

Neumarkter  
Lammsbräu



# *Nachhaltigkeitsbericht 2018*

*Nachhaltigkeit als Kern*

ZIELE &  
MASSNAHMEN

PRODUKTION

LIEFERKETTE

MITARBEITER &  
FÜHRUNG

VERANTWORTUNG

PRODUKTE

UNTERNEHMEN

## **Vorwort** **7**

---

## **1. Unternehmen** **8**

---

<b>1.1 Die Neumarkter Lammsbräu</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Die Grundprinzipien: Nachhaltigkeit und Unabhängigkeit</b>	<b>13</b>
.1 Umweltpolitik der Neumarkter Lammsbräu in Form von 10 Grundsätzen der Nachhaltigkeit	13
.2 Erfolgreich nachhaltig Wirtschaften	16
.3 Unabhängigkeit sichern und Risiken minimieren	16
.4 Unsere Werte	17
.5 Führen und Managen mit System und Struktur	18
<b>1.3 Stakeholder und wesentliche Themen</b>	<b>20</b>
.1 Stakeholder	21
.2 Wesentliche Themen der Neumarkter Lammsbräu	22
.3 Kommunikation mit den Stakeholdern	22

## **2. Bio-Produkte** **24**

---

<b>2.1 Unsere Produkte</b>	<b>26</b>
<b>2.2 Produktqualität und Sicherheit</b>	<b>29</b>
.1 100 % Bio & so regional wie möglich	29
.2 Umweltfreundliche Rohstoffbeschaffung	30
.3 Die Bio-Siegel	30
<b>2.3 Bio-Mineralwasser – die Grundlage von allem</b>	<b>32</b>
<b>2.4 Der Kunde – einer der wichtigsten Partner</b>	<b>34</b>

### **3. Verantwortung 36**

<b>3.1 Global denken – regional handeln</b>	38
<b>3.2 Unser Engagement für die wichtigste Ressource Wasser</b>	39
.1 Der Umgang mit der Ressource Wasser am eigenen Betriebsstandort	39
.2 Wasser spenden, Zukunft schenken – Das Wasserversorgungsprojekt in Kenia	40
<b>3.3 Unsere Klimaschutzstrategie</b>	41
.1 CO <sub>2</sub> e-Reduktion am Betriebsstandort	41
.2 CO <sub>2</sub> e-Kompensation für Klimaneutralität	42
.3 Klimaschutz in Bayern	43
<b>3.4 Ökolandbau und Biodiversität</b>	44
.1 Förderung des ökologischen Landbaus	44
.2 Naturschutz-Projekte der Neumarkter Lammsbräu	46
<b>3.5 Unser partnerschaftliches und regionales Engagement</b>	48

### **4. Mitarbeiter & Führung 50**

<b>4.1 Die Mitarbeiter als Herzstück der Brauerei</b>	52
<b>4.2 Das Leben in der Lammsbräu-Familie</b>	55
<b>4.3 Attraktiver Arbeitgeber</b>	56

### **5. Lieferkette 60**

<b>5.1 Lieferketten und nachhaltige Beschaffung</b>	62
<b>5.2 Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferketten</b>	66

### **6. Unsere Produktion 70**

<b>6.1 Mit fortlaufender Verbesserung hin zu einer noch umweltfreundlicheren Produktion</b>	72
<b>6.2 Alles im Fluss – die Stoffströme der Brauerei</b>	74
<b>6.3 Kernindikatoren wesentlicher Umweltthemen</b>	78
.1 Kernindikator Rohstoff- und Materialverbrauch	78
.2 Kernindikator Wasser	80
.3 Kernindikator Energie	82
.4 Abfälle und Recycling	83
.5 Emissionen	84
.6 Biodiversität	87

### **7. Ziele der Nachhaltigkeit 88**

<b>7.1 Ökologische Ziele</b>	89
<b>7.2 Soziale Ziele</b>	94
<b>7.3 Ökonomische Ziele</b>	96

### **Anhang 98**

<b>1. Verwendete Abkürzungen und Begriffe</b>	99
<b>2. Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen</b>	103
<b>3. Tabelle</b>	105
<b>4. Impressum</b>	108
<b>5. EMAS-Urkunde</b>	109



*„Die Zukunft hängt davon ab,  
was wir heute tun.“*

Mahatma Gandhi

## Liebe Leserinnen und Leser,

2018 war ein ereignisreiches Jahr – nicht nur für unser Unternehmen, sondern auch für mich persönlich, denn in diesem Jahr bin ich in die Geschäftsführung der Neumarkter Lammsbräu eingestiegen. Als Sohn von Bio-Pionier Dr. Franz Ehrnsperger bin ich stolz darauf, den nachhaltigen Kurs unseres Familienunternehmens in der 7. Generation weiterzuführen.

Welchen Herausforderungen wir uns 2018 gestellt und welche unserer ehrgeizigen Ziele wir erreicht haben, können Sie in diesem Nachhaltigkeitsbericht nachlesen.

Nachdem wir in unserem letzten Bericht umfassend nach der Global Reporting Initiative (GRI 4) berichtet haben, besinnen wir uns in diesem aktuellen Report auf die EMAS-Kriterien und möchten einen Bezug zu den von den Vereinten Nationen erlassenen Zielen zur nachhaltigen Entwicklung, den sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs), herstellen. Neben unserem Engagement für die Region sind wir als Bio-Brauerei bestrebt, auch unseren Beitrag für die weltweite nachhaltige Entwicklung zu leisten. Mit zahlreichen Projekten für Biodiversität und den Ausbau von Ökolandbau setzen wir uns seit Jahren für Leben an Land (Ziel 15) ein. Außerdem verfolgen wir nach wie vor unsere selbstaufgelegte Klimastrategie und kompensieren unsere unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Klimaschutzprojekte (Ziel 13). Daneben verbreiten wir unseren Nachhaltigkeitsgedanken partnerschaftlich (Ziel 17). Seit diesem Jahr sind wir bspw. Mitglied im Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft. Als Getränkehersteller sehen wir es als unsere Pflicht, unsere lebenswichtigste Ressource Wasser zu schützen und ihre Verfügbarkeit auch in Ländern des globalen

Südens zu gewährleisten (Ziel 6). Genauso wichtig erachten wir aber auch den qualitativen Wasserschutz in unserer direkten Umgebung. Mit voller Überzeugung stehen wir deshalb hinter dem Qualitätssiegel Bio-Mineralwasser der Qualitätsgemeinschaft für Bio-Mineralwasser, welches unsere Produkte der Marke BioKristall tragen. Dies spiegelt unseren konsequenten Einsatz für den Wasserschutz wider.

Im kommenden Jahr möchten wir unsere Vorreiter-Rolle wahren und vorbildhaft für andere Unternehmen in der Bio-Branche unsere Beziehungen zu unseren relevanten Stakeholdern weiter ausbauen, indem wir sie stärker in unternehmerische Entscheidungen einbeziehen. Deutliche Akzente möchten wir darüber hinaus im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit setzen.

Außerdem stehen größere Investitionen an. Aufgrund des steigenden Getränkeausstoßes sind wir unter anderem angehalten, unsere Abfüll- und Logistikkapazität zu vergrößern und unsere hauseigene Mälzerei zu erweitern, um auch in Zukunft die 100-prozentige Eigenvermälzung des Getreides unserer Bauern gewährleisten zu können. Gleichzeitig sind dies Investitionen in den Wirtschaftsstandort Neumarkt sowie ein klares Bekenntnis zu unserer Heimatregion und den Menschen, die hier leben und für die wir uns als Unternehmen verantwortlich fühlen.

Ich nehme die anstehenden Herausforderungen gerne an und freue mich, diesen Weg gemeinsam mit unseren Mitarbeitern zu gehen. Über all unsere Entwicklungsschritte werden wir Sie weiterhin jährlich schwarz auf weiß im Bilde halten.



Viel Vergnügen beim Lesen unseres diesjährigen Nachhaltigkeitsberichts wünscht Ihr

Johannes Ehrnsperger

INHABER, GESCHÄFTSLEITUNG  
DER NEUMARKTER LAMMSBRÄU

Hinweis zur Sprachregelung:  
Aus Gründen der besseren  
Lesbarkeit wurde im Text  
die männliche Form gewählt.  
Selbstverständlich sind immer  
Personen jeden Geschlechts  
gemeint.

KAPITEL

# 1

## *Unternehmen*

UNTERNEHMEN

PRODUKTE

VERANTWORTUNG

MITARBEITER &  
FÜHRUNG

LIEFERKETTE

PRODUKTION

ZIELE &  
MASSNAHMEN

## Unser Unternehmen

ÜBERBLICK

**100%**

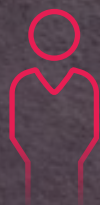
zertifizierte  
ökologische Zutaten



### Unsere Wurzeln

Ökologisch engagiert  
Leidenschaft fürs Produkt

Fürsorglich  
Richtungsweisend  
Konsequent  
Ursprünglich  
Ganzheitlich



**141**

Mitarbeiter



**26,8**

Mio. Euro Umsatz

Bier

**100.288 hl**

und

**139.399 hl**

alkoholfreie Getränke

**1628**

erste urkundliche  
Erwähnung



### Auszeichnungen

- ✓ **Zeit Wissen-Preis**  
„Mut zur Nachhaltigkeit 2018“  
in der Kategorie „Handeln“
- ✓ **eve Lesepreis**  
Gewinner in der Kategorie  
Getränke mit now Pure Zitrone

## 1.1

## Die Neumarkter Lammsbräu

### Zahlen, Daten & Fakten

Die Neumarkter Lammsbräu KG ist ein familiengeführtes, mittelständisches Unternehmen. Die Produktion findet ausschließlich am Sitz des Unternehmens in Neumarkt i. d. Oberpfalz statt. Der Standort ist damit auch Bezugspunkt des vorliegenden Berichts.

#### Eckpunkte der Unternehmenshistorie:

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

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

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

**Seit 2018:** Das Unternehmen ist der größte 100 % Bio-Bier-Produzent Deutschlands. Mit Johannes Ehrnsperger und der Generalbevollmächtigten Susanne Horn an der Doppelspitze wird die Neumarkter Lammsbräu in der 7. Generation als unabhängiges Familienunternehmen nachhaltig geführt.

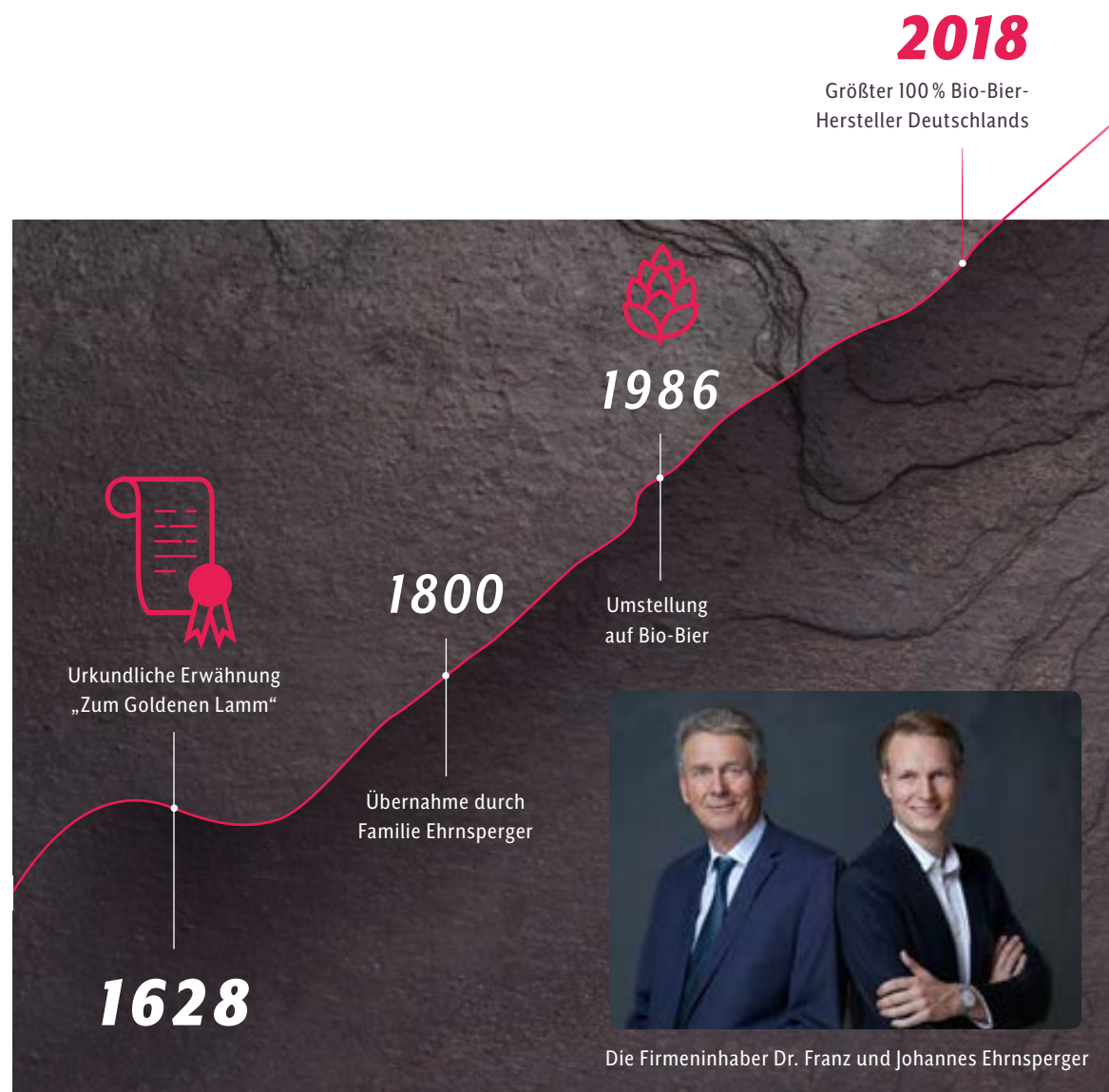


Abb. 1.1: Eckpunkte der Unternehmenshistorie



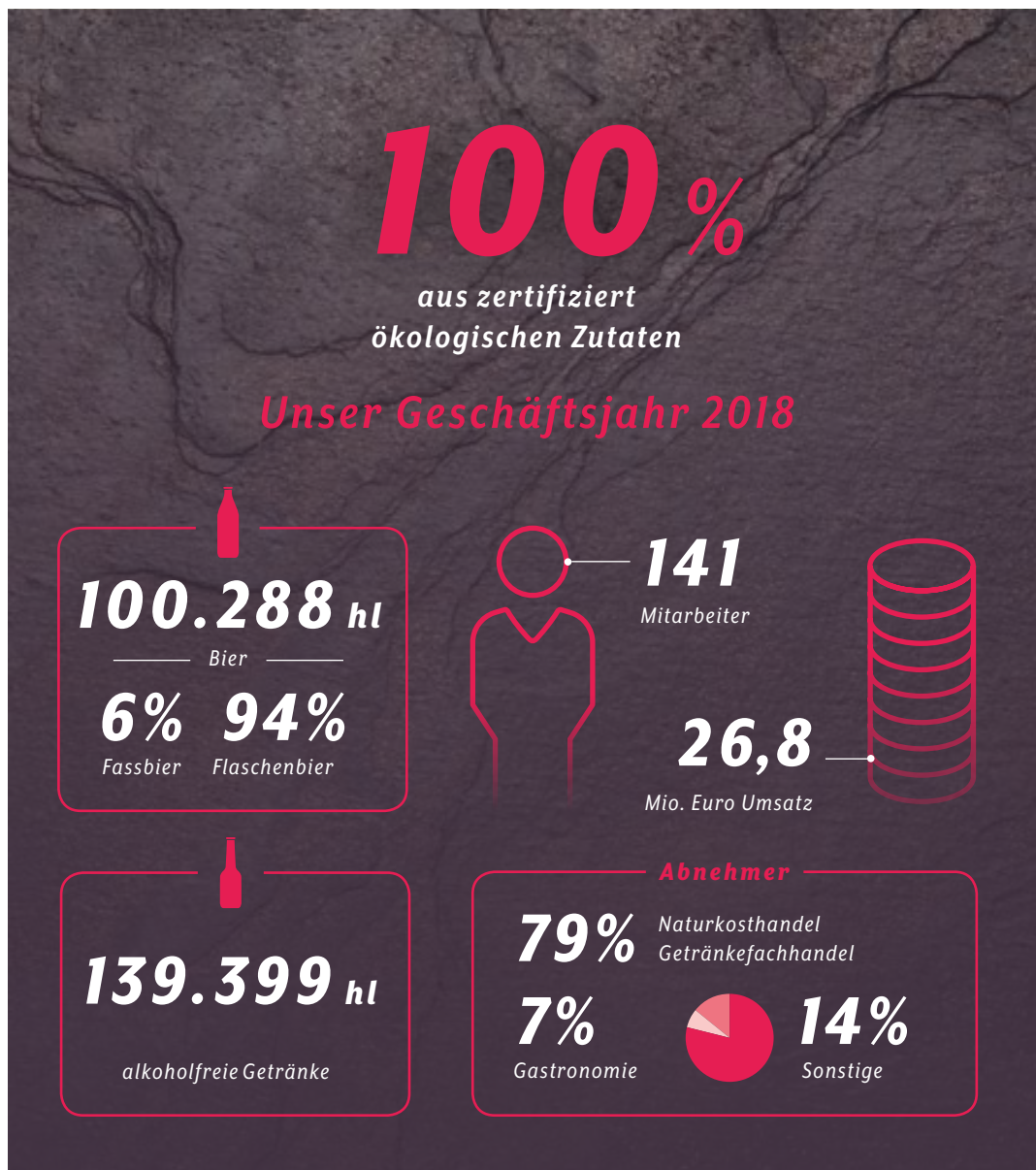


Abb. 1.2: Zahlen, Daten und Fakten zum Geschäftsjahr 2018

**Branche:** Brauerei und Mälzerei, Mineralbrunnen

**Produkte:** Bio-Biere, Bio-Limonaden, Bio-Mineralwasser – 100 Prozent aus zertifizierten ökologischen Zutaten

Mehr zu den Produkten in Kapitel 2:  
↗ Seite 26 ff.

**Inhaber:** Dr. Franz Ehrnsperger, Johannes Ehrnsperger

**Geschäftsleitung:** Johannes Ehrnsperger, Susanne Horn

**Mitarbeiter:** 141 (Stand: 31.12.2018)

**Umsatz:** 26,8 Mio. Euro (Geschäftsjahr 2018)

**Jahresausstoß 2018:** 239.687 hl, davon 100.288 hl Bier zuzüglich 139.399 hl alkoholfreie Getränke (Gesamtausstoß inkl. Handelsware)

**Anteil Fass-/Flaschenbier:** 6 Prozent/94 Prozent

**Absatzgebiete:** Direktbelieferung innerhalb eines Umkreises von ca. 100 km in der Region Oberpfalz/Mittelfranken. Hauptsächlich deutschlandweiter Vertrieb. Gerade einmal 4 Prozent werden innerhalb der EU/EFTA in die Länder Italien, Frankreich, Schweden, Liechtenstein, Spanien, Österreich, Polen, Portugal, Luxemburg, Finnland, Norwegen, Rumänien und Schweiz exportiert.

**Abnehmer:** 7 Prozent Gastronomie, 79 Prozent Naturkosthandel/Getränkfachhandel, 14 Prozent Sonstige wie bspw. Betriebskantinen, Heimdienste (Werte bezogen auf deutschen Markt).

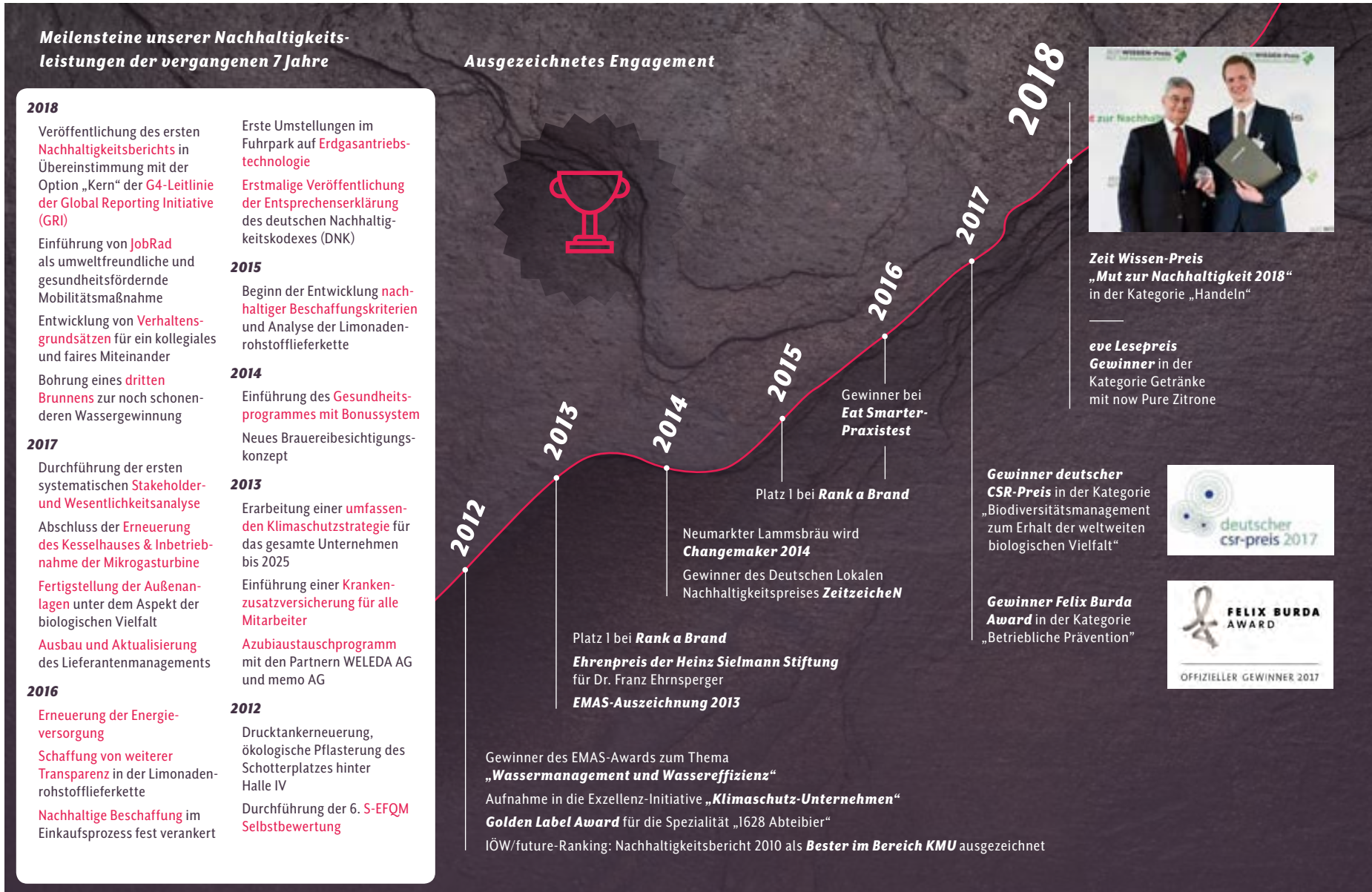


Abb. 1.3: Meilensteine unserer Nachhaltigkeitsleistungen und Auszeichnungen der letzten Jahre

## 1.2

## Die Grundprinzipien: Nachhaltigkeit und Unabhängigkeit

Nachhaltigkeit – für manche ein aktueller Megatrend, für die Neumarkter Lammsbräu fester und gelebter Bestandteil der Unternehmenstradition. Langfristiges Denken und Handeln bilden seit jeher das Fundament des Unternehmens. Seit 1977 setzt der familiengeführte Mittelständler zudem auf konsequenten Natur- und Umweltschutz. Untrennbar damit verknüpft ist die unternehmerische Unabhängigkeit der Neumarkter Lammsbräu. Denn nur so können die Unternehmensgewinne konsequent entsprechend den nachhaltigen Prinzipien der Inhaberfamilie erwirtschaftet und eingesetzt werden.

## 1.2.1

### Umweltpolitik der Neumarkter Lammsbräu in Form von 10 Grundsätzen der Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist offiziell als Unternehmensziel festgelegt, dem sich Inhaber und Geschäftsführung fest verpflichten. Das werteorientierte, ganzheitliche Unternehmenskonzept der Neumarkter Lammsbräu geht aber über eine reguläre „reine“ Umweltpolitik hinaus und besteht aus zehn fest in der Unternehmensphilosophie verankerten Grundsätzen, nach denen sich die Brauerei in ihrem täglichen Handeln richtet (siehe Abb. 1.4). Sie wurden von der Geschäftsleitung und den Führungskräften verabschiedet. Das Nachhaltigkeitsmanagement aktualisiert diese Leitlinien regelmäßig in Abstimmung mit der Geschäftsleitung.



Nachhaltigkeit  
ist offiziell als  
Unternehmensziel  
festgelegt, dem sich  
Inhaber und  
Geschäftsführung  
fest verpflichten.

Johannes Ehrnsperger  
GESCHÄFTSLEITUNG

1. Die Neumarkter Lammsbräu versteht sich als Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems

2. Gesetzliche Anforderungen

3. Nachhaltiger Umweltschutz

4. Biologische Rohstoffe für unsere Produkte

5. Unsere Bio-Biere: Ökologische Braurichtlinien

6. Nachhaltige Beschaffung/Einkauf

7. Preisgestaltung

8. Regionale Kreisläufe

9. Einbindung der Mitarbeiter

10. Kommunikationskultur

Abb. 1.4: Unsere 10 Grundsätze der Nachhaltigkeit

### ① 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 für die Schaffung intakter, ökologisch und sozial nachhaltiger Lebensräume ein. Gesellschaftlich nimmt die Brauerei Einfluss, indem sie u. a. jährlich den Nachhaltigkeitspreis an besonders herausragende, nachhaltige Projekte engagierter Persönlichkeiten vergibt und diese in ihrer Arbeit finanziell und ideell fördert.

### ② Gesetzliche Anforderungen

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

### ③ Nachhaltiger Umweltschutz

Betrieblicher Umweltschutz steht bei uns an erster Stelle und wird langfristig und systematisch im operativen Geschehen umgesetzt. Unsere obersten Umweltziele sind die Minimierung von Umweltschwachstellen bei allen bestehenden und zukünftigen betrieblichen Aktivitäten sowie der schonende Umgang mit den verwendeten Ressourcen. Der Kreislaufgedanke der Natur spiegelt sich in unserem Wirtschaften wider. Wir fördern und bevorzugen die Nutzung nachwachsender (regenerativer) Stoffe, führen Reststoffe, wo es möglich ist, zurück in den Kreislauf, achten bei der Materialbeschaffung auf ökologische Standards und füllen in Mehrwegflaschen ab. Wir bewerten wesentliche

Umweltaspekte (z. B. Emissionen, Energieverbrauch, Abfälle) und berücksichtigen sowohl die direkten, als auch die indirekten ökologischen Auswirkungen unserer Tätigkeiten und steuern diese kontinuierlich mit Hilfe eines ganzheitlichen Controlling-Systems. Die Bewertung der CO<sub>2</sub>e-Emissionen erfolgt anhand der Vorgaben unserer Klimastrategie bis zum Jahr 2025: Sie gibt uns vor, etwa 11.500 Tonnen CO<sub>2</sub>e einzusparen (Basisjahr 2012). Betroffen sind die Bereiche der technischen Optimierung der Produktionsabläufe und Logistik, der Energieerzeugung und -effizienz, des Gebäudemanagements sowie des weiteren Ausbaus der regionalen Rohstoffbeschaffung (➤Näheres in Kap. 5).

### ④ Biologische Rohstoffe für unsere Produkte

Wir nehmen Einfluss auf die Kultivierung unserer Braurohstoffe und fördern aktiv den ökologischen Landbau mit überdurchschnittlichem Engagement. Durch die Vermeidung des Eintrags von künstlichen Mineraldüngern, chemischen Pflanzenschutz- und Unkrautvertilgungsmitteln sowie gentechnisch veränderten Organismen und durch die selektive Umsetzung von Kulturlandplänen bei unseren regional ansässigen Landwirten erhalten wir fruchtbare Böden, fördern wir den Humusaufbau und damit die C-Sequestrierung im Boden, bewahren wir unser reines Wasser und steigern wir die natürliche Artenvielfalt. Unsere Limonadenrohstoffe durchlaufen eine globalere Wertschöpfungskette. Wir fordern von all unseren Rohstofflieferanten Zertifikate an, deren Kriterien unsere Ansprüche an Bio-Qualität sicherstellen. Dadurch leisten wir einen Beitrag zur qualitativen Verbesserung der Rohstoffe und schonen unsere Umwelt (➤Näheres siehe Kap. 2, 3 und 5).

### ⑤ Unsere Bio-Biere: Ökologische Braurichtlinien

Unsere Bio-Bierspezialitäten brauen wir unter strenger Einhaltung der ökologischen Braurichtlinien. Unser oberstes Qualitätsziel ist dabei die Herstellung von

gesunden, natürlichen, wohlschmeckenden und sicheren Lebensmitteln. Unser traditionelles Brauverfahren verzichtet auf den Einsatz chemisch-technischer Hilfsmittel wie zum Beispiel Stabilisatoren oder Konservierungsstoffe. Unsere alkoholfreien Bio-Getränke produzieren wir ebenfalls unter Berücksichtigung ökologischer Herstellungsverfahren.

### ⑥ Nachhaltige Beschaffung/Einkauf

Zum Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur gehört auch eine transparente und nachhaltig ausgerichtete Lieferkette. Beim Einkauf bevorzugen wir Lieferanten, die hochwertige Waren anbieten, welche über die gesamte Lieferkette vom Anbau bis zur angelieferten Ware bei uns im Haus umwelt- und sozialverträglich hergestellt werden. Zur Sicherstellung verpflichten wir unsere Lieferanten auf einen Code of Conduct, der ethische und moralische Kriterien beinhaltet sowie die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards fordert. Dies überprüfen wir bei Durchführung unserer Lieferantenaudits (➤siehe Kap. 5).

### ⑦ 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.

### ⑧ Regionale Kreisläufe

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

Mehr zum Thema Lieferantenaudit in Kapitel 5.2: ➤ Seite 68

Mehr zum Thema Ökolandbau in Kapitel 3.4: ➤ Seite 44 ff



### 9 Einbindung der Mitarbeiter

Die Neumarkter Lammsbräu ist eine große Familie, in deren Mittelpunkt die Mitarbeiter stehen. Wir legen großen Wert auf die aktive Mitgestaltung der betrieblichen Prozesse durch unsere Mitarbeiter. Die Zusammenarbeit bei der Neumarkter Lammsbräu ist durch Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Vertrauen und Selbstverwirklichung geprägt. Neben dem öko-sozialen Bewusstsein sowie dem eigenverantwortlichen 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 wird bei jeder Stellenvergabe gewährleistet. Für die tägliche Umsetzung der Nachhaltigkeitsleitlinien sind alle Mitarbeiter mitverantwortlich (→siehe Kap. 4).

