



Verantwortung leben. Genuss schaffen.

**Neumarkter
Lammsbräu**



Nachhaltigkeitsbericht 2012
21. Öko-Controlling Bericht

Inhaltsverzeichnis

1. Über unser Unternehmen	7
1.1. Tradition und Moderne	8
1.2. Unternehmensdaten	8
1.3. Produktinnovationen	9
1.3.1. Neumarkter Lammsbräu Bio-Biere	9
1.3.2. now Bio-Erfrischungsgetränke	10
1.3.3. BioKristall Bio-Mineralwasser	10
1.4. Das Bio-Sortiment	11
1.5. Wichtige Stationen auf dem Weg zur nachhaltigen Brauerei	12
1.6. Preise und Auszeichnungen	15
1.6.1. Gewinner des EMAS Award 2012 zum Thema Wasser	15
1.6.2. Aufnahme in die Exzellenzinitiative „Klimaschutz Unternehmen“	15
1.6.3. Gold-Gewinner beim Golden Label Award 2012 für das Gourmetbier 1628	16

2. Unser Nachhaltigkeitsmanagement	19
2.1. Unsere Vision	20
2.2. Unsere Verpflichtung	20
2.3. Unsere Managementsysteme	22
2.3.1. Umweltpolitik	22
2.3.2. Planung	22
2.3.3. Verwirklichung /Durchführung im Betrieb	22
2.3.4. Überprüfung	24
2.3.5. Managementbewertung	24
2.3.6. Externes Audit	25
2.4. Unser gemeinsames Lernen	25
2.4.1. Interne Kommunikation	25
2.4.1.1. Betriebsversammlung	25
2.4.1.2. Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung	25
2.4.1.3. Lammsbräu Knigge	25
2.4.1.4. Auszubildendenprogramm	26
2.4.1.5. Neumarkter Lammsbräu Miteinander	26
2.4.1.6. Neumarkter Lammsbräu Mitarbeiter-nachmittage	27
2.4.1.7. Selbstbewertungsinstrument LAMM	27
2.4.2. Externe Kommunikation	27
2.4.2.1. Messen und Veranstaltungen 2012	28
2.4.2.2. Neumarkter Nachhaltigkeitspreis 2012/ Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz	29
2.4.2.3. Brauereibesichtigungen	31
2.4.2.4. Neuer Internetauftritt	32
2.4.2.5. Kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit	32
2.4.2.6. Nachhaltigkeitsbericht	32
2.4.2.7. Vorträge und Podiumsdiskussionen	32
2.4.3. Zu Gast bei Neumarkter Lammsbräu	33

3. Unsere Themen 2012	35
3.1. Der Erfolg 2012: Bundesgerichtshof erlaubt Bio-Mineralwasser	36
3.1.1. Bedeutung der Ressource Wasser	36
3.1.2. Das Bio-Siegel und der Gerichtsstreit	37
3.2. Das Mehrwegsystem	38



4. Unser Nachhaltigkeits-Controlling	41	4.4. Kultur	70
4.1. Ökologie	42	4.4.1. Unsere Hüttengaudi	70
4.1.1. Betriebliche Input-Output-Bilanz	42	4.4.2. Unser Vatertagsfrühschoppen	70
4.1.2. Umweltbezogene Kernindikatoren	45	4.4.3. Unser Bierdorf beim Altstadtfest	70
4.1.2.1. Kernindikatoren Rohstoffe und Materialverbrauch	46	4.4.4. Unser Erntedankfest	70
4.1.2.2. Kernindikator Wasser	47	5. Querschnittsbetrachtung	71
4.1.2.3. Kernindikator Energie	50	5.1. Wohlstand und Nachhaltigkeit – lässt sich das überhaupt vereinen?	73
4.1.2.4. Kernindikatoren Abfälle und Recycling	52	5.1.1. Die Effizienzstrategie	73
4.1.2.4.1. Abfallbilanz	52	5.1.2. Die Konsistenzstrategie	74
4.1.2.4.2. Umgang mit Gefahrstoffen	55	5.1.3. Die Suffizienzstrategie	74
4.1.2.4.3. Wertstoff- und Kuppelproduktebilanz	55	5.2. Nachhaltigkeit bei der Neumarkter Lammsbräu	75
4.1.2.5. Kernindikator Emissionen	56	5.2.1. Effizienzsteigerung – Ressourcen schonen, Klima schützen	75
4.1.2.5.1. Transportbedingte Emissionen	57	5.2.2. Konsistenz – Wirtschaften im Einklang mit der Natur	75
4.1.2.5.2. Emissionen aus Fuhrpark (Lkw und Pkw)	58	5.2.3. Suffizienz – Verbraucher erkennen zunehmend den Wert von Bio-Lebensmitteln	75
4.1.2.5.3. Emissionen aus Staplerbetrieb	59	6. Unsere Nachhaltigkeitsziele	77
4.1.2.5.4. Lärmemissionen	59	6.1. Ökologie	78
4.1.2.6. Kernindikator Biodiversität	59	6.2. Soziales	79
4.1.2.6.1. Mitarbeiter der Brauerei	59	6.3. Ökonomie	80
4.1.2.6.2. Lieferanten der Bio-Braurohstoffe	60	6.4. Kultur	81
4.1.2.6.3. Externe Partner	60	Anhang	83
4.1.2.7. Einkauf/Beschaffung	61	Impressum	86
4.1.2.8. Produktausstattung	62	Validierung der Umwelterklärung	87
4.1.2.9. Fuhrpark/Transport	62		
4.2. Soziales	63		
4.2.1. Soziale und gesellschaftliche Aspekte	63		
4.2.1.1. Mitarbeiterbezogene Kernindikatoren	63		
4.2.1.2. Gesundheitsmanagement	65		
4.2.2. Partnerschaften	65		
4.2.2.1. Unsere Lieferanten	65		
4.2.2.2. Unsere Kunden	66		
4.2.2.3. Unsere Netzwerke	67		
4.3. Ökonomie	68		
4.3.1. Entwicklung des Biermarktes und der Bio-Lebensmittelbranche	68		
4.3.2. Ökonomische Kennzahlen	69		



Neumarkter
Lammbräu
Zzzisch

now
COLA

BIO
kristall
still
bio

Liebe Leserin, lieber Leser,

Im Januar diesen Jahres fuhren in Berlin 70 Traktoren und Imkerfahrzeuge aus der ganzen Republik durch das Regierungsviertel zum Bundeskanzleramt, begleitet von 25.000 Menschen. Ihr Anlass: die weltgrößte Landwirtschaftsmesse „Internationale Grüne Woche“. Ihr Anliegen: der agrarpolitische Umbruch. Ihr Motto: „Wir haben es satt! Gutes Essen. Gute Landwirtschaft. Jetzt!“

Was hier zum Ausdruck kam, ist die zunehmende Ablehnung der immer stärker fortschreitenden Industrialisierung der Landwirtschaft, der Tierfabriken, der Umweltschäden durch Pestizide, oder positiv ausgedrückt: ihre Forderung nach Bio-Lebensmitteln, nach fairem Umgang mit den Bauern, nach guter Tierhaltung sowie Boden- und Wasserschutz. Kurz: die Förderung des ökologischen Landbaus zum Wohl der Tiere, der Menschen und der Umwelt.

Auch der Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft BÖLW hat anlässlich der Grünen Woche ein Thesenpapier präsentiert, das diesen Forderungen Nachdruck verleiht: Nach der Energiewende in Deutschland muss die Ernährungswende folgen! Das Ziel, das der BÖLW kompromisslos formuliert hat, lautet: 100 Prozent Bio jetzt!

Die Regierungskoalition ist allerdings noch weit von dieser Ernährungswende entfernt. Das zeigt allein schon die Tatsache, dass sie es nicht gewagt hat, ihr selbst gestecktes 20-Prozent-Ziel

mit einer Zeitangabe zu verknüpfen. Der Nachhaltigkeitsrat der Bundesregierung hat deshalb bereits mit den Worten gemahnt: „Um das 20-Prozent-Ziel zu erreichen, bedarf es eines neuen Anstoßes, zu dem der Rat für Nachhaltige Entwicklung alle Beteiligten drängt.“ Wie weit ist der Weg dann wohl noch bis zu 100 Prozent?

Wir von der Neumarkter Lammsbräu stehen nicht nur voll und ganz hinter der 100-Prozent-Forderung, sondern wir engagieren uns für dieses Ziel mit allem, was in unserer Macht steht. Denn wir können aus jahrzehntelanger Erfahrung sagen: Unsere Art, ökologisch zu wirtschaften, ist erfolgreich – auch ökonomisch! Und wir geben uns nicht mit unserer eigenen Wende zufrieden, sondern wir setzen uns aus vollem Herzen für die Ernährungswende des ganzen Landes ein. Im Sinne der Schöpfung. Im Sinne bäuerlicher Strukturen. Im Sinne einer ökologischen, sozialen Markt- und Kreislaufwirtschaft. Und nicht zuletzt im Sinne der Verbraucher.

Viel Spaß beim Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichtes und beim Genuss unserer vielfältigen Getränke, deren Palette wir auch 2012 wieder um neue, bekömmliche und aromatische Sorten ergänzt haben.

Ihre



Susanne Horn

Generalbevollmächtigte Neumarkter Lammsbräu



1. Über unser Unternehmen

Neue Wege beschreiten und sich dabei an den Grundprinzipien der Natur orientieren – das kennzeichnet die Neumarkter Lammsbräu seit langem. Bereits 1977 hat das Unternehmen eigene Umweltleitlinien entworfen, gemäß denen bis heute produziert wird. 1984 wurden die ersten biologischen Brauverfahren erprobt; seit 1995 werden ausschließlich Bio-Getränke hergestellt. Inzwischen hat sich die Neumarkter Lammsbräu zu einem Leuchtturmunternehmen entwickelt, dessen Bedeutung weit über die Region hinaus strahlt.

Mit dem bereits seit mehr als zehn Jahren bestehenden Umwelt- und Qualitätsmanagementsystem werden alle Prozesse gemessen und verbessert. Dadurch wird nicht nur die Qualität der biologischen Produkte verfeinert, sondern auch die Herstellung laufend verbessert und die Umweltleistung erhöht. Auf diese Weise profiliert sich das Unternehmen kontinuierlich und hebt sich in seiner Gesamtheit von den meisten anderen Brauereien ab.

Die Herstellung qualitativ hochwertiger, wohlschmeckender und gesunder Getränke durch umweltbewusste Produktionsweisen, die im Einklang mit der Natur stehen und der Einsatz effizienter Technologien machen die Neumarkter Lammsbräu zu dem, was sie heute ist: die nachhaltigste Bio-Brauerei der Welt.



1.1. Tradition und Moderne

Anders oder querdenken, neue Wege beschreiten, Werte bewahren und sich dabei an den Grundprinzipien der Natur orientieren, die Menschen und ihre kulturellen Bedürfnisse, die regionalen Gegebenheiten sowie das gesellschaftspolitische Umfeld stets im Blick und den langfristigen Unternehmenserfolg im Visier – so kann man das gelebte Unternehmensprinzip der Neumarkter Lammsbräu zusammenfassen. Der geneigte Leser erkennt in dieser Kurzbeschreibung sofort das so genannte, um den Aspekt der Kultur erweiterte „Dreieck der Nachhaltigkeit“. Ein Ansatz, der Ökologie, soziale Aspekte und ökonomische Bedürfnisse so schonend miteinander zu vereinen sucht, dass unsere Erde auch noch für unsere Kinder und Kindeskinde lebenswert bleibt.

Wie aber kam es dazu, dass sich eine mittelständische, bayerische Traditionsbrauerei des Themas „Nachhaltigkeit“ so sehr widmete? Für die Neumarkter Lammsbräu wurde Nachhaltigkeit zum Programm, als Dr. Franz Ehrnsperger, der heutige Brauereieinhaber, das Unternehmen Anfang der 1970er Jahre von seinem Vater übernahm. Geprägt von einem tiefen Verständnis für den „unverfügbaren Eigenwert“ der Natur und fasziniert von der aufkeimenden Umweltbewegung in Deutschland, beschloss der junge Brauereichef sein Unternehmen in eine Öko-Brauerei umzuwandeln. Mit allem was dazugehört: Einer „geistigen Umstellungsphase“, einer langwierigen, von etlichen Rückschlägen und Hindernissen begleiteten Beschaffungsphase für ökologisch angebaute Braurohstoffe, bis hin zu einem „grünen“ Betriebskonzept, in dem der sorgsame Umgang mit Energie, Wasser, Abfällen und die Reduktion betrieblicher Emissionen im Mittelpunkt stehen und das Miteinander mit den Mitarbeitern groß geschrieben wird. Während seinerzeit nur wenige von „Nachhaltigkeit“ oder von „auf Langfristigkeit ausgelegten Unternehmenserfolg“ sprachen, gab sich die traditionsbewusste Neumarkter Lammsbräu bereits 1977 eigene Umweltleitlinien, gemäß denen bis zum heutigen Tage geplant und produziert wird.

Heute ist aus den einstigen „Bio-Bier-Spinnern“ ein Leuchtturm-Unternehmen geworden, dessen Bedeutung weit über den Heimatlandkreis hinausstrahlt. Nicht nur bio-affine Verbraucher, sondern auch traditionsbewusste Bier-Genießer, Öko-Interessierte sowie viele Menschen

aus der Region sind fasziniert von dem ganzheitlichen Konzept der Neumarkter Lammsbräu. Basierend auf einer tiefen regionalen Verwurzelung und einer hohen regionalen Wertschöpfung produziert die Neumarkter Lammsbräu qualitativ hochwertige, geschmackvolle und gesunde Bio-Getränke zu unserem Wohle und zur Steigerung unserer Lebensqualität. Ihrer Zukunft sieht die familiengeführte Neumarkter Lammsbräu optimistisch entgegen, denn Nachhaltigkeit ist bei der Lammsbräu kein Modetrend, sondern hat eine lange Tradition: Langfristigkeit und langer Atem zählen zum Grundverständnis des Unternehmens, dessen urkundlich belegte Anfänge bis in das Jahr 1628 zurückreichen.

1.2. Unternehmensdaten

Firma: Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger e. K.,
ab 1.1.2013 Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG

Branche: Brauerei und Mälzerei, Mineralbrunnen

Sitz: Neumarkt in der Oberpfalz

Inhaber: Dr. Franz Ehrnsperger

Geschäftsleitung: Susanne Horn, Dr. Franz Ehrnsperger

Mitarbeiter: 104 (Stand 31.12.2012)

Umsatz: 15 Millionen Euro

Jahresausstoß 2012: 70.113 hl Bier zuzüglich
75.097 hl alkoholfreie Getränke

Anteil Fass-/Flaschenbier: 10 %/90 %

Getränkeproduktion: 100 % aus ökologischen Zutaten

Absatzgebiete:

Direktbelieferung innerhalb eines ca. 100 km Umkreises in der Region Oberpfalz/Mittelfranken.

Deutschlandweit sind die Bio-Getränke der Neumarkter Lammsbräu vor allem über den Naturkosthandel und gut sortierten Getränkefachhandel erhältlich.

Der Exportanteil der Bio-Getränke beträgt 4,29 %.



„Die Neumarkter Lammsbräu begegnet mir seit vielen Jahren auf unterschiedlichen Ebenen. Als Jurorin des Nachhaltigkeitspreises erlebe ich, wie die Öko-Brauerei sich gesellschaftlich und kulturell engagiert. Als Journalistin sehe ich ein Unternehmen, das seit Jahren innovativ ist und über das es deshalb immer wieder zu berichten lohnt. Und als Biertrinkerin freue ich mich schon im Bioladen auf die „Zzzisch“-Fläschchen im Einkaufskorb.“

Ilona Jerger, Autorin und Journalistin

Hauptabnehmer:

11 % Gastronomie
65 % Naturkosthandel / Getränkefachhandel
24 % sonstige (z. B. Betriebskantinen, Heimdienste)

Rohstofflieferanten:

Die Braurohstoffe für die Bio-Bierspezialitäten beziehen wir soweit wie möglich aus der Region Oberpfalz/Mittelfranken, wo sie im Vertragsanbau von zertifizierten Bio-Vertragslandwirten angebaut werden. Die Vertragslandwirte sind in der Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) zusammengeschlossen. 2012 bewirtschafteten die EZÖB-Landwirte etwa 4.450 Hektar Land für die Erzeugung von Bio-Brautreide und Bio-Hopfen. Die Rohstoffe für die Bio-Limonaden beziehen wir von verschiedenen Bio-Saftherstellern und Extraktproduzenten. Bestimmte Bio-Limonadenrohstoffe wie beispielsweise Holunder stammen aus der unmittelbaren Region um Neumarkt, wo sie von unseren Bio-Vertragsbauern angebaut werden.

Kontrollinstitut:

Bio Control System (BCS), ein unabhängiges Kontrollinstitut für Öko-Lebensmittel, garantiert durch regelmäßige Kontrollen nach EG-verbindlichen Richtlinien (Nr. 2092/91) bzw. nach den Richtlinien der Anbauverbände (Naturland, Bioland), dass die Bierspezialitäten der Neumarkter Lammsbräu sowie die now-Limonaden das Prädikat „Bio“ auch verdienen.

Das BioKristall Bio-Mineralwasser ist nach dem Kriterienkatalog der Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V. zertifiziert.

Prozessverantwortliche:

Unternehmensplanung und -steuerung:

Susanne Horn, Dr. Franz Ehrnsperger

Vertrieb: Susanne Horn

Marketing und PR: Kathrin Moosburger

Innovationen und Produktentwicklung: Julian Menner

Technik: Karl-Heinz Maderer

Qualitätssicherung, Reklamationsbearbeitung:

Oliver Flake

Produktionsplanung: Mario Rudolf

Logistik: Bernhard Schwenzl

Controlling, Finanzen, Personalwesen, IT: Josef Fürst

Nachhaltigkeitsmanagement, Interne Kommunikation:

Silvia Ohms, Sabine Kuschka

1.3. Produktinnovationen

Die Neumarkter Lammsbräu ist nicht nur für ihre Bio-Getränkesspezialitäten bekannt, sondern nimmt für sich auch in Anspruch, ein innovatives, zukunftsgerichtetes Unternehmen zu sein, das sowohl ökologische Produkte als auch ökologische Verfahren (weiter)entwickelt. Unser Produktentwicklungs-Team und die Mitarbeiter, die stets auf der Suche nach technischen Neuerungen sind, haben dabei immer mehrere Ziele vor Augen: Die Neumarkter Lammsbräu möchte nur einzigartige, wirklich innovative Bio-Produkte entwickeln. Sämtliche Produkt- und Verfahrensinnovationen müssen immer den neuesten ökologischen Vorgaben entsprechen und gleichzeitig die betrieblichen Strukturen berücksichtigen. Alle neuen Getränkeprodukte werden alljährlich auf der Bio-Fach in Nürnberg, der weltgrößten Messe für Bio-Produkte, und auf Bio-Regionalmessen vorgestellt.

Im Jahr 2012 standen die Neuentwicklung einer Biersorte, die Einführung eines Gourmet-Bieres sowie die Weiterentwicklung des now-Sortiments und des Bio-Mineralwassers mit Geschmack im Vordergrund.

1.3.1. Neumarkter Lammsbräu Bio-Biere

Mit dem neuen Produkt „EdelHell“ wird allen Liebhabern heller Biere eine wahre Freude bereitet. EdelHell stellt eine neue Spezialität für alle Freunde des feinen Biergeschmacks dar. Eine milde Hopfenbitternote mit vollem Malzaroma und einer zarten fruchtigen Note machen das goldgelbe Lammsbräu EdelHell zum Genuss für jeden Anlass. Dieses hervorragende Bier wurde auf der BioFach 2012 vorgestellt.



Als ein weiteres Highlight im Herbst des Jahres 2012 kann mit Stolz die Spezialität „1628 Abteibier“ präsentiert werden. In der eleganten 0,75 l-Glasflasche mit Sektkorkverschluss und dem edel gestalteten Etikett (prämiert mit dem Golden Label Award 2012) ist das „1628“ auch ein Augenschmaus. Ein wahrer Biergenuss feinsten Bierkultur für jeden, der besondere Gourmet-Biere liebt.



1.3.2. now Bio-Erfrischungsgetränke

Neben dem EdelHell präsentierte die Neumarkter Lammsbräu auf der BioFach 2012 mit den neuen Sorten „now clever Orange Mango“ und „now clever Apfel Aronia“ zwei Produkte im Bereich der Erfrischungsgetränke. Die beiden Bio-Durstlöscher sind ohne Kohlensäure und ohne Zuckerzusatz hergestellt. Mit harmonischem, leicht exotischem Aroma von sonnengereiften Mangos rundet now clever Orange Mango den klassischen Orangengeschmack ab. Hergestellt aus natürlichem Mineralwasser ohne Kohlensäure, Bio-Säften und Bio-Fruchtessenzen mit der feinen Süße des natürlichen Fruchtzuckers, wirkt das Getränk angenehm mild und fruchtig frisch auf Zunge und Gaumen. now clever Apfel Aronia kombiniert die beliebte, natürliche Süße des Apfels mit der süß-säuerlichen Note und erdigen Kraft der Aronia (Apfelbeere). Hergestellt aus natürlichem Mineralwasser ohne Kohlensäure, Bio-Säften und Bio-Fruchtessenzen, ergibt sich eine ausgewogene Gesamtkomposition mit erfrischender leichter Säure. Die now clever-Produkte werden – wie die now-Bio-Limonaden – ausschließlich aus Bio-Fruchtsäften sowie Extrakten und Essenzen aus ökologisch erzeugten Rohstoffen hergestellt.

Die now clever-Produkte stellen eine Erweiterung des Limonadensortimentes dar und wurden speziell für Kinder und kalorienbewusste Erwachsene entwickelt. Daher ist als Verpackung neben der 0,33 l-Glasmehrweg-Flasche der 0,33 l Tetra Pak gewählt worden, denn in verschiedenen Alltagssituationen von Kindern, sei es in der Schule, bei einem Ausflug oder im Kindergarten, sind Getränke in der Glasflasche nicht geeignet. Die Getränkekartons von Tetra

Pak werden ausschließlich aus zertifizierten nachwachsenden Rohstoffen hergestellt, haben eine niedrige CO₂-Bilanz und sind platzsparend beim Transport und bei der Lagerung.

Seit Herbst 2012 ist das now-Sortiment um zwei weitere Sorten gewachsen: „now Grape Fruit“ und „now Birne Hopfen“. Durch die Verwendung der ganzen, biologisch angebauten Früchte wird bei „now Grape Fruit“ ein natürlicher und purer feinherber Grapefruitgeschmack hervorgerufen, der durch die perfekt abgestimmte fruchtig-frische Spritzigkeit begeistert. Bei „now Birne Hopfen“ erinnert das intensive Eigenaroma des Naturdoldenhopfens aus Spalt an den Duft frischen Hopfens und reifer Zitrusfrüchte. Im Geschmack spürt man eine dezente Hopfennote, fein abgerundet mit mildem Birnensaft, einem Spritzer Zitronensaft und Kräuterextrakten. Mit diesen Sorten sind wieder zwei neue, einzigartige Genießer-Limonaden entstanden.

Die Sorten „SAPS Cola“ und „now White Bitter“ wurden parallel dazu im Herbst des Jahres 2012 eingestellt.

1.3.3. BioKristall Bio-Mineralwasser

Abgerundet wurde die Vorstellung der Neuprodukte auf der BioFach 2012 mit der Erweiterung des BioKristall Bio-Mineralwasser-Sortimentes um die Sorten „BioKristall Zitrone“ und „BioKristall Apfel“. Beide Neuprodukte sind sanft ausbalancierte Erlebnisse für die Sinne. Kalorienarm, frei von Kohlensäure und mit dem natürlichen Geschmack hochwertiger Rohstoffe aus kontrolliert ökologischem Anbau bieten sie reinsten Genuss für jeden Anlass.

„BioKristall Zitrone“ erfrischt mit seiner spritzigen Zitrusnote. „BioKristall Apfel“ erhält durch feinstes Bio-Apfelsaftkonzentrat und einen Schuss Zitrone sein fruchtiges, belebendes Aroma. Aus dem naturreinen BioKristall Bio-Mineralwasser und hochwertigen Bio-Fruchtsaftkonzentraten sowie Bio-Agavendicksaft sind so zwei köstliche Getränke entstanden.



1.4. Das Bio-Sortiment

Das 2012er Sortiment der Neumarkter Lammsbräu umfasst insgesamt 17 verschiedene Bio-Bierspezialitäten und alkoholfreie Bio-Biergetränke, zwei glutenfreie Spezialgetränke in Bio-Qualität sowie ein Bio-Biermischgetränk.

Das now-Sortiment besteht aus zehn verschiedenen Bio-Erfrischungsgetränken. Das BioKristall Bio-Mineralwasser ist in den beiden Varianten „Still“ und „Classic“ erhältlich sowie in zwei weiteren stillen BioKristall Fruchtsorten, die jeweils einen „Schuss“ von Apfel oder Zitrone enthalten.

Neben den Getränkespezialitäten stellt die Brauerei auch EMA (effektive Mikroorganismen aktiviert) her. Der Verkauf dieser Produkte erfolgt über das Partnerunternehmen der Brauerei: bioVerum.

Bio-Bierspezialitäten aus ökologischem Landbau

- Neumarkter Lammsbräu Pilsner
- Neumarkter Lammsbräu Edelpils
- Neumarkter Lammsbräu Dunkel
- Neumarkter Lammsbräu Schankbier
- Neumarkter Lammsbräu Urstoff
- Neumarkter Lammsbräu Dinkel
- Neumarkter Lammsbräu Leichte Weiße
- Neumarkter Lammsbräu Weiße (Helles Hefeweizen)
- Neumarkter Lammsbräu Schwarze (Dunkles Hefeweizen)
- Neumarkter Lammsbräu Blond
- Neumarkter Lammsbräu Lammsgold
- Neumarkter Lammsbräu EdelHell
- Neumarkter Lammsbräu Festbier

Alkoholfreie Bio-Biergetränke

- Neumarkter Lammsbräu Alkoholfrei
- Neumarkter Lammsbräu Weiße Alkoholfrei
- Neumarkter Lammsbräu Dunkle Weiße Alkoholfrei
- Neumarkter Lammsbräu Aktivmalz

Glutenfreie Spezialgetränke in Bio-Qualität

- Neumarkter Lammsbräu Glutenfrei
- Neumarkter Lammsbräu Glutenfrei Alkoholfrei

Bio-Biermischgetränk

- Neumarkter Lammsbräu Radler

Bio-Erfrischungsgetränke

- now Black Cola
- now Orange Cola
- now Sunny Orange
- now Fresh Lemon
- now Red Berry
- now Green Herbs
- now Birne Hopfen
- now Grape Fruit
- now clever Apfel Aronia
- now clever Orange Mango

Mineralwasser

- BioKristall Bio-Mineralwasser still
- BioKristall Bio-Mineralwasser classic
- BioKristall Apfel
- BioKristall Zitrone
- Tafelwasser Kloster St. Josef Medium
- Tafelwasser Kloster St. Josef Extra Still

Sonstige

- SAPS® Holunderblüte
- SAPS® Apfelsaft naturtrüb
- SAPS® Apfelschorle naturtrüb
- Olympia Erfrischungsgetränke

Ökologisches Malz und weitere Braurohstoffe

- Bio-Pilsner Malz aus ökologischem Anbau
- Bio-Dunkles Malz aus ökologischem Anbau
- Bio-Weizenmalz aus ökologischem Anbau
- Bio-Dinkelmalz aus ökologischem Anbau
- Bio-Sauergut





1.5. Wichtige Stationen auf dem Weg zur nachhaltigen Brauerei

Die erste urkundliche Erwähnung der Neumarkter Lammsbräu ist für das Jahr 1628, zum Ende des 30-jährigen Krieges, verbrieft. Die Stadt Neumarkt lag damals besonders verkehrsgünstig an der alten Handelsstraße von Nürnberg nach Regensburg: Die Handelsreisenden machten hier Halt, wechselten ihre Pferde und stärkten sich in den zahlreichen Wirtshäusern, die es in Neumarkt gab. Die Stadt war schon im Mittelalter als „Bierstadt“ bekannt, unter anderem auch deshalb, weil es in der oberpfälzischen Stadt schon immer sehr gutes Brauwasser gab. Das Bier für die Durchreisenden wurde bis ins 19. Jahrhundert in sogenannten „Communbrauhäusern“ gebraut, denn in Neumarkt hatte jeder Bürger das verbriefte Recht, Bier nicht nur für sich selbst, sondern auch für den Ausschank in sogenannten „Tafernwirtschaften“ zu brauen.

Im Jahre 1800 erwarb der junge Johann Ehrnsperger zum Gesamtkaufpreis von 5.500 Gulden die Tafernwirtschaft „Zum Goldenen Lamm“ am Unteren Markt in Neumarkt inklusive Hausrat, Fässern, Malz- und Pechvorräten, einem Bergkeller, einem Grundstück sowie einem anteiligen Weißbier-Braurecht. In den 1840er Jahren erlebte die Bierstadt Neumarkt wie auch der Brauereigasthof der Familie Ehrnsperger eine erste Hochzeit, da anlässlich des Baus des „König-Ludwig-Kanals“ ein wahres Heer von Bauarbeitern und Beamten nach Neumarkt strömte. Laut Chronik war die Nachfrage nach Bier in dieser Zeit so groß, dass sich die Klagen häuften, es würde „nicht gehörig ausgegorenes oder abgelegenes Bier“ ausgeschenkt. 1845 erwarb der damalige „Lamswirth“, Michael Ehrnsperger, die Braukonzession für ein eigenes, privates Brauhaus und wandelte das ehemalige „Communbrauhaus“ in die private Brauerei Neumarkter Lammsbräu um.

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts, als die Produktionskapazitäten des alten Brauereigasthofes in der Neumarkter Altstadt zu klein wurden, verlegte Anna Ehrnsperger, die Urgroßmutter des heutigen Inhabers, den gesamten Brauereibetrieb vor die Tore der Stadt Neumarkt auf das heutige Brauereigelände. Die Weitsicht dieser damals gewagten Entscheidung zahlte sich spätestens 1945 aus, als das Stammhaus im Stadtkern von Neumarkt zum Ende des Zweiten Weltkriegs vollständig zerstört wurde.

Nach den von Mangel und Entbehrung geprägten Nachkriegs- und den darauf folgenden „Wirtschaftswunderjahren“, übernahm Dr. Franz Ehrnsperger, der jetzige Brauereibesitzer, im Jahr 1971 als „Jungspund“ die Brauereigeschäfte. Die heutige auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensphilosophie, die Errungenschaften im Bereich des betrieblichen Umweltschutzes sowie das gesellschaftspolitische Handeln reflektieren die grundlegende persönliche Überzeugung von Dr. Franz Ehrnsperger: Sinnvolles und langfristig gesundes Wirtschaften kann nur im Einklang mit Natur und Schöpfung geschehen.

Diese Erkenntnis kennzeichnet den nachfolgend dargestellten, sehr speziellen „Lammsbräu-Pfad“.

-
- 1628** Erste urkundliche Erwähnung von Brauerei und Gasthof „Zum Goldenen Lamm“

 - 1800** Übergang der Brauerei in den Besitz der Familie Ehrnsperger

 - 1845** Bau der Privatbrauerei Neumarkter Lammsbräu

 - 1897** Errichtung einer neuen Brauereianlage an der Amberger Straße

 - 1902** Firmierung der Brauerei unter dem Namen „Neumarkter Lammsbräu Gebrüder Ehrnsperger“

 - 1945** Komplette Zerstörung der Brauereigaststätte „Zum Goldenen Lamm“ zu Ende des Zweiten Weltkriegs

 - 1971** Übernahme der Geschäftsleitung durch Dr. Franz Ehrnsperger

 - 1977** Umweltschutz wird als Unternehmensziel definiert „Geistige Umstellung“ auf ökologische Unternehmensführung

 - 1978** Errichtung Solarthermieanlage auf dem Mälzereidach Gründung der Erzeugergemeinschaften für Hopfen und Gerste „Gold der Oberpfalz“

 - 1980** Formulierung des ganzheitlichen ökologischen Unternehmenskonzepts (u. a. Umstellung auf Bio-Bier, Mehrweg, umweltfreundliche Distribution)



-
- 1981** Beginn des Aufbaus der Rohstoffbasis für Braugerste, Brauweizen, Braudinkel und Naturdoldenhopfen aus ökologischem Anbau
Umstellung der Heizkessel auf Wechselbetrieb mit Erdgas
-
- 1983** Erste Versuchssude mit ökologischen Rohstoffen in Neumarkt
-
- 1984** Beginn der Herstellung von Bio-Bier im Nürnberger Tochterunternehmen „Brauerei im Altstadtthof“
Erprobung verschiedener ökologischer Brauverfahren
Entwicklung und Erprobung ökologischer Malz- und Bierherstellung unter Berücksichtigung ernährungsphysiologischer Parameter
-
- 1986** Produktion der ersten Bio-Biersorten
-
- 1987** Markteinführung der ersten Bio-Biersorten
Schankbier und Dunkel
-
- 1988** Zusammenschluss aller Öko-Vertragsbauern der Neumarkter Lammsbräu zur „Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe“ (EZÖB)
-
- 1989** Vollständiger Verzicht auf schweres Heizöl
Umstellung auf schwermetallfreie Etiketten
Veröffentlichung der Richtlinien zur Herstellung von Bio-Bier „Das Reinheitsgebot beginnt auf dem Acker“
-
- 1990** Hopfenbezug zu 100 % aus ökologischem Landbau
Optimierung der betrieblichen Abwärmenutzung durch Einbau von Wärmetauschern
-
- 1991** Erstellung einer umfassenden, systematischen, ökologischen Schwachstellenanalyse (Öko-Bilanz),
Umstellung aller Geschäftspapiere auf Recyclingpapier
-
- 1992** Erste Zertifizierung einer Brauerei in Europa nach der „EG Bio Verordnung (EWG Nr. 2092/91)
Einführung PVC-freier Kronkorken
Veröffentlichung der Neumarkter Lammsbräu Öko-Bilanz und des ersten Öko-Controlling-Berichts
-
- 1993** Einrichten der Stabstelle Umweltreferat
Durchführung der Hofbegrünung
Substitution umweltbedenklicher Büromaterialien
-
- 1994** Erste Ernte von Braurohstoffen ausschließlich aus ökologischem Anbau, Restbestände aus konventionellem Anbau werden aufgebraucht
Umstellung auf unbedenkliche Kältemittel im Lagerkeller
Erste Versuche der kieselgurfreien Bierklärfiltration
Zertifizierung des Neumarkter Lammsbräu Qualitätsmanagementsystems gemäß DIN ISO 9001
Gründung der Assoziation Ökologischer Lebensmittelhersteller (AoEL) zusammen mit den Firmen HIPP und Ludwig Stocker Hopffisterei
-
- 1995** Validierung des Neumarkter Lammsbräu Umweltsystems gemäß EG Öko-Audit 1836/93
Start des Forschungsprojekts „Mischfruchtanbau von Braugerste und Ölfrüchten“
Vermarktung von naturtrübem Apfelsaft von regionalen, ökologisch bewirtschafteten Streuobstwiesen
Ende der Umstellungsphase zur ökologischen Bierproduktion: Ausschließlicher Einsatz von Braurohstoffen aus ökologischem Anbau – 100 % Bio-Bier!
-
- 1996** Umbau der betriebseigenen Tankstelle: Stilllegung der Benzinzapfsäule, Installation einer Zapfsäule für kaltgepresstes Pflanzenöl
-
- 1997** Umrüstung der drei ersten Pkw auf Pflanzenölbetrieb
Entwicklung und Markteinführung der SAPS Frucht-saftgetränke mit ökologischen Zutaten
-
- 1998** Lärmreduzierung in der Abfüllanlage durch Umstellung auf drucklose Flaschenzusammenführung
Öko-Sponsoring des Neumarkter Landschaftspflegeverbands
-
- 1999** Teilnahme am Forschungsprojekt „Umweltleistung von Unternehmen“
-
- 2000** Teilnahme am Pilotprojekt „Integrierte Managementsysteme für kleine und mittlere Unternehmen“ (Umwelt-, Qualitäts- und Arbeitssicherheitsmanagement)
Abschluss des Forschungsprojekts „Abfallarme Bierklärfiltration“
-



2001 Inbetriebnahme des energiesparenden Würze-schonkochverfahrens
Veröffentlichung des ersten Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitsberichts

2002 Verleihung des ersten Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises (Öko-Rente)
Teilnahme am Pilotprojekt „Nachhaltigkeits EFQM“ in Zusammenarbeit mit COUP 21; Durchführung der ersten EFQM-Selbstbewertung
Einbau einer neuen, wassersparenden Flaschenwaschanlage
Umrüstung des ersten Lkw auf Pflanzenölbetrieb

2003 Installation des ersten Abschnitts der Regenwassersammelanlage
Öko-Controlling-Berichte / Nachhaltigkeitsberichte auf der Homepage verfügbar

2004 Bau eines neuen Wertstoffhofs
Signifikante Lärmsenkung in der Abfüllanlage durch Umbau auf stufenlose Bandsteuerung
Einführung von Prozessmanagement

2005 Einsparung von Produktionswärme durch Umstellung auf Abfüll- und Produktionswochen
Start des Lammsbräu Umweltbildungsprojekts für Schulklassen

2006 15. Neumarkter Lammsbräu Umweltbericht
Verpflichtung aller Lieferanten auf gentechnikfreie Roh- und Grundstoffe
Aktion „Fair zum Bauern“
Abbau Mobilfunkantennen vom Kesselhauskamin

2007 Anschaffung einer Wertstoffballenpresse für Papier und Plastikfolien
Abbau restlicher Mobilfunkantennen vom Mälzereidach
Sanierung der Abwasserkanäle auf dem Betriebsgelände

2008 Verleihung des 7. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises und Mitorganisation der 1. Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz
Teilnahme am „Ludwig-Erhard-Preis“ Wettbewerb
Durchführung des ersten Neumarkter Lammsbräu Azubi-Workshops (AG Zukunft)
Susanne Horn wird Generalbevollmächtigte der Neumarkter Lammsbräu

2009 Einführung der now-Bio-Limonaden
Komplettrenovierung des Filterkellers
Zertifizierung der BioKristall Bio-Mineralwasserbrunnen der Neumarkter Lammsbräu
3. Neumarkter Lammsbräu Mitarbeitertag
Verleihung des 8. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises und Mitorganisation der 2. Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz

2010 Fertigstellung und Inbetriebnahme der neuen Vollgut-Lagerhalle V
Bau einer Befüll- und Entleerungsstation für Tankbier
Anschaffung eines neuen Fuhrpark-Lkw (Euro 5)
Teilnahme am „Work-Life-Competence“ Pilotprojekt
Einführung betriebliches Gesundheitsmanagement
Verleihung des 9. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises und Mitorganisation der 3. Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz

2011 Fertigstellung und Inbetriebnahme der neuen, stromsparenden Kälteanlage
Verleihung des 10. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises und Mitorganisation der 4. Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz und des erstmals durchgeführten Neumarkter Nachhaltigkeitsmarktes
Organisation der Neumarkter Kinderakademie durch bioVerum
4. Neumarkter Lammsbräu Mitarbeitertag
Teilnahme am „Ludwig-Erhard-Preis“ Wettbewerb
Einführung eines Instruments zur monatlichen Selbstbewertung der Mitarbeiter (LAMM)



2012 Drucktankerneuerung, Laborumbau, Umbau des Getränkeabholmarktes und Einrichtung eines Empfanges, ökologische Pflasterung des Schotterplatzes hinter Halle IV
5. Neumarkter Lammsbräu Mitarbeitertag
11. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreisverleihung, Mitorganisation der 5. Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz und Organisation der 2. Neumarkter Kinderakademie durch bioVerum
Durchführung des 5. Auszubildenden Workshops
Erweiterung der Brauereibesichtigungen für Kinder ab der 1. Klasse

1.6. Preise und Auszeichnungen

1.6.1. Gewinner des EMAS Award 2012 zum Thema Wasser

Die Neumarkter Lammsbräu nahm auch 2012 wieder am EMAS Award teil, der durch die EU-Kommission ausgeschrieben wird. Hier konnten sich Unternehmen aus dem gesamten europäischen Raum bewerben, die nach dem Umweltmanagementsystem EMAS geprüft sind. Trotz großer Konkurrenz wurde die Neumarkter Lammsbräu neben zwei weiteren Unternehmen in der Kategorie KMU – kleine und mittlere Unternehmen – für den Preis nominiert. Am 29. November fuhr Dr. Ehrnsperger nach Brüssel, um im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung für die Neumarkter Lammsbräu den begehrten EMAS Award entgegenzunehmen.

Der EMAS-Award ist der prestigeträchtigste Preis der Europäischen Kommission, der seit 2005 jährlich an Unternehmen und Organisationen mit herausragenden Leistungen im Bereich Umweltmanagement vergeben wird. In insgesamt sechs Kategorien bewerben sich europäische Unternehmen und öffentliche Einrichtungen um diese Auszeichnung, die jedes Jahr zu einem anderen Umweltaspekt ausgeschrieben wird. 2012 ging es um das Thema „Wassermanagement und Wassereffizienz“. EU-Umweltkommissar Janez Potočnik gratulierte den Gewinnern und allen Nominierten zu ihrem herausragenden Engagement.

Die Neumarkter Lammsbräu überzeugte die Jury durch ihr jahrelanges Engagement für den Wasserschutz. Wasser ist für die Neumarkter Lammsbräu eine essentielle Ressource, wasserwirtschaftliche Belange haben deshalb höchste Priorität.

Die Brauerei bezieht ihr Wasser aus eigenen Quellen und unterstützt regionale Trinkwasserschutzmaßnahmen, beispielsweise durch die kontinuierliche Ausweitung der Flächen, auf denen für das Unternehmen Bio-Landbau betrieben wird. Darüber hinaus setzt das Unternehmen im Produktionsprozess unter anderem Regenwasser und wieder aufbereitetes Wasser ein und spart dadurch Trinkwasser. Schulungen und aktive Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Wasser stärken das Bewusstsein der Mitarbeiter im Unternehmen für das Thema, sensibilisieren aber auch die Öffentlichkeit.

