sie haben eine Definition gewagt und versucht, Parameter festzulegen, um Leistungen fürs Gemeinwohl messbar und vergleichbar zu machen.

Damit steht ein Werkzeug zur Verfügung, das Unternehmen und Selbstständige, Vereine und öffentliche Einrichtungen bis hin zu Kommunen nutzen können, um Anhaltspunkte für die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf Mensch und Natur zu erhalten.

Für Unternehmen wie uns bedeutet das, ihren Umgang mit fünf definierten Berührungsgruppen erneut kritisch zu hinterfragen: Lieferant:innen, Eigentümer:innen & Finanzpartner:innen, Mitarbeitende, Kund:innen und Mitunternehmern sowie Gesellschaftliches Umfeld.

Jede dieser Gruppen wird anhand von Werten betrachtet – Menschenwürde, Solidarität & Gerechtigkeit, Ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz & Mitentscheidung. Neben verpflichtenden Indikatoren ist die Beantwortung offener Berichtsfragen gefordert. Die Bewertung findet inhaltlich und nach Punkten statt. Wie ein Unternehmen abschneidet, wird nach einer Selbsteinschätzung extern geprüft, validiert und getestet.

Die Dokumentation des Bilanzierungsprozesses ist der Gemeinwohlbericht. Die Langfassung findest du auf unserer Website >



Diese Kurzfassung soll dir einen schnellen Überblick verschaffen.

Wichtig zu wissen: Die Gemeinwohlbilanz ist eine Momentaufnahme, die sich auf das Berichtsjahr 2021 bezieht. Und die Gemeinwohlökonomie ist nicht statisch. Sie ist ein Prozess, der davon lebt, dass ihn möglichst viele unterschiedliche Akteur:innen mitgestalten.

Ein Modell mit interessanten Ansätzen, das eine Weiterentwicklung verdient hat. Hier erfährst du etwas über unseren Beitrag dazu.



## A | Lieferant:innen

**M**it unseren Produkten bewegen wir uns in einem Spannungsfeld: Es erstreckt sich von den Äckern vor unseren Brauerei-Toren in der Oberpfalz bis hin zu Guarana-Pflanzungen in Südamerika. Während die Rohstoffe für unser Bio-Bier aus unserer Region kommen, sind wir bei unseren Bio-Limonaden manchmal auch auf Lieferant:innen aus dem globalen Süden angewiesen.

### **Beste Bio-Braurohstoffe aus einer langjährigen fairen Partnerschaft**

Die Bio-Landwirt:innen, die für uns Braugetreide und Hopfen anbauen, kennen wir persönlich. Unsere Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) gibt es seit mehr als 30 Jahren, ihre rund 180 Mitglieder arbeiten mit uns vertrauensvoll zusammen.

Mit der EZÖB verbindet uns dabei nicht nur eine Lieferbeziehung – wir sind viel mehr eine Wertegemeinschaft. Auf Augenhöhe handeln wir 5-Jahres-Rahmenverträge aus, die den Bio-Landwirt:innen Sicherheit und eine faire

Entlohnung für ihren wichtigen Beitrag zu einer enkeltauglichen Zukunft bieten. Eine krisenfeste Kooperation, in der wir gemeinsam Lösungen entwickeln, die sich erheblich von den schädlichen Mechanismen in der Branche unterscheiden. So haben wir vielfältige Hebel, um die ökologische Landwirtschaft in unserer Heimat zu unterstützen.

Symbolisch dafür steht der Bau eines genossenschaftlichen Bio-Getreide-Lagers, den wir aktiv mitgetragen haben. Das BlegO-Lagerhaus wurde 2021 fertiggestellt und ist nun in Betrieb. Es erleichtert Ernte-Abläufe und ist ein Anreiz auch für kleinere Höfe, auf Bio umzustellen.



**Wir unterstützen**  
unsere EZÖB-Landwirt:innen mit Kulturlandplänen beim individuellen Naturschutz und fördern den regionalen Humusaufbau.



**Unsere Erzeugergemeinschaft**  
liefert jährlich rund 3.600 t Gerste, Weizen, Dinkel und Hopfen in 100 % regionaler, verbandszertifizierter Bio-Qualität.