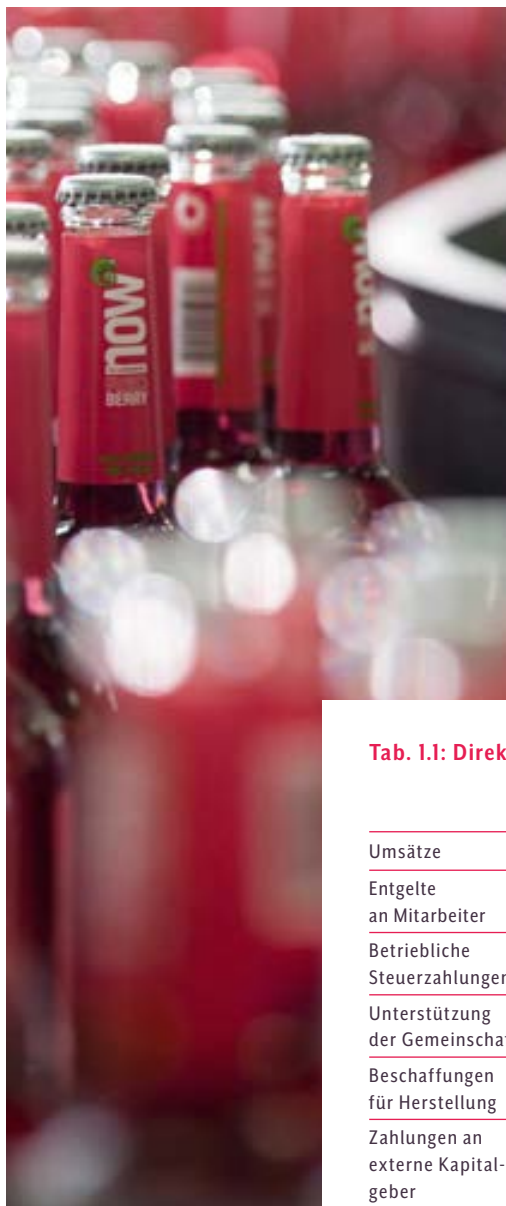
### 10 Kommunikationskultur

Wir pflegen den Dialog mit Lieferanten, Mitarbeitern, Kunden und allen anderen gesellschaftlichen Gruppen. Das Unternehmen vertritt 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 mit Netzwerken und Initiativen (z. B. AoEL „Assoziation Ökologischer Lebensmittelhersteller“) zusammenarbeitet, die nachhaltige Themen seriös bearbeiten und das Ziel verfolgen, ökologisch und nachhaltig hergestellte Lebensmittel besser zu vermarkten. Mit unseren vielfältigen Kommunikationsinstrumenten (Homepage, Nachhaltigkeitsbericht, Broschüren, Soziale Medien, Messeauftritte) bieten wir interessierten Kreisen ein breites Spektrum an Möglichkeiten, sich über unser Unternehmen mit seinen Produkten und der dahinter stehenden Philosophie zu informieren. Neben einer umfassenden Kommunikationskultur arbeiten wir darüber hinaus mit unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und weiteren Partnern kontinuierlich daran, gemeinsame Strategien für die Preis-, Produkt-, Umwelt- und Distributionspolitik zu entwickeln.

Diese zehn Grundsätze bilden die übergeordneten Leitplanken, an denen die Neumarkter Lammsbräu ihr Handeln mit entsprechend definierten Maßnahmen im Unternehmen ausrichtet.

Mehr zum Thema  
Mitarbeiter in  
Kapitel 4:  
→ Seite 50 ff



**1.2.2**  
**Erfolgreich nachhaltig Wirtschaften**

Für die Neumarkter Lammsbräu gilt hierbei die Maßgabe, nur soweit Wachstum zuzulassen, dass die Ressourcen der Natur nicht überbeansprucht werden. Damit das Unternehmen erfolgreich nachhaltig wirtschaftet, gibt es als wichtiges Instrument das Lammsbräu Cockpit.

Es dient der monatlichen Bewertung der wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und der Steuerung des Unternehmens. Die 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. Das Cockpit erleichtert der Geschäftsleitung, negative Trends und Fehlentwicklungen zu erkennen und bei Bedarf sofort gegenzusteuern.

**Tab. 1.1: Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert**

	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit
Umsätze	19,4	20,8	23,1	24,1	26,8	Mio €
Entgelte an Mitarbeiter	4,9	5,1	5,7	6,3	6,8	Mio €
Betriebliche Steuerzahlungen	2,5	2,7	2,2	3,3	4,0	Mio €
Unterstützung der Gemeinschaft	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	Mio €
Beschaffungen für Herstellung	6,0	7,0	7,8	7,9	8,8	Mio €
Zahlungen an externe Kapitalgeber	0,6	0,6	0,5	0,8	1,7	Mio €

**1.2.3**  
**Unabhängigkeit sichern und Risiken minimieren**

Seit fast 400 Jahren gibt es die Neumarkter Lammsbräu (siehe Kap. 1.2.1) und ebenso lange hat sie sich ihre Unabhängigkeit bewahrt. Unabhängigkeit ist damit – neben dem Prinzip der Nachhaltigkeit – das zweite übergeordnete, langfristige Unternehmensziel.

**Finanziell und unternehmerisch unabhängig\***

*„Das Unternehmen ist finanziell unabhängig und so ertragskräftig, dass eine angemessene Kapitalverzinsung sowie Risiko-prämie und Unternehmerlohn langfristig erwirtschaftet werden. Durch eine langfristig angelegte Unternehmensnachfolgeplanung führen die jeweils besten internen bzw. externen Geschäftsführer das Unternehmen.“*

Unternehmerische Unabhängigkeit ist die Voraussetzung, um als mittelständische Brauerei auch weiterhin erfolgreich am Markt zu agieren und zukunftsfähig zu bleiben. Nur durch Unabhängigkeit ist somit eine kompromisslose Ausrichtung auf die Grundprinzipien der Nachhaltigkeit möglich. Daneben spielt für die Sicherung der Unabhängigkeit der Neumarkter Lammsbräu auch das Risikomanagement eine wesentliche Rolle. Es wird deshalb im Folgenden näher beschrieben:

\*Quelle:  
Neumarkter Lammsbräu, Langfristige Unternehmensstrategie, S. 2

**Das Risikomanagement der Neumarkter Lammsbräu**

Um seine Existenz zu sichern und auf Dauer unternehmerische Unabhängigkeit und Stabilität gewährleisten zu können, ist es für ein Unternehmen extrem wichtig, seine relevanten Risiken zu kennen und sich bereits im Vorfeld mit der Eintrittswahrscheinlichkeit und dem Schadensausmaß zu beschäftigen. Die Neumarkter Lammsbräu hat folgende sieben Risikobereiche definiert:



Abb. 1.5: Risikobereiche der Neumarkter Lammsbräu

Jeder Bereich umfasst eine Mehrzahl an Einzelrisiken: Beispielsweise Reputationsverlust, Produktrückruf, Produktionsstillstand oder Gefahren, die auf ein zu schnelles Wachstum zurückzuführen sind wie Kreditunfähigkeit und damit einhergehender Verlust von Glaubwürdigkeit am Markt. Jedes Einzelrisiko hat eine spezifische Eintrittswahrscheinlichkeit und ein unterschiedlich mögliches Schadensausmaß. Daraus ergeben sich ein spezifischer Risikowert und damit eine

Klassifizierung der relevanten Risiken. Abhängig vom jeweiligen Risikowert werden daraufhin entsprechende Gegenmaßnahmen eingeleitet. Im Rahmen jährlicher Strategietage werden diese evaluiert und ggf. angepasst.

**Mit Erfolg:** Durch ihr effizientes Risikomanagement konnte die Neumarkter Lammsbräu bislang ihre möglichen Risiken, darunter auch solche mit Auswirkungen auf das Kerngeschäft, frühzeitig erkennen und durch konkrete Maßnahmen abwenden.

**1.2.4 Unsere Werte**

Die Neumarkter Lammsbräu ist ein Familienunternehmen, das sich als Pionier durch seine Liebe zum Produkt und zur Natur in einem wertschätzenden Miteinander konsequent für die Verbindung von höchstem Genuss, ökologischem Landbau und nachhaltigem Leben einsetzt. Sämtliche Aktivitäten der Brauerei werden daher im alltäglichen Arbeiten von sieben Kern-Werten (siehe Abb. 1.6) geleitet.



Abb. 1.6: Sieben Kernwerte der Neumarkter Lammsbräu

1.2.5

Führen und Managen mit System und Struktur

Integriertes Managementsystem

„Verantwortung leben. Genuss schaffen“ – getreu diesem Motto haben Produktqualität und Kundenzufriedenheit bei der Neumarkter Lammsbräu seit jeher

oberste Priorität. Um den Bedürfnissen ihrer Kunden gerecht zu werden, sind die Mitarbeiter und Führungskräfte der Brauerei stetig bemüht, dem übergeordneten Ziel einer systematischen und kontinuierlichen Verbesserung im Bereich Qualität nachzukommen. Dafür lässt sich die Neumarkter Lammsbräu seit nunmehr

über 20 Jahren jährlich im Rahmen der ISO 9001-Norm überwachen. Als Öko-Pionier liegt dem Unternehmen gleichermaßen ein umweltverträgliches Wirtschaften mit seinen natürlichen Ressourcen am Herzen. Dafür nutzt die Neumarkter Lammsbräu ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 und EMAS (Eco Management and

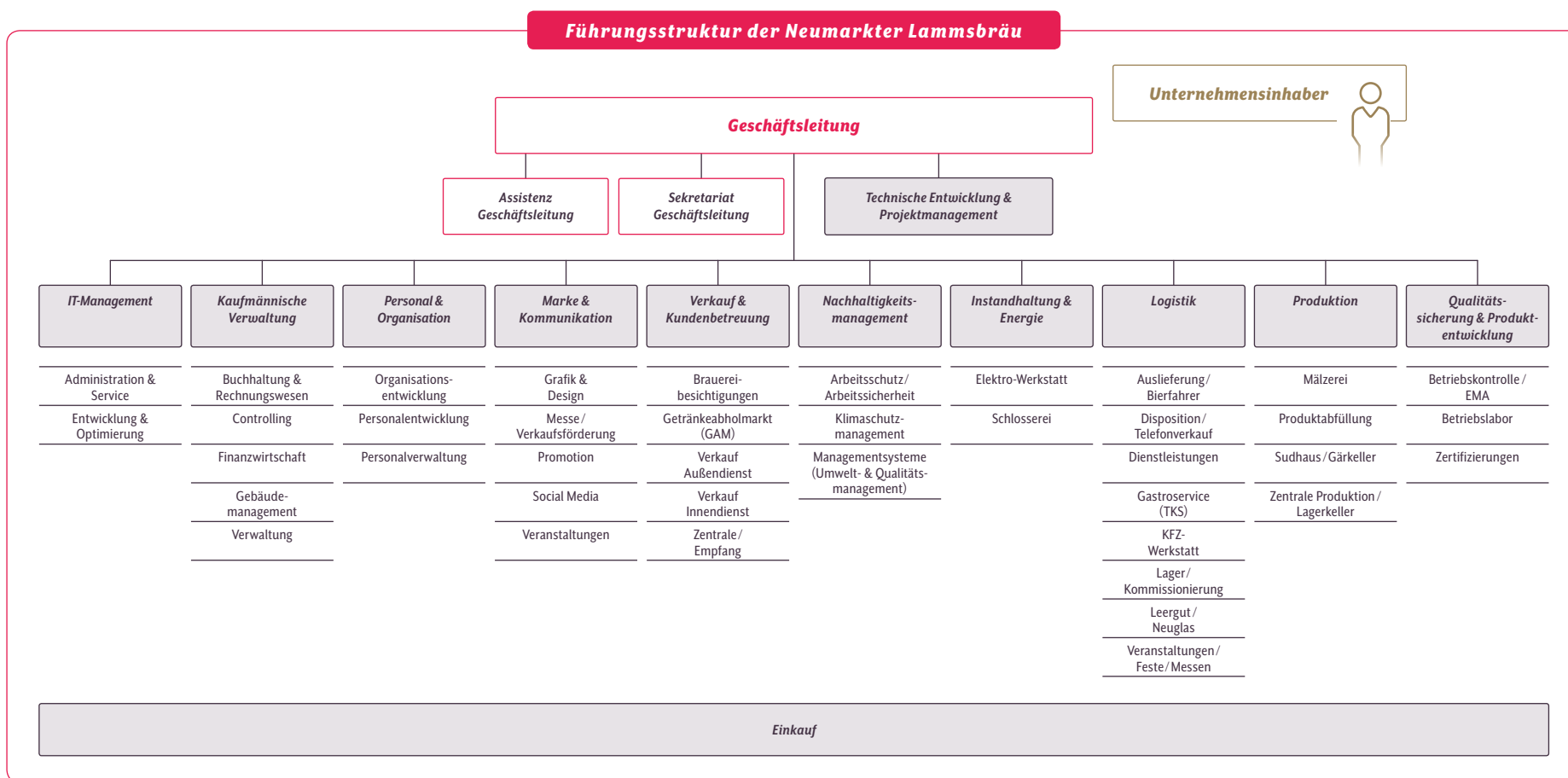


Abb. 1.7: Die Führungsstruktur der Neumarkter Lammsbräu, Stand: 20.12.2018



Audit Scheme), das die kontinuierliche Weiterentwicklung (siehe Abb. 1.8). der unternehmerischen Umweltleistung vorsieht und Möglichkeiten der Überwachung und Maßnahmenergreifung integriert. Die grundlegenden Aufgaben des Umweltmanagements sind die Einhaltung rechtlicher Umweltvorschriften und die Sicherstellung compliance-konformer Prozesse sowie die kontinuierliche Verbesserung der gesetzten Umweltziele. Aus diesem Grund wird das Umweltrechtskataster der Neumarkter Lammsbräu konstant gepflegt und aktualisiert, um umgehend auf Änderungen reagieren zu können. Dementsprechend werden Arbeitsanweisungen verfasst und die Mitarbeiter geschult sowie in den Umwelt- und Arbeitssicherheit-Ausschüssen regelmäßig informiert. Außerdem erfolgen alle drei Jahre eine Rezertifizierung des integrierten Managementsystems nach ISO 9001 und ISO 14001 sowie eine Revalidierung gemäß EMAS-Verordnung durch externe Audits.

Neben Umwelt- und Qualitätsmanagement ist auch das Risikomanagement ein Teilprozess des übergreifenden Managementsystems. Um eigene Stärken, Schwächen und Verbesserungspotenziale erkennen zu können, führt das Unternehmen regelmäßig Selbstbewertungen anhand des EFQM-Modells (European Foundation for Quality Management) durch.

In 2017 hat die Neumarkter Lammsbräu ihr integriertes Managementsystem nochmals erweitert, um damit den Anforderungen der neuen ISO-Normen (14001 und 9001) sowie EMAS zu entsprechen. Eine entscheidende Rolle spielte dabei die Analyse der wichtigsten Stakeholder und deren Ansprüche an das Unternehmen. Im Folgenden wird deshalb auf die Beziehungen der Neumarkter Lammsbräu zu ihren Anspruchsgruppen näher eingegangen.

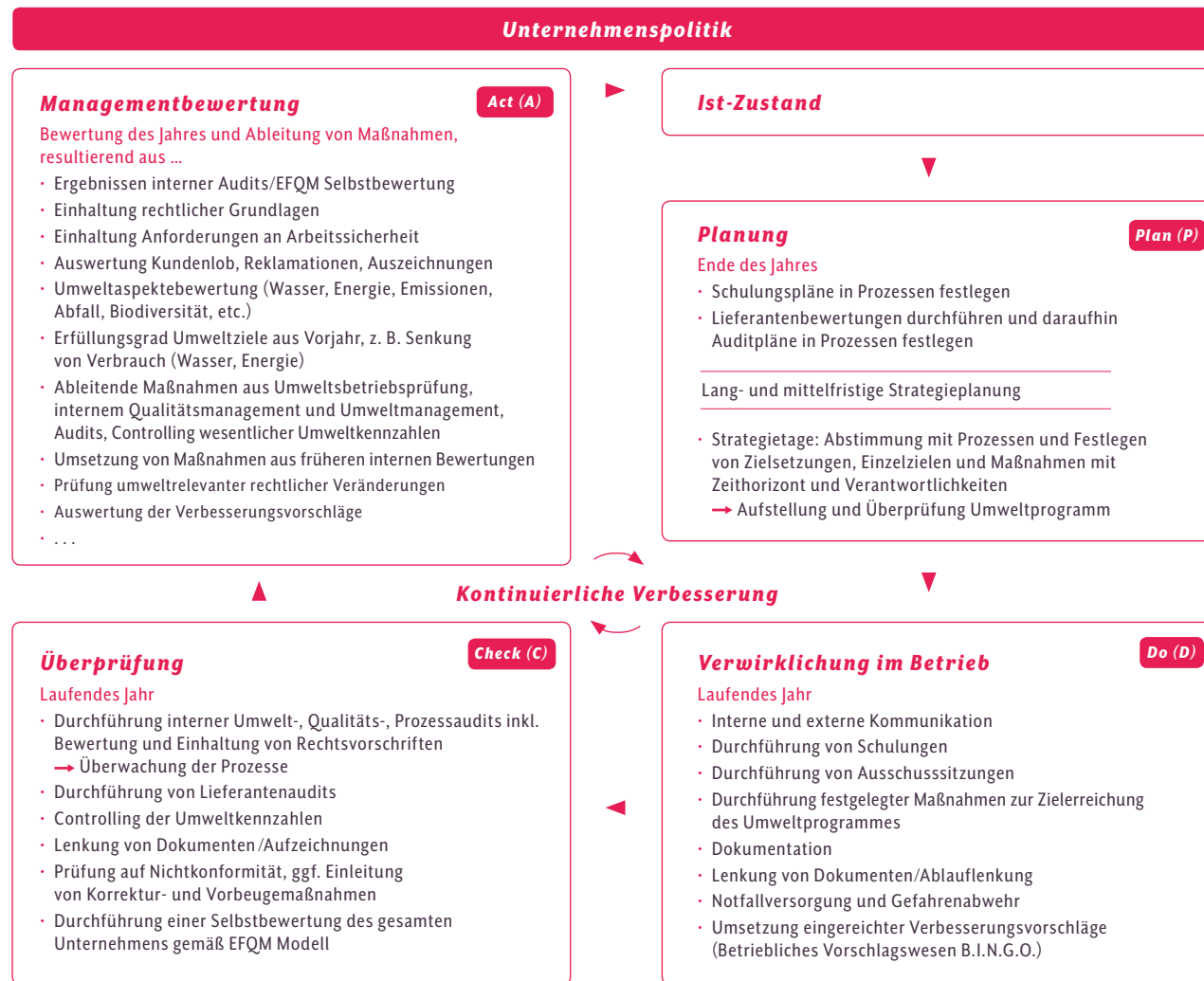


Abb. 1.8: Das integrierte Managementsystem der Neumarkter Lammsbräu in der Praxis (PDCA-Zyklus)

### 1.3 Stakeholder und wesentliche Themen

Um ihre Stakeholder, deren Ansprüche und Erwartungen sowie ihr Einflusspotenzial genau zu kennen, führte die Neumarkter Lammsbräu 2017 eine umfassende Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse durch. Dazu wurden relevante Stakeholder-Gruppen befragt und daraufhin relevante und wesentliche Themen systematisch erfasst und bewertet. 2018 wurden die Ergebnisse im Rahmen einer wissenschaftlichen Ausarbeitung überprüft und sich damit beschäftigt, wie das Stakeholdermanagement bei der Neumarkter Lammsbräu weiterentwickelt werden kann. Im Folgenden wird deshalb der aktuelle Stand des Stakeholdermanagements bei der Bio-Brauerei beschrieben.

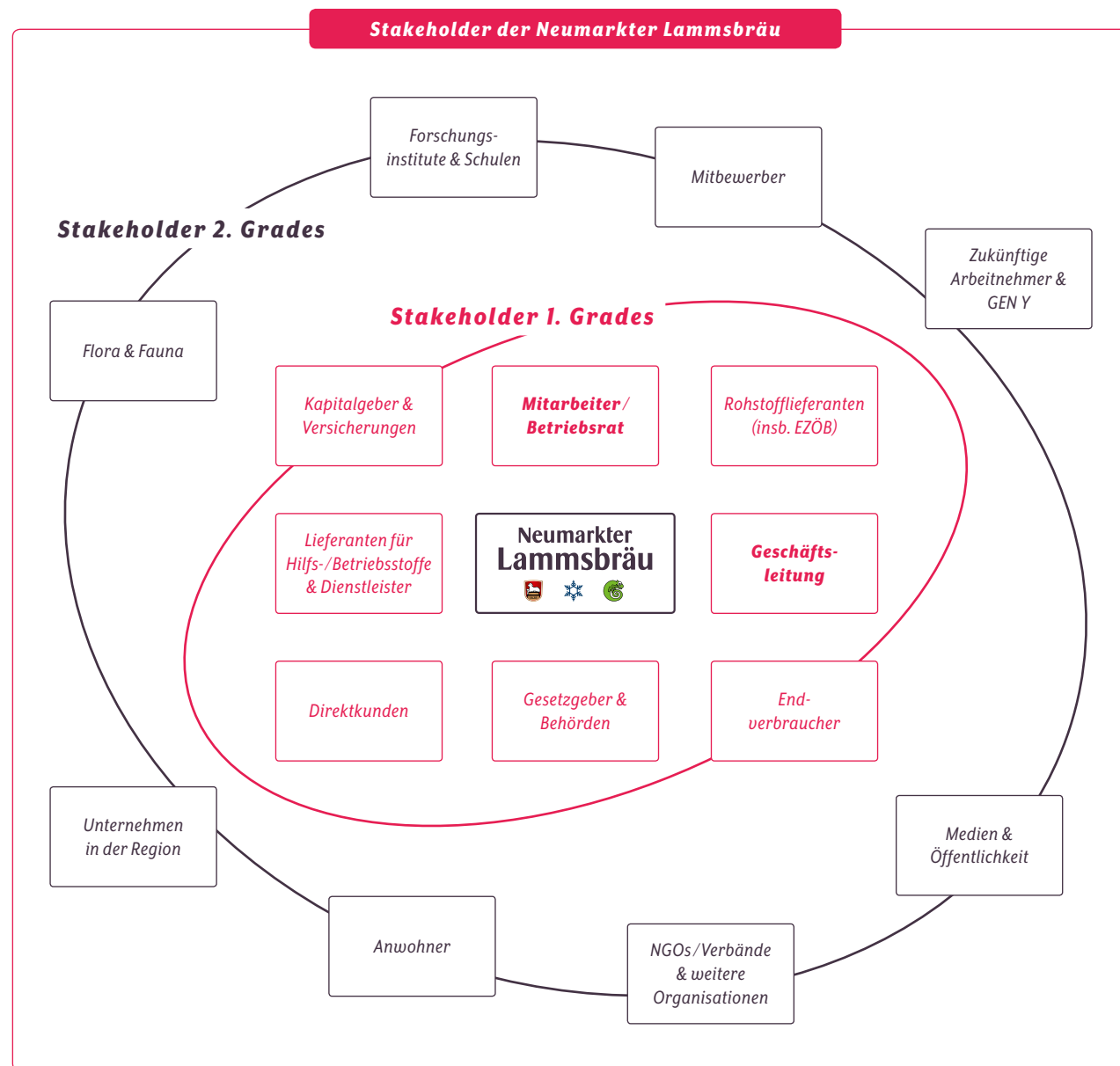


Abb. 1.9: Stakeholder-Map der Neumarkter Lammsbräu (fettgedruckt: interne Stakeholder)



### 1.3.1 Stakeholder

Die in 2017 analysierten 17 Stakeholder-Gruppen wurden 2018 intern überarbeitet, indem Stakeholder-Gruppen zusammengefasst oder ihre Bezeichnungen umformuliert wurden. Um die jeweiligen Stakeholder-Beziehungen zum Unternehmen zu verdeutlichen, wurden daraufhin alle Gruppen in einer Stakeholder-Map verortet (→siehe Abb. 1.9). Bei den Stakeholdern 1. Grades handelt es sich um all diejenigen Gruppen, welche sich im direkten Geschäftskontakt mit der Neumarkter Lammsbräu befinden. Alle Stakeholder 2. Grades haben keinen direkten Kontakt zur Brauerei, zeigen aber Interesse an ihren Geschäftstätigkeiten. Mitarbeiter/Betriebsrat und Geschäftsleitung zählen zu den internen Stakeholdern, alle Übrigen zu den externen.

Doch welche Ansprüche und Erwartungen haben die Stakeholder an die Neumarkter Lammsbräu? Jede Stakeholder-Gruppe stellt nämlich unterschiedliche Ansprüche an ein Unternehmen. Kunden bspw. haben den Anspruch, dass ein Produkt auch die versprochene Qualität aufweist. Mitarbeiter hingegen wünschen sich bspw. Selbstverwirklichung, aber auch Arbeitsplatzsicherheit. Eine ausführliche Darstellung der Ansprüche und Erwartungen befindet sich im anschließenden Kapitel.

#### GLOSSAR

### Stakeholder

Stakeholder sind unternehmensinterne wie externe Anspruchs- und Interessensgruppen, die von den Geschäftstätigkeiten indirekt oder direkt betroffen sind und/oder Ansprüche an das Unternehmen haben. Anspruchs- und Interessensgruppen können unsere Geschäftsentwicklung sowie auch die gesellschaftliche Akzeptanz unseres Unternehmens mehr oder weniger stark beeinflussen, was wiederum zu Auswirkungen führt.

Es ist daher wichtig, sich mit seinen Stakeholdern aktiv auseinanderzusetzen, um Bedürfnisse und Erwartungen zu kennen und daraus ggf. Maßnahmen abzuleiten.

1.3.2

Wesentliche Themen der Neumarkter Lammsbräu

Um herauszufinden, welche Ansprüche und Erwartungen die Stakeholder an die Neumarkter Lammsbräu haben, wurden im Rahmen der 2017 durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse 31 wesentliche Themen ermittelt, die zum einen Ansprüche der Stakeholder darstellen sollen, zum anderen hohe Relevanz für das Unternehmen aufweisen. Um zu überprüfen, ob diese auch tatsächlich den Ansprüchen der Stakeholder-Gruppen entsprechen, wurden in 2018 im Rahmen einer wissenschaftlichen Ausarbeitung die bereits ermittelten Themen mit den Ansprüchen der Stakeholder abgeglichen, indem die für das Unternehmen besonders relevanten Stakeholder-Gruppen Endverbraucher, Direktkunden, Mitarbeiter und Rohstofflieferanten mittels Fokusgruppen befragt wurden.

Der Abgleich der wesentlichen Themen hat ergeben, dass diese größtenteils die Ansprüche und Erwartungen ihrer relevantesten Stakeholder auch tatsächlich widerspiegeln. Nichtsdestotrotz wurden ähnliche Themen zusammengefasst, missverständliche Themen umformuliert und aus Sicht der Stakeholder fehlende Themen ergänzt. Die in [Abbildung 1.10](#) aufgeführte, modifizierte Themenliste (Stand Februar 2019) enthält deshalb nur noch 23 für die Stakeholder wesentliche Themen, die zur Verdeutlichung des Bezugsrahmens unter sechs Handlungsfelder subsumiert wurden. Ob die Themen aber auch eine hohe Relevanz für das Unternehmen aufweisen, wird in 2019 von der Geschäftsleitung gegengeprüft.

Die Überprüfung der wesentlichen Themen stellt damit eine Daueraufgabe im Rahmen von Stakeholdermanagement dar und ist besonders essentiell. Nur wenn ein Unternehmen auch die tatsächlichen Ansprüche und Erwartungen seiner wichtigsten Stakeholder kennt, lassen sich daraus die bestmöglichen Maßnahmen ableiten und gemeinsam verfolgen.

1.3.3

Kommunikation mit den Stakeholdern

Schon seit jeher hat eine intensive Kommunikation mit den Stakeholdern für das Familienunternehmen Tradition. Diese ist von Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness und Vertrauen geprägt und läuft über zahlreiche verschiedene Kanäle. Mitarbeiter werden beispielsweise regelmäßig durch die Mitarbeiter-Info oder bei Betriebsversammlungen informiert, Endverbraucher bspw. über Flyer, Plakate oder Brauereibesichtigungen. Über welche Kanäle die Neumarkter Lammsbräu noch mit ihren Stakeholdern kommuniziert, zeigt [Abb. 1.11](#).

**Hinweis**  
Die mit einem Sternchen\* gekennzeichneten Themen wurden im Rahmen der wissenschaftlichen Ausarbeitung verändert bzw. ergänzt.

Die wesentliche Themen der Neumarkter Lammsbräu

<b>Unabhängigkeit &amp; Risikominimierung</b>	<b>Umwelt-Engagement</b>	<b>Nachhaltige Beschaffung</b>	<b>Produktverantwortung &amp; Kundenzufriedenheit</b>	<b>Umweltfreundliche Produktion</b>	<b>Nachhaltiges Personalmanagement</b>
Unternehmerische Unabhängigkeit	Wasserschutz & -verfügbarkeit	Einhaltung von Umweltstandards entlang der Lieferkette	Rohstoff- & Produktqualität*	Material- & Ressourcenverbrauch (Wasser, Energie)	Personalentwicklung
Stabilität durch strukturelle Unabhängigkeit	Erhalt von Artenvielfalt	Regionale Wertschöpfung	Verbrauchervertrauen & Reputation durch Transparenz*	Erneuerbare Energie	Chancen- & Lohngerechtigkeit
Verknappung von Roh- & Hilfsstoffen	Klimaschutz	Zuverlässiger Mengenfluss*	Kundenorientierung & Trendbeobachtung*	Umweltschonende Verpackung	Altersgerechte Arbeitsplatzgestaltung*
	Erhaltung von Bodenfruchtbarkeit, Sortenvielfalt, ökologisches Saatgut		Nachhaltige Werbematerialien*		Work-Life-Balance*
					Mitarbeiterbindung bei wichtigen Entscheidungen
					Mitarbeiterorientierter/familiärer Führungsstil

Abb. 1.10: Modifizierte Themenliste der Neumarkter Lammsbräu

Doch die bisherige Kommunikation ist der Neumarkter Lammsbräu längst nicht genug. Die Bio-Brauerei hat sich für 2019/2020 auf die Fahnen geschrieben, ihre relevantesten Stakeholder-Gruppen zukünftig auch in unternehmerische Entscheidungen stärker einzubeziehen, und zwar mittels der Stakeholder-Dialogformen Partizipative Produktentwicklung, Runder Tisch, Nachhaltigkeitstag und/oder Beirat.

Ob dies allerdings auch seitens der Stakeholder gewünscht wird, wurde ebenfalls wissenschaftlich in Erfahrung gebracht. Die Befragung der Direktkunden, Endverbraucher, Mitarbeiter und Rohstofflieferanten zeigte, dass sich alle Gruppen sehr gut vorstellen können, stärker in unternehmerische Entscheidungen eingebunden zu werden, besonders in Form eines Beirats. Stärker bei der Produktentwicklung mitwirken zu können, wünschen sich die Rohstofflieferanten und Endverbraucher, unternehmensinterne Themen mittels Runder Tisch zu besprechen die Mitarbeiter. Nachhaltige Themen mit der Öffentlichkeit gemeinsam in Form eines Nachhaltigkeitstages auf dem Brauereigelände der Neumarkter Lammsbräu anzugehen, gefiel nur der Gruppe der Endverbraucher. Aus den aufschlussreichen Erkenntnissen wurde daraufhin die Maßnahme abgeleitet, in 2019/2020 zunächst einen Stakeholder-Beirat bei der Neumarkter Lammsbräu zu implementieren. Ein weiterer Schritt, mit dem das Stakeholdermanagement der Brauerei ausgebaut wird und durch den die Stakeholder-Beziehungen vom Acker bis zum Glas gestärkt werden sowie die Erwartungen der Stakeholder langfristig Berücksichtigung finden können.

Im Verlauf des nächsten Jahres wird sich die Neumarkter Lammsbräu auch mit der Umsetzung der Stakeholder-Dialogformen Nachhaltigkeitstag, Partizipative Produktentwicklung und Runder Tisch intern auseinandersetzen. Aktuell ist noch nicht entschieden, ob die Implementierung aller Dialogformen auch realisierbar ist.