1.6.2. Aufnahme in die Exzellenzinitiative „Klimaschutz Unternehmen“

Die Neumarkter Lammsbräu bewarb sich auch erfolgreich bei der Exzellenzinitiative „Klimaschutz Unternehmen“ und konnte die Jury mit vielfältigen Aktivitäten überzeugen. Die Exzellenzinitiative Klimaschutz-Unternehmen wurde im Jahr 2009 ins Leben gerufen. Sie ist ein Projekt der Partnerschaft für Klimaschutz, Energieeffizienz und Innovation.

Die Initiatoren sind:

- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)
Mit der Nationalen Klimaschutzinitiative initiiert und fördert das BMU seit 2008 zahlreiche Projekte, mit denen Energie effizienter genutzt und dadurch Emissionen gemindert werden können. Die Partnerschaft wird aus Mitteln der Klimaschutzinitiative gefördert.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Die sparsame und intelligente Nutzung von Energie und Rohstoffen ist ein zentrales Anliegen des BMWi. Hohe Energieeffizienz bringt ökonomischen und ökologischen Gewinn.
- Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Der DIHK vertritt die gewerbliche Wirtschaft. Betrieblicher Klimaschutz und Energieeffizienz sind wichtige Themen, zu denen der DIHK seine Mitglieder informiert und berät.

„Die beteiligten Klimaschutz-Unternehmen zeichnen sich durch herausragende Leistungen der betrieblichen Energieeffizienz aus“, betont das BMU auf seiner Webseite. „Sie verpflichten sich freiwillig zu anspruchsvollen Zielen und haben bereits innovative Lösungen umgesetzt. Damit sind sie Vorbilder für andere Unternehmen, selbst Klimaschutzmaßnahmen zu ergreifen.“



Seit 2012 ist die Neumarkter Lammsbräu Mitglied der Exzellenzinitiative. Durch ihren Beitritt untermauert die Lammsbräu ihre Umweltschutzaktivitäten und ihr nachhaltiges Engagement.

1.6.3. Gold-Gewinner beim Golden Label Award 2012 für das Gourmetbier 1628

Am Donnerstag, den 11. Oktober 2012 wurde der Golden Label Award in Wien vergeben. Veranstalter dieses Wettbewerbes war die Brigl & Bergmeister GmbH, der führende Hersteller von Etikettenpapieren. In fünf Kategorien wurden die Medaillen sowie ein zusätzlicher Publikumspreis verliehen.

Unternehmen aus 21 Nationen haben sich um die Medaillen beworben; aus acht verschiedenen Ländern kamen schließlich die Gewinner – unter ihnen die Neumarkter Lammsbräu! Sie setzte sich in der Kategorie „Bier und Biermischgetränke“ mit dem Gourmetbier 1628 durch und wurde mit Gold ausgezeichnet. Das Etikett hat sich gegen 297 Einsendungen behauptet. Die Jury lobte die puristisch-edle Gestaltung als „perfekt“, da sie an Champagner erinnere und damit die Hochwertigkeit des Biers unterstreiche, ohne das ökologische Reinheitsgebot zu unterschlagen.

In den vergangenen 20 Jahren erhielten die Neumarkter Lammsbräu und Brauereichef Dr. Franz Ehrnsperger eine Vielzahl weiterer Auszeichnungen und Preise für Aktivitäten rund um den Umwelt- und Naturschutz, für umweltbewusstes Management oder für die großen Bemühungen um die Förderung der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft.

Nachfolgend finden Sie eine Liste der wichtigsten Auszeichnungen.

-
- 1989** Große Auszeichnung der „Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer“ (ASU) für umweltbewusste Unternehmensführung

 - 1990** Wahl zum „Öko-Manager des Jahres“ von der Zeitschrift „Capital“ und der Umweltstiftung WWF Deutschland

 - 1992** Verleihung der Bayerischen Umweltmedaille für besondere Verdienste im Umweltschutz und in der Landespflege im Freistaat Bayern

 - 1993** Verleihung des „impulse“-Umweltpreises und erneute Auszeichnung durch die ASU

 - 1995** Verleihung der Naturschutzmedaille durch den Bund Naturschutz in Bayern

 - 1997** Verleihung des SPD-Preises „Selbständig“ für mustergültige Lösungen auf ökologischem Gebiet

 - 1998** Verleihung des ASU-Preises „Unternehmer des Jahres 1997/98“ in der Oberpfalz /Niederbayern

 - 1999** Auszeichnung zum „Unternehmen des Jahres“ durch die Akademie für Führungskräfte
Verleihung des Preises „Gläserner Baum 1999“ – Umweltpreis für Lebensmittelhersteller durch die Rundschau für Lebensmittelhandel und den Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.)

 - 2001** Verleihung „Deutscher Umweltpreis“ der DBU

 - 2002** Ehrenbrief der Interessensgemeinschaft für gesunde Lebensmittel (IG FÜR)
Verleihung des Förderpreises „Soziale Verantwortung des Mittelstandes“ der Wirtschaftsjuvenen Deutschland und des Bündnis für Werte e. V.

 - 2003** Nachhaltigkeitspreis der Stadt Nürnberg
Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung auf der ANUGA in Köln

 - 2004** Verleihung der Auszeichnung „Europäischer Solarpreis 2004“ durch die Europäische Vereinigung für Erneuerbare Energien e. V. (EUROSOLAR)



2005 Auszeichnung mit dem MIMONA-Preis des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) für Mitarbeiter-Motivation zur Nachhaltigkeit

2006 Verleihung des Umweltpreises des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management e. V. (B.A.U.M.)
Preis der Metropolregion Nürnberg
Verleihung der Goldenen Stadtmedaille der Stadt Neumarkt

2007 Verleihung des Preises „Mittelstandsförderung“ von Global Concepts

2008 Auszeichnung „Unternehmen für die Region“ durch die Bertelsmann Stiftung

2009 Deutscher Nachhaltigkeitspreis: Finalist in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Marken“
Auszeichnung mit dem 2. Platz im future e.V./IÖW Ranking für Nachhaltigkeitsberichte von kleinen und mittelständischen Unternehmen

2010 Auszeichnung der Zeitschrift „Lebensmittel“ für die now Bio-Limonaden mit der „Bio-Marke des Jahres“ in Silber
Verleihung der „Bayerischen Staatsmedaille für besondere Verdienste um die Wirtschaft“

2011 Auszeichnung durch Bundesumweltminister Röttgen für langjährige Umsetzung des EU-Öko-Audits (EMAS)
Auszeichnung als Finalist Ludwig-Erhard-Preis (LEP)

2012 Gewinner des EMAS Awards zum Thema „Wassermanagement und Wassereffizienz“
Aufnahme in die Exzellenz-Initiative „Klimaschutz-Unternehmen“
Golden Label Award für die Spezialität „1628 Abteibier“



2. Unser Nachhaltigkeitsmanagement

„Verantwortung leben. Genuss schaffen“ lautet die Unternehmensvision der Neumarkter Lammsbräu. Dementsprechend bedeutet „nachhaltiges Wachstum“ vor allem, Bestehendes weiter zu entwickeln, nicht jedoch, das Unternehmen ständig zu vergrößern und zu erweitern. Ziel ist es dabei grundsätzlich, menschliche Werte in das ökonomische Handeln zu integrieren.

Um das zu erreichen hat die Neumarkter Lammsbräu zehn Grundsätze fest in ihrer Unternehmenspolitik verankert. Sie reichen vom Selbstverständnis des Unternehmens, das sich als Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems versteht, über strenge ökologische Braurichtlinien bis zu einem offenen Dialog mit Lieferanten, Mitarbeitern und Kunden.

Dr. Franz Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer der Neumarkter Lammsbräu, fasst diese Grundsätze mit den Worten zusammen: „Betriebswirtschaftlicher Unternehmenserfolg soll nicht auf Kosten von ökologischen und sozialen Nachteilen „erwirtschaftet“, sondern im Einklang mit diesen Aspekten erlangt werden. Dabei versuchen wir, so genannte win-win-Situationen und gegenseitig nutzenbietende Kreisläufe zu schaffen, die unserer Mitwelt, der Natur und den Menschen, die in unserem Umfeld leben und arbeiten, zugute kommen.“

Somit gehen bei der Neumarkter Lammsbräu ökologische Ansprüche, menschliche Werte und ökonomische Entscheidungen Hand in Hand; das Unternehmen versucht kontinuierlich, eine optimale Balance im Sinne der Nachhaltigkeit zu schaffen.



2.1. Unsere Vision

„Verantwortung leben. Genuss schaffen“ – mit diesem Motto bringt die Neumarkter Lammsbräu ihre Unternehmensvision auf den Punkt. Verantwortung ist der zentrale Wert, der eine langfristige Entwicklung unseres Unternehmens erst ermöglicht: Deshalb übernehmen wir Verantwortung für unsere natürliche Umwelt, die die Grundlage für unser gesamtes Handeln bildet sowie für die Menschen, die mit unserem Unternehmen in Verbindung stehen: unsere Mitarbeiter, unsere Lieferanten, die Menschen in unserer Region und unsere Kunden.

Nur durch die Übernahme von Verantwortung für unser gesamtes Tun ist es einem mittelständischen Unternehmen wie der Neumarkter Lammsbräu überhaupt möglich, unabhängig zu bleiben – in finanzieller, politischer und betrieblicher Hinsicht. Gelebte Verantwortung und unternehmerische Freiheit gehen somit Hand in Hand.

Diese Haltung manifestiert sich wiederum in den Produkten, die wir herstellen: Genussvolle, bekömmliche und hochwertige Bio-Lebensmittel, die im Einklang mit der Natur produziert werden und den Menschen Nutzen und Wohlbefinden bringen. Uns ist bewusst, dass wir uns mit dieser Strategie in einer Nische bewegen. Diese Nische ist die Voraussetzung dafür, dass wir in einem von gnadenloser Verdrängung und scheinbar grenzenlosem Wachstum geprägten Markt überleben können. Andererseits erleben wir jedoch auch, dass sich immer mehr Menschen für unsere Lebensmittel interessieren und den „eingebauten Nachhaltigkeitsnutzen“ unserer Bio-Getränkespezialitäten bewusst bei ihrer Kaufentscheidung wählen.

Damit all unsere Entscheidungen und Maßnahmen auch gemäß unserem Motto „Verantwortung leben. Genuss schaffen“ Bestand haben, überprüfen wir regelmäßig alles, was wir tun, anhand von sieben Unternehmens-Kernwerten, die wir für unser Unternehmen erarbeitet haben. Beispielfür erläutern möchten wir eine solche Bewertung an dem Parameter „Unternehmenswachstum“. Der Kernwert, der hier zur Anwendung kommt, heißt „ganzheitlich“. In Bezug auf den Parameter „Unternehmenswachstum“ heißt das nun für uns, dass wir sowohl quantitativ, aber vor allem auch qualitativ wachsen möchten. Deshalb gestalten wir unsere Planungen so, dass wir alle Chancen und Risiken genau abwägen, unsere Märkte und Kunden sorgfältig aus-

wählen und ganz bewusst auch Rückzugs- und Stabilisierungsphasen einplanen können. Die Weiterentwicklung des ökologischen Landbaus, die persönliche Weiterentwicklung und die Gesundheit unserer Mitarbeiter und der Nutzen, der von unserem Unternehmen für unsere Heimatregion ausgeht, sind weitere Aspekte dessen, was wir unter qualitativem „Unternehmenswachstum“ verstehen. Kurzum: Mengen-Wachstum um jeden Preis lehnen wir bewusst ab, weil dies kein alleiniger Gradmesser für ein gesundes Unternehmen sein kann und unserem Wert der Ganzheitlichkeit widerspricht.

„Nachhaltiges Wachstum“ für die Neumarkter Lammsbräu entspricht somit nicht der häufig verwendeten Begriffsdefinition, bei der das Modewort „nachhaltig“ lediglich dazu missbraucht wird, ungehemmtes, unnatürliches Wachstum auf Kosten von Natur und Menschen schön zu reden. Die Neumarkter Lammsbräu hält es vielmehr mit dem Tiefenökologen und Umweltjournalisten Geseko von Lüpke, der nachhaltiges Wachstum nicht als ständige Vergrößerung und Erweiterung, sondern als „Weiterentwicklung“ von Bestehendem definiert und der einen „persönlichen Paradigmenwechsel“ und eine damit einhergehende Integration von menschlichen Werten (wie Liebe, Miteinander und Brüderlichkeit) in unser ökonomisches Handeln fordert, damit nachhaltiges Wirtschaften auch tatsächlich gelingen kann.

2.2. Unsere Verpflichtung

Die zehn nachfolgend beschriebenen, fest in der Unternehmenspolitik verankerten Grundsätze der Nachhaltigkeit bilden die ethische-moralische Grundlage für unser Handeln und bestimmen unsere unternehmerischen Aktivitäten im Sinne unseres Leitspruches: „Verantwortung Leben. Genuss schaffen.“

1. Die Neumarkter Lammsbräu ist Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems

Unsere Brauerei versteht sich als Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems. Aus diesem Verständnis heraus nehmen wir eine ganzheitliche, übergeordnete unternehmerische Verantwortung wahr, die sich in all unseren Aktivitäten manifestiert. Unser Unternehmen setzt sich für die Schaffung intakter, ökologisch und sozial nachhaltiger Lebensräume ein.



„Unternehmen beeinflussen alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens und sind die Akteure, die stark auf die Umwelt- und Lebensbedingungen der Erde einwirken. Das zentrale Anliegen der Neumarkter Lammsbräu wie auch des BUND ist es dabei, auf einen Paradigmenwechsel von einer ausbeuterischen Wirtschaft zu einer ressourcenschonenden, zukunftsfähigen Wirtschaftsweise hinzuwirken. Die Neumarkter Lammsbräu kann mit ihrem Weg der aktiven Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele Vorbild für Unternehmen in Deutschland, wie auch weltweit sein.“

Prof. Dr. Hubert Weiger, Vorsitzender des Bund Naturschutz in Bayern e.V.

2. Gesetzliche Anforderungen

Die Geschäftsleitung verpflichtet sich, über die Einhaltung der bestehenden Gesetze und Vorschriften hinaus, die betriebliche Umweltleistung eigenverantwortlich und kontinuierlich zu verbessern. Die Weiterentwicklung des betrieblichen Umweltschutzes ist von Visionen und neuen Problemlösungen geprägt.

3. Nachhaltiger Umweltschutz

Betrieblicher Umweltschutz steht bei uns an erster Stelle und wird langfristig und systematisch betrieben. Unsere obersten Umweltziele sind die Minimierung von Umweltschwachstellen bei allen bestehenden und zukünftigen betrieblichen Aktivitäten sowie der schonende Umgang mit den verwendeten Ressourcen. Wir fördern und bevorzugen die Nutzung nachwachsender (regenerativer) Stoffe. Wir berücksichtigen sowohl die direkten als auch die indirekten ökologischen Auswirkungen unserer Tätigkeiten (d. h. die der vor- und nachgelagerten Prozesse) und steuern diese mit Hilfe eines ganzheitlichen, kontinuierlichen Controlling-Systems.

4. Biologische Braurohstoffe

Wir nehmen Einfluss auf die Kultivierung unserer Braurohstoffe und fördern den ökologischen Landbau. Dadurch leisten wir einen Beitrag zur qualitativen Verbesserung der Rohstoffe, schonen unsere Umwelt (Vermeidung des Eintrags von künstlichen Mineraldüngern, chemischen Pflanzenschutz- und Unkrautvertilgungsmitteln und gentechnisch veränderten Organismen) und fördern die natürliche Vielfalt.

5. Ökologische Braurichtlinien

Unsere Bio-Bierspezialitäten stellen wir unter strenger Einhaltung der ökologischen Braurichtlinien her. Unser oberstes Qualitätsziel ist dabei die Herstellung von gesunden, natürlichen, wohlschmeckenden und sicheren Lebensmitteln. Unser traditionelles Brauverfahren verzichtet auf den Einsatz chemisch-technischer Hilfsmittel wie zum Beispiel Stabilisatoren oder Konservierungsstoffe. Unsere alkoholfreien Bio-Getränke sowie die im Brauprozess anfallenden, erwünschten Kuppelprodukte produzieren wir ebenfalls unter Berücksichtigung ökologischer Herstellungsverfahren.

6. Preisgestaltung

Wir bieten unsere Produkte zu fairen Preisen an. Die Kalkulation erfolgt nach objektiven Richtlinien. Eine Billig-Preis-

Politik zu Lasten der Produktqualität, der Lieferanten, der Mitarbeiter, der Konsumenten und der Region sowie letzten Endes zu Lasten der Umwelt lehnen wir entschieden ab.

7. Regionale Kreisläufe

Zusammen mit unseren Partnern setzen wir uns für den Ausbau regionaler Strukturen ein, mit dem Ziel, Arbeitsplätze und Wertschöpfung in der Region zu schaffen und zu erhalten. Die Zusammenarbeit mit unseren Vertragslandwirten, sonstigen Lieferanten und Geschäftspartnern sowie mit unseren Kunden ist durch ein partnerschaftliches Verhältnis geprägt.

8. Einbindung der Mitarbeiter

Die Neumarkter Lammsbräu ist eine große Familie, in deren Mittelpunkt die Mitarbeiter stehen. Wir legen großen Wert auf die aktive Mitgestaltung der betrieblichen Prozesse durch unsere Mitarbeiter. Die Zusammenarbeit bei der Neumarkter Lammsbräu ist durch Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Vertrauen und Selbstverwirklichung geprägt. Wir fordern und fördern das Umweltbewusstsein, das öko-soziale Bewusstsein sowie das eigenverantwortliche Handeln unserer Mitarbeiter. Für die tägliche Umsetzung der Nachhaltigkeitsleitlinien sind alle Mitarbeiter mitverantwortlich.

9. Kommunikationskultur

Wir pflegen den Dialog mit Lieferanten, Mitarbeitern, Kunden und allen anderen gesellschaftlichen Gruppen. Das Unternehmen vertritt hier die Position der Wahrheit und Aufrichtigkeit. Über die Aktivitäten im Umweltschutz und Nachhaltigkeitsmanagement informieren wir regelmäßig und umfassend. Nach außen tritt Neumarkter Lammsbräu als „Nachhaltigkeits-Botschafter“ auf, indem das Unternehmen Netzwerke und Initiativen unterstützt, die nachhaltige Themen seriös bearbeiten.

10. Öko-Marketing

Wir engagieren uns aktiv bei der Gestaltung des Marktes für sichere, gentechnikfreie, ökologische Lebensmittel. Mit gleichgesinnten Unternehmen (z. B. AoEL „Assoziation Ökologischer Lebensmittelhersteller“) bilden wir Netzwerke, die das Ziel haben, ökologisch und nachhaltig hergestellte Lebensmittel besser zu vermarkten. Weiterhin wird angestrebt, gemeinsame Strategien für die Preis-, Produkt-, Umwelt-, Kommunikations- und Distributionspolitik zu entwickeln.



2.3. Unsere Managementsysteme

Die Neumarkter Lammsbräu bedient sich seit mehr als 15 Jahren verschiedener Managementsysteme. Diese entsprechen den Vorgaben der ISO Norm 14001 (Umweltmanagement), der EMAS (Eco Management and Audit Scheme) Verordnung und der ISO Norm 9001 (Qualitätsmanagement), die jedes Jahr von einem externen Auditorenteam überwacht werden. Alle drei Jahre werden die Managementsysteme neu zertifiziert und gemäß EMAS validiert. EMAS geht mit seinen Anforderungen an das Umweltmanagement noch über die ISO 14001 Norm hinaus. Diese Verordnung legt den Fokus beispielsweise auf die tatsächlich messbare, kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung, auf Transparenz gegenüber den Mitarbeitern und externen Gruppen, den sogenannten Stakeholdern, sowie auf Rechtssicherheit.

Die Neumarkter Lammsbräu versteht die Anwendung von Managementsystemen als Hilfestellung, mit der wir unser Unternehmen weiterentwickeln, die unternehmerische Vision innerbetrieblich kommunizieren und die Führungsaufgaben auf mehrere Schultern verteilen können. Dabei legen wir sehr großen Wert auf die Tatsache, dass wir uns nicht zum „Sklaven“ eines bestimmten Managementleitfadens machen, sondern dass wir das System an unsere betrieblichen Bedingungen anpassen. Der Nutzen der Managementsysteme für unser Unternehmen besteht unter anderem darin, dass wir uns auf Themen wie die Verbesserung unserer betrieblichen Umweltleistung oder kundenorientiertes Handeln besser fokussieren können. Außerdem liegt es in der Natur von Managementsystemen, dass immer wieder sanfter Druck auf das Unternehmen ausgeübt wird und dadurch auch unbequeme, im operativen Tagesgeschäft eher der Verdrängung anheim gestellte Themen angesprochen und bei der Entscheidungsfindung berücksichtigt werden.

Unserer Meinung nach ist insbesondere für Bio-Lebensmittelhersteller die Anwendung von nachvollziehbaren Umwelt-Managementsystemen ein ganz zentraler Aspekt, da die Käufer von Bio-Lebensmitteln in der Regel davon ausgehen, dass der jeweilige Bio-Lebensmittelproduzent auch nachweislich ökologisch und sozial verträglich wirtschaftet.

Um Managementsysteme am Leben zu halten, müssen diese in die jeweilige Unternehmensstrategie eingebunden

sein, und die abgeleiteten Maßnahmen müssen aktiv im Unternehmen kommuniziert werden. Doch wie kann man sich das in der Praxis nun genau vorstellen? Eine Übersicht gibt Abbildung 2.1., die im Folgenden näher erläutert wird.

2.3.1. Umweltpolitik

Unsere Umweltpolitik entspricht den in Kap. 2.2. definierten, jährlich aktualisierten Umweltleitlinien und dient als übergeordnetes Leitbild zur Orientierung für das gesamte Handeln in der Brauerei. Diese Grundsätze haben ihren Ursprung in den moralischen und im Laufe der Zeit gewachsenen Ansprüchen an einen nachhaltigen Umgang mit unserer wertvollen Umwelt. Diese hat Firmeninhaber Dr. Franz Ehrnsperger aus persönlicher Überzeugung erfolgreich implementiert, seit er an der Spitze des Unternehmens steht.

2.3.2. Planung

Die Neumarkter Lammsbräu entwickelt ihre Strategien auf Basis einer lang- und mittelfristigen Strategieplanung. Unsere Führungskräfte gehen jährlich im Herbst in Klausur, um die Jahreszielplanung festzulegen, welche im Einklang mit der Mittel- und Langfristplanung steht. Basierend auf der Jahreszielplanung werden in den jeweiligen Prozessen abschließend Einzelziele festgelegt, die mit Maßnahmen, Zeitfenstern und Verantwortlichkeiten versehen werden. Die umweltrelevanten Ziele dienen gleichzeitig als Umweltprogramm.

Die für das jeweilige Jahr erstellten Ziele werden auf einer Betriebsversammlung zu Jahresbeginn allen Mitarbeitern der Neumarkter Lammsbräu vorgestellt (bei dieser Betriebsversammlung wird auch die jährliche Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung durchgeführt, siehe Kap. 2.4.1.2.). Mit zur Planung gehört auch das Aufstellen von Schulungs- und Auditplänen, die im Folgejahr innerhalb des Unternehmens in den einzelnen Prozessen und mit den Lieferanten durchgeführt werden sollen.

2.3.3. Verwirklichung/Durchführung im Betrieb

Der Status Quo der Umsetzung der o. g. Einzelziele (siehe Planung) wird von der Geschäftsleitung monatlich überwacht und den Mitarbeitern über Aushänge mitgeteilt. Die für den einzelnen Mitarbeiter der verschiedenen Prozessteams festgelegten, persönlichen Jahresziele werden in den regelmäßig stattfindenden Mitarbeiterjahresgesprächen zwischen Mitarbeiter und Führungskraft besprochen. Neu eingestellte Mitarbeiter erhalten eine

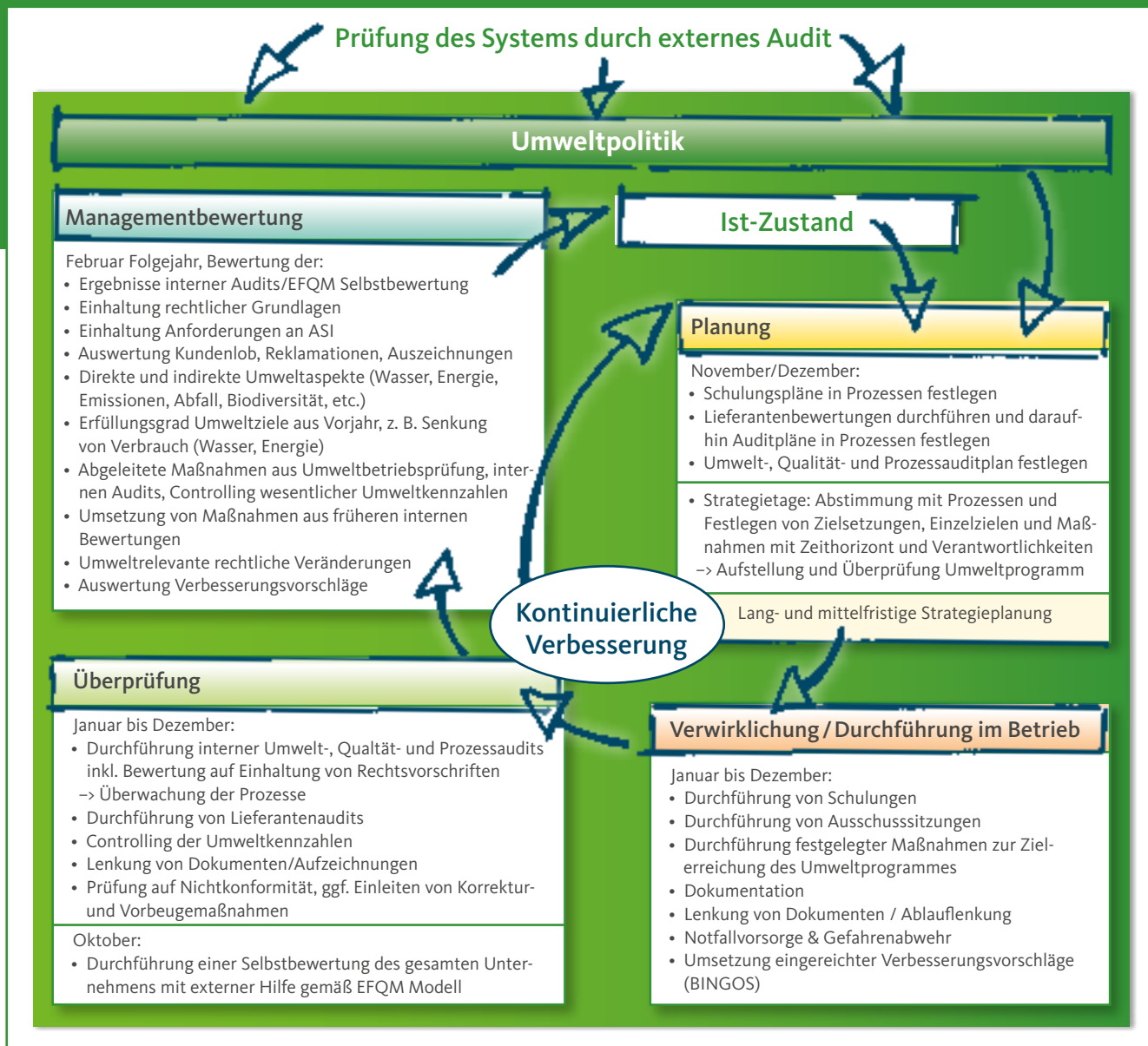


Abb. 2.1.: Managementsystem bei Neumarkter Lammsbräu

umfassende Schulung, die die Unternehmensphilosophie sowie einen Überblick der verwendeten Managementsysteme beinhaltet. Weitere Schulungen für alle Mitarbeiter des Unternehmens werden durchgeführt und mittels Teilnahme- bzw. Unterschriftenlisten dokumentiert.

Alle Dokumente werden sowohl durch eine zentrale Datei als auch durch das Managementhandbuch (visualisiert in Form einer Prozesslandkarte) mit Hinterlegung von Verfahrens- und Arbeitsanweisungen leicht und überschaubar gelenkt.

Im Bereich Notfallvorsorge und Gefahrenabwehr gibt es im Unternehmen verschiedene Maßnahmen, um Umweltauswirkungen bereits eingetreten sein. Dazu hängen im Unternehmen Notfallpläne und Betriebsanweisungen aus. Die übrigen Arbeitssicherheitsbelange werden in Zusammenarbeit mit einer externen Sicherheitsfachkraft bearbeitet. Neben Sicherheitsschulungen und Gefährdungs-

beurteilungen finden regelmäßig über das Jahr verteilte Arbeitssicherheitsausschusssitzungen statt, bei denen Geschäftsleitung, Arbeitssicherheitsfachkraft, Betriebsarzt und die betrieblichen Arbeitssicherheitsbeauftragten diskutieren, wie arbeitssicherheitsrelevante Maßnahmen im Betrieb umgesetzt werden können.

Zweimal jährlich finden Umweltausschusssitzungen statt, zu denen Geschäftsleitung, Betriebsbeauftragte und sonstige aus Umweltgesichtspunkten wichtige Mitarbeiter aus weiteren Prozessen eingeladen werden. Hier werden umweltrelevante Themen besprochen, der jeweils aktuelle Stand zu laufenden Umweltprojekten diskutiert sowie der Status Quo der Umweltziele überprüft und mit Verantwortlichkeiten und neuem Zeitfenster versehen.

Es existiert darüber hinaus zur weiteren Einbindung aller Mitarbeiter des Unternehmens ein Vorschlagswesen (B.I.N.G.O. = **b**esser, **i**nnovativ, **n**achhaltig, **g**enial, **o**ptimal), mit dem Mitarbeiter Ideen und Änderungsvorschläge ein-



bringen können, um so Qualitäts- und Umweltverbesserungen anzuregen. Über die Umsetzung entscheidet die jeweilige Führungskraft, bei größeren mit dem Vorschlag verbundenen Investitionen ist auch die Geschäftsleitung involviert. Veröffentlicht werden die Vorschläge mit jeweiligem Bearbeitungsstand in der monatlichen Mitarbeiterzeitung. Verbesserungspotenziale hinsichtlich der Qualität und Umsetzungsgrad der BINGOS konnten bei der EFQM-Selbstbewertung 2012 (siehe „Überprüfung“ im Folgenden) dargelegt werden. Ab Januar wird ein qualitativ hochwertigeres BINGO-Formular eingeführt, in dem ein Mitarbeiter die zu erwartenden Qualitätsverbesserungen seines Vorschlags für das gesamte Unternehmen, den betreffenden Prozess und die betroffenen Mitarbeiter bewerten kann. Diese neue Bewertung soll Führungskräften bei der Entscheidung helfen, ob und in welcher Weise ein Vorschlag umgesetzt werden soll.

2.3.4. Überprüfung

Mittels der EFQM-Selbstbewertung wird das gesamte Unternehmen einmal im Jahr auf Herz und Nieren geprüft: Beginnend mit der Strategie und Führung, über die Arbeitsabläufe und die Menschen, die in und mit der Neumarkter Lammsbräu (zusammen)arbeiten, bis hin zu den Ergebnissen der täglichen Arbeit und der Ableitung von Verbesserungspotentialen. Dabei ist von Bedeutung, dass in allen Bereichen des Unternehmens Aspekte der Nachhaltigkeit integriert werden. Die Fortschritte der Bio-Brauerei im Rahmen des EFQM-Leitfadens werden seit 2002 jedes Jahr mit Hilfe von „Selbstbewertungen“ überprüft und bewertet. Seit 2009 werden diese nicht nur von den Führungskräften, sondern auch von einzelnen Mitarbeitern aller Prozesse durchgeführt. Die Erkenntnisse aus den EFQM-Selbstbewertungen fließen schließlich als Input in die Weiterentwicklung der Jahreszielpläne bzw. in die mittel- und langfristige Strategieplanung ein.

Um jeden Arbeitsprozess der Neumarkter Lammsbräu zu überwachen, wird er einmal im Jahr einem internen, integrierten Prozessaudit sowie einem Umwelt- und Qualitätsaudit unterzogen. Hierbei werden arbeitssicherheitsrelevante Belange diskutiert und die Umsetzung von bereits beschlossenen Maßnahmen in diesen Bereichen überprüft. Teilnehmer bei den internen Audits sind gewählte Prozessbeteiligte, ein interner unabhängiger Auditor und bei Bedarf die Geschäftsleitung. Über diese regelmäßige, interne Auditierung wird eine kontinuierliche „Verfeinerung“ aller Prozesse erzielt. Eine begleitende Dokumentation

wird direkt im Handbuch (Grüner Faden/Prozesslandkarte) aktualisiert und zunehmend optimiert. Das erklärte Hauptziel des Prozessmanagements ist es, allen Mitarbeitern zu verdeutlichen, dass jeder geleistete Arbeitsschritt einen Teil des großen Ganzen bildet und somit direkt zum Unternehmenserfolg beiträgt. Alle beschlossenen Verbesserungsmaßnahmen werden in die operativen Jahreszielpläne aufgenommen. Zusätzlich zu den internen Audits werden Lieferantenaudits durchgeführt.

Die wesentlichen Umweltkennzahlen werden monatlich erfasst und kontrolliert und darüber hinaus auf Geschäftsebene durch das Controlling-Werkzeug Cockpit zusammen mit anderen Steuerungskennzahlen des Unternehmens überwacht. Über Abweichungen hinsichtlich der Verbesserung der Umweltleistung ist die Geschäftsleitung dadurch immer informiert. Werden gravierende Verbesserungspotenziale im Rahmen der o. g. Überprüfungsinstrumente entdeckt, ergreift die Geschäftsleitung in Zusammenarbeit mit betroffenen Führungskräften umgehend Korrektur- und Vorbeugemaßnahmen. Es wird also versucht, bereits eingetretene Mängel zu beheben (Korrekturmaßnahmen) und zukünftig Abweichungen zu vermeiden (Vorbeugemaßnahmen), beispielsweise dadurch, dass Mitarbeiter gezielt geschult werden.

2.3.5. Managementbewertung

Zu Beginn des Folgejahres wird eine Managementbewertung durchgeführt, d. h. seitens der Geschäftsleitung wird das Funktionieren der Managementsysteme überprüft. Dabei werden im Wesentlichen die Ergebnisse aus Umweltbetriebsprüfungen und Audits, die Kennzahlen zur Erreichung der Verbesserung der Umweltleistung, der Status Quo gesetzter Ziele, Kundenrückmeldungen (Reklamationen, Lob), der Umsetzungsgrad zuvor beschlossener Maßnahmen, der aktuelle Stand rechtlicher Rahmenbedingungen sowie die eingereichten Verbesserungsvorschläge in ihrer Gesamtheit bewertet. Aus den bewerteten Aspekten werden wiederum Maßnahmen abgeleitet, zum einen zur Optimierung der Managementsysteme, zum anderen für die lang- und mittelfristige Strategieplanung.

Der so genannte „Ist-Zustand“ ist erreicht, und der Kreislauf der kontinuierlichen Verbesserung beginnt erneut, wobei die Übergänge durch ständige Wechselwirkungen und zeitliche Überschneidungen fließend sind.



2.3.6. Externes Audit

Die dargestellten Umwelt- und Qualitätsmanagementsysteme werden jedes Jahr einem externen Audit durch einen Umweltgutachter beziehungsweise einen zugelassenen Zertifizierer unterzogen, welcher ein bis zwei Tage die gesamte Brauerei unter die Lupe nimmt. Die Ergebnisse aus diesen Audits fließen in die Jahresziel- und die mittelfristige Strategieplanung ein.

2.4. Unser gemeinsames Lernen

Die Neumarkter Lammsbräu schrieb sich bereits in den 1970er Jahren ein durch Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Vertrauen und Selbstverwirklichung geprägtes Miteinander sowie einen offenen, ehrlichen und aufrichtigen Dialog nach innen und außen auf die Fahnen. Dabei spielen Unternehmenszweck, -ziele, -werte und die Umweltpolitik sowie die Vermittlung der einzelnen Aspekte innerhalb und außerhalb des Unternehmens eine federführende Rolle.

Die Führungskräfte der Neumarkter Lammsbräu und der interne Kommunikationsstil haben in diesem Zusammenhang eine große Bedeutung. Nur eine offene, ehrliche Kommunikation in alle Richtungen, klare, transparente Zielvorgaben und Respekt vor der Individualität des einzelnen Menschen ermächtigt die Mitarbeiter, eigenverantwortliches Handeln sowie Eigeninitiative in ihrem Arbeitsbereich zu entwickeln, ein anderes, nachhaltigeres Miteinander auszuüben sowie ein ganzheitlicheres Verständnis für die Natur zu bekommen.

Neben den bereits beschriebenen Managementsystemen als Instrumente für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten, organisiert die Neumarkter Lammsbräu jedes Jahr viele Aktivitäten, die dazu beitragen sollen, dass alle Mitarbeiter des Unternehmens diese Kultur der Nachhaltigkeit lernen, verinnerlichen und kontinuierlich fort entwickeln.

2.4.1. Interne Kommunikation

2.4.1.1. Betriebsversammlung

Die Betriebsversammlung der Brauerei zu Beginn des neuen Jahres hat den Zweck, die Mitarbeiter über die Jahresziele der einzelnen Prozesse zu informieren. Jede Führungskraft stellt die Ziele für ihren eigenen Bereich vor. Mitarbeiter haben die Gelegenheit, Fragen zu stellen und für sie relevante Aspekte zu diskutieren. Auf dieser, für jeden Mitarbeiter verpflichtenden Versammlung wird klar kommuniziert, welche Qualitäts- und Umweltziele im

Vordergrund stehen. Außerdem wird die jeweils aktuelle Version des „Lammsbräu Knigge“ mit den Kommunikationsregeln an alle Mitarbeiter verteilt sowie die jährliche Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung durchgeführt.

2.4.1.2. Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung

Die jährliche Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung dient dem Unternehmen seit vielen Jahren als ein Instrument, die Mitarbeiter verstärkt zu integrieren und deren Belange, Stimmungen und Meinungen auf anonyme Weise zu erfassen. Es werden verschiedene Fragenkomplexe zu unterschiedlichen Themen abgefragt, ausgewertet und Maßnahmen abgeleitet, die sowohl in die Jahreszielplanung als auch in die mittelfristige Unternehmensplanung einfließen.

Um über die Jahre hinweg die Befragung miteinander vergleichen zu können, werden analog zu Schulnoten Bewertungen vergeben, die bisherigen Fragen überwiegend beibehalten und allenfalls durch zusätzliche Fragen ergänzt. Inhaltlich geht es beispielsweise um eine Beurteilung der Führungskräfte durch die Mitarbeiter. Von der Führungskraft wird jedes Jahr ein persönliches Ziel in Form einer Note festgelegt, welches sie bei der nächsten Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung erreichen möchte. Bei Nicht-Erreichung der geplanten Note erarbeitet die Führungskraft zusammen mit der Geschäftsleitung Maßnahmen, um das definierte Ziel bei der nächsten Befragung erreichen zu können (siehe auch Kapitel 4.2.).

Aus den Ergebnissen der Befragung werden Maßnahmen abgeleitet und im Unternehmen umgesetzt. So wurden aus den Ergebnissen der vergangenen Jahre beispielsweise der Prozess „Interne Kommunikation“ sowie das „Lammsbräu Miteinander“ ins Leben gerufen oder das „LAMM“ (Lammsbräu Arbeitet Mit Mitarbeitermotivation) für eine bessere Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Führungskräften eingeführt. In Kap. 2.4.1.7. wird darauf noch näher eingegangen.

2.4.1.3. Lammsbräu Knigge

Der „Lammsbräu Knigge“ ist ein internes Handbuch, in dem die wichtigsten innerbetrieblichen Kommunikationsregeln zusammengefasst werden: „Wie beantworte ich eingehende Telefonate? Welche Regeln muss ich bei internen Besprechungen beachten? Wie beantrage ich meinen Urlaub?“ Auf diese und noch viele weitere Fragen gibt der „Lammsbräu Knigge“ den Mitarbeitern Auskunft.



Als Pendant zum „Lammsbräu Knigge“ gibt es für die Auszubildenden das so genannte „Azubi ABC“, in dem die Benimmregeln für die Auszubildenden, aber auch die wichtigsten zu vermeidenden „Fettnäpfchen“ beschrieben sind.

Der „Lammsbräu Knigge“ wird einmal jährlich aktualisiert. In 2012 sind beispielsweise Bedienungshinweise zum Einrichten verschiedener Outlook-Einstellungen, Erweiterungen beim Nutzen des Intranets (Raumbelegungen), neue Regelungen für das Ein- und Ausstempeln sowie ein komplett neues Kapitel zum Thema „Verhaltensregeln im Umgang mit Geschäftspartnern“ (Einladungen und Geschenke, Spenden, Sponsoring, steuerliche Behandlung, Interessenskonflikte) und Schlüsselregelungen sowie Schließroutinen überarbeitet und ergänzt worden.

2.4.1.4. Auszubildendenprogramm

Auch in 2012 wurde, wie in jedem Jahr, ein Auszubildendenwochenende zum Kennenlernen der neuen Azubis durchgeführt. Nach einem Blick hinter die Kulissen im Betrieb des now clever Tetra Pak Abfüllers Immerguth in Schlüchtern wurden im anschließenden Workshop die Themen Neumarkter Lammsbräu-Markenwerte, biologischer Anbau, Vermarktung der Produkte und gesetzliche Richtlinien näher beleuchtet. In Gruppenarbeiten sind die Themen „regionale Produktentwicklung“ und Verkauf betrachtet worden. Die Auszubildenden haben eigenständig versucht, ein Produkt zu entwickeln, dessen Rohstoffe zu 100 % aus der Region stammen, sowie neue Vertriebswege zur Produktvermarktung erarbeitet. Durch die gemeinsame Zeit und die als positiv empfundene Gruppen-/Teamstimmung (91 % der Teilnehmer bewerteten die Stimmung mit Note 1) aller Teilnehmer konnte das Miteinander der Azubis aus Verwaltung und Produktion gefördert werden.

