

Verantwortung leben.
Genuss schaffen.

NEUMARKTER LAMMSBRÄU



Nachhaltigkeitsbericht 2014

23. ÖKO-CONTROLLING BERICHT

Liebe Leserin, lieber Leser,

was Monsieur Eiffel wohl gesagt hätte? Windturbinen auf seinem eleganten Turm? Als der Eiffelturm 1889 eröffnet wurde, war er das Wahrzeichen der Industrialisierung und der Ingenieurskunst, die mit Eisen und Stahl alles an Höhe, Leistung und Geschwindigkeit übertraf, was es bis dahin gab. Ohne die Kraft der Kohle, die Lokomotiven, Schmelzöfen und Dampfturbinen befeuerte, wäre nichts davon möglich gewesen. Die Luft in den Städten war schwarz vom Ruß, und die Menschen hatten begonnen, in die Klimaprozesse auf der Erde einzugreifen – ohne dass sie etwas davon ahnten.

Heute wissen wir dies längst, und es konnte kaum einen besseren als eben diesen historischen Ort geben, um ein Symbol für die Energiewende zu platzieren. Gleichzeitig sendet Paris ein Signal an den UNO-Klimagipfel, der Ende dieses Jahres in ihrer Stadt tagen wird.

Wir von der Neumarkter Lammsbräu wissen, dass die Klimawende nur gelingen kann, wenn auf allen Ebenen um die Reduzierung der klimaschädlichen Gase gerungen wird – auf Konferenzen der Staatengemeinschaft, in Unternehmen, in Kommunen, in den privaten Haushalten.

Da wir uns seit Jahrzehnten für ökologische Belange einsetzen, ist es nur konsequent, dass wir gemeinsam mit Wissenschaftlern der Universität Augsburg nicht nur unsere Treibhausgase bilanziert, sondern auch eine Klimaschutzstrategie erarbeitet haben. Diese reicht zunächst bis 2025 und verfolgt das Ziel, unsere Emissionen kontinuierlich um jeweils sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr zu reduzieren – und das bei einem weiteren Wachstum unserer Brauerei.

Zum Vergleich: Das Bundeskabinett hat im Dezember 2014 das Aktionsprogramm Klimaschutz 2020 verabschiedet, das Maßnahmen beschloss, die umgerechnet eine Reduktion von etwa 2,5 Prozentpunkten pro Jahr bewirken sollen.

Die Neumarkter Lammsbräu hat sich also auch im Bereich des Klimaschutzes ehrgeizige Ziele gesetzt – aus der Überzeugung heraus, dass es Leuchttürme braucht.

Wahrscheinlich hätte der turmbegeisterte Monsieur Eiffel auch in diesem Sinne die grünen Kraftwerke gut geheißen. Er war ein fortschrittlicher Mann und setzte um, was er für zukunftsweisend und symbolträchtig hielt.

Ich hoffe, dass die Klimakonferenz in Paris unter seinem leuchtenden Eiffelturm ein Erfolg wird, und wünsche Ihnen, dass Sie beim Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichtes nicht nur Wissenswertes erfahren, sondern sich durch uns anstecken lassen, selbst weniger Energie zu verbrauchen.

Und zu guter Letzt: Genießen Sie unsere Bio-Getränke!

Ihre

Susanne Horn
Generalbevollmächtigte
der Neumarkter Lammsbräu



Inhaltsverzeichnis

1. Über unser Unternehmen	7
1.1. Tradition und Moderne	8
1.2. Unternehmensdaten	8
1.3. Neue Produkte	9
1.3.1. Neumarkter Lammsbräu Bio-Biere	10
1.3.2. now Bio-Erfrischungsgetränke	10
1.4. Das Bio-Sortiment	10
1.5. Wichtige Stationen auf dem Weg zur nachhaltigen Brauerei	11
1.6. Auszeichnungen und Preise	15
1.6.1. Neumarkter Lammsbräu wird Changemaker 2014	15
1.6.2. Deutscher Lokaler Nachhaltigkeitspreis ZeitzeiChEN	15
1.6.3. CSR Preis der Bundesregierung	16
2. Unser Nachhaltigkeitsmanagement	19
2.1. Unsere Werte	20
2.2. Unser Unternehmenskonzept	20
2.2.1. Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems	20
2.2.2. Gesetzliche Anforderungen	21
2.2.3. Nachhaltiger Umweltschutz	21
2.2.4. Biologische Braurohstoffe	21
2.2.5. Ökologische Braurichtlinien	21
2.2.6. Preisgestaltung	21
2.2.7. Regionale Kreisläufe	21
2.2.8. Einbindung der Mitarbeiter	21
2.2.9. Kommunikationskultur	21
2.2.10. Öko-Marketing	21
2.3. Unsere Managementsysteme	22
2.3.1. Umweltpolitik	23
2.3.2. Planung	23
2.3.3. Verwirklichung im Betrieb	23
2.3.4. Überprüfung	24
2.3.5. Managementbewertung	25
2.3.6. Externes Audit	25
2.4. Unsere Nachhaltigkeitskommunikation	25
2.4.1. Interne Kommunikation	25
2.4.1.1. Betriebsversammlung	25
2.4.1.2. Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung	26

2.4.1.3. Lammsbräu Knigge	26
2.4.1.4. Auszubildendenprogramm	26
2.4.1.5. Trainee-Programm	26
2.4.1.6. Neumarkter Lammsbräu Miteinander	26
2.4.1.7. Fachliche Mitarbeiternachmittage	27
2.4.1.8. Gemeinsam für mehr Vielfalt	27
2.4.1.9. Betriebsabend	28
2.4.1.10. Selbstbewertungsinstrument LAMM	28
2.4.2. Externe Kommunikation	28
2.4.2.1. Messen und Veranstaltungen	28
2.4.2.2. Neumarkter Nachhaltigkeitspreis 2014	29
2.4.2.3. Brauereibesichtigungen	30
2.4.2.4. Dialog mit unseren Kunden	30
2.4.2.5. Öffentlichkeitsarbeit	31
2.4.2.6. Nachhaltigkeitsbericht	31
2.4.2.7. Vorträge und Podiumsdiskussionen	31
2.4.2.8. Sponsoring und Förderung	32
2.4.2.9. Wasser on... s'cooltour	32
2.4.2.10. Kulturlandpläne	33
2.4.2.11. Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern	33
2.4.2.12. Weiterbildung zum Bodenpraktiker	33
3. Unsere Themen 2014	35
3.1. Unsere Verantwortung fürs Klima	36
3.1.1. Der gesamtunternehmerische Fußabdruck (CCF – Corporate Carbon Footprint)	36
3.1.2. Die Klimastrategie der Neumarkter Lammsbräu	37
3.1.3. Langfristige Verantwortung: Treibhausgase soweit wie möglich verringern	39
3.2. Neue Mitstreiter für Bio-Mineralwasser	39
3.3. Mehr Wachstum für den Biolandbau	40
3.4. Gemeinwohlökonomie	41
3.4.1. Gesellschaftliche Wirkung	41
3.4.2. Beitrag zum Gemeinwesen	41
3.4.3. Reduktion ökologischer Auswirkungen	42
3.4.4. Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	42
3.4.5. Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	42

4. Unser Nachhaltigkeits-Controlling	45
4.1. Ökologie	46
4.1.1. Betriebliche Input-Output-Bilanz	46
4.1.2. Umweltbezogene Kernindikatoren	49
4.1.2.1. Kernindikatoren Rohstoffe und Materialverbrauch	50
4.1.2.2. Kernindikator Wasser	51
4.1.2.3. Kernindikator Energie	53
4.1.2.4. Kernindikatoren Abfälle und Recycling	57
4.1.2.4.1. Abfallbilanz 2009 - 2014	57
4.1.2.4.2. Umgang mit Gefahrstoffen	58
4.1.2.4.3. Wertstoff- und Kuppelproduktebilanz	58
4.1.2.5. Kernindikator Emissionen	59
4.1.2.5.1. Emissionen aus Braurohstoffen und AfG-Rohstoffen	62
4.1.2.5.2. Emissionen aus Fuhrpark (Lkw, Pkw und Stapler)	62
4.1.2.5.3. Emissionen aus Energieversorgung	63
4.1.2.5.4. Abschließende Betrachtung Scope 1 und 2 Emissions-Kernindikatoren	64
4.1.2.5.5. Lärmemissionen	64
4.1.2.6. Kernindikator Biodiversität	64
4.1.2.7. Einkauf/Beschaffung	65
4.1.2.8. Produktausstattung	66
4.1.2.9. Fuhrpark/Transport	66
4.2. Soziales	67
4.2.1. Soziale und gesellschaftliche Aspekte	67
4.2.1.1. Mitarbeiterbezogene Kernindikatoren	67
4.2.1.2. Work Life Balance	69
4.2.2. Partnerschaften	70
4.2.2.1. Unsere Lieferanten	70
4.2.2.2. Unsere Kunden	70
4.2.2.3. Unsere Netzwerke	71
4.3. Ökonomie	72
4.3.1. Entwicklung des Biermarktes und der Bio-Lebensmittelbranche	72
4.3.2. Ökonomische Kennzahlen	73
4.4. Kultur	74
4.4.1. Unsere Hüttengaudi	74
4.4.2. Unser Bierdorf beim Altstadtfest	74
4.4.3. Wir auf dem Neumarkter Volksfest	74
4.4.4. Unser Erntedankfest	75

5. Querschnittsbetrachtung	77
5.1. Gemeinsam für mehr Bio in Europa!	78

6. Unsere Nachhaltigkeitsziele	83
6.1. Ökologie	84
6.2. Soziales	86
6.3. Ökonomie	87
6.4. Kultur	88

Anhang	90
Impressum	94
Validierung der Umwelterklärung	95



*„Für unsere Getränke garantieren wir jederzeit beste Qualität
und die ausschließliche Verwendung 100 % biologischer Rohstoffe.
Dafür setzen wir uns tagtäglich ein.“*

Enrico Spielmann, Prozessverantwortlicher für die Mälzerei der Neumarkter Lammsbräu

1. ÜBER UNSER UNTERNEHMEN

Die Neumarkter Lammsbräu hat sich in den vergangenen Jahrzehnten zu einem Leuchtturm-Unternehmen entwickelt, das in ganz Deutschland als wegweisend wahrgenommen wird.

Längst ist sie über den regionalen Bio-Bierproduzenten hinausgewachsen. 2009 kamen die now-Bio-Limonaden hinzu, die inzwischen einen erheblichen Anteil am Unternehmensumsatz ausmachen, und noch im gleichen Jahr das Bio-Mineralwasser – ein Novum in Deutschland und gleichzeitig ein politisches Signal, sich für sauberes Wasser als eines der kostbarsten Güter einzusetzen. 2014 konnten erstmals auch andere Getränkehersteller gewonnen werden, Teile ihres Sortiments mit dem Siegel für Bio-Mineralwasser auszuzeichnen.

Auch beim Klimaschutz will die Brauerei richtungsweisend werden. Um den heutigen Anforderungen gerecht zu werden, hat sie gemeinsam mit der Universität Augsburg eine Klimaschutzstrategie entwickelt, die zunächst bis 2025 reicht. Mit ihr sollen die Treibhausgasemissionen des Unternehmens kontinuierlich um jeweils sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr reduziert werden – und das trotz der selbst gesteckten Wachstumsziele. Dies entspricht einer Treibhausgas-einsparung von rund 11.500 Tonnen CO₂-e bis 2025.

Um das zu erreichen, hat die Neumarkter Lammsbräu sämtliche von ihr verursachten Treibhausgasemissionen ermittelt und mit Hilfe der Wissenschaftler einen detaillierten Maßnahmenkatalog zur Reduktion erarbeitet. Bei allem Fortschritt bleibt die Brauerei ihren Prinzipien treu: Regional verwurzelt, Mensch und Natur gleichermaßen achtend, setzt sie auf hundert Prozent natürliche Rohstoffe mit garantiertem Herkunftsnachweis und auf höchste Bio-Qualität.



1.1. Tradition und Moderne

Neue Wege beschreiten und dennoch die alten Werte bewahren, sich an den Grundprinzipien der Natur orientieren, die Menschen mit ihren Bedürfnissen ebenso im Blick behalten wie die regionalen Gegebenheiten, und dabei das gesellschaftspolitische Umfeld berücksichtigen sowie den langfristigen Unternehmenserfolg im Visier haben – so lässt sich das Wirtschaften der Neumarkter Lammsbräu zusammenfassen. Ein gesellschaftspolitisches Thema rückte 2014 besonders in den Fokus: der Klimaschutz. Es wurde eine Strategie erarbeitet, mit der diese zentrale Aufgabe in Zukunft bei allen unternehmerischen Aktivitäten berücksichtigt werden kann.

Wie aber kam es dazu, dass sich eine mittelständische Traditionsbrauerei aus der Oberpfalz dem Thema „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, 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 der Teamgeist bei den Mitarbeitern groß geschrieben wird. Die traditionsbewusste Neumarkter Lammsbräu gab sich bereits 1977 eigene Umweltleitlinien, gemäß derer bis zum heutigen Tag geplant und produziert wird. Sie bilden auch die Grundlage dafür, das Thema Klimaschutz in den kommenden Jahren im Unternehmen voranzubringen.

Inzwischen ist die Neumarkter Lammsbräu ein Leuchtturm-Unternehmen, das in ganz Deutschland beachtet wird. Nicht nur bioaffine Verbraucher, sondern auch traditionsbewusste Bier-Genießer, sowie viele Menschen aus der Region sind fasziniert von ihrem ganzheitlichen Konzept. Denn tief in der Oberpfalz verwurzelt und mit einer hohen regionalen Wertschöpfung produziert die Neumarkter Lammsbräu qualitativ hochwertige, geschmackvolle und gesunde Bio-Getränke. Nun will das

Unternehmen mit seiner Klimastrategie ebenso richtungweisend werden und andere dazu ermutigen, selbst mehr zur Reduktion von Treibhausgasen beizutragen. Auch dieses Engagement für zukünftige Generationen leitet sich aus der Unternehmensphilosophie ab, in der langfristiges Denken eine zentrale Rolle einnimmt. Denn Nachhaltigkeit ist bei der familiengeführten Neumarkter Lammsbräu kein Modetrend, sondern Tradition: Langfristigkeit und langer Atem zählen zum Grundverständnis des Unternehmens, dessen urkundlich belegte Anfänge bis ins Jahr 1628 zurückreichen.

1.2. Unternehmensdaten

Firma: Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG

Branche: Brauerei und Mälzerei, Mineralbrunnen

Inhaber: Dr. Franz Ehrnsperger

Geschäftsleitung: Susanne Horn, Dr. Franz Ehrnsperger

Mitarbeiter: 117 (Stand 31.12.2014)

Umsatz: ca. 19 Mio. Euro (Geschäftsjahr 2014)

Ausstoß: 78.652 hl Bier zuzüglich 98.172 hl alkoholfreie Getränke (Geschäftsjahr 2014)

Anteil Fass-/Flaschenbier: 9 % / 91 %

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 %.

Hauptabnehmer:

9 % Gastronomie

70 % Naturkosthandel /Getränkefachhandel

21 % 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.

2014 bewirtschafteten unsere Rohstofflieferanten etwa 790 Hektar Land für die Erzeugung von Bio-Braugesetz und Bio-Hopfen.

Die Rohstoffe für die Bio-Limonaden beziehen wir von verschiedenen Bio-Saftherstellern und Extraktproduzenten. Bestimmte Bio-Limonadenrohstoffe wie beispielsweise Holunderblüten stammen aus der unmittelbaren Region um Neumarkt, wo sie von unseren Bio-Vertragsbauern angebaut werden. Apfel- und Birnensaft kaufen wir von der Firma Hohenloher Fruchtsäfte, die in der Umgebung von Schwäbisch-Hall ihren Sitz hat.

.....

Bio Zertifizierung:

Die Neumarkter Lammsbräu legt größten Wert auf die einwandfreie Qualität ihrer Produkte. Alle Lieferanten der Braurohstoffe (Getreide, Hopfen) sind nach den Kriterien ihres Anbauverbandes sowie gemäß der EG-Bio-Verordnung zertifiziert und befolgen die vorgegebenen Richtlinien. Die Zertifikate werden regelmäßig überprüft. Daneben werden die Braurohstoffe u. a. auf Freiheit von Pestiziden und GMO durch akkreditierte externe Labore untersucht.

Alle Biere, now-Erfrischungsgetränke sowie die Fruchtschorlen tragen das EU Biosiegel. Das reine BioKristall Bio-Mineralwasser (still + medium) sowie BioKristall Frucht und BioKristall Apfelschorle und die now-Erfrischungsgetränke sind zusätzlich nach der privatrechtlichen Bio-Mineralwasserrichtlinie der Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e. V. zertifiziert.

Die Ökokontrollstelle BCS Öko-Garantie GmbH, ein unabhängiges Kontrollinstitut für Öko-Lebensmittel, garantiert durch regelmäßige Kontrollen nach EU-verbindlichen Verordnungen und Richtlinien (EG-VO Nr. 834/2007 und EG-VO-Nr. 889/2008) und zusätzlich bei den Bieren nach den Richtlinien der Anbauverbände (Naturland, Bioland), dass die Bierspezialitäten der Neumarkter Lammsbräu, die now- Erfrischungsgetränke sowie die BioKristall Fruchtarten das Prädikat „Bio“ auch verdienen.

.....

.....

Prozessverantwortliche:

Unternehmensplanung und -steuerung:

Susanne Horn, Dr. Franz Ehrnsperger

Vertrieb: Susanne Horn

Marketing und PR: Kathrin Moosburger

Innovationen und Produktentwicklung: Julian Menner

Technik, Produktionsplanung: Karl-Heinz Maderer

Qualitätssicherung, Reklamationsbearbeitung:

Oliver Flake

Logistik: Günther Membarth

Controlling, Finanzen, Personalwesen, IT: Josef Fürst

.....

Nachhaltigkeitsmanagement, Interne Kommunikation:

Silvia Ohms, Sabine Kuschka

.....

1.3. Neue Produkte

Die Neumarkter Lammsbräu ist nicht nur für ihre Bio-Bierspezialitäten bekannt, sondern inzwischen auch für Bio-Erfrischungsgetränke und das mittlerweile sehr erfolgreich etablierte Bio-Mineralwasser.

Jedes Produkt wird mit dem hauseigenen Bio-Mineralwasser hergestellt. Und jedes Jahr kommen neue Getränkesorten dazu. Im Jahr 2014 präsentierte die Neumarkter Lammsbräu wieder zwei Spezialbiere 1628 sowie ein neues now-Bio-Erfrischungsgetränk.





1.3.1. Neumarkter Lammsbräu Bio-Biere

Die Neumarkter Lammsbräu ist stolz auf ihre hervorragenden Spezialbiere „1628 Bavarian Brown Ale“ sowie „1628 Imperial Chocolate Porter“, die in einer 0,75-Liter-Flasche verkauft und je Sorte nur in limitierter Flaschenzahl hergestellt werden („1628 Bavarian Brown Ale“: je 1.200 Stück). Sie haben einen Alkoholgehalt von rund sieben Prozent und sprechen Liebhaber exquisiter Biere an. Mit dem neuen „1628 Bavarian Brown Ale“ haben die Brauer einen der traditionsreichsten englischen Bierstile, das malzige „Brown Ale“, neu komponiert. Für das „1628 Chocolate Porter“ wiederum haben die Mälzer eine Malzmischung mit 50 Prozent Weizenanteil kreiert, die dem Bier seine kastanienbraune Farbe und die Karamellnoten verleihen.

1.3.2. now Bio-Erfrischungsgetränke

Die now-Familie hat seit Mai 2014 eine neue Sorte hinzu gewonnen: das „now Sweet Mandarin“. Der fruchtig süße Geschmack aus sonnengereiften Mandarinen und leichte Bitternoten machen sie zu einem erfrischenden Genuss. Für now Sweet Mandarin und now Grape Fruit wird sogar die ganze Frucht verwendet, also auch die Schale mit ihren intensiven Aromen. Auf diese Weise werden die vorhandenen Rohstoffe vollständig verwertet, was zu einer nachhaltigen Getränkeproduktion beiträgt.

1.4. Das Bio-Sortiment

Das 2014er Sortiment der Neumarkter Lammsbräu umfasst mittlerweile 18 verschiedene Bio-Bierspezialitäten und alkoholfreie Bio-Biergetränke, zwei glutenfreie Spezialgetränke in Bio-Qualität sowie zwei Bio-Biermischgetränke. Die Spezialbiere der Serie „1628“ wurden in limitierter Auflage angeboten. 2014 bot die Neumarkter Lammsbräu wie jedes Jahr zwei dieser Gourmetbiere zum Verkauf an. Das now-Sortiment besteht derzeit aus elf Bio-Erfrischungsgetränken.

Das BioKristall Bio-Mineralwasser ist in den beiden Varianten „still“ und „medium“ sowie der BioKristall Apfelschorle erhältlich. Somit umfasst das BioKristall Sortiment insgesamt drei Sorten.

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

Bio-Bierspezialitäten

- 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 Dunkle Weiße (Dunkles Hefeweizen)
- Neumarkter Lammsbräu Blond
- Neumarkter Lammsbräu EdelHell
- Neumarkter Lammsbräu Festbier

Alkoholfreie Bio-Bierspezialitäten

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

Glutenfreie Bio-Spezialgetränke

- Neumarkter Lammsbräu Glutenfrei
- Neumarkter Lammsbräu Glutenfrei Alkoholfrei

Bio-Biermischgetränk

- Neumarkter Lammsbräu Radler
- Neumarkter Lammsbräu Radler Alkoholfrei

Bio-Spezialbiere (limitierte Auflage)

- 1628 Bavarian Brown Ale
- 1628 Imperial Chocolate Porter



Bio-Erfrischungsgetränke

- now Black Cola
- now Orange Cola
- now Sunny Orange
- now Fresh Lemon
- now Red Berry
- now Sweet Mandarin
- now Birne Hopfen
- now Grape Fruit
- now Holler Blüte
- now naturell to go Apfel Traube
- now naturell to go Orange Mango

Bio-Mineralwasser

- BioKristall Bio-Mineralwasser still
- BioKristall Bio-Mineralwasser medium
- BioKristall Apfelschorle

Sonstige (konventionelle Produkte)

- Tafelwasser Kloster St. Josef Medium
- Tafelwasser Kloster St. Josef Extra Still
- SAPS Tafelwasser still
- SAPS Tafelwasser spritzig
- 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, inmitten des Dreißigjährigen Krieges, verbrieft. Die Stadt Neumarkt lag damals besonders verkehrsgünstig an der alten Handelsstraße von Nürnberg nach Regensburg. Das hieß: Die Handels-

reisenden 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 Baukonzession 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 Brauerei-



geschäfte. 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, 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 einer 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 Altstadthof“. 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 Stabsstelle 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 (AÖL) zusammen mit den Firmen HIPP und Ludwig Stocker Hofpfisterei
-
- 1995** Validierung des Neumarkter Lammsbräu Umweltmanagementsystems 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 Fruchtsaftgetränke mit ökologischen Zutaten
-
- 1998** Lärmreduzierung in der Abfüllanlage durch Umstellung auf drucklose Flaschenzusammenführung
Öko-Sponsoring des Neumarkter Landschaftspflegeverbands
-
- 1999** Teilnahme am Forschungsprojekt „Umwelleistung 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 Würzschonkochverfahrens
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 Rohstoffe
Aktion „Fair zum Bauern“
Abbau Mobilfunkantennen vom Kesselhauskamin
-



„Was mich immer wieder an Neumarkter Lammsbräu beeindruckt, ist ihr vielseitiges und lebendiges Engagement für die Nachhaltigkeit. Neumarkter Lammsbräu engagiert sich als Unternehmen innovativ und kreativ für unsere Ressourcen wie Boden oder Wasser und auch eine faire Wertschöpfungskette. Dabei beschränkt sich das Engagement für mehr Nachhaltigkeit nicht auf das Betriebsgelände, sondern bezieht auch Landwirte und Partner mit ein. Die Finanzierung von Naturschutzberatung oder die Seminarreihe „Bodenpraktiker“ sind dabei nur zwei Punkte von vielen. Die Neumarkter ist ein Unternehmen, das Nachhaltigkeit nicht nur als Worthülse verpackt, sondern als Weg begreift, den es immer weiter zu beschreiten gilt. Und zu guter Letzt: Es schmeckt!“

Jan Plagge, Präsident Bundesverband Bioland

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 und 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, Umbau der Flaschenwaschmaschine
5. Neumarkter Lammsbräu Mitarbeitertag
11. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreisverleihung
Mitorganisation der 5. Neumarkter Nachhaltigkeitskonferenz
Organisation der 2. Neumarkter Kinderakademie durch bioVerum
Durchführung des 5. Auszubildenden Workshops
Erweiterung der Brauereibesichtigungen für Kinder ab der 1. Klasse



2013 Neugestaltung des Brauereiiinnenhofes, Neustrukturierung Kaltwassernetz mit zusätzlichem Einbau von neuen Kaltwassertanks, neuer Fliesenboden vor CIP Anlage, Beginn der Sanierung der Stromversorgung in der gesamten Brauerei
 Umstellung auf regionalen Abfallentsorger
 Verleihung des 12. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises
 6. Neumarkter Lammsbräu Mitarbeitertag
 Organisation der 3. Neumarkter Kinderakademie durch bioVerum
 Durchführung des 6. Auszubildenden Workshops
 Einführung einer Krankenzusatzversicherung für alle Mitarbeiter
 Azubiaustauschprogramm mit den Partnern WELEDA AG und memo AG
 Erarbeitung einer umfassenden Klimastrategie für das gesamte Unternehmen
 Mitarbeiterprojektstart „Streuobstwiese“

2014 Sanierung der Stromversorgung der Brauerei mit Einbau einer neuen Niederspannungsverteilung und eines neuen Trafos
 Installation einer neuen Produktionsanlage für Bio-Erfrischungsgetränke
 Verleihung des 13. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises
 7. Neumarkter Lammsbräu Mitarbeitertag
 Organisation der 4. Neumarkter Kinderakademie durch bioVerum
 Einführung des Gesundheitsprogrammes mit Bonussystem
 Neues Brauereibesichtigungsprogramm
 Erarbeitung einer umfassenden Klimastrategie für das gesamte Unternehmen mit abgeleiteten Maßnahmen (durch „Klimaworkshops“ mit den Mitarbeitern) bis 2025

1.6. Auszeichnungen und Preise

1.6.1. Neumarkter Lammsbräu wird Changemaker 2014

Die Neumarkter Lammsbräu gehört zu den ersten sieben kleinen und mittelständischen Unternehmen, die das so genannte Changemakermanifest von Utopia, der bedeutendsten Plattform für nachhaltigen Konsum in Deutschland, unterzeichnet haben. Die Teilnehmer verpflichten sich bei zehn Schlüsselthemen zu nachhaltigem Wirtschaften – von Energieeffizienz über Klimaschutz bis hin zu Sozialstandards. Die Selbstverpflichtung wird von einem unabhängigen Experten-Netzwerk der Utopia-Stiftung überprüft.

Die Neumarkter Lammsbräu „engagiert sich in ihrer Wertschöpfungskette und darüber hinaus in verschiedenen Initiativen, v. a. für ökologischen Landbau, Biodiversität, Wasserschutz und eine agrogentechnikfreie Welt, um die Idee der Nachhaltigkeit in der Gesellschaft zu etablieren“, urteilt Utopia. Und weiter: „Das Unternehmenskonzept ist somit richtungsweisend in punkto Wertschätzung von Mensch und Natur.“

Im Bereich Klimaschutz hat die Neumarkter Lammsbräu beispielsweise in Kooperation mit der Universität Augsburg erarbeitet, wie Klimaschutz-Maßnahmen konkret und ganzheitlich umgesetzt werden können und Ziele bis zum Jahr 2025 definiert: Bei kontinuierlichem Wachstum sollen die Treibhausgasemissionen kontinuierlich um jeweils sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr reduziert werden, was einer Einsparung von rund 11.500 Tonnen CO₂-e bis 2025 entspricht.

1.6.2. Deutscher Lokaler Nachhaltigkeitspreis Zeitzeichen

Die Neumarkter Lammsbräu wurde von der Grünen Liga, dem Netzwerk ökologischer Bewegungen, mit dem „Deutschen Lokalen Nachhaltigkeitspreis Zeitzeichen in der Kategorie Unternehmen“ (Sonderpreis) ausgezeichnet. Damit würdigte die Grüne Liga das Engagement der Neumarkter Lammsbräu im eigenen Unternehmen



und im engen Kontakt mit den regionalen Landwirten und Zulieferern aus der Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB): Nicht nur das Produkt, sondern auch die Mitarbeiter, deren Gesundheit und Verständnis für ihre Umwelt und Region stehen dabei im Mittelpunkt. „Bei der Lammsbräu und der Familie Ehrnsperger, beides ist irgendwie auch eins, gibt es nichts, was es nicht gibt“, betont Martina Eick vom Umweltbundesamt in ihrer Laudatio, „sei es ein Kochbuch mit Bierrezepten, ein familiengeführtes Gasthaus oder glutenfreies Bier mit und ohne Alkohol.“ Nur eines gebe es noch nicht: „Unter all den Preisen, die Lammsbräu schon erbraut hat, fehlt bis zu diesem Augenblick noch der lokale deutsche Nachhaltigkeitspreis Zeitzeichen.“

1.6.3. CSR Preis der Bundesregierung

Die Neumarkter Lammsbräu wurde wie bereits im Vorjahr auch 2014 aufgrund ihres umfassenden Nachhaltigkeitskonzepts und einer „sehr guten Bewertung in der Management-Befragung“ erneut für den „CSR Preis der Bundesregierung“ in der Kategorie „mittlere Unternehmen“ (50 - 499 Mitarbeiter) nominiert. „Eine besondere Stärke liegt im Aktionsfeld Unternehmensführung, wo sich das Unternehmen durch einen sehr guten Managementansatz auszeichnet“, würdigte die Jury das Engagement der Neumarkter Lammsbräu, und vergab in diesem Bereich 50 von 50 möglichen Punkten. Aber auch in allen anderen Aktionsfeldern – Markt, Arbeitsplatz, Umwelt und Gemeinwesen – erreichte das Unternehmen eine „sehr gute Bewertung“.

Die Bundesregierung zeichnet mit diesem Preis vorbildliche und innovative Unternehmen aus, die sich auf den Weg gemacht haben, ihre gesamte Geschäftstätigkeit sozial, ökologisch und ökonomisch verträglich zu gestalten. Sie will damit Unternehmen dazu ermutigen, „den Pfad zu einer gesamthaft nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung einzuschlagen und systematisch weiterzuentwickeln.“

In den vergangenen 25 Jahren erhielten die Neumarkter Lammsbräu und Brauereichef Dr. Franz Ehrnsperger zahlreiche Auszeichnungen und Preise. Nachfolgend finden Sie eine Übersicht 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“
Lammsbräu Nachhaltigkeitsbericht 2010 im IÖW/future-Ranking als bester Nachhaltigkeitsbericht aller kleinen und mittelständischen Unternehmen ausgezeichnet

2013 Goldmedaille für Neumarkter Lammsbräu Dinkel beim „European Beer Star Award“
Ehrenpreis der Heinz Sielmann Stiftung für Dr. Franz Ehrnsperger
EMAS-Auszeichnung 2013
Nominierung für den CSR-Preis der Bundesregierung
1. Platz bei Rank a Brand – Branchenbericht Bier für Transparenz und Nachhaltigkeit

2014 Neumarkter Lammsbräu wird Changemaker 2014
Gewinner des Deutschen Lokalen Nachhaltigkeitspreises ZeitzeiChen
Zweite Nominierung in Folge für den CSR-Preis der Bundesregierung



„Wer Umwelt und Arten nachhaltig schützen möchte, der kann einfach nicht konventionell wirtschaften. Wir Hopfenbauern der Erzeugergemeinschaft der Neumarkter Lammsbräu verzichten deshalb beim Anbau unseres Aromahopfens schon seit über 25 Jahren ganz bewusst auf den Einsatz von künstlichen Düngern, Agro-Chemie und gentechnisch verändertem Saatgut.“

Markus Eckert, Hopfenbauer und Lieferant der Neumarkter Lammsbräu

2. UNSER NACHHALTIGKEITS- MANAGEMENT

Als weltweit führende Bio-Brauerei folgt die Neumarkter Lammsbräu ihrer langjährigen Unternehmensvision: „Verantwortung leben. Genuss schaffen“. 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.

Betrieblicher Umweltschutz steht dabei an erster Stelle, wobei verschiedene Managementsysteme, die Einbindung sämtlicher Mitarbeiter sowie ein externes Audit für eine ständige Verbesserung sorgen. Darüber hinaus kommuniziert die Brauerei ihre Vision einer nachhaltigeren Wirtschaftsweise auch nach draußen – etwa zu Gentechnik auf dem Acker, zum Erhalt der Artenvielfalt oder zu den Kosten einer nicht ökologischen Wirtschaftsweise, die nirgends bilanziert werden. In den vergangenen Jahren wurde zudem der Schutz unseres Trinkwassers verstärkt in den Fokus gerückt.

Um für ihre Unternehmensphilosophie in der Öffentlichkeit zu werben, fördert die Brauerei Veranstaltungen, Vereine und Institutionen, die vergleichbare nachhaltige Ziele verfolgen.

2.1. Unsere Werte

„Verantwortung leben. Genuss schaffen“ – mit diesem Motto bringt die Neumarkter Lammsbräu ihre Unternehmensvision auf den Punkt. Doch was bedeutet das konkret? Wir übernehmen Verantwortung für unsere natürliche Umwelt, die die Grundlage für unser gesamtes Handeln bildet, sowie für alle Menschen, die mit unserem Unternehmen in Verbindung stehen: für unsere Mitarbeiter, unsere Lieferanten, die Menschen in unserer Region und nicht zuletzt für unsere Kunden.

Sämtliche Aktivitäten der Brauerei basieren auf sieben Kern-Werten (siehe Abb. 2.1.). Sie sollen allen Mitarbeitern helfen, ihr Handeln im unternehmerischen Alltag an den Grundprinzipien der Brauerei auszurichten.

Als größte hundertprozentige Bio-Brauerei der Welt sind wir zunächst prinzipientreu. Das bedeutet höchste Bio-Qualität, die Achtung von Mensch und Natur sowie nachhaltiges Wirtschaften. Als „große Familie“ pflegen wir persönliche und ehrliche Beziehungen zu unseren Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten. Wir stehen im persönlichen Kontakt mit unseren über 100 regionalen Vertragslandwirten und sind davon überzeugt, dass die persönliche Beziehung zu unseren Partnern dazu beiträgt, die Natur mit ihrer Artenvielfalt und reines Wasser als ursprüngliche Lebensgrundlage zu erhalten.

Wir möchten immer auch den richtigen Weg weisen: Mit unseren Bio-Getränken setzen wir branchenweit Trends – stets im Sinne von Natur und Umwelt. Ganzheitliches Denken ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir setzen auf biologische Rohstoffe mit garantiertem Herkunftsnachweis und auf das Verantwortungsbewusstsein eines jeden Mitarbeiters.

Unsere Produkte sollen in jeder Hinsicht wohltuend sein. Unsere Bio-Getränke stehen für eine gesundheitsbewusste und ausgewogene Lebensweise. Aber auch für Gaumenfreude: Bio bedeutet für uns höchsten Genuss für die Sinne, denn reinste Natur ist reinster Geschmack.

Bei all unseren Werten berufen wir uns auf unsere fast 400 Jahre alte Brautradition. Wie unsere Vorfahren verwenden wir weder Pestizide noch chemische Düngemittel. Auf die feste Verbindung zur Stadt und der Region sind wir stolz.

Dass sich immer mehr Menschen für unser Sortiment interessieren und den „eingebrauten Nachhaltigkeitsnutzen“ unserer Bio-Getränkenspezialitäten bewusst in ihre Kaufentscheidung miteinbeziehen, gibt uns die Zuversicht, den eingeschlagenen Weg auch in Zukunft erfolgreich beschreiten zu können.

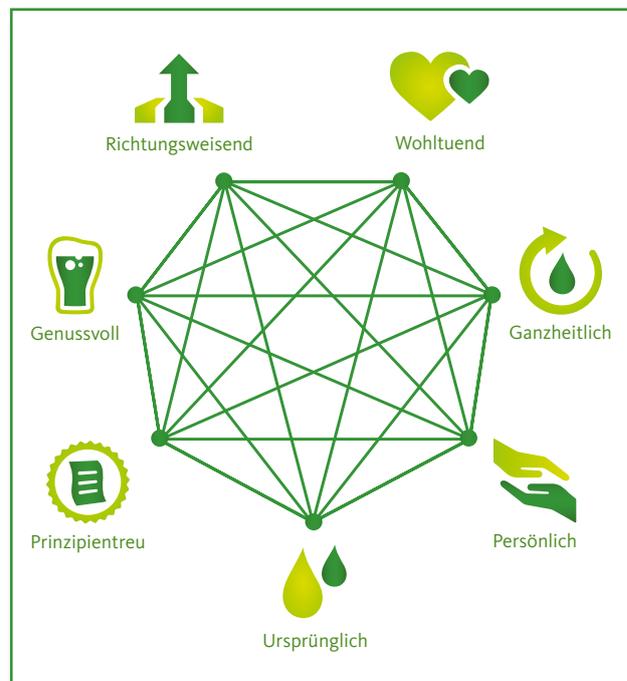


Abb. 2.1.: 7 Kern-Werte der Neumarkter Lammsbräu.

Sowohl in der Entwicklung unseres Sortimentes (z. B. Pionier bei Etablierung des Bio-Mineralwasser Standards) als auch durch die gelebte Firmenphilosophie schreiten wir richtungsweisend voran, was am Beispiel unserer Klimastrategie als Kernthema des vorliegenden Berichtes verdeutlicht wird.

2.2. Unser Unternehmenskonzept

Das werteorientierte, ganzheitliche Unternehmenskonzept der Neumarkter Lammsbräu besteht aus den zehn nachfolgend beschriebenen, fest in der Unternehmenspolitik verankerten Grundsätzen, nach denen sich die Brauerei in ihrem täglichen Handeln richtet.

2.2.1. Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems

Die Neumarkter Lammsbräu 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 über den eigenen betrieblichen Umweltschutz und die Herstellung biologischer Lebensmittel hinaus dafür ein, intakte Lebensräume zu erhalten und zu schaffen, sowohl im ökologischen als auch im sozialen Sinne. Gesellschaftlich nimmt die Brauerei Einfluss, indem sie u. a. jährlich den Nachhaltigkeitspreis an herausragende, nachhaltige Projekte vergibt und diese finanziell und ideell fördert.

2.2.2. Gesetzliche Anforderungen

Die Geschäftsleitung verpflichtet sich, über die Einhaltung der bestehenden Gesetze und Vorschriften hinaus, die betriebliche Umweltschutzleistung eigenverantwortlich und kontinuierlich zu verbessern und Umweltbelastungen zu vermeiden. Die Weiterentwicklung des betrieblichen Umweltschutzes ist von unserer Vision und dort, wo es notwendig ist, von neuen Problemlösungen geprägt.

2.2.3. Nachhaltiger Umweltschutz

Betrieblicher Umweltschutz steht bei uns an erster Stelle und wird langfristig und systematisch umgesetzt. Als oberste Umweltziele wollen wir Umweltschwachstellen bei allen bestehenden und zukünftigen betrieblichen Aktivitäten minimieren sowie schonend mit den verwendeten Ressourcen umgehen. Der Kreislaufgedanke der Natur spiegelt sich in unserem Wirtschaften wider. Wir fördern und bevorzugen die Nutzung nachwachsender (regenerativer) Stoffe, führen Reststoffe wo immer möglich zurück in den Kreislauf, achten bei Materialbeschaffung auf ökologische Standards und füllen in Mehrwegglasflaschen ab. Wir bewerten wesentliche Umweltaspekte (z. B. Emissionen, Energieverbrauch, Abfälle), berücksichtigen sowohl die direkten als auch die indirekten ökologischen Auswirkungen unserer Tätigkeiten (d. h. die der vor- und nachgelagerten Prozesse) und steuern diese kontinuierlich mit Hilfe eines ganzheitlichen Controlling-Systems.

2.2.4. Biologische Braurohstoffe

Wir nehmen Einfluss auf die Kultivierung unserer Braurohstoffe und fördern mit großem Engagement den ökologischen Landbau. Dadurch leisten wir einen Beitrag zur qualitativen Verbesserung der Rohstoffe und schonen unsere Umwelt. Durch die Vermeidung des Eintrags von künstlichen Mineräldüngern, chemischen Pflanzenschutz- und Unkrautvertilgungsmitteln, gentechnisch veränderten Organismen sowie der selektiven Umsetzung von Kulturplänen bei unseren regional ansässigen Landwirten erhalten wir fruchtbare Böden, fördern den Humusaufbau und damit die Kohlenstoffbindung im Boden, bewahren unser reines Wasser und steigern die natürliche Artenvielfalt.

2.2.5. Ökologische Braurichtlinien

Unsere Bio-Bierspezialitäten brauen wir unter strenger Einhaltung der ökologischen Braurichtlinien. Unser oberstes Qualitätsziel ist es dabei, gesunde, natürliche, wohlschmeckende und sichere Lebensmittel herzustellen. Unser traditionelles Brauverfahren verzichtet auf den Einsatz chemisch-technischer Hilfsmittel wie zum Beispiel Stabilisatoren oder Konservierungsstoffe. Unsere alkoholfreien Bio-Getränke produzieren wir ebenfalls unter Berücksichtigung ökologischer Herstellungsverfahren.

2.2.6. 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.

2.2.7. 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 persönliches, partnerschaftliches Verhältnis geprägt.

2.2.8. 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 ist in unserem Unternehmen durch Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Vertrauen und Selbstverwirklichung geprägt. Neben einem öko-sozialen Bewusstsein sowie eigenverantwortlichem Handeln fördern wir bei unseren Mitarbeitern die individuelle Fort- und Weiterbildung, einen gesunden Lebensstil und das Wohlbefinden am Arbeitsplatz durch diverse Angebote und Leistungen. Die Chancengleichheit unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft, Religion, sexueller Identität oder Geschlecht gewährleisten wir bei jeder Stellenvergabe. Für die tägliche Umsetzung der Nachhaltigkeitsleitlinien sind alle Mitarbeiter mitverantwortlich.

2.2.9. Kommunikationskultur

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

2.2.10. Öko-Marketing

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

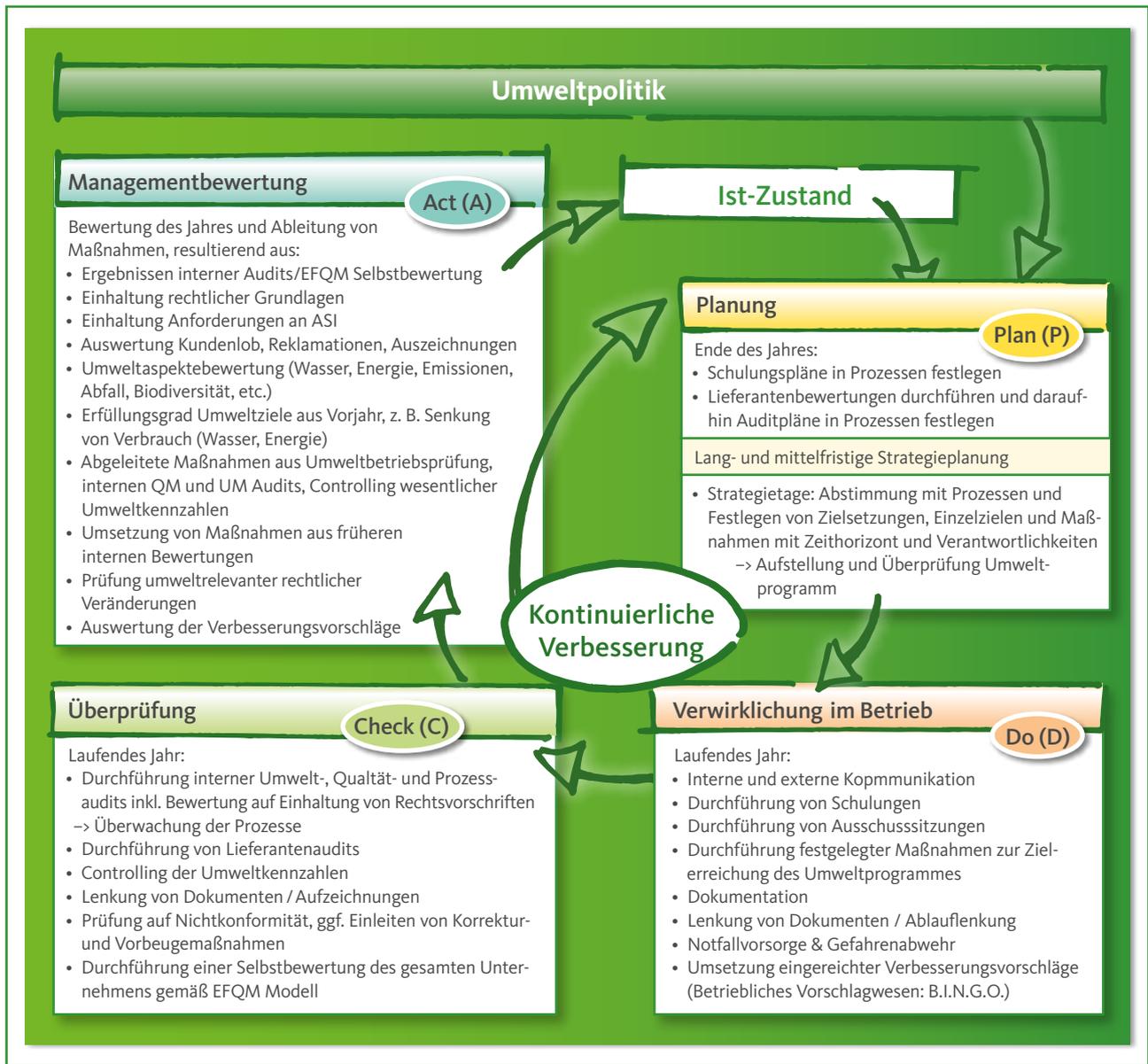


Abb. 2.2.: Integriertes Managementsystem bei der Neumarkter Lammsbräu anhand der Darstellung des PDCA Zyklus.