**Interne Kommunikation**


- E-Mail, Telefon
- Mitarbeiter-Info, Intranet
- Grüne Bretter
- Schulungen, fachlicher Mitarbeiter-Tag
- Betriebsversammlung
- Betriebsabend
- Jour fixe mit Führungskraft
- Ausschusssitzungen, Gremien
- Führungskräftebesprechung (FKB)
- Nachhaltigkeitsbericht
- Führungskräfteprechstunde
- Mitarbeitergespräche
- Strategietage
- Flurfunk

**Externe Kommunikation**

- E-Mail, Telefon
- Homepage, Social Media, Newsletter
- Flyer, Plakate, Pressemitteilungen
- Feste & Veranstaltungen
- Messen
- Besuche/Audits
- Nachhaltigkeitsbericht/-broschüre
- Netzwerktreffen, Arbeitskreise
- Direkter Kontakt
- Brauereibesichtigungen
- Forschungs-/Bildungsprojekte
- Nachhaltigkeitspreis-Verleihung
- Jahresgespräche mit Direktkunden
- Kundenbefragungen, Verkostung


Abb. 1.11: Kommunikation mit den Stakeholdern

**Mögliche Stakeholder-Dialogformen bei der Neumarkter Lammsbräu**



**Runder Tisch**

Gesprächsforum bei Interessenskonflikten oder zum Anstoß neuer Initiativen oder Projekte




**Partizipative Produktentwicklung**

Dreimal stattfindende Workshops zur nutzerorientierten, innovativen Produktgestaltung



**Nachhaltigkeitstag**

Interaktive, öffentlichkeitswirksame Veranstaltung rund um ein spezifisches Thema der Nachhaltigkeit



**Stakeholder-Beirat**

Ehrenamtliches, zweimal im Jahr tagendes Gremium zur Einholung direkten Feedbacks in Form von Lob oder Kritik sowie Erarbeitung gemeinsamer Themen

Abb. 1.12: Mögliche Stakeholder-Dialogformen bei der Neumarkter Lammsbräu



KAPITEL

# 2

## *Bio-Produkte der Neumarkter Lammsbräu*

## Unsere Bio-Produkte

ÜBERBLICK



### Qualitätsansprüche

- ✓ 100% Bio, 0% Kompromiss
- ✓ Regionale Rohstoffe
- ✓ Bio-Mineralwasser
- ✓ Echter Geschmack



DE-ÖKO-001



### Bio-Mineralwasser

- ✓ Umweltschutz und höchste Produktqualität
- ✓ Frei von Schadstoffen und gesundheitsfördernd
- ✓ Überprüfung der Kriterien von einer unabhängigen Zertifizierungsstelle
- ✓ Weitreichendes Engagement für den Wasserschutz
- ✓ Umweltfreundliche, nachhaltige Bewirtschaftung der Quelle

Mit

# Leidenschaft

fürs Produkt



## 2.1

## Unsere Produkte

„leidenschaftlich konsequent“ engagiert sich die Neumarkter Lammsbräu auch für ihre Produkte, denn sie sind Herz und Seele des Unternehmens. Ob aromatisches Bio-Bier, fruchtige Erfrischungsgetränke oder reinstes Bio-Mineralwasser: Konsequenterweise vereinen die Produkte aller Marken 100 Prozent Bio-Qualität mit volstem Genuss und Wohlbefinden. Gute Ideen werden leidenschaftlich verfolgt und immer wieder neue Produkte oder Sorten entwickelt. Aber: Nur wenn die Neuheiten glaubwürdige Vertreter der Werte und Positionierung des Unternehmens sind, werden sie in das Sortiment aufgenommen. Auf diese Weise konnte 2018 neben der Marktführerschaft im Segment „Ökologische Biere“ auch die gute Position im Bereich der ökologischen alkoholfreien Getränke weiter ausgebaut werden.

Transparente und glaubwürdige Botschaften sind der Kern der Markenkommunikation bei der Neumarkter Lammsbräu. Damit schafft unser Unternehmen Vertrauen bei seinen Kunden und ist authentisch. Unter dem Dach der Unternehmensmarke Neumarkter Lammsbräu bündeln sich die charakteristischen Produktmarken Neumarkter Lammsbräu, BioKristall und now. Sie machen die Werte der Brauerei unmissverständlich erlebbar und sind damit ein deutliches Unterscheidungsmerkmal zu den Mitbewerbern.

Nach dem Motto „**Wir kennen unsere Bio-Fruchtchen. Damit du nur das Beste schmeckst**“ zeichnet die Bio-Limonaden now die ausschließliche Verwendung bester Zutaten aus dem Ökolandbau und die handwerklich-traditionelle Herstellung ohne vorkonfek-



Abb. 2.1: Dachmarke und Produktmarken

tionierte Grundstoffe aus. Im Gegensatz zu herkömmlichen Limonaden enthält now keinen Fertig-Sirup, sondern den Saft echter Früchte. Diese werden von zertifizierten Bio-Bauern hauptsächlich aus Europa für uns angebaut. Mit natürlichen Essenzen und Extrakten in Bio-Qualität wird der einzigartige Geschmack verfeinert. Zum Süßen werden ausschließlich heimische Bio-Rüben verwendet. 2018 waren 6 der insgesamt 12 now-Sorten bereits Naturland zertifiziert.

Kompromisslos ist die Neumarkter Lammsbräu auch bei ihrer Marke BioKristall. Unter dem Leitsatz „**Unsere Überzeugung können Sie trinken**“ erfüllen die vier Produkte BioKristall medium, BioKristall still, BioKristall Apfel-Holunder-Schorle und BioKristall Apfel-Schorle höchste Qualitätsstandards. Zertifiziert

von der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V., war BioKristall das erste anerkannte Bio-Mineralwasser in Deutschland und setzt bis heute Maßstäbe im Hinblick auf die Reinheit des Wassers, seinen quellschonenden Abbau und die umweltschonende Verarbeitung.

„**100 % Bio, 0 % Kompromiss**“ gilt nicht zuletzt für sämtliche Bio-Biere der Neumarkter Lammsbräu. Gebraut nach dem ökologischen Reinheitsgebot, überzeugten die 21 Sorten auch 2018 in Sachen Geschmack und Nachhaltigkeit. Die Rohstoffe stammen von der vor mehr als 30 Jahren gegründeten Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe. Durch die hauseigene Mälzerei hat die Neumarkter Lammsbräu die hohe Qualität ihrer Produkte von Beginn an in der Hand, wie sich im folgenden Kapitel detailliert nachlesen lässt.

Mehr zum Thema Bio-Siegel in Kapitel 2.2.3: [Seite 30-31](#)



**Unsere Produkte**

Produktqualität und Sicherheit

Bio-Mineralwasser

Der Kunde



Abb. 2.2: Das gesamte Bio-Sortiment der Neumarkter Lammsbräu

## Neuprodukte 2018

**now  
Paradise Mint**

Paradiesische Sommer-Erfrischung mit der Süße einer reifen Ananas, der prickelnden Säure der Limette und dem erfrischenden Kick der Pfefferminze.

**Lammsbräu  
Zwickl**

Untergäriges, naturtrübes Bier mit ausgewogenem Hopfen- und Malzaroma. Ein besonders frisches und vollmundiges Geschmackserlebnis – vollkommen und unverfälscht.

**Lammsbräu  
Weiße & Grapefruit  
alkoholfrei**

Erfrischend spritziges, obergäriges, alkoholfreies Biermischgetränk mit natürlicher Hefetrübung. Fein abgestimmt mit now Grape Fruit Limonade, entfaltet dieses Sommergetränk ein fein ausgewogenes, fruchtig-herbes und malzig-süßliches Aroma.

**Lammsbräu  
Alkoholfrei**

Untergäriges Alkoholfrei mit ausgewogenem Malzaroma und blumiger, feinherber Hopfennote. Ein spritzig vollmundiger Durstlöcher, der isotonisch, vitaminhaltig und kalorienreduziert ist. Jetzt auch in der 0,5 l-Flasche

**1628  
Callista**

Unsere schlanke Variation eines Indian Pale Ale betört mit den Aromen tropischer Früchte. Unter seinem schneeweißen Schaum duftet das goldgelbe Starkbier nach Mango, Zitrone und Stachelbeere. Im Geschmack ist das exotische Callista intensiv fruchtig und trocken, mit einer markanten Frische.

**1628  
Grünhopfenbock**

Zur Zeit der Hopfen-Ernte gebraut, bringt dieses charaktervolle Starkbier alle herausragenden Eigenschaften der Naturdolden zur Geltung. Frisch von der Rebe, kommt der hochfeine Aroma-Hopfen ungedarrt ins bereits vergorene Bier. Kenner schätzen auf diese Weise kalt gehopft Bier wegen seiner grasigen Geschmacksnote.

Abb.2.3: Neuprodukte der Neumarkter Lammsbräu 2018

## 2.2

## Produktqualität und Sicherheit

ückenlose Produktsicherheit und -qualität bilden einen wichtigen Grundstein für den Geschäftserfolg der Neumarkter Lammsbräu und sind maßgeblich für die Marktführerschaft in der Bio-Getränke-Branche verantwortlich. Dieser Erfolg beruht zum einen auf der stetigen Weiterentwicklung der Produkte durch den Prozessbereich „Qualitätssicherung & Produktentwicklung“. Die Qualitäts- und Hygienestandards, die sich unser Unternehmen selbst gesetzt hat, gehen dabei weit über die gesetzlichen Vorgaben, beispielsweise des Verbraucherschutzes, hinaus.

Zum anderen liegt der Erfolg der Neumarkter Lammsbräu in dem Anspruch begründet, 100 Prozent ökologisch, konsequent und umweltfreundlich zu produzieren – bis hin zur bedachten Rohstoffherzeugung auf dem Acker.

Die Auszeichnung unserer Produkte mit Bio-Siegeln ist der sichtbare und transparente Beweis, dass die Neumarkter Lammsbräu ihren Ansprüchen gerecht wird.

Kurzum: Mit guten, ehrlichen Produkten sorgt die Neumarkter Lammsbräu dafür, dass ihre Kunden ihr vertrauen und zufrieden sind. Dies bestätigen wachsende Absatzzahlen, Kundenlob und eine sehr geringe Anzahl berechtigter Reklamationen. Letztere werden intern ausgewertet und betroffene Prozesse systematisch überprüft.

## 2.2.1

### 100 % Bio & so regional wie möglich – strenge Kriterien bei der Produktentwicklung und Qualität

Aus den unternehmensinternen Werten und der erarbeiteten Nachhaltigkeitsphilosophie der Neumarkter Lammsbräu ergeben sich folgende, zentrale Qualitätsansprüche, die bei allen Produkten berücksichtigt werden:

#### ① **Garantiert 100 % Bio, 0 % Kompromiss**

Alle Roh- und Grundstoffe stammen aus kontrolliert ökologischem Anbau. Dies schließt den Verzicht auf gentechnisch veränderte Organismen, chemisch-synthetische Düngemittel und Pestizide ein. Diese Art des Anbaus trägt zum Erhalt der biologischen Vielfalt bei, bewahrt das Trinkwasser in seiner Qualität und erhält die natürlichen Umweltkreisläufe.

#### ② **Regionale Rohstoffe**

Das Unternehmen bevorzugt Braurohstoffe aus seiner regionalen Erzeugergemeinschaft (EZÖB), einem Zusammenschluss aus mehr als 150 Bio-Landwirten, die verschiedenen Anbauverbänden angehören. Für die Bierspezialitäten werden sämtliche Rohstoffe überwiegend regional (d. h. im Umkreis von 100 km) angebaut, was durch kurze Transportwege zum Klimaschutz beiträgt.

Auch bei den Limonaden kommt ein erheblicher Rohstoff-Anteil bereits aus Deutschland bzw. der Region. So wurde 2018 die Zusammenarbeit mit der Liefergemeinschaft für Bio-Zuckerrüben, die 2017 gegründet wurde, weiter intensiviert. Unter anderem waren die Bio-Bauern der Liefergemeinschaft im November parallel zum 7. Seminar der EZÖB-Akademie zu einer eigenen Fortbildungsveranstaltung geladen. Thema des 2. Treffens der Liefergemeinschaft Zuckerrüben war unter anderem das Ergebnis einer Studie zum öko-

logischen Fußabdruck von Bio-Rübenzucker, der darin deutlich besser abschneidet als Rohrzucker. Dr. Andi Spörri vom Institut für Umweltentscheidungen Zürich stellte die Ergebnisse vor. Darüber hinaus gab es einen Rückblick auf das erste Anbaujahr, das für alle Beteiligten zufriedenstellend verlaufen war.

Um auch diejenigen Rohstoffe, die nicht in der Region angebaut werden können, in höchster Qualität zu erhalten, arbeitet die Neumarkter Lammsbräu an der Verbandszertifizierung aller Zutaten bei der Limonadenproduktion. Ziel ist, dass neben Umweltstandards auch Sozialstandards entlang der gesamten Lieferkette sichergestellt werden. Um dieses Ziel zu erreichen, kooperiert die Brauerei mit Naturland.

#### ③ **Wasser – ein ganz besonderer Rohstoff**

Das Bio-Mineralwasser ist die „Basis-Zutat“ für alle Produkte der Neumarkter Lammsbräu. Die Kriterien, nach denen das Bio-Mineralwasser zertifiziert ist, können unter folgendem Link nachgelesen werden: [www.bio-mineralwasser.de](http://www.bio-mineralwasser.de).

#### ④ **Klare Rezepturen**

Die Brauerei achtet bei ihren eigens entwickelten Rezepturen darauf, möglichst wenige Zutaten zu verwenden. Durch den engen Lieferantenkontakt wird versucht, die Lieferketten möglichst kurz zu halten und bei neuen Entwicklungen heimische Früchte zu verarbeiten.

#### ⑤ **Echter Geschmack**

Geschmacksgeber der Produkte sind hauptsächlich Fruchtsaft und Fruchtsaftkonzentrat. In geringem Maß werden außerdem natürliche Essenzen und Extrakte verwendet. Regelmäßige Verkostungen stellen dabei sicher, dass nur geschmacklich hochwertige Ware das Haus verlässt.

Mehr zum Thema EZÖB in Kapitel 5.1: [↗ Seite 62 ff](#)

Mehr zum Thema Bio-Rübenzucker in Kapitel 5.1: [↗ Seite 65](#)

Mehr zum Thema Naturland in Kapitel 5.2: [↗ Seite 66-67](#)



### 2.2.2

#### **Umweltfreundliche Rohstoffbeschaffung: Biodiversitätserhalt, Erhalt von Bodenfruchtbarkeit, Sortenvielfalt und ökologisches Saatgut**

Vom Acker bis in die Flasche: Mit ihrer Selbstverpflichtung zu 100 Prozent Ökolandbau nimmt die Neumarkter Lammsbräu noch vor der eigentlichen Rohstoffbeschaffung – nämlich bereits im Rahmen der Anbaubedingungen – Einfluss auf die Qualität ihrer Endprodukte. Daneben kümmern wir uns bei unserer Rohstoffbeschaffung auch um Themen wie Sortenvielfalt und Erhalt von Bodenfruchtbarkeit. Dies ist ein wesentliches Thema für uns, denn nur mit einem gesunden und artenreichen Boden ist es möglich, Rohstoffe in höchstmöglicher Qualität zu erzeugen. Da im Rahmen des Ökolandbaus die genannten Kriterien erfüllt werden, setzen wir auf verbandszertifizierte Ware und verpflichten uns selbst, nur Rohstoffe mit mindestens dem EU-Bio-Siegel zu erwerben. Außerdem treffen wir gemeinsam mit unseren Landwirten eine Auswahl z. B. von unterschiedlichen Gerstensorten, aus denen der einzelne Landwirt seinen Anbau abhängig von den Bodenbedingungen wählen kann.

Zum Thema Bodenfruchtbarkeit können sich Landwirte mit Unterstützung der Neumarkter Lammsbräu zum Bodenpraktiker weiterbilden lassen: Bei dieser neunmonatigen fachlichen und praxisorientierten Weiterbildung wird der schonende Umgang mit dem Boden ins Zentrum der Landwirtschaft gerückt. 2018 wurden erneut Zertifikate an 60 Landwirte überreicht.

Insgesamt haben in den vergangenen 5 Jahren 124 Absolventen die Bioland-Weiterbildung zum Bodenpraktiker erfolgreich abgeschlossen.

Zusätzlich engagiert sich die Neumarkter Lammsbräu in der Ökozüchtung. Ziel ist es, eine 100 Prozent ökologisch gezüchtete Gerstensorte zu entwickeln, die optimal auf die Bedingungen im Ökolandbau angepasst ist und in gleicher Weise sehr gut zur Vermälzung und zum Brauen geeignet ist. Indem die Brauerei den Öko-Landbau fördert, hat sie unter anderem einen positiven Einfluss auf den aktiven Trinkwasser- und Biodiversitätsschutz, die Bodenfruchtbarkeit sowie die natürlichen Kreisläufe. Die CO<sub>2</sub>e-Emissionen werden reduziert, soziale Bedingungen sowie Klima- und ressourcenschonendes Wirtschaften entlang der Lieferkette verbessert und die regionale Wertschöpfung nach Möglichkeit gesteigert.

### 2.2.3

#### **Die Bio-Siegel**

Die Qualität der Rohstoffe ist für die Neumarkter Lammsbräu essentiell. Ziel ist, dass die gesamte Lieferkette lückenlos bio, fair und transparent ist. Während sämtliche Rohstoffe für das Bio-Bier von verbandszertifizierten Bio-Bauern aus der Region kommen, die über die Erzeugergemeinschaft EZÖB seit Jahrzehnten in engem Kontakt zur Brauerei stehen, verhält es sich bei den now-Limonaden naturgemäß etwas anders. Denn Früchte wie Zitronen oder Orangen wachsen

nicht in der Region. Um dennoch maximale Kontrolle über die Qualität dieser Rohstoffe zu erlangen, kooperiert die Neumarkter Lammsbräu intensiv mit Naturland, um sicherzustellen, dass die hohen ökologischen und sozialen Standards in den Herkunftsländern eingehalten werden.

Naturland hat bei der Vergabe seines Verbandssiegels überdurchschnittlich strenge Kriterien. Der Verband schützt ganzheitlich Natur, Klima und Mensch und ist obendrein aufgrund der Tatsache, dass er international vertreten ist, Experte für exotische Früchte. Aus diesen Gründen fiel die Wahl der Neumarkter Lammsbräu auf diesen unter den vier großen Bio-Anbauverbänden in Deutschland.

2018 trugen 6 Sorten der 12 now-Limonaden das Naturland-Siegel. Langfristig ist es das Ziel der Neumarkter Lammsbräu, dass alle now-Sorten das Naturland-Siegel erhalten.

Zusätzlich zu den strengen Kontrollen der Verbände geht die Neumarkter Lammsbräu hausintern auf Nummer sicher: Kontrollprozesse in der Qualitätssicherung- und Produktentwicklung sorgen dafür, dass die Anforderungen an die Lieferanten eingehalten werden. Maßgeblich verantwortlich sind zudem die Lieferanten selbst: Einmal im Jahr müssen sie ihre Zertifikate erneuern. Das sorgt dafür, dass die Nachweise aktuell bleiben. Jeder Landwirt oder Lieferant verpflichtet sich gegenüber der Brauerei auf diese regelmäßige Erneuerung.

Alle Produkte der Neumarkter Lammsbräu tragen auf diese Weise mindestens das EU-Bio-Siegel und zudem weitere Bio-Auszeichnungen, nämlich das Bioland- und Naturland-Siegel, das Bayerische Bio-Siegel sowie das Bio-Mineralwasser-Siegel.



#### **EU-Bio-Siegel, d.h. Bio nach EG-Öko-Verordnung**

Alle Biere, Biermischgetränke, Erfrischungsgetränke und Fruchtschorlen der Neumarkter Lammsbräu tragen das EU-Bio-Siegel. Dieses staatliche Bio-Siegel ist die Grundlage aller Produkte aus dem ökologischen Landbau.



#### **Bio-Mineralwasser-Siegel**

Alle BioKristall Mineralwässer, now-Erfrischungsgetränke und BioKristall Fruchtschorlen tragen das Bio-Mineralwasser-Siegel. ([www.bio-mineralwasser.de](http://www.bio-mineralwasser.de))



#### **Bioland- und Naturland-Siegel**

Die privaten Bio-Anbauverbände wie Naturland oder Bioland gehen in ihren Anforderungen weit über die Standards des EU-Bio-Siegels hinaus. Dabei müssen alle Zutaten zu 100 Prozent ökologischer Herkunft sein. Alle Biere und Biermischgetränke der Neumarkter Lammsbräu tragen beide Verbandssiegel.



#### **Bayerisches Bio-Siegel**

Alle Bio-Biere tragen das bayerische Bio-Siegel. Es garantiert hohe Bio-Qualitätsstandards in Verbindung mit dem Herkunftsnachweis Bayern.

Abb. 2.4: Bio-Auszeichnungen unserer Produkte



## 2.3

## Bio-Mineralwasser – die Grundlage von allem

Jedes Getränk der Neumarkter Lammsbräu wird mit dem reinen Wasser unserer tief im Neumarkter Jura liegenden BioKristall-Quelle hergestellt. Außerdem setzen wir auch beim Wasser auf kompromisslose Bio-Qualität, zertifiziert nach den strengen Richtlinien der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. Die Gründe dafür sind klar: Reines Wasser ist zweifelsfrei unser wichtigstes Lebensmittel. Jeder Stoffwechselprozess ist davon abhängig und kein Lebewesen kann ohne es existieren. Gleichzeitig ist das Wasser aber weltweit stark gefährdet – gerade auch in einem Land wie Deutschland, in dem es auf den ersten Blick genug davon gibt. Grund sind menschgemachte Verunreinigungen wie Pestizide, Nitrat und andere Schadstoffe aus Industrie und intensiver Landwirtschaft, die vielerorts ins Wasser einsickern. Schon heute befinden sich rund 36 Prozent der deutschen Grundwasserkörper laut Umweltbundesamt in chemisch schlechtem Zustand.<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Einen umfassenden Überblick über den Zustand des deutschen Grundwassers auf Basis amtlicher Daten bieten die beiden Teile des „Schwarzbuch Wasser“ der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V., die unter [www.bio-mineralwasser.de/presse/downloads.html](http://www.bio-mineralwasser.de/presse/downloads.html) abgerufen werden können.

Die u. a. von den Bioverbänden Demeter, Naturland, Bioland, Biokreis und dem Bundesverband Naturkost und Naturwaren getragene Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser setzte dieser fortschreitenden Verschmutzung unseres wichtigsten Lebensmittels das Bio-Mineralwasser-Siegel entgegen. Als zeitgemäßes Reinheitsgebot für Wasser und pro-aktives Wasserschutzkonzept stellt das Bio-Mineralwasser-Siegel dreierlei jederzeit sicher (➤ siehe Abb. 2.5):

- **Reinheit**
- **Unabhängige und transparente Überwachung sowie Zertifizierung**
- **Pro-aktiver Wasser- und Umweltschutz**

Im Ergebnis ist das schon 2012 auch vom Bundesgerichtshof bestätigte Bio-Mineralwasser-Siegel der Qualitätsgemeinschaft der absolut konsequente Übertrag der Bio-Prinzipien auf unser wichtigstes Lebensmittel, den es im Sinne des Verbraucher-, Umwelt- sowie Wasserschutzes gemeinsam weiter voranzubringen und zu schützen gilt.<sup>2)</sup>

### Gründe, die für das Bio-Mineralwasser Konzept sprechen

1 

**Reinheit:** Strenge Grenzwerte, die auf dem aktuellen wissenschaftlichen Stand sind und die gesetzlichen Vorgaben für konventionelles Mineral- und Leitungswasser deutlich übertreffen, schützen die Verbraucher vor Pestiziden, Nitrat und anderen Gefahrenstoffen. Zudem sind die radioaktive Bestrahlung und die Zugabe von Industriekohlensäure bei Bio-Mineralwasser nicht erlaubt.

2 

**Unabhängige und transparente Überwachung sowie Zertifizierung:** Die Qualitätsgemeinschaft, die die Bio-Mineralwasser-Richtlinien definiert, die zertifizierende Ökokontrollstelle und die Produzenten von Mineralwasser handeln völlig autonom und unabhängig voneinander. Die Bio-Mineralwasser-Brunnen sind verpflichtet, die aktuellsten Prüfergebnisse in jedem Fall auf ihren Webseiten zu veröffentlichen und auf den Etiketten ihres Bio-Mineralwasser mehr Informationen als gesetzlich vorgeschrieben zu veröffentlichen. Verstößen die Bio-Mineralwasser-Brunnen gegen zentrale Kriterien der Bio-Mineralwasser-Richtlinien, verlieren sie das Siegel. Die Bio-Mineralwasser-Richtlinien mit einer Beschreibung aller Kriterien sind auf den Webseiten der Qualitätsgemeinschaft jederzeit downloadbar.

3 

**Pro-aktiver Wasser- und Umweltschutz:** Das Bio-Mineralwasser-Siegel der Qualitätsgemeinschaft verpflichtet die zertifizierten Bio-Mineralwasser-Brunnen, sich aktiv für unser wichtigstes Lebensmittel einzusetzen. Konkret müssen sich die Brunnen nachweisbar um ihr Wasser vom Einsickern des Regens in den Boden bis zur Abfüllung in die Flasche kümmern und die Risiken von Verunreinigungen auch für die Zukunft minimieren (u. a. durch Förderung von Ökolandbau in ihrer Region, die Unterstützung von Wasser- und Umweltschutzmaßnahmen, die Förderung von Umweltbildung und die Vernetzung mit anderen Umweltschützern). Darüber hinaus sind die Bio-Mineralwasser-Quellen absolut nachhaltig zu bewirtschaften (die Regenerationsfähigkeit der Quelle darf zu keinem Zeitpunkt eingeschränkt sein) und die Getränke so ressourcen- und umweltschonend wie möglich herzustellen.

<sup>2)</sup> Siehe hierzu auch die Pressemitteilungen zur Abmahnung bzw. Klage von Neumarkter Lammsbräu gegen die Großkonzerne Danone und SGS Fresenius wegen der irreführenden Verwendung eines eigenen Biosiegels bei Volvic, das nicht dem entspricht, was der Bundesgerichtshof, die Bioverbände und nicht zuletzt auch die Verbraucher unter Bio und speziell Bio-Mineralwasser verstehen.

Abb. 2.5: Gründe, die für das Bio-Mineralwasserkonzept sprechen

## 2.4

## Der Kunde – einer der wichtigsten Partner

Die Neumarkter Lammsbräu pflegt ein partnerschaftliches Verhältnis zu all ihren Geschäftspartnern. So ist auch die Beziehung zu unseren Kunden bilateral: Oft ist es der Kunde selbst, der Anregungen für die Entwicklung neuer Produkte gibt. Auf diese Weise ist das Unternehmen nah dran an den Wünschen der Abnehmer und orientiert sich an gesellschaftlichen Entwicklungen. Der Kunde ist daher einer der wichtigsten Stakeholder des Unternehmens.

### Wer ist eigentlich alles Kunde der Neumarkter Lammsbräu?

Kunde der Neumarkter Lammsbräu ist nicht nur der Endverbraucher, der die Produkte direkt aus dem Getränkemarkt bezieht. Auch der Groß- und Einzelhandel sowie die Gastronomen stehen mit dem Bio-Getränkhersteller in einer engen Kundenbeziehung. Diese sorgen dafür, dass das gesamte Bio-Sortiment den Endverbraucher reibungslos erreicht. Demnach sind auch diejenigen Kunden der Brauerei, mit denen bei Veranstaltungen kooperiert wird.

#### Das 1x1 der Kundenkommunikation



##### Vorträge & Podiumsdiskussionen

Mit **Vorträgen** und der Teilnahme an **Podiumsdiskussionen** sucht die Neumarkter Lammsbräu den Dialog mit Kunden und Konsumenten, um die Themen Nachhaltigkeit und zukunftsfähiges Wirtschaften in die Öffentlichkeit zu tragen. Vertreter der Brauerei engagieren sich deshalb über das Jahr hinweg an Universitäten und Hochschulen, bei gemeinnützigen Vereinen und Verbänden, bei ihren Netzwerkpartnern, bei Unternehmensverbänden oder auch bei kirchlichen Organisationen.



##### Preise

Durch zielgerichtete **Bewerbungen auf spezielle Preise** und damit verbundene Auszeichnungen werden Verbraucher auf das Unternehmen aufmerksam.



Weitere Informationen finden Interessierte immer auch auf den **Produkt-Etiketten** sowie über die **Website** ([www.lammsbraeu.de](http://www.lammsbraeu.de)), das Neumarkter Lammsbräu **Magazin**, **Prospekte**, den **Newsletter** sowie **Facebook-Account**.



##### Nachhaltigkeitsbericht und -brochüre

Der jährliche **Nachhaltigkeitsbericht** und die Zusammenfassung in Form einer **Nachhaltigkeitsbrochüre** geben Auskunft über alle Aktivitäten des vergangenen Jahres und stellen das Unternehmen, seine Philosophie mit Leitlinien und seine Produkte, Querschnittsthemen, die Entwicklung der Kernindikatoren sowie erreichte und zukünftig anvisierte Ziele mit Maßnahmen vor.



##### Bio-Messen und -Festivals

Auf **Messen** oder **Bio-Festivals** werden im Laufe des Jahres nicht nur die Produkte vorgestellt, auch die Unternehmensphilosophie der Neumarkter Lammsbräu kann hautnah erlebt werden.



Abb. 2.6: Die Kundenkommunikation der Neumarkter Lammsbräu



### Die Neumarkter Lammsbräu in den Augen ihrer Kunden

Um zu überprüfen, wie ihre Kunden das Unternehmen sehen, führt die Neumarkter Lammsbräu alle zwei Jahre stichprobenartige Geschäftskundenbefragungen durch. Dafür wurden im Jahr 2018 von der Nürnberger ForschungsWerk GmbH insgesamt 148 Personen befragt. Die Ergebnisse zeigen: Spontan assoziieren die Geschäftskunden am häufigsten **Nachhaltigkeit und ökologisches Engagement** (44 %), **(Bio-/Öko-)Bier** (20 %) und **guten bzw. süffigen Geschmack** (16 %) mit der Neumarkter Lammsbräu.

Aus Sicht ihrer Kunden hebt sich die Neumarkter Lammsbräu durch ihre nachhaltige Ausrichtung positiv von ihren Mitbewerbern ab. Folglich waren die ausschlaggebenden Gründe, Kunde der Neumarkter Lammsbräu zu werden, mit großem Abstand Nachhaltigkeit und ökologisches Engagement, gefolgt von Regionalität und guten Produkten.

Die unter den Kunden bekanntesten Maßnahmen der Brauerei zum Thema Nachhaltigkeit sind **„Fair zum Bauern“** (88 %), der **Nachhaltigkeitsbericht** (84 %), der **Nachhaltigkeitspreis** (84 %) und das **Engagement für Biodiversität** (84 %). Das Regenwald-Projekt (20 %) und der Unternehmerstammtisch (18 %) sind weniger bekannt.

In Sachen Geschmack sind die Kunden von den Erfrischungsgetränken und Bio-Bieren der Neumarkter Lammsbräu absolut überzeugt, aus ihrer Sicht gibt es nur wenig nennenswerte Konkurrenz. Zudem ist kaum ein Mitbewerber aus Sicht ihrer Kunden innovativer als die Neumarkter Lammsbräu.



Abb. 2.7: Ergebnis der Geschäftskundenbefragung 2018

In Fragen der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit bewegt sich die Neumarkter Lammsbräu in den Augen ihrer Kunden in einer eigenen Liga. Und die Kunden wünschen sich auch explizit, dass die Bio-Brauerei ihrer Philosophie und ihren nachhaltigen Prinzipien treu bleibt. Die einzelnen Aspekte der Zusammenarbeit mit

der Neumarkter Lammsbräu wurden bei der Befragung 2018 deutlich besser als 2016 eingestuft, die Preisgestaltung schneidet im Vergleich jedoch etwas schlechter ab und bei den Vertriebswegen wurde zum Teil Optimierungsbedarf gesehen. Insgesamt betrachtet sind die Geschäftskunden zufriedener als vor zwei Jahren.



KAPITEL

# 3

## *Verantwortung für Umwelt & Gesellschaft*

## Unsere Verantwortung

ÜBERBLICK



### Herzenssache

der Neumarkter Lammsbräu

- ✓ Förderung des ökologischen Landbaus
- ✓ Erhalt von Artenvielfalt
- ✓ Wasserschutz
- ✓ Klimaschutz
- ✓ Einsatz für eine agrotechnikfreie Welt



## Bio-Produkte

haben Mehrwert



Ziel bis 2025

**11.500** Tonnen  
**CO<sub>2</sub>e-Reduktion**



### Die Ziele der UN

im Fokus



3.1

## Global denken – regional handeln

„Think global, act local“ – als Familienunternehmen fühlt sich die Neumarkter Lammsbräu besonders den Menschen und der Region am und um den Firmensitz in Neumarkt i. d. Oberpfalz verbunden. Dies drückt sich in ökologischem und gesellschaftlichem Engagement des Unternehmens aus. Besonders am Herzen liegen der Bio-Brauerei die Förderung des ökologischen Landbaus, Wasserschutz, Klimaschutz, Erhalt von Artenvielfalt (Biodiversität) sowie der Einsatz für eine agrotechnikfreie Welt. Der Fokus liegt dabei ganz klar auf der Umsetzung regionaler Maßnahmen und Projekte.