Das AG-Zukunft (**A**uszubildende **G**estalten **Z**ukunft) Streuobstwiesenprojekt hat sich über das Jahr hinweg weiter entwickelt. Dabei haben die Teilnehmer bei verschiedenen Terminen und Schulungen nicht nur gelernt, wie Obstbäume beschnitten werden (Frühjahresschnitt), sondern auch welche Bedeutung Streuobstwiesen für die Artenvielfalt haben und wie sie erhalten werden. Durch häufige Überschneidungen der Arbeitszeiten der Brauer- und Verwaltungsazubis war es allerdings sehr schwierig, für alle kontinuierlich passende Termine zu finden. Unter anderem dadurch bedingt wurde einvernehmlich fest-

gelegt, das Streuobstwiesenprojekt zu beenden und im Rahmen einer noch zu etablierenden Mitarbeiterprojektgruppe ab Frühjahr 2013 weiter zu führen.

Um Eigeninitiative und Eigenverantwortung auch bei den Azubis zu stärken, ist als neues AG Zukunft Projekt jeder Azubi im Team mit ein bis zwei anderen eingeteilt, ein eigenes kleines Projekt selbstständig zu organisieren. Die Themen reichen von der Planung und Betreuung eines eigenen Cocktailstandes auf dem Erntedankfest im Oktober über die Erstellung einer Präsentation mit Jahresrückblick auf dem Betriebsabend im November bis hin zur Organisation eines Brauer-Azubi-Austausches und der Planung und Durchführung einer Neumarkter Lammsbräu Miteinander Veranstaltung im neuen Jahr.

Eine weitere Veränderung ergab sich im Tutorensystem. Um das bisherige System zielführender zu gestalten, wurde beschlossen, insbesondere den neuen Auszubildenden im ersten Lehrjahr einen Tutor zur Seite zu stellen, der sich aktiv um die Belange und die Persönlichkeitsentwicklung des jeweiligen Azubis kümmert. Anstatt bisher vierteljährlicher gemeinsamer Aktivitäten liegt der neue Fokus auf dem Dialog. Selbstverständlich stehen weiterhin allen Azubis übergeordnete Ansprechpartner sowohl in der Verwaltung als auch bei den Brauern zur Verfügung, an die sie sich mit Fragen und bei Problemen in beruflicher und privater Hinsicht wenden können.

2.4.1.5. Neumarkter Lammsbräu Miteinander

Um die Kommunikation im gesamten Betrieb zu verbessern, rief die Neumarkter Lammsbräu vor vier Jahren das Mitarbeiter-Projekt „Neumarkter Lammsbräu Miteinander“ ins Leben. Durch die Organisation regelmäßig stattfindender Miteinander-Veranstaltungen bietet die Brauerei ihren Mitarbeitern und deren Familienmitgliedern eine Plattform, auf der man sich außerhalb des gewohnten Arbeitsumfeldes in ungezwungener Atmosphäre treffen und besser kennenlernen kann. Die grundlegende Idee der Veranstaltungsreihe besteht darin, die Interessen der einzelnen Mitarbeiter anzusprechen und einen prozessübergreifenden Dialog zu ermöglichen, um so einen Beitrag zur Verbesserung des Betriebsklimas und der persönlichen Weiterentwicklung zu leisten. Im Jahr 2012 fanden eine Fledermausexkursion, eine Moorwanderung sowie ein Selbstverteidigungskurs statt, um nur einige Aktivitäten zu nennen.



2.4.1.6. Neumarkter Lammsbräu Mitarbeiternachmittage

Die Neumarkter Lammsbräu organisierte 2012 zwei Mitarbeiternachmittage mit verschiedenen Schwerpunkten. Zum einen ging es um einen vergnüglichen Nachmittag der Mitarbeiter und deren Familien und zum anderen um die fachliche Weiterbildung der Mitarbeiter zum Thema „Qualität“.

Vergnüglich

Im Juli verbrachten rund 55 Mitarbeiter einen Nachmittag mit ihren Familien auf dem Hof Heiselbetz, einem der Vertragslandwirte der Brauerei. Die Mitarbeiter waren zu einer vergnüglichen, gemeinsamen Radltour dorthin eingeladen. Bei Sonnenschein und guter Laune haben sich sehr viele Kinder und Mitarbeiter an den dort angebotenen Aktionsspielen beteiligt. Sie konnten Kühe melken, Eierlaufen, Sackhüpfen, auf eine Torwand schießen und Pedalfahren. Anschließend konnte jeder an einer Verlosung teilnehmen. Insbesondere für neue Mitarbeiter war der Nachmittag eine gute Gelegenheit, einmal über den eigenen Arbeitsbereich hinaus andere Kollegen und Kolleginnen des Unternehmens zu treffen und sich auszutauschen.

Fachlich

Der im Oktober durchgeführte Mitarbeiternachmittag stand ganz im Zeichen der Qualität. Um die Qualitätsvorgaben detaillierter zu beleuchten, gab es insgesamt fünf Stationen, die von den Mitarbeitern durchlaufen werden mussten. In fünf per Los aufgeteilten Gruppen wurden die mittlerweile mehr als 100 Mitarbeiter durch vielfältige Aufgaben, ein Quiz und die Beantwortung von Fragen auf spielerische Art und Weise gefordert und angeregt, sich Gedanken zu den jeweiligen Qualitätsstandards am eigenen Arbeitsplatz, aber auch zu sämtlichen weiteren Prozessen innerhalb der Brauerei zu machen. An der Station im Getränkeabholmarkt wurde beispielsweise saubere, gut aussehende Ware neben kaputter, schlecht etikettierter Ware platziert, und die Mitarbeiter sollten „einkaufen“ und sich entscheiden, was sie nehmen – mit anschließendem Aha-Effekt: Der Kunde kauft das, was er für das Auge ansprechend findet! Die Mitarbeiter sollten so sensibilisiert werden, in ihren jeweiligen Prozessabläufen verstärkt auf die Ausstattungsqualität des Produktes zu achten, bevor es weitergegeben wird und möglicherweise als „schlechte Ware“ das Haus verlässt. Diese Veranstaltung war für alle Mitarbeiter verpflichtend.

2.4.1.7. Selbstbewertungsinstrument LAMM

Das Ende 2011 eingeführte „LAMM“ („Lammsbräu Arbeitet mit Mitarbeiter Motivation“) wurde im Laufe des Jahres 2012 monatlich seitens der Mitarbeiter ausgefüllt. „LAMM“ ist ein aus 18 Fragen bestehender Fragebogen im Intranet. Somit kann sich jeder Mitarbeiter einmal pro Monat seinen persönlichen Spiegel vor Augen halten. Für jede Frage gibt es mehrere Antwortmöglichkeiten. Die Mitarbeiter sind dabei ihren Prozessteams zugeordnet. Die verschiedenen Prozessteams können sich auf Basis der durchschnittlich erreichten Punktzahl miteinander vergleichen. Die Fragebögen der einzelnen Mitarbeiter können nur von dem jeweiligen Prozesseigner (Führungskraft) eingesehen werden. Zusätzlich zur Beantwortung der einzelnen Fragen hat jeder Mitarbeiter die Möglichkeit, Kommentare abzugeben, die dann vertraulich und individuell mit der jeweiligen Führungskraft besprochen werden können. Letztlich ist „LAMM“ eine Art virtuelles, monatliches Mitarbeitergespräch, bei dem sich die Mitarbeiter in Selbstreflexion üben können.

Die zu beantwortenden Fragenkomplexe drehen sich um Themen wie teamorientiertes Arbeiten, eigenständiges, verantwortungsvolles Handeln, Umgang mit der eigenen Gesundheit, respektvoller Umgang miteinander oder auch gelebtem Umweltschutz. Die Selbstbewertung orientiert sich dabei an den Mitarbeiter-Grundsätzen der Neumarkter Lammsbräu, bei denen es um die Einhaltung der betrieblichen, zwischenmenschlichen Spielregeln, den persönlichen Umgang mit sich selbst sowie den individuellen Umgang mit den Unternehmenswerten geht.

2.4.2. Externe Kommunikation

Die Neumarkter Lammsbräu befindet sich in der glücklichen Lage „sympathische“ Konsumprodukte herzustellen, die viele Menschen ansprechen. Unser Produktportfolio bietet genussvolle Bio-Produkte für fast jede Konsumentengruppe: Bio-Bier, Bio-Limonaden oder Bio-Mineralwasser. Andererseits sind Getränke, auch Bio-Getränke, in der Wahrnehmung vieler Verbraucher Massenartikel, die austauschbar sind und über die man sich nur wenige Gedanken macht, weil diese Massenware scheinbar zu jeder Zeit und in allen gewünschten Mengen verfügbar ist.



Als Hersteller von Bio-Getränken bewegt sich die Neumarkter Lammsbräu in einer relativ überschaubaren Bio-Marktnische. Bio-Verbraucher interessieren sich jedoch nicht nur für das Produkt an sich, sondern legen auch sehr großen Wert auf Informationen rund um die Herstellungsweise der Produkte oder das Unternehmen, welches diese Produkte herstellt. Folglich deckt unsere gesamte Außenkommunikation weit mehr als klassische Produktinformation ab und widmet sich zusätzlichen, gesellschaftspolitischen Themen wie zum Beispiel betrieblicher Umweltschutz, Gesundheitsnutzen der Produkte, Agrotechnik, Naturschutz in der Wertschöpfungskette oder Internalisierung von ökologischen Kosten, um nur einige Themen zu benennen.

2.4.2.1. Messen und Veranstaltungen 2012

BioFach

Die Neumarkter Lammsbräu zeigte sich auch im Februar dieses Jahres wieder auf der wichtigsten Bio-Messe, der BioFach 2012. Sehr viele Kunden, Partner, Liebhaber und Mitarbeiter haben den Stand Brauerei besucht, Messeaktionen vereinbart, sich über die Neuprodukte informiert, oder sie sind bei den Bier-Sommelier-Events in den Genuss der Bio-Bierspezialitäten gekommen. Die Resonanz auf alle Neuprodukte war durchweg positiv. Im Rahmen des Forums „Produktkettenverantwortung“ konnte Dr. Franz Ehrnsperger zeigen, wie die Neumarkter Lammsbräu die Verantwortung für die gesamte Wertschöpfungskette „vom Acker bis zum Glas“ übernimmt und konsequent auf Qualität setzt. Diese Produktkettenverantwortung ist die Basis für den Erfolg am Markt.

Woche der Umwelt

Nach 2007 nahm die Neumarkter Lammsbräu das zweite Mal an der „Woche der Umwelt“ im Garten des Schlosses Bellevue in Berlin teil. Rund 200 Unternehmen, Institutionen, Forschungseinrichtungen, Vereine und Initiativen erhielten nach einem strengen Auswahlverfahren von Bundespräsident Joachim Gauck und der Deutschen Bundesstiftung Umwelt die Möglichkeit, am 5. und 6. Juni 2012 ihre neuen Technologien, Produkte, Projekte und Konzepte für einen nachhaltigen und effizienten Umgang mit unseren Ressourcen zu präsentieren.

Zugelassen wurden nur Teilnehmer, die sich in besonderer Weise für die Umwelt engagiert hatten und ganz unterschiedliche, aber in jeder Hinsicht zukunftsweisende Natur- und Umweltschutzprojekte vorstellen konnten. Von daher war die Teilnahme für die Neumarkter Lammsbräu eine besondere Auszeichnung. Rund 20.000 Besucher kamen bei trockenem, aber kaltem Wetter in den Schlossgarten des Präsidenten.

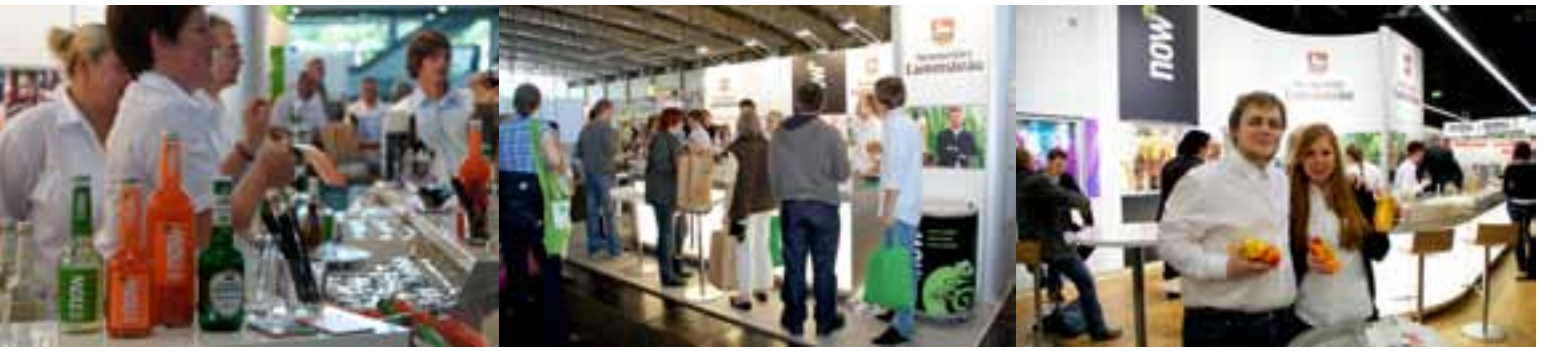
Die Neumarkter Lammsbräu veranstaltete ein Forum zum Thema „Wasser – Grundstoff des Lebens“. Dr. Franz Ehrnsperger diskutierte mit Fachleuten wie Jan Plagge, dem Präsidenten von Bioland, oder dem Wasserexperten Manfred Mödinger nicht nur über die Vorteile und Besonderheiten von Bio-Mineralwasser und die Notwendigkeit eines Bio-Mineralwasserstandards, wie ihn die Lammsbräu als Vorreiter bereits eingeführt hat. Er nutzte diese Gelegenheit auch dazu, um ein Thema in den Fokus zu rücken, das bislang kaum Beachtung findet: Unser Wasser muss besser geschützt werden! Denn während die Öffentlichkeit noch davon ausgeht, dass unser Trinkwasser das am besten überwachte und geschützte Lebensmittel ist, sorgen immer mehr Nitrate, Nanopartikel, Medikamenten- und Pestizidrückstände sowie sogenannte Metabolite, das sind Abbauprodukte von Pestiziden, für eine schleichende Vergiftung. Am eigenen Messestand ging die Diskussion weiter. Dort hat die Brauerei ihre Besucher über Bio-Bier, Bio-Mineralwasser, die Förderung des Ökolandbaus und ganzheitliches Wirtschaften informiert. Dr. Ehrnsperger bekam darüber hinaus die Gelegenheit, in der Öffentlichkeit in den Dialog mit Bundespräsident Joachim Gauck zu treten.

Die Getränke der Neumarkter Lammsbräu wurden während der Veranstaltung sowohl tagsüber als auch abends an den „Verpflegungsstellen“ angeboten.

Insgesamt konnte sich die Brauerei sehr gut in Szene setzen und die Besucher von ihrer gesamten nachhaltigen Philosophie und ihren Bio-Getränken überzeugen.

Bio erleben Nürnberg

Bereits zum sechsten Mal fand vom 20. - 22.07.2012 die Veranstaltung Bio Erleben am Nürnberger Hauptmarkt statt. Ein abwechslungsreiches Programm rund um das Thema „Bio“ sorgte an allen Tagen für interessierte Besucher. Durch schlechtes Wetter wurde die Gesamtveranstaltung zu Beginn etwas getrübt, am Sonntag



sorgten Sonnenschein und angenehmere Temperaturen erfreulicherweise für einen hohen Besucherandrang auf der Messe. Die Resonanz auf das Lammsbräu Bier war hervorragend. Somit verlief zumindest der letzte Tag der Messe überaus erfolgreich. Eine Besucherin meinte sogar: „Eure Brauer machen das beste Bier, das ich jemals getrunken habe“.

Bio erleben München

Spätsommerliches Wetter bescherte der Brauerei am 8. und 9. September 2012 ideale Bedingungen, um sich bei Bio Erleben im Rahmen des Streetlife Festivals in Szene zu setzen. Über 50.000 Besucher strömten am zweiten Septemberwochenende über einen Bio Marktplatz, der von BioCatering über BioWellness und BioBauernhöfe bis hin zu BioWissen und BioSpielplatz einen sehr interessanten Einblick in die Bio-Branche bot. Ein abwechslungsreiches Bühnenprogramm lud sehr viele Besucher bei köstlichen Bieren der Neumarkter Lammsbräu zum Verweilen ein. Kochshows, Modenschauen, Unterhaltungseinheiten und ein Live-Konzert sorgten an beiden Tagen für einen hohen Andrang am Ausschankwagen der Brauerei. Also auch hier ein voller Erfolg.

BioNord

Am 9. September fand eine für die Brauerei sehr interessante Messe, die BioNord, in Hannover statt. Hier wurden die neuen Produkte now Birne Hopfen und now Grape Fruit sowie die Spezialität „1628 Abteibier“ vorgestellt, die bei vielen Besuchern auf großes Interesse stießen. Alle Lammsbräu Produkte wurden gerne verkostet und oft gelobt. Darüber hinaus sind den Besuchern der Markenauftritt und die Werbeatikel positiv aufgefallen. „Das ist das begehrteste Logo in der Bio-Branche“ war von einem Kunden zu hören. Die BioNord kann daher ebenso als Erfolg verbucht werden.

BioSüd

Am 16. September fand die BioSüd in Augsburg statt, das Pendant zur BioNord. Sie dient als Forum und Treffpunkt der süddeutschen Bio-Branche. Der hohe Besucherandrang und das große Interesse an den Neuprodukten now Birne Hopfen, now Grape Fruit und der Spezialität „1628 Abteibier“, die auch schon auf der BioNord vorgestellt worden waren, sprachen auch hier für einen vollen Erfolg der Veranstaltung.

2.4.2.2. Neumarkter Nachhaltigkeitspreis 2012 / Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz 2012

Die in und um Region Neumarkt bedeutendste Nachhaltigkeitsveranstaltung ist ohne Zweifel die seit mittlerweile elf Jahren jährlich wiederkehrende Verleihung des Neumarkter Nachhaltigkeitspreises. Doch wie kam es seinerzeit überhaupt dazu, dass die Brauerei eine solche Veranstaltung auf die Beine gestellt hat? Dr. Franz Ehrnsperger erhielt 2001 für seine Verdienste bei der Umstellung auf ein ganzheitlich ökologisches Unternehmen den Deutschen Umweltpreis der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU), die bedeutendste Umweltauszeichnung in unserem Land. Das damalige Preisgeld investierte er in eine neue, energie- und wassersparende Flaschenwaschanlage. Im ersten Jahr warf diese neue Anlage eine Ersparnis von ca. 10.000 DM ab. Diese „Öko-Rendite“ wird seitdem jährlich als Preisgeld des „Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises“ an Menschen vergeben, die mit ihren Taten und Handlungen nachhaltige Strukturen schaffen und fördern (mittlerweile wurde das Preisgeld auf die Gesamtsumme von 10.000 Euro erhöht).

Auch in diesem Jahr hatte die Jury mit insgesamt 107 Bewerbungen eine Menge zu sichten und zu bewerten, um die vier besten Bewerber aus den Kategorien Privatpersonen, Medienschaffende und Unternehmen auszuzeichnen. Weil sich in der Kategorie Privatpersonen erfahrungsgemäß jedes Jahr sehr viele herausragende Bewerber präsentieren, wurde diese Kategorie erweitert auf „Privatperson – Einzelperson“ und „Privatperson – Non Profit Organisation“. Das Preisgeld wurde auf die vier auserkorenen Preisträger verteilt, so dass jeder neben dem „Lämmchen“ als Auszeichnung einen Scheck über 2.500 Euro erhielt.

In der Kategorie „Privatperson – Einzelperson“ wurde Christine von Weizsäcker für ihr Lebenswerk geehrt. Die studierte Biologin arbeitet seit 30 Jahren an Fragen zur Technikfolgenabschätzung und dabei im besonderen zu Risiken, die mit der gentechnischen Veränderung von Organismen einhergehen. „Für Manager und Lobbyisten risikoblinder Konzerne wie Monsanto oder Syngenta ist sie zu einer wichtigen und nicht zu ignorierenden Stimme der Zivilgesellschaft geworden“, sagte Dr. Beatrix Tappeser in ihrer Laudatio. Wenn es darum geht, sich weltweit für den Erhalt der biologischen Vielfalt und gegen die gentechnische Manipulation von Pflanzen, Tieren und Lebensmitteln einzusetzen, dann ist die Umweltaktivistin dabei.



Sie sitzt mit am Tisch, wenn international rechtlich bindende Umweltschutzabkommen erarbeitet werden. Und sie engagiert sich, weil die Schwachen und Benachteiligten Unterstützung und Schutz brauchen.

In der Kategorie „Privatperson – Non Profit Organisationen“ wurde das Naturschutzzentrum Wengleinpark und mit ihm die hauptverantwortlichen Engagierten Karl Heinlein und Rainer Wölffel ausgezeichnet. Das Naturschutzzentrum westlich von Nürnberg steht für das Ziel, die Kulturlandschaft der Region mit ihrer natürlichen Vielfalt zu erhalten und zu entwickeln. Seit Jahrzehnten initiiert und unterstützt das Naturschutzzentrum Bauerngemeinschaften, Streuobstinitiativen, die Wiedereinführung der Weidewirtschaft mit Rindern, Schafen und Ziegen – sogenannte Hutanger –, Allianzen zur Verwendung heimischen Holzes oder auch den Verein „Heimat auf'm Teller“. Karl Heinlein und Rainer Wölffel haben nicht nur von der Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe geredet, sondern sie mit ihrem Engagement auch in der Praxis angestoßen.

In der Kategorie „Unternehmen“ wurde die GEPA, die Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt, für ihre Pionierarbeit im Fairen Handel ausgezeichnet. Bereits 1986 brachte die GEPA den weltweit ersten fair gehandelten Bio-Kaffee auf den Markt. „Inzwischen handelt die größte europäische Fair-Handelsorganisation mit rund 190 Genossenschaften und sozial engagierten Privatbetrieben aus Lateinamerika, Afrika und Asien“, würdigte die mehrfache Paralympics-Siegerin Verena Bentele den Fair Trade Pionier in ihrer Laudatio. Transparenz und Glaubwürdigkeit ihrer Arbeit zählen dabei zu den höchsten Gütern. Durch faire Preise und langfristige Handelsbeziehungen haben die Partner im Süden mehr Planungssicherheit. Hinter der GEPA stehen MISEREOR, der Evangelische Entwicklungsdienst, die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland, der Bund der Deutschen Katholischen Jugend, das Kindermissionswerk „Die Sternsinger“ und die evangelische Hilfsaktion „Brot für die Welt“.

In der Kategorie „Medienschaffende“ wurde Herbert Fuehr ausgezeichnet. Vier Jahrzehnte hat er bei den Nürnberger Nachrichten über Umweltthemen geschrieben und dafür gesorgt, dass die Regionalzeitung nicht nur die Anti-Atomkraft- und die Umweltbewegung begleitet, sondern vor allem die Leser umfassend informiert hat. „Er hat

informiert, eingeordnet und seine Meinung immer gut begründet. Was können Leser mehr erwarten?“ fragte seine ehemalige Kollegin und Laudatorin Inge Pröll. All das hat ihn zu einem der bedeutendsten Umweltjournalisten Deutschlands gemacht. „Dass die Mitgliederzahl des Bund Naturschutz in Bayern überproportional gestiegen ist, ist auch dem engagierten Journalismus von Herbert Fuehr zu verdanken“, betont Professor Hubert Weiger, Vorsitzender des Bund Naturschutz und Mitglied der Jury. Ein großes Lob und ein Beweis dafür, wie viel ein Einzelner bewirken kann. Im Jahr 2012 verabschiedete sich Herbert Fuehr in den Ruhestand. Somit ist dieser Auszeichnung im wahrsten Sinne eine Ehrung für ein „Lebenswerk“.

Mit dem Neumarkter Lammsbräu Ehrenpreis 2012 würdigte die Jury ein ganz besonderes Ehepaar: Hubert Weinzierl und Beate Seitz-Weinzierl. Beide haben in den letzten Jahrzehnten herausragende Arbeit für den Schutz unserer Natur und Umwelt geleistet.

Die studierte Journalistin und Theologin Beate Seitz-Weinzierl hat über Jahrzehnte gemeinsam mit ihrem Mann das „Umweltzentrum Schloss Wiesenfelden“ aufgebaut und dort ein großartiges Bildungswerk etabliert. Eingebettet in urwüchsiger Landschaft mit naturbelassenen Teichen am Rande des Bayerischen Waldes erfahren die Teilnehmer, wie ein gutes Leben ohne Naturzerstörung gelingen kann. Nach dem Motto: „Die Lebensfähigkeit, Vielfalt und Schönheit der Erde zu schützen ist eine heilige Pflicht.“

„In sieben Minuten eine Laudatio auf Hubert Weinzierl zu halten, ist ein hoffnungsloses Unterfangen“, begann Professor Martin Faulstich, der Vorsitzende des Sachverständigenrats für Umweltfragen, seine Würdigung. Denn „Hubert Weinzierl ist DER deutsche Natur- und Umweltschützer.“ Sein Lebenswerk spricht für sich. Er hat jahrzehntelang den bayerischen Bund Naturschutz und den gesamtdeutschen BUND geleitet; er war bis vor kurzem Präsident des Deutschen Naturschutz-Rings, dem Dachverband der in Natur-, Tier- und Umweltschutz tätigen Verbände sowie Vorsitzender des Kuratoriums der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, der größten europäischen Fördereinrichtung im Umweltschutz. Und er hat damit über fünf Jahrzehnte die Natur- und Umweltschutzpolitik in Deutschland entscheidend mitgeprägt. Dabei wahrt er die Balance zwischen Heimatverbundenheit und Weltläufigkeit und bewegt sich „zwischen Hühnerstall und



Reichstag“, wie er in seinen Erinnerungen selbst schreibt. In gemeinsamer Arbeit auf dem Schloss Wiesenfelden trägt dieses außergewöhnliche Ehepaar seine richtungsweisenden Gedanken in die Gesellschaft.

Neben der Honorierung von nachhaltigen Projekten durch den Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreis ist es uns auch ein großes Anliegen, das Bewusstsein für nachhaltiges Denken und Handeln in unserer Heimatregion zu fördern. Wie in unseren Nachhaltigkeitsleitlinien beschrieben, verstehen wir uns als „Nachhaltigkeitsbotschafter“ und engagieren uns deshalb aktiv für nachhaltige Themen. Ein Vehikel für die Vermittlung dieser Themen ist die Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz, für die Brauereieinhaber Dr. Franz Ehrnsperger mit dem Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreis den Grundstock legte.

Die zugrundeliegende Idee ist dabei, zusammen mit der Stadt Neumarkt „nachhaltige Synergien“ zu schaffen und sozusagen im „Schlepptau“ des Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises eine Plattform zu etablieren, auf der nachhaltige Themen aus Sicht der Kommune, der Bürger und der in unserer Region angesiedelten Unternehmen diskutiert und Anstöße für mehr Nachhaltigkeit gegeben werden. Die Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz wurde in diesem Jahr bereits zum fünften Mal veranstaltet. Das Motto der Konferenz 2012 war „Neue Hoffnung aus Rio plus 20 – Die große Kraft der kleinen Ideen“. Hauptreferenten waren Prof. Dr. Hubert Weiger, Vorsitzender des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND), Dr. Hans Rudolf Herren, Präsident des Millennium-Institutes, Washington DC, USA und Stiftungsratspräsident der Biovision-Stiftung für ökologische Entwicklung, Zürich, Träger des Welt ernährungspreises sowie René Ngongo, Demokratische Republik Kongo, Träger des „Alternativen Nobelpreises“ (Right Livelihood Award) und Gründer der Organisation „Concertée des Ecologistes et Amis de la Nature“ (OCEAN) (siehe auch www.neumarkter-nachhaltigkeitskonferenz.de).

Nach dem Motto „Das Beste zum Schluss“ wurde die Konferenz mit dem Bericht einer Delegation Neumarkter Kinder und Jugendlicher beendet. Unter dem Slogan „Neumarkter Kinder gestalten Zukunft“ haben 83 Neumarkter Schülerinnen und Schüler aus den 3. bis 6. Klassen als Klimabotschafter den Erwachsenen vor Augen geführt,

dass ihre Zukunft auf dem Spiel steht, wenn sie in Sachen Energieverbrauch und CO₂-Emissionen keinerlei Fortschritte erzielen. In Workshops haben sie einen 5-Punkte-Plan erarbeitet und diesen im Plenum den Erwachsenen vorgestellt. Ihr zentrales Anliegen: Schluss mit weiten Transportwegen rund um den Globus und so oft wie möglich saisonal, regional, biologisch und fair einkaufen. „Die Lösungen sind manchmal so einfach“, sagt Hemma Ehrnsperger, die Gründerin der BioVerum-Stiftung, „die Kinder haben sie uns in einfachen Worten gesagt.“ Auf der Bühne appellierten die Kinder eindringlich an die Erwachsenen, das Auto öfter mal in der Garage zu lassen und dem Leid der Tiere in der Massenhaltung ein Ende zu setzen. Den Vorschlag der Kinder, den Donnerstag generell in Neumarkt als „Klimatag“ zu gestalten, hat Oberbürgermeister Thumann spontan unterstützt, indem er die Schirmherrschaft übernommen hat.

2.4.2.3. Brauereibesichtigungen

Wir bieten regelmäßig Brauereibesichtigungen an, um allen Kunden und der breiten Öffentlichkeit einen Gesamteindruck unserer Brauerei zu vermitteln. Während einer Besichtigung werden klassischerweise Mälzerei, Sudhaus, Gär- und Lagerkeller sowie Abfüllanlage gezeigt und die dazu gehörigen Prozesse mit ihren Tätigkeiten näher erläutert. Dabei stellen wir immer den Zusammenhang zum Thema Nachhaltigkeit her – das reicht von den rein ökologischen Braurohstoffen, die wir verwenden, bis zu den Verbesserungen der Umweltleistung in den einzelnen Prozessstufen. Die Besucher können darüber hinaus vorab einen Vortrag buchen, der veranschaulicht, was die Brauerei leistet.

Seit Herbst 2012 bieten wir auch Besichtigungen speziell für Kinder ab der 1. Klasse an. Hier werden anhand virtueller Elemente wie Schautafeln die Zusammenhänge der biologischen Landwirtschaft und Rohstoffgewinnung vermittelt, das Brunnenhaus zum Thema „Wasser“ und die Abfüllanlage besichtigt sowie eigene Limonaden gemischt und im Vergleich mit den echten „now“ Limonaden verkostet. Insgesamt wird den Kindern ein abwechslungsreiches Programm geboten, das durch aktive Elemente und Platz für Fragen und Diskussionen kindgerecht gestaltet ist.



2.4.2.4. Neuer Internetauftritt

Im Jahr 2012 haben wir auch unseren Internetauftritt modernisiert und unsere Homepage www.lammsbraeu.de mittels verschiedener medialer Elemente ansprechender gestaltet und um einige Tools erweitert. So finden Besucher nicht nur ausführliche, aktuelle Informationen rund um alle Lammsbräu Produkte und die Firmenphilosophie sowie aktuelle und archivierte Presseartikel, sondern auch die Möglichkeit, mit einem Klick auf den Button „Fragen Sie die Chefin“ der Generalbevollmächtigten direkt Fragen zu stellen (die auch wirklich von ihr persönlich beantwortet werden!).

Für die now Bio-Limonaden gibt es seit 2011 einen eigenen „now Shop“, über den verschiedene Fanartikel bezogen werden können. Die „now Erfrischungsgetränke“ sind darüber hinaus auf einer separat gestalteten Homepage zu finden unter www.drink-now.de.

2.4.2.5. Kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit

Mit kontinuierlicher Öffentlichkeitsarbeit (Pressearbeit z. B. zur BioFach und zur Nachhaltigkeitspreisverleihung, Journalisten-Workshops wie zum Beispiel 2012 zum Thema Wasser) vermittelt die Neumarkter Lammsbräu ein authentisches Bild ihrer Nachhaltigkeitsphilosophie und bezieht zu kritischen Themen Stellung.

Medien für die Außenkommunikation sind z. B. das Neumarkter Lammsbräu Magazin mit Infos für den regionalen Endkunden und seit 2012 ein Newsletter, mit dem Kunden informiert werden. In ihm werden Themen rund um die ökologische Landwirtschaft, den Arten- und Naturschutz, aber auch ganz allgemein zum Genuss von Lebensmitteln aufgegriffen. Dabei versuchen wir den Lesern grundsätzlich zu verdeutlichen, welche direkten Auswirkungen das Handeln eines regional verwurzelten, nachhaltig agierenden Unternehmens wie die Neumarkter Lammsbräu in der Region hat.

2.4.2.6. Nachhaltigkeitsbericht

Mit dem vorliegenden, jährlichen Nachhaltigkeitsbericht werden die betrieblichen Umweltaktivitäten der Neumarkter Lammsbräu dokumentiert. Das Hauptaugenmerk des Berichtes liegt deshalb in der Darstellung des Unternehmens mit seinen Produkten, den Unternehmensdaten sowie der Historie, der selbst auferlegten Umweltverpflichtung, interner und externer Kommunikationswege sowie der Veranschaulichung des Nachhaltigkeits-

controllings anhand von gewählten Kennzahlen, der Darlegung des Status quo gesetzter Ziele aus dem Vorjahr und der neu gesteckten Ziele für das kommende Jahr mit Zeitfenster und Verantwortlichkeiten.

Der Bericht geht jedoch über die integrierte und seitens EMAS (vgl. Kap. 2.3.) geforderte Umwelterklärung hinaus und stellt weitere Nachhaltigkeitsaspekte des Unternehmens dar. Er greift die Schwerpunktthemen heraus, mit denen sich die Brauerei im vergangenen Jahr beschäftigt hat und gibt Denkanstöße und die Möglichkeit, sich als Konsument mit seinem eigenen Verhalten auseinander zu setzen.

Seit mehr als 20 Jahren kommuniziert die Brauerei in dieser Berichtsform, die zu Beginn noch in „abgespeckter“ Form als Öko-Controlling Bericht vorlag, und sorgt so für eine hohe Transparenz für Kunden und Außenstehende, was Vertrauen schafft und den Dialog mit der Öffentlichkeit fördert. Der Bericht liegt sowohl in gedruckter als auch in Form eines pdf-Dokumentes auf der Homepage www.lammsbraeu.de vor und ist somit leicht zugänglich. Auf der Homepage sind die Berichte der letzten zehn Jahre hinterlegt.

2.4.2.7. Vorträge und Podiumsdiskussionen

Die Netzwerkarbeit im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements der Neumarkter Lammsbräu besteht auch in der direkten Ansprache von Nachhaltigkeitsthemen im Rahmen verschiedenster Vortragsveranstaltungen. Die Führungskräfte sowie verschiedene Mitarbeiter der Brauerei nehmen hier die Rolle von Vermittlern und Botschaftern ein, die in ihrer Funktion als Repräsentanten der Neumarkter Lammsbräu nicht nur über unmittelbare Lammsbräu-Themen sprechen, sondern darüber hinaus auch zu weiter gefassten Fragen rund um Nachhaltigkeit und zukunftsfähiges Wirtschaften Stellung beziehen. Ganz konkret engagieren sich die Vertreter der Brauerei über das Jahr hinweg kontinuierlich mit Vorträgen und Diskussionsbeiträgen oder auch als Podiumsdiskussionsteilnehmer an Universitäten und Fachhochschulen, bei gemeinnützigen Vereinen und Verbänden, bei ihren Netzwerkpartnern, bei Unternehmensverbänden oder auch bei kirchlichen Organisationen.

Dr. Ehrnsperger zeichnete im Mai 2012 anlässlich der Festveranstaltung zum zehnjährigen Bestehen der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AoEL) vor zahlreichen



Gästen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Behörden die Entwicklung der AoEL auf: Vor 19 Jahren haben Siegfried Stocker, Georg Scheitz, Peter Geldner, Dr. Franz Ehrnsperger und Prof. Dr. Claus Hipp den Vorläufer der AoEL aus der Taufe gehoben. Die Gründungsväter einte damals das Interesse an nachhaltiger Unternehmensführung und Ernährung. Im Jahr 2002 wurde der kleine Unternehmerkreis durch die Gründung des AoEL e.V. erweitert. Er ist Austauschplattform und Begegnungsstätte und versteht sich als offener Kreis, der nicht um den kleinsten gemeinsamen Nenner ringt, sondern um den Wettbewerb für die besten Konzepte im Spannungsfeld von Ökologie und Ökonomie. Seither sind kontinuierlich neue Mitglieder dazu gekommen, die zahlreiche Preise und Auszeichnungen aufgrund ihres Engagements im Bereich nachhaltigen Handelns entgegen nehmen konnten.

Im Rahmen des Symposiums „Nachhaltige Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft“ an der Simon-Ohm-Hochschule in Nürnberg im Juni nahm Susanne Horn als Vertreterin der Neumarkter Lammsbräu an der Podiumsdiskussion zum Thema „Nachhaltiger Konsum – Fair Trade – Nachhaltige Region“ teil und diskutierte mit Vertretern aus Wissenschaft und Wirtschaft diverse Aspekte.

2.4.3. Zu Gast bei Neumarkter Lammsbräu

Im Januar 2012 stattete Dr. Prinz Felix zu Löwenstein der Neumarkter Lammsbräu einen Besuch ab und machte sich einen Eindruck von dem nachhaltig ausgerichteten Unternehmen. Zu seiner Person: Verantwortung und Gemeinschaft sind für Felix Prinz zu Löwenstein, geprägt durch seine traditionsreiche Familie, bereits früh zu wichtigen Werten geworden. An der Fakultät in Weihenstephan studierte er Agrarwissenschaften und promovierte dort im Jahr 1982 über „Informationsverhalten und Informationsübermittlung in der landwirtschaftlichen Officialberatung“. Als Bio-Landwirt und seit 2002 als Vorstandsvorsitzender des Bundes Ökologischer Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) streitet er seit Jahren für ein nachhaltiges, im Einklang mit der Natur stehendes Wirtschaften.

„Food Crash – Wir werden uns ökologisch ernähren oder gar nicht mehr“ lautete der provokante Titel des Vortrages, den Dr. Felix Prinz zu Löwenstein am 16.01.2012 im Rahmen des Agrarforums in Neumarkt im Johanniszentrum hielt. Der Saal war mit 250 Teilnehmern bis auf den letzten Platz besetzt, ein Zeichen, dass dieses Thema mittlerweile nicht

nur Landwirte, sondern auch weite Teile der Bevölkerung interessiert. In seinem Vortrag, wie auch in seinem gleichnamigen Buch, zeigte Prinz zu Löwenstein, dass wir Menschen mit unserem Lebens- und Ernährungsstil und der weiter wachsenden Weltbevölkerung auf einen Crash in der Lebensmittelversorgung zusteuern. Er machte deutlich, dass die weit verbreitete These, nur der intensive Landbau mit hohem Kunstdünger- und Pestizideinsatz könne die Weltbevölkerung ernähren, grundfalsch ist. Den Lösungsansatz sieht er in einer intensivierten ökologischen Landwirtschaft. Sie ermöglicht die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung und vermehrt gleichzeitig die Fläche des fruchtbaren Bodens; sie erhält die Biodiversität und schont die endlichen Ressourcen. Am Ende des Vortrages stellte er die Frage: Was werden wir in 20 oder 30 Jahren unseren Kindern sagen, wenn sie uns fragen: „Ihr habt doch die Entwicklung genau gekannt und vorausgesehen, aber ihr habt nichts dagegen unternommen!“

Im Rahmen der EZÖB Jahresmitgliederversammlung im Januar 2012 trat Dr. Geseko von Lüpke mit einem beeindruckenden Vortrag auf. Zu seiner Person: Dr. Lüpke ist 1958 geboren. Er studierte Politikwissenschaft und Völkerkunde, was ihm bei seinen vielfältigen Reisen in alle Welt von Nutzen war. Sein Interesse für menschliches Wachstum und politisch-kulturelle Entwicklung war schon früh ausgeprägt. Nach dem Besuch der Deutschen Journalistenschule in München begann er seine Arbeit als freier Journalist, Buchautor und selbständiger Redakteur für verschiedene Medien. Die interdisziplinären Bereiche zwischen nachhaltiger Entwicklung, neuen ganzheitlichen Ansätzen in Kultur und Naturwissenschaft, Reformpädagogik, ökologischer Ethik, moderner Spiritualität und menschlicher Entwicklung standen dabei stets im Fokus.

Im Rahmen seines Besuches in Neumarkt legte er umfassend dar, warum der ökologische Landbau das Konzept für eine zukunftsfähige Landwirtschaft ist. Dabei ging er thematisch insbesondere auf die biologische Landwirtschaft in einer nicht nachhaltigen Welt ein: Die ökologische Landwirtschaft sei heute bereits eine Insel der Zukunft. Dabei zeigte er, wie der ökologische Landbau dazu beiträgt, die grundlegenden Menschheitsprobleme zu lösen – seien es Erderwärmung und Klimawandel, die Welt-ernährung, die Bodenerhaltung, das Wasserproblem oder die menschliche Gesundheit.



3. Unsere Themen 2012

Seit 2009 vermarktet die Neumarkter Lammsbräu ihr Mineralwasser aus hauseigenen Quellen unter der Marke „BioKristall Bio-Mineralwasser“. Die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. reichte zwar eine Unterlassungsklage gegen die Vermarktung als Bio-Mineralwasser ein. In dritter und letzter Instanz bestätigte der Bundesgerichtshof im September 2012 aber die Firmenpolitik der Lammsbräu und sorgte damit für Rechtssicherheit: Die Qualitätsbezeichnung „Bio-Mineralwasser“ ist zulässig. Der Kriterienkatalog gewährleistet eine deutlich höhere Qualität als die gesetzlichen Grundlagen. Bio-Mineralwasser muss laut dem BGH-Urteil drei Kriterien erfüllen: Bio-Mineralwasser muss weitestgehend frei von Rückständen und Schadstoffen und damit deutlich reiner als herkömmliches Mineralwasser sein. Bio-Mineralwasser muss umweltfreundlich hergestellt und abgefüllt werden – für herkömmliches Mineralwasser gibt es keine Vorschriften. Die Zertifizierung muss durch einen Verband nach sinnvollen und angemessenen Kriterien erfolgen.