**Konrad Samberger** liefert uns seit vielen Jahren Braugerste und Holunderblüten. Er engagiert sich zudem für Artenvielfalt, insbesondere für den Erhalt bedrohter Ackerwildkräuter. Er sagt: „Meiner Meinung nach muss man verantwortungsvoll mit der Schöpfung umgehen. Nur das nachhaltige Wirtschaften ist langfristig zielführend.“



## **Kurz und gut**

Unsere Braurohstoff-Lieferant:innen sind unsere wichtigsten Partner:innen. Eine faire Zusammenarbeit liegt uns besonders am Herzen.

Unsere Erzeugergemeinschaft für **ökologische Braurohstoffe (EZÖB)** besteht seit mehr als 30 Jahren

**Das BlegO-Lagerhaus** fördert den regionalen Öko-Landbau in unserer Region

**Basis unserer Kooperationen** sind hohe ökologische und soziale Standards der **Verbandszertifizierungen**

## Ausgewählte, nachhaltige Rohstoffe für unsere Bio-Erfrischungsgetränke

Die Süße für unsere Limonaden stammt aus Bio-Zuckerrüben unserer eigens gegründeten regionalen Liefergemeinschaft – denn auch hier setzen wir auf möglichst kurze Lieferwege. Zitronen und Orangen wachsen jedoch nicht vor unserer Haustür, deshalb arbeiten wir hier mit Lieferant:innen aus weiter entfernten Regionen zusammen.

Für den Kontakt zu den Betrieben, die für uns Orangen oder Zitronen anbauen, brauchen wir einen internationalen Vermittler: Naturland. Der Anbauverband stellt sicher, dass ausschließlich ökologisch angebaute Rohstoffe aus nachhaltiger Produktion mit hohen Sozialstandards zu uns kommen. Gleichzeitig haben wir in den Jahren 2020 und 2021 unsere Bemühungen verstärkt, mit unseren Lieferant:innen beispielsweise in Italien, Spanien und Israel direkt in Verbindung zu treten. Diese engere, persönliche Zusammenarbeit hat es möglich gemacht, bereits drei unserer wichtigsten



## 11 Landwirt:innen der Rebio (Regionale Bioland Erzeugergemeinschaft)

bauen in Bayern und Baden-Württemberg Zuckerrüben für uns an. In einer Interprofession schließen wir gemeinsam mit ihnen und den Verarbeiter:innen faire 3-Jahres-Verträge über Mengen und Preise.

Rohstoffe nach dem Naturland Fair Standard zu zertifizieren. Uns ist bewusst, dass es Risiken bergen kann, Rohstoffe aus anderen Regionen der Welt zu beziehen. Wir sind jedoch der Meinung, dass die Vorteile überwiegen, indem der Öko-Landbau in den Herkunftsländern gefördert wird. Strenge Zertifizierungen geben uns dabei die Sicherheit, ausschließlich nachhaltige Rohstoffe zu beziehen.

Wir wollen auch mit unseren **internationalen Zuliefernden** eine möglichst persönliche, verlässliche Zusammenarbeit nach Vorbild unserer EZÖB aufbauen – Naturland Fair bietet dafür die optimalen Rahmenbedingungen. Ab 2022 tragen bereits 5 unserer now-Sorten zusätzlich das Naturland Fair-Siegel.





**93 % der Gesamtmenge**  
unserer Hauptrohstoffe für Bio-  
Erfrischungsgetränke wird  
**in Europa angebaut,**  
79% in Deutschland.



6 der 8 Hauptrohstoffe  
sind **Naturland**  
**zertifiziert.**

## Kurz und gut

### Transparenz & Fairness

werden auch in den Liefernetzwerken für unsere  
Bio-Erfrischungsgetränke großgeschrieben

Unsere Liefergemeinschaft für  
**ökologischen, regionalen und  
fairen Rübenzucker** besteht seit  
2018 (fair seit 2021)

### Naturland Öko und Naturland Fair

garantieren hohe  
Sozial- und Umweltstandards auch für inter-  
nationale Rohstoffe

### Unsere Zitronenbauern in Italien und Spanien

unterstützen die Naturland Fair  
Zertifizierung

## B | Eigentümer:innen & Finanzpartner:innen

**W**ir orientieren uns auch in Sachen Finanzen an Werten. Deshalb ist es unser Ziel, unabhängig zu bleiben, um uns für eine enkeltaugliche Zukunft einsetzen zu können.