2.3. Unsere Managementsysteme

Die Neumarkter Lammsbräu bedient sich seit 1995 verschiedener Managementsysteme (siehe Abb. 2.2.) und orientiert sich an den Vorgaben der ISO Norm 14001 (Umweltmanagement), der EMAS-Verordnung (Eco Management and Audit Scheme) und der ISO Norm 9001 (Qualitätsmanagement), die jedes Jahr von einem externen Auditorenteam überwacht werden. Alle drei Jahre wird das so integrierte Managementsystem neu zertifiziert und gemäß EMAS validiert.

Die Geschäftsführung der Neumarkter Lammsbräu versteht die Anwendung des integrierten Managementsystems als Hilfestellung, mit der sie das Unternehmen weiterentwickelt, die unternehmerische Vision innerbetrieblich kommuniziert und Führungsaufgaben auf mehrere Schultern verteilen kann. Sie passt das jeweilige System, wann immer es notwendig ist, an die betrieblichen Bedingungen an. Das gesamte Managementsystem hilft,

die betriebliche Umweltleistung und unser kundenorientiertes Handeln besser im Blick zu haben. Außerdem übt es stetig sanften Druck aus und sorgt so dafür, dass auch unbequeme, im Tagesgeschäft eher vernachlässigte Themen berücksichtigt werden.

Nach unserer Einschätzung ist es für Bio-Lebensmittelhersteller besonders wichtig, ein transparentes Umwelt-Managementsystem zu nutzen. Denn Käufer von Bio-Lebensmitteln gehen in der Regel davon aus, dass hochwertige Bio-Lebensmittel auch nachweislich ökologisch und sozial verträglich hergestellt werden.

Um ein integriertes Managementsystem mit Leben zu füllen, muss es in die jeweilige Unternehmensstrategie eingebunden sein und die abgeleiteten Maßnahmen müssen aktiv im Unternehmen kommuniziert werden. Wie das im Alltag genau geschieht, zeigt Abbildung 2.2. übersichtlich, die im Folgenden näher erläutert wird.



Abb. 2.3.: Die visualisierte Neumarkter Lammsbräu Prozesslandkarte als „strukturiertes“ Handbuch: Der grüne Faden.

2.3.1. Umweltpolitik

Unsere Umweltpolitik ist in Kapitel 2.2. dargestellt und dient uns als übergeordnetes Leitbild zur Orientierung für das gesamte Handeln in der Brauerei. Die dort beschriebenen Grundsätze haben ihren Ursprung in den ethischen, im Laufe der Zeit gewachsenen Ansprüchen an einen nachhaltigen Umgang mit unserer wertvollen Umwelt. Diese Grundsätze hat Firmeninhaber Dr. Franz Ehrnsperger seit seiner Übernahme aus persönlicher Überzeugung erfolgreich im Unternehmen implementiert.

2.3.2. Planung

Die Neumarkter Lammsbräu orientiert sich an einer mittel- und langfristigen Strategieplanung. Unsere Führungskräfte gehen jährlich im Herbst in Klausur, um die Jahresziele festzulegen, die im Einklang mit der Strategieplanung stehen. Basierend auf der kurzfristigen Jahreszielplanung werden in den jeweiligen Prozessen abschließend Einzelziele festgelegt, ergänzt durch konkrete Maßnahmen, Zeitfenster und Verantwortlichkeiten. Die umweltrelevanten Ziele dienen dem Unternehmen gleichzeitig als Umweltprogramm.

Die Jahresziele werden auf der Betriebsversammlung zu Jahresbeginn allen Mitarbeitern der Neumarkter Lammsbräu vorgestellt. 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.

2.3.3. Verwirklichung im Betrieb

Der Status quo der Umsetzung der Maßnahmen zu den o. g. Einzelzielen (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 sowie sein individueller Schulungsbedarf werden in den regelmäßig stattfindenden Mitarbeiterjahresgesprächen zwischen Mitarbeiter und Führungskraft besprochen. Hierdurch erhält jeder Mitarbeiter die Möglichkeit, sich weiter zu qualifizieren und seine persönlichen Interessen zu verwirklichen. Darüber hinaus kümmert sich der Betriebsrat um die Belange der Mitarbeiter. Neu eingestellte Mitarbeiter erhalten eine umfassende Schulung, die die Unternehmensphilosophie sowie einen Überblick der verwendeten Managementsysteme beinhaltet. Fachliche Schulungen für alle Mitarbeiter des Unternehmens werden regelmäßig durchgeführt (siehe auch Kap. 2.4.1.7.: fachliche Mitarbeiternachmittage). Schulungen werden anhand von Unterschriftenlisten dokumentiert.

Alle betrieblichen Dokumente werden sowohl durch eine zentrale Datei als auch durch unser Managementhandbuch (visualisiert in Form einer Landkarte mit verknüpften Prozessabläufen, der Darstellung der Einzelschritte und der dafür verantwortlichen Personen) mit Hinterlegung von Verfahrens- und Arbeitsanweisungen leicht und überschaubar gelenkt (siehe Abb. 2.3.).



„Mit Herrn Dr. Ehrnsperger und der Neumarkter Lammsbräu bin ich seit der Gründung von ebl-naturkost vor über 20 Jahren eng verbunden. Unsere Idee, alles zu vermarkten was die Bio-Bauern in der Region erzeugen, wird durch die langjährige partnerschaftliche Zusammenarbeit nachhaltig gestärkt und es ist für uns ein großes Glück, die Neumarkter Lammsbräu zu unseren regionalen Partnern zählen zu dürfen.“

Gerhard Bickel, Geschäftsführender Gesellschafter der ebl-Naturkost GmbH & Co. KG

Im Bereich Notfallvorsorge und Gefahrenabwehr gibt es im Unternehmen verschiedene Maßnahmen, um Umweltgefahren vorzubeugen bzw. darauf zu reagieren, sollten Umweltauswirkungen bereits eingetreten sein. Dazu hängen im Unternehmen Notfallpläne und Betriebsanweisungen aus. Die übrigen Arbeitssicherheitsbelange werden in Zusammenarbeit mit einer externen Sicherheitsfachkraft bearbeitet. Sicherheitsschulungen und Gefährdungsbeurteilungen werden regelmäßig und über das Jahr verteilt durchgeführt. Darüber hinaus erörtern Geschäftsleitung, Arbeitssicherheitsfachkraft, Betriebsarzt und die betrieblichen Arbeitssicherheitsbeauftragten im sogenannten Arbeitssicherheitsausschuss, durch welche Maßnahmen die Arbeit im Betrieb noch sicherer erfolgen kann.

Zweimal jährlich finden Umweltausschusssitzungen statt. Dazu werden die Geschäftsleitung, die Betriebsbeauftragten sowie sonstige Mitarbeiter mit umweltrelevanter Funktion aus den verschiedenen Produktionsprozessen über das Nachhaltigkeitsmanagement eingeladen. Hier wird u. a. der aktuelle Stand der laufenden Umweltprojekte diskutiert sowie der Status quo der Umweltziele festgestellt und mit Verantwortlichkeiten und neuen Zeitfenstern versehen.

Über das betriebsinterne Vorschlagswesen B.I.N.G.O. (B.I.N.G.O. = besser, innovativ, nachhaltig, genial, optimal) kann jeder Mitarbeiter Ideen und Änderungsvorschläge einbringen, um Qualitäts- und Umweltverbesserungen anzuregen. Über die Umsetzung entscheidet die jeweilige Führungskraft, bei größeren, mit dem Vorschlag verbundenen Investitionen ist die Geschäftsleitung involviert. Rund 20 Vorschläge wurden im Jahr 2014 aufgegriffen und größtenteils bereits umgesetzt: Die Maßnahmen reichen von der Einrichtung einer Sammelstation für alte Handys, deren Erlös in Umwelt- und Naturschutzprojekte der Deutschen Umwelthilfe fließt, der Isolation der Heißwasserleitung in der Mälzerei, um Energieverluste zu minimieren bis zur Reduktion von Papierverbrauch durch Scannen statt Kopieren von Dokumenten. In der monatlichen Mitarbeiterzeitung kann jeder nachlesen, wer welche Vorschläge eingereicht hat und ob bzw. wie sie umgesetzt werden. Neben Qualitätsverbesserungen sind Vorschläge zur Optimierung im Umweltbereich (z. B. Material-, Wasser- und/oder Energieeinsparpotenziale) besonders erwünscht. Zur Bewertung des Vorschlags gibt es separate Felder auf dem B.I.N.G.O. Formular.

2.3.4. Überprüfung

Seit 2002 wird das gesamte Unternehmen einmal im Jahr mit Hilfe der sogenannten EFQM-Selbstbewertung auf Herz und Nieren überprüft. EFQM wurde von der gemeinnützigen European Foundation for Quality Management entwickelt und soll eine ganzheitliche Sicht auf Unternehmen ermöglichen: Beginnend mit der Unternehmensstrategie 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 Verbesserungspotenzialen. Dabei ist es wichtig, Aspekte der Nachhaltigkeit in alle Bereiche des Unternehmens zu integrieren.

Die Fortschritte, die die Bio-Brauerei mit Hilfe des EFQM-Leitfadens erzielt hat, werden seit 2002 jedes Jahr neu mit Hilfe dieser „Selbstbewertungen“ bei Mitarbeitern und Führungskräften überprüft und bewertet. Im Jahr 2014 lag der Fokus im Kreis der Führungskräfte. Sie haben gemäß EFQM-Leitfaden alle Aspekte näher durchleuchtet und sich insbesondere mit solchen Themen befasst, die noch Verbesserungspotenziale versprochen. Hier wurden Prioritäten festgelegt und entschieden, welche Maßnahmen die Brauerei im kommenden Jahr nach vorne bringen sollen. Diese fließen in die Jahreszielplanung der jeweils betroffenen Prozesse ein.

Um jeden Arbeitsprozess zu überwachen, werden regelmäßig sogenannte interne Prozessaudits sowie Umwelt- und Qualitätsaudits (Umweltbetriebsprüfung) durchgeführt. Teilnehmer bei den internen Audits sind Prozessbeteiligte, ein interner unabhängiger Auditor und bei Bedarf die Geschäftsleitung. Über die regelmäßige, interne Prozessauditierung wird eine kontinuierliche „Verfeinerung“ aller Prozesse erzielt.

Eine begleitende Dokumentation wird direkt im Handbuch (siehe Abb. 2.3.) 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.

Die Umwelt- und Qualitätsaudits (Umweltbetriebsprüfung) überprüfen die Umsetzung des Systems auf Konformität mit den ISO Normen 9001 und 14001 und der VO (EG) 1221/2009 (EMAS III).



Alle aus den Audits abgeleiteten, notwendigen Verbesserungsmaßnahmen werden mittels anschließender Reviews zeitnah durch das Nachhaltigkeitsmanagement auf den Stand der Umsetzung überprüft. Zusätzlich zu den internen Audits werden externe Lieferantenaudits durchgeführt. Die wesentlichen Umweltkennzahlen werden monatlich erfasst und kontrolliert und darüber hinaus auf Geschäftsleitungsebene durch das Controlling-Werkzeug Cockpit zusammen mit anderen Steuerungskennzahlen des Unternehmens überwacht. Über Abweichungen hinsichtlich der Verbesserung der Umweltsleistung ist die Geschäftsleitung dadurch immer informiert. Werden gravierende Schwachstellen entdeckt, ergreift die Geschäftsleitung in Zusammenarbeit mit den betroffenen Führungskräften umgehend Korrektur- und Vorbeugemaßnahmen. Dadurch wird versucht, bereits eingetretene Mängel zu beheben (Korrekturmaßnahmen) und zukünftig Abweichungen zu vermeiden (Vorbeugemaßnahmen), beispielsweise durch gezielte Mitarbeiterschulungen.

2.3.5. Managementbewertung

Zu Beginn des Folgejahres wird eine Managementbewertung durchgeführt, d.h. die Geschäftsleitung überprüft, ob das integrierte Managementsystem funktioniert. Dabei werden im Wesentlichen die Ergebnisse aus Audits in ihrer Gesamtheit bewertet: die Kennzahlen zur Erreichung verbesserter Umweltsleistung, der Status quo gesetzter Ziele, der Umsetzungsgrad beschlossener Maßnahmen, Kundenrückmeldungen (Reklamationen, Lob), der aktuelle Stand rechtlicher Rahmenbedingungen sowie die eingereichten Verbesserungsvorschläge. Hieraus werden wiederum Maßnahmen abgeleitet. Dies dient sowohl der Optimierung des integrierten Managementsystems als auch der mittel- und langfristigen Strategieplanung. Ist der so genannte „Ist-Zustand“ erreicht, beginnt der Kreislauf der kontinuierlichen Verbesserung erneut, wobei die Übergänge durch ständige Wechselwirkungen und zeitliche Überschneidungen fließend sind.

2.3.6. Externes Audit

Das dargestellte Umwelt- und Qualitätsmanagementsystem wird jedes Jahr einem externen Audit durch einen Umweltgutachter und zugelassenen Zertifizierer unterzogen. Dieser nimmt ein bis zwei Tage lang die gesamte Brauerei unter die Lupe. Daraus resultierende Empfehlungen werden geprüft und entsprechend umgesetzt.

2.4. Unsere Nachhaltigkeitskommunikation

Die Neumarkter Lammsbräu schrieb sich bereits in den 1970er Jahren ein durch Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Vertrauen und die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung geprägtes Miteinander sowie einen offenen, ehrlichen und aufrichtigen Dialog auf die Fahnen. Nach innen hat sich die Neumarkter Lammsbräu zum Ziel gesetzt, jeden einzelnen Mitarbeiter auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit mitzunehmen. Eine offene und ehrliche Kommunikation sollen eigenverantwortliches Handeln und Eigeninitiative fördern und dazu beitragen, ein ganzheitlicheres Verständnis für die Zusammenhänge in der Natur zu entwickeln. Mit seiner Kommunikation nach außen will das Unternehmen ebenfalls so viele Menschen wie möglich – Kunden, Lieferanten, Politiker und Bürger in und außerhalb der Region – davon überzeugen, eine Kultur der Nachhaltigkeit zu leben und kontinuierlich fortzuentwickeln.

2.4.1. Interne Kommunikation

Die Neumarkter Lammsbräu versteht sich als eine „große Familie“. Sie fördert deshalb sowohl den Dialog zwischen Geschäftsführung und Mitarbeitern als auch den der Mitarbeiter untereinander. Sie bezieht ihre Mitarbeiter aktiv in die betrieblichen Prozesse ein und möchte sie auf allen Ebenen für das Thema „Nachhaltigkeit“ begeistern.

2.4.1.1. Betriebsversammlung

Auf der Betriebsversammlung werden alle Mitarbeiter zu Beginn des neuen Jahres über die Jahresziele informiert, wobei jede Führungskraft die Ziele für ihren jeweiligen Bereich präsentiert und die Mitarbeiter dazu Fragen stellen und die für sie relevanten Aspekte diskutieren können. Auf dieser für Jeden verpflichtenden Versammlung wird kommuniziert, welche Qualitäts- und Umweltziele im Vordergrund stehen. Sämtliche Mitarbeiter erhalten, sofern es Neuerungen gibt, die aktuelle Version des „Lammsbräu Knigge“, in dem die Kommunikationsregeln festgehalten sind. Diesmal wurde auf die in diesem Jahr anstehende Neuwahl des Betriebsrats hingewiesen, der die kommenden vier Jahre die Interessen der Mitarbeiter vertreten soll.



2.4.1.2. Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung

Die jährliche Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung trägt seit vielen Jahren dazu bei, die Mitarbeiter stärker zu integrieren und ihre Belange, Stimmungen und Meinungen auf anonyme Weise zu erfassen. Um die Ergebnisse mit den Vorjahren vergleichen zu können, bleiben die Fragen mit nur leichten Aktualisierungen überwiegend gleich. Die Befragung Anfang 2015 mit Rückblick auf das vorherige Jahr wurde erstmalig online durchgeführt. Die Mitarbeiter konnten über das Intranet bequem die neu strukturierten und aktualisierten Fragen beantworten. Die aus den Ergebnissen abgeleiteten Maßnahmen fließen sowohl in die Jahresziel- als auch die mittelfristige Unternehmensplanung ein (Ergebnisse siehe Kap. 4.2.1.1.).

2.4.1.3. Lammsbräu Knigge

Der „Lammsbräu Knigge“ ist ein internes Handbuch, in dem die wichtigsten innerbetrieblichen Kommunikationsregeln zusammengefasst werden und das einmal im Jahr aktualisiert wird: „Wie beantworte ich Fragen bei eingehenden Telefonaten? Welche Regeln muss ich bei internen Besprechungen beachten? Wie beantrage ich meinen Urlaub? Wie verhalte ich mich, wenn ich eingeladen werde oder Geschenke erhalte?“ Auf eine Vielzahl solcher Fragen gibt der hauseigene „Knigge“ Auskunft. Als Pendant dazu gibt es für die Auszubildenden das sogenannte „Azubi ABC“, in dem die Benimmregeln für die Auszubildenden, aber auch die „Fettknöpfchen“ beschrieben sind, die sie vermeiden sollten.

2.4.1.4. Auszubildendenprogramm

Ein bereits 2013 begonnenes Gemeinschaftsprojekt wurde 2014 erfolgreich abgeschlossen: 15 Lehrlinge der Neumarkter Lammsbräu, der Weleda AG in Schwäbisch-Gmünd und der memo AG im unterfränkischen Greußenheim gestalteten über Monate den Pavillon „Erlebniswelt 4 Elemente“ zum Thema „Biodiversität“ für die Landesgartenschau 2014 in Schwäbisch-Gmünd. Sie entwarfen dazu Infotafeln und entwickelten Klang- und Lichtspiele, die den Besuchern zeigen sollten, welchen Einfluss die vier Elemente Feuer, Wasser, Luft und Erde auf die Artenvielfalt haben. Nebenbei bekamen sie bei den verschiedenen Arbeitstreffen einen Eindruck von dem jeweiligen Partnerunternehmen: „Wir sind zufrieden mit dem Erlebten und blicken auf ein rundum gelungenes Azubi-Projekt zurück“, fasst ein Lammsbräu-Lehrling die Erfahrungen zusammen.

Während eines verlängerten Wochenendes in Legau lernten die Nachwuchskräfte der Lammsbräu die Geschichte und Entwicklung der Rapunzel GmbH kennen, die zu den größten Bio-Betrieben in Deutschland zählt. Während einer Süßwarenverkostung wurde ihnen das große Sortiment des Unternehmens gezeigt. Bei dem Ausflug standen auch Themen wie Nachhaltigkeit bei der Neumarkter Lammsbräu, Besonderheiten des Produktes Bio-Mineralwasser und Argumente für den Bio-Landbau auf der Tagesordnung. Mit gemeinsamem Kochen, sportlichen Aktivitäten, einer Verkostung internationaler Biere, bei der die jungen Menschen zum Beispiel Reis- und Hirsebier probieren konnten und etwas Lagerfeuerromantik wurde das lehrreiche Wochenende mit geselligen Momenten aufgelockert.

Sehr sachlich ging es dagegen bei zwei IHK-Fortbildungen zu. Beim Workshop „Lern- und Gedächtnistraining“ standen wirkungsvolle Lerntechniken auf dem Programm, mit denen die Auszubildenden ihr Gehirn spielerisch zu Höchstleistungen bringen können; beim Workshop Telefontraining wiederum stand kundenorientiertes Verhalten am Telefon im Vordergrund: Wie begrüße ich richtig? Warum ist der erste Eindruck am Telefon für das Image eines Handelsunternehmens so wichtig? Oder wie geht man auf wütende Gesprächspartner ein? Derartige Fragen wurden nicht nur besprochen sondern ihre Beantwortung praktisch geübt.

2.4.1.5. Trainee-Programm

Die Neumarkter Lammsbräu hat 2013/2014 einen Trainee aus dem Programm Ökolandbau unter Regie der Stiftung Ökologie & Landbau & FiBL Projekte GmbH im Prozess Nachhaltigkeitsmanagement eingesetzt. Dieses seitens der Brauerei unterstützte Programm ermöglicht Hochschulabsolventen einen erfolgreichen Einstieg in die unternehmerische Praxis. Es umfasst neben dem Arbeitsalltag im Unternehmen ein mehrwöchiges Schulungsprogramm zum Thema Ökolandbau, welches durch Bundesmittel gefördert wird.

2.4.1.6. Neumarkter Lammsbräu Miteinander

Um die Kommunikation im gesamten Betrieb zu verbessern, rief die Brauerei bereits 2008 das Projekt „Neumarkter Lammsbräu Miteinander“ ins Leben. Bei regelmäßigen Veranstaltungen wird den Mitarbeitern und deren Familienmitgliedern eine Plattform geboten,



auf der sie sich außerhalb des Arbeitsumfeldes in ungezwungener Atmosphäre treffen und besser kennenlernen können. Im Jahr 2014 konnten die Mitarbeiter z. B. im Schützenhaus in Kadenzhofen ihre Zielsicherheit üben oder bei einer Fahrt nach Bamberg die Altstadt mit dem größten erhaltenen historischen Stadtkern in Deutschland besichtigen und das dortige Brauereimuseum in den Gewölben der ehemaligen Benediktiner Klosterbraustätte besuchen. Während des traditionellen Jura-Volksfests im August wiederum, einem Großereignis in Neumarkt mit rund 300.000 Besuchern, beteiligten sich die meisten Mitarbeiter der Lammsbräu in Dirndl und Lederhosen nicht nur am Volksfestzug, die Brauerei war in diesem Jahr auch allein dafür verantwortlich, das Festbier zu liefern (siehe Kap. 4.4.3.).

Ebenfalls im August radelten interessierte Lammsbräu-Mitarbeiter zusammen mit dem ADFC (Allgemeiner deutscher Fahrradclub e.V.) die rund 30 Kilometer lange Strecke zum Hof von Vertragslandwirt Karl Stephan in Ittelhofen, einige kamen mit dem Auto. Während eines Hofrundgangs erlebten sie, wie eine naturnahe Hof- und Gartengestaltung verwirklicht und mit vielen kleinen Maßnahmen Lebensräume für Vögel, Insekten und viele andere Lebewesen geschaffen werden können. Nicht zuletzt beteiligten sich 17 Mitarbeiter am Neumarkter Firmenlauf und 25 an einer Wanderung zur Sternwarte in Neumarkt-Höhenberg.

2.4.1.7. Fachliche Mitarbeiternachmittage

Ein fachlicher Mitarbeiternachmittag stand unter dem Motto „Eintauchen in die Biowelt“. Die gesamte Belegschaft besuchte am 14. Februar die Biofach in Nürnberg. Die Mitarbeiter konnten dabei den Kollegen am Lammsbräu-Stand über die Schulter schauen oder die Vielfalt an Bio-Lebensmitteln während eines Rundgangs über die Messe in Augenschein nehmen. Bei zwei Vorträgen wurden sie über die derzeitigen Herausforderungen der Bio-Lebensmittelbranche und des Bio-Landbaus informiert: Nach Jahren des rasanten Wachstums ist die Bio-Branche in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Doch während der Handel mit Bio-Produkten beispielsweise enorme Umsatzsteigerungen vorweisen kann, kommen die Erzeuger hierzulande nicht hinterher, so dass immer mehr Produkte importiert werden müssen. Der Biofach-Besuch endete mit einem deftigen Vesper.

Im April und Mai wurden sämtliche Mitarbeiter an drei Nachmittagen zum Thema „Umwelt und Klima“ geschult. Dr. Claudia Schmidt und Dr. Simon Meißner von der Universität Augsburg zeigten die Szenarien der weltweiten Klimaveränderung. Dabei ging es auch um Veränderungen, auf die sich die Oberpfalz vorbereiten sollte: In dieser Region sollten sich die Bewohner auf mildere Winter mit mehr Niederschlag einerseits und niederschlagsärmere Sommermonate mit längeren Hitzeperioden andererseits einstellen. Für die Vertragslandwirte der Neumarkter Lammsbräu bedeutet dies neuartige Schädlinge und höheren Schädlingsbefall im Winter sowie Dürreperioden im Sommer. Beides kann zu großen Ernteausfällen führen. Die Brauerei wird in einem wärmeren Klima möglicherweise zwar mehr Getränke verkaufen können, sie ist aber von der Klimaveränderung auch direkt betroffen: Ernteausfälle von Getreide und Hopfen erschweren zukünftig womöglich die Versorgungssicherheit; in Trockenperioden kann eine kontinuierliche Wasserversorgung zum Problem werden; und durch höheren Kühlbedarf wird der Stromverbrauch steigen, um nur einige Beispiele zu nennen. Nach einer freiwilligen Selbsteinschätzung zur persönlichen Klimaschutzleistung jedes einzelnen Mitarbeiters, erläuterten die Referenten die Klimaschutzmaßnahmen der Neumarkter Lammsbräu und sammelten gemeinsam mit den Mitarbeitern in Gruppenarbeiten Ideen und Vorschläge zur kontinuierlichen Verbesserung durch CO₂-e Reduktion in den einzelnen Prozessen der Brauerei. Jeder Mitarbeiter hatte somit die Möglichkeit, sich einzubringen und damit teilzuhaben an der Gestaltung der zukünftigen Umsetzung von Maßnahmen (siehe Kap. 3.1.).

2.4.1.8. Gemeinsam für mehr Vielfalt

Seit Sommer 2013 gibt es das Projekt „Streuobstwiese“. Hier können sich unsere Mitarbeiter und auch deren Familienangehörige und Kinder auf einer nahe gelegenen Streuobstwiese engagieren. 2014 machten sich Ende März 20 fleißige Helfer unter Anleitung der Bioland-Expertin Katharina Schertler daran, ein großes Insektenhotel zu bauen. Sie bohrten Löcher in Totholz und Bretter, schnitten Strohreste und Zweige zurecht und schnürten sie zu kleinen Bündeln, damit Insekten geeignete Stellen finden, um Eier abzulegen oder zu überwintern. Eine besonders spannende Aufgabe, vor allem für die Kleinen, die dabei waren! Das fertige Hotel wurde mit einem Maschendrahtzaun umschlossen und gesichert, damit sich keine Vögel über die hoffentlich zahlreichen Besucher hermachen können.



Ende Oktober wiederum haben die Mitarbeiter an einem weiteren Aktionstag auf einem Acker Steine gesammelt und zu einem Legesteinhaufen zusammen getragen, in dem Insekten und Kriechtiere Unterschlupf finden können. Gleichzeitig haben sie im Wissen, dass ein einzelner Apfelbaum mehr als 1.000 Käfer, Schmetterlinge und Fliegen beherbergen kann, vier neue Apfelbäume gepflanzt. An dem bereits vorhandenen Teich haben sie eine Weide zurückgeschnitten, weil der Teich zuzuwuchern drohte.

2.4.1.9. Betriebsabend

Am 28. November hat die Lammsbräu sämtliche Mitarbeiter und deren Familien zum traditionellen Betriebsabend eingeladen, um gemeinsam das erfolgreiche Jahr 2014 zu beschließen. Highlight des Abends war die Ehrung der Jubilare, die auf eine lange Firmenzugehörigkeit zurückblicken konnten. Dies waren namentlich Wilhelm Roth (25 Jahre), Willi Meyer (30 Jahre), Josef Fürst (35 Jahre) und Herbert Feichtmeier (40 Jahre), der in den Ruhestand verabschiedet und entsprechend gebührend gefeiert wurde. Dabei wurden seine besonderen Eigenschaften auf witzige Weise in Videobotschaften verpackt und zur allgemeinen Erheiterung aller Anwesenden vorgeführt. Darüber hinaus sorgten eine Geschichtenerzählerin und eine Geigenspieler für Unterhaltung.

Zusätzlich wurden an diesem Abend wieder die in 2014 umgesetzten Verbesserungsvorschläge ausgehängt und von allen Mitarbeitern mit Punkten bewertet. Die Einreicher der drei am besten beurteilten Vorschläge wurden anschließend mit einem Präsent geehrt.

2.4.1.10. Selbstbewertungsinstrument LAMM

Das 2011 eingeführte Mitarbeitertool „LAMM“ („Lammsbräu Arbeitet mit Mitarbeiter Motivation“) in Fragebogenformat wird von den Mitarbeitern im Intranet im Zwei-Monatsrhythmus ausgefüllt. Hier gibt es eine Neuerung: Während bislang nur vorgegebene Antworten angekreuzt werden konnten, sollen die Mitarbeiter ab sofort in kurzen Sätzen oder Stichworten antworten.

„LAMM“ ist letztlich ein virtuelles Mitarbeitergespräch, bei dem die Mitarbeiter in Selbstreflexion einschätzen sollen, wie sehr sie die Grundsätze der Neumarkter Lammsbräu im betrieblichen Alltag umsetzen. Nur die jeweils direkten Vorgesetzten können die Antworten ein-

sehen und kommentieren. Die Fragenkomplexe drehen sich dabei um Themen wie teamorientiertes Arbeiten, eigenständiges Handeln, den respektvollen Umgang miteinander, gelebtem Umweltschutz, aber auch um den Erhalt der eigenen Gesundheit. Die Selbstbewertung soll dazu beitragen, die betrieblichen, zwischenmenschlichen Spielregeln einzuhalten und – falls notwendig – den individuellen Umgang mit den Unternehmenswerten zu verbessern.

2.4.2. Externe Kommunikation

Die Neumarkter Lammsbräu befindet sich in der glücklichen Lage, „sympathische“ Produkte herzustellen, die viele Menschen ansprechen. Diesen Sympathiefaktor nutzt die Neumarkter Lammsbräu, um in ihrer Kommunikation nach außen Themen anzusprechen, die weit über die reine Produktinformation hinausgehen – etwa Gentechnik auf dem Acker, Natur- und Artenschutz, die nicht eingepreisten Kosten, die bei einer nicht ökologischen Wirtschaftsweise der Allgemeinheit aufgebürdet werden oder die Notwendigkeit, zum Schutz des Klimas beizutragen.

2.4.2.1. Messen und Veranstaltungen

Die Neumarkter Lammsbräu präsentierte sich vom 11. bis 14. Februar auf der Biofach, die 2014 insgesamt 42.000 Besucher verzeichnete. Sie war aber nicht nur mit ihrem Messestand, sondern an einem Nachmittag sogar mit der gesamten Belegschaft vertreten. So konnten sich alle Mitarbeiter auf der Weltleitmesse für Bio-Produkte von der wirtschaftlichen und innovativen Kraft der Branche inspirieren lassen. Aber auch auf kleineren und regionalen Messen präsentierte die Lammsbräu ihre Produkte: Im März war die Brauerei sowohl in Bochum als auch in München auf dem jeweiligen Heldenmarkt, auf der BioWest in Düsseldorf und gleichzeitig auf dem Münchner Braukunst Festival. Im April standen die Slow Food-Messe in Stuttgart und die BioOst in Berlin auf dem Terminplan. Nach diesem gedrängten Messeprogramm stand im Juni mit der Teilnahme an der Jobmeile in Neumarkt zunächst ein Termin vor Ort auf dem Jahresplan, ehe es im September mit der Teilnahme an der Bio-Nord in Hannover und der BioWest in Augsburg wieder auf Reisen ging. Die Heldenmärkte in Frankfurt und Stuttgart (beide im Oktober) sowie Berlin (November) beendeten das Messejahr der Brauerei.



2.4.2.2. Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreis 2014

Bereits im Jahr 2001 wurde Dr. Franz Ehrnsperger für seine Verdienste bei der Umstellung auf ein ganzheitlich ökologisches Unternehmen von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt mit dem Deutschen Umweltpreis, der bedeutendsten Umweltauszeichnung Europas, ausgezeichnet. Das Preisgeld investierte er in eine energie- und wassersparende Flaschenwaschanlage, die im ersten Jahr eine Ersparnis von rund 10.000 DM abwarf. Diese „Öko-Rendite“ in Höhe von mittlerweile 10.000 € wird seitdem jährlich als Preisgeld an Menschen vergeben, die mit ihren Taten und Handlungen nachhaltige Strukturen schaffen und fördern. Der Preis der Neumarkter Lammsbräu wurde 2014 bereits zum 13. Mal vergeben und in vier Kategorien verliehen. 115 Personen, Organisationen und Unternehmen hatten sich darum beworben. Die Sieger konnten sich über ein Preisgeld von jeweils 2.500 Euro freuen. Darüber hinaus wurde der undotierte Ehrenpreis vergeben.

In der Kategorie „Privatpersonen – Einzelperson“ wurde Ursula Reinhard, die langjährige Vorsitzende des Vereins zur Erhaltung der Nutzpflanzenvielfalt (VEN) in Fulda, für ihr außerordentliches Engagement ausgezeichnet, die Vielfalt auf dem Acker zu bewahren. Der Verein sucht nach alten, heute nicht mehr angebauten Nutzpflanzen, rekultiviert und vermehrt sie – und stellt sie all denen zur Verfügung, die sie selbst anbauen wollen. Als Ursula Reinhard 1995 den Vorsitz übernahm, hatte der Verein eine Saatgutliste mit 40 Sorten. Als sie ihn 2009 wieder abgab, speicherte die Datenbank 6.000 Obst- und Gemüsesorten aus aller Welt. Tomaten, das wohl vielfältigste Gemüse schlechthin, sind dabei zu Ursula Reinhard's Passion geworden: Während die meisten Menschen nur noch ein Handvoll Sorten kennen, hat Ursula Reinhard sage und schreibe 800 Tomatensorten zusammengetragen. „Wenn man die ständig wachsende Menschheit mit nur wenigen Pflanzenarten ernährt, kann man sich die damit verbundenen Gefahren ausmalen“, betonte Peter Esser, Verleger und Herausgeber der Mittelbayerischen Zeitung, in seiner Laudatio. „Unsere Nutzpflanzen sind nicht einfach nur da, um uns satt zu machen. Sie sind auch Teil unserer menschlichen Kulturgeschichte und als solches Kulturgut. Die fantastischen Ressourcen aus 10.000 Jahren Ackerbau müssen bewahrt werden.“ Dafür sorgt der VEN mit Tauschbörsen für Saatgut, Seminaren und Vorträgen, mit Ständen auf Messen und Märkten und nicht zuletzt

durch die kritische Beobachtung gentechnisch veränderter Sorten – und schmälert so gleichzeitig die Macht der Saatgutkonzerne, die einige wenige Sorten durchsetzen wollen.

In der Kategorie „Privatpersonen – Non-Profit-Organisationen“ wurde der Chiemgauer Schulbauernhof ausgezeichnet. Der Verein fördert Erziehung und Bildung sowohl von Kindern als auch Erwachsenen in den Bereichen Landwirtschaft, Naturschutz, Landschaftspflege, Verbraucherberatung und -schutz und versucht dabei, ökologische Zusammenhänge zu vermitteln. „Es ist von unschätzbarem Wert, dass auf dem Chiemgauer Schulbauernhof vermittelt wird, wie kostbar Lebensmittel sind“, betonte Laudator Josef Zotter, Schokoladenhersteller und selbst Bio-Landwirt. Das Schullandheim auf dem Hof wird mit eigenem Gemüse, eigenen Kräutern und Bio-Fleisch vom eigenen Hof bekocht. „Das ist 5-Sterne-Küche für Kinder, die leider viel zu selten mit gutem Essen in Berührung kommen.“ Im Vergleich zum Billigangebot in vielen Schulmensen „ragt der Chiemgauer Schulbauernhof wie ein Leuchtturm aus dem Meer der Verantwortungslosigkeit.“ Und damit hat der Verein Erfolg: Die Übernachtungen sind binnen zehn Jahren von 400 auf 10.000 im Jahr gestiegen. Gewinne werden zu 100 Prozent in neue umweltbildende Projekte investiert. Immer mit dem Bestreben, komplexe Zusammenhänge in Natur und Landwirtschaft praxisnah zu vermitteln. Und stets mit dem Ziel, im Einklang mit der Natur zu wirtschaften.

In der Kategorie „Unternehmen“ wurde die Naturstrom AG mit Sitz in Düsseldorf geehrt. Die 1998 gegründete Gesellschaft war der erste unabhängige Ökostromanbieter in Deutschland. Heute beliefert sie über 240.000 Haushalte, Betriebe und Institutionen mit sauberem Strom. Ein ungeheure Erfolgsgeschichte, denn: „Nach der Marktliberalisierung Ende der 90er Jahre wechselten nur ein paar Tausend Überzeugungstäter den Stromanbieter“, betonte Claudia Kemfert, Professorin für Energieökonomie und Leiterin der Abteilung Energie, Verkehr und Umwelt am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung, in ihrer Laudatio. „Von Boom konnte keine Rede sein.“ Von daher steht Naturstrom „eher für eine Geschichte von mutigem Unternehmertum, Kampfgeist und Durchhaltevermögen.“ Von den 230 Öko-Kraftwerken, die das Unternehmen inzwischen gebaut hat, profitieren vor allem strukturschwache Regionen – nicht zuletzt dadurch, dass die Bürger der jeweiligen Region daran teil-



haben. „Die dezentrale Energiewende, auf die die Naturstrom AG setzt, leistet einen enormen Beitrag zur Entwicklung ländlicher Räume und zur Bewahrung eines lebenswerten Umfelds“, so Claudia Kemfert. Beim Ausbau der Erneuerbaren Energien sind in Deutschland bereits 380.000 Arbeitsplätze entstanden, und es könnten in den nächsten Jahren weitere 180.000 dazu kommen. Zum Vergleich: Die Kohleindustrie, die derzeit 45 Prozent unseres Stroms liefert, beschäftigt nur rund 40.000 Menschen.

In der Kategorie „Medienvertreter“ wurde der Journalist, Autor und Filmemacher Valentin Thurn ausgezeichnet, der in den vergangenen Jahren eine Riesendiskussion über eine skandalöse Verschwendung entfachte: Die Hälfte aller Lebensmittel wird bei uns vernichtet, wobei allein in Europa jedes Jahr drei Millionen Tonnen Brot auf dem Müll landen. „Ihr Kinofilm ‘Taste the Waste’ und Ihr umfassendes Engagement, wozu auch die von Ihnen ins Leben gerufene internationale Kampagne gegen Lebensmittel-Müll und die Plattform foodsharing.de gehören, haben eine ungeheuer breite Wirkung gehabt“, konstatierte Ursula Hudson, die Präsidentin von Slow Food, in ihrer Laudatio. „Sie haben im besten Sinne des Wortes Druck von unten produziert und unglaublich kreative Kräfte bei vielen Menschen freigesetzt, was Umgang mit und Wertschätzung von Lebensmitteln angeht.“ Außerdem hat Valentin Thurn Verständnis für große Zusammenhänge hergestellt: Den Lebensmittelmüll zu halbieren hat auf den Schutz des Klimas ungefähr den gleichen Effekt wie die Stilllegung jedes zweiten Kraftfahrzeugs.

Mit dem Neumarkter Lammsbräu Ehrenpreis 2014 wurde Angelika Zahrnt als Vordenkerin eines nachhaltigen Lebensstils geehrt. Die langjährige Vorsitzende des BUND hat nicht nur den eigenen Verband professionalisiert und entscheidend zu Naturschutzprojekten wie dem Biotopverbund „Grünes Band“ entlang der ehemaligen innerdeutschen Grenze und der Entwicklung einer Nationalen Biodiversitätsstrategie beigetragen. Vor allem hat sie am Leitbild einer Nachhaltigen Entwicklung mitgearbeitet, wie es auf Weltkonferenz 1992 in Rio de Janeiro beschlossen wurde. Bereits fünf Jahre davor hatte sie vorgeschlagen, die ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen von Produkten entlang ihrer Produktlinie zu analysieren – von der Rohstoffgewinnung über die Produktion und die Nutzung bis hin zur Entsorgung. „Angelika Zahrnt hat die Grenzen für den Verbrauch von

Ressourcen, zum Beispiel bei land- und forstwirtschaftlichen Flächen und einigen wichtigen Rohstoffen, sehr früh auf die Tagesordnung gesetzt und mit ihren Büchern zur Postwachstumsgesellschaft und zuletzt zu Suffizienz die Debatte befruchtet“, sagte Rainer Grießhammer, Professor und Geschäftsführer am Öko-Institut, in seiner Laudatio. „Ehrlich gesagt, bin ich für mehr Wachstum: und zwar von Ideen und Büchern der diesjährigen Ehrenpreisträgerin!“

2.4.2.3. Brauereibesichtigungen

Die Neumarkter Lammsbräu hat ihr Besichtigungskonzept 2014 komplett überarbeitet, um der interessierten Öffentlichkeit einen Gesamteindruck der Brauerei zu vermitteln. Zunächst werden allen Besuchern bei einem Rundgang Sudhaus, Gär- und Lagerkeller sowie die Abfüllanlage gezeigt, damit sie einen Einblick in den Alltag einer mittelständischen Brauerei erhalten. Danach geht es in den neuen Besucherraum, ein besonderes Schmuckstück. Hier finden Bier-Verkostungen statt, es werden aber auch das BioKristall Bio-Mineralwasser und die now Bio-Erfrischungsgetränke vorgestellt. Unzählige Fotos wurden dafür im Vorfeld geschossen und Filmsequenzen zusammengestellt. Die Besichtigungen bestehen jetzt aus einer Mischung aus aktivem Erleben und Entdecken und moderner interaktiver Technik. Selbstverständlich steht nach wie vor das Ziel im Vordergrund, den kleinen und großen Gästen die Philosophie des Unternehmens zu vermitteln und die Zusammenhänge ökologischen Wirtschaftens vor Augen zu führen sowie neue Fans zu gewinnen, die von unseren Produkten ebenso begeistert sind wie wir.

2.4.2.4. Dialog mit unseren Kunden

Die Brauerei bietet dem Kunden viele Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme und umfassenden Informationsbeschaffung: Neben Messen, öffentlichen Veranstaltungen und dem persönlichen Kontakt bietet auch das Internet viele Möglichkeiten des Kundendialoges: über Facebook (<https://www.facebook.com/lammsbraeu>), per e-mail (info@lammsbraeu.de) oder direkt über die eigene Webseite (www.lammsbraeu.de) können Anfragen aller Art gestellt werden. Dort kann sich jeder über die Rubrik „Fragen Sie die Chefin“ direkt an die Generalbevollmächtigte Susanne Horn wenden. Die Reklamationsbearbeitung geht im Sinne des Kunden schnell, hier hat sich die Neumarkter Lammsbräu das Ziel gesetzt, jede Reklamation innerhalb von 48 Stunden zu bearbeiten und zu beantworten, um eine höchstmögliche Kundenzufriedenheit zu gewährleisten.