Allerdings verliert die Neumarkter Lammsbräu niemals das große Ganze aus den Augen. Die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen im Rahmen der Agenda 2013 für Nachhaltige Entwicklung dienen dem Unternehmen als Maßgabe für ihr Engagement für Umwelt und Gesellschaft.

Die Aktivitäten der Neumarkter Lammsbräu zahlen besonders auf die Ziele 6, 13, 15 und 17 ein, worüber in den nachfolgenden Unterkapiteln berichtet wird.

### Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen



Mehr zu den SDGs in:  
 ↗ Kapitel 3.2  
 ↗ Kapitel 3.3  
 ↗ Kapitel 3.4  
 ↗ Kapitel 3.5

Abb. 3.1: Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen



### 3.2

## Unser Engagement für die wichtigste Ressource Wasser

### 3.2.1

#### Der Umgang mit der Ressource Wasser am eigenen Betriebsstandort

Um die Nutzung dieser für die Neumarkter Lammsbräu wichtigsten Ressource in Zukunft noch nachhaltiger und schonender zu gestalten, wurde 2018 auf dem Betriebsgelände ein dritter Brunnen gebohrt. Dieser erschließt dieselbe Wasserschicht wie die beiden bereits bestehenden Brunnen und fördert somit ebenso reines Bio-Mineralwasser zutage. Durch eine gleichmäßige Fahrweise aller drei Brunnen können diese in Zukunft noch schonender betrieben werden. Erste Pumpversuche haben gezeigt, dass dadurch die Pegelabsenkung voraussichtlich um mehr als die Hälfte reduziert werden kann. So ist eine nachhaltige Quellnutzung auch für zukünftige Generationen gesichert.



### Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen

Laut der Weltgesundheitsorganisation (WHO) haben 2,1 Milliarden Menschen, vor allem in ländlichen Gebieten, nach wie vor keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Sie greifen deshalb auf unbehandeltes Wasser von Oberflächengewässern wie Flüssen, Bächen oder Seen zurück. Doch eine Besserung der Wasserversorgung ist nicht in Sicht, wenn kein Umdenken stattfindet. Laut den UN soll bis 2050 Wasserknappheit drastisch zunehmen und die halbe Weltbevölkerung unter Wassermangel leiden. Um diesem Zustand bedeutend entgegenzuwirken, zielt SDG 6 darauf ab, durch Maßnahmen im Bereich Wasserschutz und -verfügbarkeit den Zugang zur Ressource Wasser für jeden Menschen zu gewährleisten.



### 3.2.2 Wasser spenden, Zukunft schenken – Das Wasserversorgungsprojekt in Kenia

In Zusammenarbeit mit der basic AG und der GLS Zukunftsstiftung Entwicklung fördert die Neumarkter Lammsbräu die Wasserversorgung in der Massai-Gemeinde Olempoor im südlichen Kenia. Mit einer Spenden-Aktion in 2018 sorgte die Brauerei dafür, dass im Zeitraum von April bis Mai beim Kauf jeder Flasche BioKristall und jeder Flasche now-Limonade entsprechend der Flaschengrößen entweder 25 Cent oder 40 Cent zu 100 Prozent in das Projekt flossen. Ganze 20.000 Euro kamen am Ende zusammen, welche dem Wasserversorgungssystem der Gemeinde zu Gute kamen. Dieses kann durch die finanzielle Unterstützung wieder einen Schritt weit verbessert werden, sodass trotz Dürreperioden die Massai-Gemeinde ausreichend Zugang zu sauberem Trinkwasser erhält. Das Projekt trägt außerdem dazu bei, dass die Dorfbewohner einen nachhaltigen Umgang mit Wasser erlernen und ihre Landwirtschaft ökologisch ausrichten. Die Förderung von Wasserprojekten im globalen Süden ist der Neumarkter Lammsbräu ein großes Anliegen (s. a. CO<sub>2</sub>e-Kompensationsprojekt in [Kap. 3.3.2](#)), sodass sie auch weiterhin mit Spenden-Aktionen einen Beitrag zur Verbesserung der Wasser-Infrastruktur in Kenia leisten wird.





**Maßnahmen zum Klimaschutz**

Der Klimawandel stellt eine der größten Bedrohungen in der heutigen Zeit für Ökosysteme wie Wälder, landwirtschaftliche Kulturflächen, Berggebiete oder Ozeane sowie die darin lebenden Pflanzen, Tiere und Menschen dar. Durch den Anstieg an Treibhausgasen ergeben sich deshalb schädliche Auswirkungen wie bspw. Wetterkatastrophen oder das Abschmelzen der Polkappen und einen damit einhergehenden Anstieg des Meeresspiegels. Um diesen und weiteren Bedrohungen vorzubeugen, zielt SDG 13 darauf ab, dass umgehende Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seinen Auswirkungen ergriffen werden.

3.3

**Unsere Klimaschutzstrategie**

3.3.1

**CO<sub>2</sub>e-Reduktion am Betriebsstandort**

Nachdem bei der Neumarkter Lammsbräu das Einsparen von CO<sub>2</sub>e-Emissionen ganz oben auf der Agenda steht, leistet die Brauerei mit ihrer seit 2013 selbst auferlegten Klimaschutzstrategie einen wichtigen Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen. Mit der Strategie wird das Ziel verfolgt, dass bis 2025 jedes Jahr durchschnittlich sechs Prozent der im direkten Einflussbereich befindlichen CO<sub>2</sub>e-Emissionen (Scope 1 und 2) gegenüber dem Vorjahr vermieden werden (ohne Kompensationsmaßnahmen). Dies entspricht etwa einer Emissionsreduzierung von rund 11.500 Tonnen CO<sub>2</sub>e. Alle verbleibenden Emissionen (Scope 1 und 2) sollen in einem letzten Schritt durch CO<sub>2</sub>-Kompensationszertifikate neutralisiert werden.

Um eine entsprechende Datenbasis zu schaffen und die größten Einsparpotenziale im Unternehmen zu ermitteln, wurde in diesem Zusammenhang für das Basisjahr 2012 ein gesamtunternehmerischer CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck erstellt (Corporate Carbon Footprint – CCF). Die Analyse ergab, dass die Beschaffung von Braugetreide, Hopfen und Limonadenrohstoffen sowie alle innerbetrieblichen Produktionsprozesse (Scope 1 & 2 und anteilig Scope 3) die größten CO<sub>2</sub>e-Verursacher darstellen.

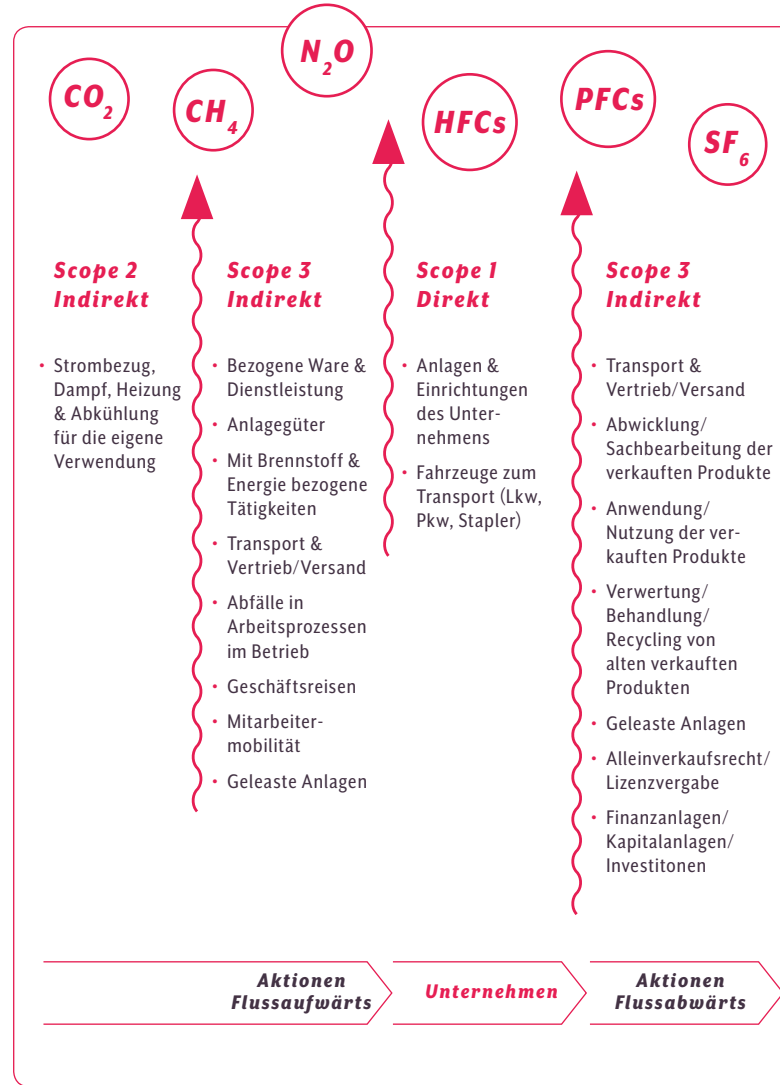


Abb. 3.2: Scope 1 bis 3-Erfassung der THG-Emissionen\*

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

Um das ambitionierte Ziel der Klimaschutzstrategie trotz kontinuierlichen Wachstums der Brauerei zu erreichen, werden die Klimaschutz-Maßnahmen an den jährlich wachsenden Getränkeabsatz angepasst. Zur Reduktion und Vermeidung von Treibhausgasen am Betriebsstandort bspw. investiert die Neumarkter Lammsbräu bis 2025 kontinuierlich in den Einsatz effizienterer Technologien, in die mittel- bis langfristige Umstellung der Energieträger zur Deckung des Wärmebedarfes sowie in die Umrüstung in einen komplett ökologisch ausgerichteten Fuhrpark.

Die Höhe der diesjährigen eingesparten CO<sub>2</sub>e-Emissionen am Betriebsstandort beläuft sich auf 2.050 Tonnen. Eine detaillierte Auflistung der Einsparungen ist in [Kapitel 6.3.5, S. 85](#), der CO<sub>2</sub>e-Bilanz zu entnehmen. Alle nicht vermeidbaren CO<sub>2</sub>e-Emissionen (Scope 1 und 2) aus 2018 gleicht die Neumarkter Lammsbräu durch zwei CO<sub>2</sub>-Kompensationsprojekte aus und erreicht damit Klimaneutralität.

**Fazit**

Die Neumarkter Lammsbräu hat sich somit bewusst entschieden, die in ihrem direkten Einflussbereich befindlichen CO<sub>2</sub>e-Emissionen (Scope 1 und 2), für die sie im Wesentlichen die volle Verantwortung trägt, sukzessive zu vermeiden, zu reduzieren sowie die verbleibenden Emissionen in einem letzten Schritt durch CO<sub>2</sub>-Kompensationszertifikate zu neutralisieren.

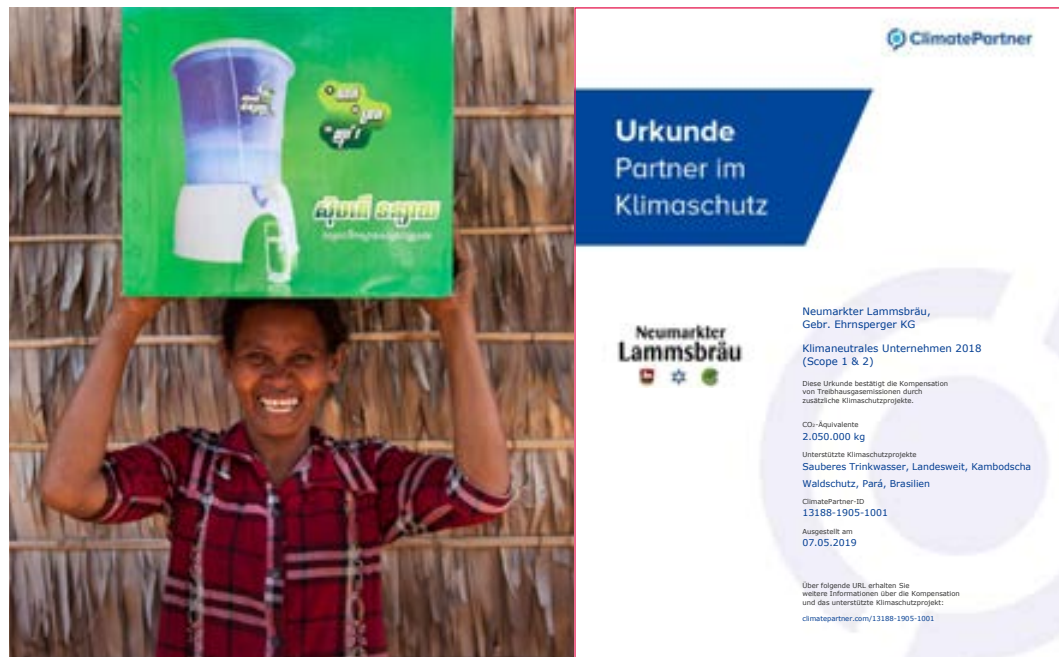
**3.3.2 CO<sub>2</sub>e-Kompensation für Klimaneutralität**

Das Einsparen von Treibhausgasemissionen ist ein möglicher Weg, um den Klimawandel aufzuhalten. Eine weitere Möglichkeit bietet die Kompensation der nicht gänzlich zu vermeidenden Emissionen durch Kompensationsprojekte, da eine Getränke-Produktion ohne den Einsatz von Energie und die Entstehung von Kohlenstoffdioxid bisher nicht möglich ist.

**Sauberes Trinkwasser-Projekt in Kambodscha**

Die in 2018 nicht vermiedenen CO<sub>2</sub>e-Emissionen am Betriebsstandort (Scope 1 und 2) der Neumarkter Lammsbräu wurden zu 50 Prozent durch das Goldstandard zertifizierte Trinkwasser-Projekt in Kambodscha in Zusammenarbeit

mit ClimatePartner kompensiert. Durch die Unterstützung des Projekts durch die Neumarkter Lammsbräu werden etwa 900 Keramik-Wasserfiltersysteme pro Jahr an ländliche Haushalte zugestellt, sodass das Abkochen schmutzigen Trinkwassers nicht mehr nötig ist. Dabei reicht die Kapazität eines Systems für den Wasserbedarf einer fünfköpfigen Familie. Mit der Unterstützung des Projekts wird der ländlichen Bevölkerung in 22 von 25 Regionen Kambodschas Zugang zu sauberem Trinkwasser ermöglicht und zudem werden sozialverträgliche Arbeitsplätze geschaffen. Denn die Keramik-Filter werden vor Ort von Hand selbst hergestellt. Außerdem wird die Abholzung von 108.000 t Holz pro Jahr verhindert, da durch die Wasserfilter-Systeme kein Holz mehr zum Abkochen schmutzigen Trinkwassers benötigt wird.





Die Wasserinfrastruktur im globalen Süden zu verbessern und eine Frischwasserversorgung zu garantieren, entspricht voll und ganz den Werten der Neumarkter Lammsbräu, nämlich Trinkwasser als wichtigstes Lebensmittel zu erhalten.

Mit dem Trinkwasser-Projekt in Kambodscha erfüllt die Brauerei gleichzeitig auch den im Rahmen der Bio-Mineralwasserrichtlinie geforderten Wasserschutz durch die Unterstützung heimatlicher oder weltweiter Wasserprojekte und zahlt damit neben dem SDG 13 auch auf das SDG 6 ein.

## GLOSSAR

## CO<sub>2</sub>e-Kompensation

CO<sub>2</sub>e-Emissionen, die an einem Ort in die Luft gelangen, werden an einer anderen Stelle eingespart. Diesen Vorgang nennt man CO<sub>2</sub>e-Kompensation. Denn: Für das Klima spielt es – im Gegensatz zur Luftverschmutzung – keine Rolle, wo Treibhausgase in die Atmosphäre gelangen und wo sie reduziert werden. Wichtig ist, dass die weltweiten Emissionen in der Summe abnehmen. Privatpersonen und Unternehmen kompensieren ihre CO<sub>2</sub>e-Emissionen z.B., indem sie in erneuerbare Energien, energieeffiziente Technologien oder Klimaschutzprojekte investieren.



### Biodiversitäts-Projekt in Brasilien

Die restlichen 50 Prozent der nicht vermeidbaren CO<sub>2</sub>e-Emissionen aus 2018 wurden über das Biodiversitäts-Projekt im ärmsten Bundesstaat Brasiliens, Pará, ebenfalls in der Zusammenarbeit mit ClimatePartner kompensiert. Die Region ist bekannt für ihre hohe Biodiversitätsdichte durch den Amazonas-Regenwald, der seltene und gefährdete Pflanzen und Tiere beheimatet. Allerdings kämpft die Region auch gegen illegale Abholzung. Mit der Kompensation von unvermeidbaren CO<sub>2</sub>e-Emissionen können etwa 500 ha Wald pro Jahr im Amazonasgebiet geschützt werden, wodurch sich nachweislich das Mikroklima verbessert und ein Schutzraum erhalten bleibt, in dem sich wieder heimische Tiere und Pflanzen ansiedeln können. Daneben werden mit Hilfe des Projektes Schulungen in Produktion und Verkauf von Saatgut sowie der Anbau der heimischen Açaí-Frucht gefördert. Die Region ist auch für Ackerbau und Viehzucht durch Kleinbauern bekannt. Als weitere lokale Einnahmequelle dient der Bau von Vogel- und

Bienenhäusern sowie Gemüseärten, wodurch sich die Lebensbedingungen der Bevölkerung weiter verbessern, aber auch heimische Arten erhalten bleiben.

### 3.3.3 Klimaschutz in Bayern

Engagement für Klimaschutz ist der Neumarkter Lammsbräu selbstverständlich auch in Bayern ein großes Anliegen. Deshalb förderte die Brauerei in 2018 eine Baumpflanz-Aktion in Zusammenarbeit mit dem Verein Bergwaldprojekt. Im Rahmen der Kooperation wurden 200 Vogelkirschen an einem sonnigen und trockenen Waldrand im Fichtelgebirge gesetzt, etwa 130 km von Neumarkt entfernt. Die Bäume dienen als idealer Kohlenstoffspeicher und tragen somit zum regionalen Klimaschutz bei. Daneben fördern sie Biodiversität, da sie als wichtige Bienen- und Insektenweide dienen und ihre Früchte zahlreiche Vogelarten wie bspw. Stare, Amseln und Drosseln ernähren.



### 3.4 Ökolandbau und Biodiversität

#### 3.4.1 Förderung des ökologischen Landbaus

Bereits seit den 70er Jahren fördert die Neumarkter Lammsbräu als Bio-Pionier den ökologischen Landbau und leistet dadurch einen großen Beitrag zum Klimaschutz, zum Erhalt unserer wichtigen Ressourcen Boden und Trinkwasser sowie für die Artenvielfalt. Ökolandbau zeichnet sich als die für Gesellschaft und Umwelt verträglichste und auch nachhaltigste Form der Landwirtschaft aus.



#### Leben an Land

Intensive Landwirtschaft durch den Einsatz von Pestiziden und Insektiziden sowie die Rodung immenser Waldflächen sorgen für einen rasanten Artenschwund bis hin zu Artensterben. SDG 15 zielt deshalb darauf ab, umgehende Maßnahmen zu ergreifen, um die Ländkosysteme zu schützen, sie wiederherzustellen und ihre nachhaltige Nutzung weiter zu fördern, bspw. durch eine nachhaltige Bewirtschaftung von Wäldern, die Bekämpfung von Wüstenbildung oder die Beendigung von Bodendegradation.

**Ökolandbau ist MEHRWERT**



Johannes Scharvogel, EZÖB-Landwirt

„ Es ist ein gutes Gefühl, durch die ökologische Bewirtschaftung unseres Hofes einen kleinen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Uns ist die Verbindung von Ökolandbau und regionaler Verarbeitung unserer Produkte sehr wichtig. Dies versuchen wir in der Vermarktung zu berücksichtigen.

In unserer Region (die so genannte „Fränkische Trockenplatte“ mit 450 Litern/m<sup>2</sup>/Jahr) ist das Wasser in der Vegetationsperiode ein sehr kostbares Gut. Durch den Verzicht auf mineralische Düngung vermeiden wir die Gefahr der Nitratbelastung in unserem Trinkwasser.

Je länger wir unseren Hof biologisch bewirtschaften, desto intensiver beschäftigen wir uns mit dem Thema Biodiversität. Vor zwei Jahren kamen wir in den Genuss, dass ein Kulturlandplan für unseren Hof erstellt wurde. Durch die Veränderungen wird es für uns noch deutlicher spürbar, wie viel Freude es bereitet, einen artenreichen Acker zu bestellen, auf dem es brummt und summt.

Im Zuge dessen wurde uns noch mehr bewusst, dass nicht alles Wertvolle für unseren Betrieb in Zahlen gemessen werden kann. Es ist nicht der letzte Euro, der uns Zufriedenheit und Freude bereitet, sondern das Gefühl, etwas richtig machen zu wollen. Das ist Mehrwert. “



**Klima**

Ökolandbau begünstigt die Entstehung von Humus, dadurch wird 12-15 Prozent mehr CO<sub>2</sub> gebunden. Der Verzicht auf chemische Düngemittel reduziert CO<sub>2</sub>-Emissionen.



**Boden & Trinkwasser**

Ökolandbau verzichtet auf chemische Düngemittel, sodass Boden und Trinkwasser nicht mit Nitrat belastet werden.



**Artenvielfalt**

Ökolandbau sorgt für Fruchtwechsel oder den Erhalt von kleinen Biotopen wie Hecken und bietet dadurch 30 Prozent mehr Vögeln, Insekten oder Wildkrautarten eine dauerhafte Heimat.

Mehr zum Thema Biodiversität in Kapitel 6.3.6: [Seite 87](#)



### 3.4.2 Naturschutz-Projekte der Neumarkter Lammsbräu

Ein großes Anliegen der Neumarkter Lammsbräu als Bio-Brauerei ist es, einen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt zu leisten und als Vorbild zu agieren. Deshalb unterstützt das Unternehmen zahlreiche Naturschutz-Projekte, welche im Folgenden kurz erläutert werden. Die Projekte wurden teilweise selbst von der Neumarkter Lammsbräu initiiert oder werden ideell bzw. finanziell gefördert. Ein herausragendes Engagement, das 2017 sogar mit dem deutschen CSR-Preis honoriert wurde.

#### **Kulturlandpläne & naturkundliche Spaziergänge**

Seit 2010 unterstützt die Neumarkter Lammsbräu alljährlich zwei ihrer EZÖB-Mitglieder bei der Aufstellung und Durchführung eines Kulturlandplans. Dabei handelt es sich um einen ganz individuellen, auf den jeweiligen Landwirt und dessen Hof zugeschnittenen und auf mehrere Jahre angelegten Naturschutzplan. Eine Bioland-Fachberaterin analysiert dafür die Hofsituation und unterstützt die Landwirte mit ihrem Fachwissen bei der Festlegung und Umsetzung konkreter Maßnahmen und Strategien. Nach zwei Jahren durchläuft jeder Kulturlandplan zudem ein Review, um Fortschritte und Umsetzungsgrad des Plans festzustellen. Einschließlich 2018 konnten so bislang 19 Kulturlandpläne umgesetzt werden.

Regelmäßig lädt die Neumarkter Lammsbräu auch die Öffentlichkeit dazu ein, die im Rahmen der Kulturlandpläne umgesetzten Maßnahmen bei geführten naturkundlichen Spaziergängen zu erleben. Diese fanden in 2018 zum einen auf dem Demeter Hof von Hans Schneider statt. Zum anderen beim Kloster Plankstetten, was mit einem ADFC-Radausflug verbunden wurde.

#### **Das RISE Projekt**

In 2018 haben wir das Projekt „RISE – Nachhaltigkeitsberatung“ finanziell gefördert und damit in Zusammenarbeit mit Naturland sieben unserer EZÖB-Landwirte hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsleistungen bewertet und beraten. Im Detail wurden dafür die landwirtschaftlichen Betriebe zunächst mit dem Bewertungs-Tool RISE im Hinblick auf die ökologische Qualität ihrer Arbeit (Engagement für Biodiversität, Ressourcenverbrauch etc.) analysiert, die erhobenen Daten ausgewertet und daraufhin Beratungs-Sitzungen zur Weiterentwicklung ihrer Nachhaltigkeitsziele angeboten. Das Projekt zielte darauf ab, nicht zu kontrollieren, sondern eine Hilfestellung zu leisten und zu motivieren, um entlang der Wertschöpfungskette Nachhaltigkeit weiter voranzubringen.

#### **Das Comeback der Ackerwildkräuter**

Das Blau der Kornblume oder die leuchtend roten Blüten des Klatschmohns – solche Farbtupfer auf den Äckern sind durch die konventionelle Landwirtschaft rar geworden. Die zunehmende Verarmung der Ackerwildkrautvegetation beeinträchtigt immer stärker die Agrarökosysteme: Es fehlt an Pollen, Nektar und Samen für Insekten und Vögel. Dies möchte die Neumarkter Lammsbräu als Bio-Pionier ändern und beteiligte sich auch in 2018 an dem im Herbst 2017 gestarteten Projekt „Ackerwildkräuter erhalten und fördern mit Biobauern in Bayern“.

#### **Weiterbildung zum Bodenpraktiker**

Fruchtbare Böden sind die Grundausstattung eines jeden landwirtschaftlichen Betriebes. Was man tun kann, um diese wertvolle Ressource zu erhalten, lernen Landwirte bei der Weiterbildung zum Bodenpraktiker. Dort erfahren die Teilnehmer von Praktikern, Beratern und Bodenexperten, wie das natürliche Zusammenspiel zwischen Bodenleben und Bodenfruchtbarkeit funktioniert. Auch in 2018 förderte die Neumarkter Lammsbräu die von Bioland durchgeführten Kurse durch Zuschüsse.



### **Erhalt regionaler Streuobstwiesen**

Streuobstwiesen zeichnen sich durch eine besonders hohe Biodiversität aus. Deshalb setzt sich die Neumarkter Lammsbräu für deren Erhalt in ihrer Heimatregion ein. Einnahmen aus den Brauereiführungen (ergänzt um einen Eigenanteil) gehen deshalb seit Jahren an den Landschaftspflegeverband Neumarkt, um die Renaturierung alter Streuobstwiesen finanziell zu fördern.

### **Unternehmerstammtisch „Biodiversität“**

Seit 2012 existiert der Neumarkter Unternehmerstammtisch Biodiversität, ins Leben gerufen durch den Unternehmensinhaber Dr. Franz Ehrnsperger. Dieser hat sich mittlerweile fest etabliert und dient dem Austausch regionaler Unternehmer zum Thema Artenvielfalt sowie der Präsentation bereits umgesetzter Projekte. In 2018 fand das erste Stammtisch-Treffen bei einem Spaziergang im Steinbruch Winnberg statt und der zweite Stammtisch im Hause der Brauerei. Dort wurden die neugestalteten Grünflächen der Firma, ganz im Zeichen der Biodiversität, begutachtet. Auch in 2019 wird es wieder zwei Stammtisch-Treffen in der Region Neumarkt geben.

### **Artenvielfalt am Unternehmensstandort**

Biodiversität hautnah – getreu diesem Motto gestaltete die Neumarkter Lammsbräu 2017 ihre Außenanlagen um und schuf einen natürlichen Steingarten, bestehend aus einem Brotzeitplatz für Mitarbeiter und einem öffentlich zugänglichen Rondell, mit Blühwiese, heimischen Büschen und verschiedenen Ackerwildkräutern. Im Rahmen des Azubi-Projektes 2018 unter dem Motto „Biodiversität“ wurde daraufhin der Brotzeitplatz um eine Nisthilfe für Wildbienen erweitert, welche die Azubis unter Anleitung der Bioland-Beraterin Katharina Schertler eigenhändig bauten. Nistkästen für Mauersegler wurden ebenfalls an der Gebäude-Fassade angebracht und bieten der vom Aussterben bedrohten Vogelart Unterschlupf zum Brüten.

### **Bildungsprojekt „Boden begreifen“**

Auch in 2018 bot das von Slow Food und dem Landschaftspflegeverband Neumarkt ins Leben gerufene Schülerprojekt Viert- bis Achtklässlern die Möglichkeit, auf spielerische Art und Weise den faszinierenden Lebensraum Boden und seine Schutzbedürftigkeit sowie dessen komplexes Zusammenspiel mit Umwelt

und Klima näher kennenzulernen. Die Neumarkter Lammsbräu steht sowohl als fachlicher, als auch finanzieller Partner dem Projekt zur Seite.

### **Ackergifte? Nein danke!**

Mit der Kampagne „Ackergifte? Nein danke!“ setzt sich die Neumarkter Lammsbräu als Mitglied im Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft für den Verzicht chemischer Substanzen ein. Daneben haben saubere Atemluft, giftfreie Nahrung, Bodengesundheit und eine intakte Tier- und Pflanzenwelt höchste Priorität für das Bündnis, um auch zukünftigen Generationen eine Lebensgrundlage zu garantieren. Aufgrund der Tatsache, dass biologisch erzeugte Produkte immer häufiger von konventionellen Pestiziden befallen sind, wurde im Frühjahr 2018 vom Bündnis eine Studie zur Pestizid-Verbreitung in der Luft veranlasst. Mithilfe eines Baumrinden-Monitorings konnten 107 chemische Substanzen der letzten 2 bis 3 Jahre in der Rindenoberfläche nachgewiesen werden. Als Spitzenreiter erwiesen sich Herbizide, aber auch Glyphosat wurde aufgespürt. In 2019 ist eine weitere Studie geplant, um die Thematik noch zu vertiefen.

## 3.5

## Unser partnerschaftliches und regionales Engagement

Als fest verwurzelt Familienunternehmen in der Region Neumarkt engagiert sich die Neumarkter Lammsbräu besonders regional, aber auch deutschlandweit in verschiedenen Initiativen oder auch ehrenamtlichen und sozialen Netzwerken, um auf diesem Weg ihre nachhaltigen Themen voranzutreiben sowie die Region wirtschaftlich zu stärken und das Miteinander der Menschen zu fördern und zu bereichern.

### Regional feiern und wirtschaften

Die Neumarkter Lammsbräu ist bekannt als (Mit-)Veranstalter von beliebten Festivitäten wie bspw. der Hüttengaudi im Frühjahr, dem Erntedankfest im Herbst oder dem Neumarkter Volksfest.



Ferner greift die Brauerei so weit wie möglich auf lokal und regional ansässige Lieferanten und Unternehmen zurück. Bei allen Baumaßnahmen im Unternehmen werden beispielsweise Handwerks- und Baubetriebe aus und rund um Neumarkt engagiert. Das stärkt die regionalen Wirtschaftskreisläufe und die kurzen Transport- und Anfahrtswege zahlen zudem positiv auf den Klimaschutz ein.

### Das regionale Schülerprojekt MINT-Pass

Zur Einbindung zukünftiger Arbeitnehmer bzw. der Generation Z beteiligt sich die Neumarkter Lammsbräu außerdem seit April 2018 am so genannten MINT-Pass, koordiniert durch die Regina GmbH. Das Projekt zielt darauf ab, die MINT-Fächer Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik zu fördern, indem Kindern und Jugendlichen aus der Region ermöglicht wird, handwerkliche und technische Bereiche in Unternehmen praxisnah kennenzulernen. Im Rahmen der MINT-Pass-Aktion gewährt die Neumarkter Lammsbräu deshalb Einblicke in ihre Bio-Getränkeherstellung. Dazu erhalten die Kinder und Jugendlichen Informationen rund um den Ökolandbau sowie über die Abfüllung der Getränke. Im Anschluss daran mischen die Kinder und Schüler selbst zwei beliebte now-Limonaden und vergleichen diese mittels Blindverkostung mit den Originalen. Die Neumarkter Lammsbräu freut



sich darüber, dass das Angebot von den Kindern und Jugendlichen so gut angenommen wird und öffnet deshalb auch 2019 für sie ihre Brauerei-Tore.