Mit BioKristall Bio-Mineralwasser setzt die Neumarkter Lammsbräu einen neuen Zukunftsstandard. Die Brauerei will auf diese Weise auch einen Paradigmenwechsel zum Schutz unseres Wassers anstoßen und erhofft sich im nächsten Schritt ein europaweit gültiges und staatlich anerkanntes Bio-Siegel für Mineralwasser.

Weniger erfreulich ist die Entwicklung bei den Glasmehrwegflaschen: Sie landen vermehrt im Glascontainer. Mit deutlicheren Hinweisen auf dem Flaschenetikett und Werbeaktionen versucht die Neumarkter Lammsbräu, diesen Negativtrend umzukehren. Denn sie setzt seit jeher aus Überzeugung auf das Mehrwegsystem, um Abfälle und unnötigen Energieverbrauch zu vermeiden.

Nachhaltigkeit	u. a. Förderung von Wasserschutz durch ökologischen Anbau, Reduzierung CO ₂ -Ausstoß, Verringerung Transportbelastung
Naturbelassenheit des Produktes	Strenge Grenzwerte für mögliche Rückstände anthropogener Einträge, Bestimmungen zur Reduktion von Behandlungseinflüssen
Produktsicherheit Mikrobiologie	Hygieneregulungen und entsprechende Untersuchungen
Produktsicherheit Chemie	Grenzwerte zu unerwünschten natürlichen Stoffen, zur Radioaktivität sowie Regelungen zu Verpackungssicherheit und entsprechenden Untersuchungen
Gutes Lebensmittel	Bestimmungen zu genuss- und gesundheitsrelevanten Eigenschaften des Mineralwassers
Transparente Deklaration	Vorschriften zu umfassender Transparenz und Verbraucherinformation

Tabelle 3.1.: Kriterienbereiche gemäß Kriterienkatalog im Überblick

3.1. Der Erfolg 2012: Bundesgerichtshof bestätigt Bio-Mineralwasser

3.1.1. Bedeutung der Ressource Wasser

Wasser ist ein essenzieller Lebensbaustein, der von maßgeblicher Bedeutung für das gesamte Leben auf diesem Planeten ist. Erdgeschichtlich gesehen entstanden die ersten lebendigen Organismen im Wasser in den Ur-Ozeanen der Erde. Sämtliche zellulären Prozesse funktionieren nur durch Wasser als Lösungsmittel und ideales Transportmedium. Geologisch gesehen ist Wasser zusammen mit Wind und Temperatur eine der wesentlichen Naturgewalten. Als fluides Medium speichert es außerdem Energien und Informationen aus seiner Umgebung in einem höchst erstaunlichen Maße. Somit kann Wasser sowohl zum Heilmittel als auch zum Krankmacher werden, falls die in ihm gespeicherten Energien negativ oder gesundheitsschädigend sind.

Wasser ist also ein kostbares Gut. Die Reinheit unseres Trinkwassers ist aber immer stärker bedroht und nicht ausreichend durch Gesetze geschützt. Deswegen hat die Brauerei auf eigene Faust und erneut als Vorreiter-Unternehmen gemeinsam mit der Qualitätsgemeinschaft Bio-mineralwasser e.V. einen ersten Kriterienkatalog erstellt. Dieser geht mit seinen Anforderungen weit über die gesetzlich festgelegten Grenzwertkataloge von Trink- und Mineralwasser hinaus, in denen aktuelle Probleme von landwirtschaftlichen Rückständen und anderen Formen der Umweltverschmutzung kaum berücksichtigt werden. Darüber hinaus stellt er zusätzliche Anforderungen an die Reinheit, die Nutzung, die Art und Weise der Förderung sowie die Abfüllung des Wassers. Tabelle 3.1. listet diese Anforderungen im Überblick auf.

Akute und immer weiter voran schreitende Gefährdungen des sauberen Wassers sieht die Lammsbräu in der konventionellen Landwirtschaft. Durch den Einsatz von Pestiziden, synthetischen Düngemitteln und Wachstumsregulatoren gelangen zunehmend Rückstände in das unterirdisch fließende Grundwasser, welches am Ende der Kette als Trink- und Mineralwasser gefördert und vom Endverbraucher konsumiert wird. Seit 2007 werden immer mehr Rückstände bzw. Abbauprodukte von Pestiziden, künstlichen Süßstoffen oder Arzneimitteln im Mineralwasser nachgewiesen. Die Zeitschrift Ökotest berichtete beispielsweise im Juli 2011 über Belastungen in rund 30 % aller untersuchten Mineralwasserproben.

Um diese Situation zu verbessern, fordern Wissenschaftler ein stärkeres Engagement in Sachen Wasserschutz, etwa dadurch, dass in Wassereinzugsgebieten ausschließlich Ökolandbau betrieben wird. Wissenschaftliche Studien der letzten 25 Jahre belegen, dass der Bio-Landbau das Grundwasser mit weniger Nitrat belastet als der konventionelle Landbau (vgl. Stolze et al. 2000 und Kolbe 2000). Das liegt in der stark verminderten Einsatzmenge an Stickstoff (N) im Ökolandbau (bis zu 50 %), einer verbesserten N-Verwertung sowie dem Einsatz von N-bindenden Leguminosen und damit einhergehend einer hohen Fähigkeit des Bodens, sich selbst zu regulieren und Nährstoffschwankungen auszugleichen¹⁾.

Grundwasserschutz ist daher langfristig nur möglich, wenn die Landwirte als wichtige Akteure eingebunden werden. Darüber hinaus müssen Politiker, Wasserversorger, das verarbeitende Gewerbe, der Handel und die Bürger Grundwasserschutz als Gemeinschaftsaufgabe verstehen und dementsprechend handeln. Politische Programme können als Anreiz dazu dienen, den höheren Aufwand im Ökolandbau sowie das Risiko, möglicherweise geringere Erträge zu erzielen, bei den Landwirten wieder auszugleichen. Die Förderung von Kulturlandplänen, wie es die Lammsbräu schon seit Jahren praktiziert (vgl. Kapitel 4.1.2.6.), stellt einen weiteren Ansatz zum Erhalt der Grundwasserreinheit dar.



3.1.2. Das Bio-Siegel und der Gerichtsstreit

Seit 2009 vermarktet die Neumarkter Lammsbräu ihr Mineralwasser aus der hauseigenen Quelle unter der Marke „BioKristall Bio-Mineralwasser“, entweder als stilles Mineralwasser ohne Kohlensäure oder in der „Classic“-Variante mit einem geringen Gehalt an Kohlensäure (siehe Kapitel 1.4.).

Ende 2009 erhob die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. eine Unterlassungsklage gegen die Neumarkter Lammsbräu und die Vermarktung von Bio-Mineralwasser. Nachdem sich die beiden Parteien außergerichtlich nicht einigen konnten, wurde die Streitsache in erster Instanz an das Landgericht Nürnberg verwiesen. Dieses entschied, dass die Neumarkter Lammsbräu ihr Mineralwasser nicht mehr unter der Bezeichnung „Bio-Mineralwasser“ vermarkten und ein speziell für dieses Produkt entworfenes „Bio“-Siegel nicht weiter verwenden dürfe. Gegen diese Entscheidung in der ersten Instanz legte die Neumarkter Lammsbräu umgehend Revision ein.

In der Revisionsverhandlung im Dezember 2011 gab das Oberlandesgericht (OLG) Nürnberg in zweiter Instanz weiten Teilen der Revision der Neumarkter Lammsbräu Recht. Der Richter befand, dass eine Unterscheidung zwischen Mineralwasser und Bio-Mineralwasser sehr wohl zulässig und auch im Interesse der Verbraucher sei. Lediglich das bisher verwendete Bio-Mineralwassersiegel sollte so modifiziert werden, dass eine Verwechslung mit dem offiziellen EU-Biosiegel ausgeschlossen werden kann. Doch das Verfahren war hier leider noch nicht beendet.

Die Wettbewerbszentrale legte gegen dieses Urteil Revision ein, diesmal vor dem Bundesgerichtshof (BGH). Am 13. September 2012 war es dann endlich soweit: Der BGH hat die Entscheidung des OLG in Nürnberg bestätigt: Die Qualitätsbezeichnung „Bio-Mineralwasser“ ist zulässig, weil die Verbraucher durch die Bezeichnung nicht getäuscht werden. Der Kriterienkatalog gewährleistet eine deutlich höhere Qualität, als die gesetzlichen Grundlagen vorschreiben. Der BGH hat mittlerweile auch die schriftliche Begründung zu seinem Urteil veröffentlicht, unter welchen Bedingungen die Qualitäts-Bezeichnung „Bio-Mineralwasser“ zulässig ist.

Bio-Mineralwasser muss laut dem BGH-Urteil drei Kriterien erfüllen:

1. Bio-Mineralwasser muss weitestgehend frei von Rückständen und Schadstoffen und damit deutlich reiner als herkömmliches Mineralwasser sein.
2. Bio-Mineralwasser muss umweltfreundlich hergestellt und abgefüllt werden – für herkömmliches Mineralwasser gibt es keine Vorschriften.
3. Die Zertifizierung muss durch einen Verband nach sinnvollen und angemessenen Kriterien erfolgen.

Somit wurde das Urteil des OLG für rechtskräftig erklärt. Nach drei Jahren juristischer Auseinandersetzung herrscht nun Rechtssicherheit: Wenn Mineralwässer die Qualitätskriterien der Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V. erfüllen, dürfen sie als Bio-Mineralwasser deklariert und vermarktet werden.

Die Urteilsbegründung basiert auf dem Bio-Verständnis von Verbrauchern und unterstreicht damit wesentliche Argumente der Bio-Mineralwasser-Richtlinien der Qualitätsgemeinschaft. Das Gericht sieht signifikante Unterschiede zwischen Bio-Mineralwasser und herkömmlichem Mineralwasser; das mit der Bezeichnung verbundene Zertifizierungssystem und der umfangreiche Kriterienkatalog garantieren den Verbrauchern diese Besonderheiten. Der BGH hat das Urteil in seine Sammlung wichtiger Grundsatzurteile aufgenommen. Die umfangreiche Argumentation macht einen erneuten Angriff auf die Bezeichnung Bio-Mineralwasser auch mit einer anderen Begründung unmöglich.

Das freut auch Susanne Horn, die Generalbevollmächtigte der Bio-Brauerei: „Wir begrüßen das Urteil sehr, denn es stützt die legitimen Interessen der Verbraucher nach mehr Transparenz auf dem Lebensmittelmarkt. Es zeigt darüber hinaus, dass unsere Zielsetzung richtig ist, Bio-Kriterien auch für Mineralwässer einzuführen. Schließlich ist Wasser unser allerwichtigstes Lebensmittel überhaupt.“



„Das Unternehmen Neumarkter Lammsbräu steht auf einer anderen Basis: auf Kreislaufwirtschaft und Natürlichkeit. Nicht wegen irgendwelcher Richtlinien, sondern wegen der eigenen und laufend verfeinerten Überzeugung. Selbst die Phantasie bei Neuentwicklungen folgt einer anderen Logik und leistet den Beitrag für einen „eigenen Kosmos“. Andere Lieferanten, andere Mitarbeiter, ein anderes Netzwerk glauben daran, dass es auch anders geht und schreiben letztlich auch eine unternehmerische und nachhaltige Erfolgsgeschichte.“

Ludwig Gruber, Bio Hotels

Mit BioKristall Bio-Mineralwasser setzt die Neumarkter Lammsbräu einen Zukunftsstandard. Wir versuchen, durch das Bio-Mineralwasser viele Menschen zum Nachdenken über Wasser, Umweltverschmutzung und deren mittel- und langfristigen Auswirkungen auf die Gesundheit anzuregen. Nur wenn jeder Verantwortung für sein Handeln übernimmt, wird es gelingen, der andauernden Umweltverschmutzung erfolgreich entgegen zu wirken. Dazu ist ein Paradigmenwechsel unumgänglich – Bio-Mineralwasser kann helfen, diesen Paradigmenwechsel anzustoßen. Das Ende dieses Wechsels ist noch lange nicht in Sichtweite, mit Bio-Mineralwasser ist der Anfang getan, und aller Anfang ist schwer, wie man an dem dreijährigen Gerichtsstreit deutlich erkennt.

Die Neumarkter Lammsbräu erhofft sich im nächsten Schritt ein europaweit gültiges und staatlich anerkanntes Bio-Siegel für Mineralwasser. Auch im ökologischen Landbau ging traditionell die Initiative eines Standards zunächst von privaten Organisationen wie beispielsweise Demeter oder Bioland aus, erst Jahre später zog der Gesetzgeber nach. Das soll auch hier gelingen, denn Wasser ist deutlich mehr als eine Verbindung aus 2 H- und einem O-Molekül. Es ist das Alpha und das Omega und somit die Grundlage allen Lebens.

3.2. Das Mehrwegsystem

Die Neumarkter Lammsbräu setzt seit jeher auf Mehrwegflaschen und vermeidet dadurch Abfälle. Jede Flasche kann auf diese Weise durchschnittlich bis zu 20 mal wiederverwendet werden. Da der Energieaufwand bei der Produktion einer Flasche wesentlich größer ist, als der Aufwand für ihre Reinigung und Wiederbefüllung, wird durch den Einsatz von Mehrwegflaschen eine erhebliche Menge an Energie eingespart. Der geringere Energieverbrauch führt zu deutlich weniger klimaschädlichen Treibhausgasen. Glasabfälle sind ein wertvoller Rohstoff und können am Ende des Flaschenzyklus komplett recycelt werden. Bei sachgerechter Rückgabe verursachen sie keinerlei Abfall.

Ein weiterer Vorteil besteht in ihren chemischen Eigenschaften: Glas hat im Vergleich zur Kunststoffflasche den Vorteil, dass es inert ist, das bedeutet, dass es zu keinerlei Wechselwirkungen zwischen der Flasche und dem enthaltenen Füllgut kommen kann. Bei Dosen, Getränkekartons und PET-Flaschen ist das anders. Hier ist es möglich, dass sich Moleküle aus der Verpackung in der enthaltenen Flüssigkeit lösen. Nach mehreren Studien, die genau diesen Sachverhalt untersucht haben, rät der Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft beispielsweise grundsätzlich davon ab, PET-Flaschen einzusetzen

Ein weiterer nicht zu unterschätzender Aspekt liegt im Schutz von Natur und Landschaft: Das Flaschenpfand mindert die „Wegwerfmentalität“ und sorgt dafür, dass unser Lebensraum nicht verunreinigt wird. Leider geht der Trend derzeit wider Erwarten dahin, dass auch Glasflaschen mit Pfand immer öfter im Glascontainer entsorgt anstatt im Geschäft abgegeben und somit dem Kreislauf zurückgeführt werden. Dies wird bei der Neumarkter Lammsbräu durch die jährlich immer weiter steigende Neuglas-Einsatzmenge offensichtlich.

Die Anzahl der von Getränke- und Naturkostfachhändlern zurückgeführten Glasmehrwegflaschen verringert sich von Jahr zu Jahr; auch bei Käufern von Bio-Produkten scheint das Bewusstsein für die ökologischen Auswirkungen wiederverwertbarer Produktverpackungen immer weniger ausgeprägt zu sein, seit es auch im Bio-Bereich verstärkt Kunststoffverpackungen gibt.

¹⁾ Artikel „Ein starkes Argument für den Biolandbau“ aus Ökologie&Landbau 164, 4/2012



Allerdings zeigt eine Erhebung des Handelspanels Biovista, dass das Verhältnis von Glas-Mehrweg zu PET-Einweg im Bio-Laden immerhin noch 84 % zu 16 % beträgt²⁾.

Bei der Lammsbräu finden ca. 10 % der Flaschen leider ihren Weg nicht mehr zurück zur Brauerei. Dies führte zusammen mit der positiven Geschäftsentwicklung in den letzten beiden Jahren dazu, dass es in diesem Zeitraum einer großen Menge an Neufaschen bedurfte.

Die Neumarkter Lammsbräu hat bereits erste Maßnahmen ergriffen, um diesem Trend entgegenzulenken:

- Einsatz von Werbemitteln bei den Kunden mit einem plakativen Hinweis, die Flaschen im Mehrwegsystem zurück zu geben
- Deutlicherer Hinweis auf dem Flaschenetikett durch größere und sichtbarer platzierte Symbole

Die Neumarkter Lammsbräu setzt sich mit diesen Maßnahmen stark für einen bewussteren Umgang mit der Mehrweg-Glasflasche ein, um die beschriebenen positiven Effekte auch zukünftig zu fördern.



²⁾ Artikel „Mehrwegflasche, wo bist du?“ aus Schrot&Korn 12/2012



4. Unser Nachhaltigkeits-Controlling

Weil die Deutschen seit Jahren immer weniger Bier trinken, versuchen die meisten Brauereien durch Preissenkungen die Wettbewerber zu unterbieten – auf Kosten von Mitarbeitern, Lieferanten und letztlich auch der Produktqualität. Die Neumarkter Lammsbräu geht einen anderen Weg. Sie garantiert gute Löhne, faire Preise und höchste Qualität und hat damit großen Erfolg: 2012 stellte die Lammsbräu 7 Prozent mehr Bio-Bier und 19 Prozent mehr alkoholfreie Bio-Getränke her als im Jahr zuvor. Mit jeweils über 67.000 Hektolitern war der Absatz in beiden Segmenten erstmals nahezu gleich hoch. Der Umsatz ist von 13 auf 15 Millionen Euro gestiegen.

Natürlich verbrauchte die Neumarkter Lammsbräu durch die erhöhte Produktion mehr Wärme, Strom, Wasser, Hilfs- und Rohstoffe. Doch der spezifische Materialverbrauch sank dabei auf einen neuen Rekordwert von 0,58 Tonnen pro Hektoliter Verkaufsgetränk. Besonders erfreulich: Der prozentuale Anteil von Bio-Zutaten liegt inzwischen bei 99,98 Prozent.

Parallel zur positiven Gesamtentwicklung erhöhte die Neumarkter Lammsbräu auch ihren Personalbestand auf inzwischen 104 Mitarbeiter. Im männlich dominierten Brauereigewerbe liegt nicht nur der Anteil weiblicher Führungskräfte mit über 40 Prozent überdurchschnittlich hoch, sondern auch der Frauenanteil mit insgesamt 40,4 Prozent.

Da das Kerngeschäft der Neumarkter Lammsbräu unmittelbar die Artenvielfalt auf dem Acker beeinflusst, wurde mit den Vertragslandwirten Kulturlandpläne entwickelt und auch im vergangenen Jahr Heckenpflanzungen, Blühstreifen auf Äckern sowie die Pflege von Waldrändern gefördert.

In- und Output der Neumarkter Lammsbräu

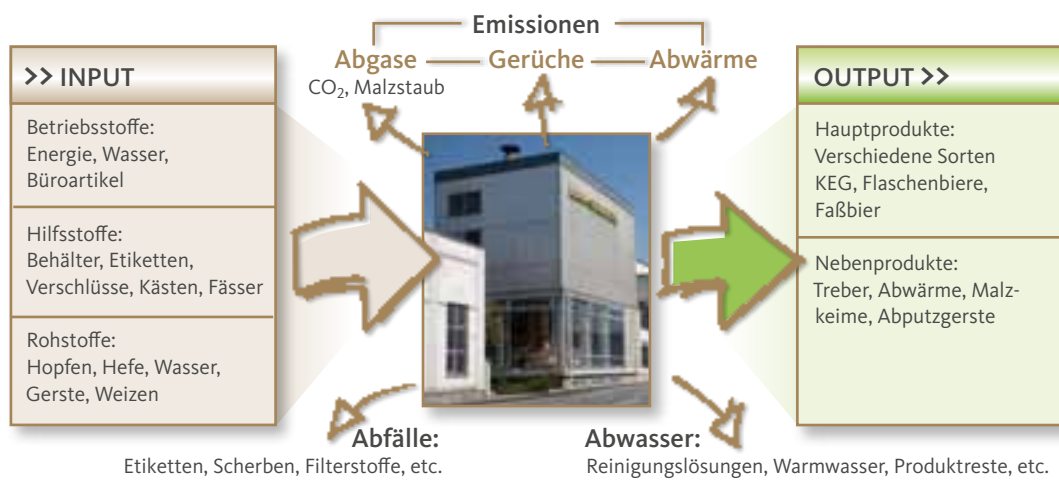


Abb. 4.1.: Betriebsbilanz In- und Output Brauerei.

Quelle: verändert nach Hopfenbeck, W, Jasch, C., (1993): Neues Schlagwort: Ökobilanzen.

In: Öko-Controlling – Umdenken zahlt sich aus, Audits, Umweltberichte und Ökobilanzen als betriebliche Führungsinstrumente. Verlag moderne Industrie, Landsberg/Lech, S. 268.

4.1. Ökologie

4.1.1. Betriebliche Input-Output-Bilanz

Die Input-Output-Bilanz dokumentiert die von der Neumarkter Lammsbräu eingekauften, mengenmäßig erfassbaren Stoffe und Materialien, die für die Herstellung von Bio-Getränken benötigt werden. Während der Getränkeherstellung fallen verschiedene Kuppelprodukte, Abfall- und Wertstoffe sowie verschiedene, gasförmige Emissionen an, die entweder einer Weiterverwendung zugeführt werden oder an die Umwelt in Form von Abwärme, Abluft oder Schall abgegeben werden.

Die mengenmäßig wichtigsten, in die Brauerei eingehenden Materialströme sind Wasser, Energie in Form von Wärme (erzeugt aus Erdgas, leichtem Heizöl sowie im Falle der Mälzerei teilweise aus Sonnenenergie) und Strom aus Wasserkraft, die ökologischen Brau- und Limonadenrohstoffe sowie verschiedene Hilfs- und Betriebsstoffe. Zu den umweltrelevanten Betriebsstoffen zählen die als Gefahrstoffe eingestuften Reinigungs- und Desinfektionsmittel, die für die Anlagenreinigung und -instandhaltung benötigt werden, sowie Treib- und Kraftstoffe für den hauseigenen Pkw- und Lkw-Fuhrpark.

Wasser findet sich größtenteils in den Produkten der Neumarkter Lammsbräu wieder; der als Brauchwasser verwendete Teil des Wassers wird, wo es möglich ist, einer Mehrfachverwendung zugeführt (z. B. Kühlung, Flaschenabfüllanlage) und schließlich als Abwasser in den Mischwasserkanal und später in die Neumarkter Kläranlage eingeleitet.

Wärme- und Stromenergie werden für den Betrieb der Anlagen und die Umwandlung der Rohstoffe in Getränkeprodukte benötigt und verlassen den Betrieb als produktgebundene Energie, als Abwärme, in Form von gasförmigen Emissionen oder als Lärm. Die Braurohstoffe werden in der Mälzerei veredelt, im Sudhaus umgewandelt und im Gärkeller unter Zuhilfenahme von Hefe teilweise verstoffwechselt.

Organische und anorganische Kuppelprodukte, die im Herstellungsprozess anfallen bzw. entstehen, werden soweit wie möglich gewinnbringend weiterverwendet. Verbrauchte Hilfs- und Betriebsstoffe werden einer geordneten Verwertung oder Entsorgung zugeführt; gefährliche Abfälle werden separat entsorgt.

Der Ablauf des Brauprozesses mit den Stoffströmen aus In- und Output stellt sich wie in Abb. 4.1. illustriert dar.

Die Daten für die betriebliche Input-Output-Bilanz wurden nach folgenden Kriterien erfasst: Auf der Input-Seite steht der Zugang (Einkauf) im jeweiligen Geschäftsjahr. Schwankungen in den Input-Größen aufgrund von Bestandsänderungen werden durch den längeren Betrachtungszeitraum von sechs Jahren (2007 bis 2012) ausgeglichen. Die Output-Seite der Bilanz sowie die daraus abgeleiteten Kennzahlen basieren auf Ausstoß- bzw. Produktionsdaten am Standort der Brauerei und spiegeln somit tatsächliche Verbrauchswerte wider.

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:

$\geq - 2 \%$	bis	$\leq + 2 \%$:	→
$< - 2 \%$	bis	$- 10 \%$:	↘
$< - 10 \%$	bis	$- \infty$:	↓
$> + 2 \%$	bis	$+ 10 \%$:	↗
$> + 10 \%$	bis	$+ \infty$:	↑

Da zur Berechnung sechs Jahre und somit ein längerer Zeitraum herangezogen werden, kann es durchaus sein, dass trotz einer aktuellen Steigerung von beispielsweise 2011 nach 2012 der Trend neutral bleibt oder sogar abfällt.

INPUT		2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit	Trend
1.	Rohstoffe								
1.1.	Trinkwasser	19.439	19.683	20.633	21.041	22.525	24.301	m ³	↗
1.2.	Gerste	2.110	1.797	1.400	1.090	1.946	1855,1	t	→
1.3.	Weizen	558	336	233	154	545	361,2	t	↘
1.4.	Dinkel	65,2	12,0	1,9	58,0	30,9	0,0	t	↓
1.5.	Hopfen	16,2	13,2	14,1	14,1	13,6	16,2	t	→
1.6.	AfG-Grundstoffe	310	239	227	218	311	389,8	t	↗
2.	Betriebsstoffe								
2.1.	Energie								
2.1.1.	Strom	1.486.000	1.463.000	1.511.447	1.491.215	1.590.275	1.744.841	kWh	↗
2.1.2.	Wärme	4.832.630	5.053.571	4.183.912	4.789.230	5.707.861	5.787.184	kWh	↗
2.2.	Brauchwasser	34.798	34.385	37.426	36.089	44.098	49.483	m ³	↗
2.3.	Regenwasser	913	597	723	668	710	522	m ³	↘
2.4.	Kühlmittel Glykol	0,22	0,22	0,66	3,96	8,01	0,0	t	↑
2.5.	Schmierstoffe	2,15	1,89	2,64	3,24	3,59	2,4	t	↗
2.6.	Filterhilfsmittel	12	12	13	13	13	17,6	t	↗
2.7.	Reinigungs- und Desinfektionsmittel	79,50	84,20	67,5	109,8	109,3	136,6	t	↑
3.	Hilfsstoffe								
3.1.	Kohlensäure								
3.1.1.	Kohlensäure-Eigengewinnung	50,48	48,78	57,56	71,64	77,48	87,8	t	↑
3.1.2.	Kohlensäure-Einkauf	208,95	208,57	231,33	209,50	300,64	310,3	t	↑
3.2.	Verpackungen								
3.2.1.	Kronenkorken	24.702.500	17.533.000	16.094.390	18.789.000	29.092.000	23.992.190	St	↗
3.2.2.	Schraubverschlüsse	5.352.100	2.460.000	2.930.200	1.320.500	2.066.870	2.278.700	St	↓
3.2.3.	Neuglas	872,5	733,4	991,62	1.110,9	1.843,56	1.521,8	t	→
3.2.4.	Etikettenleim	9,92	5,25	4,03	4,95	10,99	6,8	t	→
3.2.5.1.	Etikettengarnituren (Flaschen)	26.926.800	25.753.973	23.175.183	32.542.880	92.011.000	91.871.925	St	↑
3.2.5.2.	Etikettengarnituren (Fässer und Umkartons)	61.100	128.300	70.000	0	71.000	102.000	St	→
3.2.6.	Getränkekästen	132,7	133,4	190,6	125,8	262,8	245,8	t	↑
3.2.7.	Fässer	0	0	0	0	300	6	St	↓
3.2.8.	Paletten	2.415	312	2.382	1.709	2.480	2.896	St	↑
3.2.9.	Verpackungsmaterial (Palettenbinder, Stretchfolie)	0,25	0,26	0,53	0,26	1,28	2,9	t	↑
3.3.	Labormaterialien								
3.3.1.	Analysematerialien	0,09	0,14	0,11	0,29	0,18	0,3	t	↑
3.4.	Treibstoffe								
3.4.1.	Pkw-/Lkw Treibstoffe	97,50	103,46	100,30	91,28	97,3	95,1	t	→
3.4.2.	Gabelstaplergas	3,56	0,65	0,66	0	0,78	0,7	t	↓

OUTPUT		2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit	Trend
1.	Hauptprodukte								
1.1.	Bio-Bier	57.057	56.524	55.068	58.709	62.908	67.630	hl	↗
1.2.	Alkoholfreie Getränke	40.034	40.251	44.396	43.526	55.035	67.720	hl	↑
2.	Nebenprodukte								
2.1.	Malz (Verkauf)	475	309	186	117	139	51,3	t	↓
2.2.	Hopfen (Verkauf)	420	320	320	320	120	247	kg	↓
2.3.	Malzkeime	65	66	48	46	40	45,7	t	↘
2.4.	Bio-Treber	975	1.497	1.591	1.947	1.970	2.081,8	t	↑
2.5.	Bio-Bokashi	430	267	156	25	0	0,0	t	↓
2.6.	Bio-Vorderwürze	5	0	4	0	0	0,2	t	↓
2.7.	Hefe (Verkauf)	44	38	2	32	1	8,4	t	↓
2.8.	Abputzgetreide	18	0	0	6	73	38,1	t	↑
3.	Abwasser	34.986	34.442	38.496	38.274	43.079	47.147	m ³	↗
4.	Emissionen (Betrieb + Fuhrpark)*								
4.1.	Wasserdampf	654,0	673,5	703,0	731,3	767,6	807,3	t	↗
4.2.	Staub/Ruß/Partikel	107	107	141	109	122	123	kg	↗
4.3.	CO	816	484	486	417	455	427	kg	↘
4.4.	CO ₂	1.318	1.373	1.329	1.282	1.379	1.547,5	t	↗
4.5.	SO ₂	241	187	427	276	347	373	kg	↑
4.6.	NO _x	1.794	1.834	1.967	1.735	1.901	1.947	kg	→
4.7.	NMVOC	228	195	203	173	198	184	kg	↘
5.	Abfälle								
5.1.	Abfälle zur Verwertung	202,81	267,76	210,83	235,52	241,62	588,4** (258,4)	t	↑
5.2.	Abfälle zur Kompostierung (Kieselgur, Mälzereistaub)	87,00	87,00	73,20	91,35	90,90	90,90	t	↗
5.3.	Hausmüllähnlicher Gewerbeabfall (Restmüll)	18,53	23,30	25,29	29,64	26,72	28,3	t	↗
5.4.	Gefährliche Abfälle (Altreifen)	15	9	37	23	4	10	St	↘
5.5.	Gefährliche Abfälle (Spüllauge, Labor- chemikalien, Altöl, Asphaltaufbruch etc.)	2,29	6,36	6,28	48,82	6,41	8,6	t	↑

* Die Emissionswerte setzen sich zusammen aus den Emissionen der Feuerungsanlage, den Fuhrparkemissionen (LKW + PKW) sowie den Emissionen, die durch den innerbetrieblichen Gabelstaplerverkehr verursacht werden. Diese Daten enthalten keine Emissionen, die bei den vorgelagerten Wert- bzw. Schadschöpfungsstufen von Heizöl und Diesel anfallen.

** davon 330 t Aushubmaterial aus Sand und Steinen, fällt nicht regelmäßig an.

k. A.: Keine Angaben möglich

Umweltbezogene Kernindikatoren im Überblick

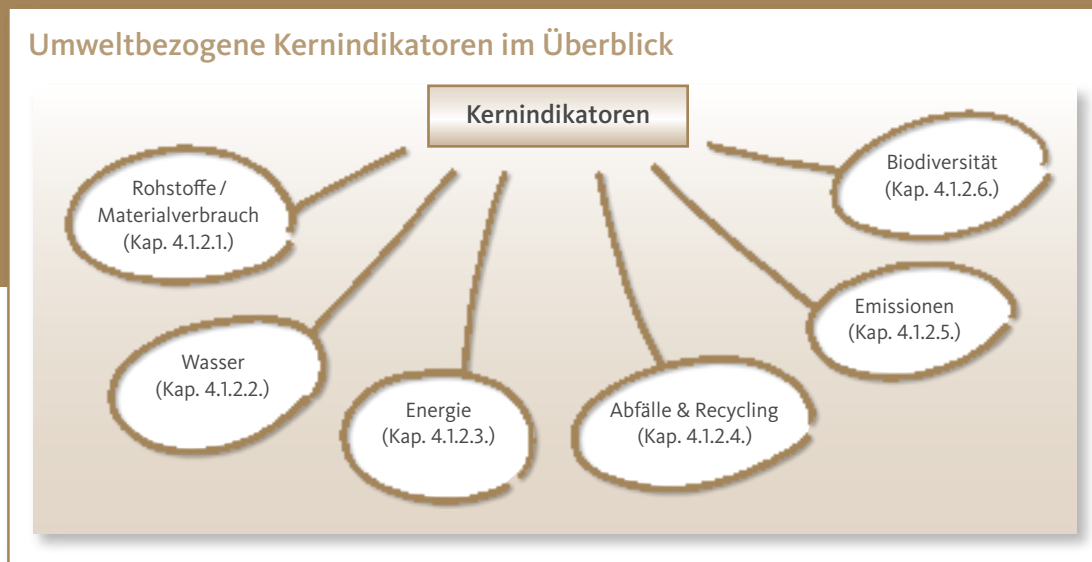


Abb. 4.2.: Kernindikatoren zur Messung direkter Umweltaspekte im Überblick.

Die Gegenüberstellung der Stoffströme als absolute Input- und Outputmengen zeigt für das Jahr 2012 mehrere interessante Ergebnisse:

Für das Jahr 2011 und 2012 konnten ähnliche Gesamtzuwächse im Ausstoß an Hektolitern verzeichnet werden. Während in 2011 ein Gesamthektoliterzuwachs um 12,9 % verbucht wurde, lag die prozentuale Steigerung in 2012 bei 13,4 %.

Durch den deutlich gestiegenen Ausstoß in 2012 (+7 % beim Bio-Bier; +19,0 % bei den alkoholfreien Bio-Getränken) bestand für die Brauerei der Bedarf, größere Mengen an Limonadenrohstoffen einzukaufen. Bei den Bier-Rohstoffen konnte durch einen Restbestand an Malz aus dem Vorjahr die bezogene Menge an Getreide in 2012, trotz des größeren Gesamtausstoßes, geringfügig reduziert werden. Für den Produktionsprozess waren insgesamt deutlich größere Mengen an Strom, Wärme und Brauchwasser nötig. Weitere Betriebsstoffe und der Gebindeinsatz sind fast überall deutlich gestiegen oder in etwa gleich geblieben, ebenso ist die Menge an Verpackungsmaterial angestiegen. Der Anstieg liegt im Verhältnis zum Ausstoßzuwachs jedoch prozentual niedriger.

Auffällig ist, dass im Vergleich zum Vorjahr insgesamt deutlich weniger Neuglas gekauft wurde, was auf das Anlegen einer eisernen Reserve von 900.000 Flaschen zurückzuführen ist. Die Menge an Etikettenleim ist in 2011 sehr stark angestiegen und in 2012 wieder auf die Hälfte gesunken. Dies ist auf ausgiebige Tests von verschiedenen Etikettenleimen in 2011 zurückzuführen, welche zur Folge hatten, dass auf einen neuen Leim umgestellt wurde. Die Menge an Treibstoffen hat sich geringfügig verringert.

Auf der Output-Seite der Bilanz schlagen, wie bereits erwähnt, die gestiegenen Ausstoßmengen von insgesamt 135.350 hl zu Buche sowie eine um 8,5 % erhöhte Abwassermenge im Vergleich zum Vorjahr. Der Verkauf der Nebenprodukte unterliegt einigen Schwankungen, was überwiegend an den eher sporadischen Abnahmen liegt. Lediglich bei den Malzkeimen und dem Bio-Treber zeigt sich eine gewisse Regelmäßigkeit im Verlauf der letzten Jahre. Bedingt durch den genannten angestiegenen Energieeinsatz haben sich auch die an die Umwelt abgegebenen, gasförmigen Emissionen teilweise erhöht. Erfreulicherweise konnte durch Erneuerungen im Fuhrpark (Austausch älterer Euro 0 bis 4 Modelle gegen Euro 5 Modelle) und einem leichten Treibstoffverbrauchsrückgang bei einem Teil der Emissionen eine leichte Reduktion verzeichnet werden. Letzteres ist mitunter auch durch spritsparendes Fahrverhalten einiger Mitarbeiter zu erklären.

Durch den mengenmäßigen Anstieg vieler benötigter Hilfs- und Betriebsstoffe auf der Inputseite ist auch der Anfall an Abfällen auf der Outputseite angestiegen. Auch ohne die Einmalmenge an Aushubmaterial haben die „Abfälle zur Verwertung“ zugenommen, genauso wie der Restmüll, die gefährlichen Abfälle und die Altreifen.

Weitere Trends und Veränderungen, die aus der Input-Output-Bilanz ersichtlich sind, werden in den nachfolgenden Kapiteln diskutiert.

4.1.2. Umweltbezogene Kernindikatoren

In den nachfolgenden Kapiteln werden zunächst die Kernindikatoren, die mit dem Brauprozess verbundenen direkten Umweltaspekte (siehe Kap. 4.1.1.: In- und Outputbilanz) dargestellt, aus denen die Umweltleistung mittels messbarer Kennzahlen hervorgeht (siehe Abb. 4.2.). Anschließend werden die indirekten Umweltaspekte näher betrachtet.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
Spezifischer Materialverbrauch	0,61	0,60	0,62	0,59	0,61	0,58	t / hl VG*
Prozentualer Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate = (Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate / Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)	82,3	79,4	77,4	74,1	77,7	77,1	%
Prozentualer Anteil Bio-Rohstoffe = (Anteil Bio-Rohstoffe / Gesamtrohstoffverbrauch)	95,73	94,95	96,04	98,96	99,93	99,98	%
Prozentualer Anteil regionaler Roh, Hilfs- und Betriebsstoffe = (Anteil regionaler Roh, Hilfs- und Betriebsstoffe / Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)	17,08	21,99	26,83	16,34	30,10	30,55	%

Tabelle 4.1.: Übersicht verschiedener Kennzahlen des Materialeinsatzes für den Zeitraum 2007-2012.

VG* = Verkaufsgetränk

4.1.2.1. Kernindikatoren Rohstoffe und Materialverbrauch

Im Laufe der erdgeschichtlichen Entwicklung sind durch Mikroorganismen und später durch die pflanzlichen Organismen zusätzliche, dynamische Stoffkreisläufe entstanden. Durch uns Menschen wurde dieses System der miteinander in Verbindung stehenden Stoffkreisläufe dramatisch beeinflusst und das in relativ „kurzer“ Zeit: Die ältesten menschlichen Funde werden auf etwa 2,5 Millionen Jahren datiert; der Planet Erde aber entstand bereits vor etwa 4,6 Milliarden Jahren!

In unserer modernen, westlichen Industriegesellschaft haben wir uns mittlerweile soweit „entwickelt“, dass vielen Menschen das Gespür dafür verloren gegangen ist, wie eng unser Handeln mit der Natur verbunden ist. Insbesondere der wirtschaftliche Sektor übt einen starken Einfluss auf das Ökosystem Erde aus. Obwohl in der vorherrschenden, theoretischen Lehre dem Produktionsfaktor „Natur“ kaum Wert beigemessen und weiterhin suggeriert wird, dass Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe endlos und unbegrenzt zur Verfügung stehen, sieht die Realität anders aus:

Alle Stoffe, die zur Herstellung, Verarbeitung oder Veredelung von Produkten notwendig sind, werden immer knapper und somit auch monetär immer wertvoller. Wirtschaftlich agierende Unternehmen müssen deshalb lernen, sinnvoll und sparsam mit benötigten Materialien umzugehen und diese wieder wertzuschätzen. Die oberste Prämisse für wirtschaftlich nachhaltiges Handeln muss daher sein, die Umwelt so intakt wie möglich zu erhalten. Dazu ist es essenziell, die endlichen Ressourcen des Planeten zu schonen, erneuerbare Ressourcen einzusetzen und nur solche Produktionsweisen einzurichten und aktiv zu fördern, die dazu beitragen, dass die biologische Vielfalt langfristig erhalten bleibt bzw. wieder hergestellt wird.

Die Neumarkter Lammsbräu berechnet folgende Kernindikatoren nachhaltigen Wirtschaftens:

- Spezifischer Materialverbrauch (Menge der Gesamteinsatzstoffe ohne Energie, inklusive Wasser, bezogen auf die Menge Verkaufsgetränke),
- Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, inklusive Rezyklate an sämtlichen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen (ohne Wasser- und Stromverbrauch)

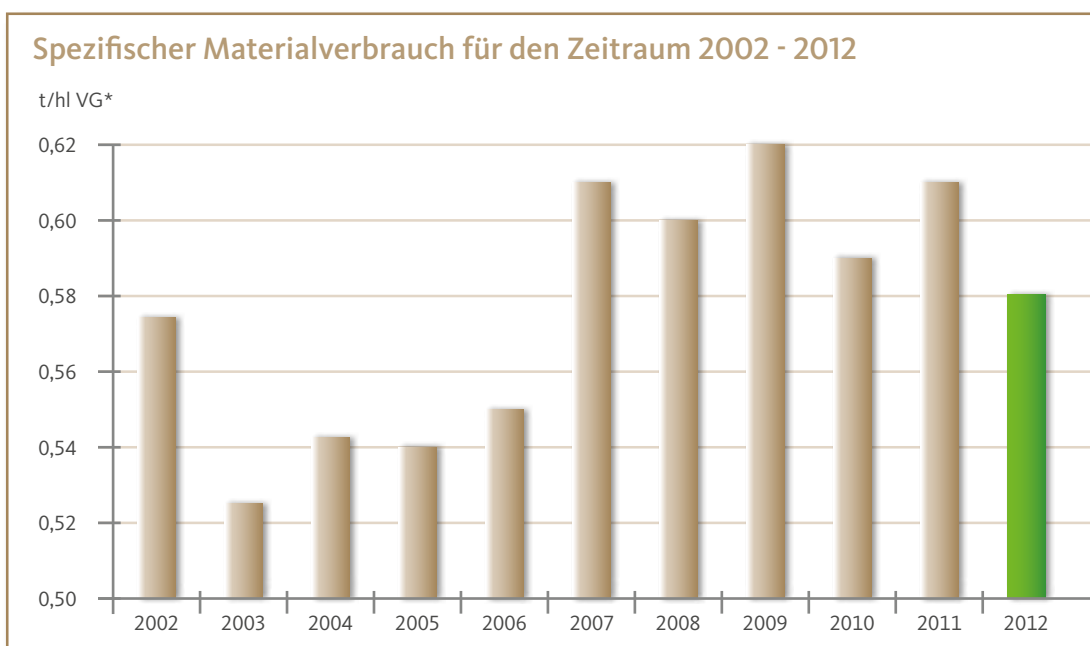


Abb. 4.3.: Entwicklung der Kennzahl „Spezifischer Materialverbrauch“ (t/hl VG*) bei Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2002-2012. VG* = Verkaufsgetränk

„Die Neumarkter Lammsbräu ist ein Vorzeigeunternehmen für eine nachhaltige Entwicklung unseres Landkreises. Sie macht den vielgebrauchten Begriff Nachhaltigkeit durch ihr tägliches Handeln erlebbar und begreifbar“.