2.4.2.5. Öffentlichkeitsarbeit

Kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit ist für die Neumarkter Lammsbräu ein wesentliches Instrument, ihre Nachhaltigkeitsphilosophie zu vermitteln. Für die Brauerei bedeutet das, nicht nur über Ereignisse im Unternehmen zu berichten, sondern auch zu branchenrelevanten Themen Stellung zu beziehen. 2014 haben wir beispielsweise das Jubiläum unserer Erzeugergemeinschaft genutzt, um auf die Notwendigkeit einer engeren Zusammenarbeit zwischen Lebensmittelerzeugern und -verarbeitern hinzuweisen, und damit die regionale Bio-Produktion zu stärken.

Zudem nutzen wir unsere Vorreiterrolle und suchen den Kontakt zu Politikern und Behördenvertretern, um sie auf kritische Entwicklungen hinzuweisen und so gesellschaftliche Verbesserungen zu erzielen: In Neumarkt haben wir beispielsweise dafür gesorgt, dass das Grundwasserreservoir besser vor Verunreinigungen geschützt wird – etwa durch Tiefbohrungen. Gemeinsam mit anderen lokalen Akteuren haben wir es geschafft, dass Neumarkt eine von fünf bayerischen Öko-Modellregionen geworden ist.

Auf dem Braukunst-Festival 2014 boten wir einen Workshop für Blogger an mit anschließender Exkursion, bei der ein Hopfenbauer vieles zum Thema „Hopfen“ erläuterte, und so erlebbar machte, was an unseren Bieren so besonders ist.

Selbstverständlich pflegen wir auch den direkten Austausch mit Handelspartnern und Konsumenten. Auf Fach- und Endverbraucher messen oder Bio-Festivals (z. B. BioFach, Heldenmärkte, BioErleben) stellen wir nicht nur unsere Produkte vor, sondern vermitteln auch unsere Philosophie quasi „zum Anfassen“: Beispielsweise haben wir in Hamburg einen Mineralwasser-Workshop durchgeführt und den Teilnehmern erläutert, welche zentrale Rolle BioKristall Bio-Mineralwasser für die Brauerei spielt. Nicht zuletzt tauschen wir uns auch über unser Facebook-Profil und die neu gestalteten Websites immer stärker mit Kunden und Partnern aus.

Auf der zentralen Webseite des Unternehmens (www.lammsbraeu.de) werden vor allem Werte, Philosophie und Geschichte präsentiert – nicht jedoch die einzelnen Produkte. Für diese gibt es jeweils eigenständige Markenwebsites, die die Besonderheiten der Bio-Biere,

Bio-Erfrischungsgetränke und Bio-Mineralwasser herstellen (www.lammsbraeu-biobier.de, www.drinknow.de, www.biokristall.de). Die now-Internetseite erhielt ein moderneres Erscheinungsbild, wobei der Fokus auf die verschiedenen Rohstoffe und die Herstellung der now-Erfrischungsgetränke gelegt wurde. Der 2013 neu eingerichtete Facebook-Account wiederum liefert Neuigkeiten aus dem Unternehmen und der Bio-Branche.

Mit dem Neumarkter Lammsbräu Magazin und unserem Newsletter informieren wir Kunden und Interessierte zu Themen rund um die ökologische Landwirtschaft, den Arten- und Naturschutz, aber auch ganz allgemein zum Genuss von Lebensmitteln. Dabei versuchen wir zu veranschaulichen, welche Auswirkungen das Handeln eines regional verwurzelten, nachhaltig agierenden Unternehmens wie der Neumarkter Lammsbräu in der Region hat.

2.4.2.6. Nachhaltigkeitsbericht

Seit über 20 Jahren berichtet die Neumarkter Lammsbräu über Umweltbelange – zunächst in Form eines Öko-Controlling-Berichts, inzwischen durch den jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht. In ihm werden die betrieblichen Umweltaktivitäten der Neumarkter Lammsbräu dokumentiert. Der Bericht geht dabei über die integrierte und seitens EMAS (siehe Kap. 2.3.) geforderte Umwelterklärung hinaus und stellt weitere Nachhaltigkeitsaspekte des Unternehmens dar. Er greift die Schwerpunktthemen heraus, mit denen sich die Brauerei beschäftigt hat, und versucht, den Lesern Denkanstöße in Richtung eines nachhaltigen Konsumierens und Handelns zu geben. Seit 2003 gibt es alle Berichte als pdf-Dokument auf www.lammsbraeu.de und den aktuellen Bericht auch in gedruckter Form.

2.4.2.7. Vorträge und Podiumsdiskussionen

Um die Themen Nachhaltigkeit und zukunftsfähiges Wirtschaften kontinuierlich in die Öffentlichkeit zu tragen, engagieren sich Vertreter der Brauerei über das Jahr hinweg kontinuierlich an Universitäten und Hochschulen, bei gemeinnützigen Vereinen und Verbänden, bei ihren Netzwerkpartnern, bei Unternehmensverbänden oder auch bei kirchlichen Organisationen. Sie halten dort Vorträge oder nehmen an Podiumsdiskussionen teil und sprechen über Themen, die weit über unmittelbare brauereibezogene Belange hinausgehen.



2.4.2.8. Sponsoring und Förderung

Weil der Neumarkter Lammsbräu als mittelständische Brauerei nur begrenzt Mittel für Sponsoring oder Spenden zur Verfügung stehen, konzentriert sie sich auf spezielle Veranstaltungen, Vereine und Institutionen, die nicht nur mit der Unternehmensphilosophie im Einklang stehen, sondern auch einen Bezug zur Region und zu Bayern haben:

- Förderung des ökologischen Landbaus
- Einsatz für eine agrotechnikfreie Welt
- Wasserschutz
- Förderung von Artenvielfalt (Biodiversität)

Innerhalb dieser Themenbereiche konzentrieren wir uns vor allem auf einige ausgewählte Projekte, die wir längerfristig unterstützen und die wir zum Großteil selbst initiiert haben:

- Mit dem Bildungsprojekt „wasser on... s'cooltour“ bringen wir Kindern und Jugendlichen die Wichtigkeit und das Wissen, die Wertschätzung und die Liebe für die Ressource Wasser als Ursprung allen Lebens auf altersgerechte Weise näher (siehe Kap. 2.4.2.9.).
- Bildung für Landwirte, z. B. mit der „Bodenpraktiker“-Fortbildung (Kooperation mit Bioland) und eigenen Fortbildungen für die EZÖB-Vertragsbauern (siehe Kap. 2.4.2.12.).
- Gemeinsam mit unseren EZÖB-Vertragsbauern betreiben wir in der Region ein Projekt zur Wiederansiedelung von typischen Ackerwildkräutern, die vom Aussterben bedroht sind (siehe Kap. 2.4.2.11.).
- Wir finanzieren jährlich zweien unserer Vertragsbauern die Entwicklung von hofindividuellen Kulturlandplänen zur Förderung von Artenvielfalt und Naturschutz (siehe Kap. 2.4.2.10.).
- Wir unterstützen die Projekte des Landkreises Neumarkt /Regina Kommunalentwicklung im Rahmen der Öko-Modellregion Bayern (siehe Kap. 3.3.).
- Wir setzen uns ein für Pflege und Erhalt der regionalen Streuobstwiesen, u. a. spenden wir die Einnahmen aus unseren Brauereiführungen an den Landschaftspflegeverband Neumarkt und pflegen selbst eine Streuobstwiese (siehe Kap. 2.4.1.8.).

- Auf den Feldern der EZÖB-Landwirte legen wir gemeinsam Blühstreifen an, um so direkt auf den Äckern mehr Vielfalt und damit Lebensräume für Pflanzen und Tiere zu schaffen.
- Wir nehmen am AÖL-Forschungsprojekt „Firmen fördern Vielfalt“ teil (siehe Kap. 4.1.2.6.).

Zudem sind wir Förderer der folgenden Organisationen:

- Zivilcourage Neumarkt e. V. – Bündnis für einen agrotechnikfreien Landkreis Neumarkt
- Verein für eine gentechnikfreie Gastronomie e. V.
- Testbiotech e. V. – Institut für unabhängige Folgenabschätzung in der Biotechnologie
- BUND Naturschutz in Bayern e. V.

Als besondere Aktion haben wir 2014 in Neumarkt das Projekt „Miniköche“ initiiert: 24 Kinder aus der Region – 7 Jungen und 17 Mädchen – treffen sich zwei Jahre lang jeden Monat bei insgesamt fünf verschiedenen Neumarkter Gastronomen und für die Theorie in unserer Brauerei, um so für das Thema „Gesundheit durch richtige Ernährung in einer intakten Umwelt“ sensibilisiert zu werden. Zum Start erhielten die Kinder einen Koffer mit einer Profi-Kochausrüstung und zum Abschluss eine Prüfung mit Zertifikat von der IHK. Das Projekt ist so aufgebaut, dass die Kinder Theorie und Praxis von Lebensmitteln und Ernährung in sieben Modulen kennenlernen.

Wir haben erneut die Aktion Bantam Mais unterstützt: Seit 2006 pflanzen, vermehren und tauschen, Gärtner, Bauern, und Balkonbesitzer den samenfesten Traditionsmais „Golden Bantam“ an inzwischen über 60.000 Standorten in Deutschland, um damit den Anbau von Gentechnik-Mais in Deutschland und Europa zu verhindern. Die Förderung setzen wir 2015 fort.

2.4.2.9. Wasser on... s'cooltour

Die Kinderbildungsarbeit unterstützen wir als Initiator und Förderer der „Wasser on... s'cooltour“. Sie soll dazu beitragen, dass Kinder zwischen der 4. und 10. Klasse die richtigen Impulse für ein nachhaltiges Verhalten im Umgang mit Wasser vermittelt werden: „Wir möchten Kindern und Jugendlichen die Wichtigkeit und das Wissen, die Wertschätzung und die Liebe für die Ressource Wasser als Ursprung allen Lebens auf altersgerechte Weise näher



bringen“, betont Firmenchefin Susanne Horn. Die Tour setzt beim Thema Wasser an, dem wichtigsten Lebensmittel überhaupt. Die Kinder sollen sich der Bedeutung der Ressource Wasser bewusst werden, sie wertschätzen und einen verantwortungsvollen Umgang erlernen. Sie sollen begreifen, dass Wasser die Lebensgrundlage für Pflanzen, Menschen und Tiere ist und wir alle verantwortungsbewusst mit der Ressource Wasser umgehen müssen. Seit 2014 ist das Konzept um den Baustein „Lammsbräu Biotop“ erweitert worden. In Form von Experimentierstationen und Wasserspielen wird auch hier mit Kindern und Jugendlichen Umweltbildungsarbeit betrieben. Die notwendigen mobilen Materialien können als Stand auf Aktionstagen, Tagen der offenen Tür, Kundenevents, Messen & Festivals eingesetzt werden. Die Experimente reichen von schwimmender Knete über laufende Insekten auf Wasser (Thema: Oberflächenspannung) bis hin zur Ergründung, wie das Salz aus dem Meer kommt. Bei dem Lammsbräu Vertragspartner Dennree wurde der mobile Baustein auf einer Veranstaltung am 3. Oktober erstmalig erfolgreich eingesetzt (www.wassersonscooltour.de).

2.4.2.10. Kulturlandpläne

Mit den Bio-Vertragslandwirten der EZÖB versuchen wir, die Vielfalt der Arten zu bewahren, indem wir jedes Jahr maßgeschneiderte Naturschutzaktivitäten auf den Höfen zweier Bio-Bauern finanzieren. Der sogenannte „Kulturlandplan“ ist ein 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 2014 wieder zwei ausgewählte Bio-Landwirte ein Jahr lang begleitete, wurden so detaillierte Bestandsanalysen erstellt, Alternativvorschläge für ein naturschonenderes Arbeiten auf den Höfen entwickelt und zusammen mit den betroffenen Landwirten Naturschutzstrategien ausgearbeitet. Im Jahr 2014 sponserte die Neumarkter Lammsbräu Kulturlandpläne für die beiden Bio-Landwirtschaftsbetriebe von Herrmann Heiselbetz und Markus Schenk. Die Öffentlichkeit wird regelmäßig eingeladen, um sich bei naturkundlichen Spaziergängen die umgesetzten Maßnahmen anzuschauen und die Artenvielfalt individuell zu entdecken.

2.4.2.11. Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern

Gemeinsam mit dem Biolog e.V. hat die Neumarkter Lammsbräu 2014 ein neues Projekt zur Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern auf Biobetrieben gestartet. Das Projekt versucht, die Ergebnisse verschiedener Forschungsprojekte in die Praxis zu übertragen und für mehr Vielfalt auf landwirtschaftlichen Bio-Flächen im Fränkischen Jura und in der Münchener Ebene zu sorgen. Dazu wurden im Fränkischen Jura zunächst Samen von Acker-Hahnenfuß, Acker-Rittersporn, Acker-Lichtnelke und Großem Frauenspiegel gesammelt, um dieses Basis Saatgut auf einem Biohof in Pilsach zu vermehren. Gelingt dies, sollen diese Samen dann interessierten Biobauern zur Verfügung gestellt werden, damit sie diese im Herbst 2015 mit dem Saatgut des Wintergetreides vermischen und auf ihren Äckern ausbringen können.

2.4.2.12. Weiterbildung zum Bodenpraktiker

In einer ersten Seminarreihe hat Bioland e.V. 21 Landwirte zu Bodenpraktikern weitergebildet. Von Praktikern, Beratern und Bodenexperten lernten die Teilnehmer in neun Modulen, die Fruchtbarkeit der Böden zu erhalten. Mit Krümeltests, Finger- und Spatenproben haben sie ein Gefühl für das Zusammenspiel zwischen mineralischen Bestandteilen, Luft und Wasser erfahren und erkennen können, welche Wechselwirkung es zwischen Bodenleben und Bodenfruchtbarkeit gibt. Die Erkenntnisse konnten sie direkt auf ihrem Betrieb anwenden. Auf der Abschlussveranstaltung in der Neumarkter Lammsbräu präsentierten die angehenden Bodenpraktiker ihre Projektarbeiten. Sowohl die Neumarkter Lammsbräu als auch die Bio-Bäckerei Schedel und die Hopffisterei unterstützen die Weiterbildung.



„Reinheit von der Quelle bis in die Flasche ist unsere Maxime. Deshalb nutzen wir für unsere Getränke nur bestes Bio-Mineralwasser aus unserer BioKristall-Quelle tief im Neumarkter Jura und setzen uns als Mitglied der Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V. für den nachhaltigen Schutz unserer Wasserressourcen ein.“

Oliver Flake, Leiter der Qualitätssicherung der Neumarkter Lammsbräu

3. UNSERE THEMEN 2014

Seit zwei Jahrzehnten treffen sich Regierungschefs und Umweltminister aller Länder einmal im Jahr zu einer großen Klimakonferenz, zuletzt im Dezember 2014 in Lima. Das erklärte Ziel all dieser Treffen: die Treibhausgasemissionen verringern, um den Temperaturanstieg auf zwei Grad gegenüber vorindustrieller Zeit zu begrenzen. In Paris soll dazu Ende 2015 ein tragfähiges Abkommen geschlossen werden. Um dieses zwei-Grad-Ziel zu erreichen, sieht sich die Neumarkter Lammsbräu als ganzheitlich handelndes Unternehmen in diesem Bereich des Klimaschutzes auch in der Pflicht, Verantwortung zu übernehmen und ihren Teil dazu beizutragen. Die Brauerei hat deshalb zunächst sämtliche Emissionen – vom Acker bis zum Endkunden – erfassen lassen, die mit der Herstellung und Auslieferung ihrer Bio-Getränke in Verbindung stehen, und für das Jahr 2012 eine Treibhausgasbilanz für das gesamte Unternehmen erstellt, einen sogenannten Corporate Carbon Footprint (CCF). Auf Basis dieser Daten wurde eine umfassende Klimastrategie entwickelt, die zunächst bis ins Jahr 2025 reicht und mit der ihre klimarelevanten Emissionen – trotz weiterer Wachstumsziele – kontinuierlich um jeweils sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr verringert werden sollen.

Besonders gefreut hat sich die Brauerei über die Resonanz auf die Bio-Mineralwasser-Initiative: Bioland wurde Mitglied der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e. V.; und gleich drei weitere Unternehmen zeichnen ihre Produkte inzwischen mit dem Bio-Mineralwasser-Siegel aus.

Darüber hinaus hat sich die Brauerei im Landkreis Neumarkt engagiert und ist maßgeblich daran beteiligt, dass der Landkreis von der Bayerischen Landesregierung als „staatlich anerkannte Öko-Modellregion“ ausgezeichnet wurde. Ziel ist es in den kommenden Jahren, den Anteil des Bio-Landbaus im Landkreis weiter zu vergrößern und mehr Bio-Rohstoffe in der Region anzubauen und zu vermarkten.

Nicht zuletzt hat das Unternehmen hausintern das Thema „Gemeinwohlökonomie“ weiter vorangebracht, bei dem es darum geht, Wirtschaft so zu gestalten, dass sie allen Menschen und Lebewesen und letztlich dem ganzen Planeten zugutekommt.

Treibhausgasemissionen der Neumarkter Lammsbräu 2012 insgesamt

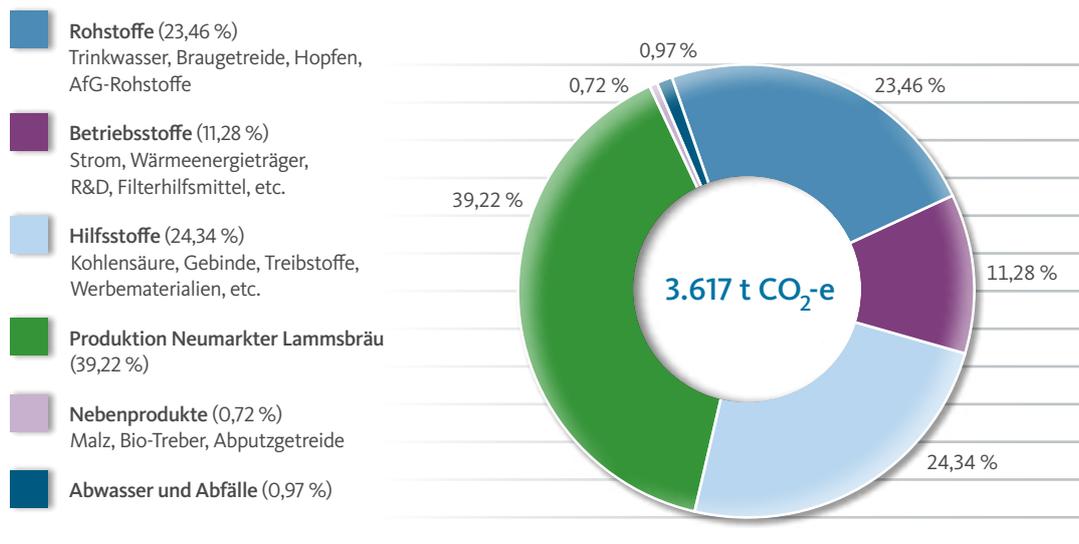


Abb. 3.1.:
Gesamte
Treibhausgas-
emissionen
der Neumarkter
Lammsbräu
in 2012.

3.1. Unsere Verantwortung fürs Klima

Nachdem jahrelang auf Klimakonferenzen kaum Fortschritte zu verzeichnen waren, machen zumindest einige Entwicklungen Hoffnung, dass doch noch ein globales Klimaabkommen verabschiedet wird: Die USA haben 2014 beschlossen, mindestens die Hälfte der bestehenden großen Kohlemeiler aus dem Verkehr zu ziehen und neue Kohlekraftwerke nur noch zu genehmigen, wenn sie Kohlendioxid abscheiden und sicher lagern. Darüber hinaus verfolgt die US-Regierung über Entwicklungsbanken und vor allem die Weltbank das Ziel, Entwicklungs- und Schwellenländern Subventionen und Kredite für Kohlenutzung zu streichen. Dies vor dem Hintergrund, dass in vielen Ländern der Dritten Welt Photovoltaik inzwischen die billigste Technologie ist, Strom zu erzeugen. China wiederum, der mittlerweile weltgrößte CO₂-e-Verursacher hat ein Kohlebegrenzungsgesetz verabschiedet und entschieden, dass nach 2020 die Kohleverstromung kontinuierlich verringert werden soll.

Auch unsere Bundesregierung hat mit ihrem im Dezember 2014 verabschiedeten „Aktionsprogramm Klimaschutz 2020“ die richtigen Weichen gestellt: Sie hat an dem bereits 2007 festgesetzten Reduktionsziel, die Treibhausgase bis 2020 um 40 Prozent zu verringern, festgehalten und damit de facto eine Anti-Kohle-Vereinbarung beschlossen. Denn nachdem Deutschland zwischen 1990 und 2013 seine Emissionen lediglich um rund 24 Prozent mindern konnte, also um jährlich jeweils nur rund ein Prozent, müssen wir bis 2020 jedes Jahr mehr als doppelt so viel erreichen. Das ist nur mit deutlichen Einschnitten bei der Kohlenutzung möglich – in einer Situation, in der unser Strom zu rund 45 Prozent durch Braun- und Steinkohle erzeugt wird und 2014 so viel Kohle verbrannt

wurde wie in keinem anderen Jahr seit der Wende. All diese Entscheidungen tragen den längst bekannten Mahnungen vieler Klimaforscher Rechnung, denen zufolge unsere Klimazukunft vor allem von der Menge der verbrannten Kohle abhängt.

Die Neumarkter Lammsbräu sieht sich im Bereich Klimaschutz ebenso in der Verantwortung. Ressourceneffizienz, Energiesparen und die Verringerung ihrer CO₂-e-Emissionen gehören seit Jahren zu ihren zentralen Zielen. Bereits 2013 haben wir mit Wissenschaftlern der Universität Augsburg eine umfassende Klimastrategie entwickelt. In den Jahren 2013 und 2014 haben wir gemeinsam alle erforderlichen Daten zusammengetragen (siehe Kap. 3.1.1.), in Workshops gemeinsam mit den Mitarbeitern der Brauerei Maßnahmen abgeleitet (siehe Kap. 2.4.1.7.) und ambitionierte Ziele für die nächsten zehn Jahre definiert.

3.1.1. Der gesamtunternehmerische Fußabdruck (CCF – Corporate Carbon Footprint)

Auf Basis der erhobenen Daten der Brauerei, ihrer Lieferanten sowie Händler wurde seitens der Uni Augsburg der CCF nach den internationalen Standards des Greenhouse Gas Protocol (GHG-P) sowie der DIN EN ISO-Normen 14064 und 14067 erstellt und alle im Jahr 2012 angefallenen Emissionen erfasst und abgebildet (siehe Abb. 3.1.).

Sämtliche inner- und außerbetrieblichen Produktions- und Transportaktivitäten wurden dazu unter die Lupe genommen: die Herstellung aller Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, die Produktion der verkaufsfertigen Getränke und dabei insbesondere der Energieaufwand, die Verwertung und Entsorgung von Abfällen und schließlich die Auslieferung der Produkte. Die Getränkedistribution durch externe Speditionen und Händler wurde aufgrund der

Treibhausgasemissionen im Bereich Landwirtschaft & innerbetriebliche Prozesse der Neumarkter Lammsbräu 2012

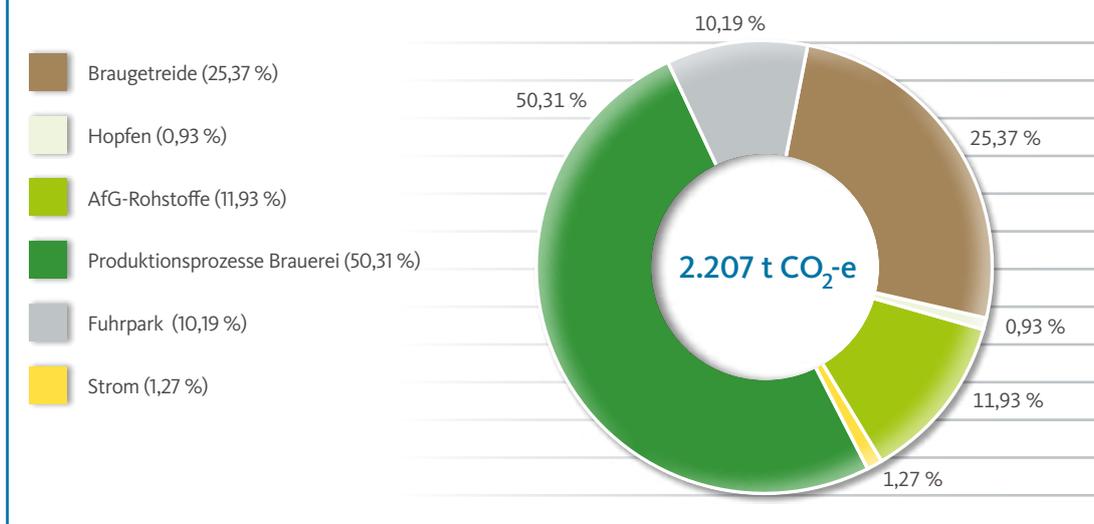


Abb. 3.2.: Treibhausgasemissionen der Neumarkter Lammsbräu in 2012 im Bereich der Landwirtschaft (Braugetreide, Hopfen und AfG-Rohstoffe) sowie innerbetrieblicher Prozessbereiche.

unsicheren Informationslage und Komplexität des Vertriebsnetzes supplementär und nur anteilig untersucht.

Für die Brauerei war dies eine große Herausforderung. Denn es galt, nicht nur die CO₂-Emissionen zu berücksichtigen, die von der Brauerei (Strom- und Wärmebedarf im Betrieb, Treibstoffe des eigenen Fuhrparks, Gabelstaplerverkehr) und ihren direkten Zulieferern in der Region verursacht werden, sondern sämtliche Hilfs- und Betriebsstoffe und soweit wie möglich alle nachgelagerten Prozesse. Nicht einbezogen werden konnten die verschiedenen Veranstaltungsaktivitäten und der Einzelhandel.

Im Dezember 2014 lag dann der gemeinsam erarbeitete Abschlussbericht vor. Das Ergebnis: Im Wirtschaftsjahr 2012 verursachte die Neumarkter Lammsbräu Treibhausgasemissionen in Höhe von insgesamt 3.617 Tonnen CO₂-e bzw. 26,7 Kilogramm pro Hektoliter Verkaufsgetränk.

3.1.2. Die Klimastrategie der Neumarkter Lammsbräu

Ausgehend von den CO₂-Emissionen des Jahres 2012 hat sich die Neumarkter Lammsbräu das anspruchsvolle Ziel gesetzt, die betrieblichen und durch den Bezug von Getränkerohstoffen aus der Landwirtschaft entstehenden Treibhausgasemissionen mithilfe einer ganzheitlichen Klimaschutzstrategie kontinuierlich bis 2025 um jeweils sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr zu reduzieren. Dies entspricht bis zu diesem Zeitpunkt einer Emissionsminderung von rund 11.500 Tonnen CO₂-e. Und das, obwohl die Brauerei auch künftig kontinuierlich wachsen will.

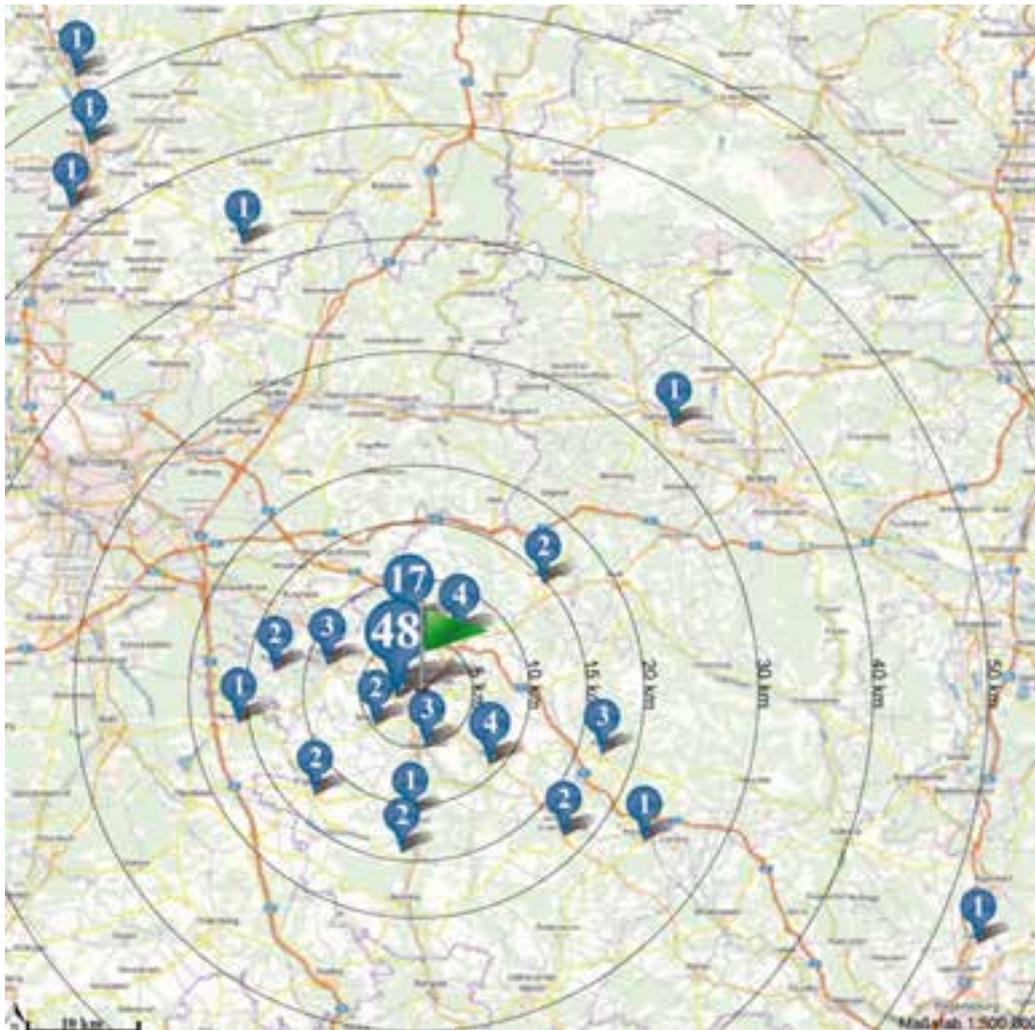
Da die Neumarkter Lammsbräu etliche Bereiche nicht direkt oder nur geringfügig beeinflussen kann – z. B. die Fuhrparkzusammensetzung und den Fahrstil in der

letzten Handelsstufe oder die Umlaufzahlen der Flaschen und Kästen – und in diesen Bereichen auch nur geschätzte Daten zur Verfügung stehen, betreffen ihre Minderungsziele nur die von ihr auch tatsächlich beeinflussbaren und zuverlässig kontinuierlich analysierbaren Bereiche: die Treibhausgasemissionen beim Anbau der Getränkerohstoffe, während der Produktionsprozesse im eigenen Betrieb und durch Fuhrparknutzung. Hier entstanden im Jahr 2012 von den genannten Gesamtemissionen (3.617 Tonnen) 2.207 Tonnen CO₂-e bzw. 16 Kilogramm pro Hektoliter Verkaufsgetränk (siehe Abb. 3.2.).

Das Reduktionsziel von 11.500 Tonnen CO₂-e bis 2025 soll ausschließlich in den seitens der Brauerei o.g. beeinflussbaren Bereichen erreicht werden: durch technische Optimierung von Produktionsabläufen, verbesserte Logistik und Umstellung auf regenerative Energieerzeugung, aber auch durch höhere Energieeffizienz, ein optimiertes Gebäudemanagement, die kontinuierliche Umstellung des eigenen Fuhrparks sowie eine noch stärkere regionale Rohstoffbeschaffung. Im Fuhrpark beispielsweise sind Elektro stapler, Eco-Reifen, und verbrauchsärmere Fahrzeuge vorgesehen. Unser Wärmebedarf soll in naher Zukunft mit nachwachsenden Rohstoffen gedeckt werden. Gleichzeitig sollen intelligente Steuerungssysteme den Stromverbrauch verringern (Stromlastmanagement).

Bei dem ermittelten Einsparziel handelt es sich um eine eher konservative Einschätzung, da nur diejenigen Maßnahmen berücksichtigt wurden, deren Reduktionspotenziale derzeit weitgehend quantifizierbar waren. Effizienzsteigerungen beispielweise im Bereich der Mälzerei, der Füllerei und des Pasteurs sind noch nicht berücksichtigt.

Wohnorte der Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu, Stand 2013



 Wohnort mit Anzahl der ansässigen Mitarbeiter

 Konzentrische Entfernungsangabe zur Neumarkter Lammsbräu (in km)

Quelle: Bayerische Vermessungsverwaltung: Mitarbeiterbefragung und Daten der Neumarkter Lammsbräu (2013), URL: <http://www.geodaten.bayern.de>.

Abb. 3.3.: Einzugsbereich und Pendlerverkehr der Belegschaft der Neumarkter Lammsbräu.

Die Universität Augsburg hat ein innovatives Berechnungstool entwickelt, mit dem es der Brauerei zukünftig möglich sein wird, die in Abb. 3.2. dargestellten Bereiche jährlich zu erfassen und so auch die höhere Regionalität ihrer Rohstofflieferanten detailliert zu messen. Die Treibhausgasemissionen der Jahre 2012 bis 2014 werden in Kapitel 4.1.2.5. dargestellt.

Den Pendelverkehr ihrer Belegschaft vom Wohnort zum Arbeitsplatz hat das Unternehmen beispielsweise im Rahmen einer Mitarbeiterbefragung ermittelt (Abb. 3.3.). Von 110 Mitarbeitern, die zum Zeitpunkt der Befragung beschäftigt waren, gaben 54 den Fragebogen ab. Auf der Grundlage dieser Daten wurde das Ergebnis auf alle Beschäftigten hochgerechnet: Mit dem eigenen Pkw wurden 2012 für Hin- und Rückfahrt rund 524.000 Kilometer zurückgelegt, was einer Klimalast von ca. 83 Tonnen CO₂-e entspricht. Das Motorrad war für weitere 718 Kilometer

verantwortlich, was lediglich 0,11 Tonnen CO₂-e verursachte. Die meisten Mitarbeiter, die in der Nähe der Brauerei wohnten, kamen zu Fuß oder mit dem Fahrrad in den Betrieb. Sie legten insgesamt 25.000 Kilometer zurück und verursachten keine Emissionen.

Hauptgründe für die Nutzung des eigenen Pkw waren die schlechte Anbindung an Busse und Bahn, daraus resultierend lange Fahrzeiten und nicht zuletzt aufgrund der Arbeitszeiten die Notwendigkeit, zeitlich flexibel zu sein. Der Neumarkter Lammsbräu ist bewusst, dass es relativ schwierig ist, ein sinnvolles Mitarbeitermobilitätskonzept zu entwickeln. Letztlich muss jeder Einzelne selbst darüber entscheiden, wie er zur Arbeit kommt. Betriebsintern wird das Unternehmen auch in Zukunft das Pendlerverhalten der Mitarbeiter thematisieren, sie für ihre Eigenverantwortung sensibilisieren und für die Bildung von Fahrgemeinschaften und den öffentlichen Verkehr werben.

Klimaschutzorientierte THG-Emissionsentwicklung Scope 1, 2 und 3 (Landwirtschaft: Braugetreide, Hopfen & AfG-Rohstoffe)

Unter Berücksichtigung ausgewählter Klimaschutzmaßnahmen inkl. regenerative Energieversorgung ab 2018.

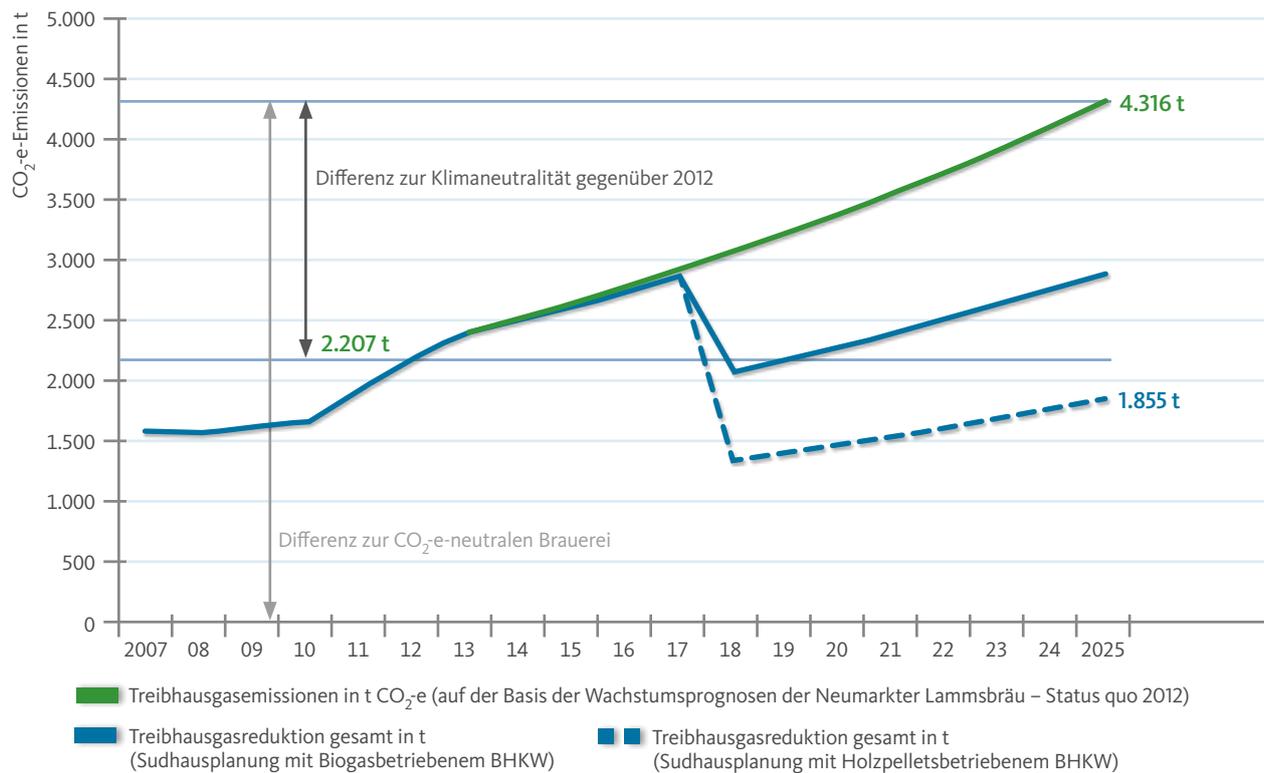


Abb. 3.4.: Treibhausgas-Reduktionspotenziale der Neumarkter Lammsbräu 2012 - 2025 bei Umsetzung der bilanzierten Maßnahmen, ausgehend vom Basisjahr 2012.

3.1.3. Langfristige Verantwortung: Treibhausgase soweit wie möglich verringern

Bei einem angenommenen Unternehmenswachstum von fünf Prozent pro Jahr würden die beeinflussbaren Treibhausgasemissionen der Neumarkter Lammsbräu von 2.207 Tonnen CO₂-e im Jahr 2012 auf 4.316 Tonnen CO₂-e im Jahr 2025 steigen, wenn das Unternehmen keine Klimaschutzmaßnahmen ergreifen würde. Auch deshalb haben wir in Zusammenarbeit mit der Universität Augsburg ein umfangreiches Maßnahmenpaket entwickelt: Durch die im vorherigen Kapitel beschriebenen Maßnahmen wollen wir unsere Emissionen im Vergleich zur Status quo-Prognose um 57 Prozent auf dann 1.855 Tonnen CO₂-e im Jahr 2025 senken (siehe Abb. 3.4., blaue Linien). Die Neumarkter Lammsbräu prüft in nächster Zeit neben den bereits einkalkulierten Maßnahmen noch weitere technische, organisatorische und betriebswirtschaftliche Möglichkeiten, um das CO₂-e-Einsparziel bis zum Jahr 2025 zu erreichen.

Um uns nach der Umstellung auf eine regenerative Energieversorgung und den darüber hinaus geplanten internen Klimaschutzmaßnahmen weiter in Richtung einer CO₂-e-neutralen Brauerei zu entwickeln, einer sogenannten „Zero-Emission-Brewery“, sind umfangreiche Kompensationsmaßnahmen erforderlich, die im Jahr 2015 erarbeitet werden.

3.2. Neue Mitstreiter für Bio-Mineralwasser

Bioland ist seit November 2014 Mitglied in der Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V., die von der Neumarkter Lammsbräu 2008 initiiert worden ist. Der bedeutendste ökologische Anbauverband in Deutschland unterstreicht damit seine umfassende Unterstützung für das Bio-Mineralwasser-Konzept. Bereits im August 2010 hatten die Öko-Anbauverbände Bioland, Naturland, Biokreis und der Herstellerverband AÖL in einer gemeinsamen Resolution den von der Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser definierten ganzheitlichen Qualitätsstandard für Bio-Mineralwasser begrüßt, der Konsumenten höchste Reinheit garantiert.

Wenige Monate zuvor hatte die Verbraucher Initiative auf ihrer Internetplattform label-online.de das Bio-Mineralwasser-Siegel als „besonders empfehlenswert“ hervorgehoben: „Es handelt sich um ein anspruchsvolles Label, das zu wesentlichen ökologischen Verbesserungen in der Gewinnung von Mineralwasser, Tafelwasser und aus diesen hergestellten Getränken führt“, heißt es in der Begründung.



Gleich drei weitere Unternehmen zeichneten im Jahr 2014 Produkte aus ihrem Sortiment mit dem Bio-Mineralwasser-Siegel aus: Die Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH aus Vaihingen / Enz, der Getränkehersteller Voelkel aus Hölbeck im Osten Niedersachsens und schließlich die Bielefelder Christinen Brunnen.

Gemeinsam mit der Neumarkter Lammsbräu engagieren sich diese Unternehmen für sauberes und möglichst schadstofffreies Trinkwasser als unserem wichtigsten Lebensmittel. Sie verpflichten sich zu konkreten Maßnahmen für den Wasserschutz durch ökologischen Landbau, zu schonender Gewinnung und einem umweltfreundlichen Vertrieb, zu Transparenz gegenüber den Verbrauchern und zur Einhaltung sozialer Standards. Gleichzeitig haben Voelkel und Neumarkter Lammsbräu als Marktführer im Bereich der Bio-Erfrischungsgetränke in einer gemeinsamen Erklärung alle Bio-Getränkehersteller dazu aufgerufen, ihrem Beispiel zu folgen.

3.3. Mehr Wachstum für den Biolandbau

In Deutschland ist der Umsatz mit Biolebensmitteln auf inzwischen 7,9 Milliarden Euro im Jahr¹⁾ gestiegen (2014) und hat sich in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdoppelt²⁾. Diesem Wachstum kommen die Landwirte hierzulande nicht hinterher: Der Anteil der Fläche, auf denen in Deutschland ökologisch produziert wird, ist im gleichen Zeitraum „nur“ um 42 Prozent^{3) 4)} gewachsen.

Um den Bio-Landbau zu stärken, hatte sich der Landkreis Neumarkt bereits 2013 um die Auszeichnung als „staatlich anerkannte Öko-Modellregion“ in Bayern beworben; Anfang 2014 ist er gemeinsam mit vier anderen als solche ausgezeichnet worden. Der Wettbewerb ist ein zentraler Bestandteil der Initiative „BioRegio 2020“ der Bayerischen Staatsregierung, mit der die Bio-Produktion in Bayern bis 2020 verdoppelt werden soll. In den Modellregionen soll die Produktion heimischer Bio-Lebensmittel und das Bewusstsein für regionale Identität verstärkt gefördert werden.

Die Voraussetzungen im Landkreis sind gut: Mit der Neumarkter Lammsbräu und der Abtei Plankstetten fördern zwei überregional anerkannte Bio-Unternehmen mit ihrer Strahlkraft dieses Ziel. Und auf 4.696 Hektar bewirtschaften bereits 137 Bio-Betriebe einen Anteil von 7,8 Prozent der landwirtschaftlichen Nutzfläche nach den Kriterien des Öko-Landbaus^{5) 6)}. Das ist deutlich mehr als der bundesdeutsche Durchschnitt von 6,4 Prozent, was auch der konsequenten Förderung des regionalen Biolandbaus durch die Neumarkter Lammsbräu zu verdanken ist.