### **Regionale und nachhaltige Finanzpartner:innen**

Unsere Eigenständigkeit sichern wir mit einer hohen Eigenkapitalquote (2020 konsolidiert: 48,55 %, 2021: 53 %). Damit liegen wir deutlich über dem Branchendurchschnitt (2020: 15 % bis 40 %). Auch im Hinblick auf Finanzierungen handeln wir verantwortungsvoll. Hier setzen wir auf Regionalität (Sparkasse, Raiffeisenbank) und Nachhaltigkeit (GLS-Bank). Die Zusammenarbeit mit den Banken ist stets fair und langfristig, was es uns ermöglicht, unsere Partner:innen für enkeltaugliches Wirtschaften zu sensibilisieren.

### **Soziale und ökologische Investitionen**

Sämtliche unserer Investitionen dienen dazu, unsere Klima- und Umweltziele zu erreichen, den Standort und unsere Region zu stärken sowie Arbeitsplätze zu sichern und zu schaffen. Anhand einer Matrix prüfen wir bei allen unseren Investitionen, ob sie einen Beitrag dazu leisten, unsere Vision zu verwirklichen. Die Übereinstimmung mit unseren ökologischen und sozialen Leitlinien ist zudem in unserem Projektmanagement integriert.

### **Verbundene Unternehmen**

Mit Beteiligungen beispielsweise an einem genossenschaftlichen Öko-Getreidelager (BregO) und an einem Unternehmen zum Humus-Aufbau (Positerra) fördern wir Bio-Landbau und Klimaschutz.



*Durch die Gesellschaftsform der Neumarkter Lammsbräu übernimmt Johannes Ehrnsperger als vollhaftender Inhaber **persönliche Verantwortung.** Das beinhaltet auch eine ethische Komponente.*

### **Gemeinwohlorientierte Mittelverwendung**

Als Inhaber einer Personengesellschaft haftet Johannes Ehrnsperger vollumfänglich. Alle erwirtschafteten Gewinne werden im Gegensatz zu Kapitalgesellschaften in voller Höhe versteuert, wodurch wir deutlich mehr für die Gemeinschaft tun. Gewinne investieren wir ins Unternehmen.



**Unsere Bio-Mälzerei** ist nicht nur eine in der Branche einmalige Produktionsstätte. Sie sichert auch Existenzen in der ökologischen Landwirtschaft und bietet vielen Menschen in der Region eine Perspektive.

Seit Mitte 2019 haben wir rund 21,4 Millionen Euro in unser Unternehmen investiert. Neben der Modernisierung dient dies insbesondere der Energie- und Wärmeeinsparung, aber auch unseren Nachbar:innen (Lärm-Reduzierung). In den kommenden Jahren sind weitere **Investitionen zur Erreichung des 1,5°-Ziels** geplant.

1,5 °C



## Kurz und gut

Unsere Finanzstrategie ist an unseren Werten orientiert. Wir investieren in die Realisierung unserer Klima- und Umweltziele, in die Stärkung unserer Region und die Sicherung unserer Arbeitsplätze.

### Unsere Unabhängigkeit

erhalten wir mit einer hohen Eigenkapitalquote

### Unsere Investitionen

dienen u.a. dazu, das 1,5-Grad-Ziel einzuhalten

### Unsere Vision

ist Grundlage unserer Entscheidungen

### Unsere Finanzpartner:innen

sensibilisieren wir für nachhaltiges Wirtschaften

## C | Mitarbeitende

**D**u kannst dir vorstellen, dass unser umfangreiches Engagement nicht möglich wäre, wenn unsere Mitarbeitenden es nicht im vollen Umfang mittragen würden.

**Mission:** Als Familienunternehmen in 7. Generation hat der Begriff „Enkeltauglichkeit“ für uns eine große Tragweite. Um unsere Vision zu erreichen, stellen wir uns dem Auftrag, jeden Tag besser zu werden und einen aktiven Beitrag dazu zu leisten, der Natur mehr zurückzugeben, als wir ihr entnehmen.