### Der Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreis

Neben der Zusammenarbeit mit zahlreichen Vereinen und Kooperation dient auch die alljährliche Gala des Neumarkter Lammsbräu-Nachhaltigkeitspreises als feste Netzwerkplattform rund um das Thema Nachhaltigkeit und bringt Vordenker und Visionäre der Nachhaltigkeit nach Neumarkt. Mit der Auszeichnung in verschiedenen Kategorien werden Menschen und Macher in den Vordergrund gerückt, die durch ihr Engagement den nachhaltigen Wandel in der Gesellschaft anstoßen und weiter voranbringen.



### Partnerschaften

Um nachhaltige Entwicklung voranzubringen, bedarf es der globalen partnerschaftlichen Vernetzung. SDG 17 zielt deshalb darauf ab, durch Partnerschaften Wissen, Fachkenntnisse, Technologien und finanzielle Ressourcen zu mobilisieren und auszutauschen.

Um aufzuzeigen, dass sich das regionale und partnerschaftliche Engagement der Neumarkter Lammsbräu nicht nur auf die soeben näher beschriebenen Aktivitäten beschränkt, dient eine Liste aller Netzwerke und Partnerschaften für 2018:

**A**

- Arbeitskreis Mehrweg
- Arbeitskreis nachhaltige Mobilität
- AÖL (Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller)

**B**

- B.A.U.M (Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V.)
- Bayerischer Brauerbund
- Biodiversity in good Company
- Biokreis e.V.
- Bioland (Herstellerbeirat)
- BIRegO
- BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren – Herstellung und Handel e.V.)
- BÖLW (Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft)
- Brücke e.V.
- BUND/BN (Bund Naturschutz)
- Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft

**C**

- CAH (Christliche Arbeiterhilfe Neumarkt)

**D**

- Demeter e.V.
- Deutsche Zöliakiegesellschaft

**F**

- Förderverein „Haus der Jugend, Bildung und Kultur“
- Freie Brauer
- Freunde des Umweltzentrums Wiesenhofen

**I**

- IHK (Industrie- und Handelskammer) Regensburg
- Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel

**K**

- Klimaschutz - Unternehmen e.V.

**L**

- LBV (Landesbund für Vogelschutz)
- Lokale Agenda 21-Bewegung
- LPV (Landschaftspflegeverband Neumarkt)
- LVÖ (Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern)

**M**

- Metropolregion Nürnberg (Bio-Innung)

**N**

- Naturland
- Neumarkter Industriekreis (NMIK)

**O**

- Öko-Modellregion Landkreis Neumarkt

**R**

- Regina GmbH
- Regionales Ernährungsnetzwerk

**S**

- SlowFood e.V.

**U**

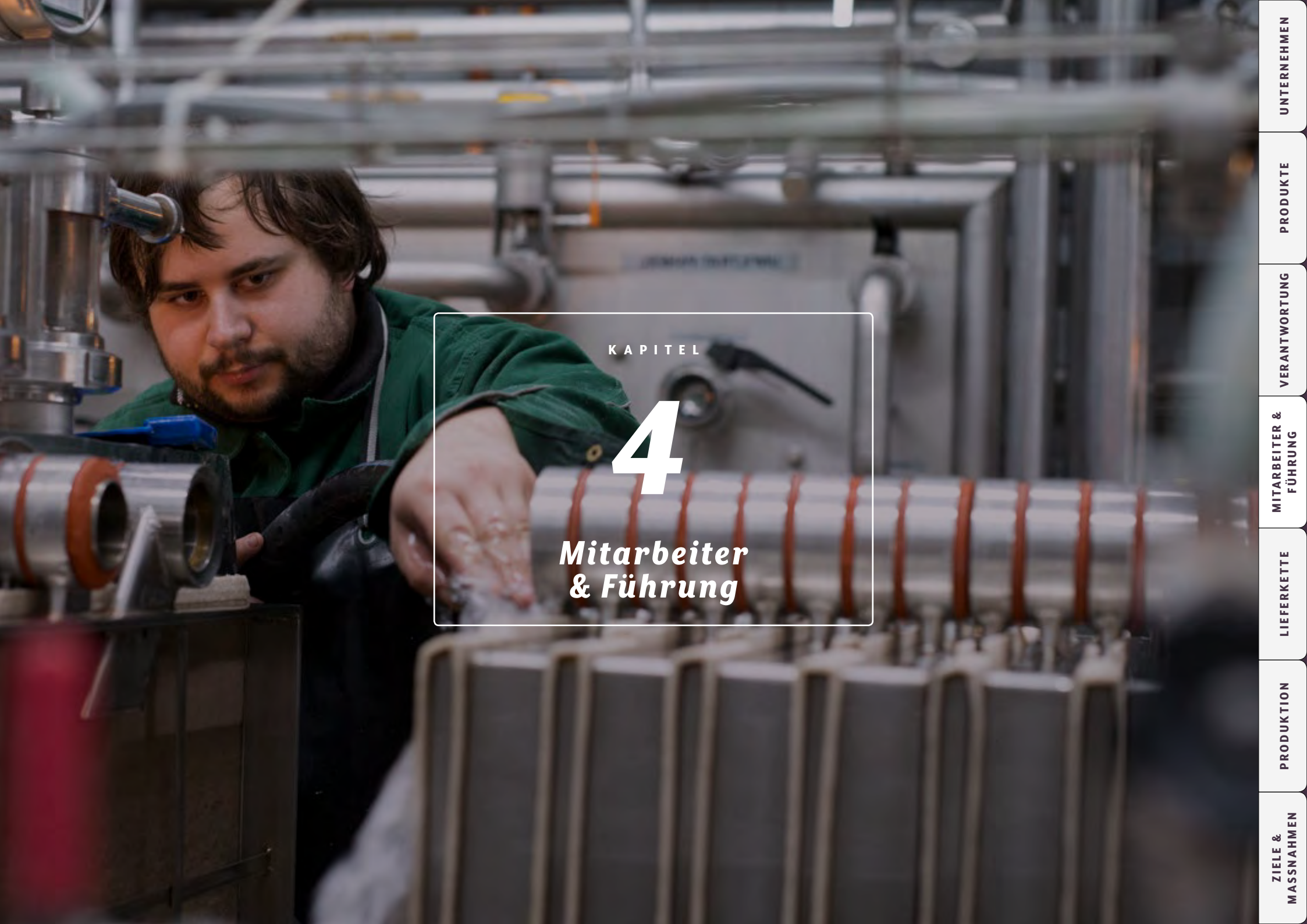
- Unternehmerstammtisch Biodiversität mit regionalen Unternehmen
- UnternehmensGrün

**V**

- Vegetarier Bund
- Verband für unabhängige Gesundheitsberatung

**W**

- Work Life Competence Netzwerk



KAPITEL

# 4

## *Mitarbeiter & Führung*

UNTERNEHMEN

PRODUKTE

VERANTWORTUNG

MITARBEITER &  
FÜHRUNG

LIEFERKETTE

PRODUKTION

ZIELE &  
MASSNAHMEN



## Mitarbeiter & Führung

ÜBERBLICK

**141** Mitarbeiter

**52** Frauen ♀

und

**89** Männer ♂

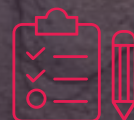
davon **10**

**Auszubildende**



**79%** kommen aus der  
**Region Neumarkt**

Mitarbeiter sind das **♥-Stück** der Brauerei



*Vielfältiges*

### Gesundheitsprogramm

- ✓ Mit Bonuspunkten für ein gesundheitsbewusstes Leben
- Darmkrebsvorsorge
- Gesundheitskurse
- Professionelle Zahnreinigung, usw.



*Neuer Unternehmensbereich*

### Personal & Organisation

- ✓ Personalentwicklung
- ✓ Personalorganisation
- ✓ Arbeitgeberattraktivität
- ✓ Personalpolitik
- ✓ Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat
- ✓ Organisationsentwicklung

## 4.1 Die Mitarbeiter als Herzstück

Die Neumarkter Lammsbräu beschäftigte 2018 insgesamt 141 feste Mitarbeiter, davon 49 weibliche und 82 männliche Personen sowie zehn Auszubildende (siehe Abb. 4.1). 100 Mitarbeiter arbeiteten in Vollzeit (70,92 %), 41 in Teilzeit (29,08 %). Die Zahl der Mitarbeiter in Teilzeit ist damit im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen (2017: 27,74 %).

Zusätzlich wurden neun freie Mitarbeiter beschäftigt, die hauptsächlich im Bereich Verkauf, aber auch in der Abteilung Marke & Kommunikation sowie der kaufmännischen Verwaltung im Einsatz sind. Da der Getränkeausstoß saisonal schwankt und in den Sommermonaten grundsätzlich höher ist, wurden zur Überbrückung der Urlaubszeit in den Sommermonaten 2018 zusätzlich zwei Leiharbeiter in der Firma benötigt. Darüber hinaus wurde 2018 Personal über den sozialen Träger Brücke e.V. engagiert, um kleinere Aufgaben zu erledigen, wie zum Beispiel beim Standaufbau und beim Firmenlauf.

Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter lag 2018 bei 40,45 Jahren (2017: 40,54 Jahre). Die Fluktuation lag bei 7,09 Prozent (2017: 8,76 %; diese Zahlen beziehen Aushilfen und 450-Euro-Jobber mit ein).

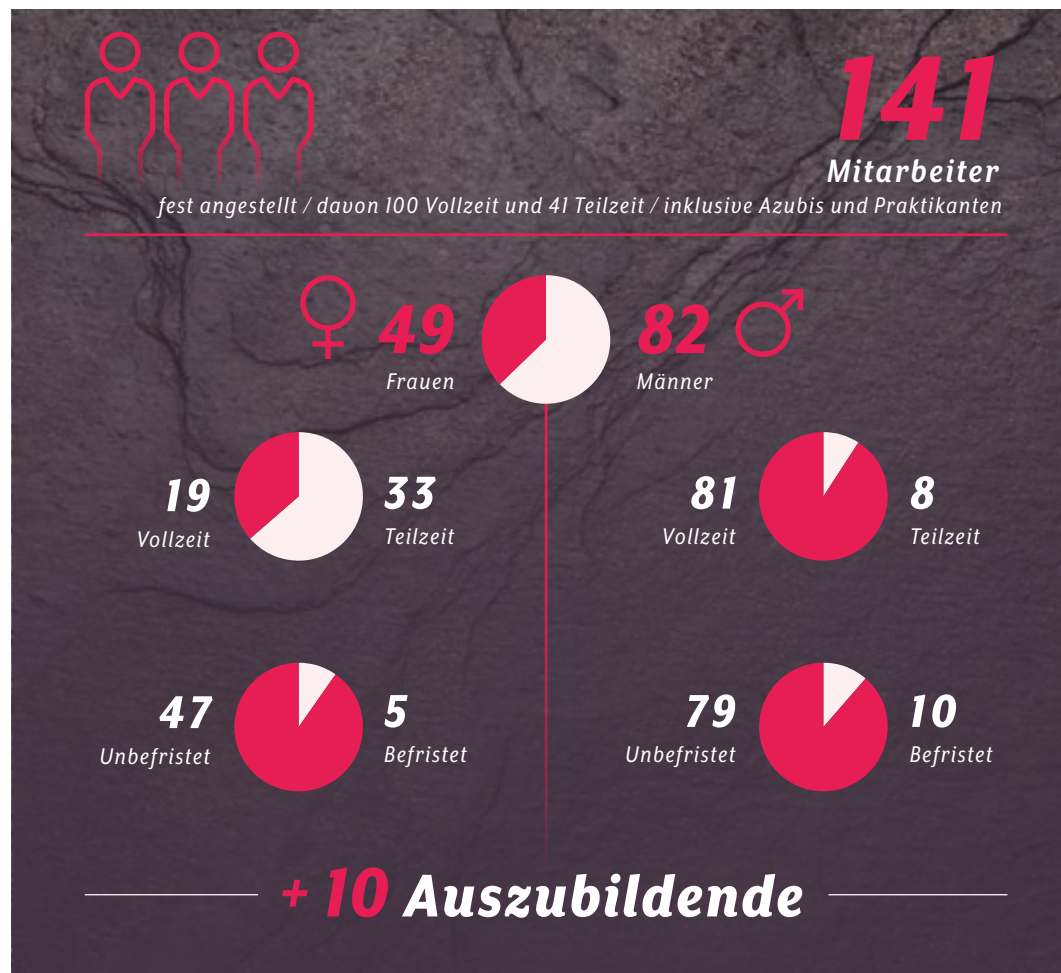


Abb. 4.1: Mitarbeiterstruktur und Mitarbeiteranzahl pro Kopf



Die Lammsbräu-Mitarbeiter sind das Fundament des gesamten Unternehmens und bilden damit eine der wichtigsten Stakeholdergruppen. Der fürsorgliche Umgang mit ihnen entspricht ganz dem Nachhaltigkeitskonzept der Bio-Brauerei. Den Mitarbeitern ein „zweites Zuhause“ zu bieten – das ist das erklärte Ziel der Inhaberfamilie Ehrnsperger. Sie sollen sich wohlfühlen und gerne zur Arbeit kommen. Oder, wie es Geschäftsführer Johannes Ehrnsperger zusammenfasst:

*„Familienunternehmertum bedeutet auch, sich um seine Mitarbeiter so zu kümmern und Verantwortung zu übernehmen wie für die eigene Familie – jeden Einzelnen zu sehen und wertzuschätzen.“*

Die Neumarkter Lammsbräu möchte deshalb das betriebliche Miteinander so gestalten, dass die Mitarbeiter sich nicht nur als „Beschäftigte“, sondern als Menschen in ihrer Individualität respektiert und geachtet fühlen. Ziel ist eine langfristige Mitarbeiterbindung, um hoher Fluktuation sowie Ausfallzeiten vorzubeugen.

Die Zuständigkeit für alle Personalthemen war bislang im Prozess Kaufmännische Verwaltung verankert. Das hat sich 2018 geändert: In diesem Jahr wurde ein **eigener Bereich „Personal & Organisation“** geschaffen. Dieser befasst sich mit Themen wie Personalentwicklung, Personalorganisation, Arbeitgeberattraktivität, Personalpolitik und Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat etc., aber auch mit Inhalten bezüglich der Organisationsentwicklung.

Die Einführung eines eigenständigen Personalwesens war letztlich die Folge aus der Entwicklung einer definierten Organisationsstruktur. Daraus resultierten Organigramme sowie fundierte Stellen- und Tätigkeitsbeschreibungen für jeden einzelnen Arbeitsplatz. Mit diesem Schritt reagierte die Neumarkter Lammsbräu auf die unaufhaltsame Entwicklung von Fachkräftemangel, demografischem Wandel (Bevölkerungsentwicklung) und Werteveränderungen (Mitarbeiterbedürfnisse). Der Bereich „Personal & Organisation“ trägt seither dazu bei, das Potenzial der Mitarbeiter noch besser zu erkennen, zu fördern und zu nutzen. Ziel ist die Entwicklung zusätzlicher Kompetenzen. Außerdem soll noch mehr Transparenz geschaffen werden. Wie kann unser Unternehmen die Mitarbeiter besser mitnehmen? Wer ist der jeweils beste Ansprechpartner? Solche und weitere Fragen gehören zum Aufgabengebiet der Leitung „Personal & Organisation“. Nicht zuletzt wird durch diesen Prozess die zweite Führungsebene gestärkt und weiterentwickelt.

Tab. 4.1: Verschiedene mitarbeiterbezogene Statistikdaten

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gesamtanzahl Mitarbeiter (absolute Mitarbeiterköpfe)	107	117	117	127	137	141
Anteil Mitarbeiter mit Migrationshintergrund (in %)	n.b.	n.b.	4,3	6,3	6,6	6,4
Durchschnittsalter der Mitarbeiter	40,1	41,1	40,9	40,3	40,4	40,5
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)	8,6	8,4	8,4	8,0	7,4	8,3
Fluktuationsquote in % (berechnet nach der BDA Formel)	12,0	8,8	8,5	13,0*	9,9*	7,1*
Prozentualer Anteil Frauen im gesamten Betrieb	43,9	41,9	41,9	39,4	38,0	36,9
Prozentualer Anteil Frauen bei den Führungskräften	35,7	33,3	33,3	30,8	35,7	37,5
Prozentualer Anteil Mitarbeiter in Altersteilzeit	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Prozentualer Anteil Mitarbeiter, die in Teilzeit arbeiten	30,8	32,4	29,1	26,5	26,9	29,0
Prozentualer Anteil Leistungsgeminderter Mitarbeiter	2,8	3,0	1,7	2,0	2,9	2,8
Prozentualer Anteil Auszubildende	7,5	6,8	6,8	5,5	5,1	7,1

\* Berechnung ohne Abgänge durch Rentner und geringfügig Beschäftigte, n.b.: nicht berechnet

Die Förderung der Führungskräfte wiederum ist von großer Bedeutung für das Wohlbefinden der Mitarbeiter, für die sie Verantwortung tragen. Außerdem möchte das Unternehmen das eigenverantwortliche Handeln der Mitarbeiter stärken, weshalb es wichtig ist, dass sie den Sinn ihrer Arbeit erkennen. Das zu vermitteln ist die Aufgabe der Führungskräfte. Jeder Mitarbeiter soll von ihnen so gut wie möglich instruiert sowie fachlich aus- und weitergebildet werden. Gleichzeitig sollen die Führungskräfte versuchen, sich ganz persönlich um ihre Mitarbeiter zu kümmern und individuelle Stärken und Schwächen zu berücksichtigen.

Inwiefern das gelingt, wird durch etablierte Instrumente überprüft, die sich hinsichtlich ihrer Eignung bewährt haben und immer wieder nachjustiert werden. Dazu gehören jährliche Mitarbeitergespräche durch die Führungskräfte sowie die Zufriedenheitsbefragungen, die im zweijährlichen Rhythmus von einem externen Dienstleister durchgeführt und intern vom Nachhaltigkeitsmanagement organisiert werden, außerdem die EFQM-Selbstbewertung. Die Ergebnisse werden auf Führungsebene berücksichtigt und umgesetzt.

Wesentlich für die Mitarbeiter-Zufriedenheit ist darüber hinaus ein funktionierender Betriebsrat. Dieses Gremium besteht aktuell aus sieben Personen. Er wird alle vier Jahre gewählt und bildet die Schnittstelle zwischen Belegschaft und Geschäftsleitung.

Für die Lammsbräu-Mitarbeiter gelten alle Tarifverträge des „Verbands Private Brauereien Bayern“. Zusätzlich werden Betriebsvereinbarungen zwischen dem Betriebsrat (Arbeitnehmer) und der Neumarkter Lammsbräu (Arbeitgeber) geschlossen.



## 4.2

## Das Leben in der Lammsbräu-Familie

Der persönliche und familiäre Umgang miteinander wird in der werteorientierten Neumarkter Lammsbräu stark gelebt. Mit einer Anzahl von rund 140 Mitarbeitern bewegt sich das Unternehmen noch in einer Größenordnung, in der jeder jeden kennt – und zum Geburtstag wird schon mal vom Geburtstagskind für die Kollegen Kuchen und Brotzeit ausgegeben. Diese kleinen Bräuche sorgen für ein Wohlfühlklima und stärken das persönliche Verhältnis der Kollegen. Das Miteinander wird seitens der Geschäftsleitung finanziell und organisatorisch unterstützt: Ob der zweimal jährlich stattfindende Mitarbeiterausflug, gemeinsame Wanderungen oder ein Besuch der Biofach-Messe – gemeinsame Unternehmungen stärken das Gemeinschaftsgefühl und machen einen wichtigen Teil des Lammsbräu-Geistes aus.

Im Jahr 2018 war einer der Höhepunkte für die Belegschaft der **Betriebsausflug nach Salzburg**. Dort wurden die Stiegl-Brauwelt und das Gut Wildshut besucht, wo die Teilnehmer Bier mit allen Sinnen erleben konnten. Auch für Österreichs führende Privatbrauerei Stiegl beginnt das Brauen bereits im Boden. Seit einiger Zeit widmet sie sich deshalb intensiv dem Thema Bodengesundheit. Ideenschmiede ist dabei das Brauereieigene Gut Wildshut, das erste Biergut Österreichs, auf dem in Vergessenheit geratene Urgetreidesorten angebaut werden. Die Brauerei Stiegl lässt sich dabei wissenschaftlich beraten und mit Satellitendaten die Beschaffenheit der Bodenzonen ermitteln. Insofern war der Besuch der Brauerei für die Lammsbräu-Mitarbeiter fachlich hochinteressant und bereichernd.



*Zu den Grundsätzen zählen gegenseitiges Vertrauen, respektvolle Zusammenarbeit und der gemeinsame Wille zum Erfolg.*

Darüber hinaus wurde der Ausflug nach Salzburg als tolles Gemeinschaftserlebnis wahrgenommen.

Neben solchen verbindenden Aktivitäten ist es für das Arbeitsklima bei der Neumarkter Lammsbräu von großer Bedeutung, dass es klar definierte Regeln für den Alltag gibt. Diese sind im **Lammsbräu-Knigge** niedergeschrieben. Er dient Kollegen als Leitfaden im Umgang miteinander und hilft besonders neuen Mitarbeitern bei der Eingewöhnung. Im Jahr 2018 wurde der Knigge überarbeitet. Neben einer ansprechenderen und übersichtlicheren grafischen Gestaltung zur besseren Lesbarkeit wurden die neuen, gemeinschaftlich erarbeiteten Verhaltensgrundsätze in den Knigge übernommen. Diese haben zum Kern, dass alle Mitarbeiter des Unternehmens sich so verhalten sollen, wie sie es sich selbst von ihren Kollegen wünschen. Die Neuauflage des Knigge sollte nicht

zuletzt dazu dienen, dass der Kodex tatsächlich regelmäßig zur Hand genommen und beachtet wird.

Ebenfalls aktualisiert wurden die **Führungsgrundsätze des Unternehmens**. Im Mittelpunkt steht dabei der Gedanke, dass die Führungskräfte zum Wertesystem des Unternehmens passen müssen und die Mitarbeiter dazu bewegen sollen, Neues zu tun und Sinn zu stiften. Die Führungskräfte sollen das Potential ihrer Mitarbeiter erkennen und sie darin bestärken, ihre Fähigkeiten weiter zu entwickeln.

Darüber hinaus sind die Führungskräfte ausdrücklich dazu angehalten, sich um das Wohlergehen ihrer Mitarbeiter zu kümmern und dafür zu sorgen, dass sie sich in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen.

Mehr zum Thema Unternehmenswerte in Kapitel 1.2.4: [↗ Seite 17](#)

## 4.3

## Attraktiver Arbeitgeber

So flexibel wie möglich: Individuell zugeschnittene Arbeitszeitmodelle

Was macht ein Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber? Neben einer familiären Atmosphäre und guter Führung sind Zusatzleistungen wie das Gesundheitsmanagement, das Angebot betrieblicher Altersvorsorge sowie flexible Arbeitszeitmodelle wesentliche Faktoren.

Ob Vollzeit, Teilzeit oder Minijob – die Optionen für Mitarbeiter sind bei der Neumarkter Lammsbräu sehr vielfältig. Soweit der Arbeitsbereich es erlaubt, kann Mitarbeitern eine flexible Gestaltung der Arbeitszeit angeboten werden: Im Jahr 2018 arbeiteten so bereits 29,08 Prozent der Mitarbeiter in Teilzeit. Besonders für Eltern ist dies eine gute Möglichkeit, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen. Teilzeitmodelle und Homeoffice sind entsprechend beliebt.

### Nachgefragt

#### Was gefällt Dir an Deiner Arbeit bei der Neumarkter Lammsbräu?



**Ute Walter**

ARBEITSSCHUTZ,  
ARBEITSSICHERHEIT

„Meine Arbeit ist abwechslungsreich und ich bin ständig gefordert. Der Austausch mit unterschiedlichen Personenkreisen ist in meinem Aufgabebereich sehr wichtig und macht mir viel Freude.

Langeweile kenne ich auch nach über 10 Jahren bei Lammsbräu nicht; egal in welchem Bereich – Verkaufsdienst, Forderungsmanagement oder jetzt im Nachhaltigkeitsmanagement zur Koordination von Arbeitssicherheit und Dokumentenlenkung.

Zwar ist in meinem Bereich Homeoffice derzeit kaum machbar, aber mit der Zeiterfassung bin ich flexibel genug, um Familie und Beruf gut organisiert zu bekommen, aber auch die nötige Distanz zu haben.

Bei Lammsbräu gibt es viele tolle Zusatzleistungen, dennoch wird neben der schon starken ökologischen Nachhaltigkeit auch die soziale Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle spielen.

Ich freue mich jetzt schon auf die nächsten 10 Jahre und bin schon gespannt auf die Entwicklungen und Veränderungen, die alle Lammsbräuer gemeinsam stemmen.“

**Arbeiten um zu leben: Faire Entlohnung**

Chancengleichheit und faire Entlohnung sind der Neumarkter Lammsbräu wichtige Anliegen. Zum einen aus Gerechtigkeitsgründen und zum anderen, damit jeder Mitarbeiter einen gewissen Lebensstandard anstreben und halten kann. Die Neumarkter Lammsbräu orientiert sich deshalb bei der Vergütung an der Tarifvereinbarung des mittelständischen bayerischen Braugewerbes und bietet ihren Mitarbeitern eine faire Vergütung. Ungelernte Hilfskräfte erhalten die regional üblichen Lohnzahlungen, die deutlich über dem Mindestlohn liegen. Dabei gilt die Gleichstellung der Geschlechter: Männer und Frauen werden bei gleicher Qualifikation und Position auch gleich vergütet. Darüber hinaus bezahlt die Brauerei bestimmten Bereichen einen Leistungslohn. So erhalten die Mitarbeiter im Vertrieb eine prämiensorientierte Vergütung, wenn vereinbarte Ziele erreicht werden.

Alle Mitarbeiter erhalten zusätzlich den unter Brauereien üblichen Hausrund, ein 13. Gehalt zu Weihnachten und Urlaubsgeld. Ferner kann eine betriebliche Altersvorsorge in Anspruch genommen werden.

Die Brauerei bietet zudem eine private Zusatz-Krankenversicherung bei der Süddeutschen Krankenversicherung SDK an. Jeder gesetzlich krankenversicherte Mitarbeiter ist trotz möglicher Vorerkrankungen mitversichert – ohne Gesundheitsprüfung und Wartezeiten. Die Beiträge werden ausschließlich von der Neumarkter Lammsbräu getragen. Im Leistungsumfang enthalten sind in klar definierten Umfängen Zahnbehandlungen und Zahnersatz, eine stationäre Zusatzversicherung und Heilpraktiker-Behandlungen. Mit dieser ergänzenden Versicherung möchte die Neumarkter Lammsbräu die Folgen der Gesundheitsreform für ihre langjährigen Mitarbeiter abmildern. Im Dezember 2018 waren 93 Mitarbeiter über dieses

Angebot zusätzlich versichert. Zudem hat die Neumarkter Lammsbräu für all ihre Mitarbeiter eine Gruppenunfallversicherung abgeschlossen. Diese deckt auch Unfälle ab, die sich außerhalb der Arbeitszeit ereignen und somit nicht von der Berufsgenossenschaft abgedeckt werden. Damit kommt das Unternehmen auch hier seinem Wert fürsorglich nach und übernimmt Verantwortung für seine Mitarbeiter.

**Bei der Arbeit auf Nummer sicher gehen:****- Arbeitssicherheit**

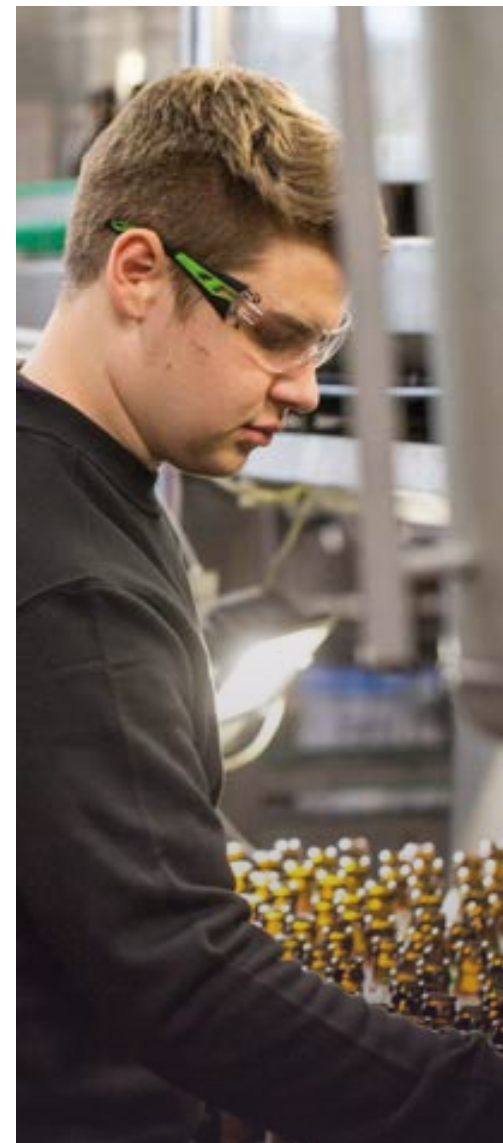
Bei der Neumarkter Lammsbräu sind gleich mehrere Protagonisten dafür verantwortlich, sichere Bedingungen am Arbeitsplatz zu schaffen, um Arbeitsunfällen vorzubeugen.

**- Betriebsärztin**

Sie ist zuständig für alle nötigen medizinischen Untersuchungen, führt regelmäßig Begehungen mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit durch und achtet dabei insbesondere auf die Arbeitsplatz-Ergonomie. Sie bietet außerdem für die Mitarbeiter im Rahmen des Gesundheitsprogramms der Brauerei kostenlose freiwillige Cholesterin- und Blutzuckermessungen an.

**- Fachkraft für Arbeitssicherheit**

Die Fachkraft für Arbeitssicherheit führt regelmäßig Begehungen im Betrieb durch, ebenso bewertet sie in regelmäßigen Abständen die Gefahren in den Arbeitsabläufen, dokumentiert diese und leitet mögliche Maßnahmen (T-O-P= Technisch, Organisatorisch, Persönlich) ab, die der Verbesserung der Arbeitssicherheit dienen. Dabei wird speziell darauf geachtet, dass jeder Mitarbeiter die Persönliche Schutzausrüstung (PSA) trägt. Dazu zählen unter anderem Handschuhe, Schutzbrillen und Gehörschutz.



Mehr zum Thema  
Chancengleichheit  
in Kapitel 1.2.1:  
➔ Seite 13 - 15

**Weitere mit dem Thema Arbeitssicherheit**

**beauftragte Personen:** Externe Brandschutzbeauftragte, 21 Brandschutzhelfer (rund 14,9 Prozent der Belegschaft), 7 Sicherheitsbeauftragte (2 Personen sind gesetzlich vorgeschrieben) und 17 Ersthelfer (ca. 12,1 Prozent der gesamten Belegschaft, 10 Prozent gesetzlich vorgeschrieben).

Im Arbeitssicherheitsausschuss erörtern die Geschäftsleitung, Betriebsratsmitglieder, die Fachkraft für Arbeitssicherheit, die Betriebsärztin, der Brandschutzbeauftragte sowie die Sicherheitsbeauftragten neue Maßnahmen für die Arbeitssicherheit. Durch diesen vorbeugenden Schutz blieb die Anzahl der meldepflichtigen Unfälle auch 2018 konstant niedrig: Es gab insgesamt nur sechs meldepflichtige Zwischenfälle.

Um diese Zahl noch weiter zu senken, hatte die Neumarkter Lammsbräu im Jahr 2018 gleich zu Beginn den **Safety Day** ins Leben gerufen. Im Rahmen dieses Aktionstages wurden die Mitarbeiter in der Ersten Hilfe, im Umgang mit der Persönlichen Schutzausrüstung und den Feuerlöschern geschult.