Die Neumarkter Lammsbräu fördert diesen Wandel im Landkreis dadurch, dass sie durch ihr kontinuierliches Wachstum immer mehr Hopfen, Braugerste, Brauweizen sowie Rohstoffe zur Herstellung ihrer Bio-Erfrischungsgetränke benötigt und dabei das Ziel verfolgt, bis zum Jahr 2025 möglichst viele Bio-Rohstoffe von regionalen Erzeugern zu erhalten.

Deshalb fördert das Unternehmen Landwirte in der Region, auf Biolandbau umzustellen und sich der Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) anzuschließen. Gemeinsam mit der EZÖB unterstützt die Neumarkter Lammsbräu darüber hinaus die Züchtung von ökologischem Saatgut sowohl finanziell als auch ideell. Nicht zuletzt arbeitet sie im Arbeitskreis „Sonderkulturen“ der Ökomodellregion Landkreis Neumarkt federführend mit. Er verfolgt das Ziel, für einen Teil der now-Bio-Erfrischungsgetränke regionale Rohstoffe zu beschaffen.

Die Neumarkter Lammsbräu setzt damit Impulse, um immer mehr Landwirte zum Umdenken und Umstellen zu motivieren und in der „staatlich anerkannten Öko-Modellregion“ die Vision zu verwirklichen, den Anteil des Biolandbaus bis 2020 zu verdoppeln.



3.4. Gemeinwohloökonomie

Bereits 2010 hat Christian Felber sein Buch „Gemeinwohloökonomie. Das Wirtschaftsmodell mit Zukunft“ veröffentlicht. Es ist ein Appell an Unternehmer, Politiker und Privatpersonen, nicht mehr nach dem größtmöglichen Gewinn zu streben, sondern miteinander zu kooperieren, um einen größtmöglichen Nutzen für das Gemeinwohl zu erzielen: „Ziel des Engagements ist ein gutes Leben für alle Lebewesen und den Planeten, unterstützt durch ein Gemeinwohl-orientiertes Wirtschaftssystem. Menschenwürde, globale Fairness und Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und demokratische Mitbestimmung sind dabei wesentliche Elemente“, wie der von Felber initiierte Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie auf seiner Webseite schreibt. 1.765 Unternehmen, 62 Politiker /Innen, 6.041 Privatpersonen, 227 Vereine und 5 Gemeinden /Regionen haben sich dem Aufruf bisher angeschlossen.

Die Brauerei setzt sich seit 2013 mit dem Thema auseinander. Sie hat gezielt einzelne Kriterien herausgegriffen, auf das Unternehmen bezogen und betriebsintern in Form einer „Selbstbewertung“ überprüft. Nachdem es im letzten Bericht um das „ethische Beschaffungswesen“ ging, hat die Brauerei sich im Jahr 2014 das Thema „gesellschaftliches Umfeld“ vorgenommen und gemäß der fünf vorgegebenen Kriterien bewertet.

3.4.1. Gesellschaftliche Wirkung

Die gesellschaftliche Wirkung ihrer Produkte, Dienstleistungen und unternehmensinternen Prozesse überprüft die Neumarkter Lammsbräu regelmäßig: Die Mitarbeiterbefragung ist seit Jahren fester Bestandteil der Betriebskultur. Vertragslandwirte, die der Brauerei die notwendigen Rohstoffe liefern, geben während der jährlichen Mitgliederversammlung und ihm Rahmen regelmäßiger Vorstands- und Beiratstreffen Rückmeldung. Auch Kunden werden alle zwei Jahre befragt, um die Wirkung der Produkte und der Unternehmenswerte in der Öffentlichkeit beurteilen zu können. Mit jährlichen Lieferantenaudits wird darüber hinaus überprüft, welche Verbesserungen in den Bereichen Umwelt, Qualität und Soziales möglich sind.

Da sämtliche Produkte zu hundert Prozent „bio“ und weitgehend „regional“ sind, haben sie auch einen hohen gesellschaftlichen Nutzen. Gutes Trinkwasser als ein Grundbedürfnis aller Menschen wird durch die Unternehmenspolitik geschützt und sein Erhalt gefördert. Gleichzeitig positioniert sich die Brauerei zum Thema Genuss und gegen übermäßigen Alkoholkonsum. Durch die regelmäßige Bewertung sämtlicher Umweltaspekte und die EMAS-Validierung werden die Ziele des Unternehmens kontinuierlich überprüft und sämtliche Ergebnisse im jährlichen Nachhaltigkeitsbericht festgehalten.

Vergleichbares gilt für soziale Aspekte. Mit ihrer Initiative „Fair zum Bauern“ werden die Lieferanten der Neumarkter Lammsbräu, in allererster Linie kleine, familiengeführte Betriebe, gestärkt. Betriebsintern setzt sich das Unternehmen durch sein Gesundheitsmanagement für das Wohl der Mitarbeiter ein und fördert durch verschiedene Bildungsinitiativen vor allem Kinder in der Region.

Naturverträglichkeit genießt bei der Neumarkter Lammsbräu einen hohen Stellenwert. Mit ihrer Initiative Bio-Mineralwasser setzt sie bundesweit ein Signal und trägt zum Wasserschutz bei. Speziell in der Region fördert sie den ökologischen Landbau und durch verschiedene Aktivitäten den Erhalt der Artenvielfalt.

Damit kommt die Neumarkter Lammsbräu im Bereich „gesellschaftliche Wirkung“ dem Ziel der Gemeinwohloökonomie, sämtliche Mitglieder der Gesellschaft mit sinnvollen, sozial und ökologisch wertvollen Produkten und Dienstleistungen zu versorgen, in jeder Hinsicht nach – und dokumentiert dies ausführlich.

3.4.2. Beitrag zum Gemeinwesen

Auch ihren Beitrag zum Gemeinwesen kann die Brauerei voller Stolz offenlegen: Sie hat im Jahr 2014 für Spenden und Sponsoring 0,7 Prozent des Umsatzes aufgewendet. Mit ihren Kulturlandplänen erzielt sie eine langfristige und nachhaltige Wirkung für die Artenvielfalt. Mit ihrer Unterstützung der Brücke e.V. hilft sie psychisch Kranken und Behinderten sowie deren Angehörigen. Hinzu kommt die Zusammenarbeit mit dem Landschaftspflegeverband, der Unternehmerstammtisch Biodiversität und nicht



zuletzt das Sponsoring von Wasserpumpen in Kenia. Mit dem Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreis, der jährlich vergeben wird, unterstützt sie Initiativen und Persönlichkeiten in ganz Deutschland.

Die Neumarkter Lammsbräu ist schließlich seit 1993 Gründungsmitglied der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL) und dort im Vorstand aktiv. Das Unternehmen hat als Vorreiter sowohl ökologische Brau-richtlinien als auch Richtlinien für Bio-Mineralwasser entwickelt. Es ist aktiv im Herstellerbeirat Bioland, in der DAFA-Forschungsgruppe, im IHK-Gremium Neumarkt und war zuletzt maßgeblich an der Bewerbung des Landkreises Neumarkt zur „Staatlich anerkannte Öko-Modellregion“ beteiligt.

Damit nimmt die Neumarkter Lammsbräu ihre gesellschaftliche Verantwortung im Rahmen ihrer Möglichkeiten uneingeschränkt wahr.

3.4.3. Reduktion ökologischer Auswirkungen

Ökologische Auswirkungen zu verringern ist seit Jahren ein zentrales Unternehmensziel. Die Neumarkter Lammsbräu hat seit 1995 ein nach EMAS validiertes Umweltmanagement. Mit ihm werden Umweltaspekte und -auswirkungen festgestellt und bewertet sowie Ziele und Maßnahmen festgelegt. Der kontinuierliche Verbesserungsprozess wird dokumentiert und innerbetrieblich voran getrieben, in Form von Kennzahlen werden die Ergebnisse dann veröffentlicht. Durch die erarbeitete Klimastrategie hat sich die Brauerei das Ziel gesetzt, ihre Treibhausgasemissionen bis 2025 um 11.500 Tonnen CO₂e zu verringern und bis dahin – durch Kompensation der noch vorhandenen Emissionen – zu einem klimafreundlichen Unternehmen zu werden.

Die Neumarkter Lammsbräu schätzt sich im Bereich der biologischen Getränkeherstellung als Branchenführer ein. Eine Vielzahl von Auszeichnungen bestätigen die Brauerei in ihrer Selbsteinschätzung (z. B. EMAS Award oder Aufnahme in die Initiative „Klimaschutzunternehmen“ im Jahr 2012). Durch die Teilnahme am CSR-Preis der Bundesregierung ist ein weiterer Benchmark gesetzt.

Entsprechend dem Ziel gemeinwohl-orientierter Unternehmen, verringern wir unsere ökologischen Auswirkungen soweit wie möglich und liegen mit unseren Verbesserungsmaßnahmen weit über dem Branchendurchschnitt. Die Erhebung von Kennzahlen erfolgt entsprechend klarer, ambitionierter Strategien und Maßnahmen zu allen relevanten Aspekten.

3.4.4. Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe

Die Neumarkter Lammsbräu ist ein unabhängiges Familienunternehmen, das zu 100 Prozent inhabergeführt wird. Die Übergabe an die nächste Generation wird vorbereitet. Gewinnausschüttungen an Externe gibt es nicht. Gemäß der Gemeinwohlkriterien wird dies als sehr positiv bewertet.

3.4.5. Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung

Lieferanten werden im Rahmen der Mitgliederversammlung der Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) regelmäßig in die Planungen und Entscheidungen der Brauerei miteinbezogen. Jahresgespräche, Audits und vor allem der Nachhaltigkeitsbericht garantieren Transparenz. Seit 2014 veröffentlicht die Neumarkter Lammsbräu darüber hinaus auf „Utopia“, der führenden Internetplattform für nachhaltige Produkte, ihr Change-maker Manifest und berichtet auch hier über Fortschritte im Unternehmen.

Vergleichbares gilt für alle Kunden: Es gibt ein aktives Reklamationsmanagement und direkte Möglichkeiten zur Auseinandersetzung über Internet und Facebook.

Über das Erntedankfest, das als Tag der offenen Tür veranstaltet wird, regelmäßige Informationen, den Newsletter und eine aktive Öffentlichkeitsarbeit über Facebook und Internet sowie Pressemeldungen werden die Bürger von Neumarkt und letztlich alle Interessierten in die Entwicklung der Brauerei einbezogen. Mit ihren EZÖB-Lieferanten pflegt sie einen intensiven Kontakt durch Seminare, die Jahresversammlung und jährliche Begehungen der Felder. Mit diversen Hochschulen kooperiert die Brauerei und unterstützt dabei studentische Arbeiten.



„Für mich persönlich steht Neumarkter Lammsbräu für konsequente Nachhaltigkeit, da das Unternehmen vorbildlich und erfolgreich Ökologie und Ökonomie miteinander verbindet – und das „von der ersten Stunde an“. Alle „Öko-Biere“ schmecken dabei besonders lecker, gerade für Menschen mit Lebensmittelunverträglichkeiten ermöglicht beispielsweise das Glutenfreie einen hohen Genuss. Dass das Unternehmen einen jährlichen Nachhaltigkeitspreis verleiht, zeigt die besondere Verantwortung auch und gerade für eine unbeeirrte Bewusstbarmachung von Nachhaltigkeitsthemen in der Öffentlichkeit.“

Claudia Kemfert, Professorin für Energieökonomie und Leiterin der Abteilung Energie, Verkehr und Umwelt am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung e. V. (DIW Berlin)

Der Betriebsrat, die jährliche Betriebsversammlung und das interne Vorschlags- und Verbesserungswesen B.I.N.G.O. sorgen dafür, dass die Mitarbeiter informiert sind, aktiv eingebunden werden und hinter den Entwicklungen im Unternehmen stehen.

Die Strategie der Neumarkter Lammsbräu am einzigen Standort in Neumarkt wird im Wesentlichen von der Inhaberfamilie festgelegt. Es gibt jedoch eine gemeinsame Mengen- und Preisfestlegung mit den Landwirten der EZÖB, Aktionsplanungen mit Kunden und eine hohe Umsetzungsquote bei den Vorschlägen der Mitarbeiter (B.I.N.G.O.).

Somit informiert die Neumarkter Lammsbräu ihre Mitarbeiter und die Öffentlichkeit transparent über alle wesentlichen Aspekte ihres Wirtschaftens und sucht den Dialog zu verschiedenen Gruppen bei wichtigen Entscheidungen. Damit erfüllt die Brauerei auch in diesem Bereich die Anforderungen der Gemeinwohlökonomie.

- ¹⁾ Bund für ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW): Zahlen, Daten, Fakten – Die Biobranche 2015 (02/2015),
URL: http://www.boelw.de/fileadmin/Dokumentation/Rechtstexte/BOELW_ZDF_2015_web.pdf, Zugriff am 26.02.2015.
- ²⁾ Statistisches Bundesamt: Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2014 (in Milliarden Euro) (2015),
URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/4109/umfrage/bio-lebensmittel-umsatz-zeitreihe/>, Zugriff am 04.03.2015.
- ³⁾ Bund für ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW): Zahlen, Daten, Fakten – die Biobranche 2015 (2015),
URL: http://www.boelw.de/fileadmin/Dokumentation/Rechtstexte/BOELW_ZDF_2015_web.pdf, Zugriff am 04.03.2015.
- ⁴⁾ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Ökobetriebe in Deutschland (05.02.2015),
URL: http://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/_Texte/D-Betriebe.html, Zugriff am 04.03.2015.
- ⁵⁾ Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten: Bayerns erste Öko-Modellregionen ausgezeichnet (06.03.2014),
URL: <http://www.stmelf.bayern.de/landwirtschaft/oekolandbau/064203/index.php>, Zugriff am 10.03.2015.
- ⁶⁾ Gisela Sengl: Signalwirkung verstärken (15.06.2014),
URL: <http://www.gisela-sengl.de/signalwirkung-verstarken/>, Zugriff am 10.03.2015



„Bei unserem Engagement für Bio und Nachhaltigkeit haben wir immer beides im Blick: die regionale Verwurzelung unseres Unternehmens und das große Ganze. Denn nur wer systemisch denkt, sich lokal kümmert und gleichzeitig überregional für geeignete Rahmenbedingungen einsetzt, kann wirklich richtungsweisend sein.“

Susanne Horn, Generalbevollmächtigte der Neumarkter Lammsbräu

4. UNSER NACHHALTIGKEITS- CONTROLLING

Die Entwicklung der Neumarkter Lammsbräu spiegelt die der gesamten Bio-Branche in Deutschland wider. 2014 konnte die Brauerei ihren Ausstoß an Bio-Getränken am Standort auf über 163.000 Hektoliter steigern und mit knapp 19 Millionen Euro ein Umsatzplus von fast zwölf Prozent erzielen. Seit 2004 hat sich der Ausstoß damit verdoppelt. Das entspricht ungefähr der Marktentwicklung von Bio-Lebensmitteln hierzulande: Ihr Umsatz ist seit 2004 von 3,5 auf 7,9 Milliarden Euro im Jahr 2014 gestiegen.

Bei der Neumarkter Lammsbräu entwickelten sich dabei sämtliche Segmente sehr erfreulich: Der Bierausstoß legte insgesamt um 13 Prozent, die alkoholfreien Getränke insgesamt um 12 Prozent und das Bio-Mineralwasser anteilig sogar um 35 Prozent zu. Weil das Unternehmen kontinuierlich daran arbeitet, Umsatzsteigerung und Ressourcenverbrauch zu entkoppeln, sank der spezifische Materialverbrauch erneut: Im Durchschnitt wurden nur noch 0,53 Tonnen an Rohstoffen benötigt, um einen Hektoliter Verkaufsgetränk herzustellen – 30 Kilogramm weniger als noch im Vorjahr.

Der sparsame Umgang mit den begrenzten Ressourcen schlägt sich in mehrfacher Weise positiv in der Bilanz nieder: Trotz ihres zweistelligen Wachstums benötigte die Brauerei insgesamt nur ein Prozent mehr Strom und weniger als sechs Prozent mehr Wärme. Jede eingesparte Kilowattstunde trägt wiederum zum Klimaschutz bei. Weil die Brauerei ihren Fuhrpark auf effiziente und sparsame Fahrzeuge umrüstet, ihr Stromnetz optimiert, ihre Beleuchtung auf LED-Licht umstellt, Logistik und Abläufe verbessert und nicht zuletzt immer mehr Rohstoffe aus der Region bezieht, sind die Treibhausgasemissionen 2014 insgesamt nur um ein Prozent gestiegen. Mit Hilfe der gemeinsam mit der Universität Augsburg entwickelten ganzheitlichen Klimaschutzstrategie sollen sie in den kommenden Jahren sogar kontinuierlich sinken – trotz des moderaten Wachstums, das die Brauerei weiterhin anstrebt.

Und auch das soll nicht unerwähnt bleiben: Wie bereits im Vorjahr ist es auch 2014 gelungen, sämtliche Rohstoffe bis hin zum kleinsten Nebenprodukt zu 100 Prozent in Bio-Qualität zu erhalten.

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 Nebenprodukte, Abfall und Wertstoffe sowie verschiedene, gasförmige Emissionen an, die entweder einer Weiterverwendung zugeführt oder an die Umwelt in Form von Abwärme, Abgasen oder Gerüchen abgegeben werden.

Mengenmäßig am wichtigsten sind Wasser, Energie in Form von Wärme (erzeugt aus Erdgas, leichtem Heizöl und in der Mälzerei teilweise aus Sonnenenergie) und Strom aus Wasserkraft, Treibstoffe, die ökologischen Brau- und Limonadenrohstoffe sowie verschiedene Hilfs- und Betriebsstoffe wie bspw. Verpackungen und Labormaterialien.

Zu den umweltrelevanten Stoffen zählen die als Gefahrstoffe eingestuftes Reinigungs- und Desinfektionsmittel, die für die Anlagenreinigung und -instandhaltung benötigt werden, sowie Treibstoffe für den hauseigenen Pkw- und Lkw-Fuhrpark.

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

Wärme und Strom werden für den Betrieb der Anlagen und die Umwandlung der Rohstoffe in Getränkeprodukte benötigt. Die Braurohstoffe werden in der Mälzerei veredelt, im Sudhaus umgewandelt und im Gärkeller unter Zuhilfenahme von Hefe teilweise verstoffwechselt, hierbei entstehen vor allem Gerüche.

Organische und anorganische Kuppelprodukte, die im Herstellungsprozess entstehen, werden soweit wie möglich weiterverwendet. Verbrauchte Hilfs- und Betriebsstoffe werden einer geordneten Verwertung zugeführt bzw. entsorgt. Der Ablauf des Brauprozesses mit den Stoffströmen aus In- und Output stellt sich wie in Abbildung 4.1. vereinfacht 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 (2009 bis 2014) 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 herangezogen werden, kann es durchaus sein, dass trotz einer aktuellen Steigerung von beispielsweise 2013 nach 2014 der Trend neutral bleibt oder sogar abfällt.

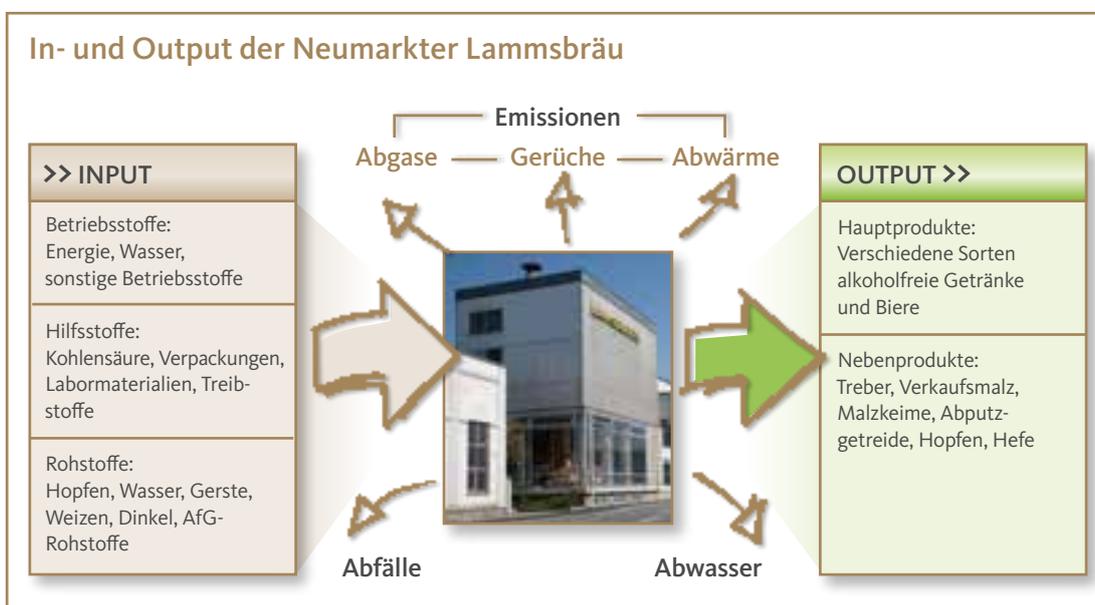


Abb. 4.1.: Betriebsbilanz In- und Output der Brauerei.

Quelle: verändert nach: Hopfenbeck, W., Jasch, C.: Neues Schlagwort Ökobilanzen, in: Öko-Controlling – Umdenken zahlt sich aus, Audits, Umweltberichte und Ökobilanzen als betriebliche Führungsinstrumente, AUFLAGE, Landsberg/Lech, Verlag moderne Industrie, 1993, S. 268.

INPUT		2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit	Trend
1.	Rohstoffe								
1.1.	Trinkwasser	20.633	21.041	22.525	24.301	25.076	27.539	m ³	↗
1.2.	Gerste	1.450,4	478,8	1.373,1	2.555,4	2.025,3	2.197,9	t	↑
1.3.	Weizen	184,1	0,00	333,2	466,2	503,8	274,0	t	↗
1.4.	Dinkel	1,9	26,0	30,4	0,0	39,9	123,9	t	↑
1.5.	Hopfen	14,1	14,1	13,6	16,2	26,5	31,9	t	↑
1.6.	AfG-Rohstoffe	227	218	311	390	454	454	t	↑
2.	Betriebsstoffe								
2.1.	Energie								
2.1.1.	Strom	1.511.447	1.491.215	1.590.275	1.744.841	1.807.320	1.826.844	kWh	↗
2.1.2.	Wärme	4.183.912	4.789.230	5.707.861	5.787.184	6.568.593	6.967.023	kWh	↗
2.2.	Brauchwasser	37.426	36.089	44.098	49.483	50.854	52.397	m ³	↗
2.3.	Regenwasser	723	668	710	522	664	243	m ³	↘
2.4.	Kühlmittel Glykol	0,66	3,96	8,01	0,0	0,4	0,9	t	↘
2.5.	Schmierstoffe	2,64	3,24	3,59	2,4	2,9	2,3	t	→
2.6.	Filterhilfsmittel	13	13	13	17,6	8,9	22,1	t	↗
2.7.	Reinigungs- und Desinfektionsmittel	67,5	109,8	109,3	136,6	121,9	143,0	t	↗
3.	Hilfsstoffe								
3.1.	Kohlensäure								
3.1.1.	Kohlensäure-Eigengewinnung	57,6	71,6	77,5	87,8	103,2	67,8	t	↗
3.1.2.	Kohlensäure-Einkauf	231,3	209,5	300,6	310,3	378,8	363,1	t	↗
3.2.	Verpackungen								
3.2.1.	Kronkorken	16.094.390	18.789.000	29.092.000	23.992.190	26.165.230	36.827.500	St	↑
3.2.2.	Schraubverschlüsse	2.930.200	1.320.500	2.066.870	2.278.700	3.108.730	3.148.240	St	↗
3.2.3.	Neuglas	991,6	1.110,9	1.843,6	1.521,8	1.979,6	1.781,6	t	↗
3.2.4.	Etikettenleim	4,0	5,0	11,0	6,8	8,6	9,2	t	↗
3.2.5.1.	Etikettengarnituren (Flaschen)	22.481	16.117	30.906	32.777	25.718	42.060	Tsd. St	↗
3.2.5.2.	Etikettengarnituren (Fässer und Umkartons)	70.000	0	71.000	102.000	73.500	84.200	St	↑
3.2.6.	Getränkekästen	190,6	125,8	220,6	245,8	117,2	224,0	t	→
3.2.7.	Fässer	0	0	300	6	500	200	St	↑
3.2.8.	Paletten	2.382	1.709	2.480	2.896	3.746	6.230	St	↑
3.2.9.	Verpackungsmaterial (Palettenbinder, Stretchfolie)	0,5	0,3	1,3	2,9	1,5	1,7	t	↑
3.3.	Labormaterialien								
3.3.1.	Analysematerialien	0,1	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	t	↗
3.4.	Treibstoffe								
3.4.1.	Pkw-/Lkw Treibstoffe	100,3	91,3	97,3	95,1	99,5	106,4	t	→
3.4.2.	Gabelstaplergas	0,6	0	0,8	0,7	0,8	0,6	t	↗

OUTPUT		2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit	Trend
1.	Hauptprodukte								
1.1.	Bio-Bier	55.068	58.709	62.908	67.630	69.098	76.660	hl	↗
1.2.	Alkoholfreie Getränke	44.396	43.526	55.035	67.720	78.246	86.352	hl	↑
2.	Nebenprodukte								
2.1.	Malz (Verkauf)	186	117	139	51,3	40,7	40,4	t	↘
2.2.	Hopfen (Verkauf)	320	320	120	247	181	320	kg	→
2.3.	Malzkeime	48	46	40	45,7	54,9	47,7	t	→
2.4.	Bio-Treber	1.591	1.947	1.970	2.081,8	2.296,2	2.650	t	↗
2.5.	Bio-Bokashi	156	25	0	0,0	0,0	0,0	t	↓
2.6.	Bio-Vorderwürze	4	0	0	0,2	0,0	0,0	t	↓
2.7.	Hefe (Verkauf)	2	32	1	8,4	0,9	1,2	t	↘
2.8.	Abputzgetreide	0	6	73	38,1	36,1	15,8	t	↑
3.	Abwasser	38.496	38.274	43.079	47.147	47.735	47.814	m ³	↗
4.	Emissionen (Betrieb + Fuhrpark)*								
4.1.	Wasserdampf	703,0	731,3	767,6	807,3	822,1	888,7	t	↗
4.2.	Staub/Ruß/Partikel	141	109	122	49	50	46	kg	↘
4.3.	CO	486	417	455	813	816	823	kg	→
4.4.	CO ₂ -e	1.724	1.610	1.214	1.358	1.349	1.420	t	→
4.5.	SO ₂	427	276	347	203	200	211	kg	→
4.6.	NO _x	2.052	1.735	1.901	1.977	1.988	2.016	kg	→
4.7.	NMVOC	203	173	198	141	141	129	kg	→
5.	Abfälle								
5.1.	Abfälle zur Verwertung	210,8	235,5	260,1	612,3** (282,3)	517,9	289,9	t	↗
5.2.	Abfälle zur Kompostierung (Kieselgur, Mälzereistaub)	69,6	83,1	82,7	82,7	65,1	77,7	t	→
5.3.	Hausmüllähnlicher Gewerbeabfall (Restmüll)	25,3	29,6	26,7	28,3	33,3	98,9	t	↑
5.4.	Gefährliche Abfälle (Altreifen)	37 St.	23 St.	4 St.	0,4 (10 St.)	1,6 (42 St.)	0,85 (20 St.)	t	→
5.5.	Gefährliche Abfälle (Spüllauge, Laborchemikalien, Altöl, Asphaltaufruch etc.)	6,3	48,8	6,4	8,6	2,8	5,5	t	↘

* Die Emissionswerte setzen sich zusammen aus den Emissionen der Feuerungsanlagen, 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. Schadensschöpfungsstufen von Heizöl und Diesel anfallen. Seit dem Jahr 2012 wird für 4.2. bis 4.7. mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der Datenbank GEMIS 4.81 (ProBas des Umweltbundesamtes 2010 – Gas-HW-klein-DE-2010) bilanziert (Trendberechnung für letzte 3 Jahre). Vergleiche mit den Vorjahren sind nur bedingt möglich. Seit 2012 Berechnung von CO₂-e, vorher CO₂.

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

Umweltbezogene Kernindikatoren im Überblick

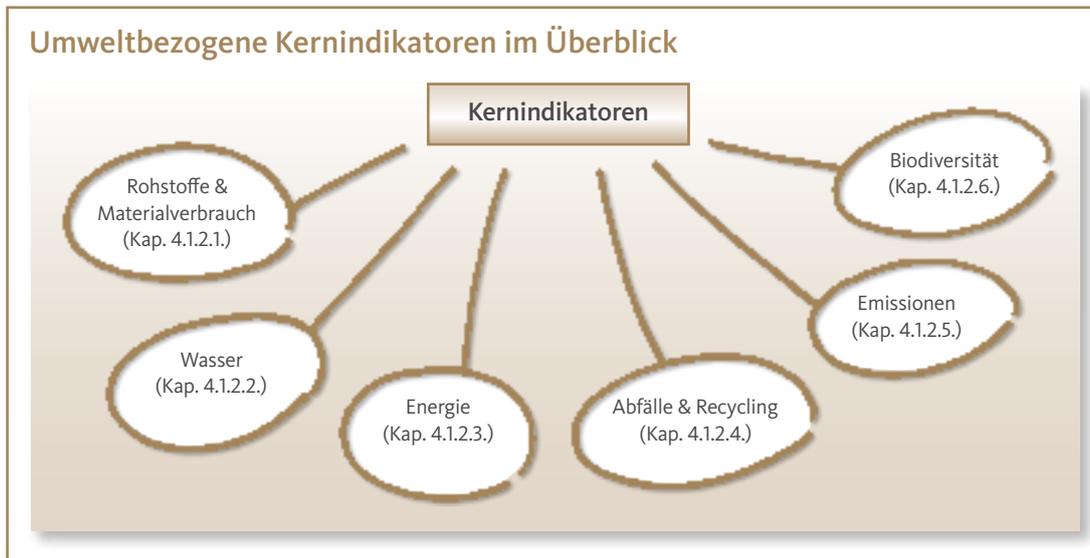


Abb. 4.2.: Kernindikatoren zur Messung direkter Umweltaspekte im Überblick.

2014 nahm der Gesamtausstoß in Hektolitern wieder deutlich zu, wie aus der Input-/Outputbilanz hervor geht. Dadurch musste die Brauerei auch bei den Braurohstoffen entsprechend größere Mengen an Getreide und Hopfen einkaufen, die Menge für alkoholfreie Getränke (Afg-Rohstoffe) ist gleich geblieben. Die Betriebsstoffe sowie Hilfsstoffe sind größtenteils angestiegen, ein minimaler Teil davon konnte aber auch verringert werden.

Gravierende mengenmäßige Veränderungen hatten folgende Ursachen: Die Menge bezogener Getränkekästen ist im Vergleich zum Vorjahr fast um das Doppelte angestiegen, die Menge bezogener Paletten um 67 %, weil große Bestände aufgrund optischer und qualitativer Beeinträchtigungen ausrangiert wurden. Das erhöht die Sicherheit beim Stapeln im Lager und wird dem Anspruch gerecht, unsere hochwertigen Produkte auch optisch ansprechend auszuliefern. Die Menge bezogenen Neuglases nahm um 10 % ab, was auf die Reduzierung der Neuglasanschaffung im Bereich des Bio-Mineralwassers zurückzuführen ist. Der Treibstoffverbrauch unseres Lkw-Fuhrparks ist im Vergleich zum Vorjahr um 6,1 % angestiegen, der unseres Pkw Fuhrparks um 11,7 %. Unsere Lkw-Flotte hat im Vergleich zum Vorjahr 5,7 % mehr Kilometer zurückgelegt, was auf die erhöhte Menge an ausgefahrenen Hektolitern zurückzuführen ist. Die Pkw-Flotte legte in 2014 im Vorjahresvergleich 3,6 % mehr Kilometer zurück (siehe Kap. 4.1.2.5.).

Auf der Output-Seite schlagen im Vergleich zum Vorjahr die gestiegenen Ausstoßmengen von über 163.000 hl zu Buche. Der Verkauf der Nebenprodukte unterliegt 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. Die Schadstoff- und Treibhausgasemissionen aus dem Kraftstoffverbrauch des Fuhrparks und der Wärmebereitstellung aus den Kesseln wurden ab 2012 mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der Datenbank GEMIS 4.81 (ProBas des Umweltbundesamtes 2010 – Gas-HW-klein-DE-2010) bilanziert, daher sind Vergleiche mit den Werten aus den Vorjahren nur bedingt möglich. Bei Betrachtung der letzten drei Jahre fällt eine gleichbleibende, eher stagnierende Entwicklung auf. Abgesehen von Staubemissionen, Partikeln sowie flüchtigen organischen Verbindungen, die durch die Neuanschaffung von EURO-5- und -6-Fahrzeugen sowie minimiertem dieselbezogenen Staplereinsatz verringert wurden, sind die Luftschadstoffe im Vorjahresvergleich leicht angestiegen.

Im Bereich der Abfälle gab es 2014 einige signifikante Veränderungen: Im Vorjahresvergleich fielen 42 % weniger verwertbare Abfälle an – insbesondere wegen der enormen Verringerung des Altglasabfalles sowie der veränderten Verwertung an Etikettenabfall, der nun dem Gewerbemüll zugeordnet ist (siehe auch Kap. 4.1.2.4.). Deswegen ist der Gewerbemüll um fast das Dreifache angestiegen. Weitere Trends und Veränderungen werden in den nachfolgenden Kapiteln diskutiert.

4.1.2. Umweltbezogene Kernindikatoren

In den nachfolgenden Kapiteln werden zunächst die Kernindikatoren der 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.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit
Spezifischer Materialverbrauch	0,62	0,58	0,61	0,59	0,56	0,53	t / hl VG*
Prozentualer Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate = (Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate / Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)	78,6	66,9	74,3	80,0	81,6	79,3	%
Prozentualer Anteil Bio-Rohstoffe = (Anteil Bio-Rohstoffe / Gesamtrohstoffverbrauch)	96,05	97,83	99,91	99,98	100	100	%
Prozentualer Anteil regionaler Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe = (Anteil regionaler Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe / Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)	28,2	19,6	35,6	27,2	18,4	37,1	%

Tab. 4.1.: Übersicht verschiedener Kennzahlen des Materialeinsatzes für den Zeitraum 2009-2014.
VG* = Verkaufsgetränk

4.1.2.1. Kernindikatoren Rohstoffe und Materialverbrauch

Alle Stoffe, die zur Herstellung, Verarbeitung oder Veredelung von Produkten notwendig sind, werden immer knapper und somit auch monetär immer wertvoller. Die Neumarkter Lammsbräu sieht es als essenzielle gesellschaftliche und vor allem unternehmerische Aufgabe, die endlichen Ressourcen des Planeten zu schonen, erneuerbare Ressourcen zu nutzen und nur solche Produktionsweisen einzusetzen, die dazu beitragen, dass die biologische Vielfalt erhalten bleibt bzw. wieder hergestellt wird.

Die Neumarkter Lammsbräu berechnet folgende Kernindikatoren nachhaltigen Wirtschaftens (siehe Tab. 4.1.):

- 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)
- 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. Seit 2014 werden zusätzlich die Braurohstoffe detailliert mit klassifizierten Transportdistanzen und Mengen dargestellt (siehe Tab. 4.2.). Für den verbesserten Regionalitätsfaktor spielen sie die Hauptrolle.

Der spezifische Materialverbrauch ist, wie Tabelle 4.1. und Abbildung 4.3. illustrieren, im Jahr 2014 mit 0,53 Tonnen pro Hektoliter Verkaufsgetränk auf den niedrigsten Wert der letzten sechs Jahre gesunken. Die gesamte benötigte Materialmenge hat 2014 im Vorjahresvergleich nur geringfügig zugenommen, was zu diesem sehr guten Ergebnis geführt hat.

Die seit 2011 existierenden Einkaufsrichtlinien und die Nachhaltigkeitsleitlinien zeigen das Interesse der Neumarkter Lammsbräu am Einsatz regenerativer, recycelter

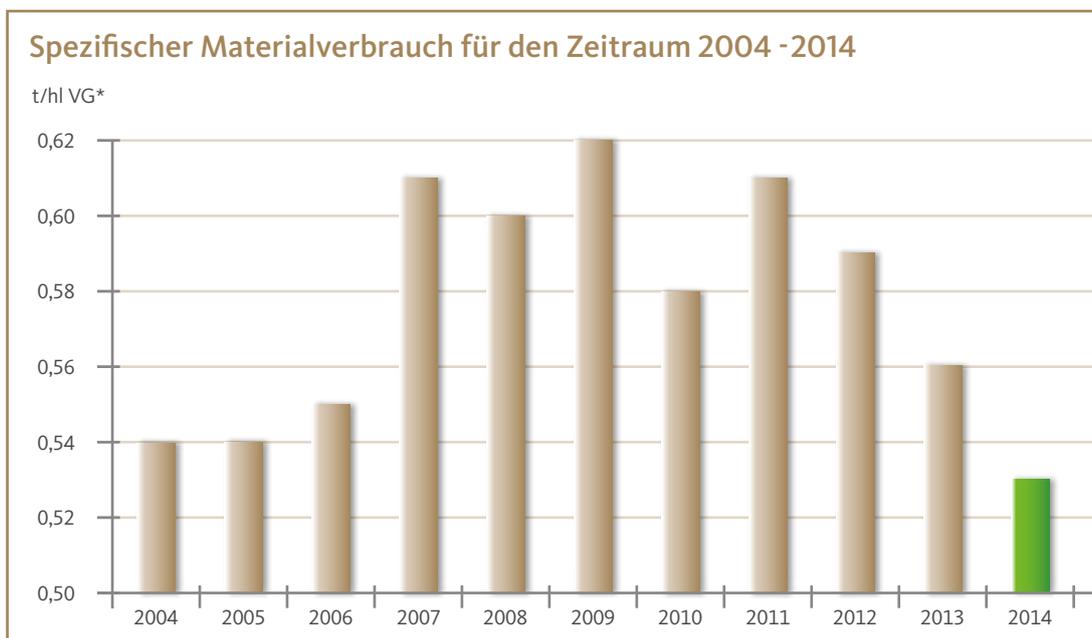


Abb. 4.3.: Entwicklung der Kennzahl „Spezifischer Materialverbrauch“ (t/hl VG*) bei Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2004-2014.
VG* = Verkaufsgetränk

Brau-Rohstoffe	Transportkilometer bis zur Neumarkter Lammsbräu				Einheit
	bis 100 km	100 - 200 km	200 - 400 km	ab 400 km	
Gerste	1.406,80	331,87	278,50	180,76	t
Weizen	273,95	0,00	0,00	0,00	t
Dinkel	123,90	0,00	0,00	0,00	t
Hopfen	31,85	0,00	0,00	0,00	t
Brau-Rohstoffe Gesamt	1.836,50	331,87	278,50	180,76	t

Tab. 4.2.: Braurohstoffe 2014 (Mengen und Transportkilometer).

Materialien. Der prozentuale Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sank 2014 minimal ab auf 79,3 %.

Der prozentuale Anteil von Bio-Zutaten lag 2014 zur Freude der Brauerei unverändert bei 100 %.

Der prozentuale Anteil der aus der Region eingekauften Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe ist erfreulicherweise im Vergleich zum Vorjahr von 18,4 % auf 37,1 % angestiegen – der Spitzenwert der letzten 6 Jahre. Hauptgrund ist die Erweiterung der regionalen Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB). Alleine dieser regionale Anteil hat sich im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt. Tabelle 4.2. hebt diesen Part genauer hervor und stellt die Verteilung in Form von Regionalitätsstufen dar. Wir arbeiten kontinuierlich daran, weitere regionale Biolandwirte für die Erzeugergemeinschaft zu gewinnen (siehe Kap. 6).

Bei den Limonadenrohstoffen sind der regionale Anbau sowie die Verarbeitung aufgrund struktureller Einschränkungen überwiegend nicht gegeben. Daher ist die Neumarkter Lammsbräu gezwungen, auf die gesamte Bundesrepublik, zum Teil auch auf EU- und Nicht-EU-Länder auszuweichen. Wir möchten aber auch die Rohstoffe für einzelne now-Bio-Erfrischungsgetränke zukünftig verstärkt aus der Region (Deutschland) beziehen und dies transparent darstellen.

Bei unseren Hilfs- und Betriebsstoffen ist es am schwierigsten, sie in einem Radius von 100 Kilometern um die Brauerei zu beschaffen. Wir sind Mitglied im Einkaufsverband der Freien Brauer und unterstützen empfohlene Lieferanten. Hier sind neben der Regionalität auch Qualität und Preis für die Zusammenarbeit entscheidend.

4.1.2.2. Kernindikator Wasser

Wasser ist für die Brauerei ein überaus wertvolles Gut, denn es ist die Basis für die Herstellung sämtlicher Getränke. Das Wasser aus der eigenen Quelle auf dem Betriebsgelände hat eine besonders hohe Qualität und Reinheit. Das private Bio-Mineralwasser-Siegel orientiert sich an dem in dieser Form deutschlandweit ersten Kriterienkatalog, den die Qualitätsgemeinschaft Bio-

mineralwasser e.V. erarbeitet hat, in dem seit 2014 auch Bioland als bedeutendster ökologischer Anbauverband Mitglied ist (siehe www.bio-mineralwasser.de). Die Einhaltung der Kriterien wird von der unabhängigen Bio-Kontrollstelle BCS überprüft.

Wassermanagement und Wasserschutz haben bei der Neumarkter Lammsbräu jedoch nicht erst seit der Umsetzung der Bio-Mineralwasserrichtlinien, sondern seit Jahrzehnten oberste Priorität. Dazu gehören:

1. Regenwasserversickerung und -gewinnung

Das Brauerei-Gelände mit seinen 1,9 ha Fläche war lange Jahre komplett versiegelt. Regenwasser wurde deshalb über die Kanalisation ins kommunale Abwassersystem eingeleitet. In den letzten Jahren wurden auf 4.520 m² gelöcherte Rigolen installiert, durch die das Regenwasser über Kies und Sand ins Erdreich versickern kann. Über mehrere Brauereidächer mit einer Fläche von 1.983 m² fangen wir das Regenwasser auf und verringern dadurch unseren Frischwasserverbrauch. Mit diesem Wasser speisen wir die Kühlkondensatoren in der Kälteanlage und die Verdunstungskondensatoren (aufgefangene Mengen im Jahresverlauf seit 2012 siehe Tab. 4.3.). Dadurch entfallen bspw. die Gebühren für Trinkwasser und die Ableitung von Niederschlagswasser. Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass das genutzte Regenwasser nicht enthärtet werden muss, wodurch weitere Betriebskosten eingespart werden. Die Regenwassersammelanlage ist mit ihren Wasserspeichern so aufgebaut, dass kein Pumpenstrom eingesetzt werden muss.

	2012	2013	2014	Einheit
Frischwasser	1.037	916	1.420	m ³
Regenwasser	522	664	243	m ³
Gesamt	1.559	1.580	1.663	m³
Frischwasser	66,52	57,97	85,39	%
Regenwasser	33,48	42,03	14,61	%

Tab. 4.3.: Regen- und Frischwasserverbrauch in der Kälteanlage 2012 - 2014.



Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 243 m³ Regen aufgefangen. Seit die Regenwassersammelanlage im Jahr 2003 installiert wurde, konnten eine Gesamtmenge von 6.931 m³ Frischwasser sowie erhebliche Mengen an Enthärtungssalz eingespart werden.

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

Wasserschutz setzen wir sowohl intern in der Belegschaft als auch in der Öffentlichkeit immer wieder auf die Tagesordnung, nicht zuletzt durch die strikten Bio-Mineralwasserrichtlinien (siehe auch: <http://www.bio-mineralwasser.de>). Sowohl während Kinderbrauereibesichtigungen, auf dem Auszubildendenwochenende oder aber in Schulen im Rahmen der wasser on.... s'cool tour wird das Thema Wasser als wertvolle Ressource in den Fokus gestellt. Die Aufklärung der Verbraucher wird zielgruppenorientiert vom Kind über die Jugendlichen bis hin zum erwachsenen Konsumenten betrieben mit dem Ziel eines tieferen Verständnisses und bewussteren, nachhaltigeren Verhaltens im Umgang mit der Ressource Wasser.