Albert Löhner
Landrat des Landkreises Neumarkt i.d.OPf.



- Anteil von Bio-Braurohstoffen am gesamten Rohstoffverbrauch
- Anteil regional erzeugter Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe (ohne Wasser) am Gesamtverbrauch sämtlicher Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe. Als „regional“ erzeugte Materialien werden dabei solche Stoffe definiert, die innerhalb eines 100 Kilometer Radius um die Brauerei erzeugt werden.

Der spezifische Materialverbrauch weist, wie Tabelle 4.1 illustriert, innerhalb der letzten sechs Jahre eine Kontinuität auf, d. h. der Wert hält sich in etwa bei 0,6 Tonnen pro Hektoliter Verkaufsgetränk. Im Jahr 2012 ist erfreulicherweise im gesamten Betrachtungszeitraum seit 2007 der beste Wert zu verzeichnen. Die Brauerei verbrauchte nur noch 0,58 t Einsatzstoffe pro Hektoliter verkauftem Bio-Getränk und konnte nach einem kontinuierlichen Anstieg seit 2007 den spezifischen Materialverbrauch wieder reduzieren. Der bestimmende Faktor für die Berechnung dieses Parameters ist die verbrauchte Jahreswassermenge. 2012 hat die Menge an Brauchwasser im Verhältnis zu der Menge ausgestoßener Hektoliter im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig zugenommen, was zu einer Verbesserung des spezifischen Materialverbrauchs geführt hat.

Mit den seit 2011 existierenden Einkaufsrichtlinien sowie den Nachhaltigkeitsleitlinien wird das Interesse der Neumarkter Lammsbräu am Einsatz von regenerativen, recycelten Materialien anstelle von endlichen Stoffen verdeutlicht. Der prozentuale Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe nahm von 77,7 % aus dem Vorjahr auf 77,1 % in 2012 ab, was auf einen deutlich verringerten Glasneukauf sowie eine verringerte Menge Getreide aufgrund von Vorratshaltung aus dem Vorjahr zurückzuführen ist. Der prozentuale Anteil von Bio-Zutaten entwickelte sich positiv in 2012. Mit 99,98 % konnte beinahe eine 100prozentige Bio-Qualität bei den Rohstoffen zur Bier- und Limonadenherstellung erzielt werden. Der Grund zur „Nichterreichung“ der 100 % lag in der Verwendung von einem Rohstoff, der auf dem Markt nicht in Bio-Qualität erhältlich ist. Durch ein neues Sortiment und Produktinnovationen verwendet die Neumarkter Lammsbräu diesen Rohstoff 2013 nicht mehr und strebt eine 100 % Quote an. Der prozentuale Anteil der aus der Region stammenden eingekauften Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe ist im Vergleich zum Vorjahr ungefähr gleich geblieben, was nach wie vor eine sehr zufriedenstellende Regionalquote darstellt.

4.1.2.2 Kernindikator Wasser

Wasser ist für die Brauerei ein überaus wertvolles Gut, denn es stellt für das Kerngeschäft der Herstellung von Bio-Bier, Bio-Limonaden und Bio-Mineralwasser die Basis dar. Aus diesem Grund bedarf es eines besonderen Schutzes der eigenen Quelle auf dem Betriebsgelände, die das Wasserreservoir für sämtliche Produkte ist. Das gesamte Wasservorkommen hat eine besonders hohe Qualität und Reinheit, die es der Brauerei erlaubt, ihr Mineralwasser als deutscher Pionier mit dem ersten „Bio“-Siegel zu versehen. Das Siegel orientiert sich an dem in dieser Form deutschlandweit ersten Kriterienkatalog, den ein Kreis unabhängiger Fachleute der Qualitätsgemeinschaft Bio-mineralwasser e.V. erarbeitet hat (siehe auch Kap. 3.1.). Die Einhaltung dieser Kriterien wird von der Bio-Kontrollstelle BCS überprüft, um dann das Siegel für ein Jahr zu verleihen. Wassermanagement und Wasserschutz haben bei der Neumarkter Lammsbräu seit Jahrzehnten oberste Priorität.

Dazu gehören im Wesentlichen folgende Bausteine:

1. Regenwasserversickerung und -gewinnung

Versickerung: Das Brauerei-Gelände mit seinen 1,9 ha Fläche war lange Jahre eine komplett versiegelte Fläche. Regenwasser konnte daher nicht zurück in den natürlichen Wasserkreislauf gelangen, sondern wurde über die Kanalisation in das kommunale Abwassersystem eingeleitet. In den letzten Jahren wurden deswegen 4.520 m² Versickerungsfläche geschaffen. Als Versickerungseinrichtung sind gelöcherte Rigolen unterirdisch installiert, durch die das Regenwasser geleitet wird. Durch weitere Schichten (Kies und Sand) versickert es danach kontinuierlich ins Erdreich. Dies ist natürlich nicht überall möglich, da beispielsweise in Bereichen, die von Fahrzeugen befahren werden, die Ableitung in die Kanalisation vorgeschrieben ist, um Verunreinigungen des Grundwassers durch eventuell auslaufendes Motoröl o. ä. auszuschließen.

Gewinnung: Wir fangen Regenwasser über mehrere Brauereidächer mit einer Fläche von 1.983 m² und Aufnahmekapazitäten von insgesamt 55 m³ auf und verringern dadurch unseren Wasserverbrauch. Das aufgefangene, kalkfreie Regenwasser setzen wir derzeit vollständig zur Speisung der Kühlkondensatoren in der Kälteanlage ein (siehe Kapitel 4.1.2.3.) und führen es ohne separate Pumpe durch etwas höher gelegene Auffangbecken und geschick-

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
Frischwasser	513	251	481	399	867	471	434	851	1.037	m ³
Regenwasser	502	803	586	913	597	723	668	710	522	m ³
Gesamt	1.015	1.054	1.067	1.312	1.464	1.194	1.102	1.561	1.559	m³
Frischwasser	50,54	23,81	45,08	30,41	59,22	39,45	39,38	54,52	66,52	%
Regenwasser	49,46	76,19	54,92	69,59	40,78	60,55	60,62	45,48	33,48	%

Tabelle 4.2.: Regen- und Frischwasserverbrauch in der Kälteanlage im Zeitraum 2004 - 2012.

te Leitungsverlegung den Verdunstungskondensatoren zu (aufgefangene Mengen im Jahresverlauf siehe Tab. 4.2.). Wasser für Kühlzwecke zu verwenden, ist eine Technik, bei der die frei werdende Verdunstungskälte gezielt genutzt wird. Da die Brauerei auch zukünftig kontinuierlich Energie und Ressourcen einsparen will, ist Regenwasser ein idealer Baustein, der im Vergleich zur Kühlung mit Trinkwasser mehrfach Vorteile bietet. So entfallen z. B. die Gebühren für Trinkwasser und für die Ableitung von Niederschlagswasser; gleichzeitig werden wertvolle Trinkwasservorkommen geschont, indem weniger Trinkwasser verbraucht wird. Zudem muss das genutzte Regenwasser nicht enthärtet werden und spart so weitere Betriebskosten.

Die Regenwassersammelanlage der Neumarkter Lammsbräu ist mit ihren Wasserspeichern so aufgebaut, dass keine weitere Energie (Pumpenstrom) eingesetzt werden muss.

Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 522 m³ Regen aufgefangen, das sind ca. 26 % weniger als im Vorjahr. Dies entspricht 1,1 % des 2012 verbrauchten Brauchwassers. Somit war die Ausbeute des „Himmels“ im letzten Jahr nicht so ergiebig wie im Vorjahr (vgl. Tab. 4.2.).

Seit die Regenwassersammelanlage im Jahr 2003 installiert wurde, konnten eine Gesamtmenge von 6.024 m³ Wasser sowie erhebliche Mengen an Enthärtungssalz eingespart werden. Ein Ausbau des Regenwassersammelsystems ist mittelfristig geplant, so dass zukünftig ein Teil des Regenwassers ebenso für verschiedene innerbetriebliche Zwecke verwendet werden kann.

2. Wasser-Bildung: Förderung eines bewussten Umganges mit Wasser durch Sensibilisierung der Menschen

Wasserschutz ist der Neumarkter Lammsbräu ein zentrales Anliegen, das über die Mitarbeiter der Brauerei hinaus alle Menschen etwas angeht. Die Neumarkter Lammsbräu bringt das Thema Wasserschutz daher auch in der Öffentlichkeit immer wieder auf die Tagesordnung. Es fanden beispielsweise in 2012 mehrere Veranstaltungen und Diskussionsrunden zum Thema „Wasser“ statt (z. B. Wasserworkshop in Hamburg, Workshops für Journalisten, Diskussion auf der „Woche der Umwelt“ in Berlin etc.).

Eine besondere Verantwortung hinsichtlich des Wasserschutzes trägt die Mineralbrunnen-Branche. Die Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V. hat einen Standard definiert, nach dem Brunnenbetreiber ihr Mineralwasser zertifizieren lassen können, wenn es von besonderer Reinheit ist und aus umweltfreundlicher Herstellung stammt. Das Siegel wird nur verliehen, wenn zudem aktiver Wasserschutz im Unternehmen und auch darüber hinaus geleistet wird, wenn die Quelle schonend genutzt und nicht ausgebeutet wird und wenn das Unternehmen öffentlich für verstärkten Wasserschutz eintritt. Das erste solchermaßen zertifizierte Bio-Mineralwasser stammt aus dem Hause Lammsbräu, die dieses Konzept durch alle juristischen Instanzen hindurch verteidigt hat. Damit hebt die Brauerei das Thema Mineralwasserqualität ins Bewusstsein einer breiten Öffentlichkeit, insbesondere der Getränkeindustrie und der Bio-Branche und fördert so die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit dem Zustand der Wasserressourcen (siehe auch Kap. 3.1.).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
Gesamtbetrieb							
Spezifischer Wasserverbrauch	6,84	6,73	6,96	6,46	6,73	6,60	hl/hl VG*
Spezifischer Abwassermenge	4,41	4,29	4,61	4,33	4,34	4,22	hl/hl VG*
Brauerei							
Spezifischer Wasserverbrauch	5,25	5,32	5,67	5,63	5,50	5,28	hl/hl VG*
Mälzerei							
Spezifischer Wasserverbrauch	4,43	4,35	3,50	3,20	2,86	2,53	hl/dt** Fertigmalz

Tabelle 4.3.: Übersicht spezifischer Wasserverbrauchswerte für den Zeitraum 2007 - 2012. VG* = Verkaufsgetränk, dt** = Dezitonne (100 kg).

Absoluter Wasserverbrauch

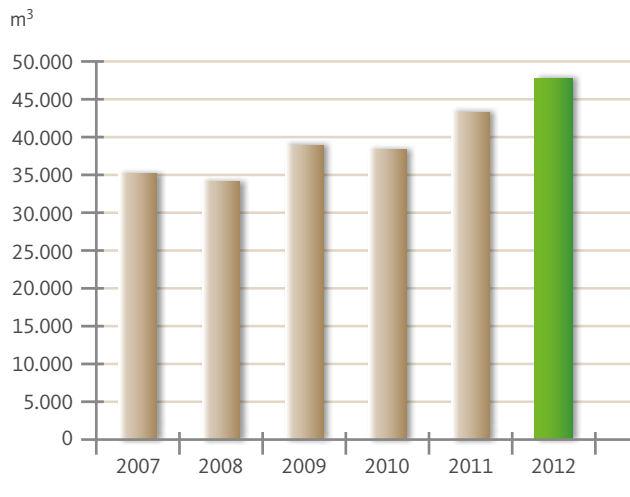


Abb. 4.4.:
Absoluter
Wasserverbrauch
von 2007 -2012.

3. Wasserschutz durch Bio-Lebensmittelanbau und Förderung von Renaturierungsmaßnahmen

Das Fundament der Umweltschutz-Anstrengungen sind die Rohstoffe und ihre Entstehung. Alle Rohstoffe, die bei der Neumarkter Lammsbräu verarbeitet werden, stammen aus dem Öko-Landbau. Damit sind ganz wesentliche Vorteile für die Wasser-Ressourcen verbunden: Durch den Verzicht auf Pestizide können weder beim Anbau noch über das Brauerei-Abwasser Rückstände ins Trinkwasser gelangen. Fruchtfolge, Beikräuter und Randstreifen stärken den Boden statt ihn auszulaugen, schützen so vor Erosion und ermöglichen eine bessere Wasserbindung. Ohne künstliche Bewässerung kann sich zudem auch der Grundwasserspiegel ungestört regulieren und sein natürliches Gleichgewicht wahren.

Darüber hinaus unterstützt die Brauerei mit den Eintrittsgeldern ihrer Brauereibesichtigungen den Neumarkter Landschaftspflegeverband, der sich im Bereich des Wasserschutzes beispielsweise durch Renaturierungsmaßnahmen von Bachläufen engagiert.

4. Wasserrecycling in verschiedenen Prozessen:

Abfüllung: Weiterverwendung des laugehaltigen Reinigungswassers der Flaschenwaschanlage für die Kastenwaschanlage (Wasserkaskadierung am Standort): Das laugehaltige Reinigungswasser wird nach der Flaschenreinigung dazu verwendet, die Getränkekästen vorzureinigen, um dann nur noch einmal mit Frischwasser nachzuspülen. Dadurch konnte bis heute der Frischwasserverbrauch deutlich gesenkt werden.

Gär- und Lagerkeller, Filtration: durch drei neue CIP-Anlagen (Cleaning In Place) konnte der spezifische Wasserverbrauch in der Brauerei gesenkt werden. Die neuen Anlagen wurden so konzipiert, dass das Wasser vor der Entsorgung mindestens zweimal verwendet wird: Das Wasser, das wir für den Spülgang nach der eigentlichen Reinigung mit Lauge verwenden, lagern wir bis zum nächsten Reinigungszyklus in einem separaten Tank. Dann machen wir uns seine leicht alkalischen Ei-

genschaften zunutze und verwenden es als sogenanntes „Stapelwasser“ zur Vorreinigung, bei der grobe Rückstände der letzten Produktion entfernt werden, bevor wir das hauptsächliche Reinigungsmittel einsetzen. Dieser letzte Spülgang erfolgt aus hygienischen Gründen wieder mit Frischwasser, das danach abermals gelagert wird – ein neuer Recyclingzyklus beginnt.

Einen Beweis für den sorgsamsten Umgang mit Wasser innerhalb der Brauerei liefert der spezifische Wasserverbrauch, der um 1,9 % im Vergleich zum Vorjahr auf 6,60 Hektoliter pro verkauftem Hektoliter Bio-Getränk gesunken ist (siehe Tab. 4.3.). Dies werten wir allerdings nur als einen kleinen Fortschritt in diesem Bereich. Als Haupthindernis für eine noch größere Effizienz sind die baulichen Rahmenbedingungen zu nennen: Seit Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt sich die Brauerei am heutigen Standort kontinuierlich weiter, die Anlagenauslegung ist somit historisch gewachsen und ermöglicht nur begrenzte Einsparungen. Würde die Neumarkter Lammsbräu eine neue, moderne Produktionsstätte auf der „grünen Wiese“ errichten, könnten die Produktwege reduziert, Anlagenanordnungen optimiert und die Wasserverbrauchsmengen noch deutlich stärker gesenkt werden.

Bei der Einsparung von 4 % Frischwasser in der Brauerei (von 5,50 auf nunmehr 5,28 Hektoliter pro verkauftem Hektoliter) fällt insbesondere die hohe Einsparung von 11,52 % in der Mälzerei auf. Hier fiel der Wert von 2,86 auf 2,53 Hektoliter Wasser pro Dezitonne Fertigmalz, was im Betrachtungszeitraum seit 2007 den besten Wert darstellt, der erreicht wurde. Insgesamt konnte dies vor allem durch neue, verbrauchsärmere Hochdruckreiniger und höhere Einwaagen pro Charge erzielt werden.

Die spezifische Abwassermenge sank 2012 auf den Rekordwert von 4,22 Hektoliter pro Hektoliter Verkaufsgetränk – eine weitere Spitzenleistung unserer Brauerei. Das liegt daran, dass die Gesamtmenge an produziertem Abwasser nicht proportional mit dem Ausstoßzuwachs sondern in geringem Maße angestiegen ist. Dies ist auf einen bewussteren Umgang mit der Ressource Wasser durch geschultes Personal sowie verbesserte Arbeitsabläufe und eine Optimierung der Produktionsplanung und -steuerung zurückzuführen.

Wie Abb. 4.4. zeigt, stieg der absolute Wasserverbrauch erwartungsgemäß mit dem erhöhten Ausstoß an (vgl. Kap. 4.1.1.: Input/Output Bilanz).

Entwicklung des Energieverbrauchs im Zeitraum 2007 - 2012

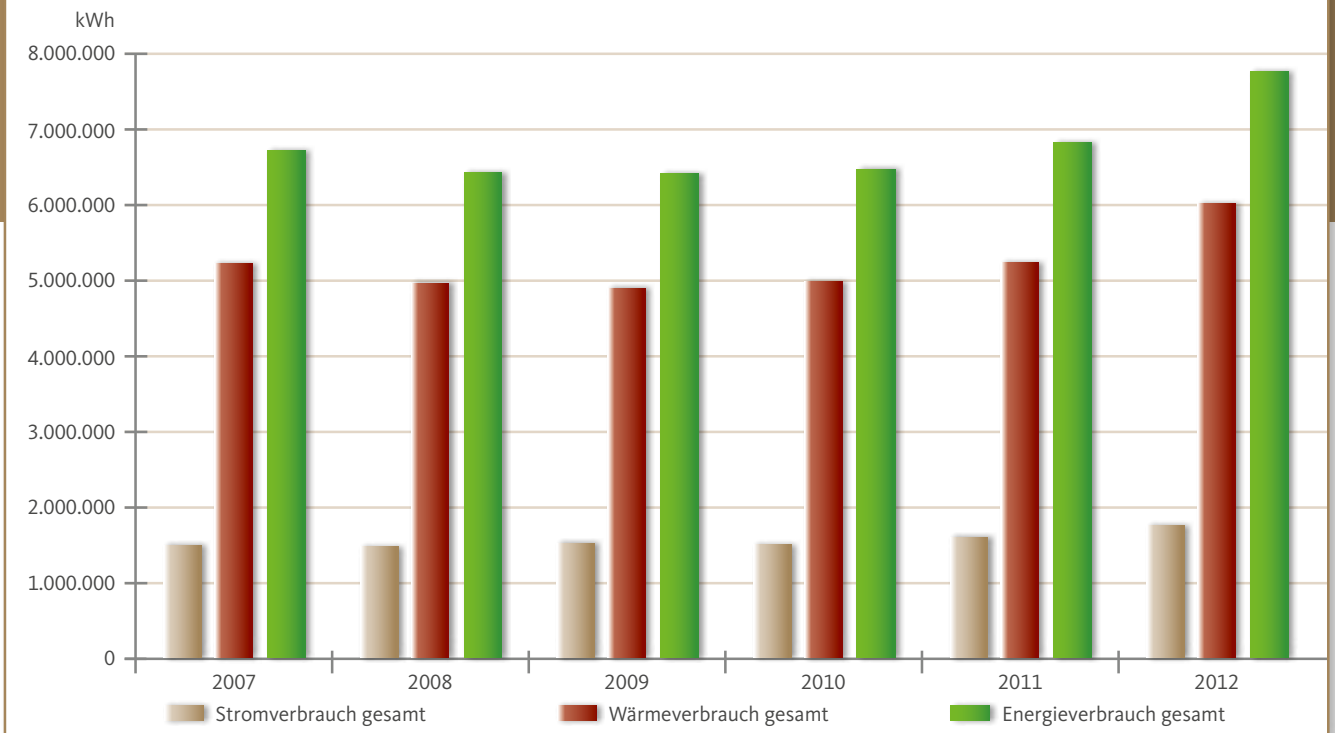


Abb. 4.5.: Grafische Darstellung des absoluten Energieverbrauchs für den Zeitraum 2007-2012.

4.1.2.3. Kernindikator Energie

Lebensmittel sind die Grundlage menschlichen Lebens, wie es der Name schon sagt. Für ihre Herstellung werden landwirtschaftliche Primärerzeugnisse mit Hilfe von Energie umgewandelt und aufbereitet, um die Inhaltsstoffe aus den Primärerzeugnissen herauszulösen und diese besser verfügbar und verwertbar zu machen. Bei konventionell erzeugten Nahrungsmitteln findet oft eine Zerlegung in Einzelkomponenten statt oder eine Versetzung mit künstlichen Zusatzstoffen, wofür zusätzliche Energie benötigt wird.

Für die Herstellung von Bio-Bier nutzt die Neumarkter Lammsbräu ausschließlich vollwertige Primärerzeugnisse; auf die Zugabe von Hilfsstoffen verzichten wir vollständig. Wir fertigen aus dem angelieferten Getreide in unserer eigenen Bio-Mälzerei hochwertiges Bio-Malz, das unter Zuhilfenahme von Wasser und Wärmeenergie vermälzt und gedarrt wird. Für die Trocknung auf der Darre verwenden wir unter anderem die Sonnenenergie der auf dem Dach der Mälzerei installierten Solaranlage.

In der Sudpfanne lösen wir sowohl dieses Bio-Malz als auch den naturbelassenen, unverarbeiteten Bio-Doldenhopfen unter Zugabe von Wärme in heißem bzw. kochendem Wasser während des Einmischens und extrahieren die Inhaltsstoffe aus den pflanzlichen Zutaten.

Zur Steuerung der Weiterverarbeitung des frischen Sudes im Gär- und Lagerkeller benötigen wir große Mengen an Kälteenergie, die wir in der hauseigenen Kälteanlage produzieren. Für den Reinigungsprozess der umweltfreundlichen Mehrwegflaschen sind vor ihrem Befüllen mit neuen Getränken ebenso erhebliche Mengen an Wärmeenergie nötig.

Die eingekaufte Energie (Strom, Erdgas, Heizöl) wird dazu verwendet, Heißwasser, Eiswasser oder Heißluft zu erzeugen, die in den verschiedenen Produktionsschritten zum Einsatz kommen. Wo es technisch möglich ist, versucht die Neumarkter Lammsbräu Wärme oder Kälte über Wärmetauschverfahren oder durch Kreislaufführung wiederzugewinnen und Energie einzusparen.

Auf der Grundlage unseres Umweltmanagementsystems integrieren wir im Laufe der nächsten Jahre Stück für Stück ein Energiemanagementsystem, welches sich an der ISO-Norm 50001 orientiert und damit dem Thema „nachhaltige und effiziente Energienutzung“ eine noch größere Bedeutung geben wird, als es bisher ohnehin schon der Fall ist.

Insgesamt verbrauchte die Neumarkter Lammsbräu im Jahr 2012 deutlich mehr Strom- und Wärmeenergie (Steigerung um insgesamt 13 %) als im Vorjahr, wie Tabelle 4.4. zeigt.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
Stromverbrauch gesamt	1.486.000	1.463.000	1.511.447	1.491.215	1.590.275	1.744.841	kWh
Wärmeverbrauch gesamt	5.211.190	4.950.241	4.883.882	4.967.040	5.216.811	6.000.464	kWh
Gesamt-Energieverbrauch	6.697.190	6.413.241	6.395.329	6.458.255	6.807.086	7.745.305	kWh

Tabelle 4.4.: Übersicht absolute Energieverbrauchs-kennzahlen für den Zeitraum 2007 - 2012.

Abb. 4.6.:
Stromverbrauch
Kälteanlage
2007 - 2012.

Der Gesamtenergieverbrauch überschritt erstmals die sieben Millionen Kilowattstunden Marke, wobei die Wärmeenergie mit 77,5 % den größten Anteil am Energiegesamtverbrauch ausmachte. Verursacht wurde der deutlich höhere Energieverbrauch auch diesmal durch den signifikant gestiegenen Getränkeausstoß im abgelaufenen Jahr. Da auch 2012 wie bereits im Jahr zuvor der Trend zu alkoholfreien Bio-Getränken unvermindert anhielt, sind beispielsweise für die Pasteurisation der alkoholfreien Bio-Getränke knapp 120.000 Kilowattstunden mehr Wärmeenergie als 2011 (dies entspricht einer Steigerung von 14,7 %) aufgewendet worden. Die Pasteurisation ist wichtig, um die Getränke haltbar zu machen.

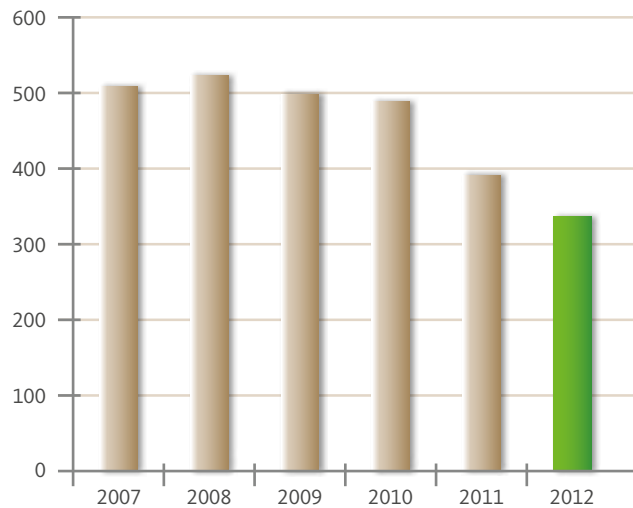
Der Stromverbrauch in der Mälzerei stieg im Vergleich zum Vorjahr um 19,4 % auf insgesamt 205.294 Kilowattstunden an. Dies ist auf die relativ hohe Getreidemenge und die Anzahl regionaler Braugetreidelieferungen durch die Erzeugergemeinschaft für Ökologische Braurohstoffe (EZÖB) zurückzuführen, die um ca. 8 % im Vergleich zum Vorjahr gestiegen ist. Für die Reinigung, Einlagerung und den Transport einer jeden Charge Bio-Braugetreides, egal welcher Größenordnung, werden in der Mälzerei strombetriebene Redler- und Elevatorenantriebe benötigt. Eine größere Anzahl direkter, regionaler Getreideanlieferungen steht für einen größeren Handling-Aufwand und somit für höheren Stromverbrauch – dies nehmen wir jedoch bewusst in Kauf, weil eine regionale Wertschöpfung auch für mehr Fairness, direkte Lieferbeziehungen und letztlich auch für die Ökologie der kurzen Wege steht. Der Wärmeverbrauch in der Mälzerei stieg um insgesamt 21,1 % auf insgesamt 1.567.895 kWh an, was auf die erhöhte Produktion an Malz zurückzuführen ist.

Die spezifischen Energie-Kernindikatoren belegen, dass der Mehrausstoß von 2012 größtenteils mit einer effizienteren Energienutzung einherging (siehe Tabelle 4.5.). Die spezifischen Verbrauchswerte von Strom und Wärme in Brauerei (bezogen auf Hektoliter Verkaufsgetränke) und Mälzerei (bezogen auf Dezitonnen Fertigmalz) sind im Betrachtungszeitraum seit 2007 auf Rekordwerte gesunken.

Die Reduktion des Stromverbrauches in der Brauerei um 4,2 % auf nunmehr 13,78 Kilowattstunden pro Hektoliter Verkaufsgetränk ist insbesondere auf die Ende 2010 installierte neue Kälteanlage zurückzuführen.

Stromverbrauch der Kälteanlage

kWh / 1.000 kWh erbrachter Leistung



Exkurs Kälteanlage:

Ende 2010 wurde eine neue, energieeffiziente Kälteanlage installiert, die Anfang 2011 in Betrieb genommen wurde. Die neue Kälteanlage sorgt dafür, dass ein hoher Anteil an Wärme zurückgewonnen werden kann. Darüber hinaus erzielen ein intelligentes Verfahren beim Kältemittelkreislauf sowie eine hohe Effizienz einen geringeren Energieverbrauch und eine optimale Leistung.

Durch eine intelligente Steuerung und Frequenzregelung der Verdichter und Pumpen wird immer nur so viel Kälte erzeugt und zu den Verbrauchern gepumpt wie notwendig, ohne dabei unnötig Volumen im Kreis zu pumpen, wodurch Energie eingespart werden kann.

Nach internen Berechnungen kam es seit der Inbetriebnahme Anfang 2011 bis Ende 2012 zu einer Stromeinsparung von ca. 30 % im Vergleich zum Durchschnittswert der Vorjahre 2007 - 2010 von ca. 500 kWh / 1.000 kWh erbrachter Leistung, was zu einer erheblichen Kosteneinsparung für Energieaufwendungen geführt hat (siehe Abbildung 4.6.).

Durch den Einbau eines Enthitzers nach den Verdichtern wird Wärme für das Betriebswarmwasser zurückgewonnen. Der Anteil an rückgewonnener Wärme ist dank der niedrigen Temperatur des Warmwassers relativ hoch (vor der Wärmerückgewinnung 25 - 45 Grad). Von großem Vorteil ist auch, dass durch die Verbindung der CO₂-Versorgung des Betriebes die im flüssigen CO₂ gespeicherte Kälte durch die CO₂-Verdampfung von -30 Grad auf -5 Grad Kälte in den Kühlkreislauf zurück gewonnen wird.

Neben dem Verzicht auf den Eisspeicher sank die Kältemittelfüllmenge (NH₃) von 2.500 kg auf 400 kg.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
Spezifischer Gesamt-Energieverbrauch	84,41	79,83	76,61	73,05	68,73	69,31	kWh/hl VG*
Prozentualer Anteil regenerativer Energie = (Anteil regenerative Energie / Gesamt- energieverbrauch)	n. b.	n. b.	6,57	6,88	23,36	22,53	%
Brauerei							
Spezifischer Wärmeverbrauch	43,30	43,02	44,00	41,68	40,18	39,67	kWh / hl VG*
Spezifischer Stromverbrauch	16,17	16,00	16,19	15,14	14,39	13,78	kWh / hl VG*
Mälzerei							
Spezifischer Wärmeverbrauch	89,39	85,44	84,89	86,07	82,79	77,19	kWh / dt** Fertigmalz
Spezifischer Stromverbrauch	10,21	10,17	11,20	10,26	11,08	10,11	kWh / dt** Fertigmalz

Tabelle 4.5.:
Übersicht spezifischer
Energieverbrauchs-
werte für den Zeit-
raum 2007 - 2012.
Der prozentuale Anteil
regenerativer Energie
am Gesamt-Energie-
verbrauch wird erst
seit 2009 erhoben.

VG* =
Verkaufsgetränk,
dt** =
Dezitonne (100 kg).
n. b.: nicht berechnet

Ebenso erfreulich war die Entwicklung der spezifischen Strom- und Wärmeverbrauchswerte in der Mälzerei. Durch die gute Ernte 2012 musste die angelieferte Gerste in der Mälzerei weniger getrocknet werden. Darüber hinaus wurden die Prozesse optimiert. Im letzten Drittel des Abdarrvorgangs wurde die Heizung ausgekoppelt und die bereits erwärmte Umluft genutzt.

Dadurch konnte der spezifische Wärmeverbrauch insgesamt um 6,8 % auf einen Wert von 77,19 kWh pro Dezitonne Fertigmalz reduziert werden. Der spezifische Stromverbrauch ist um 8,8 % auf einen Wert von 10,11 kWh pro Dezitonne Fertigmalz gesunken.

Seit Januar 2011 bezieht die Neumarkter Lammsbräu zertifizierten Strom aus Wasserkraft. Um den prozentualen Anteil regenerativer Energien am Gesamtenergieverbrauch zu ermitteln, wird der Stromanteil zu diesem ins Verhältnis gesetzt. Der leichte Rückgang des prozentualen Anteils regenerativer Energie im Vergleich zum Vorjahr ist dadurch zu erklären, dass der gesamte Wärmeverbrauch mit 13 % im Vergleich zum Gesamtstrom mit nur knapp 9 % überproportional angestiegen ist.

4.1.2.4. Kernindikatoren Abfälle und Recycling

4.1.2.4.1. Abfallbilanz

Betrachtet man die angefallenen Abfallfraktionen im Vergleich zum Vorjahr fällt auf, dass die Gesamtabfallmenge 2012 etwa 20 Tonnen, bzw. wenn man die Menge an Bodenaushub dazu rechnet, 330 Tonnen mehr betrug. Die gewaltige Menge an Bodenaushub wurde durch das zu erstellende Fundament für die neuen Druck- und Wassertanks vorgegeben. Neben 1.600 hl Bier muss auch die Last von 2.100 hl Wasser von diesem Fundament getragen werden. Das Bauschuttmaterial fiel demgegenüber in 2012 durch andere Baustellen ohne erhebliche Mengen an Abbruchmaterial wesentlich geringer aus.

Die gestiegenen Mengen an Altglas und Altetiketten sind auf die deutlich größeren Mengen an produzierten Getränken zurückzuführen. Die Menge an kompostierbaren

Abfällen (Kieselgur und Mälzereistaub) hat sich trotz der leicht angestiegenen Menge an Filterhilfsmitteln nicht verändert. Das ist auf einen sorgsamen, produktbezogenen Einsatz von Kieselgur bei der Filtration zurückzuführen. Kieselgur und Mälzereistaub als organische Abfallfraktionen wurden im vergangenen Jahr auf andere Entsorgungsmöglichkeiten hin überprüft. Hierunter fiel beispielsweise die stoffliche und energetische Verwertung in einer Abfallvergärungsanlage. Durch eine nur geringe Energieausbeute von Kieselgur und einem mit dieser Entsorgung verbundenen erhöhten Transportaufwand stellte sich diese Option allerdings weder als ökologisch, noch als wirtschaftlich sinnvoll heraus. Derzeit wird die Möglichkeit einer landwirtschaftlichen Verwertung geprüft.

Darüber hinaus konnte in 2012 im Bereich der Verpackungen bei der Neuglaslieferung eine Optimierung für recyclebare Verpackungen erzielt werden, indem begonnen wurde, auf Pappe als Zwischenmaterial zu verzichten und auf Pfand-Plastikeinlagen umzurüsten. Die Einlagen müssen somit nicht nach einmaliger Anwendung entsorgt werden, sondern sie lassen sich mehrfach wiederverwenden, wodurch die Abfallmenge verringert werden konnte.

Die Neumarkter Lammsbräu forciert neben einem effizienten Umgang mit Ressourcen und einer Minimierung anfallender Abfälle auch die Reduktion von CO₂-Emissionen, die unter anderem durch Transporte entstehen. Deshalb, und auch aus Platzgründen, sind wir gerade dabei, unsere Entsorger auf nachhaltig und logistisch sinnvolle Kriterien hin zu überprüfen, wobei wir gleichzeitig auf Wirtschaftlichkeit achten. Unser Ziel ist es, möglichst viele der regelmäßig anfallenden Abfallfraktionen in die Hand eines einzigen Entsorgers zu legen, der möglichst regional ansässig ist, nur wenige Transportkilometer und Leerfahrten im Zuge der Abfallentsorgung zurücklegt und der seine Fahrzeugflotte zum großen Teil bereits mit EURO 5 oder 6 Fahrzeugen ausgestattet hat. Darüber hinaus erwarten wir, dass dieser Entsorger Anregungen und handelbare Optionen zur logistischen Platzoptimierung anbietet. Nach Abschluss der Prüfung wird voraussichtlich in der ersten Hälfte des neuen Jahres eine dahingehende Umsetzung erfolgen.

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit	Entsorgungsart
Verwertbare Abfälle									
Altetiketten	020799	42,82	25,71	27,88	23,13	28,44	60,75	t	Verwertung
Altglas	200102	111,09	112,99	100,16	77,45	93,71	121,53	t	Verwertung
Altkästen	150102	4,57	52,23	18,62	43,19	12,90	11,70	t	Verwertung
Altmetall	170405	10,78	7,50	0,96	22,30	17,75	5,05	t	Verwertung
Altpaletten und Altholz	150103 200138	13,05	21,80	24,15	20,70	1,20	3,98	t	Verwertung
Altpapier und Aktenvernichtung	200101	14,73	18,76	27,30	33,50	23,63	27,18	t	Verwertung
Aluminium (Schraubverschlüsse, Kapseln)	170402	3,70	5,35	3,16	1,69	2,08	1,22	t	Verwertung
Bauschutt	170904	0	20,85	4,90	9,80	57,08	15,10	t	Verwertung
Bodenaushubmaterial*	170504	0	0	0	0	0	330,00	t	Verwertung
Elektro(nik)-Altgeräte / Elektroschrott	200136	0	0,30	0	0	0	0,3	t	Verwertung
Kohlenteerhaltige Bitumengemische	170302	0	0	0	47,36	0	7,00	t	Verwertung
Kühlschränke/Getränkeautomaten	200136	12	15	0	10	16	38	Stck.	Verwertung
Kunststofffolien**	150102	40	2,28	3,70	3,76	4,82	4,62	t	Verwertung
Polystyrol (Styropor)	200139	10	20	2,5	22,5	5,0	22,50	m ³	Verwertung
Gesamt:							588,4	t	
Kompostierbare Abfälle									
Kieselgur / Filterhilfsmittel	020799	83,40	83,40	69,60	83,10	82,65	82,65	t	Kompostierung
Mälzereistaub (Entsorgung mit Kieselgur)	020701	3,60	3,60	3,60	8,25	8,25	8,25	t	Kompostierung
Gesamt:							90,9	t	
Gefährliche Abfälle									
Altlaug (Spüllauge)	110107	0	5,36	3,63	0	3,03	4,54	t	Verwertung
Altöl	130205	0,60	0,50	1,10	0,58	0,50	0,40	t	Verwertung
Ammoniak flüssig ***	160504					2,30	0	t	Verwertung
Aufsaug- und Filtermaterialien (Schmierstoffe/Frostschutzmittel)	150202	0	0,50	0	0	0	0,2	t	Verwertung
Kältemaschinenöl****	130204	0	0	0	0	0	0,005	t	Verwertung
Kältemittel****	140601	0	0	0	0	0	0,03	t	Verwertung
Labor- und Altchemikalien	070704	0,025	0	0,075	0	0	0,016	t	Verwertung
Leuchtstoffröhren	200121	0,18	0	0	0	0	0,02	t	Verwertung
Ölfiler/Ölabscheiderinhalte	160107 130502 130501	1,48	0	1,48	0,45	0	3,08	t	Verwertung
Reinigungsemulsionen	130802	0	0	0	0,43	0,58	0,34	t	Verwertung
Gesamt:							8,6	t	Verwertung
Hausmüllähnlicher Gewerbeabfall									
Restmüll	200301	18,53	23,30	25,29	29,64	26,72	28,29	t	Verwertung
Altreifen									
Altreifen	160103	15 Stck.	9 Stck.	37 Stck.	23 Stck.	4 Stck.	0,4	t	Verwertung
Abfallgesamtmenge		310,62	384,43	315,60	405,33	365,64	716,6*/ 386,6	t	

Tabelle 4.6.: Abfallbilanz von Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2007-2012.

* Einmaliger Bodenaushub mit Sand und Steinen. Aus diesem Material werden Versatzbaustoffe hergestellt, mit denen in Bergwerken die durch Salzabbau entstehenden Schächte wieder aufgefüllt werden.

** Ab Mitte 2007 wird das Gewicht der entsorgten Kunststofffolien erfasst. Bis Mitte 2007 konnte lediglich das Volumen der entsorgten Folien dokumentiert werden.

*** Die Abfallart „Ammoniak flüssig“ fiel 2011 im Zuge der Installation der neuen Kälteanlage einmalig an. Das Ammoniak aus der alten Kälteanlage wurde ordnungsgemäß in einer Spezialanlage aufbereitet.

**** Die Abfallarten „Kältemittel“ und „Kältemaschinenöl“ fielen 2012 einmalig im Zuge des Austausches des Kältemittels an. Kältemittel hat vorher H-FCKW beinhaltet, Aufbereitung des ozonschädlichen Mittels durch Destillation, anschließende Verwertung zu Salz- und Fluorsäure; neues Kältemittel ist H-FCKW frei. Altes Kältemaschinenöl auf Mineralölbasis wurde auf Estheröl umgestellt, in Kombination mit dem neuen Kältemittel anwendbar. Altes Kältemaschinenöl wird thermisch verwertet.

Abfallmenge 2012 anteilig

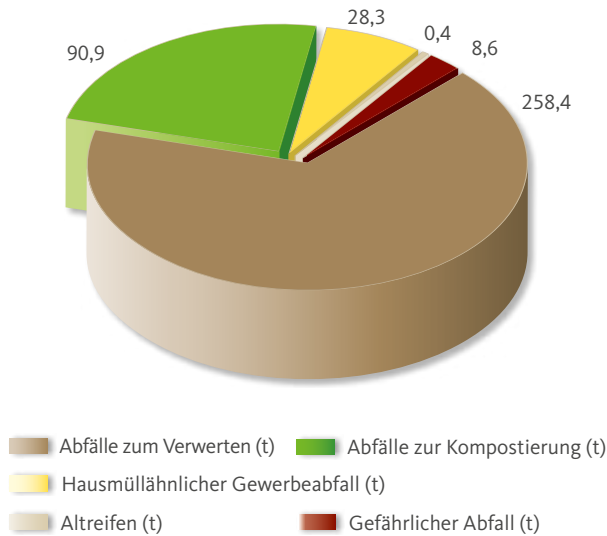


Abb. 4.7.:
Mengenmäßige
Verteilung aller
angefallenen Abfälle
2012 ohne einmaligen
Bodenaushub.