**Gesund werden, gesund bleiben – das Gesundheitsmanagement**

Über die reguläre medizinische Vorsorge hinaus geht das Gesundheitsmanagement der Neumarkter Lammsbräu. Ziele sind es, die Mitarbeiter leistungsfähig und gesund zu halten, die Zufriedenheit weiter zu erhöhen und ein noch attraktiverer Arbeitgeber zu werden. Bei der Teilnahme an verschiedenen Aktivitäten wie der **Sportgruppe, dem Stadt- und Firmenlauf** oder



auch mit niedrigen Cholesterin- und Blutzuckerwerten können die Mitarbeiter Bonuspunkte sammeln und werden dafür finanziell belohnt. Wer mindestens 100 Punkte erreicht, erhält pro Punkt einen Euro. Die Obergrenze liegt bei 320 Punkten. 2018 haben 26 Prozent der gesamten Belegschaft dieses Programm wahrgenommen.

Darüber hinaus bietet die Neumarkter Lammsbräu Arbeitsplatzmassagen zu günstigen Mitarbeiterkonditionen an und fördert eine gesundheitsbewusste Lebensweise durch das Angebot von Bio-Äpfeln im Herbst/Winter sowie, gegen einen kleinen Obolus, Bio-Kaffee und -Tee das ganze Jahr über.



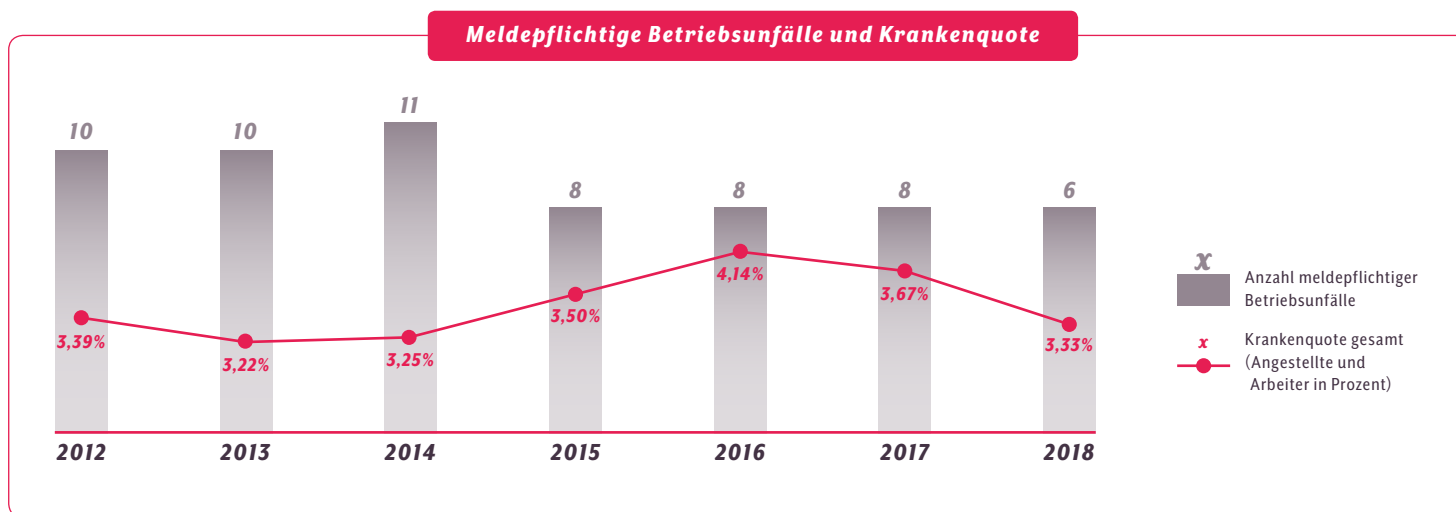


Abb. 4.2: Betriebsunfälle und Krankenquote bei der Neumarkter Lammsbräu

Das umfassende Vorsorge-Angebot trägt dazu bei, dass die Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu im Jahr 2018 noch seltener krank zu Hause bleiben mussten, als im vorherigen Jahr: Die Krankenquote betrug 3,33 Prozent im Vergleich zu 3,67 Prozent im Jahr 2017 (siehe Abb. 4.2). Hier spielten insbesondere Operationen sowie Kuren oder REHA-Maßnahmen eine Rolle für längere Abwesenheits-Zeiträume. Dazu gab es immer wieder leichtere Erkrankungen wie Erkältungen, die aber stets nur kurze Ausfälle verursachten.

Das umfangreiche Gesundheitsangebot der Neumarkter Lammsbräu kommt auch tatsächlich bei den Mitarbeitern an. Denn 83 Prozent der Belegschaft sind mit dem Vorsorgeprogramm sehr zufrieden und finden, dass sie hilfreiche Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit erhalten (Ergebnis aus Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung 2017).

Im Jahr 2018 wurde der Aktivitäten-Katalog um weitere Maßnahmen erweitert. Eine besondere Rolle spielt dabei das Angebot „JobRad“. Dieses Konzept funktioniert im Grunde wie Dienstwagen-Leasing – nur eben mit Fahrrädern. Jeder Mitarbeiter kann sein Wunsch-Fahrrad einfach und bequem zu günstigen Konditionen über die Neumarkter Lammsbräu beziehen und über die monatliche Gehaltsabrechnung abzahlen, als so genannte Gehaltsumwandlung.

Im September 2018 wurde das Konzept auf dem Betriebsgelände erstmals vorgestellt. Auf Anhieb nahmen mehrere Kollegen die Gelegenheit wahr: So hatten Ende November neun Mitarbeiter einen JobRad-Vertrag abgeschlossen. 2019 soll das Angebot fortbestehen und es sollen weitere Mitarbeiter motiviert werden, aufs Rad umzusteigen. Denn das ist gut für Umwelt und Fitness.

Ebenfalls wichtig für die Gesundheit der Mitarbeiter: Regelmäßig findet bei der Neumarkter Lammsbräu eine psychische Gefährdungsbeurteilung statt. Dabei liegt der Fokus auf der Arbeitsumgebung. Wie wirkt das Kollektiv auf mich? Sind die Bedingungen an meinem Arbeitsplatz so, dass ich nicht psychisch krank werde? Aus den Ergebnissen werden konkrete Maßnahmen abgeleitet, deren Erfolg regelmäßig überprüft und dokumentiert wird. Das nächste Mal wird diese Befragung im 4. Quartal 2019 stattfinden.



KAPITEL

# 5

*Verantwortung  
in der Lieferkette*

## Unsere Lieferkette

ÜBERBLICK



### Lieferantenmanagement

- ✓ Verhaltenskodex für Lieferanten
- ✓ Bewertung und Auditierung
- ✓ Verbandszertifizierung der Rohstoffe

#### Wichtigste Lieferketten

- Lieferkette der Bio-Biere
- Lieferkette der Bio-Limonaden

### Verbandszertifizierung

now Bio-Limonaden



**6 von 11**

unserer now Bio-Limonaden sind  
Naturland-zertifiziert

### Regionale Partnerschaften

auf Augenhöhe:

Kontinuierlich steigende Mitgliederzahlen  
über die letzten Jahre hinweg bei unserer

**Erzeugergemeinschaft**



### Bio-Zuckerrüben-Projekt

in der Region

Anteil regionaler &  
verbandszertifizierter Zucker:

**68%**

## 5.1 Lieferketten und nachhaltige Beschaffung

Die Neumarkter Lammsbräu hat insgesamt über alle Lieferketten hinweg 510 aktive Lieferanten (direkte Vorstufe). Davon haben fast alle ihren Standort in Deutschland, über die Hälfte (59 Prozent) sogar in der Region, d. h. maximal 100 km um Neumarkt herum.

Besonders die Nähe zu ihren Lieferanten ist der Neumarkter Lammsbräu im Sinne einer nachhaltigen Beschaffung ein großes Anliegen. Dadurch bleibt die Wertschöpfung in der Region und die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferketten kann garantiert werden. Nachhaltige Beschaffung sorgt außerdem für eine hohe Rohstoffqualität, was sich positiv auf die Qualität der Endprodukte auswirkt.

Innerhalb der Neumarkter Lammsbräu gibt es drei grundlegende Arten von Lieferketten:

- **Zwei Lieferketten für Rohstoffe:** Bier und Limonade
- **Lieferkette für Betriebsstoffe** (z. B. Kieselgur zur Bierfiltration)
- **Lieferkette für Hilfsstoffe** (z. B. Leim für Flaschenetiketten)



### Nachhaltige Beschaffung bei der Neumarkter Lammsbräu

**Rohstoffe & Vorprodukte:** Regionalität, wo immer möglich, Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferketten (Verbandszertifizierungen, CoC, etc.)

**Mobilität:** Erdgas als geeignetste Antriebstechnologie

**Druck & Werbemittel:** Papier ausgezeichnet nach dem Blauen Engel, klimaneutrale externe Druckerzeugnisse

Für die Bereiche **Maschinen und Anlagen, Office Supplies, Green IT sowie Events & Tagungen** erarbeitet die Neumarkter Lammsbräu nach wie vor geeignete Kriterien für deren nachhaltige Beschaffung.

Für die Brauerei spielen dabei die Lieferketten für Brau- und Limonadenrohstoffe die größte Rolle, weshalb sie im Folgenden näher beschrieben werden.

### Regional und partnerschaftlich – die Rohstofflieferkette Bier

Aus dem Selbstverständnis der Neumarkter Lammsbräu heraus, Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems zu sein, pflegt die Brauerei eine langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit ihren Braurohstoff-Lieferanten. Mehr als 150 Bio-Landwirte im Umkreis von 100 km um die Region Neumarkt sind Teil der Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB), gegründet 1989.

**Lieferketten & nachhaltige Beschaffung**

**Umwelt- & Sozialstandards entlang der Lieferketten**

**Das sind die Besonderheiten der EZÖB:**

- Abschluss von Rahmenverträgen mit der Erzeugergemeinschaft über fünf Jahre hinweg sowie jährlichen individuellen Verträgen über eine genaue Menge mit jedem einzelnen Landwirt. Diese binden die Lieferanten und legen die individuellen Liefermengen fest. Außerdem garantiert die Neumarkter Lammsbräu, die festgelegten Rohstoff-Mengen zu einem genau definierten Preis abzunehmen.
- Faire Preise über dem üblichen Marktniveau als Beitrag zur Existenzsicherung der regionalen Bio-Landwirte.
- Seminar- und Fortbildungs-Angebote zur stetigen Weiterentwicklung der Höfe.
- Regelmäßige Audits zur Überprüfung der Umsetzung von ökologischen Vorgaben wie Bodenbearbeitungsformen und Biodiversitätsmaßnahmen mittels Hof- und Feldbesuchen.
- Stärkung regionaler Kreisläufe und Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen durch kurze Transportwege.

Die zur Bierherstellung verwendeten Bio-Braurohstoffe (Gerste, Weizen, Dinkel und Hopfen) stammen zu 80 bis 100 Prozent (je nach Erntejahr und klimatischen Bedingungen) von der EZÖB. Nur in Jahren, in denen die EZÖB nicht ausreichende Mengen an regional erzeugten Bio-Rohstoffen liefern kann, wird auf Ware von Marktgemeinschaften wie Bioland oder Naturland zurückgegriffen. Ziel der Neumarkter Lammsbräu ist es allerdings, langfristig und dauerhaft den Bedarf an Braurohstoffen zu 100 Prozent durch die EZÖB zu decken und somit das Regionalitätsniveau auf nahezu 100 Prozent zu stabilisieren. In 2018 bezog die Neumarkter Lammsbräu von der EZÖB 2.525 t Gerste, 462 t Weizen, 52 t Dinkel und 20 t Hopfen. Zur Veranschaulichung der Bio-Bier-Lieferkette dient [Abb. 5.1](#).

*Das ökologische Reinheitsgebot beginnt bereits auf dem Acker.*

So der Leitgedanke der Neumarkter Lammsbräu. Deshalb sind die EZÖB-Landwirte dazu verpflichtet, ihre aktuellen Verbandszertifikate, Biozertifikate und einen Saatgutnachweis vorzuweisen, um Braugetreide anliefern zu dürfen. Außerdem wird die Qualität und Sicherheit des Getreides bei der Anlieferung auf dem Brauereigelände mittels Wareneingangskontrolle überprüft und es werden Rückstandsmuster aufbewahrt, bevor es vermälzt wird.

Die Partnerschaft zwischen der EZÖB und dem Bio-Pionier zahlt sich für beide Seiten aus. Für die Landwirte fungiert die Neumarkter Lammsbräu vor allem als verlässlicher Abnehmer der regional erzeugten Bio-Braurohstoffe. Dies ermutigt auch andere Landwirte, auf biologische Landwirtschaft umzustellen und der EZÖB beizutreten. Die Erzeugergemeinschaft gewinnt deshalb jedes Jahr neue Mitglieder dazu, wodurch die in Bayern ökologisch bewirtschafteten Flächen zunehmen. Die Neumarkter Lammsbräu leistet

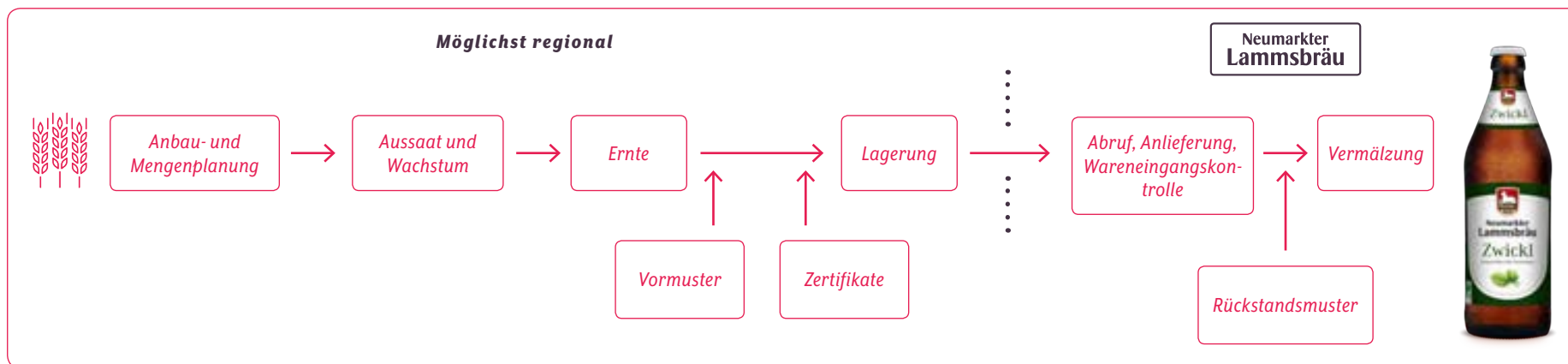


Abb. 5.1: Prozessschritte entlang der Lieferkette der Bio-Biere

**Einzigartig!**

In ihrer **eigenen Mälzerei** stellt die Neumarkter Lammsbräu als eine der wenigen Brauereien europaweit ihr eigenes Bio-Malz her.

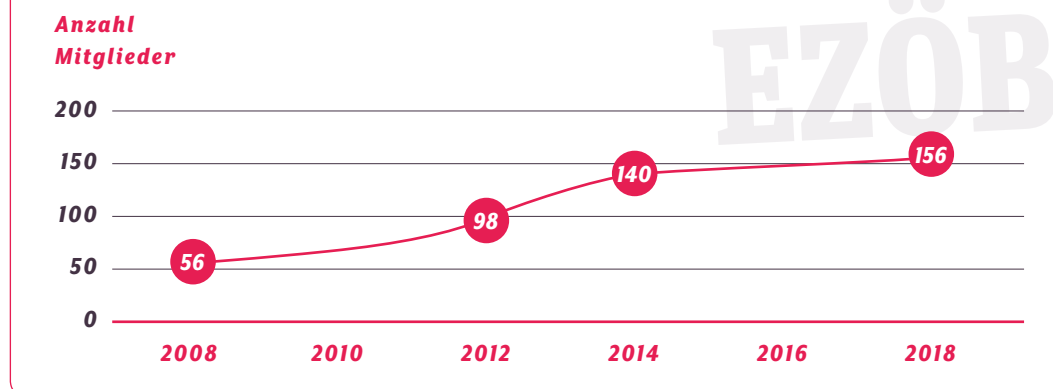
**Entwicklung EZÖB-Mitgliederzahlen**

Abb. 5.2: Entwicklung der EZÖB-Mitgliederzahlen in den letzten 10 Jahren

damit auch einen wichtigen Beitrag im Rahmen der BioRegio Initiative der bayerischen Staatsregierung, welche vorsieht, bis 2020 die Bio-Produktion in Bayern zu verdoppeln. Um zu verdeutlichen, wie die EZÖB in den letzten zehn Jahren kontinuierlich gewachsen ist, dient [Abb. 5.2](#).

**Die Rohstofflieferkette der Bio-Limonaden**

Anders als bei den Braurohstoffen, ist eine rein regionale Beschaffung der Limonaden-Rohstoffe nur in den wenigsten Fällen möglich – die am häufigsten benötigten Früchte (Zitronen, Orangen) wachsen nun einmal nicht in der Oberpfalz und Umgebung. Deshalb existiert eine andere Fertigungstiefe als bei den Braurohstoffen. Während die Neumarkter Lammsbräu das Rohgetreide in der eigenen Mälzerei verarbeiten kann, besitzt das Unternehmen keine Anlagen, um Früchte zu Saft zu pressen. Diese Wertschöpfungsschritte erfolgen somit außerhalb des Unternehmens, wie der [Abb. 5.3](#) zu entnehmen ist. Der letzte Lieferant in der Kette der weiter verarbeiteten Rohstoffe (= Grund-

stofflieferant) fungiert demnach als Stufe zwischen den Obstbauern, weiteren verarbeitenden Lieferanten und der Neumarkter Lammsbräu.

Natürlich muss sich das Unternehmen darauf verlassen können, dass all seine Limonadenrohstoff-Lieferanten die Qualitätsanforderungen, aber auch die weiteren geforderten Standards einhalten. Deshalb muss die Qualität der Grundstoffe über aktuelle Zertifikate, eine strenge Wareneingangskontrolle sowie die Aufbewahrung von Rückstandsmustern sichergestellt werden.

Wie [Abb. 5.4](#) verdeutlicht, stammt der größte Teil aller Limonadenrohstoffe aus Europa. Doch um beste Rohstoffe in Bio-Qualität zu erhalten, bezieht die Neumarkter Lammsbräu auch einen geringen Anteil ihrer Früchte bspw. aus Mexiko (Orangen) oder Nordisrael (Mandarinen/Grapefruits).

Bezogen auf die Menge, macht Invertzuckersirup den größten Anteil an den Limonadenrohstoffen aus. Dieser ist in allen now-Limonaden enthalten. Um auch

Lieferketten & nachhaltige Beschaffung

Umwelt- & Sozialstandards entlang der Lieferketten

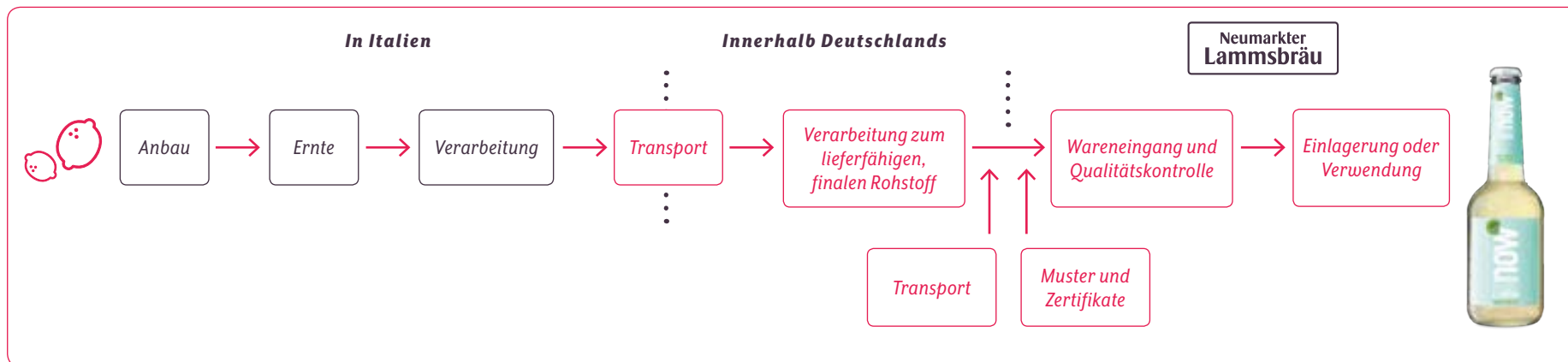


Abb. 5.3: Prozessschritte entlang der Lieferkette der Bio-Limonaden – Beispiel trübes Zitronensaftkonzentrat als „Zutat“ unserer now-Fresh Lemon

hier, ähnlich zur Bio-Bier-Lieferkette, einen stärkeren regionalen Bezug zu schaffen, überträgt die Neumarkter Lammsbräu seit 2017 das Erfolgskonzept der EZÖB auch auf die Zuckerrübe. Diese wächst – wie Hopfen oder Gerste auch – in Deutschland, sogar in unmittelbarer Umgebung der Brauerei. Deshalb wurde eine regionale Liefergemeinschaft für Bio-Zuckerrüben ins Leben gerufen. An dem Projekt sind bislang 16 Betriebe beteiligt. Die Neumarkter Lammsbräu fördert damit den Anbau regionaler und verbandszertifizierter Zuckerrüben. Nach der Ernte werden die Rüben per Bahn oder Rüben-Spedition nach Frauenfeld/Schweiz zur Verarbeitung transportiert. Dort werden sie zu Bio-Rübenzucker weiterverarbeitet und daraufhin zu Bio-Invertzuckersirup. Nach einer Studie des Instituts für Umweltentscheidungen Zürich weist Bio-Rübenzucker einen niedrigeren ökologischen Fußabdruck auf als Rohrzucker. Seit 2018 beträgt der Anteil an regionalem und verbandszertifiziertem Zucker für die now-Limonaden bereits 68 Prozent. In 2019 soll der Anteil weiter steigen, was zu einer noch nachhaltigeren Ausrichtung der Limonaden-Lieferkette führt.

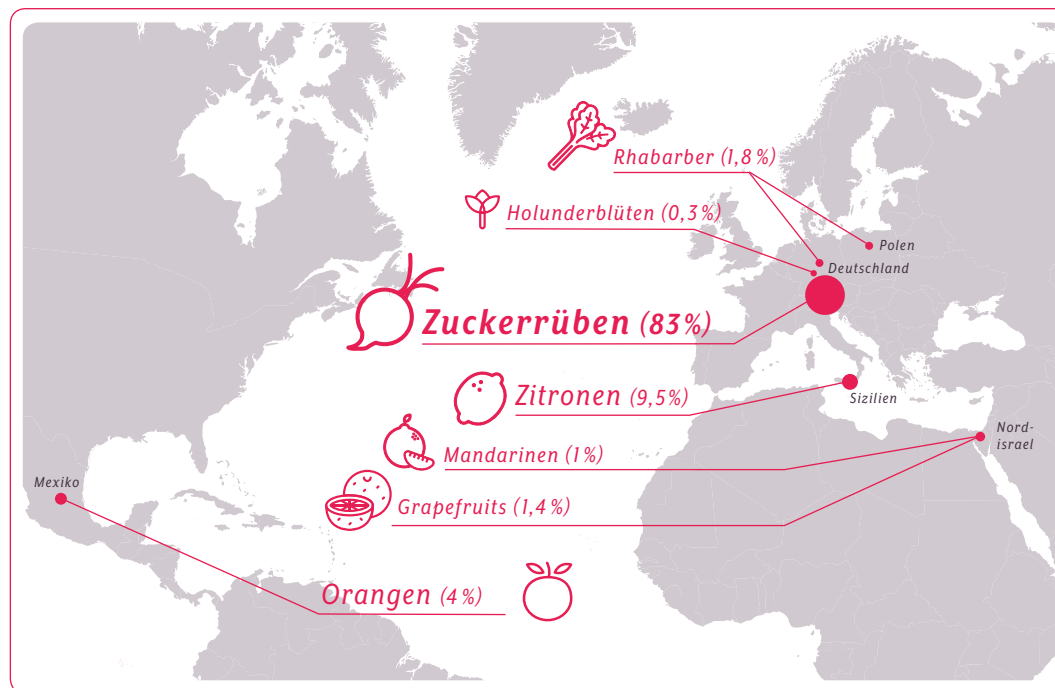


Abb. 5.4: Die Herkunftsländer der Bio-Limonaden-Hauptrohstoffe mit prozentualer Mengenverteilung

## 5.2

## Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferketten

Neben langfristigen, partnerschaftlichen Beziehungen tragen Standards, Zertifizierungen und entsprechende Audits bei der Neumarkter Lammsbräu dazu bei, die Lieferketten im Sinne der unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsphilosophie zu gestalten. Zudem setzt die Brauerei auf den Bezug von Verbandsware, um Transparenz und die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards entlang der gesamten Rohstofflieferkette sicherzustellen. Besonders externe Stakeholder, wie bspw. Endverbraucher oder Direktkunden, haben großes Interesse daran, dass Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferketten der Neumarkter Lammsbräu eingehalten werden. Und auch Normvorgaben und politische Rahmenbedingungen, wie bspw. EMAS III, ISO 14001 oder der Nationale Aktionsplan Wirtschaft der Bundesregierung, erfordern deren Einhaltung.

### Naturland-Zertifizierung der Limonaden-Rohstoffe

Alle Braurohstoffe der Neumarkter Lammsbräu sind bereits zu 100 Prozent verbandszertifiziert. Bei den Limonadenrohstoffen war dies jedoch bisher nicht der Fall. Denn wie sich in den vorherigen Ausführungen zeigt, sind die Lieferketten der now-Limonaden wesentlich komplexer als die der Biere, da die Vielfalt der Limonaden-Rohstoffe, ihre fehlende regionale Verfügbarkeit und die Anzahl an vorgelagerten Verarbeitungsstufen die Transparenz wesentlich erschweren.

Deshalb ist es hinsichtlich der Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferkette der Bio-Limonaden ebenfalls ein Anliegen der Neumarkter Lammsbräu, diese noch nachhaltiger zu gestalten. Die Brauerei hatte sich daher das Ziel auferlegt, bis Ende 2018 insgesamt 60 Prozent der now-Limonaden verbandszertifizieren zu lassen. Seit September 2018 sind bereits sechs now-Limonaden Naturland zertifiziert, in 2019 werden weitere folgen. Das Ziel wurde damit knapp verfehlt, wird aber in 2019 realisiert werden.

Beim Anbauverband hat sich die Neumarkter Lammsbräu für Naturland entschieden, da dieser die größte Kompetenz hinsichtlich exotischer Früchte aufweist, großen Wert besonders auch auf Sozialstandards legt und bereits ein großes Netz an Anbauern und Verarbeitern aufgebaut hat. Ihm sind 54.000 Landwirte und über 800 Verarbeiter in 52 Ländern angeschlossen.

Durch die Zusammenarbeit mit dem Anbauverband Naturland wird garantiert, dass entlang der Lieferkette die sozialen Aspekte **Menschenrechte, Versammlungsfreiheit, freie Arbeitswahl, Gleichstellung, Kinderrechte, Gesundheit und Sicherheit** sowie **faire Arbeitsverhältnisse** bei allen Kleinbauern und Verarbeitern sicherge-

Der Anbauverband  
Naturland  
garantiert:



Menschenrechte

Versammlungsfreiheit

Freie Arbeitswahl

Gleichstellung

Kinderrechte

Gesundheit & Sicherheit

Faire Arbeitsverhältnisse

Abb. 5.5: Soziale Aspekte des Naturland-Anbaus

stellt sind. Dass dies auch tatsächlich der Fall ist, wird seitens Naturland durch jährliche Kontrollen überprüft. Die strengen sozialen Richtlinien von Naturland nehmen folglich Einfluss auf die soziale Entwicklung in den Bezugsländern und tragen dazu bei, dass sich die Arbeitsbedingungen nachweislich verbessern.



Aufgrund des guten partnerschaftlichen Verhältnisses, hat sich erfreulicherweise ein Großteil der Lammsbräu-Lieferanten Naturland zertifizieren lassen. Sie stehen allerdings vor der großen Herausforderung, auch ausreichend zertifizierte Rohware (also Früchte) in Naturlandqualität zu bekommen, woraus anschließend Saft oder Saftkonzentrat hergestellt werden kann. Sollte dies einmal nicht der Fall sein, so kann dies zukünftig durchaus auch zu einem Lieferantenwechsel oder einer Rezepturänderung führen. Nachhaltigkeit, Qualität und Sicherheit stehen bei der Neumarkter Lammsbräu immer an erster Stelle.



## GLOSSAR

**Bio-Anbauverbände**

In Deutschland existieren vier große Bio-Anbauverbände: Bioland, Biokreis, Naturland und Demeter.

Deren verbandspezifische Vorgaben gehen weit über eine rein produktbezogene Bio-Zertifizierung gemäß EG-Öko-Verordnung hinaus.



**Lieferantenmanagement bei der Neumarkter Lammsbräu**

**1.) Bewertung und Auditierung der Lieferanten**

Bei der Neumarkter Lammsbräu hängt die Form der Bewertung und Auditierung ihrer Lieferanten von deren Klassifizierung ab. Diese reicht von A-Lieferanten, den wichtigsten Lieferanten, über B- bis hin zu C-Lieferanten. Für die Gruppe B und C wurden Fragebögen im Sinne von Selbstauskünften, ohne Vor-Ort-Besuche, zu Sozial- und Umweltthemen entwickelt. In 2018 erhielten 113 Lieferanten einen Fragebogen per Email, davon wurden 48 ausgefüllt zurückgeschickt.

Zusätzlich wird in regelmäßigen Audits sichergestellt, dass die Lieferanten den seitens der Neumarkter Lammsbräu geforderten Kriterien auch gerecht werden. Ziel ist es dabei, die Lieferanten dazu anzuregen, ihre Umweltauswirkungen im eigenen Unternehmen und entlang der gesamten Lieferkette zu minimieren sowie Qualitätsaspekte und soziale Maßnahmen zur Verbesserung umzusetzen. Schneidet ein Lieferant bei Audits sehr schlecht ab, zieht die Neumarkter Lammsbräu auch in Betracht, alternative, nachhaltigere Bezugsquellen zu wählen. Dies geschieht allerdings erst in letzter Konsequenz, wenn klärende Gespräche auf keinen fruchtbaren Boden treffen. Zuständig für

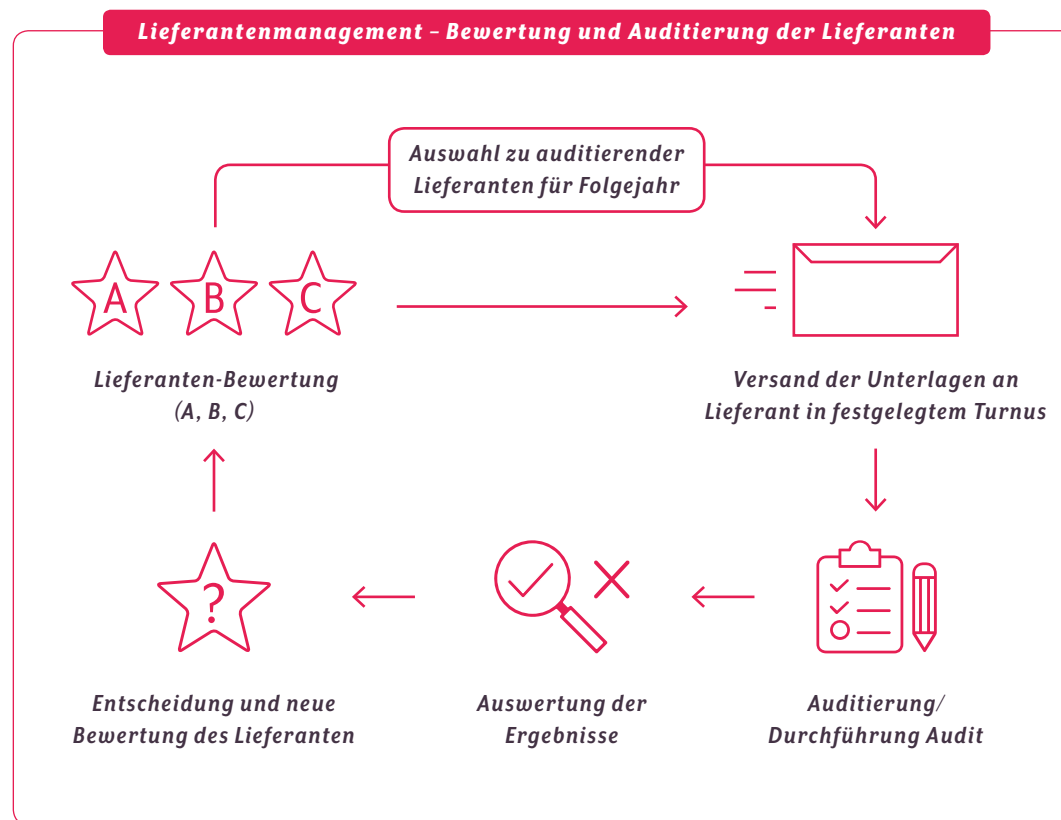


Abb. 5.6: Bewertung und Auditierung von Lieferanten bei der Neumarkter Lammsbräu

**Hinweis**  
Lieferanten werden in A-, B- und C-Lieferanten unterteilt. A-Lieferanten sind dabei sehr bedeutsam, C-Lieferanten wenig bedeutsam, was anhand verschiedener Kriterien klassifiziert wird.

die Umsetzung des Lieferantenmanagements im Unternehmen sind die Einkäufer der jeweiligen Prozesse sowie unterstützend das Nachhaltigkeitsmanagement. Alle Einkäufer haben die Vorgabe, mit zwei ihrer wichtigsten Lieferanten jährlich ein Audit vor Ort durchzuführen. Mit allen anderen Lieferanten finden kleinere Audits in Form von Selbstauskünften statt, die im Nachgang ausgewertet und analysiert werden. ➤ Abbildung 5.6 stellt den genauen Ablauf der Lieferantenbewertung und -auditierung dar.