3. Wasserschutz durch Bio-Lebensmittelanbau und Förderung von Renaturierungsmaßnahmen

Alle Rohstoffe, die bei der Neumarkter Lammsbräu verarbeitet werden, stammen aus dem Öko-Landbau. 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 und -einsparung in verschiedenen Prozessen:

- **Abfüllung:** Das laugehaltige Reinigungswasser wird nach der Flaschenreinigung dazu verwendet, die Getränkekästen vorzureinigen, um dann nur noch einmal mit Frischwasser nachzuspülen. Dadurch wird der Frischwasserverbrauch kontinuierlich niedrig gehalten.
- **Gär- und Lagerkeller, Filtration:** die drei CIP-Anlagen (Cleaning In Place) sind so konzipiert, dass das verwendete Zwischenspülwasser nach der Hauptreinigung wieder zur nächsten Vorreinigung verwendet wird. Momentan wird an einer Optimierung dieser Stapelwassernutzung gearbeitet. Der letzte Spülgang erfolgt immer mit Frischwasser, welches danach in Tanks gelagert und bei der nächsten Reinigung wieder genutzt wird.
- In der Vergangenheit gab es in der Brauerei viele Wechsel der Tankbelegungen. Durch die neu installierten Drucktanks können wir seit ca. 2 Jahren den so genannten „Tanktourismus“ (Leerwerden der Lagertanks und dadurch Erhöhung der Lagerkellerkapazität) vermeiden und durch größere Chargen die Reinigungszyklen und damit den Wasserverbrauch verringern.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit
Gesamtbetrieb							
Spezifischer Wasserverbrauch	7,0	6,5	6,7	6,6	6,3	5,8	hl/hl VG*
Spezifische Abwassermenge	4,6	4,3	4,3	4,2	3,9	3,4	hl/hl VG*
Brauerei							
Spezifischer Wasserverbrauch	5,7	5,6	5,5	5,3	5,2	5,4	hl/hl VG*
Mälzerei							
Spezifischer Wasserverbrauch	3,5	3,2	2,9	2,5	2,9	2,6	hl/dt** Fertigmalz

Tab. 4.4.: Übersicht spezifischer Wasserverbrauchswerte für den Zeitraum 2009 - 2014.

VG* = Verkaufsgetränk

dt** = Dezionne (100 kg)

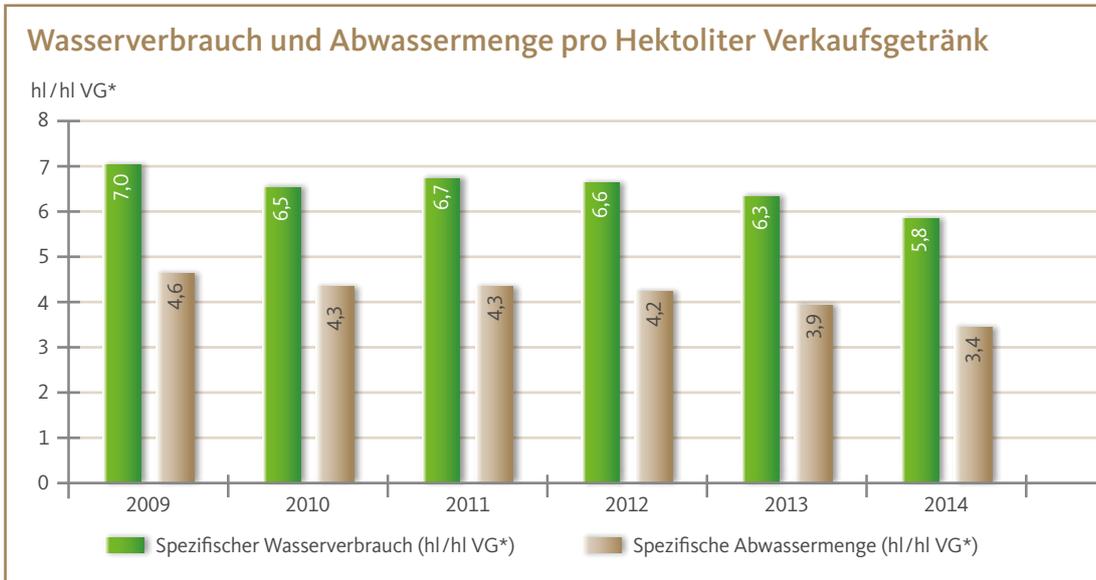


Abb. 4.4.:
Spezifischer Wasserverbrauch und Abwassermenge von 2009 - 2014.
VG* = Verkaufsgetränk

Ein Gradmesser für den sorgsamsten Umgang mit Wasser ist der spezifische Wasserverbrauch, der um 8 % auf 5,8 Hektoliter pro verkauftem Hektoliter Bio-Getränk und damit auf den niedrigsten Wert der vergangenen 6 Jahre gesunken ist (siehe Tab. 4.4. und Abb. 4.4.).

Im Jahr 2013 ermittelte ein externes Institut Einsparpotenziale beim Wasserverbrauch, von denen einige 2014 realisiert werden konnten: CIP-Zyklen konnten durch optimierte Chargengrößen reduziert werden, die Zuführung von Frischwasser im Flüssigkeitsabscheider der Vakuumpumpe wurde durch eine veränderte Einstellung optimiert und durch Überholung der Flaschenreinigungsanlage konnten Laugeverschleppungen minimiert sowie der Frischwasserbedarf optimiert werden. Darüber hinaus wurde die Sterilisationszeit des Kieselgurfilters von 60 auf 30 Min. reduziert und das CIP-Programm umgestellt, so dass die Spülschritte den Stapelwassermengen angepasst werden konnten, was zu weiteren Wassereinsparungen führte. Die weitere Auswertung des Wassersparkonzeptes ist in Arbeit (siehe auch Kap. 6.).

Eine noch größere Effizienz verhindern die baulichen Rahmenbedingungen: Seit Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt sich die Brauerei am heutigen Standort kontinuierlich weiter, die Anlagenauslegung ist somit historisch gewachsen. 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.

Die spezifische Abwassermenge sank 2014 um 14 % auf den neuen Rekordwert von 3,4 Hektoliter pro Hektoliter Verkaufsgetränk – eine weitere Spitzenleistung unserer Brauerei (siehe Tab. 4.4. und Abb. 4.4.).

In der Mälzerei sank der Wasserverbrauch von 2,9 wieder auf 2,6 Hektoliter pro Dezitonne Fertigmalz. Dies ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass die Gerste zur Keimung weniger Wasser gebraucht hat.

4.1.2.3. Kernindikator Energie

Der Energiebedarf in der Brauerei wird weitgehend durch die Energieträger Strom, Erdgas und Heizöl gedeckt. Einen geringen Anteil liefert die bereits 1978 installierte Solarthermie-Anlage auf dem Dach der Mälzerei.

Es gibt einige energieintensive Prozesse: In der Sudpfanne werden die wertvollen Inhaltsstoffe sowohl aus dem Bio-Malz als auch dem naturbelassenen, unverarbeiteten Bio-Naturdoldenhopfen unter Zugabe von Wärme in heißem bzw. kochendem Wasser gelöst. Zur Steuerung der Weiterverarbeitung des frischen Sudes im Gär- und Lagerkeller werden große Mengen an Kälteenergie benötigt, die die hauseigene Kälteanlage liefert.

Für den Reinigungsprozess der umweltfreundlichen Mehrwegflaschen sind vor ihrem Befüllen mit neuen Getränken ebenfalls erhebliche Mengen an Wärmeenergie nötig.

Die eingekaufte Energie wird dazu verwendet, Heißwasser, Eiswasser oder Heißluft zu erzeugen, die in den verschiedenen Produktionsschritten zum Einsatz kommen.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit
Stromverbrauch gesamt	1.511.447	1.491.215	1.590.275	1.744.841	1.807.320	1.826.844	kWh
Wärmeverbrauch gesamt	4.883.882	4.967.040	5.216.811	6.000.464	5.888.027	6.223.703	kWh
Gesamt-Energieverbrauch	6.395.239	6.458.255	6.807.086	7.745.305	7.695.347	8.050.547	kWh

Tab. 4.5.:
Übersicht absolute Energieverbrauchs-kennzahlen für den Zeitraum 2009 - 2014.



Wo es technisch möglich ist, versucht die Neumarkter Lammsbräu, Wärme oder Kälte über Wärmetauscherverfahren oder durch Kreislaufführung wiederzugewinnen und Energie einzusparen.

In den nächsten Jahren haben wir vor, ein Energiemanagementsystem aufzubauen, das sich an der ISO-Norm 50001 orientiert. Mit dem Beginn der Erarbeitung unseres Energiekonzeptes in Zusammenarbeit mit der Universität Kassel und der Firma Krones aus Neutraubling bei Regensburg sind wir diesem Ziel bereits ein Stück näher gekommen.

Insgesamt verbrauchte die Neumarkter Lammsbräu im Jahr 2014 6 % mehr Strom- und Wärmeenergie als im Vorjahr (siehe Tab. 4.5.). Die Wärmeenergie hat mit 77 % den größten Anteil am Energieverbrauch.

Der absolute Wärmeverbrauch des Unternehmens ist im Vorjahresvergleich um ca. 5,7 % angestiegen. Die Wärmeenergiebereitstellung durch den Energieträger Gas stieg dabei um 6 % auf 5.189.060 kWh, die durch den Energieträger leichtes Heizöl um 5 % auf 1.034.643 kWh an – zusammen verbrauchte die Brauerei 6.223.703 kWh Wärme. Weil sich der Absatz der alkoholfreien Getränke deutlich erhöhte, verlangte die Pasteurisation, mit der sie haltbar gemacht werden, mehr Gas. Von den o. g. 5.189.060 kWh entfielen 1.078.100 kWh auf den Pasteurisierungsprozess, was im Vorjahresvergleich eine Steigerung von 21 % aus-

macht. Der absolute Stromverbrauch ist hingegen nur geringfügig um 1 % von 1.807.320 auf 1.826.844 kWh angestiegen.

Der absolute Stromverbrauch in der Mälzerei stieg im Vergleich zum Vorjahr um 4 % auf 191.250 kWh. Dies vor allem deshalb, weil mehr Braurohstofflieferanten im Durchschnitt jeweils kleinere Chargen angeliefert haben. Für die Reinigung, Einlagerung und Transport jeder Charge Bio-Braugetreide werden strombetriebene Redler- und Elevatorenantriebe benötigt und der Handling-Aufwand ist größer.

Der absolute Wärmeverbrauch in der Mälzerei nahm ebenfalls zu um 4,2 % auf 1.376.707 kWh. Dies liegt zum einen an der erhöhten Produktion von Malz, die im Vergleich zum Vorjahr um 1,3 % zugelegt hat sowie an dem verstärkt gequollenen Getreide, wodurch ein erhöhter Wärmeeinsatz zur Trocknung im Darrprozess benötigt wurde.

Die spezifischen Energie-Kernindikatoren belegen, dass der Mehrausstoß von 2014 größtenteils mit einer effizienteren Energienutzung einherging (siehe Tab. 4.6. und Abb. 4.5.). Die spezifischen Verbrauchswerte von Strom und Wärme im gesamten Unternehmen (bezogen auf Hektoliter Verkaufsgetränke) sind seit 2009 auf Rekordwerte gesunken.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit
Spezifischer Energieverbrauch gesamt	76,6	73,1	68,7	69,3	63,6	58,8	kWh/hl VG*
Spezifischer Stromverbrauch gesamt	n. b.	16,9	16,1	15,6	14,9	13,2	kWh/hl VG*
Spezifischer Wärmeverbrauch gesamt	n. b.	56,2	52,7	53,7	48,7	46,2	kWh/hl VG*
Prozentualer Anteil regenerativer Energie = (Anteil regenerative Energie / Gesamtenergieverbrauch)	6,6	6,9	23,4	22,5	23,5	22,7	%
Brauerei							
Spezifischer Wärmeverbrauch	44,0	41,7	40,2	39,7	37,8	36,0	kWh / hl VG*
Spezifischer Stromverbrauch	16,2	15,1	14,4	13,8	13,4	11,8	kWh / hl VG*
Mälzerei							
Spezifischer Wärmeverbrauch	84,9	86,1	82,8	77,2	78,1	80,3	kWh / dt** Fertigmalz
Spezifischer Stromverbrauch	11,2	10,3	11,1	10,1	10,9	11,2	kWh / dt** Fertigmalz

Tab. 4.6.: Übersicht spezifischer Energieverbrauchswerte für den Zeitraum 2009 - 2014. Der prozentuale Anteil regenerativer Energie am Gesamtenergieverbrauch wird erst seit 2009 erhoben, der gesamte spezifische Wärme- und Stromverbrauch seit 2010.

VG* = Verkaufsgetränk
dt** = Dezitonne (100 kg)

n. b.: nicht berechnet



So sank der spezifische Gesamtenergieverbrauch im Vergleich zum Vorjahr um 7,5 % auf 58,8 kWh pro Hektoliter Verkaufsgetränk. Der Stromverbrauch sank sogar um 12 % von 14,9 kWh auf 13,2 kWh, was u. a. auf die Optimierung des Stromnetzes, technische Verbesserungen der Lüftungsanlage im Flaschenkeller sowie auf die Umstellung auf LED-Beleuchtung zurückzuführen ist. Der Wärmeverbrauch sank um 5,1 % von 48,7 kWh auf 46,2 kWh.

Der spezifische Wärmeverbrauch in der Brauerei (ohne Mälzerei) sank um 4,7 % auf 36,0 kWh pro Hektoliter Verkaufsgetränk, der spezifische Stromverbrauch in der Brauerei um 12,3 % auf 11,8 kWh pro Hektoliter Verkaufsgetränk. Die Brauerei konnte somit auch hier ihr Ziel erreichen (siehe Kap. 6.).

In der Mälzerei waren die Werte nicht ganz so erfreulich: Dort ist der spezifische Wärmeverbrauch leicht um 2,8 % auf 80,3 kWh pro Dezitonne Fertigmalz und der spezifische Stromverbrauch um 2,6 % auf 11,2 kWh pro Dezitonne Fertigmalz angestiegen, weil durch den höheren Feuchtegehalt der Ernte 2014 das angelieferte Getreide verstärkt getrocknet werden musste.

Seit 2011 bezieht die Brauerei zu 100 % Ökostrom von der Natur Energie AG, die durch das Grüne Strom Label zertifiziert ist und sich damit verpflichtet, die Energie zu 100 % aus erneuerbaren Energiequellen zu liefern und darüber hinaus garantiert in neue Anlagen und innovative Energieprojekte zu investieren. Es ist das älteste Stromlabel und wird von führenden Umweltverbänden (NABU, DNR, BUND, EUROSOLAR etc.) empfohlen und getragen.

Der prozentuale Anteil regenerativer Energie ist im Vergleich zum Vorjahr allerdings leicht zurückgegangen, weil der gesamte Wärmeverbrauch in 2014 um 5,7 %, der gesamte Stromverbrauch jedoch nur um 4 % angestiegen ist.

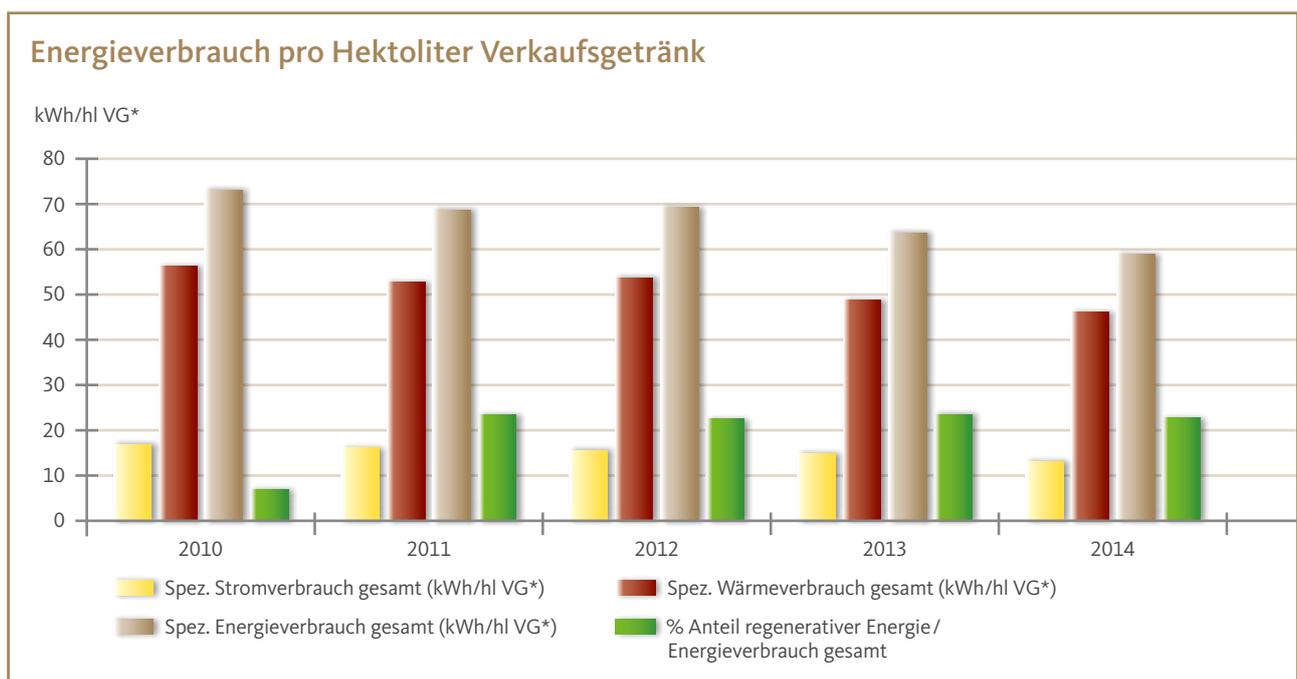


Abb. 4.5.: Spezifische Energieverbrauchswerte.
VG* = Verkaufsgetränk

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit	Entsorgungsart
Verwertbare Abfälle									
Altetiketten	200101	27,9	23,1	28,4	66,0	21,1***		t	Verwertung
Altglas	150107	100,2	77,5	93,7	121,5	364,2	117,0	t	Verwertung
Altkästen	150102	18,6	43,2	12,9	11,7	11,0	50,5	t	Verwertung
Altmetall	170407	1,0	22,3	17,8	5,1	3,9	14,0	t	Verwertung
Altpaletten und Altholz	150103 200138	24,2	20,7	19,7	22,6	32,3	47,5	t	Verwertung
Altpapier und Aktenvernichtung	200101	27,3	33,5	23,6	27,2	28,6	20,4	t	Verwertung
Aluminium (Schraubverschlüsse)	150104	3,2	1,7	2,1	1,2	1,9	4,2	t	Verwertung
Bauschutt	170103	4,9	9,8	57,1	15,1	24,5	28,0	t	Verwertung
Bodenaushubmaterial*	170504	0,0	0,0	0,0	330,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Elektro(nik)-Altgeräte/ Elektroschrott	200136 160209 160213	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,1	t	Verwertung
Kohlenteerhaltige Bitumengemische	170302	0,0	0,0	0,0	7,0	3,0	0,0	t	Verwertung
Brunnenkies	010408	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	0,7	t	Verwertung
Kühlschränke/Getränkeautomaten	200136	0 St.	10 St.	16 St.	38 St.	21 St.	1,1	t	Verwertung
Kunststofffolien	150102	3,7	3,8	4,8	4,6	5,3	6,3	t	Verwertung
Straßenkehrriech	200303	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	3,5	0,0	t	Verwertung
Styropor	150102	2,5	22,5	5,0	22,5	15,0	10,0	m ³	Verwertung
Gesamt		210,8	235,5	260,1	612,3*	499,6	289,9	t	
Kompostierbare Abfälle									
Kieselgur /Filterhilfsmittel	020203	69,6	83,1	82,7	82,7	65,1***	77,7	t	Kompostierung
davon Mälzereistaub (Entsorgung mit Kieselgur)	020203	3,6	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	t	Kompostierung
Gesamt		69,6	83,1	82,7	82,7	65,1	77,7	t	
Gefährliche Abfälle									
Altlauge (Spüllauge)	110107	3,6	0,0	3,0	4,5	2,0	4,0	t	Verwertung
Altöl	130205	1,1	0,6	0,5	0,4	0,3	0,4	t	Verwertung
Ammoniak flüssig **	160504	0,0	0,0	2,3	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Aufsaug- und Filtermaterialien/ Schmierstoffe/Frostschutzmittel	150202	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,3	t	Verwertung
Kältemaschinenöl	130204	k. A.	k. A.	k. A.	4,5	1,5	1,0	kg	Verwertung
Kältemittel	140601	k. A.	k. A.	k. A.	33,0	8,0	8,9	kg	Verwertung
Kohlenteerhaltige Bitumengemische	170301	0,0	47,4	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Behandlung
Kühlaggregate	160211	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	0,02	0,1	t	Verwertung
Labor- und Altchemikalien	070704	75,0	0,0	0,0	16,0	18,0	0,0	kg	Verwertung
Leuchtstoffröhren	200121	0,0	0,0	0,0	0,02	0,02	0,02	t	Verwertung
Ölfilter /Pflanzenöl	160107 150110	1,5	0,5	0,0	3,1	0,0	0,1	t	Verwertung
Reinigungsemulsionen	130802	0,0	0,4	0,6	0,3	0,2	0,6	t	Verwertung
Gesamt		6,3	48,8	6,4	8,6	2,8	5,5	t	
Hausmüllähnlicher Gewerbeabfall									
Altetiketten	200301					18,3***	44,0	t	Thermische Verwertung
Restmüll	200301	25,3	29,6	26,7	28,3	33,3***	54,9	t	Thermische Verwertung
Gesamt		25,3	29,6	26,7	28,3	51,6***	98,9	t	
Altreifen gesamt	160103	37 St.	23 St.	4 St.	0,4	1,60	0,85	t	Verwertung
Abfallgesamtmenge		312,0	397,1	375,9	731,9*/ 401,9	620,6	472,9	t	

Tab. 4.7.: Abfallbilanz von Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2009-2014.

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

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

*** durch die Umstellung unserer Abfallentsorgung der regelmäßig anfallenden Abfälle in die Hände des regionalen Unternehmens Fa. Edenharder, werden diese Abfallfraktionen seit 2013 neu berechnet. Zu Etiketten/Gewerbeabfall (Restmüll): Hochrechnung der Menge an Etiketten anhand der abgefüllten Flaschen statt genaue Mengenerfassung (vorher), da seit Mitte 2013 die Etiketten gemeinsam mit Restmüll gesammelt und thermisch verwertet werden. Zu Kieselgur: genaue Tonnagenangaben durch Abwiegen, statt reiner Kalkulation (vorher). Eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren (2009-2012) ist dadurch nicht möglich.

k. A. keine Angabe

4.1.2.4. Kernindikatoren Abfälle und Recycling

4.1.2.4.1. Abfallbilanz 2009 - 2014

Die gesamte Abfallmenge sank im Jahr 2014 im Vergleich zum Vorjahr um 23,8 %, was einer Differenz von 147,74 Tonnen entspricht. Die genauen Abfallfraktionen sind der Abfallbilanz in Tabelle 4.7. zu entnehmen. Besonders auffällige Veränderungen sollen an dieser Stelle näher erläutert werden:

Bei den verwertbaren Abfällen sticht die Verringerung auf fast 1/3 beim Altglasabfall ins Auge. Dies rührt daher, dass 2013 bei der Umstellung der 0,75 Liter-Bio-Mineralwasser-Flaschen etliche gelagerte Flaschen im Glasmüll landeten. 2014 fiel lediglich die „reguläre“ Menge Altglas an. Die Menge an Altkästen stieg im Vorjahresvergleich fast um das Fünffache an, die Anzahl der Altpaletten um das 1,5-fache. Durch Qualitätsmaßnahmen wurden etliche 10er und 20er Kästen gegen neuwertige Kästen ausgetauscht, um zum einen das Handling durch weniger Bruch der Kästen (Verstärkung des Tragegriffes) und zum anderen die Palettenstapelfähigkeit durch stabilere Kästen zu verbessern und dadurch den Lagerraum besser ausnutzen zu können. Gleichzeitig wurden viele Paletten ausgetauscht. Neben einer erhöhten Qualität gewährleisteten neuwertige Paletten eine bessere Hygiene und beugen der Schimmelbildung vor. Darüber hinaus lassen sie sich wesentlich besser stapeln, so dass sie weniger Lager- und Transportraum benötigen.

Die Menge an gefährlichem Abfall hat sich 2014 im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt. Dies ist im Wesentlichen

Abfallmenge 2014 anteilig

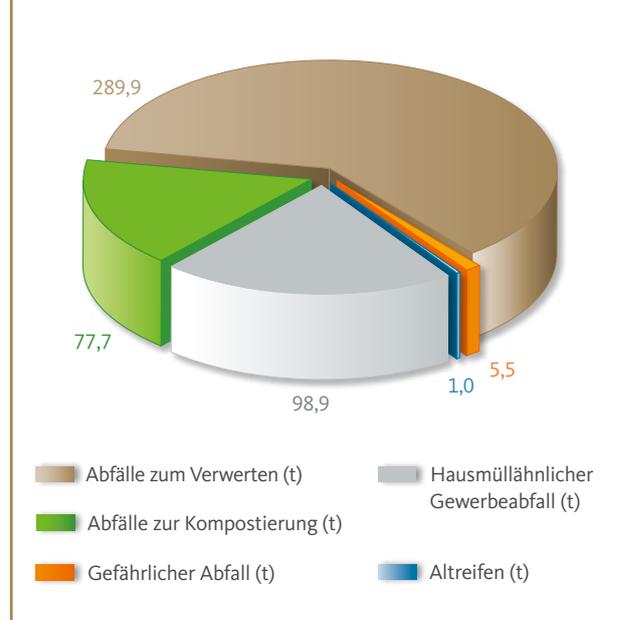


Abb. 4.6.: Mengenmäßige Verteilung aller angefallenen Abfälle 2014.

auf eine Verdopplung der Menge an Altlauge von 2 auf 4 Tonnen zurückzuführen, die im Jahr 2014 entsorgt wurde.

Erfreulicherweise konnte auch 2014 bei der Neuglaslieferung eine Optimierung für recycelbare Verpackungen erzielt werden, indem auf Pappe als Zwischenmaterial verzichtet und mit einem Anteil von 90 % bereits auf Pfand-Plastikeinlagen umgerüstet wurde. Die Einlagen müssen somit nicht nach einmaliger Anwendung entsorgt werden, sondern lassen sich mehrfach wiederverwenden.

Angefallene Abfallarten 2009 - 2014

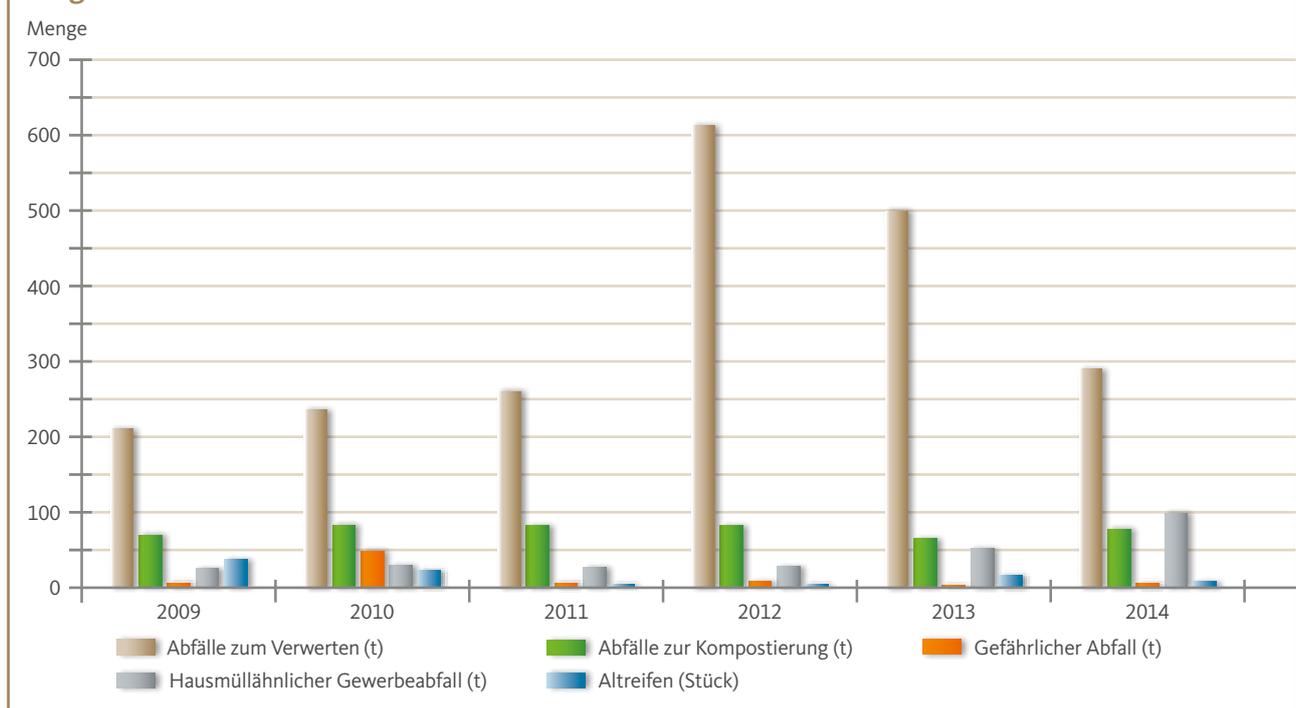


Abb. 4.7.: Mengenmäßige Verteilung angefallener Abfälle von 2009 - 2014.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit
Spezifische Abfallmenge Abfallgesamtmenge / Menge Verkaufsgetränke	3,8	4,6	3,7	6,4**/ 3,5	5,1	3,5	kg /hl VG*
Verwertungsquote ¹⁾ Abfälle zur Verwertung / Abfallgesamtmenge	66,8	59,0	66,0	82,2**/ 66,9	80,5	61,3	%
Brauereispezifische Abfälle ²⁾ diverse Abfallfraktionen / Menge Verkaufsgetränke	2,9	2,9	2,3	2,6	4,1	2,6	kg /hl VG*
Spezifische Menge gefährlicher Abfälle Menge gefährlicher Abfälle / Menge Verkaufsgetränke	0,08	0,55	0,06	0,08	0,02	0,05	kg /hl VG*

Tab. 4.8.: Spezifische Abfallindikatoren der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2009-2014.

VG* = Verkaufsgetränk

¹⁾ Zu den Abfällen zur Verwertung zählen alle als „Verwertbare Abfälle“ gemäß Tabelle 4.7. klassifizierte Abfallfraktionen. Abfälle, die einer thermischen Verwertung zugeführt werden oder als Füllmaterial in Bergwerken dienen werden hier nicht einkalkuliert.

²⁾ Brauereispezifische Abfälle beinhalten folgende Abfallfraktionen: Altetiketten, Altglas, Altkästen, Altpaletten und Altholz, Kieselgur, Mälzereistaub, Altlauge, Labor- und Altchemikalien sowie Reinigungsemulsionen.

** Berechnung jeweils mit Bodenaushub.

Die beschriebenen Entwicklungen begründen die in Tabelle 4.8. dargestellten Kennzahlen:

Die spezifische Abfallmenge sank nach dem Anstieg in 2013 auf 5,1 kg pro Hektoliter Verkaufsgetränk erfreulicherweise wieder um 32 % auf den Wert 3,5 kg pro Hektoliter Verkaufsgetränk. Dies ist der enormen Reduktion der Gesamtabfallmenge bei gleichzeitigem Anstieg des Hektoliterausstoßes geschuldet.

Die Verwertungsquote ist auf den geringsten Wert seit Erhebungsjahr 2009 abgefallen: 61,3 %. Dies ist auf die deutlich verringerte Menge an verwertbaren Abfällen in Relation zur Abfallgesamtmenge zurückzuführen. Da die Altetiketten seit 2013 durch unseren neuen regionalen Entsorgungsfachbetrieb, die Firma Edenharder, thermisch und nicht mehr stofflich verwertet werden, ist diese Abfallfraktion nicht mehr in den Abfällen zur Verwertung enthalten. Dies trägt in 2014 erheblich zu der beachtlichen Verschlechterung der Quote bei, die mit den Vorjahren dadurch nicht mehr verglichen werden kann.

Die brauereispezifischen Abfälle sind auf 2,6 kg pro Hektoliter Verkaufsgetränk gesunken, den zweitbesten Wert seit 2009.

Die spezifische Menge gefährlicher Abfälle ist leicht angestiegen auf 0,05 kg pro Hektoliter Verkaufsgetränk.

4.1.2.4.2. Umgang mit Gefahrstoffen

Viele Reinigungs- und Desinfektionsmittel werden aufgrund ihrer gesundheits- und umweltgefährdenden Eigenschaften als Gefahrstoffe eingestuft. Wir gehen mit Gefahrstoffen sorgsam um. Durch eine kontinuierliche Substitutionsprüfung suchen wir nach Alternativen zu den einzelnen Chemikalien. Reinigungslaugen werden „nachgeschärft“ und so oft wie möglich im Kreislauf geführt. Alle Gefahrstoffe lagern 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

Durch die im Produktionsprozess anfallenden Kuppelprodukte und Wertstoffe, wie z. B. Öko-Treber, Öko-Malzkeime, aber auch Altglas, alte Aluminiumschraubverschlüsse, Altpapier, Altmetall, alte Getränkekästen oder gesammelte Plastikfolien erzielt die Brauerei Erlöse.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Einheit
Entsorgungskosten	12.363,90	14.505,52	28.085,19	50.654,19* /21.327,94	25.460,68	29.028,62	EUR
Wertstoff Erlöse aus Kuppelprodukten und verkäuflichen Abfällen	83.299,64	103.282,53	105.905,26	122.207,58	141.882,96	183.158,12	EUR
Gewinn	+70.935,74	+88.777,02	+77.820,07	+71.553,39* +100.879,64	+116.422,29	+154.129,50	EUR

* Berechnung jeweils mit Kosten für Bodenaushub

Tab. 4.9.: Gegenüberstellung der Entsorgungskosten und Wertstoff Erlöse aus verwertbaren Abfällen (Altglas, Altpapier, Altfolien, Schraubverschlüsse, Getränkeboxen und Altmetall) und Kuppelprodukten (Hefe, Treber, Malzkeime).

Bei der Betrachtung der Einnahmen-Ausgaben-Bilanz in Tabelle 4.9. fällt auf, dass die Entsorgungskosten in 2014 um ca. 3.500 € im Vergleich zum Vorjahr leicht angestiegen sind.

Die Wertstofflöse, die sich aus den verkauften Nebenprodukten ergeben (siehe Input- und Outputbilanz in Kap. 4.1.1.) sind im Vergleich zum Vorjahr deutlich angestiegen und auf eine fünffach größere Altkästenentsorgung sowie eine höhere verkaufte Menge des Nebenproduktes „Bio-Treber“ zurückzuführen. Daraus ergibt sich insgesamt ein deutlich höherer Gewinn im Vergleich zum Vorjahr.

4.1.2.5. Kernindikator Emissionen

Der unternehmerische „CO₂-Fußabdruck“ (CCF = Corporate Carbon Footprint) ist eine rechnerische Bilanzierung der klimarelevanten Emissionen aus dem Produktionsbetrieb der Neumarkter Lammsbräu sowie aus vor- und nachgelagerten Unternehmensaktivitäten. Die dafür zu erfassenden Treibhausgasemissionen (THG) werden nach derzeitigem Standard (Greenhouse Gas Protocol-Standard und den ISO Normen 14064 und 14067) in CO₂-e (CO₂-Äquivalenten) kalkuliert und können je nach Aktivität und Ort ihrer Entstehung drei unterschiedlichen Emissionsbereichen zugewiesen werden (siehe Abb. 4.8.).

In Scope 1 werden die produktionsbezogenen THG-Emissionen erfasst, die direkt im Unternehmen anfallen. In Scope 2 werden alle indirekten THG-Emissionen, die für die Energiebereitstellung anfallen, erfasst. Scope 3 beinhaltet alle übrigen THG-Emissionen, die mit der Unternehmenstätigkeit in Zusammenhang stehen (siehe Kap. 3.1.) und sowohl vor- als auch nachgelagerte Bereiche des Unternehmens betreffen, wie z. B. Transportemissionen im Zuge der Anlieferung von benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen.

Die nachfolgende Tabelle 4.10. sowie die Abbildung 4.9. geben Auskunft über die Entwicklung der Treibhausgasemissionen der Neumarkter Lammsbräu von 2012 bis 2014 in Form von „CO₂-Äquivalenten“ (CO₂-e). Abbildung 4.10. zeigt zudem die Aufteilung der Treibhausgasemissionen für das Jahr 2014 aus den Treibhausgasbereichen Scope 1, 2 und teilweise 3. Die Emissionen entstehen bei der landwirtschaftlichen Erzeugung der Braurohstoffe (berechnet auf Basis der für die verarbeiteten Braurohstoffe benötigten Anbaufläche und des damit verbundenen Transportes) und Limonadenrohstoffe (berechnet auf Basis der verarbeiteten Mengen an Rohstoffen und deren Transport), bei der Erzeugung des in der Brauerei verbrauchten Stroms, durch die betrieblichen Feuerungs-

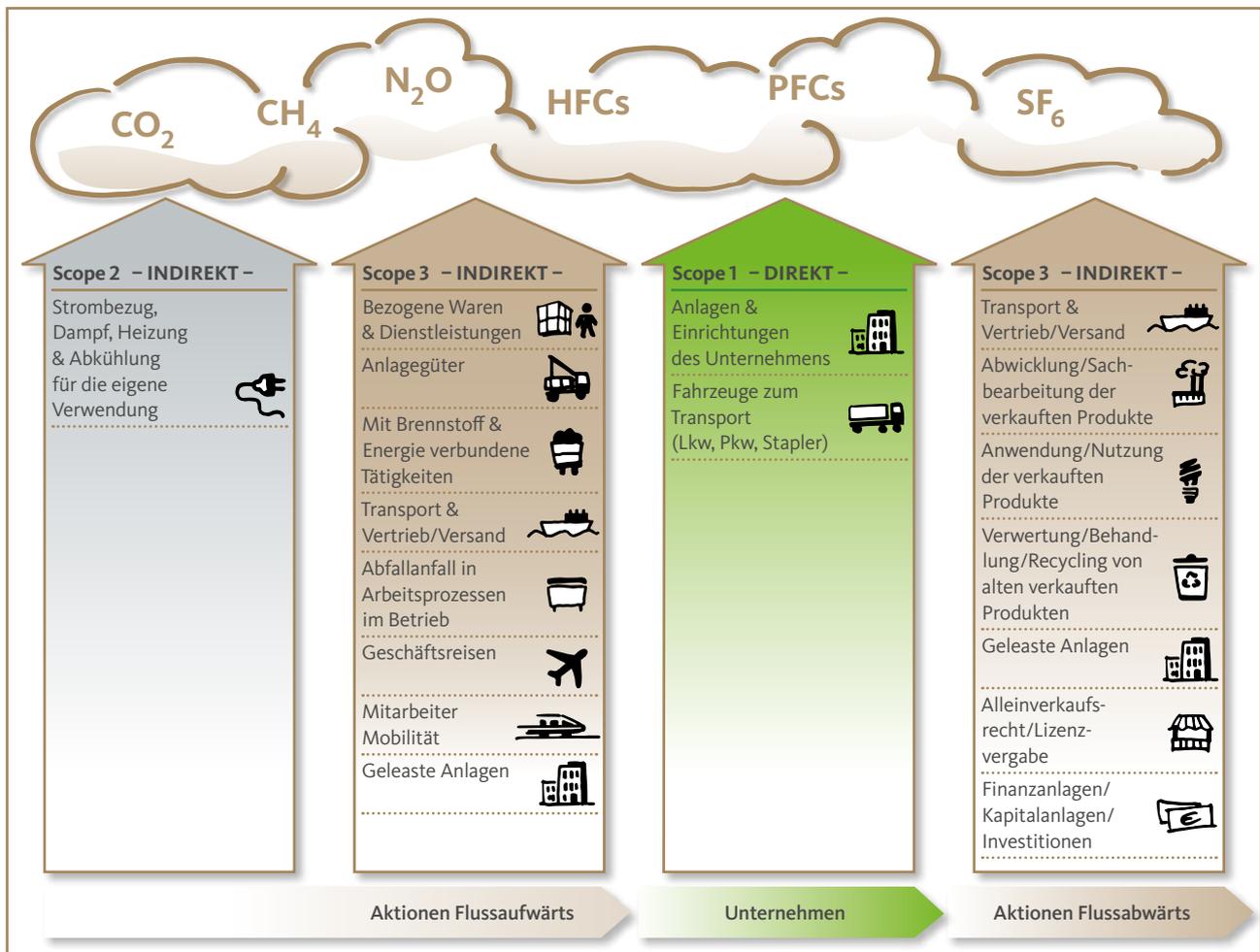


Abb. 4.8.: Scope 1 bis 3 zur Erfassung der Treibhausgasemissionen in der Neumarkter Lammsbräu.

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

	2012	2013	2014	Einheit
Scope 1				
CO ₂ -e betriebliche Feuerungsanlagen	1.110,20	1.091,00	1.148,06	t
CO ₂ -e Fuhrpark Lkw	111,17	114,23	122,35	t
CO ₂ -e Fuhrpark Pkw	84,39	91,56	99,79	t
CO ₂ -e Fuhrpark Sonstige*	3,31	3,52	4,66	t
CO ₂ -e Fuhrpark Gabelstapler	23,79	23,58	20,20	t
CO ₂ -e Kältemittelleckagen	0	0	0,01	t
Gesamt CO₂-e Scope 1	1.332,87	1.323,72	1.395,07	t
Scope 2				
CO ₂ -e aus Strombezug	28	29	29	
Gesamt CO₂-e Scope 2	27,95	28,92	29,23	t
Scope 3**				
CO ₂ -e Trinkwasser	5	3	2	t
- davon Prozessemissionen Trinkwasser	5	3	2	t
- davon Transportemissionen Trinkwasser	0	0	0	t
CO ₂ -e Braugetreide	560	726	721	t
- davon Prozessemissionen Braugetreide	536	691	693	t
- davon Transportemissionen Braugetreide	24	35	28	t
CO ₂ -e Hopfen	20	37	40	t
- davon Prozessemissionen Hopfen	20	37	40	t
- davon Transportemissionen Hopfen	0	0	0	t
CO ₂ -e AfG-Rohstoffe	263	371	326	t
- davon Prozessemissionen AfG-Rohstoffe	230	332	277	t
- davon Transportemissionen AfG-Rohstoffe	33	39	49	t
CO₂-e Rohstoffe Scope 3 (Trinkwasser, Braugetreide, Hopfen, AfG-Rohstoffe)	848	1.138	1.089	t
- davon Prozessemissionen Rohstoffe	791	1.064	1.011	t
- davon Transportemissionen Rohstoffe	57	74	78	t
THG-Emissionen Gesamt (CO₂-e) (Scope 1, 2 & 3)	2.207	2.490	2.514	t

* Sonstige: Hierunter fallen beispielsweise Rasenmäher, Waschgeräte, Traktor und Lader.

** Scope 3 beinhaltet die Emissionen, die bei Anbau und Transport der Bio-Braugetreiderohstoffe, des Bio-Hopfens und der Bio-AfG-Rohstoffe sowie bei der Bereitstellung von Trinkwasser entstehen. Bis zum Jahr 2011 wurden nur die Emissionen der Braurohstoffe aus dem Anbau kalkuliert.

anlagen und die eigene Fahrzeugflotte der Neumarkter Lammsbräu (Lkw, Pkw, Gabelstapler und Sonstige). Hierbei sind die Emissionen der industriellen Betriebs- und Hilfsstoffe und die Emissionen der Großhändler, die die fertigen Produkte abholen, noch nicht berücksichtigt. Gleiches gilt für Emissionen, die durch die Mobilität der Mitarbeiter (Weg zur Arbeit, Geschäftsreisen) oder im Bereich der Abfallverwertung und -entsorgung entstehen. Diese Posten würden im Rahmen einer umfassenden Scope 3-Betrachtung den Emissionsanteil der vor- und nachgelagerten Prozessschritte nochmals deutlich erhöhen, wie es beispielsweise für die umfassende Erhebung in 2012 durchgeführt wurde (siehe Kap. 3.1.).

Die Brauerei hat in den letzten beiden Jahren gemeinsam mit der Universität Augsburg eine umfassende Treibhausgasbilanzierung erhoben, in der sämtliche klimarelevante Aktivitäten von Scope 1, 2 und 3 erfasst werden (siehe Kap. 3.1.).