Vom bereits erwähnten, einmalig angefallenen Bodenaushubmaterial abgesehen, konnte die Kennzahl der „spezifischen Abfallmenge“ im betrachteten 6-Jahreszeitraum auf einen Rekordwert von 3,46 kg Abfälle pro Hektoliter Verkaufsgetränk gesenkt werden wie Tabelle 4.7. zeigt. Im Vergleich zum Mehrausstoß an Hektolitern sind die Abfälle nur unterproportional stark angestiegen, was diese gute spezifische Abfallmenge erklärt.

Die Verwertungsquote stieg ohne den Bodenaushub geringfügig, mit dem Aushub sehr stark an. Sowohl der Wert für die brauereispezifischen Abfälle als auch die spezifische Menge gefährlicher Abfälle haben sich leicht verschlechtert. Dennoch liegt der Wert für die brauereispezifischen Abfälle im gesamten Betrachtungszeitraum seit 2007 noch an zweiter Stelle und ist somit immer noch positiv zu bewerten.

Die Verschlechterung der gefährlichen Abfälle ist auf den erhöhten Ausstoß an Hektolitern zurückzuführen. Durch den damit verbundenen gestiegenen Reinigungsaufwand mussten im vergangenen Jahr ca. 1,5 Tonnen mehr Altlauge/Spüllauge und ca. drei Tonnen mehr ÖlfILTER/Ölabscheiderinhalte als im Jahr zuvor als gefährlicher Abfall entsorgt werden. Zusätzlich kam die Einmalmenge an Kältemittel und -maschinenöl hinzu, die mit 0,035 Tonnen zu Buche schlägt.

Angefallene Abfallarten 2007 - 2012

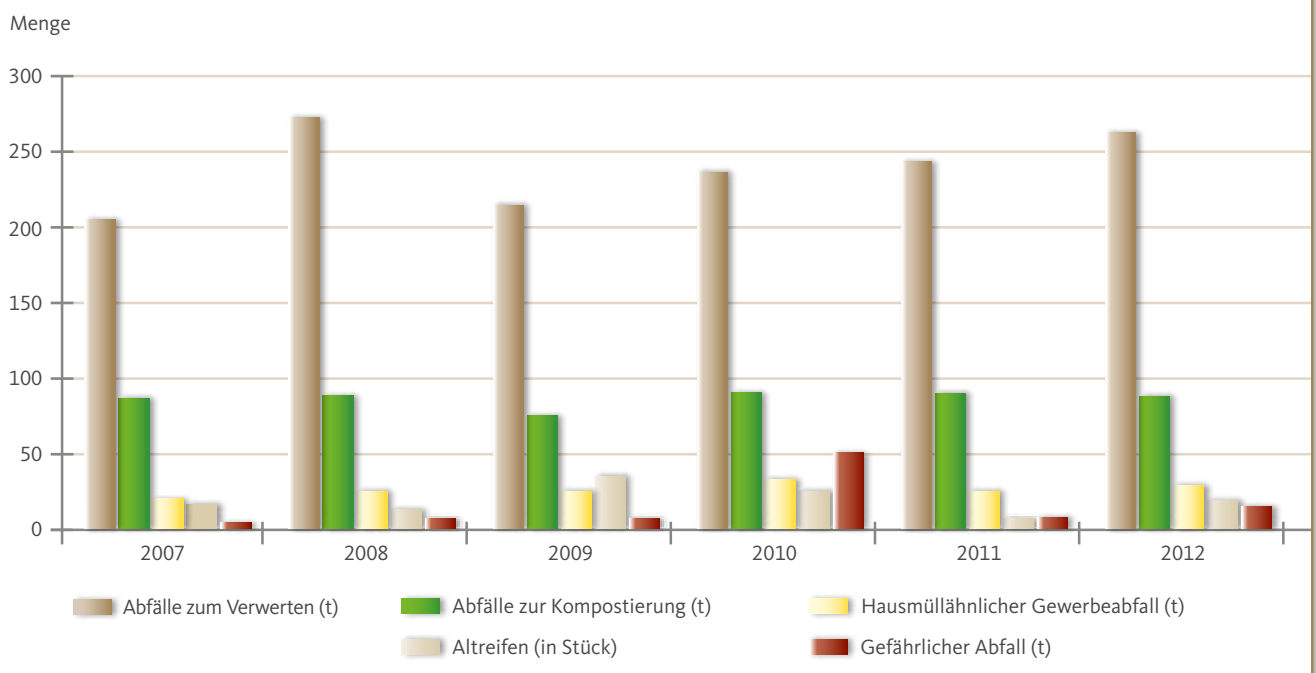


Abb. 4.8.: Mengenmäßige Verteilung angefallener Abfälle von 2007 -2012 ohne einmaligen Bodenaushub.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
Spezifische Abfallmenge (Abfallgesamtmenge / Menge Verkaufsgetränke)	3,91	4,78	3,78	4,58	3,69	6,41*/ 3,46	kg/hl VG
Verwertungsquote	66,11	69,65	66,80	58,96	66,08	82,16*/ 66,91	%
Brauereispezifische Abfälle (diverse Abfallfraktionen / Menge Verkaufsgetränke ¹⁾)	3,26	3,73	2,92	2,90	2,33	2,63	kg/hl VG
Spezifische Menge gefährlicher Abfälle (Menge gefährlicher Abfälle / Menge Verkaufsgetränke)	0,03	0,08	0,08	0,55	0,06	0,08	kg/hl VG

Tabelle 4.7.: Spezifische Abfallindikatoren der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2007-2012.

* Berechnung jeweils mit Bodenaushub

¹⁾ Brauereispezifische Abfälle beinhalten folgende Abfallfraktionen: Altetiketten, Altglas, Altkästen, Altpaletten und Altholz, Kieselgur, Mälzereistaub, Altlauge, Labor- und Altchemikalien sowie Reinigungsemulsionen.

4.1.2.4.2. Umgang mit Gefahrstoffen

In jedem Lebensmittel produzierenden Unternehmen finden Reinigungs- und Desinfektionsmittel Anwendung. Anlagen und Rohrleitungen, die in Kontakt mit Lebensmitteln kommen, sowie Abfüllbehältnisse müssen den Hygieneanforderungen entsprechen und lebensmittelrein sein. Viele Reinigungs- und Desinfektionsmittel werden aufgrund ihrer gesundheits- und umweltgefährdenden Eigenschaften als Gefahrstoffe eingestuft.

Wir gehen mit Gefahrstoffen sorgsam um: Reinigungs- und Desinfektionsmittel dosieren wir mit Hilfe von Systemen entsprechend der Einstellung. Reinigungslaugen werden „nachgeschärft“ und so oft wie möglich im Kreislauf geführt. Alle Gefahrstoffe lagern wir vorschriftsmäßig in Auffangwannen, um Boden- und Grundwasserverschmutzungen zu vermeiden. Verbrauchte Reinigungs- und Desinfektionsmittel sowie Gefahrstoffe entsorgen wir ordnungsgemäß. Sämtliche Lagertanks, in denen umweltrelevante Stoffe lagern (z. B. Heizöl, Diesel) warten und überprüfen wir regelmäßig, um mögliche Umweltgefährdungen zu minimieren.

4.1.2.4.3. Wertstoff- und Kuppelproduktebilanz

Aus Stroh Gold machen – das ist der Lieblingswunsch vieler Menschen. Eine ähnliche Strategie verfolgt die Neumarkter Lammsbräu seit vielen Jahren. Allerdings wird dafür kein Stroh verwendet, sondern die im Produktionsprozess anfallenden Kuppelprodukte und Wertstoffe, wie z. B. Öko-Treber, Öko-Malzkeime, aber auch Altglas, alte Aluminiumschraubverschlüsse, Altpapier, alte Getränkekästen oder gesammelte Plastikfolien.

Bei der Analyse der Einnahmen-Ausgaben-Bilanz fällt insbesondere auf, dass die Entsorgungskosten sich in 2012 nahezu verdoppelt haben im Vergleich zum Vorjahr, was an der Entsorgung der riesigen Menge Bodenaushubmaterials (überwiegend Sand und Steine) für rund 30.000 € lag. Betrachtet man die Entsorgungskosten ohne diesen Posten, sind sie im Vergleich zum Vorjahr wiederum deutlich gesunken, wie die Tabelle 4.8. aufzeigt.

Die Wertstoff Erlöse, die sich aus den verkauften Nebenprodukten ergeben (siehe Input/Outputbilanz in Kap. 4.1.1.), sind im Vergleich zu den beiden Vorjahren relativ deutlich angestiegen, was insbesondere auf das Wechseln zu einem neuen Treber-Abnehmer zurückzuführen ist, der pro Mengeneinheit einen 25 % höheren Preis bezahlt. Der schlussendliche Gewinn wird zwar durch die hohen Entsorgungskosten stark geschmälert, fällt im Vergleich zum Vorjahr durch die gestiegenen Erlöse dennoch nur um ca. 6.000 € geringer aus.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
Entsorgungskosten	21.016,68	12.912,51	12.363,90	14.505,52	28.085,19	50.654,19*/ 21.327,94	EUR
Wertstoff Erlöse aus Kuppelprodukten und verkäuflichen Abfällen	79.517,41	94.324,26	83.299,64	103.282,53	105.905,26	122.207,58	EUR
Gewinn	+ 58.500,73	+ 81.411,76	+ 70.935,74	+ 88.777,02	+ 77.820,06	+ 71.553,39*/ + 100.879,64	EUR

* Berechnung jeweils mit Bodenaushub

Tabelle 4.8.: Gegenüberstellung der Entsorgungskosten und Wertstoff Erlöse aus verwertbaren Abfällen (Altglas, Altpapier, Altfolien, Schraubverschlüsse und Altmetail) und Kuppelprodukten (Hefe, Treber, Malzkeime, Bokashi).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
Von Neumarkter Lammsbräu eingekaufte Gesamtmenge Bio-Braurohstoffe (Gerste, Weizen, Dinkel, Hopfen)	2.749	2.158	1.649	1.316	2.536	2.232	t
Die für den Anbau der eingekauften Gesamtmenge Braurohstoffe benötigte Anbaufläche	881	699	538	436	809	723	ha
CO _{2e} für konventionellen landwirtschaftlichen Anbau auf gleicher Anbaufläche	8.188	6.496	5.001	4.050	7.515	6.720	t
CO _{2e} aus Strombezug	449	424	579	514	0	0	t
CO _{2e} betriebliche Feuerungsanlagen	1.146	1.047	1.119	1.083	1.157	1.323	t
CO _{2e} Fuhrpark (Lkw und Pkw)	177	201	202	192	210	212,5	t
CO _{2e} Gabelstaplerverkehr	16	27	30	26	32	31	t
Summe erzeugter CO_{2e}	9.976	8.195	6.931	5.865	8.914	8.287	t
Einsparung CO _{2e} durch ökologischen Landbau	4.092	3.246	2.499	2.025	3.757	3.360	t
davon Einsparung CO _{2e} in der Region durch regionalen Bezug von Bio-Braurohstoffen	1.040	1.118	1.023	403	1.480	1.587	t
Einsparung CO _{2e} Pflanzenöltreibstoff	26	24	21	12	6	2	t
Summe eingesparter CO_{2e}	4.118	3.270	2.520	2.037	3.763	3.361	t
Bilanz Treibhauseffekt: erzeugte CO_{2e} – eingesparte CO_{2e}	5.858	4.925	4.411	3.828	5.151	4.926	t

Tabelle 4.9.: Ermittlung des Treibhauseffekts von Neumarkter Lammsbräu auf Basis von CO₂-Äquivalenten.

Berechnungen erfolgen ohne Einbeziehung von Vorstufen für Energiebereitstellung für Heizöl bzw. Diesel sowie ohne Einbeziehung von Transportwegen. Umrechnungsfaktoren werden im Anhang erläutert.

4.1.2.5. Kernindikator Emissionen

Der „Treibhauseffekt“ ist eine rechnerische Bilanzierung der klimarelevanten Emissionen aus vor- und nachgelagerten Unternehmensaktivitäten sowie aus dem Produktionsbetrieb der Neumarkter Lammsbräu. Die Berechnungsgrundlage für die Kennzahl wird im Anhang erläutert.

Mittel- und langfristig strebt die Neumarkter Lammsbräu an, die klimarelevanten, betrieblichen Emissionen kontinuierlich zu reduzieren, da die Thematik des Klimawandels die wahrscheinlich größte ökologische Herausforderung unserer Zeit ist. Als umweltbewusster Betrieb ist es uns demnach eine selbstverständliche Aufgabe, unseren CO₂-Fußabdruck zu verringern. Die Brauerei wird in diesem Zusammenhang im neuen Jahr eine Klimastrategie erarbeiten, im Rahmen derer die Erhebung eines CO₂-Fußabdruckes zur optimierten Erfassung und Darstellung der anfallenden CO₂-Äquivalente (CO_{2e}) eine maßgebliche Rolle spielen wird.

Die Tabelle 4.9. gibt Auskunft über die Summe der verschiedenen Emissionen (CO₂, N₂O, NO_x, CO, CH₄, FCKW) als sogenannte „CO₂ Äquivalente“ (CO_{2e}). Diese Emissionen entstehen bei der landwirtschaftlichen Erzeugung der Braurohstoffe (kalkuliert auf Basis der für die verarbeiteten Braurohstoffe benötigten Anbaufläche), bei der Erzeugung des in der Brauerei verbrauchten Stroms, durch die betrieblichen Feuerungsanlagen und die Fahrzeugflotte der Neumarkter Lammsbräu (Lkw, Pkw und Gabelstapler). Diese Emissions-Summe wird den Emissions-Gesamteinsparungen gegenübergestellt, die sich durch den Rohstoffbezug aus ökologischem Landbau und dem mittlerweile

nur noch geringen Einsatz von kaltgepresstem, regionalen Pflanzenöl im firmeneigenen Fuhrpark ergeben. Der regionale Emissions-Einspareffekt durch den Bezug von Braurohstoffen aus der Region wird informativ dargestellt.

Im Geschäftsjahr 2012 entstanden durch den Rohstoffbezug, die standortbezogenen Aktivitäten sowie durch den betriebseigenen Fuhrpark etwa 8.287 Tonnen CO₂-Äquivalente, was im Vergleich zum Vorjahr einer Verringerung von ca. 7 % entspricht. Das liegt hauptsächlich daran, dass insgesamt weniger Rohstoffe gekauft und mit einer geringeren Anbaufläche kalkuliert wurde, da aus den Lagerbeständen noch einiges aus dem Vorjahr verwendet wurde. Auffällig ist, dass die Emissionen aus der vorgelagerten Landwirtschaft, die für die Erzeugung der Bio-Braurohstoffe anfallen, mit mehr als 80 % den größten Anteil bilden. Bei der Berechnung nicht berücksichtigt sind die Emissionen, die bei der Erzeugung und Herstellung der Limonadenrohstoffe entstehen. Dieser Posten würde den Emissionsanteil der vorgelagerten Prozessschritte nochmals deutlich erhöhen.

Die Werte bei Fuhrpark und Staplerbetrieb halten sich im Vorjahresvergleich in etwa die Waage. Das liegt daran, dass der Kraftstoffverbrauch mit leichten Abweichungen in etwa gleich geblieben ist, sowie an Verbesserungen im Fuhrpark. Ein älteres Lkw-Modell mit Euro Norm 0 ist gegen ein Euro Norm 5 Modell ausgetauscht worden, zwei ältere Pkw Modelle (Euro 2 und 3 Norm) sind ebenfalls gegen ein Fahrzeug mit Euro 5 Norm ausgewechselt worden. Dadurch sinken die Schadstoffausstöße, da zur Berechnung der Emissionswerte niedrigere Faktoren her-

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Einheit
CO ₂	20,16	18,53	20,57	18,25	11,90	12,02	kg / hl VG
SO ₂	2,63	1,85	4,66	2,72	3,11	2,99	10 ⁻³ kg / hl VG
NO _x	1,28	1,32	1,37	1,21	1,21	1,18	10 ⁻² kg / hl VG
Staub, Ruß, Partikel	0,73	0,73	1,12	0,80	0,86	0,82	10 ⁻³ kg / hl VG

Tabelle 4.10.: Spezifische, standortbezogene Emissions-Kernindikatoren der Neumarkter Lammsbräu (Emissionen aus Strombezug, Feuerungsanlagen und Gabelstaplerbetrieb) für den Zeitraum 2007-2012.

angezogen werden. Grundsätzlich achtet die Brauerei bei allen Neuanschaffungen auf schadstoffarme Fahrzeuge. Bei allen Emissionen, die im Fuhrpark entstehen, werden seitens der Neumarkter Lammsbräu in Zukunft durch gezielte Maßnahmen (siehe Ziele Fuhrpark in Kap. 6) weitere CO_{2e}-Reduktionen erwartet.

Durch den Hektoliteranstieg und die damit verbundene erhöhte Produktionstätigkeit haben wir mehr Heizöl und Gas verbraucht, somit ist im Bereich der betrieblichen Feuerungsanlagen insgesamt ein Anstieg an CO_{2e} von 12,5 % im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen.

Positiv in unserer Emissionsbilanz machte sich auch in diesem Jahr wieder bemerkbar, dass wir seit Januar 2011 klimaneutralen, zertifiziertem Strom aus Wasserkraft beziehen.

Die spezifischen, standortbezogenen Emissions-Kernindikatoren für die Neumarkter Lammsbräu sind in Tabelle 4.10. zusammengefasst. Die Indikatoren, bezogen auf Hektoliter Verkaufsgetränk, haben sich im Vergleich zum Vorjahr fast alle verbessert und sind somit dem fallenden Trend abgegebener Emissionen der Vorjahre gefolgt. Le-

diglich die CO_{2e}-Emissionen haben einen leichten Anstieg zu verzeichnen, was auf den höheren Verbrauch an Wärme in den Feuerungsanlagen zurückzuführen ist, der aufgrund unserer verstärkten Produktionstätigkeit entstanden ist.

4.1.2.5.1. Transportbedingte Emissionen

Neben den standortbezogenen, betrieblichen klimarelevanten Emissionen berichtet die Neumarkter Lammsbräu seit vielen Jahren auch über die durch den eigenen Fuhrpark verursachten Emissionen, die mit nur 3 % der Gesamtemissionen in Relation gesehen einen relativ geringen Anteil ausmachen (vgl. Tab. 4.9.). Wie Abbildung 4.9. zeigt, ist der gesamte Treibstoffverbrauch im Vergleich zum Vorjahr wieder leicht abgefallen. Insgesamt verbrauchten die verschiedenen Fahrzeuge der Brauerei im vergangenen Jahr 95.086 Liter Kraftstoffe, 2,3 % weniger als im Jahr zuvor. Da sich der Markt der Motoren- und Kraftstoffe leider nicht, wie noch vor einigen Jahren erhofft, positiv im Bereich des Pflanzenöls als Alternativtreibstoff entwickelt hat, sieht man im Verlauf der letzten Jahre einen eindeutig rückläufigen Trend im Verbrauch von Pflanzenöl. Die Ursache hierfür sind gesetzliche Auflagen und der „Boycott“ der Mineralöl- und Motorenindustrie, die dem dezentralen System der alternativen Treibstoffgewinnung im Weg

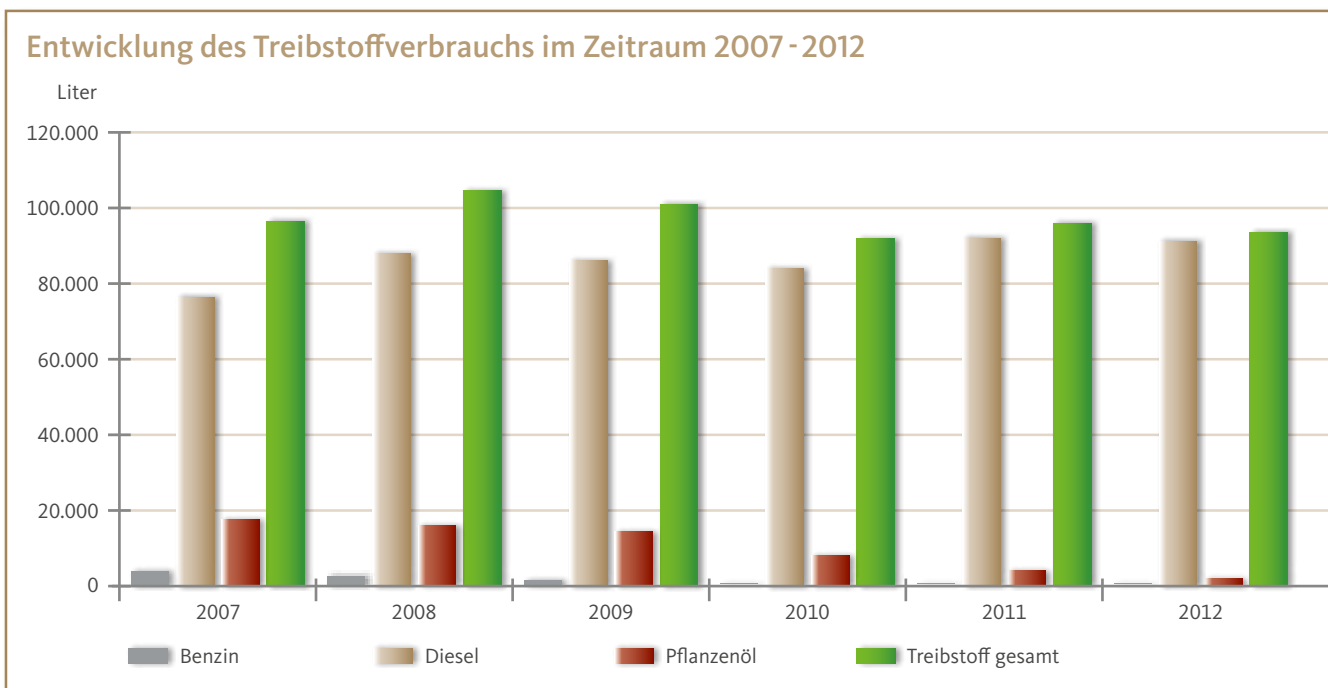


Abb. 4.9.: Entwicklung des Treibstoffverbrauchs (Diesel, Pflanzenöl und Benzin) bei Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2007 - 2012.

Sonstige Fuhrpark-Emissionen im Zeitraum 2007 - 2012

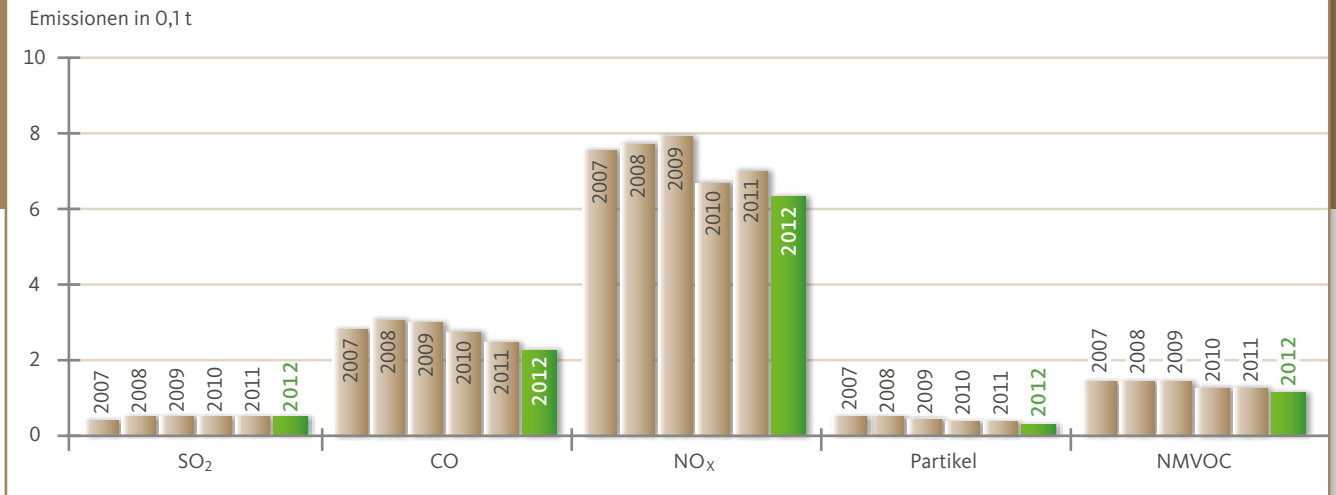


Abb. 4.10.: Entwicklung sonstiger Fuhrpark-Emissionen im Zeitraum 2007 - 2012 (SO₂, CO, NO_x, Partikel, NMVOC).

stehen. Dezentralität würde neben der verstärkten Unabhängigkeit kleinerer, regionaler Unternehmen gleichzeitig einen Profit- und Machtverlust der zum Großteil auf Monopolisierung basierenden Konzerne zur Folge haben, was seitens dieser großen Unternehmen nicht erwünscht ist.

Unter Klimaschutzaspekten betrachtet, konnte die Neumarkter Lammsbräu durch den Einsatz des rein regional hergestellten Pflanzenöls in den letzten sechs Jahren immerhin insgesamt 91 Tonnen Kohlendioxid einsparen und dadurch einen kleinen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung leisten. In den nächsten Jahren wird hier jedoch aus genannten Gründen eine weitere Abnahme erwartet.

4.1.2.5.2. Emissionen aus Fuhrpark (Lkw und Pkw)

Bei der Neuanschaffung von Fahrzeugen (Lkw und Pkw) gehören Spritverbrauch und Emissionswerte immer zu den Entscheidungskriterien, wie bereits eingangs erläutert. Mit dem Thema Elektromobilität beschäftigt sich seit Mitte 2012 ein kleiner Arbeitskreis, der aus Neumarkter Unternehmen besteht und zu dem auch die Neumarkter Lammsbräu gehört. Alle haben ein Interesse an der fortlaufenden Entwicklung dieser – bei Speisung mit Ökostrom – sehr emissionsarmen Technologie und denken darüber nach, ihre Fahrzeugflotte um elektrisch betriebene Fahrzeuge zu erweitern. Weitere Ansätze in diese Richtung gibt es im Rahmen eines kommunalen E-Mobilitätskonzeptes namens eMAS (emissionsfreie, lärmarme Mobilität in der Region Amberg-Sulzbach), bei dem sich die Brauerei engagiert.

CO₂-Emissionen Fuhrpark 2007 - 2012

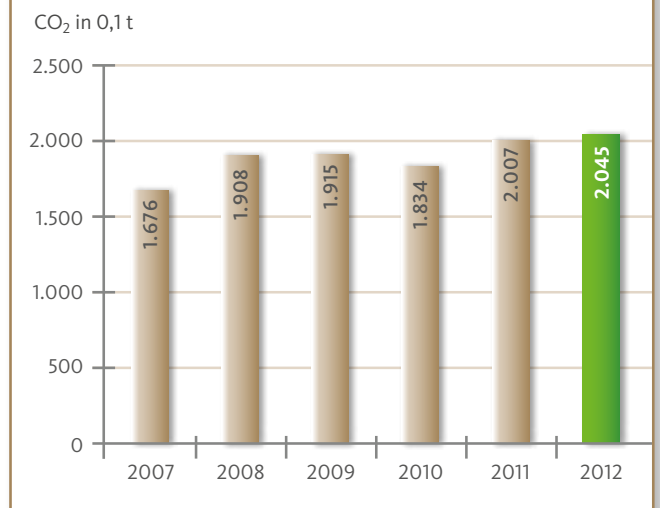


Abb. 4.11.: Betrachtung der CO₂-Emissionen des Fuhrparks der Neumarkter Lammsbräu im Zeitraum 2007-2012.

Die Neumarkter Lammsbräu plant die Anschaffung eines Elektroautos. Wir wollen dieses Fahrzeug vorerst im Kurzstreckenverkehr einsetzen, der wegen kalter Motoren zu besonders hohen Emissionen führt. Für Strecken über 150 km reichen die derzeit verfügbaren Batterien noch nicht aus. Ebenso überlegen wir, ein Elektrofahrrad für Botengänge anzuschaffen.

Der gesamte Fuhrpark der Neumarkter Lammsbräu bestand 2012 aus 16 Pkw und 11 Lkw. Durch den leicht verringerten Treibstoffverbrauch und Neuerungen technischer Art im Fuhrpark (siehe Kapitelanfang) sind die sonstigen Emissionen leicht zurück gegangen (siehe Abb. 4.10.). Durch eine geringe Zunahme im Bereich des Lkw Treibstoffverbrauches und einem dafür höher angesetztem CO₂-Berechnungsfaktor im Vergleich zu den Pkw sind die CO₂-Emissionen leicht angestiegen (siehe Abb. 4.11. und 4.12.).

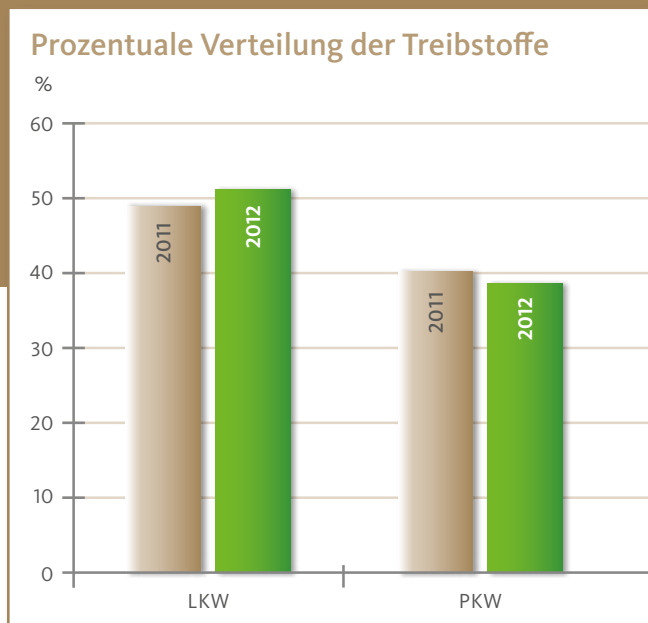


Abb. 4.12.: Prozentuale Verteilung der Treibstoffe im Fuhrpark 2011 und 2012

4.1.2.5.3. Emissionen aus Staplerbetrieb

Die Neumarkter Lammsbräu hatte 2012 vier dieselbetriebene Gabelstapler im innerbetrieblichen Logistikeinsatz, zusätzlich drei Stapler mit Elektroantrieb sowie einen gasbetriebenen Stapler. Die vier dieselbetriebenen Gabelstapler hatten trotz des erhöhten Gesamtausstoßes an Bio-Getränken einen kumulierten jährlichen Gesamtverbrauch von nur 9.313 Litern Diesel – das waren im Vergleich zum Vorjahr ca. 3 % weniger. Dies ist überwiegend auf einen erhöhten Einsatz der elektrisch betriebenen Stapler zurückzuführen.

Damit einher gingen auch die Emissionswerte zurück, wie die Tabelle 4.11. illustriert. Zur Luftreinhaltung und zum Schutz der Mitarbeiter sind die dieselbetriebenen Stapler mit Rußfilter ausgerüstet.

4.1.2.5.4. Lärmemissionen

Lärm und Geräusche gehören in der modernen, industrialisierten und verstädterten Welt von heute dazu. Die von Betrieben ausgehende „akustische Verschmutzung“ ist ein wichtiges Thema, das aufgrund verschärfter gesetzlicher Bestimmungen auch zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen wird. Die Neumarkter Lammsbräu bemüht sich stets, die lärmrelevanten Auflagen einzuhalten bzw. zu unterschreiten. Das Brauereigelände, das sich beim Bau der Brauerei Ende des 19. Jahrhunderts noch weit außerhalb der Stadtgrenzen Neumarkts befand, ist mittlerweile von Wohngebieten und Straßen umschlossen. Die größten Lärmproblemzonen sind Mälzerei und Brauereihof: Bei der Getreideannahme sowie beim Verladen der Produkte auf Lastkraftwagen entstehen Lärmemissionen, die sich jedoch im Rahmen der zulässigen Grenzwerte befinden. Um eine mögliche Lärmbelästigung für Anwohner, insbesondere in den Sommermonaten zu minimieren, wird die Getränkekommissionierung im Brauereihof zeitlich eingeschränkt. Eine externe Arbeitssicherheitsfachkraft führt regelmäßig interne Lärmmessungen durch.

	2007	2008	2009	2010	2010	2012	Einheit
CO ₂	108	234	256	220	2011	268	dt
CO	5,17	1,61	1,70	1,47	277	1,84	dt
NO _x	1,42	2,62	2,87	2,46	1,93	3,01	dt
NMVOOC	0,89	0,56	0,61	0,53	3,11	0,65	dt
Partikel*		0,20	0,22	0,20	0,67	0,23	dt

Tabelle 4.11.: Emissionswerte aus Gabelstapler-Betrieb für den Zeitraum 2007 - 2012. *Partikelemissionen werden erst seit 2008 berechnet.

4.1.2.6. Kernindikator Biodiversität

Die Konvention über die biologische Vielfalt (Convention on Biological Diversity, CBD, ausgehandelt 1992 in Rio de Janeiro) definiert Biodiversität als die „Variabilität unter lebenden Organismen jeglicher Herkunft, darunter unter anderem Land-, Meeres- und sonstige aquatische Ökosysteme und die ökologischen Komplexe, zu denen sie gehören“²⁾. Hier sind neben der Artenvielfalt auch die Vielfalt der Gene, der Ökosysteme und deren Wechselbeziehungen einbezogen.

Für Wirtschaftsunternehmen stellt sich Biodiversität oftmals als ein sehr abstrakter Begriff dar. Dadurch ist es nicht leicht, einen unternehmerischen Beitrag zur Biodiversität zu leisten, wie er von umweltzertifizierten Unternehmen gefordert wird. Denn er kann primär nur qualitativ beschrieben und äußerst schwierig gemessen werden. Der Vorteil der Neumarkter Lammsbräu liegt darin, dass das Kerngeschäft der Bio-Bierherstellung durch die eigene Mälzerei und die Bio-Vertragslandwirte unmittelbar mit der Biodiversität zusammenhängt. Denn Biodiversität beginnt auf dem Acker. Insofern beschäftigt sich die Brauerei aus Überzeugung mit Arten- und Naturschutz.

Um ein stärkeres Bewusstsein für das sensible Thema zu schaffen, steht für die Brauerei die Bildungsarbeit zum Thema „Biodiversität“ an oberster Stelle und wird mittels verschiedener Maßnahmen für Mitarbeiter und Lieferanten sowie in Zusammenarbeit mit externen Partnern kontinuierlich umgesetzt.

4.1.2.6.1. Mitarbeiter der Brauerei

Mitarbeiter werden in konkrete praktische Arbeiten eingebunden, wie beispielsweise in dem Projekt „Streuobstwiese“. Die Auszubildenden bewirtschafteten im Rahmen der „AG (Auszubildende Gestalten) Zukunft“ eine Streuobstwiese und lernten dabei auf spielerische Art die Natur kennen. Dieses Projekt wurde im Herbst 2012 eingestellt (siehe Kapitel 2.4.1.4.), es wird im Folgejahr jedoch voraussichtlich von einigen Mitarbeitern als Projektgruppe fortgeführt.

²⁾ United Nations (1992): Convention on biological diversity 1992. URL: < <http://www.cbd.int/doc/legal/cbd-en.pdf> > Zugriff am 22.3.2013



Auf den Arbeitertagen und in der monatlichen Mitarbeiter-Zeitung erfährt die Belegschaft immer wieder Neues zu Biodiversitäts- und Naturschutzthemen. Darüber hinaus werden die Mitarbeiter zu naturkundlichen Spaziergängen eingeladen, bei denen sie sehen können, welche Erfolge die umgesetzten Kulturlandpläne innerhalb der Erzeugergemeinschaft ökologischer Braurohstoffe verzeichnen, die im folgenden Kapitel näher erläutert werden.

4.1.2.6.2. Lieferanten der Bio-Braurohstoffe

Mit den Bio-Vertragslandwirten der EZÖB als handelnde Akteure versuchen wir in der praktischen Umsetzung die Vielfalt der Arten zu bewahren, indem wir jedes Jahr maßgeschneiderte Naturschutzaktivitäten auf den Höfen zweier Bio-Bauern finanzieren. Der sogenannte „Kulturlandplan“ ist ein von einer Naturschutzexpertin erstellter, auf mehrere Jahre ausgelegter und auf die spezifischen Gegebenheiten angepasster Maßnahmenplan, mit dessen Hilfe die Bio-Landwirte aktiv zum Schutz von Pflanzen, Tieren und der Natur beitragen.

Unter der Federführung der Bioland-Naturschutzberaterin Katharina Schertler, die auch in 2012 wieder zwei ausgewählte Bio-Landwirte ein Jahr lang begleitete, konnten so detaillierte Bestandsanalysen erstellt, Alternativvorschläge für ein naturschonendes Arbeiten auf den Höfen entwickelt und zusammen mit den betroffenen Landwirten Naturschutzstrategien ausgearbeitet werden. Im Jahr 2012 sponserte die Neumarkter Lammsbräu Kulturlandpläne für die beiden Bio-Landwirtschaftsbetriebe von Franz und Sonja Friedrich und Sebastian Altenthan.

Maßnahmen zur Optimierung sind beispielsweise die Verbreiterung von Säumen, die Pflanzung von Einzelbäumen, der Erhalt von artenreichem Grünland, Gehölzpflanzungen, die Entwicklung und die Pflege von Waldrändern sowie das Anlegen von Erosionsschutz-, Blüh- und Lichtstreifen. Diese Zielsetzung verfolgt auch das von uns geförderte Blühstreifenprojekt: Auf den Äckern mehrerer Bio-Landwirte wollen wir gemeinsam mit ihnen die landwirtschaftlich bewirtschafteten Flächen wieder vielfältiger und somit naturnah gestalten. Blühstreifen können durch Beimischung seltener Ackerwildkräuter wie beispielsweise des Acker-Ritterspornes vielen Wildtieren und Insekten eine optimale Nahrungsgrundlage bieten.

Durch diese Verbesserungsmaßnahmen bleibt in Verbindung mit Fruchtfolge und Bodenbearbeitung die Artenvielfalt erhalten. Darüber hinaus können sich Arten, die

bereits verschwunden sind, wieder neu ansiedeln. Dadurch wird ein entscheidender Beitrag zum Humusaufbau geleistet und das Bodenleben gefördert. Weil Humus Kohlenstoff (C) im Boden bindet und durch diese Einlagerung den CO₂-Gehalt in der Atmosphäre verringert, können Öko-Betriebe mit positiver CO₂-Bilanz wirtschaften, d. h. die Emissionen, die durch Einsatz fossiler Energie entstehen sowie die N₂O-Emissionen der Böden werden durch die Rückbindung im Humus kompensiert. Ihre Böden fungieren sozusagen als CO₂-Senke. Umgekehrt führt der Abbau von Humus, wie dies in konventionellen Betrieben oft der Fall ist, zur Freisetzung von Kohlenstoff (C) in Form von Kohlendioxid (CO₂). Zur Information: Humus besteht zu ca. 60 % aus Kohlenstoff, d. h. es können ca. 45 t Kohlenstoff pro Hektar im Oberboden gebunden werden³⁾.

Dadurch wird neben dem Schutz der Artenvielfalt ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz geleistet.

4.1.2.6.3. Externe Partner

Als biologisch ausgerichtetes Unternehmen ist es der Brauerei ein sehr wichtiges Anliegen, die regionale Kulturlandschaft zu erhalten und zu pflegen. Die Umsetzung damit verbundener Maßnahmen unterstützt die Brauerei durch Spenden.

Die Neumarkter Lammsbräu arbeitet bereits seit vielen Jahren mit dem Landschaftspflegeverband (LPV) Neumarkt zusammen, den sie mit jährlichen Spendengeldern aus den Brauereibesichtigungseintrittsgeldern finanziert. Mit dieser Hilfe können ökologisch wertvolle Flächen im Landkreis Neumarkt (beispielsweise Magerrasenflächen oder renaturierte Bachläufe) erhalten und gepflegt werden.

Darüber hinaus beteiligt sich das Unternehmen auch an Maßnahmen, die in Richtung Bildungsarbeit zum Thema Biodiversität gehen. Aus diesem Grund hat die Brauerei beispielsweise in 2012 für das Gestalten und den Druck einer Broschüre des Landesbund für Vogelschutz (LBV) Bayern einen Beitrag gespendet, in der die LBV-Schutzgebiete des gesamten Landkreises Neumarkt anschaulich dargestellt werden und somit ein Bewusstsein für die Bedeutung der Natur schafft. Die Broschüre hat eine Auflage von 1.000 Exemplaren, die innerhalb der Gemeinden des Neumarkter Landkreises und auf Informationsständen in den nächsten 2-3 Jahren verteilt werden.

³⁾ Artikel „Wie nachhaltig wirtschaften Naturland Betriebe, Humusversorgung und Kohlenstoffbindung in Böden“ aus Naturland Nachrichten, 03/Juni 2012



„Bei der Neumarkter Lammsbräu stimmt die Qualität der Produkte und es stimmt auch die gelebte Nachhaltigkeit. Alle Mitarbeiter sind mit Herz beim Unternehmen und auch beim Kunden. Jahrzehnte lang fühlen wir uns schon wohl mit der Neumarkter Lammsbräu. Ein Generationen übergreifendes Unternehmen mit steten Blick auf die Natur. Auch unsere 3. Generation freut sich schon auf eine gute Partnerschaft.“

Landgasthaus Almhof Höhenberg

4.1.2.7. Einkauf/Beschaffung

Die Neumarkter Lammsbräu richtet sich bei der Beschaffung von Rohstoffen und Materialien nach den vorliegenden Einkaufsbedingungen und bewertet zusätzlich die Lieferanten hinsichtlich verschiedener Nachhaltigkeitsaspekte.

Umwelt

Der Schutz der Umwelt ist für uns ein zentrales Unternehmensziel. Wir wollen durch eine umweltorientierte Unternehmenspolitik einen Beitrag zur Sicherung der Zukunft von Umwelt und Unternehmen leisten. Wir bekennen uns zur gesellschaftlichen und umweltpolitischen Verantwortung und betrachten Umweltschutz daher als eine wichtige Aufgabe der Unternehmensführung. So ist die Neumarkter Lammsbräu bestrebt, ihr Abfallaufkommen auf ein Minimum zu reduzieren und, wo immer möglich, Reststoffe in den Stoffkreislauf zurückzuführen.