**Respektvolle Zusammenarbeit:** Das harmonische Miteinander, das wir uns für die Welt von Morgen wünschen, versuchen wir heute schon innerhalb unserer Bio-Brauerei zu schaffen. Alle Mitarbeitenden sollen sich bei uns zuhause fühlen. Ein wesentlicher Baustein unserer Unternehmenskultur ist deshalb ein wertschätzendes Miteinander. Wir sind so vielfältig wie die bunten Etiketten unserer now Bio-Limonaden – jeder ist wichtig und verdient dieselben Chancen.



### Spürbare Fürsorge

Ob Gruppenunfallversicherung, Private Krankenzusatzversicherung oder Gesundheitsprogramm – wir sorgen mit vielfältigen Zusatzleistungen dafür, dass es unseren Mitarbeitenden gut geht.

**Andere begeistern:** Neue Mitarbeitende werden vom ersten Tag an intensiv eingebunden, sie lernen nicht nur unsere Philosophie und alle Prozesse kennen, sondern vor allem die Menschen, die unser Unternehmen ausmachen. Direkte Information und Austausch erfolgen unter anderem durch monatliche Videobotschaften der Geschäftsleitung („Lamms-Update“), unser Magazin „LammsWelt“ und die verschiedenen Teams-Kanäle.

Wir treiben zudem gemeinsam Sport, pflegen zusammen mit Kindern der Lebenshilfe eine Streuobstwiese oder stellen in Teamwork tolle Veranstaltungen für die Region auf die Beine.

**Fürsorglich:** Die Fürsorge für unsere Mitarbeitenden zeigt sich unter anderem an unserem Bonus-System, das einen gesunden Lebensstil unterstützt und belohnt, sowie acht verschiedenen Arbeitsmodellen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

### Gegenseitiges Vertrauen:

Wir trauen unserem Team sehr viel zu. Alle haben persönlich Anteil daran, dass wir unsere Ziele erreichen. Sie tragen Verantwortung, treffen Entscheidungen und stoßen Verbesserungen an.

### Wille zum gemeinsamen Erfolg:

Bei Projekten oder Hospitationen in anderen Bereichen weiten unsere Mitarbeitenden ihren Blick für das große Ganze. In unseren Strategiewerkstätten werden sie zu Gestaltern, die mit über den weiteren Weg entscheiden: Arbeiten bei uns, das ist Arbeiten mit Sinn und Herz, getragen von der Begeisterung für unsere gemeinsame Vision.



2021

### Zahlen & Fakten:

Gesamtzahl Mitarbeitende: **155**

Neueinstellungen: **11**

Anteil Männer / Frauen:

**104** Männer, **51** Frauen

Ø-Betriebszugehörigkeit:

**6,58** Jahre

Nationalitäten: **10**



## Kurz und gut

**Unsere Kultur** ist geprägt von Eigenverantwortung, respektvollem Miteinander und gegenseitigem Vertrauen

Unserer **Verantwortung** gegenüber unseren Mitarbeitenden kommen wir u.a. durch Sozialleistungen, Gesundheitsprogramm und verschiedene Arbeitsmodelle nach

Unser Wille zum **gemeinsamen Erfolg** lässt uns Teil einer mitreißenden Bewegung sein, die gemeinsam den Weg zu unserer Vision gestaltet

**Unsere Begeisterung** für die Herstellung und den Genuss 100% ökologischer Produkte teilen wir untereinander und auch mit anderen

## Ausgezeichnetes Gemeinschaftswerk

Das Magazin von Mitarbeitenden für die Mitarbeitenden ist ein Gemeinschaftswerk: Die Redaktion der **LammsWelt** stellen Mitglieder aus allen Bereichen.

Für die außergewöhnliche Teamleistung gab es den EWA-Award 2021.



## Box für Visionäre

Jedes neue Mitglied im LammsTeam erhält vor seinem Start eine Box mit persönlichen Zeilen der Geschäftsleitung, einem Video zu unserer Vision und Mission sowie leckeren Bio-Snacks.



## D | Kund:innen

**A**ls Konsument:in kannst du uns beim Einkauf treffen. Hier ist es unser Anliegen, die Branchen-Standards weiterzuentwickeln: für mehr Genuss, Transparenz und faire Preise.