Zur kontinuierlichen Kalkulation im Rahmen ihres Einflussbereiches hat sich die Brauerei jedoch einen gut messbaren Referenzrahmen gesteckt, der alle Emissionen in Scope 1 und 2 komplett sowie in Scope 3 in Bezug auf die Braurohstoffe und AfG-Rohstoffe anteilig erfasst, was Tabelle 4.10. und Abbildungen 4.9. und 4.10. verdeutlichen.

Tab. 4.10.: Ermittlung des Treibhauseffekts der Neumarkter Lammsbräu auf Basis von CO₂-Äquivalenten.

Die Berechnungen erfolgen ohne Einbeziehung von Vorstufen für die Energiebereitstellung, Heizöl und Treibstoffen sowie der damit verbundenen Transportwege.

Die jeweiligen Umrechnungsfaktoren werden im Anhang erläutert.

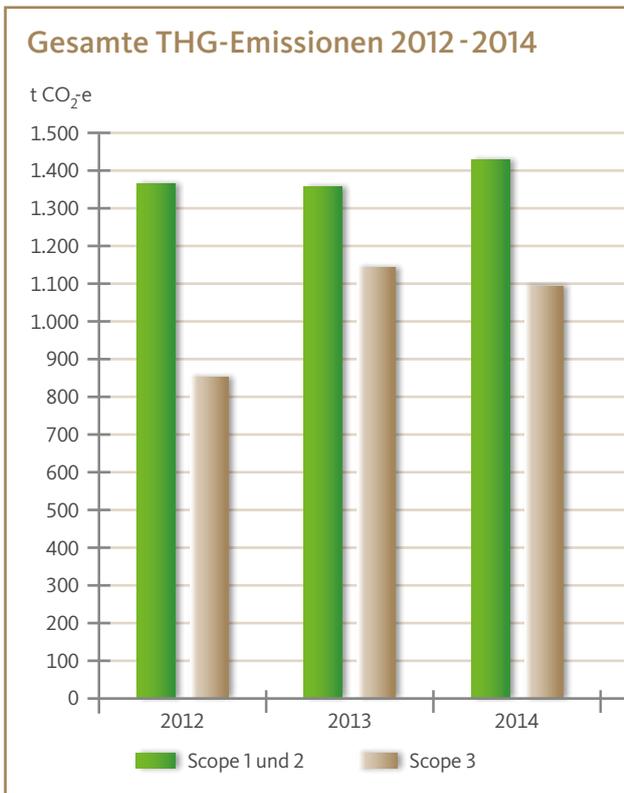


Abb. 4.9: Gesamte THG-Emissionen als CO₂-e in Tonnen im Zeitverlauf der letzten 3 Jahre (Scope 1, 2 und 3) mit den Schwerpunkten auf der Erzeugung und dem Transport von Braugetreide, Hopfen und AfG-Rohstoffen sowie der Bereitstellung von Trinkwasser.

Diese Eingrenzung ist vor allem der Tatsache geschuldet, dass alle über diesen festgelegten Bezugsrahmen hinaus anfallenden Emissionen in Scope 3 durch die jeweiligen Zulieferer und Abnehmer verursacht werden, auf die die Brauerei keinen oder nur einen geringen Einfluss hat. Darüber hinaus zeichnen sich die Datengrundlagen bzgl.

brauereieexterner Emissionsmengen trotz zeitintensiver Erhebungen i.d.R. durch eine sehr geringe Qualität und Aussagekraft aus, so dass eine Abbildung von Scope 3-Emissionen nur bedingt sinnvoll erscheint.

Für die Erhebung in Scope 1 und 2 liegt dagegen eine sehr viel bessere und genauere, da originäre Datengrundlage und -verfügbarkeit in Form von selbst erhobenen und gemessenen Primärdaten vor, was wiederum die Aussagekraft erhöht. Ansonsten werden Annahmen unter Zuhilfenahme von Sekundärquellen wie z. B. Ökobilanzierungsdatenbanken getroffen. Selbst erhobene Daten sind weit aus besser zu überprüfen, zu verifizieren und aufgrund ihrer guten Messbarkeit direkt zu beeinflussen. Das Ergebnis in dem seitens der Brauerei festgelegten o. g. Referenzrahmen besitzt demzufolge eine wesentlich höhere Aussagekraft und Repräsentativität.

Aus der Treibhausgasbilanzierung und der Erhebung des Status quo im Jahr 2012 konnte eine ganzheitliche Klimaschutzstrategie für die Neumarkter Lammsbräu abgeleitet werden (siehe Kap. 3.1.). Die derzeit angewandte Berechnungsgrundlage sowie der hierfür zugrunde gelegte Referenzrahmen und die Kennzahlen werden im Anhang näher erläutert.

Im Geschäftsjahr 2014 entstanden im genannten Referenzrahmen durch den Rohstoffbezug, die standortbezogenen Aktivitäten sowie durch den betriebseigenen Fuhrpark etwa 2.514 Tonnen CO₂-e, was im Vergleich zum Vorjahr trotz des gestiegenem Hektoliterausstoßes und erhöhten Braurohstoffbedarfes nur einen Anstieg von ca. 1 % ausmacht. Wie ist diese Entwicklung zu erklären? Im Folgenden werden die hierfür hauptsächlichen Gründe für die jeweiligen Emissionsbereiche erläutert.

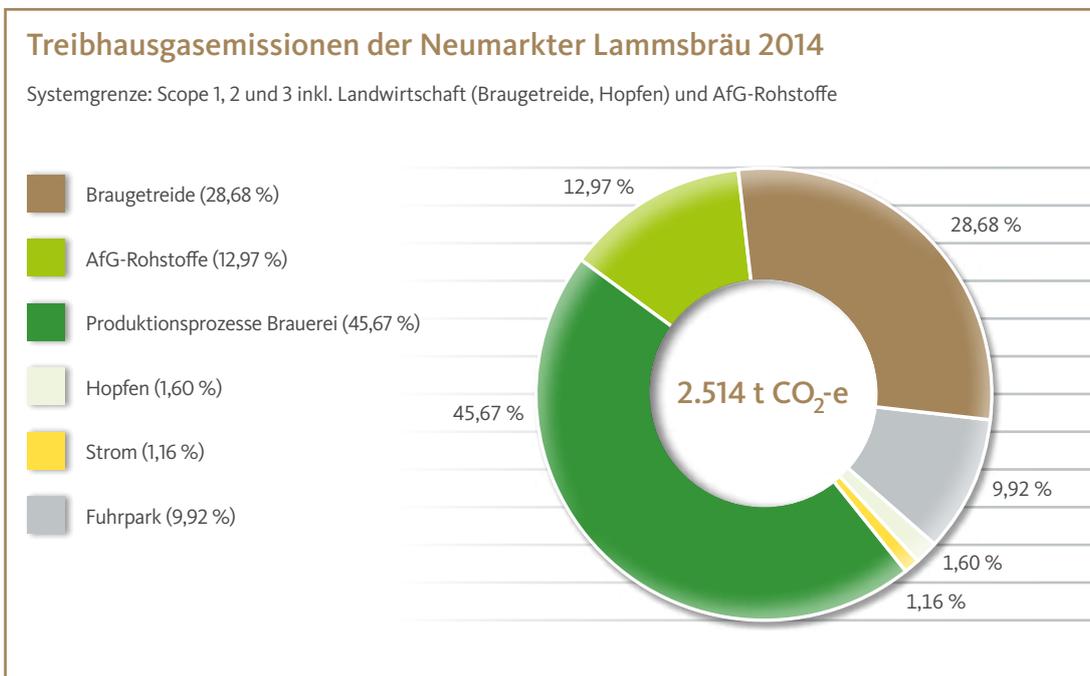


Abb. 4.10.: Gesamte THG-Emissionen 2014 als CO₂-e in Tonnen, aufgeteilt in einzelne Bereiche.

4.1.2.5.1. Emissionen aus Braurohstoffen und AfG-Rohstoffen

Im Bereich Scope 3 fällt zunächst bei den Braugetreideemissionen auf, dass die Transportemissionen von 35 auf 28 t CO₂-e gesunken sind. Dies ist auf die erhöhte Regionalität durch eine verstärkte Aktivierung der EZÖB-Landwirte zu erklären (siehe Kap. 4.1.2.1.). Ein leichter Anstieg der Prozessemissionen von 691 auf 693 t lässt sich durch den insgesamt leichten Anstieg der Menge an angeliefertem Braugetreide im Vorjahresvergleich erklären. Abbildung 4.11. zeigt die Einsparpotentiale der ökologischen Landwirtschaft an Treibhausgasemissionen im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft bei gleicher Menge an erzeugtem Braugetreide. Die Differenz betrug im Jahr 2014 ganze 344 Tonnen.

Die ansteigende Menge an CO₂-e des Hopfens von 37 auf 40 t geht ebenfalls mit dem Anstieg der bezogenen Hopfenmenge einher. Allerdings trägt der ökologische Hopfenanbau gegenüber dem konventionellen Hopfenanbau zu einer erheblichen Treibhausgasreduktion in Höhe von 57 t CO₂-e bei. Die Gesamtdifferenz der eingesparten THG Emissionen im Vergleich durch die ökologische Landwirtschaft beträgt demnach runde 400 Tonnen CO₂-e (siehe Abb. 4.11.). Dies entspricht der Menge an Treibhausgasen, die bei einer Fahrt mit einem Mittelklassewagen (Verbrauch: 7 Liter Diesel pro km) und einer Fahrleistung von rund 2 Mio. km entstehen, was etwa 50 Erdumrundungen bedeutet!

Die mit der Bereitstellung von AfG-Rohstoffen verbundenen Prozessemissionen sind trotz annähernd gleich gebliebener Bezugsmengen gegenüber dem Vorjahr von 332 t auf 277 t CO₂-e gesunken. Dieser Emissionsrückgang ist u. a. durch die Wahl der benötigten AfG-Rohstoffe zu erklären. So wurde in 2014 beispielsweise weniger Invertzuckersirup und Caramel, dafür aber mehr Apfelsaft bezogen. Erst genannte AfG-Rohstoffe zeichnen sich gegenüber der Herstellung von Apfelsaft durch einen äußerst hohen Wärmeverbrauch aus, so dass mit einem geringeren Bezug von Zuckergrundstoffen erheblich reduzierte Prozessemissionen einhergehen.

Im Vergleich zu den gesunkenen Prozessemissionen sind allerdings die Transportemissionen trotz des gleichen AfG-Rohstoffbezugs im Vorjahr von 39 auf 49 t CO₂-e leicht angestiegen. Dieser Anstieg ist vor allem darin begründet, dass bei der THG-Bilanzierung für das Jahr 2014 erstmals Hilfs- und Betriebsstoffe in Form von für die Herstellung der AfG-Grundstoffe benötigter Zutaten berücksichtigt wurden. Die damit verbundenen Transportwege konnten detailliert abgebildet und hinsichtlich der Treibhausgasemissionen genau berechnet werden. Der Anstieg der Transportemissionen ist somit im Wesentlichen einer genaueren und umfangreicheren Berechnungsmethode geschuldet.

Treibhausgasemissionen 2014 (Braugetreide & Hopfen)

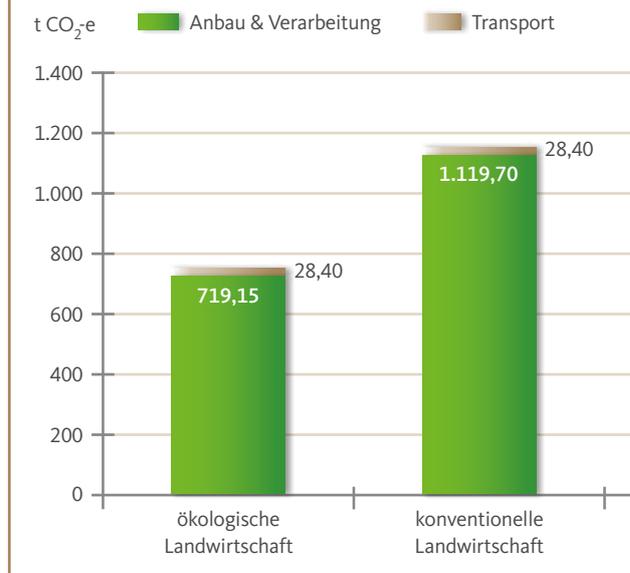


Abb. 4.11.: Vergleich THG Emissionen ökologische und konventionelle Landwirtschaft.

4.1.2.5.2. Emissionen aus Fuhrpark (Lkw, Pkw und Stapler)

Wie Tabelle 4.10. zu entnehmen ist, ist im Scope 1 Bereich des Fuhrparks ein Anstieg der CO₂-e insgesamt zu verzeichnen, abgesehen von den Emissionen durch Gabelstaplereinsatz. Durch den verstärkten Einsatz strombetriebener Stapler hat sich hier der CO₂-e Ausstoß um 14,3 % verringert. Die Emissionen an CO₂-e im Lkw- und Pkw-Bereich verzeichnen dagegen einen Anstieg um 7,2 bzw. 9 %.

Lkw und Pkw

Spritverbrauch sowie die aktuellen EURO-Normen bei der Neuanschaffung von Fahrzeugen spielen eine bedeutende Rolle für den Ausstoß von Treibhausgasen und auch Luftschadstoffen: Die Pkw-Flotte wurde um zwei Fahrzeuge mit Euro 5-Norm, die Lkw-Flotte wurde um einen Lkw mit Euro 6-Norm erweitert. Die Entscheidungsgrundlage für den Lkw war eine erhebliche Effizienzsteigerung bei gleichzeitig niedrigem Kraftstoffverbrauch, hoher Nutzlast und perfekter Aufbaufreundlichkeit. Zudem ist dies der erste Lkw in unserem Fuhrpark, der neben Diesel auch den Zusatzstoff AdBlue verarbeitet – eine auf Harnstoff basierende Flüssigkeit, die bei der Abgasnachbehandlung Stickoxide um ca. 90 % im Vergleich zu herkömmlichen Dieselmotoren reduziert⁷⁾.

Der Fuhrpark der Neumarkter Lammsbräu setzte sich somit 2014 aus 19 Pkw und 12 Lkw zusammen. Da der Kraftstoffverbrauch im Vorjahresvergleich insgesamt im Lkw-Fuhrpark um 6,1 % und im Pkw-Fuhrpark um 11,7 % zugenommen hat, sind auch die CO₂-e entsprechend angestiegen. Der Lkw-Fuhrpark verbrauchte 2014 49.192,2 Liter

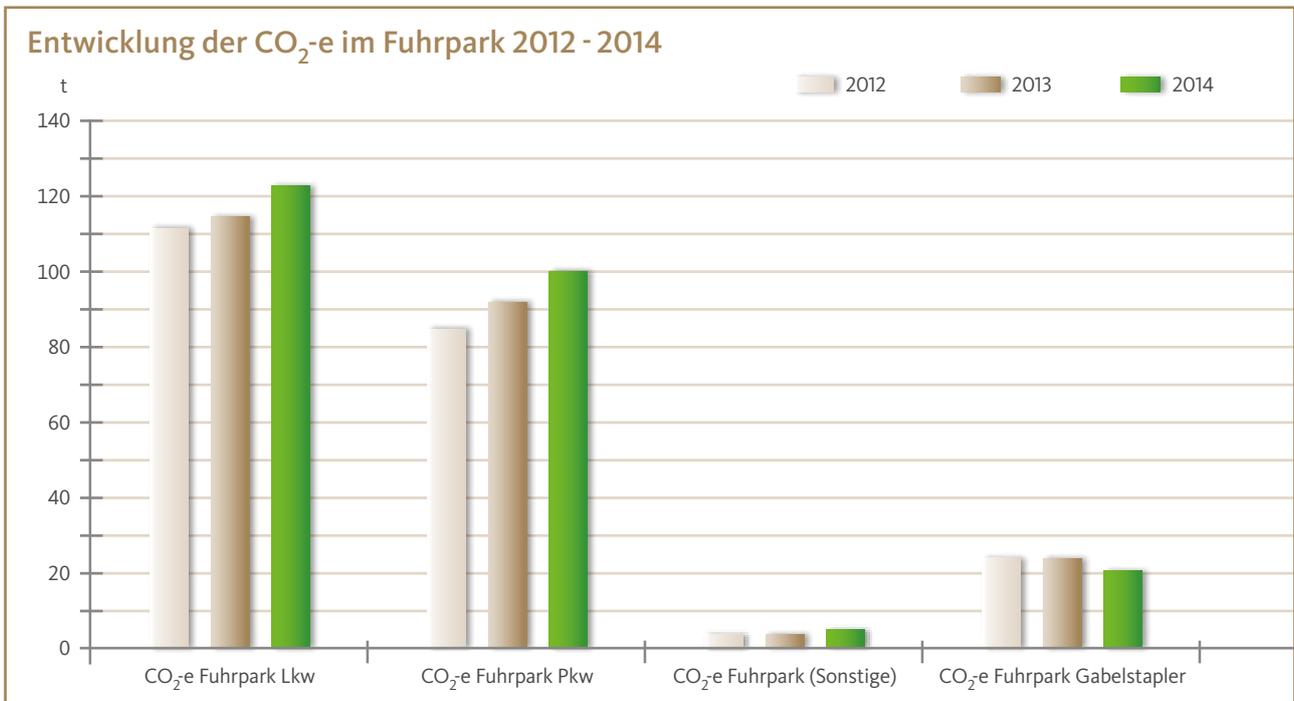


Abb. 4.12.: Gesamte THG-Emissionen im Fuhrpark (CO₂-e) von 2012 - 2014.

Kraftstoff, davon 62 Liter AdBlue und der Rest Diesel. Der Pkw-Fuhrpark verbrauchte 40.985,2 Liter Kraftstoff, davon 910,6 Liter Pflanzenöl und der Rest Diesel.

Stapler

Die Neumarkter Lammsbräu hatte 2014 vier dieselbetriebene Gabelstapler im innerbetrieblichen Logistikeinsatz, darüber hinaus vier Weitere mit Elektroantrieb und einen gasbetriebenen Stapler. Bei den elektrisch betriebenen Staplern wurde ein E-Stapler durch einen neuen E-Stapler

ersetzt. Die vier dieselbetriebenen Gabelstapler hatten trotz des erhöhten Gesamtausstoßes an Bio-Getränken einen kumulierten jährlichen Gesamtverbrauch von nur 7.916 Litern Diesel – eine Abnahme um 14 % im Vergleich zum Vorjahr. Der Verbrauch von Gabelstaplergas nahm 2014 im Vergleich zum Vorjahr sogar um 25 % ab, hauptsächlich durch den erhöhten Einsatz der elektrisch betriebenen Stapler. Zur Luftreinhaltung und zum Schutz der Mitarbeiter sind alle dieselbetriebenen Stapler mit Rußfiltern ausgerüstet. Abbildung 4.12. zeigt die Entwicklung der Emissionen an CO₂-e des gesamten Fuhrparks.

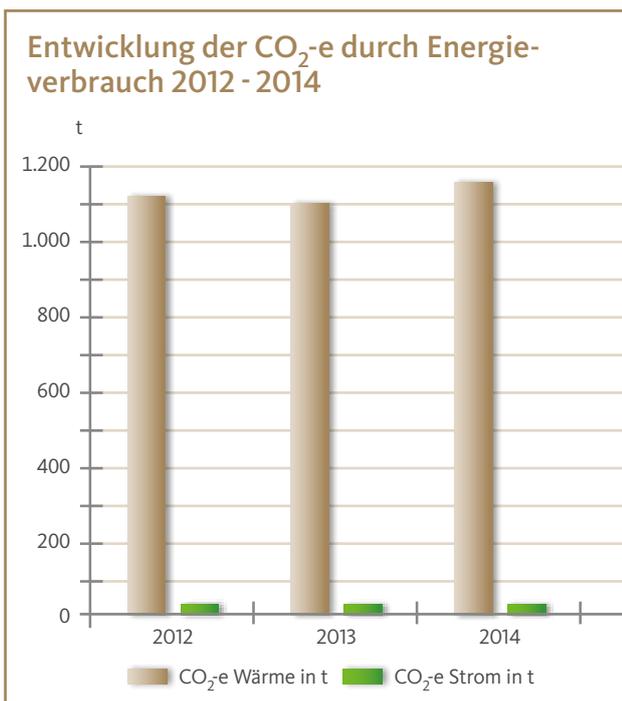


Abb. 4.13.: Entwicklung der THG-Emissionen (CO₂-e) der Energieversorgung von 2012 - 2014.

4.1.2.5.3. Emissionen aus Energieversorgung

Insgesamt wurde am Betriebsstandort im Jahr 2014 mehr Heizöl und Gas verbraucht. Dadurch sind die CO₂-e im Bereich der Feuerungsanlagen um 5,2 % gegenüber dem Vorjahr angestiegen, wie Tabelle 4.10. zeigt. Positiv schlug in der Emissionsbilanz auch in diesem Jahr zu Buche, dass die Neumarkter Lammsbräu seit Januar 2011 klimaneutralen, zertifizierten Strom aus Wasserkraft bezieht (siehe Kap. 4.1.2.3.).

Der Energiebedarf der Brauerei besteht zu 77,3 % aus Wärmeenergie und zu 22,7 % aus Strom. Die Wärmeenergie wird anteilig zu 83,4 % mit Erdgas und zu 16,6 % mit leichtem Heizöl erzeugt. Die daraus resultierenden CO₂-e sind in Abbildung 4.13. dargestellt. Im Bereich der Wärmeversorgung sind die CO₂-e aufgrund des erhöhten Hektoliterausstoßes leicht angestiegen, da insgesamt mehr Wärme für die Produktionsprozesse benötigt wurde.

Nähere Erläuterungen zu den Energieverbrauchswerten befinden sich in Kapitel 4.1.2.3. Die Basisdaten zu allen vorliegenden CO₂-e-Berechnungen befinden sich im Anhang.

	2012**	2013	2014	Einheit
CO ₂ -e	9,21	9,16	8,71	kg / hl VG*
SO ₂	1,38	1,36	1,29	10 ⁻³ kg /hl VG*
NO _x	1,34	1,35	1,24	10 ⁻² kg /hl VG*
Staub, Ruß, Partikel	0,33	0,34	0,28	10 ⁻³ kg / hl VG*

VG* =
Verkaufsgetränk

Tab. 4.11.: Spezifische, standortbezogene Emissions-Kernindikatoren der Neumarkter Lammsbräu (Emissionen aus Strombezug, Feuerungsanlagen, Lkw- und Pkw Fuhrpark sowie Gabelstaplerbetrieb – Scope 1 und 2) für den Zeitraum 2012-2014. **ab 2012 Berechnung mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der GEMIS Datenbank, Version 4.81 sowie TREMOD 5.41 (11/2013)

4.1.2.5.4. Abschließende Betrachtung Scope 1 und 2 Emissions-Kernindikatoren

Die spezifischen, standortbezogenen Emissions-Kernindikatoren für die Neumarkter Lammsbräu sind in Tabelle 4.11. zusammengefasst. Bezogen auf den Hektoliter Verkaufsgetränk haben sich alle Indikatoren im Vergleich zum Vorjahr verbessert. Sie folgen somit dem fallenden Trend der Vorjahre. Dies ist insbesondere auf die im Bereich Fuhrpark bereits erläuterten technischen und organisatorischen Umweltschutzmaßnahmen zurückzuführen. Der Fuhrpark wurde nicht nur um Fahrzeuge der Euro 5 bzw. 6 Norm erweitert, sondern die Nutzungsschwerpunkte haben sich zudem verstärkt hin zu neueren Fahrzeugen mit weniger Luftschadstoffausstoß verlagert.

4.1.2.5.5. Lärmemissionen

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 hält die lärmrelevanten Auflagen ein und versucht, sie 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 Lärmzonen sind die Mälzerei und der Brauereihof: Bei der Getreideannahme sowie beim Verladen der Produkte auf Lastkraftwagen entstehen Lärmemissionen. Um eine mögliche Lärmbelästigung für Anwohner zu minimieren, ist die Getränkekommissionierung im Brauereihof zeitlich eingeschränkt. Eine externe Arbeitssicherheitsfachkraft führt regelmäßige Lärmmessungen durch. Hier werden Stichprobenmessungen zu Zeiten des höchsten Lärmaufkommens durchgeführt und daraufhin der Bedarf an Langzeitmessungen ermittelt. Die Messungen finden nach relevanten Änderungen im Arbeitsbereich statt.

4.1.2.6. Kernindikator Biodiversität

Die Konvention über die biologische Vielfalt, die 1992 in Rio de Janeiro ausgehandelt wurde, 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.“⁸⁾

Für Wirtschaftsunternehmen ist es zumeist nicht leicht, einen unternehmerischen Beitrag zur Biodiversität zu leisten. Er kann primär qualitativ beschrieben und nur schwer gemessen werden.

Aus diesem Grund beteiligt sich die Neumarkter Lammsbräu an einem Biodiversitäts-Forschungsprojekt. Die AöL hat gemeinsam mit Unterstützung durch das Institut für Umweltplanung der Leibniz Universität Hannover in Kooperation mit der Bioland Beratung und der Landwirtschaftskammer Niedersachsen das Forschungsprojekt „Firmen fördern Vielfalt“ auf den Weg gebracht, welches seit Herbst 2013 läuft. Ein wesentliches Ziel des Projektes ist es, erfassbare Indikatoren für die Messung der Artenvielfalt auf Zulieferbetrieben von Lebensmittel erzeugenden Unternehmen zu entwickeln und die Grenzen der Aussagefähigkeit solcher Indikatoren zu bestimmen. Die Ergebnisse werden im Frühjahr 2016 erwartet.

Die Bio-Bierherstellung, das Kerngeschäft der Neumarkter Lammsbräu, hängt über die eigene Mälzerei und die Bio-Vertragslandwirte unmittelbar mit Biodiversität zusammen, denn sie beginnt auf dem Acker. Hier nimmt die Brauerei bereits Einfluss durch die biologische Bewirtschaftung der Flächen. Insofern beschäftigt sich die Brauerei aus Überzeugung mit Arten- und Naturschutz. Um ein stärkeres Bewusstsein für das sensible Thema zu schaffen, steht die Bildungsarbeit zum Thema „Biodiversität“ an oberster Stelle.

Durch sogenannte Kulturlandpläne (auf mehrere Jahre ausgelegte und auf die spezifischen Gegebenheiten angepasster Maßnahmenpläne für die Vertragslandwirte, siehe Kap. 2.4.2.10.) unterstützen wir unsere Braurohstofflieferanten in der Region im Bereich der Biodiversität. Zur Vielfalt tragen Maßnahmen wie breitere Randstreifen, neu gepflanzte Einzelbäume, Hecken und sonstige Gehölze, das Anlegen von Blühstreifen, artenreiches Grünland, aber auch die Pflege von Waldrändern bei. Gleichzeitig fördern wir mit diesem Programm den Humusaufbau und damit das Bodenleben. Weil Humus Kohlenstoff (C) im Boden bindet, verringert er als natürliche Senke die CO₂-Anreicherung in der Atmosphäre. Somit tragen die Kulturlandpläne nicht nur zum Arten-



reichtum bei, sondern auch zum Klimaschutz. Durch naturkundliche Spaziergänge werden die Ergebnisse dann der Öffentlichkeit präsentiert.

Im Projekt „Streuobstwiese“ wird die Biodiversität durch den Einsatz der Mitarbeiter gestärkt. Sie beschneiden Obstbäume, ernten gemeinsam Früchte, legen Hecken an und pflegen diese. Sie bauen Insektenhotels als Kleinstbiotop und erhöhen die Artenvielfalt durch Wiederansiedlung von Wiesenpflanzen (siehe Kap. 2.4.1.7.).

Den Arten- und Biotopschutz sowie die Umsetzung ökologischer Maßnahmen an Gewässern (z. B. Renaturierung von Bachläufen) unterstützen wir durch die Zusammenarbeit mit dem Neumarkter Landschaftspflegeverband, dem ein Großteil der Brauereibesichtigungseintrittsgelder der Brauerei gespendet wird (www.lpv-neumarkt.de) (siehe Kap. 2.4.2.8.).

Von der Teilnahme am Netzwerk „Biodiversity in good Company“ im Frühjahr 2015 verspricht sich die Brauerei neben einem regen Austausch mit anderen Unternehmen und Öffentlichkeitswirksamkeit weitere Impulse zur Integration von Biodiversität ins betriebliche Nachhaltigkeitsmanagement (siehe auch Kap. 6).

Durch das Auszubildendenprojekt 2013/2014 wurde das Thema Biodiversität auch den Lehrlingen im Betrieb näher gebracht (siehe Kap. 2.4.2.4.).

4.1.2.7. Einkauf / Beschaffung

Die Neumarkter Lammsbräu verpflichtet sämtliche Lieferanten von Rohstoffen und Materialien auf ihre Einkaufsrichtlinien, in denen Umweltschutz einen hohen Stellenwert hat. Die Brauerei behält sich vor, bei ihren Lieferanten auch gezielt Audits durchzuführen, um deren nachhaltige Wirtschaftsweise zu überprüfen.

Für das Jahr 2015 hat sich die Neumarkter Lammsbräu fest vorgenommen, das Thema nachhaltige Beschaffung noch stärker in den Fokus zu rücken und konkretere Vorgaben für jede Lieferantengruppe zu definieren und festzulegen (z. B. CO₂-e-Grenzwerte bei Anschaffung neuer Fahrzeuge) (siehe auch Kap. 6).

Umwelt

Mit einer umweltorientierten Unternehmenspolitik möchten wir einen Beitrag zur Sicherung der Zukunft leisten und bekennen uns zur gesellschaftlichen und umweltpolitischen Verantwortung. So ist die Neumarkter Lammsbräu bestrebt, ihr Abfallaufkommen auf ein Minimum zu reduzieren und, wo immer möglich, Reststoffe in den Stoffkreislauf zurückzuführen. Nach diesen Grundsätzen werden auch die Lieferanten ausgesucht.

Beispiele nachhaltiger Beschaffung:

- **Reinigungsmittel:** Wenn möglich verzichten wir bei Reinigungs- und Desinfektionsmitteln auf Mittel mit gentechnisch hergestellten Komponenten oder Nanoteilchen. Wir bevorzugen Reinigungsmittel, die nicht toxisch und möglichst biologisch abbaubar sind und die keine Gefahren für aquatische Organismen darstellen. Wir verwenden bei Haushaltsreinigungsmitteln keine parfümierten Putz- und Reinigungsmittel oder WC-Reiniger und -Steine; keine Hygieneartikel, die gesundheits- oder umweltschädigende Stoffe 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, chlorgebleichtes Papier (möglichst nur Produkte aus Recyclingpapier mit FSC oder Blauer Engel als Siegel), Kunststoffprodukte (möglichst Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen); wir verwenden energiesparende, strahlungs- und ozonarme Bürogeräte; Recyclbarkeit steht bei allen Büroartikeln im Vordergrund. Wir drucken bspw. Prospekte, Broschüren, Flyer, Plakate etc. – u. a. den Nachhaltigkeitsbericht – auf klimaneutrales Papier und arbeiten dabei mit verschiedenen ökologisch ausgerichteten bzw. regionalen Druckereien zusammen, bspw. mit Lokay e.K. (Nominiertes für den EMAS Award 2014), die gemeinsam mit ClimatePartner, natureOffice und firstclimate CO₂-e-Kompensationsprojekte in Höhe der angefallenen Emissionen durchführen. Dadurch konnten wir 2014 knapp 8 t CO₂-e kompensieren. Durch den Bezug von Papier dieser Firmen werden Projekte nach dem Gold Standard unterstützt, beispielsweise Windenergieprojekte in Indien oder Bergwaldprojekte in den Alpen.



- **Rohstoffe:** Wir beziehen unsere Rohstoffe möglichst aus der Region und versuchen dadurch, Transportwege zu minimieren. Die regionale Rohstoffbeschaffung treiben wir voran und fördern dadurch die Wertschöpfung vor Ort (siehe auch Kap. 6).

Soziales

Wir fördern im sozialen Bereich die Gesundheit unserer Mitarbeiter durch ein Gesundheitsprogramm mit Bonus-system und dem Angebot sportlicher Aktivitäten; wir sorgen für eine familienfreundliche Arbeitsplatzgestaltung, bieten eine betriebliche Altersvorsorge sowie seit 2013 eine Krankenzusatzversicherung, vergüten Arbeitsleistungen fair entsprechend des Branchentarifs und setzen alle notwendigen Arbeitssicherheitsmaßnahmen zum Schutz unserer Mitarbeiter um (siehe Kap. 2.4.1. und 4.2.1.)

Qualität

Wir stellen hohe Qualitätsansprüche an alle unsere Produkte und möchten die Wünsche der Kunden zur größtmöglichen Zufriedenheit erfüllen. Das bedeutet, dass alle Erzeugnisse beste Eigenschaften bezüglich des Kundennutzens haben und bei ihrer Herstellung Ressourcen, Energie und Wasser sparsam eingesetzt werden.

Die gleichen Anforderungen stellt die Neumarkter Lammsbräu auch an ihre Lieferanten. Indem wir Lieferantenaudits zu den Themen Umwelt, Soziales & Qualität durchführen und 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. Kisten und Flaschen laufen im Kreislauf eines klassischen Mehrwegsystems, wodurch wir ein umweltfreundliches Recycling unserer Produkte gewährleisten. Dadurch leistet unser Unternehmen einen aktiven Beitrag zu Klimaschutz und Ressourceneffizienz. Unsere Etiketten sind schwermetallfrei und die Kronkorken ohne PVC hergestellt.

4.1.2.9. Fuhrpark / Transport

Die Tourenplanung der Brauerei wird laufend optimiert. Mit unserem Mehrwegsystem beliefern wir regionale Kunden seit jeher selbst. Hierbei verfahren wir im sogenannten „Milkrun-System“, bei dem wir leere Kisten bei der Auslieferung wieder zurücknehmen und dadurch Leerfahrten vermeiden. Zur Optimierung erheben wir Kennzahlen wie bspw. Kilometer pro Hektoliter, Abladequote pro Stopp, Gesamttransportkilometer sowie Anzahl der Touren und überprüfen sie monatlich. Darüber hinaus ermitteln wir täglich die Auslastungsquote der Fahrzeuge und den zu bewältigenden Aufwand pro Mitarbeiter, um eine Überlastung der Mitarbeiter auszuschließen.

Der trotz Tourenplanungsoptimierung insgesamt dennoch höhere Treibstoffverbrauch im gesamten Lkw-Fuhrpark (siehe Kap. 4.1.2.5.) ist mit einer steigenden Anzahl der Messetouren sowie Eventbelieferungen zu erklären. Um das Personal zu entlasten sowie eine bessere Laderaumnutzung im Hauptlauf sowie in der „letzten Meile“ zu erreichen, werden wir in 2015 unsere Messebelieferung teilweise über Speditionen laufen lassen.

Außerdem haben wir zusätzlich zu unserem eigenen Fuhrpark zum größten Teil Kunden, die die Abholung selbst organisieren. Auch hierbei sind wir bestrebt, eine ökologische und ökonomische Ausnutzung des Transportraums zu schaffen. Dabei setzen wir auf die Einhaltung von Bestelleinheiten, die mit optimalen Transporteinheiten korrespondiert.

Hinzu kommt, dass wir seit Ende 2014 in einem Pilotprojekt das Fahrverhalten des jeweiligen Fahrzeugführers verbessern wollen. Durch computergestützte Analyse von Fahrdaten wollen wir gezielt Maßnahmen ableiten, die für den richtigen Umgang mit dem Fahrzeug sorgen. Dadurch sollen Unfälle reduziert, der Kraftstoffverbrauch und damit verbunden die CO₂-e-Emissionen gesenkt, sowie Verschleißteile geschont werden.

2014 wurde außerdem ein Projekt zur Optimierung der Wertschöpfungskette ins Leben gerufen, welches u. a. zum Ziel hat, den Warenstrom kosten- und energieeffizienter zu gestalten. Hierfür werden die Transportwege der Intra-logistik optimiert sowie Warenrangierarbeiten verringert. Startschuss hierfür ist das 1. Quartal 2015.



„Die Neumarkter Lammsbräu ist für mich weit mehr als nur mein Ausbildungsbetrieb, in dem ich mit Freude und Begeisterung arbeite. Sie ist eine Brauerei, die für die Produktion nachhaltig hergestellter Bio-Biere und -Limonaden steht und sich für einen verantwortungsvollen Umgang mit unserer Natur einsetzt. Ich schätze hier bei der Lammsbräu das Umweltbewusstsein, das konsequente Nachhaltigkeitsdenken, das soziale Miteinander und den freundlichen Umgang untereinander sehr. Nicht nur das, sondern vor allem die tollen Produkte, die man mit Genuss und gutem Gewissen trinken kann, machen die Neumarkter Lammsbräu für mich zu einer besonderen Brauerei.“

Rebecca Gastl, Auszubildende zur Brauerin & Mälzerin, 1. Lehrjahr

4.2. Soziales

4.2.1. Soziale und gesellschaftliche Aspekte

4.2.1.1. Mitarbeiterbezogene Kernindikatoren

Es ist der Neumarkter Lammsbräu ein Herzensanliegen, alle Mitarbeiter für das Thema Nachhaltigkeit zu begeistern. Innerhalb der Belegschaft wünschen wir uns von vornherein eine ökologische Grundeinstellung bzw. Offenheit für unsere Kernthemen. Der Großteil der Mitarbeiter ist regional verwurzelt. Das erklärte 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. Erreicht wird dieses Ziel durch eine fruchtbare „Zusammenarbeit im Team, die durch Menschlichkeit, Fairness, Verantwortungsbewusstsein, Selbstverwirklichung und Eigenverantwortung geprägt ist“ – diese Grundsätze für den menschlichen Umgang miteinander können bereits im Öko-Controlling-Bericht der Neumarkter Lammsbräu aus dem Jahre 1994 nachgelesen werden. Was damals wie selbstverständlich aus einem Gefühl des gesunden Menschenverstandes heraus entstanden ist, wird heutzutage mit dem Begriff „corporate social responsibility“ (csr), der sozialen Verantwortung eines Unternehmens, beschrieben.

Auch 20 Jahre nach Einführung der ersten Mitarbeiterleitlinien geht es der Neumarkter Lammsbräu darum, das betriebliche Miteinander so zu gestalten, dass die Mitarbeiter sich nicht nur als „Beschäftigte“, sondern als Menschen in ihrer Individualität respektiert und geachtet fühlen. Um bei allen Mitarbeitern eigenverantwortliches Handeln erwarten zu können, ist es wichtig, dass jeder

in seiner Tätigkeit auch den Sinn erkennt. Dies ist die Aufgabe der Führungskräfte: Sie sorgen dafür, dass ihre Mitarbeiter gut instruiert sowie fachlich aus- und weitergebildet werden. Gleichzeitig achten sie auf persönliche Befindlichkeiten und berücksichtigen individuelle Stärken und Schwächen.

Ob und wie gut die Führungskräfte diesen Aufgaben gewachsen sind, können die Mitarbeiter in der jährlichen Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung beurteilen (siehe Kap. 2.4.1.2.). Neben individuellen Noten für jede Führungskraft werden alle Ergebnisse zu einer Gesamtnote der Führungsarbeit kumuliert. Die im Januar 2015 für das Jahr 2014 durchgeführte Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung zeigte folgende Ergebnisse:

Das Betriebsklima bei der Neumarkter Lammsbräu bewerteten die Mitarbeiter mit 2,4 – damit verbesserte sich dieser Wert im Vergleich zum Vorjahr, wo er bei 2,55 lag. Diese Entwicklung ist sicherlich auch den gemeinsamen Aktivitäten (NL Miteinander, Mitarbeitertage, etc.) geschuldet. Im Vergleich zum Vorjahr haben sich die Mitarbeiter etwas schlechter informiert gefühlt (Note 1,94, Vorjahr: 1,89). Der Auftritt von der Neumarkter Lammsbräu nach außen anhand von Werbemitteln wurde mit der Note 1,66 deutlich positiver bewertet (Vorjahr: 1,79). Außerdem wurde den Produkten eine noch bessere Qualität beigemessen (Note 1,50, Vorjahr: 1,67). Dass die Brauerei gute Gehalts- und Lohnkonditionen bietet, zeigt die Verbesserung der Benotung des Kriteriums „Angemessenes Gehalt / Entlohnung“ mit 2,24 (Vorjahr: 2,33). Die Regelung der Arbeitszeit hat sich signifikant im Vergleich

Fragen	Note 2009	Note 2010	Note 2011	Note 2012	Note 2013	Note 2014
Bewertung des Betriebsklimas	2,27	2,33	2,34	2,46	2,55	2,40
Bewertung der Möglichkeit, sich als Mitarbeiter über die Produkte zu informieren	2,37	1,93	1,99	1,90	1,89	1,94
Bewertung des Außenauftritts der Brauerei anhand von Produktwerbung	n. e.	2,03	2,04	1,89	1,79	1,66
Bewertung der Qualität der Produkte (Geschmack)	n. e.	1,82	1,82	1,70	1,67	1,50
Angemessenes Gehalt / Entlohnung	n. e.	2,65	2,58	2,55	2,33	2,24
Geregelte Arbeitszeit	n. e.	3,27	2,87	2,69	2,76	2,16
Freude an der Arbeit	n. e.	1,66				

Tab. 4.12.: Bewertungen verschiedener Fragen aus den Mitarbeiterzufriedenheitsbefragungen, bewertet wurden die Jahre 2009 - 2014. n. e.: nicht erfasst



zum Vorjahr von der Note 2,76 auf 2,16 verbessert und zeigt einen gewaltigen Fortschritt. Ebenso ist die Freude an der Arbeit mit der Note 1,66 ein vorzeigbares Ergebnis, auf das wir stolz sind.

Weitere, „harte“, mitarbeiterbezogene Kennzahlen sind in Tabelle 4.13. zusammengefasst. Wie die Tabelle zeigt, schwankt das Durchschnittsalter in den letzten Jahren zwischen 39 und 42 Jahren. 2014 stieg es im Vergleich zum Vorjahr von 40,1 auf 41,1 Jahre. Die Dauer der durchschnittlichen Betriebszugehörigkeit nimmt seit 2009 kontinuierlich ab. Dies liegt einerseits daran, dass relativ viele neue Mitarbeiter eingestellt wurden und gleichzeitig länger Beschäftigte ausgeschieden sind. Die Fluktuationsquote hat sich im Vorjahresvergleich erheblich verbessert: Sie ist erfreulicherweise von 12 % auf 8,8 % gesunken. Insgesamt haben im Jahr 2014 zehn Mitarbeiter das Unternehmen verlassen. Sie sind entweder zurück in die Heimat gegangen, haben ihre Ausbildung beendet, mussten aus gesundheitlichen Gründen aufhören oder aber weil der befristete Vertrag ausgelaufen ist. Von den fertig ausgebildeten Lehrlingen konnten 2/3 übernommen werden. Weil wie in den Vorjahren Stellen neu geschaffen und aufgebaut wurden, ist die Anzahl der Mitarbeiter auf

mittlerweile 117 gestiegen (Stichtag 31.12.2014, siehe Tab. 4.13.).

Der Frauenanteil nahm im letzten Jahr leicht ab und sank von 43,9 % auf 41,9 %, im Bereich der Führungskräfte sank die Frauenquote von 35,7 % auf 33,3 %, was dem Anstieg der Mitarbeiter insgesamt geschuldet ist.

Der Anteil an Auszubildenden (Brau- und Mälzer sowie Industriekaufmann/frau) nahm 2014 leicht von 7,5 % auf 6,8 % ab. Die Quote von Mitarbeitern in Altersteilzeit blieb wie auch im letzten Jahr bei 0 %. Die Teilzeitquote 2014 stieg von 30,8 % auf 32,4 % an. Der Anteil leistungsgeminderter Mitarbeiter verzeichnet im Vergleich zum Vorjahr einen leichten Anstieg von 2,8 % auf 3,0 %.