Beispiele nachhaltiger Beschaffung:

- Industrielle Reinigungs- und Desinfektionsmittel: Wenn möglich verzichten wir auf chlorhaltige Verbindungen, Komplexbildner, Phosphate, Tenside etc.; auf Mittel mit gentechnisch hergestellten Komponenten oder mit Nanoteilchen. Wir bevorzugen Reinigungsmittel, die nicht toxisch sind, keine Gefahren für aquatische Organismen bergen und die möglichst biologisch abbaubar sind.
- Haushaltsreinigungsmittel: Wir verwenden keine parfümierten Putz- und Reinigungsmittel oder WC-Reiniger und keine WC-Steine; darüber hinaus keine Hygieneartikel, die gesundheits- oder umweltschädigende Stoffe (Insektizide, Nanoteilchen, etc.) enthalten. Alle Mittel sollen möglichst biologisch abbaubar sein.
- Farben, Lacke, Tinten: Wir verwenden Produkte, die möglichst schwermetall- und lösemittelfrei sowie auf Wasserbasis hergestellt sind und eine mineralische Zusammensetzung haben.

- Büroartikel: Wir verzichten auf lösemittelhaltige Produkte, chlorebleichtes Papier (möglichst nur Produkte aus Recyclingpapier, gekennzeichnet mit dem Blauen Engel), Kunststoffprodukte (möglichst Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen); energiesparende, strahlungsarme und ozonarme Bürogeräte; Recycelbarkeit sollte bei allen Büroartikeln im Vordergrund stehen.

Beispiel: Wir verwenden beim Druck verschiedener Prospekte, Broschüren – u. a. des Nachhaltigkeitsberichtes – klimaneutrales Papier und arbeiten dabei mit den beiden Firmen ClimatePartner und natureOffice zusammen. Durch diese Zusammenarbeit konnten wir 2012 rund 3.544 kg CO_{2e} kompensieren. Durch den freiwilligen Bezug von Papier dieser Firmen werden Projekte wie Windanlagen in Neukaledonien, Kompostierung in Kapstadt, Aufforstungen in San Rafael in Costa Rica und in Zentralindien unterstützt.

Qualität

Wir stellen hohe Qualitätsansprüche an alle unsere Produkte und möchten die Wünsche der Kunden zur größtmöglichen Zufriedenheit erfüllen. Das bedeutet, dass alle Erzeugnisse sowohl beste Eigenschaften bezüglich des Kundennutzens haben, sie jedoch auch durch sparsamen Einsatz von Ressourcen, Energie und Wasser hergestellt werden.

Soziales

Darüber hinaus fördern wir im sozialen Bereich die Gesundheit unserer Mitarbeiter durch ein Angebot sportlicher Aktivitäten, wir sorgen für eine familienfreundliche Arbeitsplatzgestaltung, bieten eine betriebliche Altersvorsorge, vergüten die Arbeitsleistungen unserer Mitarbeiter fair entsprechend des Branchentarifes und setzen alle notwendigen Arbeitssicherheitsmaßnahmen zu Ihrem Schutz um.

Die gleichen Anforderungen stellt die Neumarkter Lammsbräu auch an ihre Lieferanten. Indem wir Lieferantenaudits zu den Themen Umwelt, Qualität und Soziales durchführen oder bestimmte Nachweise für die umwelt- und klimafreundliche Herstellung der bezogenen Produkte und Rohstoffe einfordern, überprüfen und bewerten wir unsere Lieferanten in regelmäßigen Abständen.



4.1.2.8. Produktausstattung

Das eingesetzte Verpackungsmaterial der Brauerei besteht in erster Linie aus Glasflaschen, die mit Etiketten und Verschluss versehen werden. Die abgefüllten Flaschen werden in Kisten verpackt und dann vermarktet. Kisten und Flaschen laufen im Kreislauf eines klassischen Mehrwegsystems, wodurch wir ein umweltfreundliches Recycling unserer Produkte gewährleisten (siehe auch Kapitel 3.2.). Dadurch leistet das Unternehmen einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz und zur Ressourceneffizienz.

Besonderheiten im Einsatz der Verpackungsmaterialien: Unsere Etiketten sind schwermetallfrei, die verwendeten Kronkorken ohne PVC hergestellt.

4.1.2.9. Fuhrpark/Transport

In Kooperation mit der Nürnberger Simon-Ohm-Hochschule haben wir im Rahmen des Projektes „Grüne City-Logistik in Nürnberg – emissionsfreie letzte Meile“ den Versuch gestartet, den Getränkezulieferverkehr verschiedener Lieferanten in der Innenstadt zu koordinieren, um so den Ausstoß von CO₂, Feinstaub und Stickoxiden zu verringern. Die Neumarkter Lammsbräu hat als ein Partner bei diesem Vorhaben wesentliche Beiträge geleistet. Routenplanung und Auslastung der Fahrzeuge (Lkw-Fuhrpark), die in die Nürnberger Innenstadt auslieferten, konnten im Rahmen eines Testlaufes optimiert werden. Ein weiterer Projektantrag seitens der Hochschule läuft, weitere Optimierungen könnten dann auch zukünftig erzielt werden. Eine weitere Umsetzung dieses Ansatzes ist noch nicht erfolgt.

Seit März 2012 haben wir die gesamte Tourenplanung überprüft, unsere Lkws besser ausgelastet und dadurch Fahrten, Transportkilometer und CO₂ Emissionen eingespart und gleichzeitig den Treibstoffverbrauch verringert (vgl. Kap. 4.1.2.5.1.). Um Touren einsparen zu können, haben wir anfallende Transporte auf einige Großhändler übertragen. Die Großhändler wiederum waren dadurch in der Lage, ihre eigenen Touren besser auszulasten, so dass insgesamt weniger Transportkilometer entstanden sind.

Durch unser bereits in Kap. 3.2. erläutertes Mehrwegsystem beliefern wir unsere Kunden seit jeher regional; leere Kisten nehmen wir in gleichem Umfang wieder zurück. Dadurch existieren keine Leerfahrten, was ebenfalls zu einer optimalen Tourenauslastung beiträgt. Die Kisten lassen sich trotz verschiedener Größen sehr gut aufeinander stapeln und anordnen, was die Auslieferung aufgrund der damit verbundenen höheren Zeiteffizienz der Mitarbeiter insgesamt verbessert.

Um die Transporte weiter optimieren zu können, erheben wir Kennzahlen wie bspw. Kilometer pro Hektoliter, Abladequote pro Stopp, Gesamttransportkilometer, Anzahl an Touren etc. Diese Kennzahlen überprüfen wir monatlich. Darüber hinaus ermitteln wir die Auslastungsquote der Fahrzeuge und den zu bewältigenden Aufwand pro Mitarbeiter (Manpower) täglich und passen sie bei Bedarf an, z. B. um eine Überlastung der Mitarbeiter auszuschließen.

Für den Bereich des innerbetrieblichen Transportes, sprich den Transport von der Abfüllanlage bis auf den Lkw mittels Gabelstaplern, haben wir 2012 mit einem internen Prozessteam daran gearbeitet, alle Vorgänge nach Anzahl und Strecken (= Ist-Zustand) zu ermitteln sowie Kosten/Nutzen und zeitliche Ressourcen abzuwägen. Daraus konnten wir ermitteln, welche Arbeitsabläufe mit welchem Kosten/Nutzen Aufwand sinnvoll veränderbar sind. Das Ziel war es, Abläufe zu optimieren, um dadurch bspw. Transportwege, Emissionen und Ressourcen zu verringern. Der gesamte Analyseprozess wurde Ende 2012 abgeschlossen. Derzeit überprüfen wir die Prozesse, um sie im Laufe des Jahres 2013 zu optimieren.

Fragen	Note 2008	Note 2009	Note 2010	Note 2011	Note 2012	Note 2013
Benotung Führungsarbeit	n. e.	n. e.	n. e.	2,05	1,95	1,92
Bewertung des Betriebsklimas	2,60	2,57	2,27	2,33	2,34	2,46
Bewertung des Verhältnisses zu Kollegen	n. e.	n. e.	n. e.	1,76	1,83	1,69
Bewertung des Verhältnisses zu Vorgesetzten	n. e.	n. e.	n. e.	1,85	1,99	1,90
Bewertung der Möglichkeiten, sich als Mitarbeiter über die Produkte zu informieren	2,13	2,13	2,37	1,93	1,99	1,90
Bewertung der Vermittlung persönlicher Arbeitsziele	2,58	2,55	2,31	2,21	2,04	2,09
Einschätzung der Kundenzufriedenheit	2,24	2,60	2,39	2,27	2,21	2,13

Tabelle 4.12.: Bewertungen verschiedener Fragen aus den Mitarbeiterzufriedenheitsbefragungen der Jahre 2008 - 2013, n. e.: nicht erfasst.

4.2. Soziales

4.2.1. Soziale und gesellschaftliche Aspekte

4.2.1.1. Mitarbeiterbezogene Kernindikatoren

Die Neumarkter Lammsbräu ist ein Inhabergeführtes Unternehmen, das sich durch einen klaren Führungsstil und ein offenes Umfeld mit der Möglichkeit zur persönlichen Weiterentwicklung auszeichnet. Bei unseren Mitarbeitern nehmen wir eine ökologische Grundeinstellung an. Sollte diese bei Arbeitsantritt noch nicht ausgeprägt sein, dann erwarten wir zumindest eine grundlegende Offenheit gegenüber dem Thema.

Aufgrund unserer starken regionalen Verwurzelung stammt der überwiegende Teil der Belegschaft aus der umliegenden Region. Um die Attraktivität des Unternehmens für unsere Mitarbeiter insgesamt zu steigern, bieten wir zunehmend mitarbeiterbezogene Aktivitäten an, wodurch wir ein warmes, herzliches Betriebsklima schaffen wollen. Erklärtes Ziel der Inhaberfamilie Ehrnsperger ist es, den Mitarbeitern in der Brauerei ein „zweites Zuhause“ zu bieten, so dass sie sich wohl fühlen und gerne zur Arbeit kommen. Immerhin verbringen die meisten ein Drittel des Tages und somit wertvolle Lebenszeit an ihrem Arbeitsplatz. Erreicht wird dies durch eine fruchtbare „Zusammenarbeit im Team, die durch Menschlichkeit, Fairness, Verantwortungsbewusstsein, Selbstverwirklichung und Eigenverantwortung geprägt ist“ – diese Grundsätze für den menschlichen Umgang miteinander kann man bereits im Öko-Controlling-Bericht der Neumarkter Lammsbräu aus dem Jahre 1994 nachlesen. Was damals wie selbstverständlich aus einem Gefühl des gesunden Menschenverstandes heraus entstanden ist, wird heutzutage mit dem Begriff „corporate social responsibility“, der sozialen Verantwortung eines Unternehmens, beschrieben.

Bei genauerer Betrachtung geht es auch heute, knapp zwanzig Jahre nach der ersten Mitarbeiterleitlinien der Neumarkter Lammsbräu darum, das betriebliche Miteinander so zu gestalten, dass die Mitarbeiter sich nicht nur als „Beschäftigte“, sondern als Menschen in ihrer Individu-

alität respektiert und geachtet fühlen. Um bei den Mitarbeitern eigenverantwortliches Handeln erwarten zu können, ist es wichtig, dass jeder Mitarbeiter in der Tätigkeit, die er ausübt, auch den Sinn erkennt. Hier sind die Führungskräfte gefordert: Sie müssen einerseits dafür sorgen, dass ihre Mitarbeiter gut instruiert sowie fachlich aus- und weitergebildet werden, und andererseits zugleich persönliche Befindlichkeiten beachten, individuelle Stärken und Schwächen berücksichtigen sowie stets den einzelnen Menschen im Blickfeld behalten.

Ob und wie gut die Führungskräfte diesen Aufgaben gerecht werden, können die Mitarbeiter in der jährlichen Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung beurteilen (vgl. Kap. 2.4.1.2., Tab. 4.12.). Neben individuellen Noten für jede Führungskraft werden alle Ergebnisse zu einer Gesamtnote der Führungsarbeit kumuliert. Dabei entspricht die Note 1 einem sehr gut und die Note 6 einem ungenügend. Die im Januar 2013 für das Jahr 2012 durchgeführte Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung ergab eine leicht veränderte durchschnittliche Gesamtnote: Sie verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr von 1,95 auf 1,92.

Das Betriebsklima bei der Neumarkter Lammsbräu bewerteten die Mitarbeiter mit 2,46 – damit verschlechterte sich dieser Wert ein wenig im Vergleich zum Vorjahr, wo er bei 2,34 lag.

Erfreulich ist die Tatsache, dass die Mitarbeiter sich im Vergleich zum Vorjahr etwas besser informiert fühlen (Note 1,90, Vorjahr: 1,99), den Auftritt von der Neumarkter Lammsbräu nach außen anhand von Werbemitteln positiver bewertet haben (Note 1,89, Vorjahr: 2,04) und den Produkten eine noch bessere Qualität beimessen (Note 1,70, Vorjahr: 1,82). Verbessert hat sich im Vergleich zum Vorjahr erfreulicherweise auch die Beurteilung der Bio-Unternehmensphilosophie mit der Note 1,51 (Vorjahr: 1,61), das Verhältnis zu Kollegen mit der Note 1,69 (Vorjahr: 1,83) und Vorgesetzten mit der Note 1,90 (Vorjahr: 1,99). Dass die Brauerei gute Gehalts- und Lohnkonditionen bietet, zeigt auch die Verbesserung der Benotung des Aspektes „Angemessenes Gehalt“ mit 2,55 (Vorjahr: 2,58).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Gesamtanzahl der Mitarbeiter (absolute Mitarbeiterköpfe)	83	84	92	101	101	104
Durchschnittsalter der Mitarbeiter (Stichtag 31.12. des Jahres)	n. e.	39,8	41,7	41,2	39,9	40,5
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)	n. e.	8,7	11,6	10,3	9,2	8,9
Fluktuationsrate in Prozent (berechnet nach der BDA-Formel)	n. e.	n. e.	n. e.	n. e.	10,2	15,4
Prozent Frauen im gesamten Betrieb	27,7	33,3	41,3	34,7	37,6	40,4
Prozent Frauen bei den Führungskräften	n. e.	n. e.	n. e.	n. e.	36,4	41,7
Prozent Auszubildende	8,4	8,3	7,6	8,9	8,9	7,7
Prozent Mitarbeiter in Altersteilzeit	n. e.	n. e.	5,4	1,9	1,0	0,6
Prozent Mitarbeiter, die Teilzeit arbeiten	n. e.	n. e.	n. e.	27,7	22,0	27,0
Prozent leistungsgeminderte Mitarbeiter	2,4	2,4	2,2	1,9	3,0	2,9
Anzahl meldepflichtiger Betriebsunfälle	3	6	5	2	7	10
Krankenquote gesamt	2,73	2,76	2,28	4,08	3,30	3,39

Tabelle 4.13.: Verschiedene mitarbeiterbezogene Statistikdaten, n. e.: nicht erfasst

Eine deutliche Verbesserung zeigt sich in der Regelung der Arbeitszeiten von der Note 2,87 auf 2,69. Dies ist auf die bereits in verschiedenen Produktionsprozessen im Vorjahr eingeführte und 2012 weiter optimierte Schichtarbeit und Personalaufstockung zurückzuführen. Dadurch konnten die Arbeitsbelastung besser verteilt und die Arbeitszeiten deutlich besser geregelt werden. Einige wesentliche ausgewertete Fragen und deren Entwicklung in den letzten Jahren können Tabelle 4.12. entnommen werden. Bei allen Noten handelt es sich um Durchschnittsnoten aus der gesamten Befragung.

Weitere, „harte“, mitarbeiterbezogene Kennzahlen sind in Tabelle 4.13. zusammengefasst. Wie die Tabelle zeigt, nahmen das Durchschnittsalter aller Mitarbeiter und deren durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in den Jahren von 2009 bis 2011 ab, in 2012 stieg das Alter wieder in geringem Maße an, die Jahre der Betriebszugehörigkeit sanken leicht, weil einerseits relativ viele neue Mitarbeiter eingestellt wurden, die mit „0“ Jahren im ersten Jahr ihrer Arbeit in die Berechnung eingingen, und gleichzeitig länger Beschäftigte durch Jobwechsel oder Renteneintritt ausgeschieden sind. Verstärkt wurde diese Entwicklung, weil einige Stellen neu geschaffen wurden und die Anzahl der Mitarbeiter zum Stichtag 31.12.2012 von 101 auf 104 Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr gestiegen ist. Die Fluktuationsrate stieg enorm an, was in erster Linie durch Renteneintritt, Mutterschutz oder Stellenwechsel aus privaten Gründen begründet liegt.

Der Frauenanteil im gesamten Betrieb erhöhte sich im letzten Jahr erneut von 37,6 % auf 40,4 %; im Bereich der Führungskräfte konnte die Bio-Brauerei zusätzlich zu einer

weiblichen Generalbevollmächtigten mit weiteren weiblichen Führungskräften die Quote von 36,4 % auf 41,7 % steigern, was in einer nach wie vor Männer dominierten Braubranche nicht gerade üblich ist, aber zeigt, wie ernst die Neumarkter Lammsbräu seine Werte (Gleichstellung von Mann und Frau, Familienfreundlichkeit) in der Praxis umsetzt.

Der Anteil an Auszubildenden sank in 2012 von 8,9 % auf 7,7 % relativ stark ab. Dies liegt in dem tragischen Verlust von Valentina Stepper begründet, einer neuen Auszubildenden im Brauer- und Mälzerberuf, die durch einen Verkehrsunfall auf dem Weg zur Arbeit im September 2012 ums Leben kam.

Die Quote des Anteils von Mitarbeitern in Altersteilzeit sank von 1 % auf 0,6 % ab. Die Teilzeitquote 2012 stieg von 22 % wieder auf 27 %. Der Anteil leistungsgeminderter Mitarbeiter hält sich mit 2,9 % in etwa auf Vorjahresniveau. Dies belegt, dass Mitarbeiter mit Handicap bei der Neumarkter Lammsbräu so gut es geht weiterbeschäftigt werden.

Hinsichtlich der Parameter „Anzahl meldepflichtige Arbeitsunfälle“ und „Krankenquote“ ist folgende Entwicklung zu beobachten: In 2012 wurde mit insgesamt zehn meldepflichtigen Arbeitsunfällen ein neuer Negativrekord im betrachteten Zeitraum seit 2007 aufgestellt. Die Krankheitsquote hielt sich gegenüber 2011 fast auf gleichem Niveau mit einem leichten Anstieg auf den eher unbefriedigenden Wert von 3,39 %, wie Abbildung 4.13. zeigt. Leider fielen auch 2012 mehrere Mitarbeiter aufgrund von Operationen oder chronischen Erkrankungen über lange Zeiträume aus.

Krankenquote 2007 - 2012

Prozentualer Ausfall

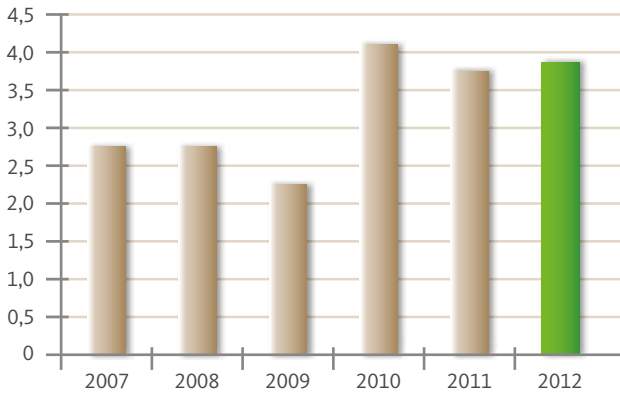


Abb. 4.13.: Verlauf der Krankenquote für alle Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2007 - 2012. (Krankenquote = sämtliche Krankentage / von Neumarkter Lammsbräu bezahlte Entgelttage)

4.2.1.2. Gesundheitsmanagement

Der Neumarkter Lammsbräu liegt das Wohl ihrer Beschäftigten sehr am Herzen. Um ihre Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden, bietet die Brauerei sowohl im Bereich der Vergütung und Arbeitsplatzgestaltung als auch im Gesundheitsbereich verschiedene Leistungen an, die nachfolgend näher erläutert werden.

Um die gesundheitsrelevanten Parameter bei den Mitarbeitern zu verbessern, unternimmt die Neumarkter Lammsbräu verschiedene Anstrengungen in den Bereichen Arbeitssicherheit (interne Schulungen, Unfallnachbesprechungen) und Gesundheitsvorsorge.

So haben wir 2012 in Zusammenarbeit mit der AOK Neumarkt unseren Mitarbeitern im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements beispielsweise einen 8-wöchigen Nordic Walking Kurs angeboten, der anschließend durch die Bildung einer kleinen Gruppe an Mitarbeitern selbstständig den Sommer über fortgesetzt wurde. Seit Herbst trifft sich eine kleine Mitarbeitergruppe zum Ganzkörpertraining mit dem Terraband, um etwas für sich und seine Gesundheit zu tun.

Die 2011 eingeführte Arbeitsplatzmassage wird von vielen Mitarbeitern in Anspruch genommen und konnte aufgrund des hohen Zuspruchs auch in 2012 in zweiwöchigem Wechsel erfolgreich fortgeführt werden. Muskellockerungen und das Vorbeugen muskulärer Verspannungen motivieren die Mitarbeiter, für eine 20 Minuteneinheit ihren Arbeitsplatz zu verlassen und sich eine kurze Pause der Entspannung zu gönnen. Für eine Massage bezahlt ein Mitarbeiter einen symbolischen Beitrag, den Großteil der Kosten übernimmt hauptsächlich die Neumarkter Lammsbräu.



Ein Highlight im jährlichen Kalender der Gesundheitsaktionen bildet der Neumarkter Firmenlauf. 2012, im dritten Jahr des Neumarkter Firmenlaufs, erreichte das Lammsbräu Team einen Rekordwert: Insgesamt nahmen 30 Mitarbeiter teil, aufgeteilt in die als Bier- und now-Flaschen verkleidete Walking-Gruppe und die sportliche Läufer-Gruppe. Zusammen mit ca. 1.400 Mitarbeitern anderer Neumarkter Firmen lief bzw. marschierte das Lammsbräu Team die fünf Kilometer lange Strecke. Am Schluss bei der Siegerehrung wurde das Flaschenteam zur Freude aller mit dem Preis „Die Kreativsten“ ausgezeichnet.

4.2.2. Partnerschaften

Die Neumarkter Lammsbräu pflegt mit all ihren Geschäftspartnern eine intensive Zusammenarbeit, die auf Ehrlichkeit, Vertrauen, Transparenz und Fairness beruht. Ihre Lieferanten, ihre Kunden und ihre übergreifende Netzwerkarbeit stehen dabei im Vordergrund.

4.2.2.1. Unsere Lieferanten

Ohne die vielen Bio-Landwirte, die als Vertragslandwirte der Neumarkter Lammsbräu Jahr für Jahr die ökologischen Braurohstoffe anbauen, gäbe es die Bio-Brauerei Neumarkter Lammsbräu nicht. Die Umstellung der Neumarkter Lammsbräu auf „Bio“ wurde von Beginn an von dem Engagement und der Vision der regional ansässigen Bio-Landwirte getragen und in Form der sich daraus gegründeten Erzeugergemeinschaft biologischer Braurohstoffe (EZÖB) etabliert.

Die Kluft zwischen der industriell geprägten, konventionellen Landwirtschaft und dem Öko-Landbau hat sich leider trotz verschiedener Annäherungsversuche im Laufe der Zeit besonders in den letzten Jahren wieder vergrößert: Unter der Prämisse, dass landwirtschaftliche Produkte billig erzeugt werden, treiben Industrielobbyisten, Verbandsvertreter und Politiker immer stärker einen Keil zwischen die ökologisch und konventionell wirtschaftenden Bauern, wodurch auch die teureren ökologischen Produkte unter Preisdruck geraten.

Wir setzen mit dem Modell, langfristig mit unseren Bio-Landwirten zusammen zu arbeiten, ein Exempel, um diesem „Billig“-Trend entgegenzuwirken. Die Bio-Rohstoffe nimmt die Brauerei ihren Landwirten zu fairen Preisen ab, dabei werden stets Fünf-Jahreszeiträume zu guten Konditionen vertraglich vereinbart, so dass den Landwirten ein

„Der Hutzelhof ist langjähriger Kunde von Neumarkter Lammsbräu und wir sind gern und immer wieder Gäste in der Brauerei. Wir erleben die Neumarkter Lammsbräu als echte Trendsetter zum Thema Nachhaltigkeit. Langjährige Verbindungen zu lokalen Zulieferern und Bio-Landwirten, regionale Vermarktung im Direktvertrieb, optimierter Einsatz von Ressourcen durch moderne Technik und – sicher nicht zuletzt – kompetentes Management mit guter Betreuung gegenüber uns als Kunde, überzeugen uns – die Hutzelhöflinge – und auch unsere Kunden immer wieder aufs Neue.“

Günter Kugler, Hutzelhof

langfristiges Wirtschaften garantiert wird. Mit der Aktion „Fair zum Bauern“ sorgt die Brauerei dafür, dass der Mehrpreis von 1 € pro verkaufter Kiste Bier zu nahezu 100 % in die Bezahlung der Bio-Landwirte geht. Auch die Brauerei verspricht sich von dieser Partnerschaft Vorteile: Langfristig kann sie nur bestehen, wenn die Rohstoffzufuhr gesichert ist. Die Rohstoffzufuhr kann wiederum nur dann gesichert sein, wenn die Arbeit der Menschen, die diese Rohstoffe erzeugen, auch gerecht entlohnt wird und die Bauern aus dieser Entlohnung einen Wert schöpfen können. Hier besteht eine klassische Win-Win-Situation zwischen Bio-Brauerei und Bio-Landwirten.

Neben der Schaffung monetärer Werte in der Lieferbeziehung zwischen der Neumarkter Lammsbräu und den EZÖB-Vertragslandwirten, steht ebenso im Fokus, dass sich dieses partnerschaftliche Miteinander positiv auf die Natur als Lebensgrundlage auswirkt. Bio-Bauern ist z. B. der Einsatz chemisch-synthetischer Düngemittel oder umweltvergiftender Pestizide untersagt. Diese schonende, umweltverträgliche Wirtschaftsweise allein bedeutet jedoch nicht automatisch eine naturverträgliche Landbewirtschaftung. Auch in der Bio-Landwirtschaft werden Flächen so effizient wie möglich bearbeitet oder wichtige Landschaftselemente, wie zum Beispiel Hecken oder Waldränder, den Erfordernissen der Bearbeitung mit landwirtschaftlichen Maschinen „angepasst“. Durch diese Eingriffe in die Natur und die Landschaft verlieren viele Pflanzen- und Tierarten ihre Lebensräume. In letzter Konsequenz werden Arten verdrängt oder sterben sogar aus.

Diesem Trend setzt die Neumarkter Lammsbräu sogenannte „Kulturlandpläne“ entgegen, wie in Kapitel 4.1.2.6. bereits ausführlich dargestellt ist.

4.2.2.2. Unsere Kunden

Genau wie bei den Lieferanten sind auch bei den Direktkunden der Neumarkter Lammsbräu Langfristigkeit und Verlässlichkeit wichtige Grundvoraussetzungen für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Dies betrifft sowohl den überregionalen Handel und die regional relevante Gastronomie und den Handel als auch Kunden, die bei regionalen Festen mit uns zusammen arbeiten.

Im Handel wirkt die Neumarkter Lammsbräu aktiv bei Beratung und Optimierung des Lammsbräu Sortiments sowie bei der Gestaltung von Märkten (z. B. Implementierung von Bio-Inseln) mit. Wir stellen regelmäßig neue Produkte vor und führen entsprechende Produktschulungen durch. Bei Jahresgesprächen mit den Händlern besprechen wir verschiedene Aktionen und Werbemaßnahmen.

Im Bereich der Gastronomie werden die Kunden ebenfalls intensiv betreut. Hier führt die Brauerei Beratungsgespräche von einer passenden Sortimentsgestaltung bis hin zum Design, dem Layout und Druck ansprechender Getränkearten. Auch für Gastronomiekunden bietet die Brauerei Produktschulungen an, in denen wir beispielsweise vermitteln, wie eine optimale Ausschank- und Bierpflege aussehen sollte. Darüber hinaus erstellen wir bei Bedarf gemeinsam mit dem Kunden komplette Konzepte, so dass er Finanzierungsmöglichkeiten bei seiner oder einer seitens der Brauerei vermittelten Bank bekommt.

Im Bereich der regionalen Feste stellt die Brauerei das Festequipment von den Garnituren über Ausschank- und Kühlwägen bis hin zu den Theken und deren Dekoration. Sie liefert den technischen Service und organisiert bei Bedarf die brauereiiinterne Schäfflertanzgruppe.

Durch den stark regional ausgeprägten Charakter der Distribution, insbesondere im Bereich der Gastronomie und der Feste, trägt die Neumarkter Lammsbräu zusammen mit ihrer regionalen Bio-Rohstoffpolitik zu einer Steigerung der regionalen Wertschöpfung bei.



4.2.2.3. Unsere Netzwerke

Die Neumarkter Lammsbräu engagiert sich in etlichen Unternehmensinitiativen, aber auch in verschiedenen ehrenamtlichen und sozialen Netzwerken. Ziel dieses vielfältigen Engagements ist es, „nachhaltiges Gedankengut“ dort umzusetzen, wo Einflussmöglichkeiten bestehen, um damit letztlich einen Beitrag für die benötigte große gesellschaftliche Transformation hin zu einer ökologisch nachhaltigen, sozial gerechten und zukunftsfähigen Gesellschaft zu leisten.

Durch die nationale und internationale Bekanntheit der Marke „Neumarkter Lammsbräu“ und des ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzepts dient die Brauerei für die Stadt und den Landkreis Neumarkt als weithin bekanntes Aushängeschild. In der Kommune und der Region werden die Bio-Brauerei und die Geschäftsleitung der Neumarkter Lammsbräu dadurch seit vielen Jahren als verlässliche und visionäre Partner geschätzt, die sich auch durch bürgerschaftliches Engagement auszeichnen. Beispielsweise werden durch die Brauereifamilie schon seit Jahren regional-lokale Initiativen unterstützt. Dazu gehören die lokale Agenda21 Bewegung, die Innovationsagentur REGINA GmbH, der Landschaftspflegeverband Neumarkt (Neumarkter Lammsbräu ist langjähriger Öko-Sponsor), die Brücke e.V., die christliche Arbeiterhilfe Neumarkt (CAH) und der Förderverein „Haus der Jugend, Bildung und Kultur“, in dem sich Hemma Ehrnsperger, die Gattin des Brauerei-Inhabers, als Vorsitzende engagiert.

Des Weiteren betreibt die Neumarkter Lammsbräu aktive Netzwerkarbeit in verschiedenen Organisationen und Gremien, wie zum Beispiel der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AoeL). Die Neumarkter Lammsbräu setzt sich hier zusammen mit anderen Unternehmen für Nachhaltigkeit bei der Herstellung von Lebensmitteln ein. Als Gründungsmitglied der AoeL ist es der Brauerei ein großes Anliegen, eigene Erfahrungen und Erkenntnisse aus über 30 Jahren ökologischer Lebensmittelherstellung mit den anderen AoeL-Partnern auszutauschen und gemeinsame Zukunftsstrategien für die gesellschaftliche Bewusstseinsbildung zu entwickeln, damit der Absatz ökologischer und nachhaltig hergestellter Lebensmittel weiter steigt. In diversen Arbeitskreisen diskutieren wir Fragen zum betrieblichen Umweltmanagement, zu nachhaltigen Werbe- und Marketingstrategien oder grundlegenden philosophischen Fragen der ökologischen Lebensmittelherstellung und arbeiten an Strategien für

die Zukunft. Durch die enge und aufrichtige Kooperation mit anderen, gleichgesinnten Lebensmittelherstellern können alle Unternehmen voneinander lernen und Gemeinsamkeiten bündeln, um letztlich einen eigenen Beitrag für eine nachhaltige Zukunft zu leisten.

Weitere Organisationen und Gremien, in denen sich die Brauerei seit Jahren engagiert sind B.A.U.M. e.V. (Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management) und die Freien Brauer, eine Vereinigung von unabhängigen Mittelstandsbrauereien. Auf kommunal-regionaler Ebene engagieren wir uns zum Beispiel in der Metropolregion Nürnberg (Bio-Innung) oder im Neumarkter Industriekreis (NMIK), einem Zusammenschluss von Neumarkter Unternehmen zur Zusammenarbeit im Bereich „Nachhaltiger Umweltschutz“, im Betrieblichen Umweltschutznetzwerk des Landkreises Neumarkt (BUSCH) und seit 2010 in dem „Work Life Competence“ Netzwerk der Bertelsmann Stiftung. In 2012 kam der bereits in Kapitel 4.1.2.5.2. erwähnte Arbeitskreis Elektromobilität hinzu, einem Zusammenschluss von Neumarkter Unternehmen, die gemeinsam neueste Entwicklungen dieser Antriebstechnologie austauschen, sowie der eigens initiierte Unternehmerstammtisch zu verschiedenen Themen, welcher die Unternehmen im Landkreis Neumarkt zu höherem Verantwortungsbewusstsein durch nachhaltiges Wirtschaften im Einklang mit der Natur sensibilisieren möchte.

Ausstoß-Entwicklung 2002 - 2012

Ausstoß in hl

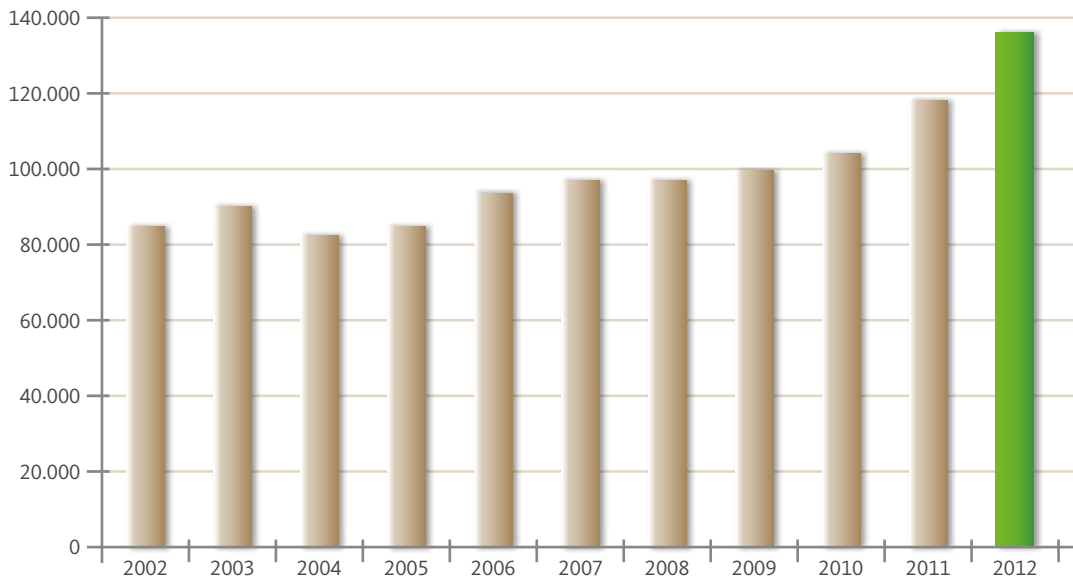


Abb. 4.14.:
Ausstoß-
Entwicklung der
Neumarkter Lamms-
bräu für die Jahre
2002 - 2012.

4.3. Ökonomie

4.3.1. Entwicklung des Biermarktes und der Bio-Lebensmittelbranche

Die Neumarkter Lammsbräu gehört zur Branche der Brauereien und Mälzereien. In Deutschland gibt es derzeit etwa 1.300 Brauereien; neben einigen Großkonzernen, die pro Jahr mehrere Millionen Hektoliter Bier produzieren und der großen Masse der Haus- und Gasthausbrauereien, die einen jährlichen Ausstoß von wenigen Tausend Hektolitern verzeichnen, gibt es noch die tendenziell immer weiter schrumpfenden mittelständischen Brauereien, zu denen die Neumarkter Lammsbräu gehört.

Da die Großkonzerne bereits den Großteil des deutschen Biermarktes unter sich aufgeteilt haben, führt diese Entwicklung in den letzten Jahren verstärkt zu Konkurrenzkämpfen, insbesondere zwischen den mittelständischen und kleinen Brauereien, die um die übrigen Marktanteile wetteifern. Steigende Absätze werden dabei oft bedauerlicherweise durch immer weitere Preissenkungen auf Kosten der Lieferanten und Partner, der Mitarbeiter und letztlich auch der Produktqualität erzielt.

Die Neumarkter Lammsbräu verfolgt eine andere Strategie: Als weltweit größte und eine der wenigen Bio-Brauereien bewegt sie sich in einer Nische. Dabei liegt der Fokus auf der Herstellung hochwertiger Lebensmittel. Alle Bio-Getränkesspezialitäten sind Premium-Produkte, die nicht zu Niedrigpreisen herzustellen sind, denn sowohl die Natur, aus der alle benötigten Rohstoffe entnommen werden, als auch die Arbeit der Menschen, die an der gesamten Herstellungskette der Bio-Produkte beteiligt sind, haben einen Wert, der im Endprodukt enthalten ist und im absoluten Gegensatz zur Preispolitik vieler konventioneller Brauereien steht.

Die Marktentwicklung in der gesamten Bierbranche zeigt seit Jahrzehnten einen abnehmenden Trend, was sich beispielsweise sehr deutlich an dem Pro-Kopf-Bierkonsum als einem messbaren Indikator belegen lässt. Der Pro-Kopf-Konsum von Bier in Deutschland ist seit Jahren rückläufig. Trank jeder Deutsche im Jahr 2000 noch 125 Liter Bier, waren es 2010 nur noch 107 Liter⁴⁾. Dieser Trend hält bis heute an, was auch aus den Zahlen des Statistischen Bundesamtes hervorgeht. Von 2008 bis 2012 sank die Gesamtjahresbierherzeugung in Deutschland um 6,2 % von 102,9 Millionen auf 96,4 Millionen Hektoliter⁵⁾.

Anders hingegen sieht es in der Bio-Lebensmittelbranche aus, die seit Jahren ein kontinuierliches Wachstum verzeichnet. In den Jahren der globalen Finanzkrise von 2008 bis 2010 stieg die Zahl der Beschäftigten in der Bio-Branche um 5,7 %; 2011 arbeiteten etwa 180.000 Menschen in den Bereichen Erzeugung, Herstellung und Handel mit Bio-Lebensmitteln⁶⁾. Nach einer aktuellen Berechnung des von der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) koordinierten Arbeitskreises Biomarkt konnte der deutsche Bio-Markt 2012 ein Umsatzplus von 6 % erreichen, was einem Marktvolumen von insgesamt 7,04 Mrd. Euro (2011: 6,64 Mrd. €) entspricht. Sein Anteil am gesamten Lebensmittelmarkt in Deutschland ist damit erfreulicherweise von 3,7 % im Jahr 2011 auf 3,9 % im Jahr 2012 leicht angestiegen⁷⁾.

⁴⁾ URL: < www.statista.com >, Zugriff am 13.02.2013

⁵⁾ Statistisches Bundesamt: Bierabsatz 2012, 30.01.2013

⁶⁾ Ökologie & Landbau 159,3/2011

⁷⁾ URL: < www.biohandel-online.de/2013/02/markt-daten-sieben-milliarden-bio-umsatz-2012/ >, Zugriff am 13.02.2013

	2009	2010	2011	2012	Einheit
Betriebliche Gesamtleistung	10.909,8	11.665,0	13.553,5	15.488,1	T EUR
Ausgaben für Rohstoffe (Bier und Alkohol-freie Getränke)	1.505,5	1.585,1	1.848,8	2.281,6	T EUR
Aufwendungen für Gehälter und Löhne	3.382,6	3.525,0	3.849,8	4.131,0	T EUR
Ausgaben für Spenden*	20.033	10.542	13.387	32.666	EUR

Tabelle 4.14.: Ökonomische Kennzahlen der Neumarkter Lammsbräu für die Jahre 2009 - 2012, * Zahlen korrigiert.

Die Neumarkter Lammsbräu liegt mit der Entwicklung ihrer Ausstoßzahlen sogar deutlich über dem Trend der Bio-Lebensmittelbranche: 2012 konnten wir unseren Ausstoß an Bio-Getränken auf insgesamt 135.350 Hektoliter steigern (siehe Abb. 4.14.), was ein Umsatzplus von 16 % bedeutet. Bereits im Vorjahr hatten wir ein Plus von 15 % erreicht. Obwohl wir erneut mehr alkoholfreie Getränke als Bier hergestellt haben, ist der neuerliche sprunghafte Umsatzzuwachs vor allem ein Erfolg des breit aufgestellten Bier-sortimentes. Darauf ist Susanne Horn, Generalbevollmächtigte der Brauerei sehr stolz: „2012 hat in jeder Hinsicht unsere Erwartungen übertroffen. Durch die Bank sehr hohe Absatzzahlen für alle unsere Produkte, die Bestätigung unseres Bio-Mineralwassers BioKristall durch den BGH, die Auszeichnung unseres Wassermanagements mit dem EMAS-Award durch die EU-Kommission – man könnte sagen, der Erfolg gibt uns recht: Verantwortung und Genuss passen prima zusammen.“ Die deutschen Bierhersteller mussten hingegen 2012 erneut sinkende Absatzmengen verzeichnen – die niedrigsten seit der Wiedervereinigung.

Für 2013 verspricht sich die Neumarkter Lammsbräu ein weiter ansteigendes Unternehmenswachstum, obwohl sich die Brauerei darüber bewusst ist, dass ihr ungewöhnlich starker Zuwachs der Vorjahre nicht mehr erreicht werden kann.