Mit unseren Stakeholdern treten wir direkt in Dialog, denn Transparenz und aktive Einbindung sind für uns ein hohes Gut. So ist unser Neumarkter Lammsbräu Stakeholderkreis im Jahr 2019 entstanden.

### **Lammsbräu als Brückenbauer vom Acker bis ins Getränkeregal**

Einfluss auf die Branche nehmen wir auch durch wirkungsvolle Kooperationen mit anderen Unternehmen – sei es in Sachen Klima- und Bodenschutz, Bio-Standards oder bei unserem genossenschaftlichen Öko-Getreidelager.

Unser Pilotprojekt mit der Regionalwert Leistungen GmbH ist dabei besonders erwähnenswert: Es hat das Ziel, die Leistungen unserer Bio-Landwirt:innen fürs Gemeinwohl

zu beziffern. Konsument:innen können dabei in Euro und Cent ablesen, welche wertvollen Beiträge der Öko-Landbau erbringt. Das erhöht die Transparenz und trägt außerdem langfristig zu gerechteren Preisen bei. Unsere Kund:innen können sich schon heute sicher sein, dass sie faire Preise bezahlen. Denn wir entlohnen unsere Lieferant:innen gerecht und deutlich über dem Marktpreis.

### **Maßvolle Nutzung von Produkten mit Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft**

Dies erreichen wir durch geringen Export (3%), kleinere Gebindegrößen (0,33 l), 100 % Glas-Mehrweg sowie zunehmend Pool-Flaschen, um die Kreisläufe lückenloser zu schließen.



### **Stakeholder mischen mit**

Unsere now Sorten Fan Tasty und Fresh Berry wurden von unseren Kund:innen und Stakeholdern gemischt.

### **Aktive Einbindung**

Mit unserer online Kampagne #Flaschenretten haben wir Konsument:innen direkt involviert mit dem Ziel, die Rücklaufquote von Leergut zu erhöhen.

Auf was wartest du noch...



### **Wir erfüllen Wünsche**

Unsere Light-Sorten unter den now Bio-Limos haben wir als Antwort auf die Frage unserer Konsument:innen nach zuckerreduzierten Alternativen entwickelt.



### **Genuss ohne Gluten**

Mit unserem Lammsbräu  
Glutenfrei ermöglichen  
wir glutensensitiven  
Menschen unbe-  
schwerten Genuss.



## **Kurz und gut**

Lammsbräu als Brückenbauer: Wir tragen zur Weiterentwicklung von Branchen-Standards bei. Mit unseren Stakeholdern treten wir in Dialog. Sie können sich auf Genuss, Transparenz und faire Preise verlassen.

### **Unsere Getränke**

sind trinkbarer Umweltschutz

**Unsere Siegel** stehen für Zertifizierungen durch strenge Bio-Anbauverbände

**Unseren Einfluss** nutzen wir u.a. für Klima-, Wasser- und Artenschutz

### **Unsere Liebe zum Produkt**

machen wir als (Mitmisch-)Erlebnis erfahrbar

## E | Gesellschaftliches Umfeld

**W**ir leisten weit über unser Kerngeschäft hinaus Beiträge fürs Gemeinwohl. Neben der Unterstützung einer Vielzahl von Organisationen und Projekten initiieren wir immer wieder eigene Kooperationen und Aktionen und engagieren uns in Netzwerken.

### *Begeistert für das Gemeinwohl*

Besonders große Wirkung entfaltet seit mehr als 20 Jahren unser Neumarkter Lammsbräu Preis für Nachhaltigkeit. Diese Auszeichnung hat bundesweit Strahlkraft und fördert nachhaltige Lösungen. Das begleitende Forum Nachhaltigkeit ist ein spannender Beitrag zur Umweltbildung. Dasselbe gilt für die Vorträge, die wir regelmäßig halten. Dabei zeigen wir durch den starken Praxisbezug Strategien auf, die andere auf ihre eigenen Organisationen übertragen können. Insgesamt konnten wir im Jahr 2021 über unsere verschiedenen Kanäle schätzungsweise rund 850.000 Menschen erreichen und förderten das Gemeinwohl mit freiwilligen, geldwerten Leistungen im Umfang von ca. 235.000 €.