Neue Bewertungskriterien für Lieferanten heben die Sozial- und Umweltaspekte noch stärker hervor und umfassen Themen wie Biodiversität oder den Umgang mit Abwasser und Abfällen. In 2018 wurde außerdem der Fragebogen für das Banken-Audit um Kriterien der Environmental and Social Governance (ESG) erweitert, dieser wird zukünftig zum Einsatz kommen. ESGs beschreiben ökologische und gesellschaftliche Bereiche in der Unternehmensführung, die nicht durch finanzielle Kennzahlen erfasst werden können.

## 2.) Verhaltenskodex (Code of Conduct)

Seit 2016 ist die Neumarkter Lammsbräu bestrebt, dass sukzessive alle A-Lieferanten den eigens entwickelten Verhaltenskodex „Code of Conduct“ (CoC) anerkennen. Seit 2017 wird der CoC auch an alle B- und C-Lieferanten versendet. Seitdem haben 45 Prozent aller A-, B- und C-Lieferanten die Einhaltung des CoC anerkannt und tragen dadurch verstärkt dazu bei, etwaige negative Auswirkungen entlang der Lieferkette zu reduzieren.

Die Grundanforderungen unseres „Code of Conduct“ lauten:

- **Menschenrechte & Arbeitsbedingungen** (≙ Einhaltung von Sozialstandards)
- **Umweltstandards** (≙ Einhaltung von Umweltstandards wie z. B. Wasserschutz oder Umgang mit Gefahrstoffen)
- **Geschäftsintegrität** (≙ moralisch und ethisch vertretbares Verhalten, keine Korruption)

Durch die aufgeführten Schritte zielt die Neumarkter Lammsbräu darauf ab, ihr Lieferantenmanagement langfristig nachhaltig auszurichten. Die Resonanz der Lieferanten ist dabei recht positiv, weshalb das Unternehmen bestrebt ist, dass sich in Zukunft noch weitere ihrer Lieferanten dem CoC verpflichten.

## Verhaltenskodex

### ZUR GESELLSCHAFTLICHEN VERANTWORTUNG FÜR LIEFERANTEN DER NEUMARKTER LAMMSBRÄU

Als nachhaltige 100 % Bio-Brauerei übernehmen wir im Rahmen unserer Unternehmenspolitik und -steuerung gesellschaftliche Verantwortung für unser Handeln (siehe [www.lammsbraeu.de/verantwortung/nachhaltigkeit/leitlinien](http://www.lammsbraeu.de/verantwortung/nachhaltigkeit/leitlinien)). Dies erwarten wir auch von unseren Lieferanten.

Unsere Lieferanten sollen sich genau wie wir dem Ziel, sozialen, ethischen und ökologischen Ansprüchen der Gesellschaft zu genügen, verpflichtet fühlen und dies bei der Herstellung und Fertigung ihrer Produkte berücksichtigen. Im Optimalfall besitzt der Lieferant hierzu ebenso eigene Leitlinien und kommuniziert diese an seine Mitarbeiter. Der Lieferant ist darüber hinaus aufgefordert, die in dem vorliegenden Verhaltenskodex beschriebenen Prinzipien in seinem Unternehmen umzusetzen oder mindestens gleichwertige Standards verabschiedet zu haben und sein Geschäft danach zu führen.

Der vorliegende Verhaltenskodex bildet die Grundlage für langfristige Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferanten und legt unsere Grundanforderungen in den Bereichen

- I. **Menschenrechte & Arbeitsbedingungen (Sozialstandards),**
- II. **Umweltstandards und**
- III. **Geschäftsintegrität**

fest. Er orientiert sich an den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)), den ILO-Kernarbeitsnormen ([www.ilo.org](http://www.ilo.org)) sowie der sog. „CSR Richtlinie“. Von manchen darin enthaltenen Passagen sind die Lieferanten nicht direkt betroffen, sondern weitere Lieferanten aus der Vorkette der Wertschöpfung.

Die Lieferanten der Neumarkter Lammsbräu sind daher ebenfalls aufgefordert, die Inhalte dieses Verhaltenskodexes an alle Beteiligten entlang ihrer Lieferkette weiterzugeben.





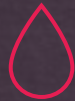
KAPITEL

# 6

*Unsere  
Produktion*

## Unsere Produktion

ÜBERBLICK



### Spezifischer Wasserverbrauch

ist von 6,6 hl auf

↓ **6,4 hl**

pro hl Verkaufsgetränk\*

**gesunken**



### Stromverbrauch

ist von 13,6 kWh auf

↓ **13,2 kWh**

pro hl Verkaufsgetränk\*

**gesunken**



### Anteil regionaler Roh-, Hilfs- & Betriebsstoffe

ist von 34 % auf

↑ **45%**

der Gesamtmenge

**angestiegen**

\*die Vergleiche beziehen sich auf Vorjahreswerte

## 6.1

## Mit fortlaufender Verbesserung hin zu einer noch umweltfreundlicheren Produktion

*Auch in der Produktion hat sich die Neumarkter Lammsbräu ihren Werten fest verschrieben und agiert dort klar im Sinne der Nachhaltigkeit.*

Gerade hier ergeben sich viele Umwelteinwirkungen, die es aus dem Verständnis einer nachhaltigen Wirtschaftsweise zu verhindern bzw. zu reduzieren gilt, darunter vor allem Treibstoff- und Wärmeenergieverbräuche sowie CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP), ein wichtiger Bestandteil der ISO-Normen, ist ein elementarer Bestandteil für alle Prozessbereiche der Neumarkter Lammsbräu. Indem Arbeitsabläufe fortwährend evaluiert werden, können Veränderungen hinsichtlich des betrieblichen Umweltschutzes und einer umweltfreundlicheren Produktion besonders schnell erreicht werden.

Zur Messung der Veränderungen werden zu den für die betrieblichen Tätigkeiten relevanten Größen messbare Kennzahlen erhoben (siehe auch nachfolgende Kernindikatoren). Im Vergleich mit den Vorjahreswerten (Trend) stellt sich heraus, ob Maßnahmen zur Verbesserung greifen oder ob noch einmal nachjustiert werden muss. Insgesamt sollen negative Umwelteinwirkungen vermieden bzw. reduziert und positive Auswirkungen gestärkt werden.

Die Erfassung sowie Auswertung der Daten erfolgt über das Nachhaltigkeitsmanagement in enger Abstimmung mit den Prozessverantwortlichen aus Produktion und Logistik. Die Kennzahlen werden in unterschiedlichen



Gremien, wie der Umweltausschuss-Sitzung oder dem Management-Review, diskutiert. Bei Bedarf werden Korrekturmaßnahmen abgeleitet – selbstverständlich im Beisein der Geschäftsleitung. Um zusätzlich kontinuierliche Verbesserungen zu generieren, können Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge einbringen, die durch die Führungskräfte geprüft und bewertet werden. Auch interne Audits werden in der Neumarkter Lammsbräu genutzt, um den Status Quo zu verbessern.

Im Management-Review wird zur Überprüfung der Wirksamkeit einer kontinuierlichen Verbesserung einmal im Jahr das gesamte integrierte Managementsystem hinsichtlich Funktionalität und Effizienz begutachtet.

*Mehr zum Thema Integriertes Management-System in Kapitel 1.2.5: [Seite 18-19](#)*

Nachhaltigkeit bei der Neumarkter Lammsbräu



Ökostrom



Umstellung auf LED



100 % ökologische Rohstoffe



Mehrwegsystem



100 Prozent „Go Green“ bei Versand von Paketen & Päckchen



Bewegungsmelder in Räumen mit kurzfristigem Aufenthalt



Neue effiziente techn. Anlagen (Tunnelpasteur, Kesselhaus)



Verpackung: PVC freie Kronkorken, schwermetallfreie Etiketten



Klimaneutraler Druck bei externen Druckerzeugnissen



Rigolensystem



Regenwassersammelanlage



Nachhaltige Mobilität: Erdgasautos



Blauer Engel/Recyclingpapier/umweltfreundliche Büromaterialien



Green IT: Einsatz von TCO zertifizierten Monitoren mit Energieeinstufung A oder besser



Insektenhotels



Natürlicher Steingarten mit Ackerwildkräutern, neue Bäume am Mitarbeiterparkplatz, Brotzeitplatz „im Grünen“ für die Mitarbeiter



Nistkästen für Mauersegler am Brauereigelände



JobRad - mit dem Rad zur Arbeit

6.2

## Alles im Fluss – die Stoffströme der Brauerei

In einer Input-Output-Bilanz dokumentiert die Neumarkter Lammsbräu die mengenmäßig erfassbaren Stoffe und Materialien, die für die Herstellung der Bio-Getränke benötigt werden. In dieser Zusammenstellung werden auch Kuppelprodukte, Abfall- und Wertstoffe sowie verschiedene gasförmige Emissionen erfasst. Diese Stoffe werden entweder weiterverwendet oder in Form von Abwärme, Abluft oder Schall an die Umwelt abgegeben.

Wichtigster Input für die Brauerei sind Wasser, Wärmeenergie sowie Strom aus Wasserkraft (mit einem kleinen Anteil erzeugt aus Erdgas). Daneben gehören Treibstoffe, die ökologischen Brau- und Limonadenrohstoffe sowie verschiedene Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen und Labormaterialien zu den mengenmäßig wichtigsten Stoffen auf der Input-Seite. Doch wie wird dieser Input verwendet?

- **Wasser:** Als Grundlage für die Getränke findet es sich größtenteils in den Produkten der Neumarkter Lammsbräu. Einmalig genutztes Betriebswasser, so genanntes Brauchwasser, wird vorzugsweise in der Kühlung oder Flaschenabfüllanlage wiederverwendet. Als Abwasser wird es schließlich über den Mischwasserkanal in die Neumarkter Kläranlage eingeleitet.
- **Wärme und Strom:** Sie treiben Anlagen an und wandeln die Rohstoffe in Getränkeprodukte um. Die Braurohstoffe werden mithilfe der Energie in der

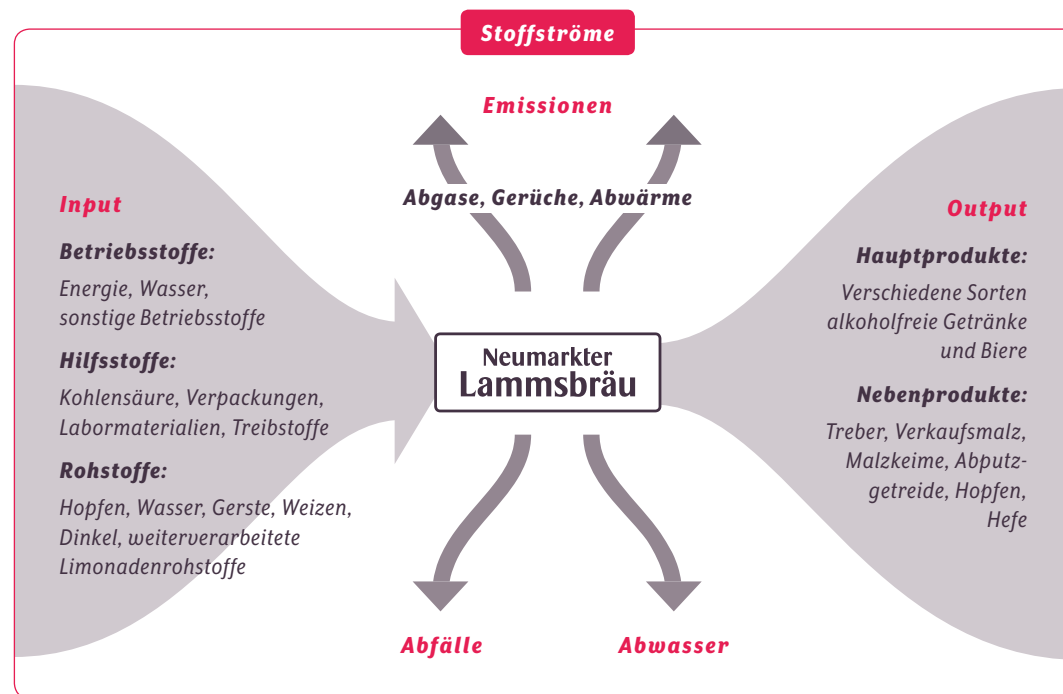


Abb. 6.1: Betriebsbilanz In- und Output der Neumarkter Lammsbräu\*

Mälzerei veredelt, im Sudhaus umgewandelt und im Gärkeller unter Zuhilfenahme von Hefe teilweise verstoffwechselt – hierbei entstehen vor allem Gerüche.

- **Organische und anorganische Kuppelprodukte:** Im Herstellungsprozess entstehen Kuppelprodukte wie zum Beispiel Treber (siehe auch Tab. 6.1: Nebenprodukte), die so weit wie möglich weiterverwendet werden. Treber wird beispielsweise als Bio-Tierfutter weiter verkauft.
- **Hilfs- und Betriebsstoffe:** Verbrauchte Hilfs- und Betriebsstoffe (siehe auch Tab. 6.1) werden einer geordneten Verwertung zugeführt oder entsorgt.

Die Gegenüberstellung der Stoffströme als absolute In- und Output-Mengen zeigt für das Jahr 2018 folgende wesentlichen Ergebnisse (zur Übersicht siehe Tab. 6.1):

Wie in den Vorjahren stieg der Gesamtausstoß an Hektolitern. In 2018 lag die Steigerung im Vergleich zum Vorjahr bei 11,8 Prozent. Damit einhergehend stiegen sowohl die bezogenen Mengen an Braugetreide, als auch die Mengen an AfG-Grundstoffen an. Eine Ausnahme stellt der Bezug des Hopfens dar. Als Folge der langen Frühjahrs- und Sommertrockenheit 2018 ergaben sich hier geringere Ertragsmengen.

Bei den Schmierstoffen konnte der Verbrauch im Bereich der Bandschmieranlage in der Abfüllung durch eine fast

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



vollständige Automatisierung um 30 Prozent reduziert werden. Der Bedarf an Glykol stieg im Jahr 2018 auf insgesamt acht Tonnen an, da das Gesamtvolumen der betrieblichen Eiswasserpuffer erneuert wurde.

Die Betrachtung der Output-Seite ergibt eine um 24 Prozent gestiegene Menge an gefährlichen Abfällen. Dies ist auf die Entsorgung von Laugeschlamm im Frühjahr 2018 zurückzuführen. Laugehaltiges Wasser wird bei der Neumarkter Lammsbräu im Rahmen verschiedenster Reinigungsvorgänge verwendet – unter anderem für die Reinigung der Mehrwegflaschen. In einem großen Becken wird verwendetes Spülwasser aufgefangen – grobe, laugehaltige Partikel setzen sich ab, das so geklärte Spülwasser kann erneut verwendet werden. In unregelmäßigen Abständen wird der Laugeschlamm, der sich über den Verlauf mehrerer Monate am Beckenboden ansammelt, aus dem Becken entfernt und fachgerecht entsorgt.

Die Schadstoff- und Treibhausgasemissionen aus dem Treibstoffverbrauch des Fuhrparks und der Wärmebereitstellung aus den Kesseln werden seit 2012 mit den regelmäßig aktuell angepassten Emissionsfaktoren aus der Datenbank GEMIS 4.9 (ProBas des Umweltbundesamtes 2010 – Gas-HW-klein-DE-2010) sowie dem Emissionsberechnungsmodell TREMOD 5.72 (10/2017) für Pkw und Lkw, als auch TREMOD-MM 4.3 (2017) für Stapler bilanziert.

Im Jahr 2018 wurde das Monitoring der vorgelagerten Rohstoffkette intensiviert. Die Ergebnisse führten zu einer Zunahme der CO<sub>2</sub>e Emissionswerte, die unter anderem auf detailliertere Angaben im Transportbereich der Limonaden- und Getreiderohstoffe zurückzuführen sind. Die Emissionen aller weiteren gemessenen, spezifischen Luftschadstoffe NO<sub>x</sub>, SO<sub>2</sub> sowie Partikel haben sich im Vergleich zum Vorjahr verbessert. Hier macht sich vor allem bemerkbar, dass Erdöl als Energieträger komplett durch Erdgas ersetzt wurde.

Tab. 6.1: Übersicht aller Input-Output Werte und Trendentwicklung (2013-2018)

	Input	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit	Trend
<b>1</b>	<b>Rohstoffe</b>								
1.1	Trinkwasser	25.076	27.539	29.575	33.004	35.041	38.232	m <sup>3</sup>	↗
1.2	Gerste	2.025,3	2.197,9	1.787,6	1.735,3	1.601,3*	3.011,9	t	→
1.3	Weizen	503,8	274,0	138,6	345,6	220,4*	535,5	t	→
1.4	Dinkel	39,9	123,9	0,0	33,0	30,4*	52,0	t	↘
1.5	Hopfen	26,5	31,9	21,7	24,2	26,1	20,3	t	→
1.6	Limonadengrundstoffe	454	454	563	631	637	790	t	↗
<b>2</b>	<b>Betriebsstoffe</b>								
<b>2.1</b>	<b>Energie</b>								
2.1.1	Strom	1.807.320	1.826.844	1.939.707	2.204.225	2.304.200	2.455.302	kWh	↗
2.1.2	Wärme	6.568.593	5.932.380	5.845.029	7.197.997	7.275.522	8.646.042	kWh	↗
<b>2.2</b>	<b>Wasser</b>								
2.2.1	Brauchwasser	50.854	52.397	57.739	67.522	76.365	77.679	m <sup>3</sup>	↗
2.2.2	Regenwasser	664	243	97	83	397	205	m <sup>3</sup>	↘
<b>2.3</b>	<b>Sonstige Betriebsstoffe</b>								
2.3.1	Kühlmittel Glykol	0,4	0,9	2,0	1,0	1,0	8,0	t	↑
2.3.2	Schmierstoffe	2,9	2,3	4,0	6,7	4,8	3,2	t	↗
2.3.3	Filterhilfsmittel	8,9	22,1	16,9	25,1	26,1	24,8	t	↗
2.3.4	Reinigungs- und Desinfektionsmittel	121,9	143,0	169,6	202,3	224,2	244,1	t	↑

\* Niedrige Werte im Rohstoffbereich 2017 als Ergebnis einer fehlerhaften Rohdatenerfassung in der Getreidedisposition 2017

**Hinweis:** Für die Berechnungen ab 2016 und 2017 sind die beiden vorübergehend ausgelagerten, aber nahe der Brauerei gelegenen Standorte Stauf (Festeteam & Lagerung des Feste-Inventars) sowie Blomendorf (Leergutsortierung) bedingt durch die Baumaßnahmen am Brauereistandort mit einkalkuliert.



## Umweltfreundliche Produktion

## Stoffströme

## Indikatoren

Tab. 6.1: Übersicht aller Input-Output Werte und Trendentwicklung (2013-2018)

Input	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit	Trend
<b>3 Hilfsstoffe</b>								
<b>3.1 Kohlensäure</b>								
3.1.1 Kohlensäure-Eigengewinnung	103,2	67,8	62,0	55,3	67,6	90,8	t	→
3.1.2 Kohlensäure-Einkauf	378,8	363,1	411,6	470,6	506,9	519,0	t	↗
<b>3.2 Verpackungen</b>								
3.2.1 Kronkorken	26.165.230	36.827.500	34.895.270	46.140.490	42.249.370	48.980.410	St	↗
3.2.2 Schraubverschlüsse	3.108.730	3.148.240	4.043.910	4.870.870	4.516.460	5.316.570	St	↗
3.2.3 Neuglas	1.979,6	1.781,6	1.904,5	2.169,6	2.113,0	3.407,4	t	↗
3.2.4 Etikettenleim	8,6	9,2	9,2	16,1	13,2	15,0	t	↗
3.2.5 Etikettengarnituren (Flaschen)	25.718	42.060	47.584	60.340	50.790	59.767	Tsd. St	↗
3.2.6 Etikettengarnituren (Fässer und Umkartons)	73.500	84.200	65.500	78.000	48.000	48.000	St	↘
3.2.7 Getränkekästen	117,2	224,0	264,7	291,6	249,0	260,8	t	↗
3.2.8 Fässer	500	200	12	2	357	203	St	↘
3.2.9 Paletten	3.746	6.230	5.667	5.536	9.563	9.645	St	↑
3.2.10 Verpackungsmaterial (Palettenbinder, Stretchfolie)	1,5	1,7	1,7	1,6	3,2	3,2	t	↗
<b>3.3 Labormaterialien</b>								
3.3.1 Analysematerialien	0,3	0,3	0,2	0,5	0,5	0,6	t	↑
<b>3.4 Treibstoffe</b>								
3.4.1 Pkw-/Lkw-Treibstoffe	99,5	106,4	95,5	117,5	100,3	104,2	t	→
3.4.2 Gabelstaplergas	0,8	0,6	0,5	0,5	0,2	0,2	t	↘



Umweltfreundliche Produktion

Stoffströme

Indikatoren

Tab. 6.1: Übersicht aller Input-Output Werte und Trendentwicklung (2013-2018)

	Output	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit	Trend
<b>1</b>	<b>Hauptprodukte</b>								
1.1	Bio-Bier	69.098	76.660	78.939	86.746	88.459	92.961	hl	↗
1.2	Alkoholfreie Getränke	78.246	86.352	99.446	105.728	114.469	134.073	hl	↗
<b>2</b>	<b>Nebenprodukte</b>								
2.1	Malz (Verkauf)	40,7	40,4	48,2	42,1	48,8	53,9	t	↗
2.2	Hopfen (Verkauf)	181	320	275	250	180	200	kg	→
2.3	Malzkeime	54,9	47,7	51,5	60,0	64,9	72,8	t	↗
2.4	Bio-Treber	2.296,2	2.650,0	2.664,6	3.254,5	3.134,3	3.414,8	t	↗
2.5	Hefe (Verkauf)	0,9	1,2	2,0	1,5	1,4	2,4	t	↑
2.6	Abputzgetreide	36,1	15,8	63,9	94,2	90	91,6	t	↑
<b>3</b>	<b>Abwasser</b>	47.735	47.814	50.633	66.942	72.473	75.215	m <sup>3</sup>	↗
<b>4</b>	<b>Emissionen (Betrieb + Fuhrpark)*</b>								
4.1	Wasserdampf	822,1	888,7	943,4	1.050,4	1.102,4	1.214,0	t	↗
4.2	Staub / Ruß / Partikel	50	46	43	47	26	20	kg	↘
4.3	CO	816	823	788	792	801	922	kg	→
4.4	CO <sub>2</sub> e	1.349	1.420	1.615	1.846	1.592	2.029	t	↗
4.5	SO <sub>2</sub>	200	211	361	656	84	20	kg	↘
4.6	NO <sub>x</sub>	1.988	2.016	2.316	2.488	2.158	2.287	kg	→
4.7	NMVOG	141	129	128	134	69	68	kg	↘
<b>5</b>	<b>Abfälle</b>								
5.1	Abfälle zur Verwertung	517,9	289,9	2.366,9*** (210,9)	1.046,8*** (434,8)	258,7*** (418,7)	496,0	t	→
5.2	Abfälle zur Kompostierung (Kieselgur, Mälzereistaub)	65,1	77,7	76,5	94,3	94,9	95,8	t	↗
5.3	Hausmüllähnlicher Gewerbeabfall (Restmüll)	33,3	98,9	112,9	48,2	40,6	44,3	t	↘
5.4	Gefährliche Abfälle (Spül-lauge, Laborchemikalien, Altöl, Asphaltaufruch etc.)	2,8	5,5	67,4*** (2,3)	73,2*** (8,7)	8,3*** (4,2)	6,8	t	↘
5.5	Sonstige Abfälle (Altreifen)	1,6 (42 St.)	0,85 (20 St.)	0,54 (14 St.)	1,21 (26 St.)	0,69 (14 St.)	1,34 (29 St.)	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 sowie sonstigen flüchtigen Emissionen im Rahmen des Produktionsprozesses (u. a. Kältemittelleckagen). Diese Daten enthalten keine Emissionen, die bei den vorgelagerten Wert- bzw. Schadschöpfungsstufen von Treibstoffen sowie Energieträgern für die Wärmeversorgung anfallen. Seit dem Jahr 2012 wird für die Pos. 4.2 bis 4.7 mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der Datenbank GEMIS (derzeit Version 4.9) (ProBas des Umweltbundesamtes 2010 – Gas-HW-klein-DE-2010 Trendberechnung für letzte 5 Jahre) sowie dem UBA Emissionsberechnungsmodell TREMOD-MM (derzeit 4.3 (2017) bzw. 5.72 (10/ 2017)) bilanziert.

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

\*\*\* zusätzlich angefallen durch Abbrucharbeiten der Brauerei am Standort.

6.3

## Kernindikatoren wesentlicher Umweltthemen

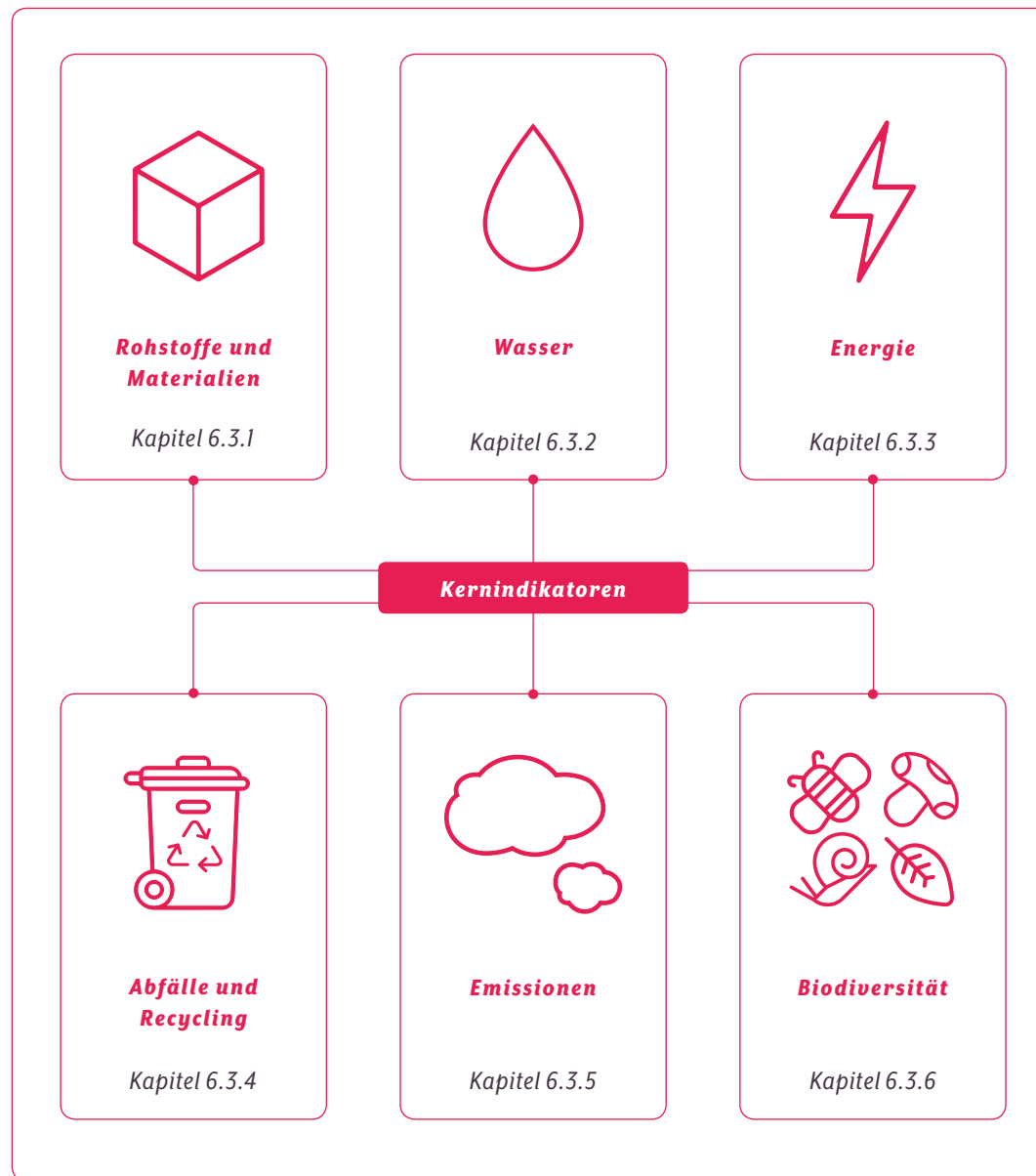
In den nachfolgenden Unterkapiteln werden alle Kernindikatoren anhand der mit dem Brauprozess verbundenen direkten Umweltaspekte dargestellt, aus denen die Umweltleistung mittels messbarer Kennzahlen hervorgeht (siehe Abb. 6.2).

6.3.1

### Kernindikator Rohstoff- und Materialverbrauch

Die Neumarkter Lammsbräu berechnet folgende Kernindikatoren nachhaltigen Wirtschaftens:

- Menge der Materialien, die zur Herstellung und Verpackung verwendet werden sowie deren Verbrauch
- Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, inklusive Rezyklate an sämtlichen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen (ohne Wasser- und Stromverbrauch)
- Anteil von Bio-Rohstoffen 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 km Radius um die Brauerei erzeugt oder hergestellt und zur Brauerei geliefert werden (siehe auch Kap. 5). Vorstufen in der Lieferkette werden hier nicht berücksichtigt.



Mehr zum Thema Regionale Rohstoffbeschaffung in Kapitel 5: [Seite 60 ff](#)

Abb. 6.2.: Kernindikatoren zur Messung direkter Umweltaspekte

Wie der Tabelle 6.2 zu entnehmen ist, ist der spezifische Materialverbrauch im Jahr 2018 mit 0,55 Tonnen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen und Verpackungen pro Hektoliter Verkaufsgetränk leicht gesunken. Dies ist trotz eines allgemein gestiegenen Materialverbrauches auf den proportional höheren Anstieg des Hektoliterausstoßes zurückzuführen. Hauptursache für den verstärkten Materialverbrauch im Jahr 2018 sind die vorgezogenen Zukäufe im Bereich Neuglas.