Es gab 11 „meldepflichtige Arbeitsunfälle“ im Jahr 2014. Die Krankenquote lag in 2014 mit 3,25 % minimal über Vorjahresniveau (siehe Tab. 4.13. und Abb. 4.14.). Leider fielen 2014 mehrere Mitarbeiter aufgrund von Operationen nach Freizeit- und Wegeunfällen, Grippe-Infektionen oder Kuren bzw. Reha-Maßnahmen über längere Zeiträume aus.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Gesamtanzahl der Mitarbeiter (absolute Mitarbeiterköpfe)	92	101	101	104	107	117
Durchschnittsalter der Mitarbeiter (Stichtag 31.12. des Jahres)	41,7	41,2	39,9	40,5	40,1	41,1
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)	11,6	10,3	9,2	8,9	8,6	8,4
Fluktuationsrate in Prozent (berechnet nach der BDA-Formel)	n. b.	n. b.	10,2	15,4	12,0	8,8
Prozent Frauen im gesamten Betrieb	41,3	34,7	37,6	40,4	43,9	41,9
Prozent Frauen bei den Führungskräften	n. b.	n. b.	36,4	41,7	35,7	33,3
Prozent Auszubildende	7,6	8,9	8,9	7,7	7,5	6,8
Prozent Mitarbeiter in Altersteilzeit	5,4	1,9	1,0	0,6	0,0	0,0
Prozent Mitarbeiter, die Teilzeit arbeiten	n. b.	27,7	22,0	26,5	30,8	32,4
Prozent leistungsgeminderter Mitarbeiter	2,2	1,9	3,0	2,9	2,8	3,0
Anzahl meldepflichtiger Betriebsunfälle	5	2	7	10	10	11
Krankenquote gesamt	2,28	4,08	3,30	3,39	3,22	3,25

Tab. 4.13.: Verschiedene mitarbeiterbezogene Statistikdaten.
n. b.: nicht berechnet

Entwicklung der Krankenquote 2009 -2014 in %

Prozentualer Ausfall

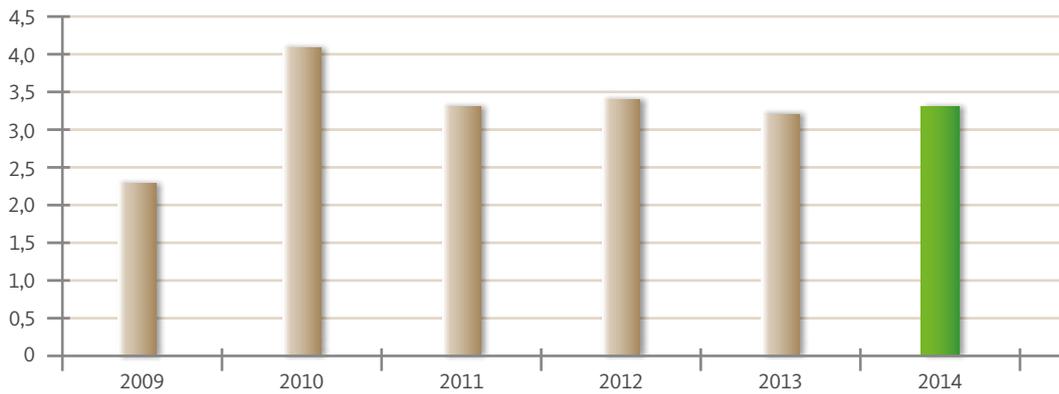


Abb. 4.14.:
Verlauf der
Krankenquote für
alle Mitarbeiter
der Neumarkter
Lammsbräu für
den Zeitraum
2009 -2014.

Krankenquote =
Bezahlte, krank-
heitsbedingte
Fehlzeiten /
Gesamten
Soll-Arbeitszeit.

4.2.1.2. Work Life Balance

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.

Gesundheitsmanagement

Seit 01.01.2014 gibt es bei der Neumarkter Lammsbräu ein Gesundheitsprogramm mit Bonussystem: Die Mitarbeiter können über das ganze Jahr hinweg durch verschiedene Aktivitäten (z. B. aktive Mitgliedschaft im Sportverein, Teilnahme an Stadt- und Firmenlauf Neumarkt, niedrige Cholesterinwerte etc.) Punkte sammeln. Ab 100 gesammelten Punkten wird jeder Punkt mit einem Euro vergütet. Insgesamt haben im Jahr 2014 von 117 Mitarbeitern 39 die Grenze von 100 Punkten überschritten und ihre Nachweise eingereicht, was 33 % der Gesamtbelegschaft entspricht. Sie durften sich im Januar 2015 über die zusätzliche monetäre Ausschüttung freuen.

Die Brauerei unterstützt die Mitarbeiter darüber hinaus gezielt durch betrieblich geförderte und koordinierte Gesundheitsangebote. So gibt es seit 2012 eine interne Mitarbeiter-Sportgruppe, die sich wöchentlich trifft (Walking im Sommer, Ganzkörpertraining im Winter). Die Teilnahme wird ebenso im o. g. Bonussystem mit Punkten honoriert.

Darüber hinaus wird regelmäßig an Gesundheitsaktionen der Krankenkassen teilgenommen, wie bspw. „Mit dem Rad zur Arbeit“, die gemeinsam vom ADFC und der AOK veranstaltet wird. Hier nahmen aus dem gesamten Landkreis Neumarkt 2014 550 Beschäftigte aus über 100 Betrieben teil. Seitens der Neumarkter Lammsbräu gab es 12 Mitarbeiter, die zwischen Juni und August an mindestens 20 Tagen mit dem Rad zur Arbeit fahren. Unter allen Teilnehmenden wurden Sachpreise und u. a. ein Wellness-Gutschein verlost, den eine Lammsbräu Mitarbeiterin gewann.

Darüber hinaus will die Brauerei mit internen Schulungen und Unfallnachbesprechungen die Gesundheit der Mitarbeiter erhalten und Arbeitsunfälle vermeiden. Eine Betriebsärztin begutachtet regelmäßig die Arbeitsbedingungen, die einzelnen Arbeitsplätze und ihre Umgebung, um gesundheitlichen Beeinträchtigungen der Mitarbeiter vorzubeugen.

In der monatlichen Mitarbeiterinformation gibt es ergänzend immer wieder Tipps und Tricks, wie sich jeder fit und gesund halten kann.

Arbeitsplatzmassagen, die Finanzierung der sportlichen Events „Neumarkter Stadtlauf“ und „Neumarkter Firmenlauf“, die Organisation sportlicher Mitarbeiter Aktionen (siehe Kap. 2.4.1.6.), die neu eingeführte Apfelbar zur Vitaminversorgung der Mitarbeiter in der kalten Jahreszeit sowie biologische und fair gehandelte Produkte (Kaffee, Tee, Milch etc.) im gesamten Unternehmen zur Unterstützung einer gesunden Lebensweise runden das Angebot des Unternehmens im Gesundheitsbereich ab.

Tarifvertrag

Die Bezahlung aller Mitarbeiter erfolgt nach dem Tarifvertrag für bayerische Mittelstandsbrauereien. Darüber hinaus bezahlt die Brauerei Leistungslohn und Prämien beim Erreichen der vereinbarten Ziele. Es gibt keine geschlechterabhängige Entlohnung, so dass alle Mitarbeiter gleich eingruppiert sind. Die Mitarbeiter bekommen zusätzlich zur übertariflichen Bezahlung und dem unter Brauereien üblichen Hastrunk ein Weihnachtsgeld als 13. Gehalt, Urlaubsgeld sowie auf Wunsch eine betriebliche Altersvorsorge und Krankenzusatzversicherung finanziert.

Flexible, familiengerechte Arbeitszeitmodelle und Kinderbetreuung

In der Neumarkter Lammsbräu arbeiten die Mitarbeiter in Voll- und Teilzeit sowie als Minijobber. Auszubildende (Brauereiarbeiter & Mälzer sowie Industriekaufmann/frau) versucht



das Unternehmen grundsätzlich zu übernehmen, 2014 konnten 2 von 3 Auszubildenden weiter beschäftigt werden. Eine Auszubildende, junge Mutter von 3 Kindern, hat ihre Teilzeitausbildung zur Bürokauffrau bei uns beendet. Die Neumarkter Lammsbräu beteiligte sich an dem vor 4 Jahren ins Leben gerufenen Programm, dessen Ziel es ist, jungen Müttern in Teilzeit eine Ausbildung zu ermöglichen. „Das Hauptlob gebührt den Frauen, die sich das Ganze zutrauen. Als Firma kriegt man das dann schon irgendwie hin“, so Josef Fürst, Verwaltungsleiter und Prokurist der Neumarkter Lammsbräu.

Es gibt Gleitzeitmodelle mit Kernzeiten, Verträge mit Abrechnung auf Stundenbasis als auch Vertrauensarbeitszeit, die sich an den zu erfüllenden Aufgaben orientiert. Flexible Arbeitszeitmodelle werden von etwa einem Viertel der Mitarbeiter in Anspruch genommen. Insbesondere für Mütter, die nach der Babypause langsam wieder ins Arbeitsleben zurückkehren wollen, sind Teilzeitmodelle, Home Office sowie Ferienbetreuung für Kinder sehr attraktiv.

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

Die Neumarkter Lammsbräu arbeitet mit ihren Bio-Landwirten sehr eng zusammen und pflegt ein vertrauensvolles Verhältnis mit ihnen. 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.

Der Dialog zwischen EZÖB und Neumarkter Lammsbräu wird sowohl durch die jährliche Mitgliederversammlung als auch durch vier Vorstands- / Beiratstreffen und Schulungsangeboten gestärkt. So findet seit 2012 einmal im Jahr ein eigens für die EZÖB-Landwirte konzipiertes Seminar statt, in dem bspw. 2014 über Getreidezüchtungs-

projekte, Maschinen speziell für die ökologische Landwirtschaft und die Einbeziehung der EZÖB in die Projekte der Ökomodellregion Neumarkt im Fokus standen. Wir konnten im Jahr 2014 16 neue Landwirte gewinnen, die uns nun zusätzlich mit Braurohstoffen beliefern. Ein Highlight im Jahr 2014 stellte das 25 jährige EZÖB-Jubiläum dar, das gebührend gefeiert wurde: die Bio-Landwirte haben sich 1989 zur EZÖB zusammengeschlossen und beliefern seitdem die Neumarkter Lammsbräu mit ökologisch angebauten Braurohstoffen.

4.2.2.2. Unsere Kunden

Genau wie bei den Lieferanten sind auch bei den Kunden der Neumarkter Lammsbräu Langfristigkeit und Verlässlichkeit wichtige Grundvoraussetzungen für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Dies betrifft sowohl den überregionalen Handel und die regionale Gastronomie 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 mit dazu gehörigen Informationen vor und unterstützen Händler bei Aktionen und Werbemaßnahmen.

Den Gastronomiekunden bietet die Brauerei Produktschulungen an, in denen beispielsweise vermittelt wird, wie eine optimale Ausschank- und Bierpflege aussehen kann. Auf Wunsch werden mit dem Kunden sogar komplette Konzepte und Finanzierungsmöglichkeiten erarbeitet.

Für regionale Feste stellt die Brauerei das Festequipment von den Garnituren über Ausschank- und Kühlwagen bis hin zu den Theken und deren Dekoration. Sie liefert den technischen Service und organisiert bei Bedarf die brauereiinterne Schäfflertanzgruppe.

Um die Zusammenarbeit mit unseren Partnern aus Handel und Gastronomie weiter zu stärken, bietet die Neumarkter Lammsbräu seit Herbst 2013 sogenannte „Impulstage“ an. Hier geht es darum, den Kunden Fachwissen und alltagstaugliche Hinweise als Impuls anzu-



bieten, die sie in ihrem eigenen Betrieb gut umsetzen können. Themenschwerpunkte 2014 waren unter anderem „Spielregeln für den eigenen Betrieb, Führung mit klaren Regeln und Strukturen sowie Einbindung der Mitarbeiter“, „Guter Service, Verkaufsstrategien und Beratungstraining“, „Schaffung eines Wohlfühl-Ambientes als Marketing Instrument“ sowie „Der Weg eines Bio-Bauers zum mittelständischen Bio-Unternehmen (Biohotel)“. Im letzten Workshop hat beispielsweise der frühere Bio-Bauer Simon Tress im Rahmen eines Kochworkshops gezeigt, wie man Fleisch köstlich zubereiten kann und auch die Bestandteile eines Tieres verwertet, die normalerweise im Abfall landen.

4.2.2.3. Unsere Netzwerke

Die Neumarkter Lammsbräu engagiert sich in etlichen Unternehmensinitiativen, aber auch in verschiedenen ehrenamtlichen und sozialen Netzwerken, um auch auf diesem Weg „nachhaltiges Gedankengut“ zu verbreiten.

Durch die nationale und internationale Bekanntheit der Unternehmensmarke „Neumarkter Lammsbräu“ und ihr ganzheitliches Nachhaltigkeitskonzept ist die Brauerei für Stadt und Landkreis Neumarkt ein weithin sichtbares Aushängeschild. In der Kommune und in 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 bürgerliches Engagement auszeichnen. Beispielsweise werden durch die Brauereifamilie schon seit Jahren regional-lokale Initiativen unterstützt. Dazu gehören die lokale Agenda 21-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 Hemma Ehrnsperger, die Gattin des Brauerei-Inhabers, Vorsitzende ist. Seit 2014 engagiert sich die Neumarkter Lammsbräu für Projekte, die in der Ökomodellregion LK Neumarkt umgesetzt werden sollen (siehe Kap. 3.3.).

Darüber hinaus betreibt die Neumarkter Lammsbräu aktive Netzwerkarbeit in verschiedenen Organisationen und Gremien, wie zum Beispiel der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL), in der Lammsbräu-

Chefin Susanne Horn 2014 bei den Neuwahlen im Amt des Vorstandsmitglieds bestätigt wurde. Als Gründungsmitglied der AöL ist es der Brauerei ein großes Anliegen, eigene Erfahrungen und Erkenntnisse aus über 30 Jahren ökologischer Lebensmittelherstellung mit den anderen AöL-Partnern auszutauschen und gemeinsame Strategien zu entwickeln, um den Absatz ökologischer und nachhaltig hergestellter Lebensmittel weiter zu steigern. In diversen Arbeitskreisen werden Fragen zum betrieblichen Umweltmanagement, zu nachhaltigen Werbe- und Marketingstrategien oder grundlegende philosophische Fragen der ökologischen Lebensmittelherstellung diskutiert. Von der engen und aufrichtigen Kooperation profitieren alle.

Weitere Organisationen und Gremien, in denen sich die Brauerei seit Jahren engagiert: B.A.U.M. e.V. (Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management), die Freien Brauer (Vereinigung von unabhängigen Mittelstandsbrauereien), der Bioland Herstellerbeirat, die Klimaschutzinitiative (ein bundesweites branchenübergreifendes Unternehmensnetzwerk, das sich zum Ziel gesetzt hat, durch energetische Optimierungen einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten) sowie der BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren).

Auf kommunal-regionaler Ebene engagieren wir uns zum Beispiel in der Metropolregion Nürnberg (Steuerungskreis Nachhaltigkeit), der IHK Regensburg (Vollversammlung und Gremium) oder im Neumarkter Industriekreis (NMIK), einem Zusammenschluss von Neumarkter Unternehmen zur Zusammenarbeit im Bereich „Nachhaltiger Umweltschutz“ und seit 2010 im „Work Life Competence“ Netzwerk der Bertelsmann Stiftung. 2012 kam der Arbeitskreis Elektromobilität hinzu, in dem Neumarkter Unternehmen Erfahrungen mit dieser Antriebstechnologie austauschen, sowie der von Dr. Ehrnsperger initiierte Unternehmerstammtisch, der die Unternehmen im Landkreis Neumarkt zu nachhaltigem Wirtschaften im Einklang mit der Natur sensibilisieren möchte. 2014 stand das Thema „Postwachstumsökonomie“ ganz oben auf der Agenda. 2015 soll die „Integration von Biodiversität in Unternehmen“ angestoßen werden (siehe Kap. 6).



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 1.350 Brauereien. Die absolute Anzahl der Brauereien ist deutschlandweit in den letzten Jahren angestiegen. Mit 623 Braustätten hat knapp die Hälfte aller Brauereien ihren Sitz in Bayern. In keiner anderen Region der Welt gibt es eine derartige Dichte. Über 40 verschiedene Biersorten werden in Bayern gebraut und mit ca. 4.000 Marken sind rund 3/4 aller deutschen Biermarken ebenfalls in Bayern beheimatet, wie auch die mittelständische Neumarkter Lammsbräu⁹⁾.

Die Neumarkter Lammsbräu verfolgt als mittelständisches Unternehmen bei der Vermarktung ihrer Produkte eine eigene Strategie: Als weltweit größte und eine der wenigen 100 %-Bio-Brauereien bewegt sie sich in einer Nische. Alle Bio-Getränkesspezialitäten vom Bio-Bier über die Bio-Erfrischungsgetränke bis zum Bio-Mineralwasser sind

Premium-Produkte, die nicht zu Niedrigpreisen herzustellen sind. Sowohl die Natur, aus der alle benötigten Rohstoffe entnommen werden, als auch die Arbeit der Menschen, die an der gesamten Wertschöpfungskette der Bio-Produkte beteiligt sind, haben einen Wert, der im Endprodukt enthalten ist und im absoluten Gegensatz zur Preispolitik vieler konventioneller Brauereien steht.

Dabei ist der Bier-Konsum in Deutschland seit längerem rückläufig: Trank jeder Deutsche im Jahr 2000 knapp 126 Liter Bier, waren es 2013 nur noch knappe 106 Liter, wie Abbildung 4.15. illustriert, allerdings mit leicht ansteigender Tendenz in 2014¹⁰⁾. Im europäischen Vergleich steht Deutschland allerdings gar nicht schlecht da: Nur in Tschechien und Österreich wird mehr Bier getrunken.

Anders sieht es in der Bio-Lebensmittelbranche aus, die seit Jahren ein kontinuierliches Wachstum verzeichnet. Nach einer aktuellen Berechnung des von der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) koordinierten Arbeitskreises Biomarkt konnte der deutsche Bio-Markt 2014 ein Umsatzplus von 4,8 % auf 7,91 Mrd. € erreichen (2013: 7,55 Mrd. €).

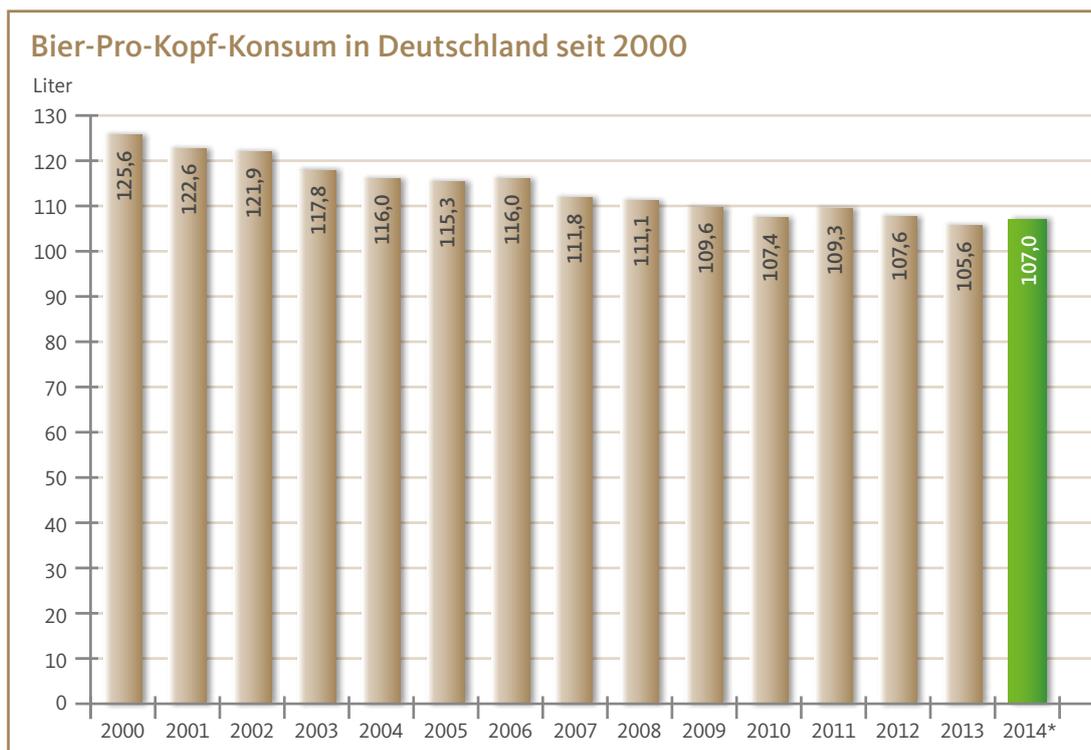


Abb. 4.15.: Pro-Kopf-Konsum von Bier in Deutschland in den Jahren 2000 - 2014 (in Litern).

*vorläufig geschätzt

Quelle: Homepage Bayerischer Brauerbund: Bier-Pro-Kopf-Konsum Deutschland seit 1991 (o. J.), URL: <http://www.bayrisch-bier.de/wp-content/uploads/2012/06/Bier-Pro-Kopf-Konsum-Deutschland-seit-1991.pdf>, Zugriff am 19.02.2014, Homepage deutscher Brauerbund (2014): Deutsche Brauer blicken auf ein erfolgreiches Jahr zurück, URL: <http://www.brauer-bund.de/presse.html>, Zugriff am 05.05.2015.

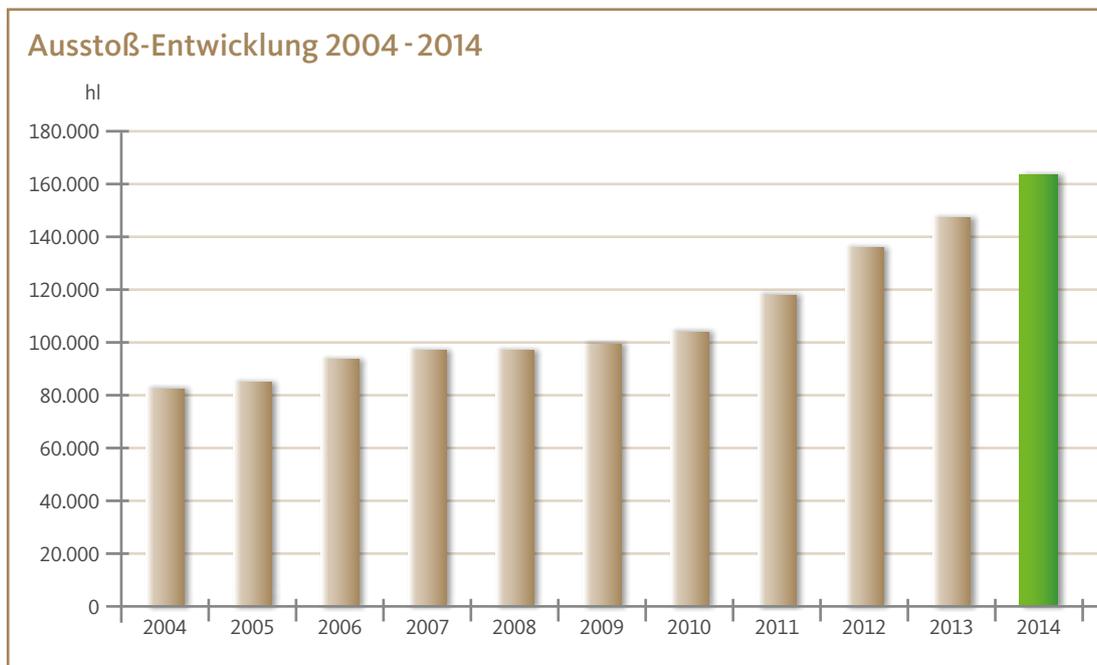


Abb. 4.16.: Ausstoß-Entwicklung der Neumarkter Lammsbräu für die Jahre 2004 - 2014.

„Der Megatrend Bio bleibt ungebrochen. Obwohl die Totalrevision der Öko-Verordnung wie ein Damoklesschwert über der ganzen Branche schwebt, wachsen Nachfrage und Verkaufsflächen rasant“, stellte Elke Röder, Geschäftsführerin des Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V., auf der Biofach-Presskonferenz in Nürnberg fest. Die Bio-Anbauflächen in Deutschland konnten 2014 etwas stärker zulegen als im Vorjahr, allerdings nahmen Bio-Betriebe und -Flächen weniger stark zu als das Marktwachstum. Aktuelle Schätzungen ergeben, dass die insgesamt ökologisch bewirtschaftete Fläche 2014 um rund 28.331 ha auf 1.089.000 ha angestiegen ist, was einer Zunahme von 2,7 % entspricht. Die Zahl der Bio-Betriebe stieg gleichzeitig auf 23.937 Betriebe an, was einer Zunahme von 666 Betrieben bzw. 2,9 % entspricht.

„Die Chancen für die Umstellung auf Ökologischen Landbau haben sich verbessert. Der Markt wächst, die Kunden wünschen sich Produkte aus einheimischer Erzeugung, es kommt zu Rohstoff-Knappheit bei den Verarbeitern. Gleichzeitig gelten ab 2015 neue und bessere Förderprogramme, die einen starken Anreiz für die Umstellung auf Ökolandbau setzen. Zum ersten Mal seit langem bieten ausnahmslos alle Bundesländer solche Programme an.“ führt der BÖLW-Vorsitzende Felix Prinz zu Löwenstein aus¹¹⁾¹²⁾. Durch diese Anreize wird der Ökolandbau voraussichtlich auch zukünftig ausgebaut werden.

Die Neumarkter Lammsbräu liegt mit der Entwicklung ihrer Ausstoßzahlen noch deutlich über dem Trend der Bio-Lebensmittelbranche: 2014 konnte sie ihren Ausstoß an Bio-Getränken auf über 163.000 Hektoliter steigern (siehe Abb. 4.16.) und mit knapp 19 Mio. € ein Umsatzplus von fast 12 % erzielen. Seit 2004 hat sich der Ausstoß ver-

doppelt. Dabei entwickelten sich 2014 sowohl die alkoholfreien als auch alkoholhaltigen Getränke gleichermaßen positiv.

„Wir haben 2014 im Branchenvergleich sehr gute Absatzzahlen erwirtschaftet. Und wir haben den Grundstock dafür gelegt, dass wir unseren Konsumenten auch weiterhin regional verankerte Qualität und umfassende Nachhaltigkeitsfortschritte garantieren können“, betont Susanne Horn, die Generalbevollmächtigte der Neumarkter Lammsbräu. „Für 2015 rechnen wir mit einem fortgesetzten, etwas moderateren Wachstum als zuletzt, da wir inzwischen im Naturkostfachhandel eine sehr gute Verbreitung erreicht haben.“

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 wie die Neumarkter Lammsbräu ein langfristiges und moderates Wachstum zu erreichen. Die Gier nach maximalen Profiten und Renditen hat schon einmal in die globale Finanzkrise geführt.

Die Neumarkter Lammsbräu strebt den langfristigen Erhalt des Unternehmens an und möchte als gesunder und gut funktionierender Betrieb an die nächste Generation der Ehrnsperger Familie übergehen. Dazu bedarf es eines lediglich moderaten Wachstums. Die Geschäftsleitung entscheidet sich manchmal sogar bewusst dagegen, Umsätze, Gewinne oder Mitarbeiterzahlen immer weiter zu erhöhen. Rein quantitatives Wachstum wird



sogar als eher schädlich betrachtet. „Als Unternehmen sind wir Teil des natürlichen Systems. Wachstum ist für uns daher auch nur in dem Maße denkbar, indem die Natur uns die Ressourcen dafür bereitstellt“, so bringt es Brauereihinhaber Dr. Franz Ehrnsperger auf den Punkt.

Als Teil des derzeit bestehenden Wirtschaftssystems erhebt die Neumarkter Lammsbräu betriebswirtschaftliche Kennzahlen, anhand derer das gesamte Unternehmen gesteuert wird. Die wichtigsten Kennzahlen werden im sogenannten „Lammsbräu-Cockpit“, einem aus Controlling-Kennzahlen bestehenden Werkzeug, monatlich von einem kleinen Kreis der Geschäftsleitung und Führungskräfte kontrolliert und bewertet. Dies ist die Voraussetzung dafür, dass die Geschäftsleitung negative Trends und Fehlentwicklungen erkennen und bei Bedarf sofort gegensteuern kann.

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.

	2012	2013	2014	Einheit
Umsatzerlöse	15.488,1	17.220,3	19.423,8	T EUR
Ausgaben für Rohstoffe (Bier und Alkoholfreie Getränke)	2.281,6	3.846,8	4.216,4	T EUR
Aufwendungen für Gehälter und Löhne	4.131,0	4.529,9	4.911,9	T EUR
Ausgaben für Spenden und Sponsoring	32.666	46.148	126.210	EUR

Tab. 4.14.: Ökonomische Kennzahlen der Neumarkter Lammsbräu für die Jahre 2012 - 2014.

4.4. Kultur

Das Jahr 2014 war wieder von unseren klassischen festlichen Aktivitäten in der Brauerei geprägt.

4.4.1. Unsere Hüttengaudi

Auch in diesem Jahr wurde die Dirndl- und Lederhosen-Saison mit unserer 6. und fast schon traditionellen Hüttengaudi eröffnet. Wie in den Jahren zuvor erhielt jeder Besucher in bayerischer Tracht ein Freigetränk. Die kleine Jurahalle war bald gut gefüllt, unter den Gästen waren wie immer auch einige Lammsbräu Mitarbeiter. Die regional bekannte Band „Gipfelstürmer“ sorgte für ausgelassene Stimmung, gegen den Durst halfen die leckeren Bio-Getränke unserer Brauerei.

4.4.2. Unser Bierdorf beim Altstadtfest

Vom 13. - 15. Juni 2014 fand in Neumarkt das alljährliche Altstadtfest statt. Auf die gesamte Neumarkter Innenstadt verteilt waren fünf Open-Air Bühnen aufgebaut, auf denen unterschiedliche Live-Musik gespielt wurde. Von Blasmusik bis zu Rock, Pop, Jazz und Latin war für fast jeden Musikgeschmack etwas dabei. Dazu gab es ein umfangreiches kulinarisches Angebot. 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, am Sonntagvormittag den musikalischen Frühschoppen oder am Nachmittag das Musikantentreffen genießen.

4.4.3. Wir auf dem Neumarkter Volksfest

Vom 8. - 18. August fand das alljährliche Neumarkter Volksfest statt. Der Besucherzuspruch war wohl nie so groß, es wurden ca. 300.000 Volksfestbesucher verzeichnet. Da die Neumarkter Lammsbräu in diesem Jahr das Festbier eingebraut und geliefert hat – wir wechseln uns mit den beiden anderen lokalen Brauereien ab –, präsentierten sich bereits am Eröffnungsfreitag die Schäffler. Hierzu gab es einen Freibierauschank für die Neumarkter Bürger vor dem Rathaus. Anschließend hat in den Festhallen Neumarkts Oberbürgermeister Thomas Thumann das erste Fass mit zwei gezielten Schlägen angestochen.



Am darauf folgenden Sonntag zeigten sich die Geschäftsleitung sowie die Brauerei-Mitarbeiter in Lammsbräu-Trachten auf dem Neumarkter Volksfestzug, den rund 20.000 Zuschauer anschauten. Die Neumarkter Lammsbräu verschenkte kleine Präsenten.

Während der Volksfestzeit wurden an einem Abend alle Lammsbräu-Mitarbeiter eingeladen, sich bei Speis und Trank auf dem Volksfest zu treffen und miteinander das eigens gebraute Bier zu genießen und zu feiern. Ein weiterer wertvoller Beitrag zur Stärkung des Miteinanders unter den Kollegen (siehe Kap. 2.4.1.5.).

4.4.4. Unser Erntedankfest

Höhepunkt der Festesaison war auch 2014 das Erntedankfest. Diesmal hatten wir ein besonderes Highlight im Vorabendprogramm geboten: Der Auftritt von Martina Schwarzmann war schon Monate im Voraus komplett ausgebucht! Die preisgekrönte Kabarettistin präsentierte ihr Programm „Gscheid gfreid“ und sorgte für unglaubliche Stimmung im Publikum. Am Tag darauf war auf dem Gelände der Neumarkter Lammsbräu wie immer einiges geboten. Es gab mehrere Brauereiführungen und einen Kunst- und Hobby-Handwerkermarkt mit rund 40 Ständen aus der Region. Das Sortiment reichte von Filz-, Holz- oder Wollprodukten bis hin zu Schmuck, Keramik oder Honig. Tongefäße und Besen wurden sogar direkt vor Ort hergestellt. Für die musikalische Unterhaltung sorgten die beiden bayerischen Musikbands „De‘ Verkead‘n“ und „D‘ Spreißler“. Die Lammsbräu Schächflertanzgruppe präsentierte ihren originellen, traditionellen Tanz. Vielfältige kulinarische Spezialitäten und das Lammsbräu-Getränkessortiment sorgten für das Wohl unserer Gäste. Auch für die Kinder gab es ein tolles Angebot: Neben Bastelständen, einem Zauberer und Kutschfahrten gab es einen „mobilen Zoo“ als Highlight. Unter Anleitung konnten hier ein Skorpion und andere exotische Tiere betrachtet werden.

Das schöne Wetter und der große Besucherandrang machten das Erntedankfest zu einem gelungenen Abschluss der Festesaison.

⁷⁾ Verkehrs Rundschau 51-52/2010, S. 37.

⁸⁾ United Nations: Convention on biological diversity (1992), URL: <http://www.cbd.int/doc/legal/cbd-en.pdf>, Zugriff am 03.03.2015.

⁹⁾ Bayerischer Brauerbund e.V.: Entwicklung der Zahl der Braustätten in den einzelnen Bundesländern (o. J.), URL: <http://www.bayrisch-bier.de/bier-wissen/die-brauereien/>, Zugriff am 18.02.2015.

¹⁰⁾ Statista: Pro-Kopf-Konsum von Bier in Deutschland in den Jahren 1950 bis 2014 (in Liter) (2015), URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/4628/umfrage/entwicklung-des-bierverbrauchs-pro-kopf-in-deutschland-seit-2000/>, Zugriff am 18.02.2015.

¹¹⁾ Bio Verlag GmbH: Bio-Markt wächst auf 7,91 Milliarden Euro (10.02.2015), URL: <http://bio-markt.info/berichte/bio-markt-waechst-auf-791-milliarden-euro-17895.html>, Zugriff am 26.02.2015

¹²⁾ Bund für ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW): Zahlen, Daten, Fakten – die Biobranche 2015 (02.2015), URL: http://www.boelw.de/fileadmin/Dokumentation/Rechtstexte/BOELW_ZDF_2015_web.pdf, Zugriff am 26.02.2015.



„Als oberpfälzer Familienbrauerei mit einer mehr als 380jährigen Geschichte fühlen wir uns natürlich immer auch der heimischen Brautradition verpflichtet.

Mit unserem Ökologischen Reinheitsgebot versprechen wir deshalb, dass auch in Zeiten von Agrochemie und Gentechnik nur das in unser Bier gelangt, was dort auch tatsächlich hingehört: Wasser, Hopfen und Malz – und garantiert keine Schadstoffe.“

Stefan Feimer, Prozessverantwortlicher für die zentrale Produktion der Neumarkter Lammsbräu

5. QUERSCHNITTSBETRACHTUNG



Die Bio-Branche wächst rasant. In Deutschland hat sich ihr Umsatz in den letzten zehn Jahren verdoppelt, weltweit seit der Jahrtausendwende sogar vervierfacht. Mit der Ausdehnung des Marktes haben jedoch auch Fehlentwicklungen und Betrugsfälle zugenommen. Um die Branche für die Zukunft zu rüsten, hat die EU-Kommission im März 2014 den Entwurf einer neuen EU-Öko-Verordnung vorgelegt. Anstatt jedoch die bestehende Verordnung weiterzuentwickeln, hat sie eine völlige Neufassung entworfen – und damit einen Sturm der Entrüstung ausgelöst.

Insbesondere der Vorschlag, strengere Grenzwerte für Pestizide und andere Schadstoffe festzulegen, stößt auf harsche Kritik. Hier würde das Verursacherprinzip auf den Kopf gestellt. Bio-Bauern würden für Verunreinigungen in Haftung genommen, die sie nicht zu verantworten hätten – beispielsweise wenn Schadstoffe von benachbarten konventionellen Feldern auf ihre eigenen Äcker und Produkte gelangen. Andererseits bleiben die Weiterverarbeitung und der Import von Bio-Lebensmitteln nach wie vor in einer Grauzone.

Bundestag, Bundesrat, Bauernverband, Verbraucherverbände und Handel lehnen den von der EU-Kommission vorgelegten Entwurf rundherum ab. Sie fürchten, dass die Bio-Branche nicht gestärkt, sondern geschwächt wird und die Zahl der Bio-Betriebe in Deutschland und Europa abnehmen wird. Das würde bedeuten, dass in Zukunft noch mehr Bio-Produkte aus China oder Übersee importiert werden müssten – eine fatale Entwicklung, die es zu verhindern gilt.



5.1. Gemeinsam für mehr Bio in Europa!

Bereits im März 2014 stellte die EU-Kommission unter Federführung des damaligen EU-Agrarkommissars Dacian Cioloș Pläne für eine tiefgreifende Neufassung der EU-Öko-Verordnung vor, die zuletzt 2007 reformiert worden war¹³). Angesichts des rasanten Wachstums der biologischen Lebensmittelwirtschaft, die ihren Umsatz allein in Deutschland binnen zehn Jahren auf über 7,9 Milliarden Euro mehr als verdoppelt hat, ist eine Anpassung durchaus nachvollziehbar¹⁴).

Wer jedoch erwartet hat, dass die Kommission mit ihrer Revision den Biolandbau in Europa stärken und dafür die grundlegenden Vorschriften weiterentwickeln würde, musste sich vom Gegenteil überzeugen lassen: „Wir beurteilen den Entwurf extrem kritisch“, sagt Bioland-Präsident Jan Plagge in aller Deutlichkeit. Der Verband teilt die Ziele des Entwurfs, die Hürden zum Umstieg auf Biolandbau zu beseitigen, einen fairen Wettbewerb zu garantieren, das Verbrauchervertrauen zu sichern und damit insgesamt die nachhaltige Entwicklung des Ökolandbaus zu fördern. „Doch mit dem Entwurf werden diese Ziele nicht erreicht“, betont der Bioland-Präsident – und fürchtet sogar das Gegenteil des anvisierten Ziels: „Die Umstellung auf ökologische Anbauverfahren würde in Deutschland deutlich erschwert, was zur Folge hätte, dass immer mehr Bio-Produkte importiert werden müssten.“

Da heißt es beispielsweise in Artikel 20 des Entwurfs: Produkte, „in denen Erzeugnisse oder Stoffe, die nicht gemäß Artikel 19 zugelassen wurden, in Mengen nachgewiesen werden, die über die insbesondere unter Berücksichtigung der Richtlinie 2006/125/EG festgelegten Schwellenwerte hinausgehen, dürfen nicht als ökologisch/biologisch vermarktet werden.“ Was hier in schwer verständlichem Bürokratendeutsch festgehalten ist, heißt nichts anderes, als dass Bio-Lebensmittel chemische Pflanzenschutzmittel und andere Schadstoffe nur in sehr geringen Mengen – nämlich unterhalb der festgelegten Schwellenwerte – enthalten dürfen und praktisch rückstandsfrei sein sollen.

Mit dem Ziel, Schadstoffe weitgehend zu eliminieren, geht die Kommission zunächst einmal auf Verbraucherwünsche ein: 45.000 Teilnehmer aus ganz Europa haben in einer Online-Befragung „hohe Erwartungen (...) in Bezug auf Rückstände von Erzeugnissen und Stoffen“ geäußert, „die für die Verwendung der ökologischen Produktion nicht zugelassen sind.“ Letztlich konnte bei einer solchen Befragung nichts anderes herauskommen. Denn Kunden erwarten bei Obst, Gemüse, Käse, Fleisch oder weiter verarbeiteten Lebensmitteln aus dem Bio-Laden nun einmal, dass all diese Produkte weitgehend schadstofffrei sind und keinerlei gentechnisch veränderte Organismen enthalten. In der Regel ist das auch so. Schließlich sind all diese Stoffe im Biolandbau verboten.

Was aber, wenn ein Bio-Erzeuger sich an alle Regeln hält und seine Produkte dennoch Spuren von nicht zugelassenen Stoffen enthalten? Beispielsweise weil konventionell wirtschaftende Betriebe auf Nachbargrundstücken Pestizide einsetzen und diese über den Wind oder das Grundwasser auf den Bio-Acker gelangen? Oder wenn gentechnisch veränderte Stoffe im Bio-Honig nachgewiesen werden, weil die Bienen auch auf Felder fliegen, auf denen solche – im Biolandbau verbotenen – Pflanzen blühen? Oder wenn das schwer abbaubare Insektizid Lindan noch immer in Spuren nachweisbar ist, obwohl es seit langem nicht mehr verwendet wird?

Damit würde das Verursacherprinzip auf den Kopf gestellt. „Dies wäre eine Abkehr von der Bewertung der ökologischen Produktionsweise inklusive ihrer positiven Wirkungen auf Nutztiere, Ressourcen, Umwelt und Artenvielfalt“, kritisiert Bioland-Präsident Plagge. „Im Ergebnis führt dies zu zwei unterschiedlichen Standards der Lebensmittelsicherheit: Konventionelle Waren dürfen weitaus höher belastet sein als ökologisch produzierte Lebensmittel.“

„Wenn das kommt, dann können wir den Biolandbau in ein paar Jahren komplett vergessen“, ist sich Susanne Horn, die Generalbevollmächtigte der Neumarkter Lammsbräu, sicher, „er wäre nur noch im Treibhaus möglich.“ Die Lammsbräu-Chefin begründet ihre Einschätzung durch eigene Erfahrungswerte.



„Da ich auf einem Bauernhof aufgewachsen bin und mit der Arbeit in der Landwirtschaft vertraut bin, ist mir von Kindheit an die Nachhaltigkeit meines Handelns bewusst. Unter Nachhaltigkeit verstehe ich generationsübergreifende Verantwortung für Mensch und Natur zu übernehmen. Die Neumarkter Lammsbräu als familiengeführtes Traditionsunternehmen verbindet traditionell mit modern – alles auf Hinblick mit Nachhaltigkeit. Zukunftsweisende Investitionen werden von langer Hand durchdacht, geplant und mit wohlüberlegten Schritten durchgeführt. Die neuen Erkenntnisse in Bezug auf Umwelt, Energie und Qualität werden durch Schulungen in unserem Betrieb immer wieder vermittelt.“

Petra Gruber, Mitarbeiterin der Neumarkter Lammsbräu

Bio-Bauern würden nach dem jetzigen Entwurf für Verunreinigungen haftbar gemacht, für die sie nicht verantwortlich sind. Man muss kein Hellseher sein, um vorherzusagen, dass sich ein Bauer unter solchen Voraussetzungen zweimal überlegt, auf Biolandbau umzustellen. Ja mehr noch: Manch einer wird sich gezwungen sehen, zum konventionellen Wirtschaften zurückzukehren.

„Man muss an der Stelle die Diskussion darüber eröffnen, wer für welche Schäden die Kosten übernimmt“, fordert Alexander Beck, geschäftsführender Vorstand der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL). „Wenn der Staat die Anwendung von Pestiziden in der Landwirtschaft großzügig toleriert und unsere Gesellschaft das akzeptiert, dann müsste der Staat dafür auch in Haftung genommen werden können, wenn konventionell wirtschaftende Landwirte Pestizide sachgerecht anwenden, dabei aber versehentlich Felder von Bio-Landwirten verunreinigen.“ Die Bio-Akteure und ihre Kunden dafür in Haftung zu nehmen, wie es der Kommissionsvorschlag vorsieht, gehe gar nicht: „Gewinne werden privatisiert, Folgekosten sozialisiert – und der Staat hält die Hand drüber.“

Der Deutsche Bundestag hat sich bereits im Oktober 2014 – wie schon zuvor Bundesregierung und Bundesrat – eindeutig gegen den Entwurf der EU-Kommission ausgesprochen: „Die Kommission hat (...) einen Vorschlag zur Revision der EU-Ökoverordnung vorgelegt, der die geltenden gesetzlichen Rahmenbedingungen bedeutend verändert. Dieser Revisionsentwurf birgt insbesondere auf Grund seiner deutlich überzogenen Anforderungen die Gefahr, dass das stetige Wachstum ökologischer Produktion und ökologisch wirtschaftender Betriebe ausgebremst wird. Um die positive Entwicklung des ökologischen Landbaus weiterhin zu ermöglichen, ist eine Totalrevision des bewährten EU-Regelwerks nicht erforderlich. Das gegenwärtige Regelwerk sollte beibehalten sowie punktuell und gezielt fortentwickelt werden.“

Nach heftiger Kritik aus verschiedenen europäischen Ländern stimmte der Agrarministerrat im vergangenen Dezember über einen „Sachstandsbericht“ zur geplanten Reform ab, der unter italienischer Federführung ausgearbeitet wurde und mit dem die Kommission auf Wünsche und Kritik aus den Mitgliedsstaaten reagierte¹⁵⁾. Der deutsche Landwirtschaftsminister Christian Schmidt enthielt sich bei der Abstimmung der Stimme und positionierte sich nicht eindeutig – trotz der klaren Ablehnung von Bundesregierung und Bundestag. Einzig die Landwirtschaftsminister Österreichs und der Niederlande stimmten dagegen.