### *Enkeltauglicher Klimaschutz*

Mit unserer Klimastrategie 2.0 stehen wir Modell für alle, die ebenfalls ernst gemeinten Klimaschutz betreiben wollen. Denn wir haben uns verpflichtet, das 1,5-Grad-Ziel einzuhalten und unseren Ausstoß von Treibhausgasen im Zeitraum von 2020 bis 2030 um 42 % zu reduzieren. Mit diesem ehrgeizigen Plan sind wir als erster mittelständischer Lebensmittelhersteller Deutschlands in die Science Based Targets Initiative aufgenommen worden.

### *Ausgezeichnete Berichterstattung*

Alles, was wir tun, legen wir im Zuge unserer Berichterstattung offen. Unser Report 2020 nach den hohen Standards von EMAS und der Global Reporting Initiative wurde von Bundesumweltministerin Svenja Schulze mit dem Deutschen Umweltmanagementpreis in der Kategorie „Beste EMAS-Umwelterklärung“ sowie im IÖW Future-Ranking mit Platz 3 ausgezeichnet. Zudem berichten wir nach DNK – und nun erstmals nach den Vorgaben der GWÖ.

### *Basis für jede Optimierung ist eine genaue Erfassung unserer Verbrauchsdaten 2021:*

<i>Gesamtwasserverbrauch</i>	<i>132.248 m<sup>3</sup></i>
<i>Ausstoß klimawirksamer Gase</i>	<i>2.314 t CO<sub>2</sub>e</i>
<i>Stromverbrauch</i>	<i>2.759.038 kWh</i>
<i>Wärmeverbrauch</i>	<i>9.538.811 kWh</i>
<i>Gesamtabfallmenge</i>	<i>4.676 t</i>
<i>Materialverbrauch</i>	<i>9.226 t</i>
<i>Kraftstoffverbrauch</i>	<i>80 t</i>



20 Jahre



## Schlank machen fürs Klima

Durch die Reduktion der Dicke unserer Kronenkorken sparen wir künftig pro Jahr rund 70 Tonnen an Treibhausgasen ein.



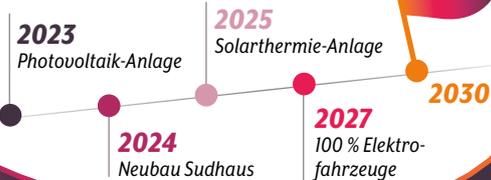
## Klimaretter Boden

Durch die Förderung von Humusaufbau auf betriebseigenen Flächen sowie unsere Beteiligung an der positerra GmbH tragen wir zur regionalen CO<sub>2</sub>-Bindung bei.



## Klimastrategie 2.0

Unser Fahrplan bis 2030 (Auszug)



## Kurz und gut

Wir leisten Beiträge fürs Gemeinwohl weit über unser Kerngeschäft hinaus. Mit unserer Klimastrategie 2.0 sind wir Vorreiter im Mittelstand.

**Unser Anliegen** ist die Verbindung aus Genuss und Verantwortung

**Unser Wissen** teilen wir praxisnah als Beitrag zur Umweltbildung

Unser **Klimaschutzengagement** orientiert sich an den Science Based Targets und damit dem 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens

**Unsere Berichterstattung** legt unser Engagement transparent offen



GEMEINWOHL  
**ÖKONOMIE**  
im Wirtschaftsmodell  
im Zentrum  
Bilanzierendes  
Unternehmen  
mit externem Audit

Testat: **Externes Audit** **Gemeinwohl-Bilanz** **Neumarkter Lammsbräu, Gebr. Ehrnsperger KG**

**M5.0  
Vollbilanz**

**2021**

Auditor\*In:  
**Roland Wiedemeyer  
Bernhard Oberrauch**

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>BERÜHRUNGSGRUPPE</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette:  50 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette:  70 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette:  90 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette:  60 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  50 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:  80 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung:  10 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:  50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:  40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:  40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:  40 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kund*innen beziehungnen:  70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:  70 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:  80 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:  60 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:  60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:  60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:  40 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:  60 %