4.3.2. Ökonomische Kennzahlen

Nachhaltiges Wirtschaften unterscheidet sich in einem ganz zentralen Punkt vom herkömmlichen Wirtschaftsverständnis: Aufbauend auf der Idee, dass es in der Natur kein andauerndes, stetiges Wachstum gibt, versuchen nachhaltig wirtschaftende Unternehmen ein langfristiges und moderates Wachstum zu erreichen. Die Gier nach maximalen Profiten und Renditen hat in die globale Finanzkrise geführt. Ein nachhaltig ausgerichtetes Unternehmen

muss grundsätzlich andere Wege gehen. Die Neumarkter Lammsbräu strebt als nachhaltige Bio-Brauerei den langfristigen, generationenübergreifenden Erhalt des Unternehmens an und möchte sowohl gegenwärtig als auch zukünftig nur moderat wachsen. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht muss die Gesamtbilanz des Unternehmens positiv sein: Die Einnahmen müssen die Ausgaben übersteigen, damit das Unternehmen seine Mitarbeiter und Lieferanten bezahlen kann, ein Unternehmerlohn erwirtschaftet wird, das Unternehmen Rücklagen bilden und Neuinvestitionen tätigen kann. Nach der vorherrschenden, marktwirtschaftlichen Lehre sollte diese Unternehmensbilanz von Jahr zu Jahr weiter wachsen.

Wer sich mit diesem Wachstumsdogma kritisch auseinandersetzt, erkennt sofort, dass ein ständiges, dauerhaftes Wachstum nicht möglich ist, weil alle Wirtschaftsunternehmen auf natürliche Ressourcen angewiesen sind. Die sind auf unserem Planeten aber nicht in unendlichen Mengen verfügbar. Um mit Dr. Geseko von Lüpke, Journalist und Buchautor, zu sprechen, „wachsen nur Krebszellen und die Ökonomie dauerhaft“.

Als ein Teil des bestehenden Wirtschaftssystems erhebt die Neumarkter Lammsbräu betriebswirtschaftliche Kennzahlen, mit denen das Unternehmen gesteuert wird. Die wichtigsten Kennzahlen werden im sogenannten „Lammsbräu-Cockpit“, einem aus Controlling-Kennzahlen bestehenden Werkzeug, monatlich von der Geschäftsleitung und den Führungskräften kontrolliert und bewertet. Dies ist die Voraussetzung dafür, dass die Geschäftsleitung Trends und Entwicklungen erkennen und bei Bedarf mit Maßnahmen steuern kann, um negative Entwicklungen auszugleichen oder positive Trends zu stärken.

Neben der betrieblichen Gesamtleistung stellt Tabelle 4.14. die Entwicklung der Rohstoffkosten, der Personalaufwendungen sowie die Ausgaben für Spenden und Sponsoring dar. Diese Daten verdeutlichen, welche Wertschöpfung die ökologischen Produkte erzielen und welche Werte daraus wiederum die Region stärken – als Entlohnung der Landwirte für die angelieferten Rohstoffe, als Gehälter für die Mitarbeiter der Brauerei sowie als Spenden für regionale und überregionale Aktionen.



4.4. Kultur

Auch das Jahr 2012 war wieder von unseren klassischen festlichen Aktivitäten in der Brauerei geprägt.

4.4.1. Unsere Hüttengaudi

Mit der 4. Hüttengaudi als erstem großen Event im neuen Jahr wurde im Brauerei-Hof Ende März der Ausklang des Winters gefeiert. Neben einer feschen Trachtenmodenschau vom Trachtenhof Nübler gab es ein Freigetränk als kleinen Anreiz für jeden Gast, der selber auch in Tracht erschien. Dadurch war das Zelt bereits um 20.30 Uhr mit traditionell gekleideten Gästen, unter anderem auch Lammsbräu Mitarbeitern, gut gefüllt. Die Band „Erwin & die Heckenflossen“ sorgte für eine gute Stimmung und die feinen Bio-Getränke der Brauerei für wohlschmeckenden Genuss.

4.4.2. Unser Vatertagsfrühschoppen

Der Vatertagsfrühschoppen ist eine Veranstaltung, die am Vatertag bereits seit über zehn Jahren in der Brauerei stattfindet und zu der bis zu 1.000 Besucher aus der ganzen Region kommen. Der Brauereihof wird dazu mit einem kleinen Zelt ausgestattet, als Programm wird Rockmusik geboten, und es werden Brotzeiten (Würste, Leberkäse) verkauft. Die ersten drei Vatertagsgruppen mit über zehn Personen werden mit einem Leiterwägelchen prämiert, das mit Bier gefüllt ist.

4.4.3. Unser Bierdorf beim Altstadtfest

Im Juni 2012 fand drei Tage lang das alljährliche Altstadtfest statt. Auf die gesamte Neumarkter Innenstadt verteilt waren fünf Open-Air Bühnen aufgebaut, auf denen unterschiedliche Live-Musik gespielt wurde. Die Besucher wurden durch ein umfangreiches kulinarisches Angebot verwöhnt. Die Neumarkter Lammsbräu belieferte nicht nur diverse Stände mit Getränken, sondern präsentierte sich auch mit ihrem „Lammsbräu Bierdorf“, einem großen Biergarten, in dem ca. 300 Personen Platz hatten. Hier konnten die Besucher an Aktionen wie z. B. dem Schafkopfturnier teilnehmen oder am Sonntagnachmittag das Musikantentreffen genießen.

4.4.4. Unser Erntedankfest

Den Höhepunkt der Festesaison bildete auch 2012 das Erntedankfest. Bereits am Vortag sorgte die musikalische Einlage der Wirtshausmusikanten für ein volles Zelt. Unter Anleitung von Traudi Sifferlinger jodelte das Publikum mit und ließ sich von ihren Liedern und ihrem Geigenspiel begeistern. Die Couplet AG sorgte mit ihrem Coupletsingen für ein weiteres Highlight, so dass die Gäste mit einem gut gelungenen Programm einen sehr lustigen, traditionellen Abend im Lammsbräu Zelt verbringen konnten.

Am folgenden Tag ging es dann mit dem Erntedankfest weiter. Auf dem sogenannten Handwerkermarkt gab es dabei erstmalig über 50 Stände. Musikalische Einlagen der Werkvolkkapelle und die Lammsbräu Schächflertanzgruppe sorgten für Stimmung, vielfältige kulinarische Spezialitäten und das Lammsbräu-Getränkessortiment für gute Verpflegung. Selbst die Kleinsten wurden gut unterhalten: mit einer Hüpfburg, einer Schminkstation und einem Wandzoo. Der große Besucherandrang machte das Erntedankfest zu einem gelungenen Festeabschluss.

5. Querschnittsbetrachtung

Die Neumarkter Lammsbräu setzt auf Effizienz, Konsistenz und letztlich auch auf Suffizienz, um die selbst gesteckten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Wir versuchen Energie zu sparen wo immer es möglich ist. Wir produzieren soweit es geht nach dem Modell der Kreislaufwirtschaft, zum Beispiel mit unserem Mehrwegsystem, aber auch beim Brauchwasser, und wir fangen sogar das bei der alkoholischen Gärung anfallende CO₂ auf, um es als Rohstoff weiter zu verwenden. Wir schützen gemeinsam mit unseren Bio-Bauern Boden, Wasser, Luft und die Artenvielfalt.

Die Neumarkter Lammsbräu versucht damit auf ihre Weise, den Grenzen des Wachstums gerecht zu werden.

Indem die Bio-Brauerei den Kreislaufgedanken verwirklicht, schont sie auf allen Ebenen Ressourcen und bleibt zukunftsfähig.



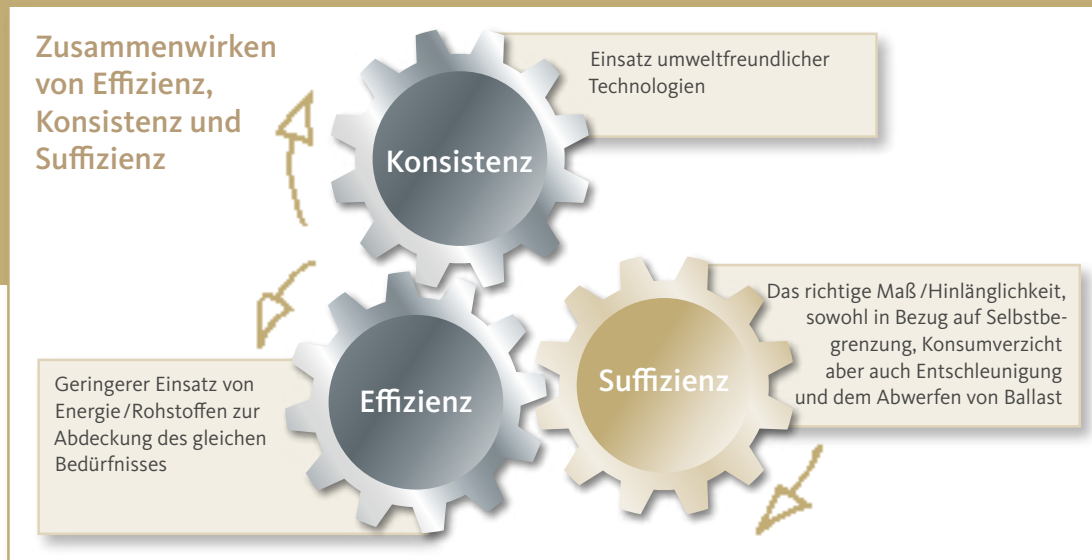


Abb. 5.1.: Zusammenwirken von Effizienz, Konsistenz und Suffizienz

Quelle:
Präsentation
Masterplan
100 % Klimaschutz,
Energieagentur
Nordbayern

5.1. Wohlstand und Nachhaltigkeit – lässt sich das überhaupt vereinen?

Um diese Frage genauer beantworten zu können, muss man sich zunächst mit beiden Begrifflichkeiten näher befassen.

Wohlstand wird definiert als „Wohlergehen, sich wohl fühlen“, ein Gefühl, das mit dem Erreichen eines gewissen Lebensstandards durch materielle, aber auch immaterielle Güter wie z. B. Glück und Lebensfreude erzeugt wird. Der Wohlstand einer Gesellschaft geht meist mit wirtschaftlichem Wachstum einher. Wirtschaftliches Wachstum wiederum führt in der Regel zu höheren Einkünften und dadurch zumeist auch zu mehr Konsum. Dadurch wird dann wiederum die Produktivität und das wirtschaftliche Wachstum gesteigert. Systemisch betrachtet steht alles miteinander im Kontext und bedingt sich gegenseitig.

Wie kann ein solches auf Wachstum und Wohlstand getrimmtes System, nachhaltiger gemacht werden? Im Laufe der letzten Jahrzehnte und spätestens seit den von Dennis Meadows (Club of Rome) veröffentlichten „Grenzen des Wachstums“ und der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung im Jahr 1992 in Rio de Janeiro, auf der nachhaltige Entwicklung als internationales Leitbild anerkannt wurde, haben sich drei verschiedene Nachhaltigkeitsstrategien herauskristallisiert. Diese üben inzwischen einen erkennbaren Einfluss auf den gesamtgesellschaftlichen Wertewandel und das Wirtschaftssystem aus, in dem wir alle leben und arbeiten. Es handelt sich um die Effizienz-, die Konsistenz- und die Suffizienzstrategie (siehe Abb. 5.1.)

5.1.1. Die Effizienzstrategie

Effizienz ist von allen Nachhaltigkeitsstrategien am weitesten verbreitet. Ihr Schwerpunkt liegt insbesondere auf dem technischen Fortschritt. Sie befasst sich mit der Entkoppelung von Wirtschaftsleistung und Umweltverbrauch, das bedeutet, Produkte und Verfahren werden durch nachhaltigere, ressourcenschonende Produkte und Verfahren ersetzt. Beispiele dafür sind sparsamere Fahrzeuge im Automobilbereich (zukünftig ggf. Elektroautos – gespeist mit Ökostrom) oder die Reduzierung des Energie- und Materialverbrauchs in der Fertigung.

An der Entwicklung des so genannten „Konzeptes der Dematerialisierung“ haben am Wuppertal-Institut bereits Anfang der 90er Jahre hochkarätige Wissenschaftler wie Friedrich Schmidt-Bleek und Ernst Ulrich von Weizsäcker geforscht. Der Grundgedanke liegt in der Entlastung der Ökosysteme, indem weniger Material für wirtschaftliche Prozesse verbraucht werden und dadurch gleichzeitig weniger Abfälle und /oder Emissionen anfallen (Produktionsintegrierter Umweltschutz statt end-of-pipe-Technologien, wie Filteranlagen). Ressourcen und Energie werden durch intelligente Technik und optimierte Organisation einzelner Prozesse effizienter genutzt (Effizienzsteigerung, z. B. Faktor Vier: doppelter Wohlstand bei halbiertem Ressourcenverbrauch).

Durch den sogenannten Rebound-Effekt wird dieser Fortschritt allerdings oft wieder zunichte gemacht. Vereinfacht kann man sagen, dass Effizienzgewinne mit geringeren Kosten einhergehen und jeder damit die Möglichkeit hat, mit den verbliebenen Mitteln andere Bedürfnisse zu befriedigen. Durch diesen Effekt bleibt der Ressourcen- und Energieverbrauch gleich, obwohl jedes einzelne Produkt weniger verbraucht. Beispiele für diesen Effekt sind: steigende Wohnfläche pro Bewohner, ein Zweit- oder gar Drittauto, größere Kühlschränke, größere Bildschirmdiagonalen bei Fernsehgeräten, der Altfernseher im Kinderzimmer, Handys und Computergeräte für jedes Familienmitglied und so weiter und so fort. Möglichkeiten, diesem Effekt entgegen zu wirken, liegen in der Suffizienz (siehe Kap. 5.1.3.).



5.1.2. Die Konsistenzstrategie

Bei der Konsistenzstrategie geht es um eine Anpassung menschlichen Handelns an ökologische Rahmenbedingungen. Der Fokus liegt darauf, dass Energie und Stoffe in einem Kreislauf geführt werden: „Cradle to Cradle“, „von der Wiege bis zur Wiege“ heißt das Prinzip, bei dem Stoffe in einem unendlichen Kreislauf zirkulieren. Professor Michael Braungart vom Hamburger EPEA-Institut, der diese Art des Wirtschaftens seit vielen Jahren fordert und fördert, unterscheidet dabei zwischen natürlichen und technischen Kreisläufen. Im einen Fall werden ausschließlich natürliche und schadstofffreie Materialien verwendet, die sich unendlich oft kompostieren lassen, im anderen Fall werden Produkte so konstruiert, dass sie sich am Ende ihres Lebens problemlos in ihre Einzelteile zerlegen lassen und deshalb leicht zu neuen und gleichwertigen Produkten verarbeitet werden können. Erste Produkte, die diesen Anforderungen gerecht werden, sind kompostierbare Teppiche, BHs und demnächst voraussichtlich der erste Laufschuh, dessen Materialien zu 100 Prozent im Kreislauf geführt werden können.

Die Kreislaufwirtschaft wird aber auch dadurch gefördert, dass Abwärme genutzt und Brauchwasser in der Produktion wieder verwendet wird. Unter dem Begriff „Bionik“ sind vom Menschen gesteuerten Prozesse zusammengefasst, die der Natur abgeschaut werden. Sie helfen zumeist Energie zu sparen und damit Ressourcen zu schonen. Ein anschauliches Beispiel ist der Lotusblüteneffekt: An den Blättern der Lotusblüte perlen Wasser und Schmutzpartikel einfach ab. Die Oberflächenstruktur der Blätter sorgt für diesen Selbstreinigungseffekt. Der Mensch hat sich diesen Effekt zu Nutze gemacht und nach dem gleichem Prinzip selbst reinigende Oberflächenbeschichtungen wie bspw. Autolacke oder Fassadenfarbe entwickelt.

5.1.3. Die Suffizienzstrategie

Der Begriff Suffizienz steht für Genügsamkeit und wirft die Frage nach dem rechten Maß auf. Er zielt auf eine Lebens- und Wirtschaftsweise, die der Verschwendung von Gütern und damit von Stoffen und Energie ein Ende setzt. „Die Suffizienz ist politisch ungleich heikler als die Effizienzfrage“, sagt Joachim Lohse, Umweltsenator der Stadt Bremen und früherer Geschäftsführer des Öko-Instituts. Die Suffizienzstrategie gilt als die unbequemste aller vorgestellten Strategien. Hinter ihr verbirgt sich ein Lebensstil des Verzichtes. Der eingangs bereits angesprochene Wohlstand soll vor allem durch immaterielle Güter erlangt werden und nicht durch immer mehr Konsum und Wachstum nach dem Motto: Glück statt Reichtum. Die Suffizienzstrategie zielt deshalb darauf ab, dass die Menschen ihren Lebensstil ändern und ihre Bedürfnisse durch nachhaltigen Konsum befriedigen. Beispiele dafür sind hochwertige Kleider, die nicht schon nach kurzer Zeit in der Kleidersammlung landen; Handys und Computer, die so gebaut sind, dass sie technischen Fortschritt mitmachen können und deshalb nicht nach zwei Jahren erneuert werden müssen; warmes Wasser mit Hilfe der Sonne erzeugen (Kollektortechnik); nachts die Heizung abstellen, sich mit kleineren Wohnungen begnügen oder gemeinsam wohnen, teilen statt besitzen, Carsharing und Öffentlicher Nahverkehr statt eigener PKW, Bahn statt Flieger; die Ernährung auf (fleischarme) Bio-Lebensmittel umstellen, Lichter bewusst ausschalten, den alten Kühlschrank entsorgen und nicht als Zweitgerät in den Keller stellen. Alle diese Beispiele wirken dem in Kap. 5.1.1. angesprochenen Rebound-Effekt entgegen.

Nur durch das Zusammenspiel dieser strategischen Ansätze lässt sich ein Wohlstand auf nachhaltigem Niveau erreichen. Wenn die Industrie es schafft, mit weniger Ressourcen die gleiche Menge Güter nach dem Vorbild des natürlichen Kreislaufes (Konsistenzstrategie) herzustellen und trotz wachsender Weltbevölkerung der Konsum zurückgeht (Suffizienzstrategie), ist es möglich, Nachhaltigkeit und Wohlstand unter einen Hut zu bringen. Das ist wahrlich kein leichtes Unterfangen, denn dazu muss sich unser Bild des Wohlstands ändern, indem wir die Gewichte vom materiellen zum immateriellen Wohlstand verlagern. Es muss deutlich werden, dass eine nachhaltigere Lebensweise keinesfalls nur negativ verstandener „Verzicht“ ist, sondern auch mehr Lebensqualität bedeuten kann – im Sinne der Entschlackung von Wohlstandsmüll (siehe auch Nachhaltigkeitsbericht 2008).



„Nachhaltigkeit: ein Wort, über das sehr viele reden. Wir leben es! Als noch kaum jemand wusste, dass es Nachhaltigkeit gibt und was sie bedeutet, hatte die Neumarkter Lammsbräu diese Nachhaltigkeit schon als Philosophie für sich entdeckt und noch heute (wie damals) leben und handeln wir danach. Wir setzen uns ein für den nachhaltigen Fortbestand des Unternehmens, für die nachhaltige Schonung unserer Umwelt und Natur, für nachhaltige, partnerschaftliche und faire Geschäftsbeziehungen, für nachhaltigen Genuss, den wir unseren Kunden und Fans bereiten und für ein nachhaltiges Miteinander in unserem Team.“

Holger Seifert, Key Account Manager und Biersommelier Neumarkter Lammsbräu

5.2. Nachhaltigkeit bei der Neumarkter Lammsbräu

Bei der Neumarkter Lammsbräu wird „Nachhaltigkeit“ seit Jahrzehnten groß geschrieben. Die konkrete Umsetzung wird nachfolgend genauer erläutert.

5.2.1. Effizienzsteigerung – Ressourcen schonen, Klima schützen

Wir überprüfen sämtliche Neuanschaffungen auf Energieeinspareffekte. Den Materialverbrauch versuchen wir so gering wie möglich zu halten und Abfälle zu vermeiden oder zu recyceln. So haben wir beispielsweise im vergangenen Jahr die Neuglaslieferung optimiert, indem wir auf Pappe als Zwischenmaterial verzichten und stattdessen auf Pfand-Plastikeinlagen umgerüstet haben. Diese Einlagen müssen nicht nach nur einmaliger Anwendung entsorgt, sondern können mehrfach wiederverwendet werden. Damit konnten wir das Abfallaufkommen deutlich verringern (vgl. auch Kap. 4.1.2.4.).

5.2.2. Konsistenz – Wirtschaften im Einklang mit der Natur

Wirtschaften im Einklang mit der Natur ist für die Neumarkter Lammsbräu eine Selbstverständlichkeit. Durch die hauseigene Mälzerei am Standort nehmen wir bereits auf dem Acker Einfluss auf unsere Bio-Braurohstoffe (vgl. Kap. 4.1.2.6.). Wir fördern die ökologische Landwirtschaft, die ohne Pestizide, chemische Düngemittel und Gentechnik arbeitet, und tragen damit dazu bei, den natürlichen Kreislauf der Schöpfung zu bewahren, die Artenvielfalt zu stärken, das Trinkwasser und den Boden zu schützen und somit für nachfolgende Generationen den Konsum von qualitativ hochwertigen Bio-Getränken zu ermöglichen.

Das allgemein verbreitete Mehrwegsystem und der Einsatz von Glasflaschen ist ein weiterer Aspekt, mit dem wir uns am Kreislauf der Natur orientieren und zur Abfallvermeidung beitragen (vgl. Kap. 3.2.).

Darüber hinaus achten wir bei sämtlichen Produktionsprozessen darauf, Abwärme und Brauchwasser wieder zu verwenden und mehrfach im Kreis zu führen. Basierend auf der Idee eines Lammsbräu Mitarbeiters haben wir vor ein paar Jahren ein System zur CO₂-Kreislaufführung eingeführt, mit dem wir das Kohlendioxid, das durch den Alkoholisierungsprozess anfällt, nicht in die Atmosphäre entweichen lassen, sondern für weitere Prozesse erneut einsetzen.

5.2.3. Suffizienz – Verbraucher erkennen zunehmend den Wert von Bio-Lebensmitteln

Die gesamte Bierbranche verzeichnet seit Jahren Umsatzeinbußen, demgegenüber wächst die gesamte Bio-Branche kontinuierlich (vgl. Kap. 4.3.). Auch die Neumarkter Lammsbräu konnte in den letzten beiden Jahren ihren Ausstoß deutlich steigern. Dieser Trend zu Bio-Lebensmitteln stimmt hoffnungsvoll. Eine Studie des Bundesverbandes Naturkost Naturwaren Großhandel zeigte auf, dass der Preis für die Naturkost-Waren nur eine untergeordnete Rolle spielt. Das wichtigste Entscheidungskriterium ist das Vertrauen in die ökologische Qualität. Um dieses Vertrauen in die Produkte geht es auch der Neumarkter Lammsbräu. Daher betreiben wir eine intensive Öffentlichkeits- und Netzwerkarbeit, um über unser nachhaltig ausgerichtetes Unternehmenskonzept und unsere ökologisch produzierten Getränke aufzuklären und erhöhtes Verständnis zu schaffen.

Die Neumarkter Lammsbräu steht für einen nachhaltig orientierten, ökologischen Lebensstil, den sie sowohl an ihre Mitarbeiter vermittelt als auch in der Öffentlichkeit vertritt. Dabei versuchen wir auch der Tatsache entgegen zu wirken, dass nicht nur konventionelle, sondern auch ökologisch hergestellte Lebensmittel weggeworfen werden. Denn eine Gesellschaft, bei der rund die Hälfte aller Lebensmittel im Müll landet, wie Valentin Thurn mit seinem Film „Taste the Waste“ gezeigt hat, ist alles andere – nur nicht nachhaltig. Gefordert sind dabei alle: die Erzeuger, die verarbeitenden Betriebe, der Handel und schließlich die Konsumenten. Wenn alle Beteiligten der Nahrungskette so wirtschaften, dass weniger Lebensmittel weggeworfen werden, profitieren wir alle davon: „Die Halbierung des Lebensmittelmülls würde ebenso viele Klimagase vermeiden wie die Stilllegung jedes zweiten Autos“, hat Valentin Thurn ermittelt.



6. Unsere Nachhaltigkeitsziele

In allen Bereichen, die für das Thema Nachhaltigkeit relevant sind, setzt sich die Neumarkter Lammsbräu immer wieder neue Ziele und prüft, ob die eigenen Vorgaben erreicht worden sind.

So führte im Bereich Ökologie beispielsweise der Aufbau eines übergreifenden Energiemanagements dazu, dass der Wärmeverbrauch der Brauerei auf 40 Kilowattstunden pro Hektoliter Verkaufsgetränk gesenkt werden konnte. Im Jahr 2013 soll dieser Wert weiter verbessert werden. Um den Artenschutz in der Region nicht nur mit den eigenen Bio-Zulieferern voranzutreiben, hat das Unternehmen einen Stammtisch initiiert, bei dem auch andere Unternehmer für das Thema sensibilisiert werden sollen.

Weil die Neumarkter Lammsbräu Klimaschutz als eine der herausragenden Aufgaben begreift, will das Unternehmen nicht nur den Wärme- und Strombedarf kontinuierlich senken, sondern bis Ende des Jahres 2014 eine Klimastrategie erarbeiten. In ihr sollen die mittel- und langfristigen Ziele festgelegt, aber auch bereits Maßnahmen beschrieben werden, mit denen diese Ziele erreicht werden können.

6.1. Ökologie

Ziele für 2011 - 2012	Umsetzung	Erfüllungsgrad
Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs in der Brauerei auf 5,2 hl /hl Verkaufsgetränk	Aufbau eines übergreifenden Energiemanagements	Nicht erreicht
Senkung des spezifischen Wärmeverbrauchs in der Brauerei auf 40,0 kWh /hl Verkaufsgetränk	Aufbau eines übergreifenden Energiemanagements	Erreicht
Bewusstseinsbildung zum Thema Artenschutz bei anderen Unternehmen aus der Region vorantreiben	Initiierung eines Unternehmerstammtisches Biodiversität	Erreicht
Optimierte Überwachung umweltrelevanter Gesetze und Bestimmungen	Prozessorientierte Verknüpfung des Rechtskatasters	Nicht erreicht
Öffentliche Darstellung der Biodiversitätsleistungen der Neumarkter Lammsbräu	Teilnahme an der Woche der Umwelt 2012	Erreicht
Optimierung des Abfallkonzeptes und Erhöhung des Anteils „wieder verwertbarer“ Abfälle	Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister	Nicht erreicht
Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs im Fuhrpark	Durchführung eines Fahrertrainings	Nicht erreicht

Ziele für 2013 - 2014	Maßnahme	Zuständig	Termin
Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs in der Brauerei auf 5,2 hl /hl Verkaufsgetränk	Installation neuer Drucktanks, dadurch Erhöhung der Lagertankkapazitäten; bessere Filterausnutzung durch größere Chargen, weniger CIP-Reinigungen	Technik	Ende 2013
Senkung des spezifischen Wärmeverbrauchs in der Brauerei auf 39,5 kWh /hl Verkaufsgetränk	Aufbau eines übergreifenden Energiemanagements, Mitarbeiterschulungen zum Energie einsparen	Technik / Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2013
Senkung spezifischer Stromverbrauch Brauerei auf < 13,5 kWh /hl Verkaufsgetränk	Aufbau eines übergreifenden Energiemanagements, Mitarbeiterschulungen zum Energie einsparen	Technik / Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2013
Bewusstseinsbildung zum Thema Artenschutz und Biodiversität bei anderen Unternehmen aus der Region vorantreiben	Unternehmerstammtisch Biodiversität und Netzwerkbildung	Nachhaltigkeitsmanagement / UPS	Ende 2013
Förderung der CO ₂ -Reduktion, Schutz des Trinkwassers und der Biodiversität	Umsetzung von zwei Kulturlandplänen und 10 Blühstreifen mit Landwirten der EZÖB, Review bei beiden 2009 durchgeführten Kulturlandpläne	UPS	Ende 2013



„Weit über die Getränkebranche hinaus ist die Neumarkter Lammsbräu ein Synonym für die Nachhaltigkeit. Dr. Franz Ehrnsperger hat früh begonnen eine Philosophie zu leben, die einen langfristig angelegten, verantwortungsbewussten Umgang mit Ressourcen zum Ziel hat. Die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit ist heute die Basis unseres Erfolgs und als Mitarbeiter ist man stolz ein Stück dazu beitragen zu können.“

Oliver Flake, Leiter Qualitätssicherung Neumarkter Lammsbräu

Optimierte Überwachung umwelt-relevanter Gesetze und Bestimmungen	Prozessorientierte Verknüpfung des Rechtskatasters	Nachhaltigkeitsmanagement/ Dokumentenlenkung	Ende 2013
Logistische und nachhaltige Optimierung des Abfallkonzeptes im Bereich der Entsorgung	Auswahl eines externen Entsorgers nach den Kriterien der Nachhaltigkeit und der logistischen Machbarkeit	Logistik / Nachhaltigkeitsmanagement	Frühjahr 2013
Verbesserung des Umganges mit Abfällen aller Art in der Brauerei	Durchführung einer Umweltschulung mit Abfallbeauftragtem	Nachhaltigkeitsmanagement	Sommer 2013
Reduzierung des spezifischen Dieserverbrauchs im gesamten Fuhrpark auf 2,55 l/hl (Liter pro transportierter Hektoliter)	Durchführung eines Fahrertrainings zum Sprit sparen	Logistik	Ende 2013
Dokumentation des CO ₂ -Ausstosses von Bio-Mineralwasser	Erstellung eines CO ₂ Fußabdruckes für Bio-Mineralwasser	UPS, Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2013
Erarbeitung einer Klimastrategie für das gesamte Unternehmen	Mittel- und langfristige Ziele festlegen und mit Maßnahmen versehen	UPS, Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2014
Reduzierung des Abfallaufkommens	100 % wiederverwertbare Plastikeinlagen statt Pappe im Bereich der Neuglaslieferungen als Zwischenlage	Logistik	Ende 2014

6.2. Soziales

Ziele für 2011 - 2012	Umsetzung	Erfüllungsgrad
Weitere Verbesserung der Gesundheit der Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu	Durchführung eines Nordic Walking Kurses, Arbeitsplatzmassage	Erreicht
Verbesserung des Verständnisses der Mitarbeiter für das Thema Nachhaltigkeit und Qualität	Durchführung eines Mitarbeiternachmittages	Erreicht
Teambildung und Identifikation der Auszubildenden erhöhen	Durchführung eines Auszubildendenwochenendes und verschiedener Projekte	Erreicht



Ziele für 2013 - 2014	Maßnahme	Zuständig	Termin
Weitere Verbesserung der Gesundheit der Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu	Durchführung eines wöchentlichen Walking Kurses im Sommer und eines wöchentlichen Ganzkörpertrainings im Winter	Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2013
Verbesserung des Verständnisses der Mitarbeiter für das Thema Nachhaltigkeit und Qualität	Durchführung eines Mitarbeitertages, aufgeteilt auf zwei Termine	Nachhaltigkeitsmanagement / Qualitätsmanagement	Ende 2013
Teambildung und Identifikation der Auszubildenden erhöhen, Wissensvermittlung zum Thema „Nachhaltigkeit im Unternehmen“	Durchführung eines Nachhaltigkeitsworkshops und eines Projekttag	Nachhaltigkeitsmanagement / Ausbilder	Ende 2013
Betriebsklima der gesamten Belegschaft auf eine Durchschnittsnote von 2 verbessern	Durchführung von 8 Mitarbeiterveranstaltungen, einem Mitarbeitertag und prozessbezogenen Teamevents	Nachhaltigkeitsmanagement / UPS/Führungskräfte der Prozesse	Ende 2013
Attraktivere, flexiblere Arbeitszeitgestaltung für die Mitarbeiter	Erarbeitung eines Ferienprogrammes für Mitarbeiterkinder in den Sommerferien in Zusammenarbeit mit Bürgerhaus Neumarkt	UPS	Sommer 2013

6.3. Ökonomie

Ziele für 2011 - 2012	Umsetzung	Erfüllungsgrad
Aufbau eines Logistikcontrollings	Erarbeitung von aussagekräftigen Kennzahlen für den Bereich Logistik und Integration in das Neumarkter Lammsbräu Cockpit	Erreicht
Verbesserung Lenkung und Dokumentation von Qualität und Rohstoffverbrauch	Einführung eines Betriebsdatenerfassungssystems	Erreicht



Ziele für 2013 - 2014	Maßnahme	Zuständig	Termin
Integration der technischen Controllingzahlen ins NL-Cockpit	Quartalsweise Auswertung der technischen Controllingzahlen (Review)	UPS	Ende 2013
Verbesserung Lenkung und Dokumentation von Qualität und Rohstoffverbrauch	Abschluss des Betriebsdatenerfassungssystems	Technik	Ende 2013
Verbesserung der Finanzierungs- und Eigenkapital-Struktur des Unternehmens auch im Hinblick auf ökologische Aspekte	Prüfung alternativer Finanzierungsformen	UPS	Ende 2013

6.4. Kultur

Ziele für 2011 - 2012	Umsetzung	Erfüllungsgrad
Optimierung der Brauereibesichtigungen	Aktualisierung des Brauereileitfadens; Aufnahme eines neuen Imagefilms; räumliche Umgestaltung des Besucherbereichs	Erreicht
Fokussierung der Kunden auf das Thema Genuss und Qualität	Organisation von vier Biersommelierabenden	Erreicht

Ziele für 2013 - 2014	Maßnahme	Zuständig	Termin
Verbesserung der Beratungs- und Servicequalität im Bereich Nachhaltigkeit bei den Kunden	Aufbau einer Lammsbräu-Akademie für Kunden aus Gastronomie und Handel	Vertrieb	Ende 2013
Förderung des Wissens zum Thema Wasserschutz und Wasser als Lebensmittel bei Kindern	Aufbau einer S'cooltour Wasser für Kinder der Grundschule und weiterführender Schulen in Zusammenarbeit mit bbiz	UPS	Ende 2013
Förderung und Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt	Konsequente Öffentlichkeitsarbeit, Durchführung von vier naturkundlichen Spaziergängen, Brauerei- und Kinderbrauereibesichtigungen	Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2013



Anhang





1. Verwendete Abkürzungen und Begriffe

AfG:

Alkoholfreie Getränke

ASI:

Arbeitsicherheit

BÖLW:

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

CO_{2e}:

CO₂-Äquivalente

DIN ISO 9001/14001:

weltweit gültige, privatwirtschaftliche Normen für betriebliche Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme

EFQM:

European Foundation for Quality Management. Ganzheitliches Managementsystem zur Erzielung betrieblicher Exzellenz

EM:

Effektive Mikroorganismen. Symbiotische Bakterienmischung zum Aufbau eines regenerativen Milieus

EMAS:

Eco Management and Audit Scheme – auch früher bekannt als EG-Öko-Audit. 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)

Euro 5 bzw. Euro V/Euro 6 bzw. Euro 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

GVO:

gentechnisch veränderte Organismen. Sammelbegriff für pflanzliche und tierische Organismen, deren Erbmateriale durch molekulare Eingriffe verändert wird

LAMM:

„Lammsbräu arbeitet mit Mitarbeitermotivation“, ein Instrument zur monatlichen Mitarbeiterselebstbewertung

Keg:

wiederbefüllbares Edelstahl-Mehrwegfass, das teilweise mit Gummi ummantelt ist (Isolierung, Optimierung des Transports). Der Begriff „Keg“ kommt aus dem Englischen und bedeutet „Fass“

Kieselgur:

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

Kuppelprodukte:

die bei Vermahlung und Brauen anfallenden Nebenprodukte (Getreideabputz, Keimlinge, Treber, Sauergut, Altheife)

KVP:

Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

LBV:

Landesbund für Vogelschutz

LEP:

Ludwig Erhard Preis

LPV:

Landschaftspflegeverband

Öko-Bilanz:

systematische Analyse zur Erfassung und Bewertung ökologisch relevanter Problemstellungen. Setzt sich zusammen aus den Teilbilanzen: Betriebs-, Prozess-, Produktlinien- und Standortbilanz

PET:

Polyethylenterephthalat, ein thermoplastischer Kunststoff, der zur Getränkeflaschenherstellung genutzt wird

PVC:

Polyvinylchlorid, ein amorpher thermoplastischer Kunststoff

QM:

Qualitätsmanagement

Spezifische Kennzahlen:

auf einen bestimmten Bezugswert (z. B. Hektoliter) normierte Kennzahlen

UM:

Umweltmanagement

UPS:

Unternehmensplanung und -steuerung

VG:

Abkürzung für Verkaufsgetränke (verkaufte Getränkemenge)



2. Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen

Energie:

Umrechnungsfaktor Heizöl: 1 L Heizöl $\hat{=}$ 10,00 kWh;
 Verbrennungsfaktor 1 L Heizöl $\hat{=}$ 3,175 kg CO₂

Umrechnungsfaktor Erdgas: 1 Norm m³ Gas $\hat{=}$ 11,1140 kWh;
 Verbrennungsfaktor 1 kWh Erdgas $\hat{=}$ 0,2 kg CO₂

Wasser:

Umrechnungsfaktor Wasser: 1 m³ Wasser = 1 Tonne

Rohstoffe:

Umrechnungsfaktor Rohstoffe:

1 Tonne = 10 Dezitonnen (dt) = 1.000 kg

Hektoliter (hl):

1 Hektoliter = 100 Liter

Treibhauseffekt (Kapitel 4.1.2.5.):

Berechnung Treibhauseffekt CO₂-Emissionen aus ökologischem Landbau: Landwirtschaftlich genutzte Gesamtanbaufläche in Deutschland von 16.900.000 ha verursacht 157.000.000 Tonnen CO₂-Emissionen. Pro ha werden somit 9,3 t CO₂ emittiert (Quelle: Umweltbundesamt 2010).

Die für den Anbau der ökologischen Braurohstoffe benötigte Fläche der Vertragslandwirte der Neumarkter Lammsbräu errechnet sich aus der Summe der durchschnittlichen Erträge von Bio-Gerste, Bio-Weizen, Bio-Dinkel und Bio-Hopfen pro ha (Quellen: Amt für Landwirtschaft und Forsten, Neumarkt i. d. OPf.; eigene Quellen).

Ökologischer Landbau emittiert ca. 50 Prozent weniger CO₂ als konventioneller Landbau (Quelle: Haas, G.; Geier, U.; Schulz, D.G.; Köpke, U. (1995): Klimarelevanz des Agrarsektors der Bundesrepublik Deutschland: Reduzierung der Emissionen von Kohlendioxid. Berichte über Landwirtschaft 73, S. 387-400).

Die durch den ökologischen Vertragsanbau erzeugte Menge an CO₂-Emissionen wurde wie folgt berechnet:
 Anbaufläche (ha) * 157.000.000 t CO₂ / 16.900.000 ha =
 x t CO₂ – 50 % Einsparung Öko-Landbau = y t CO₂

Verkehr (Kapitel 4.1.2.5.2. und 4.1.2.5.3.):

Für Berechnungsgrundlagen der von Fuhrpark und Gabelstapler verursachten Emissionen siehe Quelle:
 Schmidt, M., Frings, E. (1999): Verkehr im Umweltmanagement – Anleitung zur betrieblichen Erfassung verkehrsbedingter Umwelteinwirkungen. Umweltbundesamt Berlin.
 URL: < <http://www.umweltbundesamt.de/uba-info-medien/1907.html> > Zugriff am 23.04.2013.

Bei den Emissionsberechnungen für die im Betrieb und im Fuhrpark eingesetzten fossilen und nicht-fossilen Brennstoffe (Erdgas, Heizöl, Diesel, Pflanzenöl) sowie für die für die Bierherstellung benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sind förder- und transportbedingte Emissionen (z. B. Herstellung und Bereitstellung von Brennstoffen, Transport von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen zur Brauerei) nicht berücksichtigt.

Impressum

Bearbeitung: Silvia Ohms
Mit Unterstützung von Prof. Dr. Volker Stahlmann

Neumarkt,
im Mai 2013

Neumarkter Lammsbräu, Gebr. Ehrnsperger KG
Amberger Straße 1, 92318 Neumarkt i.d.OPf.
Telefon: 09181/404-0
E-Mail: info@lammsbraeu.de

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

© 2013
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung
der Neumarkter Lammsbräu.

Fotos:
Seite 34: „Wasser“ ©Fotolia.com
Seite 60: „Lengenbach“ ©Grohmann, LBV; „Eisvogel“ ©Hartl, LBV

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.



EMAS
GEPRÜFTES
UMWELTMANAGEMENT
DE-166-00005



Liebe Leserin, lieber Leser,

wie hat Ihnen unser Nachhaltigkeitsbericht 2012 gefallen? Gibt es etwas, das wir Ihrer Meinung nach verbessern könnten? Wir freuen uns über Ihre Kritik, Anregungen oder Verbesserungsvorschläge. Sie können uns anrufen, schriftlich kontaktieren oder uns eine E-Mail schicken.

Vielen Dank im Voraus für Ihre Bemühungen!

Den Bericht finden Sie auch als pdf-Datei auf unserer Homepage unter:
<http://www.lammsbraeu.de/verantwortung/nachhaltigkeitsbericht.html>

Ansprechpartner:

Silvia Ohms
Nachhaltigkeitsmanagement
Neumarkter Lammsbräu
Amberger Straße 1
92318 Neumarkt i. d. OPf.
Telefon: 09181/404-71
E-Mail: S.Ohms@lammsbraeu.de

Validierung der Umwelterklärung

Der akkreditierte Umweltgutachter

DR. REINER BEER

hat die Organisation

**NEUMARKTER LAMMSBRÄU
Gebr. Ehrnsperger KG**

am Standort

Amberger Str. 1, 92318 Neumarkt

auf Einhaltung aller Vorschriften der Verordnung (EG Nr. 1221/2009) geprüft
und stellt hiermit die Übereinstimmung des Umweltmanagementsystems,
der internen Umweltbetriebsprüfung sowie der Umwelterklärung
mit den Anforderungen der Verordnung fest.

Hinweise auf Abweichungen von einschlägigen Rechtsvorschriften liegen nicht vor. Die
Daten und Informationen der Umwelterklärung der Organisation geben ein verlässliches,
glaubwürdiges und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation wieder.

Neumarkt, 24. April 2013



Dr. Reiner Beer

Umweltgutachter
Zulassungs-Nr. DE-V-0007



Intechnica Cert GmbH



Verantwortung leben. Genuss schaffen.

Neumarkter Lammsbräu
Amberger Straße 1 · 92318 Neumarkt i.d.OPf.
Telefon 09181/404-0 · www.lammsbraeu.de