Die EU-Kommission kann also weiterhin an einer Totalrevision der EU-Öko-Verordnung arbeiten. Und damit droht nach wie vor die Forderung nach vollkommener Gift- und Rückstandsfreiheit. Im Sachstandsbericht, der im Dezember vorgelegt wurde, heißt es dazu lediglich: „Grenzwerte für Rückstände von Substanzen, die in der ökologischen Produktion nicht erlaubt sind“, „erfordern weitere Beratungen auf politischer und technischer Ebene“. Dies wird in Abstimmung zwischen EU-Ministerrat und EU-Parlament geschehen. Was dabei herauskommt, ist nach wie vor ungewiss.

In anderen Bereichen ist die Kommission ihren Kritikern allerdings entgegen gekommen: So ist vermutlich das im ersten Entwurf geplante Verbot vom Tisch, innerhalb eines Betriebes auf einem Teil der Fläche nach ökologischen Anbaukriterien zu wirtschaften und auf einem anderen konventionell. „Beibehaltung des Status quo für gemischte Betriebe“, heißt es jetzt in der Vorlage. Dabei wäre diese Änderung durchaus geeignet gewesen, den Biolandbau weiter zu stärken. Die Regelung, wonach ein Betrieb sowohl konventionell als auch biologisch wirtschaften darf, war bereits umstritten, als sie vor Jahren eingeführt wurde. „Auch wir von der Neumarkter Lammsbräu sehen dies kritisch, wir wollen 100 Prozent Bio und keinerlei Ausnahmeregel“, betont Susanne Horn, „das würde die Glaubwürdigkeit der Bio-Branche insgesamt erhöhen.“



Ähnlich urteilt der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) in einer Stellungnahme: Bei der Herstellung von Bio-Produkten gehe „die Grenze des Machbaren immer mehr Richtung 100 Prozent – gerade weil Bio wächst und damit mehr Zutaten in ökologischer Qualität verfügbar sind. Dem sollte in der EU-Öko-Verordnung über Anpassungen an den richtigen Stellen Rechnung getragen werden.“

Dies gilt auch für die neu in den Entwurf eingeführte „Möglichkeit der Verwendung von nichtbiologischen Zutaten bei der Erzeugung von Lebens- und Futtermitteln“. Auch hier nimmt sich die EU-Kommission die Chance durch klare Regeln und Vorgaben die gesamte Branche zu stärken.

Völlig ungeklärt bleibt die Weiterverarbeitung. Wann beispielsweise ist ein Aroma ein Bio-Aroma? Und was ist der Unterschied zu einem natürlichen Aroma? Die EU-Kommission bleibt in ihrem bisherigen Entwurf auf solche Fragen eine Antwort schuldig. Damit arbeiten nicht nur verarbeitende Betriebe von Bio-Lebensmitteln weiterhin in einer ungeregelten Grauzone, der Verbraucher muss sich auch darauf verlassen, dass die jeweiligen Firmen verantwortlich handeln und den Begriff „Bio“ selbst mit Leben füllen. Zu 100 Prozent garantiert ist das aber nicht.

„Die Vorgaben im Bio-Recht – gerade für Unternehmen des Handels und der Verarbeitung - sind relativ schwach“, beschreibt die AöL in einer Stellungnahme die Situation. „Dies führt dazu, dass Unternehmen sehr schnell in den Markt einsteigen und dort z. B. auch zu Preisverwerfungen beitragen. Einer der wichtigen Gründe dafür, dass trotz verknappter Rohware die Preise am Markt weiter sinken.“ Dadurch würden Bio-Bauern trotz dynamischer Nachfrage seit Jahren immer weniger wettbewerbsfähig. Dass die Erzeugerpreise für Bio-Waren zu den konventionellen „nicht den nötigen Abstand aufweisen“, ist „eine entscheidende Ursache für die Stagnation der Entwicklung des Ökolandbaus in unserem Land.“¹⁶⁾

Nicht besser sieht es bei den Regeln für den Import von Bio-Lebensmitteln aus: Die EU-Kommission sieht zwar, dass die Käufer erwarten, dass „eingeführte biologische Erzeugnisse Anforderungen erfüllen, die denen der Union gleichwertig sind“. Wie dies erreicht werden soll bleibt aber weiterhin unklar. Hauptproblem bei importierten Bio-Produkten aus Ländern außerhalb Europas ist die Überwachung der Kontrollstellen. Wie die bestehenden Sicherheitslücken geschlossen werden können, dazu hat die EU-Kommission bisher aber keinen Vorschlag gemacht. Das wäre ein deutlicher Fortschritt, weil auf Grund der Marktentwicklung der Import von Bio-Lebensmitteln immer wichtiger wird.

In Europa will die EU-Kommission der staatlichen Lebensmittelüberwachung die Kontrolle für Bio-Lebensmittel und -Futtermittel übertragen und das nicht nur in Deutschland bewährte Öko-Kontrollsystem aushebeln, demzufolge privatwirtschaftlich organisierte Öko-Kontrollstellen unter behördlicher Überwachung prüfen und zertifizieren.

Nach wie vor planen sowohl die EU-Kommission als auch das EU-Parlament alle „biologisch wirtschaftenden Unternehmer“ – von Kleinstbetrieben abgesehen – zu verpflichten, ein Umweltmanagementsystem einzuführen, wie es die Neumarkter Lammsbräu seit vielen Jahren hat und mit großem Erfolg dazu nutzt, das eigene Wirtschaften immer umweltgerechter zu gestalten. Die Landwirtschaft soll in diese Regelung nicht einbezogen werden.

Ein Jahr nachdem die Kommission den ersten Entwurf zur Revision der EU-Ökoverordnung vorgelegt hat, lässt sich festhalten, dass sie zumindest zum Teil auf die Kritik reagiert hat, die sowohl nationale Regierungen als auch Vertreter der Bio-Verbände geäußert haben. Etliche Vorschriften und Paragraphen wurden überarbeitet oder zurückgenommen, andere neu aufgenommen. Vom Grundsatz her arbeitet die EU-Kommission in Abstimmung mit EU-Agrarministerrat und EU-Parlament aber



nach wie vor an einer Totalrevision. Dabei droht insbesondere die Einführung einer Null-Komma-Null-Prozent-Grenze für Pestizide und andere Schadstoffe. Gleichzeitig bleiben die Weiterverarbeitung von Bio-Lebensmitteln und ihre Einfuhr ohne verbindliche Regeln bzw. funktionierende Überwachung.

„Der von der EU-Kommission vorgelegte Revisionsentwurf untergräbt unser zentrales Bestreben, die Biobauern in unserer Region zu stärken und zukünftig immer mehr Bio-Rohstoffe aus der direkten Umgebung zu beziehen“, betont Susanne Horn. Es würde in der Region Neumarkt dann nicht mehr Bio-Produzenten geben, sondern weniger. Und das Ziel der Neumarkter Lammsbräu, bis zum Jahr 2025 möglichst 100 Prozent aller Braurohstoffe aus der Region zu beziehen, würde in unerreichbare Ferne rücken.

¹³⁾ Europäische Kommission: Verordnung des europäischen Parlaments und des Rates (24.03.2014), URL: http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Themen/Recht/EU-Oeko-Verordnung_Revisionsentwurf.pdf, Zugriff am 10.03.2015.

¹⁴⁾ Bund für ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW): Zahlen, Daten, Fakten – die Biobranche 2015 (02.2015), URL: http://www.boelw.de/fileadmin/Dokumentation/Rechtstexte/BOELW_ZDF_2015_web.pdf, Zugriff am 10.03.2015.

¹⁵⁾ Bundeslandwirtschaftsministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Vorschlag für eine VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen sowie zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. XXX/XXX des Europäischen Parlaments und des Rates [Verordnung über amtliche Kontrollen] und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 (2014), URL: <http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/OekologischerLandbau/PM-328-Agrarrat-Oekolandbau.pdf>, Zugriff am 10.03.2015.

¹⁶⁾ Quelle: Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller: Stellungnahme zur Aufnahme von Umweltleistungen für Verarbeiter und Händler in die Öko-Verordnung (09.03.2015), URL: http://www.aoel.org/fileadmin/aoel/dokumente/Aoel-Stellungnahme_Aufnahme_von_Umweltleistungen_in_die_Oeko-Verordnung_20150309_2_.pdf, Zugriff am 12.03.2015.



„In jeder Flasche unserer Getränke stecken nicht nur beste Zutaten und ein vollendetes Geschmackserlebnis, sondern immer auch das Versprechen, das wir jedes Jahr noch besser werden wollen.“

Dominik Weismann, Prozessverantwortlicher für die Füllerei der Neumarkter Lammsbräu

6. UNSERE NACHHALTIGKEITSZIELE

Jedes Jahr noch besser werden! So lautet das Ziel der Neumarkter Lammsbräu für alle im Bereich Nachhaltigkeit relevanten Themen. Bei jedem neuen Vorhaben setzen wir deshalb Zielmarken – um am Ende des Jahres zu prüfen, was erreicht worden ist oder wo eventuell noch nachjustiert werden muss.

Wir haben 2014 sowohl den Wasser- als auch den Wärme- und Stromverbrauch sowie die Treibhausgasemissionen am Betriebsstandort selber pro Hektoliter Verkaufsgetränk stärker verringern können, als ursprünglich geplant. Obwohl wir uns ambitionierte Ziele gesetzt hatten, konnten wir sie im Strombereich um fast zehn Prozent übertreffen, im Wärmebereich um fast fünf Prozent. Wir begreifen Klimaschutz als eine Langfristaufgabe und werden deshalb bis 2025 jedes Jahr die Latte nochmals deutlich höher legen. Dabei versuchen wir kontinuierlich, unsere Produktionsabläufe zu optimieren, Logistik und Gebäudemanagement zu verbessern oder auch durch noch regionalere Rohstoffbeschaffung Transportemissionen einzusparen und gleichzeitig die Erzeuger vor Ort zu stärken.

2013 hatten wir unser Abfallaufkommen bereits reduzieren können durch eine Umstellung auf 60 % wiederverwertbare Plastikeinlagen statt Pappe im Bereich der Neuglaslieferungen als Zwischenlage, 2014 konnten wir diesen Wert auf 90 % steigern. Auch das taten wir im Wissen, dass Ressourcenschonung immer auch Klimaschutz bedeutet.

Nicht zuletzt investieren wir in den Schutz des Trinkwassers und die Artenvielfalt vor Ort. 2014 haben wir deshalb das Quelleinzugsgebiet unseres Wassers kartiert und den Antrag gestellt, es durch die Ausweisung eines Wasserschutzgebiets langfristig zu sichern.

Nachfolgend werden ökologische, soziale, ökonomische und kulturelle Ziele mit ihrem jeweiligen Status quo dargestellt. Die rechte Spalte „Erfüllungsgrad“ verdeutlicht, in welchem Maß die angestrebten Ziele erreicht wurden. Unter „Umsetzung“ sind die konkreten Schritte beschrieben, die dafür angestrebt und überwiegend realisiert wurden.

6.1. Ökologie

Ziele für 2013 -2014	Umsetzung	Erfüllungsgrad
Senkung des gesamten spezifischen Wasserverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 6 hl/hl Verkaufsgetränk	Reduzierung der CIP-Zyklen, Überprüfung der Vakuumpumpe, Auswertung Wassersparkonzept, Schulung/Sensibilisierung der Bedienenden	Ziel erreicht
Senkung des gesamten spezifischen Stromverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 14,5 kWh/hl Verkaufsgetränk	Optimierung des Stromnetzes und Stromverbrauches als smart grid = intelligente Steuerung, Einsparpotentiale LED nutzen, Optimierung der Lüftungsanlage im Flaschenkeller	Ziel erreicht
Senkung des gesamten spezifischen Wärmeverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 48,5 kWh/hl Verkaufsgetränk	Aufbau eines übergreifenden Energiekonzeptes zur Wärmeversorgung mit Maßnahmenpaketen, energetische Optimierung der Darre	Ziel erreicht
Reduzierung der CO ₂ -e im Einflussbereich des Unternehmens (Scope 1 und 2) auf 10,5 kg CO ₂ -e/hl Verkaufsgetränk	Entwicklung eines Energiekonzeptes zur betrieblichen Eigenversorgung; Umsetzung der Klimaschutzmaßnahmen	Ziel erreicht
	Mitarbeiter für nachhaltige Themen sensibilisieren, z. B. durch interne Schulungen zu Klimastrategie-Maßnahmen	
	Umstellung der Energieversorgung auf regenerative Energiequellen	
Förderung des Trinkwasserschutzes	Kartierung des Wassereinzugsgebiets der haus-eigenen Brunnen und Antrag auf Ausweisung als Wasserschutzgebiet	Ziel erreicht
	Fortsetzung der wasser on... s'cool tour für Kinder der Grund- und weiterführenden Schulen in Zusammenarbeit mit dem Institut für innovative Bildungskonzepte (i!bk)	
	Neues Infomaterial zum Thema Wasser	
Förderung von Biodiversität	Umsetzung von zwei Kulturlandplänen mit Landwirten der EZÖB, Review bei beiden 2010 durchgeführten Kulturlandplänen	Ziel erreicht
	Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern in Braugerstebeständen in Zusammenarbeit mit Bioland e.V. und der LfL	
Optimierung einer nachhaltigen Beschaffung	Stärkung der regionalen Wertschöpfung durch die Aktivierung weiterer EZÖB-Landwirte	Wir sind auf dem Weg
	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Versuchsanstalt in Darzau und der LfL	
	Überarbeitung der Einkaufsrichtlinien um den Aspekt „CO ₂ -Emissionen“	
Verbesserungen im Abfallmanagement	Fortführung von Umweltschulungen mit Abfallbeauftragtem zur Verbesserung des Umganges mit Abfällen aller Art innerhalb der Brauerei	Ziel erreicht
	Reduzierung des Abfallaufkommens durch 100 % ige wiederverwertbare Plastikeinlagen statt Pappe im Bereich der Neuglaslieferungen als Zwischenlage	

Ziele für 2015 - 2017	Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Kennzahlen (k) gemessen und überprüft	Zuständig:	Termin:
Senkung des gesamten spezifischen Wasserverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 5,5 hl/hl Verkaufsgetränk	Umsetzung eines Wassersparkkonzeptes durch Ermittlung der Volumenströme und Einzelverbräuche (o/k), Suchen von Möglichkeiten zur Aufbereitung von Grauwasser (s/o), Wirtschaftliche Planung der Nutzung von Eigen- und Stadtwasser (s/o), Leistungsverbesserung im Brunnen durch Wartung der Brunnenleitungen (o)	Technik	Ende 2015
Senkung des gesamten spezifischen Stromverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 12 kWh/hl Verkaufsgetränk	Erarbeitung eines tragfähigen Konzeptes für die Eigenenergieversorgung der Brauerei für das nächste Jahrzehnt unter Berücksichtigung der Klimastrategie (s/o), Weiterführung der Optimierung des Stromnetzes (s/k/o), Stromlastmanagement in Betrieb nehmen (o/k), Weiterführung Umstellung auf LED-Beleuchtung (o)	Technik/UPS	Ende 2015
Senkung des gesamten spezifischen Wärmeverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 44 kWh/hl Verkaufsgetränk	Erarbeitung eines tragfähigen Konzeptes für die Eigenenergieversorgung der Brauerei für das nächste Jahrzehnt unter Berücksichtigung der Klimastrategie (s/o), Warmwasserkonzept umsetzen (o)	Technik/UPS	Ende 2015
Weitere Reduzierung der anfallenden CO ₂ -e im Einflussbereich des Unternehmens (Scope 1 und 2) auf < 8,5 kg CO ₂ -e/hl VG	Umsetzung der Klimastrategie: Austausch eines dieselbetriebenen Staplers, Einsatz von ECO-Reifen bei weiteren Fahrzeugen im Fuhrpark (o); Entwicklung eines regenerativen und effizienten Energieversorgungskonzeptes (s/o)	UPS / Logistik / Technik / Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2015, fortlaufend bis 2025 gemäß der erarbeiteten Klimastrategie
	Mitarbeiter sensibilisieren durch Schulungen zu Umwelt-, Energie- und Qualitätsmanagement im Unternehmen (s/o)	Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2015
	Erarbeitung von CO ₂ -e-Kompensationsmöglichkeiten als Entscheidungsgrundlage für Kompensationsprojekte (s/o)	Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2015
Förderung des Trinkwasserschutzes	Ausweisung eines Wasserschutzgebietes für unsere Quelle (s/o)	UPS	Ende 2015
	Weitere Unterstützung des Nachhaltigkeitsprojektes wasser on... s'cool tour; Ergänzung des Schulkonzeptes um ein Modul für Veranstaltungen und Messen (o)	UPS	Ende 2015
Förderung von Biodiversität	Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern in Braugerstebeständen in Zusammenarbeit mit Bioland e. V. und der LfL, gefördert vom bayrischen Naturschutzfond (o/s)	UPS	Ende 2016

Ziele für 2015 - 2016	Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Kennzahlen (k) gemessen und überprüft	Zuständig:	Termin:
Optimierung einer nachhaltigen Beschaffung	Stärkung der regionalen Wertschöpfung durch die Aktivierung weiterer EZÖB-Landwirte (s/o)	UPS / IPE	Ende 2015
	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Versuchsanstalt in Darzau und der LfL (s/o)	UPS	Ende 2017
	Federführende Leitung und Mitwirkung im Arbeitskreis „Sonderkulturen“ zur Förderung regionaler Bio-Rohstoffe unserer now-Bio-Erfrischungsgetränke in der „Ökomodellregion Landkreis Neumarkt“ in Zusammenarbeit mit der Regina GmbH (s/o)	UPS / IPE	Ende 2016
	Entwicklung nachhaltiger Beschaffungsrichtlinien (o)	Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2015
Verbesserungen im Abfallmanagement	Reduzierung des Abfallaufkommens durch 100 %-ige wiederverwertbare Plastikeinlagen statt Pappe im Bereich der Neuglaslieferungen als Zwischenlage	Logistik	Ende 2015
	Neustrukturierung der Abfallentsorgung; Mitarbeiterschulungen zu brauereispezifischen Abfällen	Nachhaltigkeitsmanagement / Logistik / Technik	Ende 2015

6.2. Soziales

Ziele für 2013 - 2014	Umsetzung	Erfüllungsgrad
Weitere Verbesserung des Gesundheitszustandes der Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu	Erarbeitung und Einführung eines Gesamtkonzeptes zum Gesundheitsmanagement	Ziel erreicht
Erhöhung der Wissensaufnahme bei den Auszubildenden, Förderung der Teambildung und gemeinsames Lernen sowie Wissensvermittlung zu Nachhaltigkeitsthemen im gesamten Unternehmen	Auszubildende: Durchführung eines Lern- und Gedächtnistrainings (Workshop) sowie eines gemeinsamen Kennenlernwochenendes, Projektabschluss „Biodiversitätspavillon“ mit Partnerunternehmen bei der Landesgartenschau 2014; Alle Mitarbeiter: Durchführung eines fachlichen Mitarbeitertages zum Thema „Biolebensmittel / Biolandbau“ auf der Biofach	Ziel erreicht
Betriebsklima der gesamten Belegschaft auf die Note 2,3 verbessern	Durchführung von 4 Mitarbeiterveranstaltungen, einem vergnüglichen Mitarbeitertag und prozessbezogenen Teamevents, Umsetzung des Mitarbeiter-Projektes „Streuobstwiese“	Ziel nicht erreicht, wir sind auf dem Weg

Ziele für 2015 - 2016	Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Kennzahlen (k) gemessen und überprüft	Zuständig:	Termin:
Verbesserung des Gesundheitszustandes der Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu	Fortführung des Gesamtkonzeptes zum Gesundheitsmanagement, Auswertung der ersten Durchführung aus 2014 hins. Inanspruchnahme der Mitarbeiter (o/k)	Nachhaltigkeitsmanagement / Verwaltung	Ende 2015
Erhöhung der Wissensaufnahme bei den Auszubildenden, Förderung der Teambildung und gemeinsames Lernen sowie Wissensvermittlung zu Nachhaltigkeitsthemen im gesamten Unternehmen	Auszubildende: Durchführen eines eigenen internen Projekts: Herstellung und Vermarktung eines eigenen Biersudes (o); Teilnahme an Nachhaltigkeitsworkshop der IHK (neue Azubis) (o); Teilnahme an Feldbegehungen bei unseren EZÖB-Landwirten (o); Alle Mitarbeiter: Durchführung eines fachlichen Arbeitertages zu Vertiefung und Aufbau von Fachwissen im Bereich „Biolebensmittel / Biolandbau“ (o)	Ausbilder / UPS / Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2015
Betriebsklima der gesamten Belegschaft auf Note 2,3 verbessern	Durchführung von 3 Mitarbeiterveranstaltungen, einem vergnüglichen Arbeitertag und prozessbezogenen Teamevents, weitere Umsetzung des Mitarbeiter-Projektes „Streuobstwiese“ (o)	Nachhaltigkeitsmanagement / Technik / Logistik / Vertrieb	Ende 2015

6.3. Ökonomie

Ziele für 2013 - 2014	Umsetzung	Erfüllungsgrad
Erarbeitung eines mittelfristigen Investitionsplans für das Unternehmen bis 2025, um so den unabhängigen Fortbestand zu sichern	Integration in die mittelfristige Unternehmensplanung und quartalsweises Controlling	Wir sind auf dem Weg
Verbesserung der Finanzierungs- und Eigenkapital-Struktur des Unternehmens auch im Hinblick auf ökologische Aspekte	Prüfung alternativer Finanzierungsformen	Wir sind auf dem Weg

Ziele für 2015 - 2017	Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Kennzahlen (k) gemessen und überprüft	Zuständig:	Termin:
Erarbeitung eines mittelfristigen Investitionsplans für das Unternehmen bis 2025, um so den unabhängigen Fortbestand zu sichern	Integration in die mittelfristige Unternehmensplanung und quartalsweises Controlling (s)	UPS	Ende 2017
Verbesserung der Finanzierungs- und Eigenkapital-Struktur des Unternehmens auch im Hinblick auf ökologische Aspekte	Prüfung alternativer Finanzierungsformen für das erste Investitionspaket (o)	UPS	Ende 2015

6.4. Kultur

Ziele für 2013 - 2014	Umsetzung	Erfüllungsgrad
Steigerung der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit mit unserem ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzept	Teilnahme an mehreren Ausschreibungen zu speziellen Nachhaltigkeitsthemen	Ziel erreicht
Optimierung der Brauereibesichtigungen	Räumliche Umgestaltung des Besucherbereichs; Anpassung des Leitfadens mit inhaltlich verstärkter Ausrichtung auf Gesamtsortiment und Nachhaltigkeitsphilosophie	Ziel erreicht
Förderung und Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt	Konsequente Öffentlichkeitsarbeit, Durchführung von ein bis zwei naturkundlichen Spaziergängen	Ziel erreicht
Neumarkt als „Öko-Modellregion Bayern“ mit Leben füllen	Aktives Vorantreiben vor allem der Projekte im Zusammenhang mit Getreideanbau und Ökolandbau	Wir sind auf dem Weg
Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit	Aufbau eines Nachhaltigkeits-Netzwerkes zu verschiedenen Themen durch federführende Organisation und Durchführung von zwei Unternehmerstammtischen	Ziel erreicht

Ziele für 2015 - 2016	Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Kennzahlen (k) gemessen und überprüft	Zuständig:	Termin:
Steigerung der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit mit unserem ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzept	Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) (o); Teilnahme im Netzwerk „biodiversity in good company“ (o)	Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2015
Förderung und Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt	Konsequente Öffentlichkeitsarbeit, Durchführung von drei Bildungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit der EZÖB, der Bioland Beratung und regionalen Netzwerken (Zivilcourage, Ein-Welt-Laden, ADFC, Regina GmbH) (o)	Nachhaltigkeitsmanagement / UPS	Ende 2015
Unterstützung der BioRegio Bayern 2020 Initiative im Landkreis Neumarkt als „Öko-Modellregion Bayern“ mit dem Ziel, die regionale, biologische Landwirtschaft voranzutreiben	Mitwirkung an verschiedenen Aktivitäten, z. B. Leitung des Arbeitskreises „Sonderkulturen“, Mitwirkung im Arbeitskreis für eine regionale Eiweißstrategie und „Agrarantrieb“, Projektarbeit mit LBV und LPV, gezielte Erhöhung der Rote-Liste-Arten von Ackerwildkräutern in Zusammenarbeit mit der Regina GmbH & Bioland Beratung (o/s)	UPS / IPE / Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2016
Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen zum Thema Biodiversität	Biodiversitäts-Netzwerk durch zwei Unternehmerstammtische in Zusammenarbeit mit LPV, LBV und der Regina GmbH ausbauen (o/s)	Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2015

ANHANG

1. Verwendete Abkürzungen und Begriffe

AfG: Gebräuchliche Abkürzung für alkoholfreie Getränke

AfG-Rohstoffe: AfG-Rohstoffe beziehen sich auf die Produktparten Bio-Mineralwasser und Bio-Erfrischungsgetränke bzw. Bio-Limonaden. Hierunter fällt jedoch nicht das alkoholfreie Bier. Limonadenrohstoffe oder AfG-Grundstoffe können synonym verwendet werden. Treibhausgasbilanzierung / CCF: Die Berechnung der AfG-Rohstoffe beinhaltet auch die Bereitstellung der Ausgangsrohstoffe. Die Neumarkter Lammsbräu bezieht bereits die weiterverarbeiteten Rohstoffe, die im vorliegenden Bericht mit „AfG-Rohstoffe“ bezeichnet werden.

ASI: Arbeitssicherheit

BÖLW: Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

BUND/BN: BUND Naturschutz in Bayern e.V., der älteste und größte Umweltschutzverband Bayerns

CCF: Corporate Carbon Footprint, d. h. die Erfassung der Treibhausgasemissionen des gesamten Unternehmens sowie der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette

CO₂-Äquivalente (CO₂-e): Neben dem wichtigsten von Menschen verursachten Treibhausgas Kohlendioxid (CO₂) gibt es weitere Treibhausgase wie beispielsweise Methan oder Lachgas. Die verschiedenen Gase tragen jedoch nicht in gleichem Umfang zum Treibhauseffekt bei. Um die unterschiedlichen Treibhausgase besser miteinander vergleichen zu können, werden diese entsprechend ihrer Klimawirksamkeit in CO₂-Emissionen umgerechnet und zusammen mit den CO₂-Emissionen als CO₂-Äquivalente angegeben. CO₂-Äquivalente werden mit der Abkürzung „CO₂-e“ bezeichnet (e steht für engl. „equivalents“).

DIN ISO 9001/14001: Weltweit gültige, privatwirtschaftliche Normen für betriebliche Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme

DNR: Deutscher Naturschutzring, Dachverband der im Natur-, Tier- und Umweltschutz tätigen Verbände in Deutschland

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. Es basiert auf Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22.12.2009 über die freiwillige Beteiligung von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (EMAS).

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

EUROSOLAR: Europäische Vereinigung für Erneuerbare Energien e. V. Sie vertritt das Ziel, atomare und fossile Energie vollständig durch Erneuerbare Energie zu ersetzen.

EZÖB: Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe

GVO: Gentechnisch veränderte Organismen; Sammelbegriff für pflanzliche und tierische Organismen, deren Erbmateriale durch molekulare Eingriffe verändert wird.

GWÖ: Gemeinwohlökonomie. Hier setzen sich Unternehmen damit auseinander, so zu wirtschaften, dass sie selbst und zugleich auch das Gemeinwohl dabei profitieren. Eine Gemeinwohl-Bilanz zeigt, wie engagiert ein Unternehmen seine Verantwortung wahrnimmt, auch im Vergleich zu anderen Firmen. Die Neumarkter Lammsbräu hat zwar noch keine komplette Bilanz erstellt, setzt sich jedoch seit 2013 mit dem Thema eines Gemeinwohl-orientierten Wertesystems auseinander und beleuchtet das eigene Tun gemäß der Gemeinwohl-Kriterien. Das „Gesellschaftliche Umfeld“ wurde in diesem Jahr näher beleuchtet.

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: Bei Vermälzung und Brauprozess anfallende Nebenprodukte (Getreideabputz, Keimlinge, Treber, Sauergut, Altheffe)

KVP: Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

LAMM: „Lammsbräu arbeitet mit Mitarbeitermotivation“; Instrument zur monatlichen Mitarbeiterselbstbewertung

LBV: Landesbund für Vogelschutz in Bayern e.V.

LfL: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft

LPV: Landschaftspflegeverband Neumarkt e.V.

NABU: Naturschutzbund Deutschland e.V.

Öko-Bilanz: Systematische Analyse zur Erfassung und Bewertung ökologisch relevanter Problemstellungen; setzt sich zusammen aus den Teilbilanzen: Betriebs-, Prozess-, Produktlinien- und Standortbilanz. Um die ökologischen Auswirkungen der Getränkeherstellung zu reduzieren, erhebt und bilanziert die Neumarkter Lammsbräu nicht nur die ökologisch relevanten Produktionsprozesse am Betriebsstandort, sondern auch in Zusammenarbeit mit den Zuliefer-, Abnehmer- und Entsorgungsbetrieben die vor- und nachgelagerten Produktionsprozesse. Dadurch werden die ökologisch relevanten Problemstellungen entlang der gesamten Prozesskette der Getränkeherstellung abgebildet und bieten somit umfassende Möglichkeiten zur Gestaltung einer ökologisch verträglicheren Getränkeherstellung.

PDCA: Plan, Do, Check, Act – Kreislauf der kontinuierlichen Verbesserung

PCF: Product Carbon Footprint, d. h. die Bilanzierung der produktspezifischen Treibhausgasemissionen, die während des gesamten Produktlebenszyklus anfallen

PET: Polyethylenterephthalat, ein thermoplastischer Kunststoff, der zur Getränkeflaschenherstellung genutzt wird

PVC: Polyvinylchlorid, ein amorpher thermoplastischer Kunststoff

QM: Qualitätsmanagement

QS: Qualitätssicherung

THG: Treibhausgasemissionen, d. h. Ausstoß von Treibhausgasen, die in der Atmosphäre selektiv die Wärmestrahlung absorbieren, die von der Erdoberfläche in den Weltraum abgestrahlt wird. Das wichtigste von Menschen verursachte Treibhausgas ist Kohlendioxid (CO₂). Neben CO₂ tragen weitere Treibhausgase wie Methan (CH₄), Lachgas (N₂O), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW) oder Schwefelhexafluorid (SF₆) in unterschiedlichem Maß zum Treibhauseffekt bei.

Scope: Für die Bilanzierung eines „Corporate Carbon Footprints“ nach den international standardisierten Regeln des „Greenhouse Gas Protocols“ ist es erforderlich, eine genaue Systemgrenze der zu analysierenden Unternehmensprozesse zu definieren. Diese Systemgrenzen werden als sog. „Scopes“ bezeichnet und werden wie folgt unterteilt: Scope 1 beinhaltet alle THG-Emissionen, die direkt im Unternehmen anfallen, Scope 2 erfasst alle indirekten THG-Emissionen, die mit der Erzeugung und dem Bezug von Fremdenergie entstehen und Scope 3 berücksichtigt alle übrigen THG-Emissionen, die mit der Unternehmenstätigkeit in Zusammenhang stehen (vor- und nachgelagerte Unternehmensbereiche durch den Bezug von Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffen und Dienstleistungen sowie Vertrieb von Produkten und der Entsorgung von Abfällen). Die ermittelten THG-Emissionen werden als CO₂-e ausgewiesen und einer funktionalen Einheit in Form eines Hektoliters Verkaufsgetränk zugewiesen.

Spezifische Kennzahlen: Auf einen bestimmten Bezugswert (z. B. Hektoliter) normierte Kennzahlen

UM: Umweltmanagement

UPS: Unternehmensplanung und -steuerung

VG: Verkaufsgetränke (verkaufte Getränkemenge)

Vorkette / Vorstufe: Hierunter versteht man die Emissionen, die entlang der gesamten der Brauerei vorgelagerten Wertschöpfungskette (= Prozessemissionen der Zulieferbetriebe und Transportemissionen) entstehen.

Wertstoff: Wertstoffe können nach ihrem Gebrauch wieder genutzt, zu anderen Produkten verarbeitet und / oder zu neuen Rohstoffen aufbereitet werden. Durch ihre Wiederverwertung gelangen sie in den Kreislauf zurück.

2. Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen

Wasser: Umrechnungsfaktor Wasser:

1 m³ Wasser = 1 Tonne

Rohstoffe: Umrechnungsfaktor Rohstoffe:

1 Tonne = 10 Dezitonnen (dt)

Hektoliter (hl): 1 Hektoliter = 100 Liter

Hektoliter Verkaufsgetränk (hl VG): Das Produktportfolio der Neumarkter Lammsbräu erstreckt sich über eine Vielzahl von Getränkesparten (Bio-Biergetränke, Bio-Mineralwasser & Bio-Erfrischungsgetränke). Auf einen hl gemittelt wird in der Summe von sog. Verkaufsgetränken gesprochen. Für die Berechnung von ökologischen Kennwerten eines hl Verkaufsgetränks werden produktspezifische Durchschnittswerte herangezogen. Denn für die Herstellung von Biergetränken und AfG kommen unterschiedliche Energie- und Rohstoffarten /-mengen zum Einsatz. So wird die verkaufte Menge an Bier im jeweiligen Bezugsjahr (heuer 2014) aufgrund des aufwändigen und energie- und wasserintensiven Prozesses mit dem Faktor 1 kalkuliert. Die AfG, sprich alle Bio-Erfrischungsgetränke und unser Bio-Mineralwasser, benötigen bei der Herstellung deutlich weniger Wasser und Energie. Daher wird auf der Grundlage von Erfahrungswerten in der Braubranche in Relation zum Bier für die AfG für die Wasser- und Stromverbräuche der Faktor 0,4 und für den Wärmeverbrauch der Faktor 0,3 für die Hektoliter-Menge an Verkaufsgetränken angesetzt. Auf einen daraus berechneten Durchschnittswert als Basisgröße (hl VG) wird bei allen Kennzahlenberechnungen Bezug genommen.

CO₂ Fußabdruck (Kap. 4.1.2.5.):

Scope 1 (direkte CO₂-e ohne Vorkette):

Berechnung der CO₂-Äquivalente aus Feuerungsanlagen:

» Gas: 2.010 g CO₂-e pro Kubikmeter

» Leichtes Heizöl: 2.670 g CO₂-e pro Liter

(Quellen: Dr. Hensler G., Dr. Hochhuber J., Linckh, V.: Leitfaden für effiziente Energienutzung in Industrie und Gewerbe, Augsburg, Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU), 2009.

& Landesamt für Umwelt (LfU) (2010): Exceltool zur Berechnung der CO₂-Emissionen (Kostenfreier Download-Link: http://www.izu.bayern.de/download/xls/berechnung_co2_emissionen.xls).

Berechnung der CO₂-Äquivalente aus Fuhrpark:

» Treibstoff Diesel: 2.490 g CO₂-e pro Liter

» Treibstoff Benzin (E5): 2.300 g CO₂-e pro Liter

» Treibstoff Pflanzenöl: 0 g CO₂-e pro Liter

» Treibstoff AdBlue: 238 g CO₂-e pro Liter

(Quellen: Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03 / 2013), 2. aktualisierte Auflage, URL: [http://dslv.org/dslv/web.nsf/gfx/8F102DF8C3E4A2F141257BB7007779CB/\\$file/DSLVL-Leitfaden%20Berechnung%20von%20THG-Emissionen%20Stand%2003-2013.pdf](http://dslv.org/dslv/web.nsf/gfx/8F102DF8C3E4A2F141257BB7007779CB/$file/DSLVL-Leitfaden%20Berechnung%20von%20THG-Emissionen%20Stand%2003-2013.pdf), Zugriff am 08.10.2012, S. 37.

& VerkehrsRundschau: So ermitteln Sie den CO₂-Fußabdruck, Auflage 51 - 52, 2010, S. 37.)

Scope 2 (indirekte CO₂-e mit Vorkette):

Berechnung des Stroms:

>> Faktor Energiemix: 2008: 261 g CO₂-e /kWh, 2009: 383 g CO₂-e /kWh, 2010: 342 g CO₂-e /kWh; Energiemix seit 2011 (Ökostrom): 16 g CO₂-e /kWh. Die Emissionen in Höhe von 16 g CO₂-e /kWh entstehen durch die Inanspruchnahme der Wasserkraft aus vorwiegend schweizerischen Speicherkraftwerken, die aufgrund der kontinuierlichen Faulschlammgenese und -zersetzung im Gegensatz zu Laufwasserkraftwerken einen geringfügig höheren THG-Ausstoß aufweisen. Zudem berücksichtigen die Emissionswerte aktuelle Ergebnisse aus der ökobilanziellen Analyse der schweizerischen Wasserkraft von 2012 (siehe Quellenangabe), die neben Prozessemissionen auch Emissionen der Vorkette beinhalten.

(Quelle: Flury K., Frischknecht R., Itten R.: Erkenntnisse aktueller Ökobilanzen zu Strom aus Wasserkraft (02/2012), S. 33-36.)

Scope 3 (übrige CO₂-e mit Vorkette):

Berechnung der CO₂-Äquivalente aus ökologischem Landbau:

>> Gerste: 662 kg CO₂-e pro Hektar

>> Weizen: 538 kg CO₂-e pro Hektar

zzgl. der Transportemissionen seit 2012

(Quellen: Hülsbergen, K.-J.; Engelmann, K. (2010): Ökologisch nachhaltiges Betriebsmanagement mit dem Modell REPRO. Forschungsbericht. Weihenstephan, 2010. S. 46.

& Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03/2013), 2. aktualisierte Auflage.)

Beim Dinkel wurde die Annahme getroffen, dass in etwa so viele CO₂-e entstehen, wie beim Anbau der Gerste: 662 kg CO₂-e pro Hektar. Hier gibt es noch keine aktuellen verlässlichen sowie empirisch belegbaren Daten. Die Gleichsetzung der Emissionsannahme mit der Gerste begründet sich zudem durch die ähnliche Bodenbewirtschaftung sowie einem ähnlichen Ernteertrag pro ha in Höhe von ca. 3 t.

>> Hopfen: 918 kg CO₂-e pro Hektar

zzgl. der Transportemissionen seit 2012

(Quellen: Hülsbergen K.-J., Küstermann B.: Optimierung der Kohlenstoffkreisläufe in Öko-Betrieben. Ökologie & Landbau 145, 20-22, Bad Dürkheim, Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL), 2008.

& Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03/2013), 2. aktualisierte Auflage.)

Die Bilanzierung der AfG-Rohstoffe erfolgt seit 2012 anhand von Emissionskennwerten aus einer Kombination verschiedener Ökobilanzierungsdatenbanken (z. B. Gemis 4.81: ProBas des Umweltbundesamtes 2010 und Ecoinvent Version 2.2), wissenschaftlicher Studien (z. B. ausgewiesener Product Carbon Footprint wie etwa für Zuckerrüben) sowie unternehmensinterner Befragungen. Aufgrund der Vielzahl der bezogenen AfG-Rohstoffe sei an dieser Stelle exemplarisch auf das Beispiel biologischer Apfelsaft und ökologischer Rübenzucker/Bio-Invertzuckersirup verwiesen:

>> Carbon-Footprint (PCF) für ökologischen Apfelsaft:

225 g CO₂-e /kg

(Quelle: Brennan G. J., Grandison S. A.: Food Processing Handbook, 2. Auflage, Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, 2011.)

>> Carbon-Footprint (PCF) für Rübenzuckerproduktion in Deutschland: 544 g CO₂-e /kg

(Quelle: Klenk I., Landguist B., Ruiz de Imaña O.: The Product Carbon Footprint of EU beet sugar (03-04/2012), S. 3.)

Die Vorgehensweise zur Berechnung der AfG-Rohstoffe erfolgt seit dem Jahr 2012 analog zu den Braurohstoffen zzgl. Transportkilometern gemäß DIN EN 16258 auf der Basis von Tonnenkilometern. Dies erfolgt auf der Grundlage des verbrauchten Treibstoffs entlang der gefahrenen Transportstrecke in Abhängigkeit vom Transportfahrzeug, vom transportierten Gewicht und der Art des Transportgutes, z. B. 0,02 Liter Dieselmotorkraftstoffe pro Tonnenkilometer Invertzuckersirup mittels Last- /Sattelzug-Lkw (24-40 t).

(Quelle: Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03/2013), 2. aktualisierte Auflage.)

Luftschadstoffe

Für die Berechnung der Luftschadstoffemissionen wird grundsätzlich die GEMIS Datenbank verwendet (Gemis 4.81: ProBas des Umweltbundesamtes 2010 – Gas-HW-klein-DE-2010). Seit 2012 wird fortlaufend zur Berechnung der Luftschadstoffemissionsfaktoren aus den Feuerungsanlagen die aktuelle GEMIS 4.81 Version verwendet.

Für Berechnungsgrundlagen der von Fuhrpark und Gabelstapler verursachten Luftschadstoffemissionen von 2009 bis 2011 wurde folgende Quelle benutzt:

Schmidt, M., Frings, E.: Verkehr im Umweltmanagement – Anleitung zur betrieblichen Erfassung verkehrsbedingter Umwelteinwirkungen (1999), URL: <http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/1907.pdf>, Zugriff am 23.04.2013.

Ab 2012 wird folgende Datenbasis zugrunde gelegt:

(Quelle: Umweltbundesamt (2013): Emissionsberechnungsmodell TREMOD 5.41 (11/2013)).

Bei den Emissionsberechnungen für die im Betrieb und im Fuhrpark eingesetzten fossilen und nicht-fossilen Brennstoffe (Erdgas, Heizöl, Diesel, Benzin, AdBlue) sowie für die für die Bierherstellung benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sind förder- und transportbedingte Emissionen (z. B. Herstellung und Bereitstellung von Brennstoffen, Transport von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen zur Brauerei) weitgehend über verschiedene Ökobilanzierungsdatenbanken (z. B. Gemis 4.81: ProBas des Umweltbundesamtes 2010 und Ecoinvent Version 2.2), wissenschaftliche Studien (wie etwa ausgewiesene Product Carbon Footprints für entsprechende Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe) sowie unternehmensinterne Befragungen berücksichtigt.

Der Bezug von Pflanzenöl wurde 2014 komplett eingestellt und spielt somit in der THG-Bilanzierung keine Rolle mehr.

Sagen Sie uns Ihre Meinung

Seit über 20 Jahren veröffentlichen wir Nachhaltigkeitsberichte. Wir tun das um Ihnen offen darzulegen, welche Anstrengungen wir z. B. bei Klima- und Umweltschutz unternehmen.

Natürlich interessiert uns auch, wie gut uns das aus Ihrer Sicht gelingt – schließlich wollen wir auch hier immer besser werden.

Wir freuen uns daher sehr, wenn Sie sich nach der Lektüre des Nachhaltigkeitsberichts kurz Zeit nehmen, um uns online ein paar Fragen zu beantworten. Als Dank für die Unterstützung verlosen wir unter allen Teilnehmern pro Kalenderquartal dreimal das komplette Lammsbräu-Sortiment.

Hier geht es zu Online-Befragung:
<http://www.lammsbraeu.de/verantwortung/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbericht/>



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

Ansprechpartner:

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

Impressum

Bearbeitung:

Inhalte: Silvia Ohms
mit Unterstützung von Prof. Dr. Volker Stahlmann
Text: Dr. Horst Hamm, Ilona Jerger, Silvia Ohms

Neumarkt, im Mai 2015

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

© 2015

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

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier



ClimatePartner
klimaneutral

Druck | ID: 11584-1504-1003



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, 17. April 2015



Dr. Reiner Beer

Umweltgutachter
Zulassungs-Nr. DE-V-0007

Intechnica Cert GmbH



Die nächste Validierung erfolgt im März 2016

Verantwortung leben.
Genuss schaffen.

NEUMARKTER LAMMSBRÄU

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

www.lammsbraeu.de