Testat gültig bis:  
**30.09.2024**

**BILANZSUMME:**  
**577**

*Gemäß des GWÖ-Punktesystems entsprechen 0 Punkte einem Unternehmen, das sich gesetzeskonform verhält. Für Gemeinwohl-schädigendes Verhalten gibt es Minus-Punkte (bis - 3600). Jeder Punkt über Null ist ein Mehrwert, den ein Unternehmen freiwillig schafft und ein **Pluspunkt fürs Gemeinwohl.***

# Ausblick und GWÖ-Testat

Dieser kleine Einblick hat dir gezeigt: Durch die GWÖ-Bilanz haben wir den Umgang mit wichtigen Berührungsgruppen intensiv reflektiert. Dabei sind Möglichkeiten der Verbesserung zutage getreten und Potenziale, die wir noch nicht vollständig ausschöpfen. Diese Chance wollen wir nutzen.

„Damit gehört Lammsbräu zu den wenigen Produktions-Unternehmen in der GWÖ, die als **Leuchttürme** bezeichnet werden können.“  
(Resümee der GWÖ-Auditoren)

Die GWÖ-Idee lebt davon, dass sie **gemeinschaftlich weiterentwickelt** wird. Jede Organisation, die sich beteiligt, kann dazu beitragen, Kriterien und Verfahren zu optimieren. Auf diese Weise kann langfristig ein praktikables Instrument entstehen, das Gemeinwohl greif- und messbar macht.

## Lieferant:innen

Wir möchten gemeinsam mit unseren Partner:innen an noch transparenteren, nachhaltigeren und partizipativeren Strukturen arbeiten und uns auch mit Verpackungsmaterial und anderen Warengruppen detaillierter befassen.

## Eigentümer:innen & Finanzpartner:innen

Bei anstehendem Finanzbedarf werden wir den Fokus auf eine Gleichverteilung der Kreditvolumina legen. In den Audits mit den regionalen Banken werden wir hinterfragen, inwieweit diese nach den ESG-Kriterien (Environmental Social Governance) handeln und weiteres Nachhaltigkeitsengagement anregen.

## Mitarbeitende

Wir arbeiten an einem jährlichen Weiterbildungsangebot für unsere Mitarbeitenden. Durch unsere „LammsFit-App“, unsere „LammsTeam-Challenge 2022“ und die künftige Möglichkeit, für nachhaltiges Verhalten eco-Punkte zu sammeln, schaffen wir Anreize, sich für die eigene Gesundheit und eine enkeltaugliche Welt zu engagieren.

## Kund:innen & Mitunternehmen

Die Einbindung von Stakeholdergruppen wird bei unserer Produktentwicklung weiter eine wichtige Rolle spielen. Zudem liegt unser Schwerpunkt in der Bündelung von Kompetenzen, um gemeinsam Branchenstandards fortzuentwickeln und dies über Label, Berichterstattung und am Point of Sale sichtbar zu machen.

## Gesellschaftliches Umfeld

Von A wie Artenvielfalt bis Z wie Zählerstandsmessungen – wir setzen auf nachhaltige Verbesserung. Unsere zentralen Energie- und Wasserkennzahlen werden wir künftig ins Verhältnis zum Branchenstandard setzen, um bestmögliche Vergleichbarkeit zu schaffen. Durch unsere Verpflichtung zum 1,5 °C-Ziel stellen wir sicher, dass unser Prozess mit gesellschaftlichen Zielen übereinstimmt.

## Wie gefällt dir unser Bericht?

Nimm dir 2 Minuten Zeit und sag uns  
deine Meinung! Als Dankeschön für dein  
Mitwirken wird ein Baum gepflanzt.



© September 2022  
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit  
Genehmigung der Neumarkter Lammsbräu.

### **Impressum:**

#### **Neumarkter Lammsbräu**

Gebr. Ehrnsperger KG  
Amberger Straße 1 | 92318 Neumarkt  
T +49 9181 404 0  
nachhaltigkeit@lammsbraeu.de  
www.lammsbraeu.de

Inhaltliche Bearbeitung:  
Team Nachhaltigkeit  
Lektorat: Violetta Paprotta  
Gestaltung: Sabine Perlinger

Druck: Druckerei Fuchs GmbH  
Klimaneutral gedruckt auf Recyclingpapier.



**KLIMANEUTRALES**  
UNTERNEHMEN  
certified by Fokus Zukunft