Der prozentuale Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe stieg 2018 auf 84,1 Prozent. Erklärung hierfür liefert der verstärkte Bezug von regionalem Braugetreide. Damit stieg auch der Anteil der aus der Region eingekauften Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe auf 45,15 Prozent. Grundsätzlich ist es der Anspruch der Neumarkter Lammsbräu, die Braurohstoffe komplett aus der Region zu beziehen. 2018 konnte die Brauerei mit 92,8 Prozent regionalem Getreidebezug eine erfreuliche Entwicklung verzeichnen.

**Selbstverständlich Mehrweg**

Das Mehrwegsystem der Neumarkter Lammsbräu ermöglicht ein Wiederbefüllen der Flaschen zwischen 25 und 40 Mal – je nach Gebindegröße und Sorte.<sup>1)</sup>

Dies betrifft das gesamte Sortiment, denn alle Produkte der Brauerei werden ausschließlich in Glasflaschen abgefüllt und anschließend mit Etiketten sowie Kronkorken oder Schraubverschlüssen versehen. Glas im Mehrwegsystem liefert als umweltschonende Verpackung viele Vorteile, darunter einen verringerten Materialverbrauch und Müllvermeidung. Die Zuständigkeit für den Einsatz des Mehrwegsystems liegt im Bereich der Logistik.

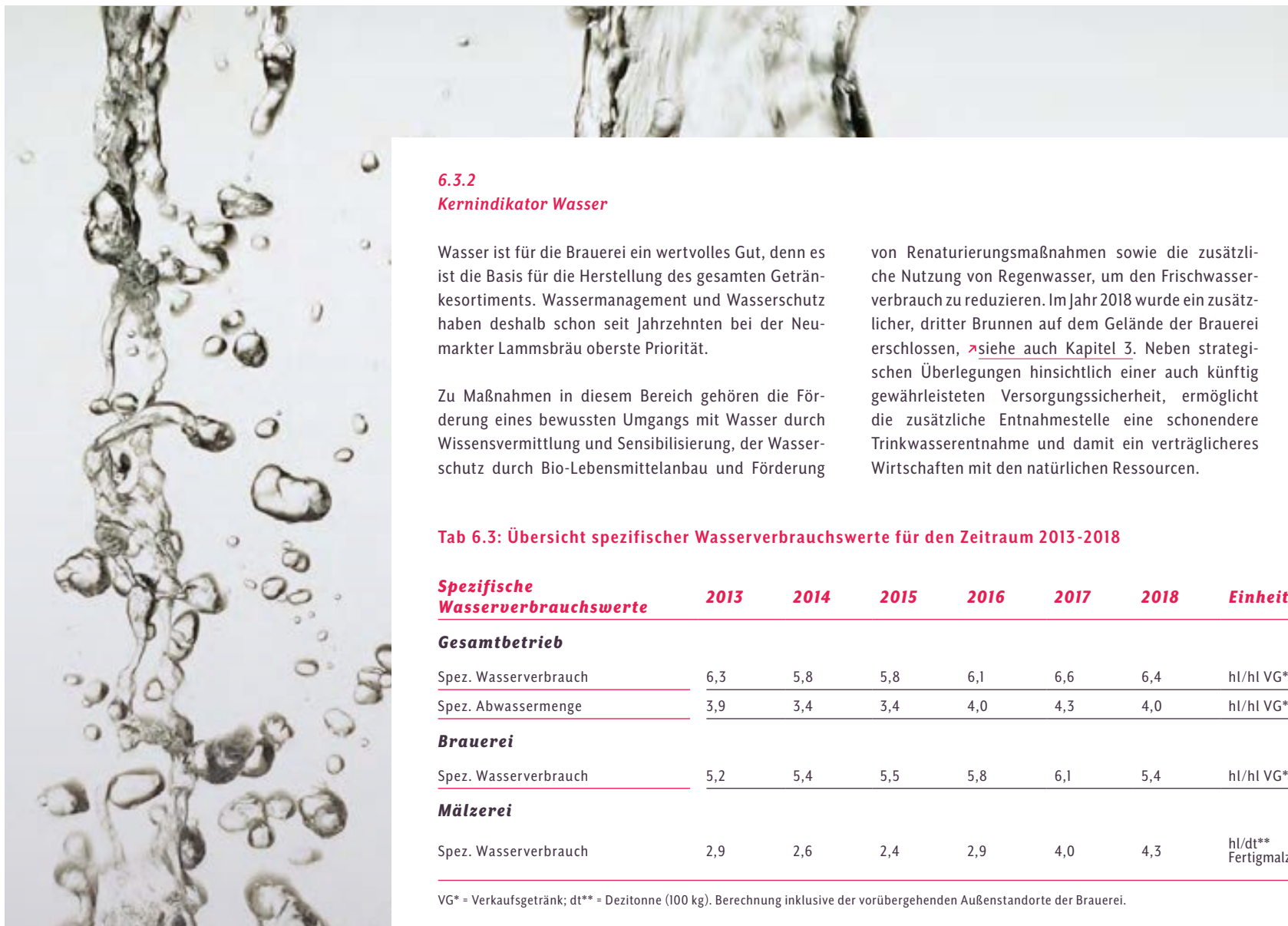
Tab. 6.2: Übersicht des Material- und Rohstoffeinsatzes für den Zeitraum 2013-2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit
Materialverbrauch gesamt (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen, Brauch- und Trinkwasser)***	82.719	85.939	92.881	106.765	117.423	125.195	t
Materialverbrauch gesamt (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen)***	6.789	6.003	5.567	6.238	6.017	9.284	t
Spezifischer Materialverbrauch	0,56	0,53	0,52	0,55	0,58	0,55	t/hl VG*
Prozentualer Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate ** = (Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate/ Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)	81,6	79,3	75,9	75,3	75,0	84,1	%
Prozentualer Anteil regionaler Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe = (Anteil regionaler Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe/Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)***	18,4	37,1	40,5	36,3	33,8	45,15	%

VG\* = Verkaufsgetränk, \*\* Schätzwerte, \*\*\* Grundlage: Daten aus Buchhaltung, Input/Output und eigene Kalkulationen



<sup>1)</sup> Quelle: Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (ifeu) (2010). Zusammenfassung der Handreichung zur Diskussion um Einweg- und Mehrweggetränkerverpackungen. Heidelberg. URL: [https://www.ifeu.de/oekobilanzen/pdf/IFEU%20Handreichung%20zur%20Einweg-Mehrweg-Diskussion%20\(13Juli2010\).pdf](https://www.ifeu.de/oekobilanzen/pdf/IFEU%20Handreichung%20zur%20Einweg-Mehrweg-Diskussion%20(13Juli2010).pdf)  
Zugriff am: 07.02.2019



**6.3.2**  
**Kernindikator Wasser**

Wasser ist für die Brauerei ein wertvolles Gut, denn es ist die Basis für die Herstellung des gesamten Getränkeassortiments. Wassermanagement und Wasserschutz haben deshalb schon seit Jahrzehnten bei der Neumarkter Lammsbräu oberste Priorität.

Zu Maßnahmen in diesem Bereich gehören die Förderung eines bewussten Umgangs mit Wasser durch Wissensvermittlung und Sensibilisierung, der Wasserschutz durch Bio-Lebensmittelanbau und Förderung

von Renaturierungsmaßnahmen sowie die zusätzliche Nutzung von Regenwasser, um den Frischwasserverbrauch zu reduzieren. Im Jahr 2018 wurde ein zusätzlicher, dritter Brunnen auf dem Gelände der Brauerei erschlossen, [siehe auch Kapitel 3](#). Neben strategischen Überlegungen hinsichtlich einer auch künftig gewährleisteten Versorgungssicherheit, ermöglicht die zusätzliche Entnahmestelle eine schonendere Trinkwasserentnahme und damit ein verträglicheres Wirtschaften mit den natürlichen Ressourcen.

**Tab 6.3: Übersicht spezifischer Wasserverbrauchswerte für den Zeitraum 2013-2018**

<b>Spezifische Wasserverbrauchswerte</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Einheit</b>
<b>Gesamtbetrieb</b>							
Spez. Wasserverbrauch	6,3	5,8	5,8	6,1	6,6	6,4	hl/hl VG*
Spez. Abwassermenge	3,9	3,4	3,4	4,0	4,3	4,0	hl/hl VG*
<b>Brauerei</b>							
Spez. Wasserverbrauch	5,2	5,4	5,5	5,8	6,1	5,4	hl/hl VG*
<b>Mälzerei</b>							
Spez. Wasserverbrauch	2,9	2,6	2,4	2,9	4,0	4,3	hl/dt** Fertigmalz

VG\* = Verkaufsgetränk; dt\*\* = Dezitonne (100 kg). Berechnung inklusive der vorübergehenden Außenstandorte der Brauerei.

In der Produktion wird die Ressource Wasser durch verschiedene Recyclingverfahren gezielt und dadurch sparsamer eingesetzt (siehe auch [www.lammsbraeu.de/produkte/produktion](http://www.lammsbraeu.de/produkte/produktion)):

- **Cleaning in Place (CIP):** Die drei CIP-Anlagen sind so konzipiert, dass das verwendete Zwischenspülwasser nach der Hauptreinigung wieder zur nächsten Vorreinigung verwendet wird.
- **Flaschen- und Kistenreinigung:** Das laugenhaltige Reinigungswasser wird nach der Flaschenreinigung dazu verwendet, die Getränkekästen vorzureinigen. Nach diesem „Vorwaschgang“ wird nur noch einmal mit Frischwasser nachgespült. So wird der Frischwasserverbrauch kontinuierlich niedrig gehalten.
- **Frischwassereinsparung im Würze-Kreislauf:** Beim Würze-Kreislauf wurde nach Ausschleiben von Lauge und Säure nochmals mit Frischwasser gespült. Durch Einsparung des Spülschrittes mit Frischwasser werden mittlerweile erhebliche Mengen Frischwasser eingespart.

Dieser Schritt ist nachweislich ohne Qualitätseinbußen umsetzbar. Die Einsparmaßnahme ist ein aufgegriffener Vorschlag aus dem betrieblichen Vorschlagswesen.

Durch die laufende Umsetzung der Maßnahmen zur Wassereinsparung ist der spezifische Wasserverbrauch der Brauerei im Jahr 2018 leicht gesunken.

Dazu gehört unter anderem eine verbesserte Dokumentation der Verbräuche an wasserintensiven Stationen wie z. B. Tunnelpasteur und Mälzerei. So werden Verbrauchsspitzen schneller erkannt und dadurch kann – im Falle wiederkehrender Ereignisse – unter Umständen künftig besser vorgebeugt werden. Zusätzlich für Wassereinsparungen und die dazugehörige Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitern sind die jeweiligen Prozessverantwortlichen in den einzelnen Produktionsbereichen.

Im Bereich des Wasserverbrauches bleibt das freiwillige Ziel bestehen, im folgenden Jahr die Prozesse weiter zu verbessern und entsprechende Anpassungen vorzunehmen, um eine positive Entwicklung im Bereich der Kennzahlen zu bewirken (siehe Kap. 7).

Das Wasser zur Produktion und Getränkeabfüllung entnehmen wir unterschiedlichen Quellen (siehe Tab. 6.4).



Mehr zum Thema Ziele & Maßnahmen in Kapitel 7: [Seite 88 ff](#)

Tab. 6.4: Übersicht der Wasserentnahme 2018

Art der Quelle	Entnommene Menge*	Einheit
Stadtwasser	56.086	m <sup>3</sup>
Brunnen vor Ort	64.496	m <sup>3</sup>
Regenwasser	205	m <sup>3</sup>

\* Daten entnommen aus Abrechnungen und Zählern; Erhebung auf Basis des Energieberichtes/technisches Controlling.

6.3.3

Kernindikator Energie

Jedes produzierende Gewerbe, so auch die Neumarkter Lammsbräu, benötigt Energie: Ein hoher Energieverbrauch oder auch nicht regenerative Energieträger tragen zum Klimawandel bei, daher hat die Brauerei im vergangenen Berichtsjahr mehrere Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt. Besonders energieintensive Prozesse in der Produktion sind:

- die Lösung der Inhaltstoffe aus Malz und Naturdoldenhopfen in der Sudpfanne. An dieser Stelle wird kochendes Wasser, und damit Wärme, zugegeben.
- die Weiterverarbeitung des frischen Sudes im Gär- und Lagerkeller. Hier werden große Mengen an Kälteenergie benötigt, die die hauseigene Kälteanlage liefert.
- das Darren der gekeimten Gerste zu Malz.
- die Reinigung der Mehrwegflaschen. Hier sind ebenfalls erhebliche Mengen an Wärmeenergie nötig.

➤ siehe [www.lammsbraeu.de/produkte/produktion](http://www.lammsbraeu.de/produkte/produktion)

Ein besonders hoher Anteil des Energiebedarfs wird als Wärme benötigt (2018 knapp 78,9 Prozent des Gesamtverbrauchs). Die beiden Hochdruckheißwasserkessel sind für den Hauptteil der Wärmeversorgung verantwortlich und liefern mit jeweils 2,5 Megawatt die notwendige Energie für viele Anlagen, unter anderem das Sudhaus, die Mälzerei und den Tunnelpasteur. Die Kessel arbeiten vor allem im Hinblick auf die unterschiedlichen Wärmeverbräuche der zu versorgenden Anlagen mit einem optimalen Wirkungsgrad und können den Bedarf effizienter regeln als die bisherige Energiezentrale.



➤ Tabelle 6.5 zeigt sowohl eine Verbesserung im spezifischen Wärme-, als auch im spezifischen Stromverbrauch, was für die Brauerei Ansporn ist, weiterhin ein funktionierendes Maßnahmenmanagement im Energiebereich umzusetzen (➤ siehe Kap. 7).

Eine besondere Rolle in der Weiterentwicklung des Energiemanagements wird dem neuen Energiemanager zuteil, dessen Position ab 2019 neu besetzt wird. Er ist dafür verantwortlich, Einsparpotenziale für energieintensive Prozesse zu identifizieren und Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten.

Seit 2011 bezieht die Brauerei ihren Strom in Form von Ökostrom „NaturEnergie Gold“ durch die Energiedienst AG. Der Anbieter ist mit dem „Grüner Strom“-Label zertifiziert – er bezieht seinen Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen.

Darüber hinaus garantiert die Energiedienst AG, ihren Überschuss in neue Anlagen und innovative Energieprojekte zu investieren. Das „Grüner Strom“-Label ist das älteste Stromlabel für regenerative Energien und wird von führenden Umweltverbänden wie NABU, DNR, BUND sowie EUROSOLAR empfohlen und getragen.

Seit 2017 erzeugt außerdem eine Mikrogasturbine Wärme und Strom für den individuellen Bedarf der Brauerei. Darauf zurückzuführen ist der abnehmende Anteil regenerativer Energien im Jahresvergleich, da ein gewisser Teil des Strombedarfs der Brauerei nun über die Erdgas-betriebene Mikrogasturbine gewonnen wird. (➤ vgl. Tabelle 6.5).

Tab. 6.5: Übersicht spezifischer Energieverbrauchswerte für den Zeitraum 2013-2018

Spezifische Energieverbrauchswerte	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit
Energieverbrauch (Strom und Wärme)	63,6	58,8	59,0	57,7	61,4	60,2	kWh/hl VG*
Spezifischer Stromverbrauch gesamt	14,9	13,2	12,9	13,3	13,6	13,2	kWh/hl VG*
Spezifischer Wärmeverbrauch gesamt	48,7	46,2	46,6	44,8	48,2	47,6	kWh/hl VG*
Prozentualer Anteil regenerativer Energie = (Anteil regenerative Energie/ Gesamtenergieverbrauch)	23,5	22,7	22,3	23,4	24,1	18,0	%

VG\* = Verkaufsgetränk. Die Berechnung erfolgte auf Basis des Energieberichtes/technisches Controlling, seit 2015 inklusive der vorübergehenden Außenstandorte der Brauerei. (Näheres zur Berechnung siehe Anhang)



6.3.4 Abfälle und Recycling

Die Deutschen sind Recycling-Weltmeister. Doch nicht nur in Privathaushalten wird getrennt, was die Tonne hergibt. Auch die Neumarkter Lammsbräu legt großen Wert auf den korrekten Umgang mit ihren Abfällen. Verpackungen werden in der Brauerei daher stets sachgemäß recycelt.

Die gesamte reguläre Abfallmenge stieg im Jahr 2018 im Vergleich zum Vorjahr um rund 15 Prozent an (Genaue Abfallfraktionen und Mengen 2013-2018 [siehe Anhang, S. 98 ff.](#)). Einen großen Anteil daran haben die verwertbaren Abfälle, mengenmäßig relevant vor allem Altglas (306 t) und Altetiketten (11 t).

Dass maßgeblich verwertbare Abfälle zur Steigerung der Abfallmenge 2018 beitragen, wird auch durch die gestiegene Verwertungsquote verdeutlicht – es wurde der zweitbeste Wert innerhalb der letzten sechs Jahre erreicht. Die brauereispezifischen Abfälle sind in etwa gleichgeblieben.

Der Anteil gefährlicher Abfälle dagegen ist im Jahr 2018 um 1,6 Tonnen auf insgesamt 6,8 Tonnen gestiegen. Mit einer Gesamtmenge von 1,67 Tonnen trägt dazu hauptsächlich die Entsorgung von Altlaug bei, die sich im Verlauf von Spül- und Reinigungsprozessen über mehrere Monate hinweg ansammelt und in unregelmäßigen Abständen fachgerecht entsorgt wird.

Alle regulär anfallenden gefährlichen Abfälle werden über einen Sammelentsorgungsnachweis entsorgt.

Angefallene Abfallarten 2013-2018

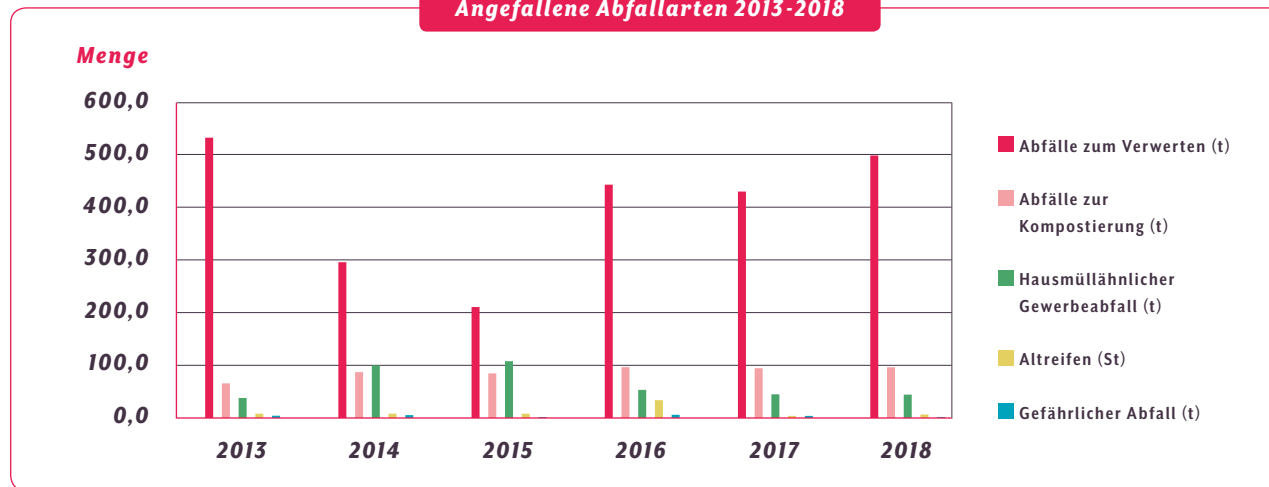


Abb. 6.3: Mengenmäßige Verteilung angefallener Abfälle von 2013-2018

Tab. 6.7: Spezifische Abfallindikatoren der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2013-2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit
<b>Spezifische Abfallmenge</b> (Abfallgesamtmenge/Menge Verkaufsgetränke)	5,1	3,5	2,7	3,6	3,4	3,5	kg/hl VG
<b>Verwertungsquote*</b> (Abfälle zur Verwertung/Abfallgesamtmenge)	80,5	61,3	52,3	74,3	74,9	77,0	%
<b>Brauereispezifische Abfälle**</b> (diverse Abfallfraktionen/Menge Verkaufsgetränke)	4,1	2,6	1,9	2,7	2,6	2,7	kg/hl VG
<b>Spezifische Menge gefährlicher Abfälle</b> (Menge gefährlicher Abfälle/Menge Verkaufsgetränke)	0,02	0,05	0,02	0,06	0,03	0,04	kg/hl VG

\* Zu den Abfällen zur Verwertung zählen alle als „Verwertbare Abfälle“ gemäß Abfallbilanz im Anhang klassifizierten Abfallfraktionen.

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

**Umgang mit Gefahrstoffen**

Viele Reinigungs- und Desinfektionsmittel werden aufgrund ihrer gesundheits- und umweltgefährdenden Eigenschaften als Gefahrstoffe eingestuft.

Im Rahmen der kontinuierlichen Substitutionsprüfung wird laufend nach Alternativen zu einzelnen Chemikalien gesucht. Wo diese nicht ersetzbar sind, geht die Brauerei mit ihnen sorgsam um. Reinigungsanlagen werden beispielsweise „nachgeschärft“ und damit so oft wie möglich dem Kreislauf zugeführt.

Alle Gefahrstoffe lagern vorschriftsmäßig in Auffangwannen, um Boden- und Grundwasserverschmutzungen zu vermeiden. Im Jahr 2018 gab es keine Sickerverluste oder Leckagen. Verbrauchte Reinigungs- und Desinfektionsmittel sowie Gefahrstoffe werden selbstverständlich ordnungsgemäß entsorgt.

Besonders wichtig ist hier die kontinuierliche Prüfung: Sämtliche Lagertanks, in denen umweltrelevante Stoffe wie Heizöl oder Diesel lagern, werden regelmäßig gewartet. Nur so können eventuelle Schäden frühzeitig erkannt und Umweltgefährdungen minimiert werden.

**6.3.5 Emissionen**

Klimawirksame Emissionen setzen sich neben Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) auch aus anderen Treibhausgasen, wie Methan oder Lachgas, zusammen. Diese Emissionen werden bei der Produktionstätigkeit sowohl am Standort, als auch in den vor- und nachgelagerten Stufen des Wertschöpfungsprozesses verursacht.

Die Neumarkter Lammsbräu hat sich im Jahr 2012 im Rahmen einer Klimastrategie dazu entschieden, bis zum Jahr 2025 insgesamt 11.500 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente einzusparen. Berechnet und bewertet werden die verschiedenen klimarelevanten Emissionen im unternehmerischen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck nach dem Greenhouse Gas Protocol-Standard und den ISO Normen 14064 und 14067. Je nach Aktivität und Ort ihrer Entstehung, werden sie drei unterschiedlichen Emissionsbereichen zugewiesen: Scope 1, Scope 2 und Scope 3.

Die nachfolgende [Tabelle 6.8](#) gibt Auskunft über die Entwicklung der Treibhausgasemissionen der Neumarkter Lammsbräu von 2013 bis 2018 in Form von „CO<sub>2</sub>-Äquivalenten“ (CO<sub>2</sub>e).

**Die Emissionen entstehen bei:**

- der landwirtschaftlichen Erzeugung der Braurohstoffe (berechnet auf Basis der für die verarbeiteten Braurohstoffe benötigten Anbaufläche und des damit verbundenen Transportes),
- der Rohstoffverarbeitung für die Limonadenherstellung (berechnet auf Basis der verarbeiteten Mengen an Limonadenrohstoffen bis hin zu den Grundstoffen und deren Transport),
- der Erzeugung des in der Brauerei verbrauchten Stroms,
- durch die betrieblichen Feuerungsanlagen
- und durch die Fahrzeugflotte der Neumarkter Lammsbräu (Lkw, Pkw, Gabelstapler und Sonstige)

## GLOSSAR

**CO<sub>2</sub>-Äquivalente**

Neben dem wichtigsten von Menschen verursachten Treibhausgas Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen umgerechnet und zusammen mit den tatsächlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen als CO<sub>2</sub>-Äquivalente angegeben. CO<sub>2</sub>-Äquivalente werden mit der Abkürzung „CO<sub>2</sub>e“ bezeichnet (e steht für engl. „equivalents“).

Mehr zum Thema Klimaschutz in Kapitel 3.3: [Seite 41](#)

Tab. 6.8: Ermittlung des Treibhauseffekts der Neumarkter Lammsbräu auf Basis von CO<sub>2</sub>-Äquivalenten

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit
<b>Scope 1</b>							
CO <sub>2</sub> e betriebliche Feuerungsanlagen	1.091	1.148	1.317	1.530	1.301	1.750	t
CO <sub>2</sub> e Fuhrpark Lkw	114	122	138	140	126	123	t
CO <sub>2</sub> e Fuhrpark Pkw	92	100	110	115	112	125	t
CO <sub>2</sub> e Fuhrpark (Sonstige)*	4	5	9	15	3	1,2	t
CO <sub>2</sub> e Fuhrpark Gabelstapler	24	20	14	11	7	5,4	t
CO <sub>2</sub> e Kältemittelleckagen	0	12	4	11	10	10	t
<b>Gesamt CO<sub>2</sub>e Scope 1</b>	<b>1.324</b>	<b>1.407</b>	<b>1.593</b>	<b>1.822</b>	<b>1.559</b>	<b>2.015</b>	<b>t</b>
<b>Scope 2**</b>							
CO <sub>2</sub> e aus Strombezug	29	29	33	39	36	35,5	t
<b>Gesamt CO<sub>2</sub>e Scope 2</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>33</b>	<b>39</b>	<b>36</b>	<b>35,5</b>	<b>t</b>
<b>Gesamt CO<sub>2</sub>e Scope 1 &amp; 2</b>	<b>1.354</b>	<b>1.436</b>	<b>1.625</b>	<b>1.861</b>	<b>1.595</b>	<b>2.050</b>	<b>t</b>

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit
<b>Scope 3***</b>							
CO <sub>2</sub> e Trinkwasser	3	2	13	13,2	36,2	44	t
davon Prozessemissionen	3	2	13	12,8	35,1	42	t
davon Transportemissionen	0	0	0	0,4	1,1	1,3	t
CO <sub>2</sub> e Braugetreide	726	721	561	847,5	791,8	1.006	t
davon Prozessemissionen	691	693	549	804,2	762,8	968	t
davon Transportemissionen	35	28	12	43,2	28,9	38	t
CO <sub>2</sub> e Hopfen	37	40	26	30,2	32,9	22	t
davon Prozessemissionen	37	40	26	30,1	32,9	21,5	t
davon Transportemissionen	0	0	0	0	0	0	t
CO <sub>2</sub> e verarbeiteter Rohstoffe der Limonadenherstellung	371	326	447	492,5	517,8	577	t
davon Prozessemissionen	332	277	365	400,4	409,9	467	t
davon Transportemissionen	39	49	82	92,2	107,9	110	t
CO <sub>2</sub> e Fremdbfüllung	-	-	-	28,6	4,9	-	t
davon Prozessemissionen	-	-	-	1,0	1,3	-	t
davon Transportemissionen	-	-	-	27,5	3,6	-	t
<b>Gesamt CO<sub>2</sub>e Scope 3</b>	<b>1.138</b>	<b>1.089</b>	<b>1.047</b>	<b>1.412</b>	<b>1.384</b>	<b>1.647</b>	<b>t</b>
<b>davon Prozessemissionen</b>	<b>1.064</b>	<b>1.011</b>	<b>953</b>	<b>1.249</b>	<b>1.242</b>	<b>1.499</b>	<b>t</b>
<b>davon Transportemissionen</b>	<b>74</b>	<b>78</b>	<b>95</b>	<b>163</b>	<b>141</b>	<b>148</b>	<b>t</b>
<b>CO<sub>2</sub>e Gesamt Scope 1, 2 &amp; 3</b>	<b>2.490</b>	<b>2.525</b>	<b>2.673</b>	<b>3.273</b>	<b>2.979</b>	<b>3.647</b>	<b>t</b>

Die Berechnungen für die Scope 1-Emissionen erfolgen ohne Einbeziehung von Vorstufen für die Energiebereitstellung, Heizöl und Treibstoffen sowie der damit verbundenen Transportwege. Die jeweiligen Umrechnungsfaktoren werden im Anhang erläutert.

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

\*\* Scope 2: Beinhaltet im Rahmen der Erzeugung und Bereitstellung des extern bezogenen Stroms alle THG-Emissionen inkl. der in der Energieprozesskette vorgelagerten Prozessschritte (u.a. Stromerzeugung, Speicherung, Transport und Umwandlung).

\*\*\* Scope 3: Beinhaltet die Emissionen, die bei Anbau und Transport der Bio-Braugetreiderohstoffe, des Bio-Hopfens und der weiterverarbeiteten Bio-Limonadenrohstoffe sowie bei der Bereitstellung von Trinkwasser entstehen inkl. der damit verbundenen Vorstufen in Produktion und Transport.

(Näheres zur Berechnung [↗ siehe Anhang, Seite 98 ff](#)).

**Wesentliche Veränderungen im Bereich Emissionen**

**CO<sub>2</sub>e-Emissionen aus Energieversorgung**

Die gestiegenen Emissionen im Bereich Scope 1 lassen sich vor allem auf einen Anstieg im Bereich der betrieblichen Wärmeversorgung zurückführen. Neben einem erhöhten Energiebedarf für den um 11 Prozent gestiegenen Gesamt-Hektoliterausstoß, macht sich die seit 2018 in Regelbetrieb befindliche Mikrogasturbine bemerkbar. Diese ermöglicht der Brauerei Stromerzeugung durch Kraft-Wärme-Kopplung sowie die Nutzung der entstehenden Abwärme für das betriebsinterne Heißwassernetz. Damit wird ein verbesserter Wirkungsgrad des eingesetzten Energieträgers Erdgas erreicht.

Durch die Stromerzeugung der Mikrogasturbine wurde ein leichter Rückgang des externen Strombezugs (Scope 2) erreicht. Dieser erfolgt vollständig aus klimaneutralem, zertifiziertem Strom aus Wasserkraft.

Für das Jahr 2019 ist die Schaffung einer weiteren Führungsstelle für den Prozess Instandhaltung und Energie geplant. Im Zuge dessen werden technische Modernisierungen und Optimierungen im Controlling in die Wege geleitet.

**CO<sub>2</sub>e-Emissionen aus Braurohstoffen sowie Roh- und Grundstoffen der Limonadenherstellung**

Der nachhaltige Bezug ihrer Rohstoffe für die Getränkeherstellung ist der Neumarkter Lammsbräu ein besonderes Anliegen. Ziel ist es, die Wege ihrer Rohstoffe möglichst genau zu erfassen und transparent zu kommunizieren.

Im Jahr 2018 wurde das Monitoring der vorgelagerten Kette intensiviert, d. h. die Aufschlüsselung der jeweiligen Transportwege und deren Dokumentation wurden vor allem im Bereich der Limonadenrohstoffe detaillierter erfasst. Daraus sowie aus dem gesteigerten Rohstoffbedarf für den erhöhten hl-Ausstoß ergibt sich für das Jahr 2018 ein Anstieg der Emissionen im Bereich Getreide um 27 Prozent sowie ein Anstieg im Bereich der Limonadenrohstoffe um insgesamt 22 Prozent.

Diese auf den ersten Blick verschlechterten Emissionswerte sind das Ergebnis einer verbesserten Datenerhebung. Sie ermöglichen der Neumarkter Lammsbräu eine wesentlich genauere Einschätzung der indirekt verursachten Emissionen im Rahmen der ihrer be-

trieblichen Tätigkeit vorgelagerten Kette (Scope 3). Es werden auch in Zukunft intensive Anstrengungen unternommen, der betrieblichen Klimastrategie mit möglichst realitätsnahen Daten Rechnung zu tragen. Dies begründet auch die Entwicklung der Kennzahlen kg CO<sub>2</sub>e/hl Verkaufsgetränk für Scope 1 und 2 sowie Scope 3, wie in [Tabelle 6.9](#) dargestellt.

**Emissionen weiterer spezifischer Luftschadstoffe**

Bezogen auf den Hektoliter Verkaufsgetränk (VG) haben sich die Emissionen der weiteren erfassten Luftschadstoffe SO<sub>2</sub><sup>3)</sup>, NO<sub>x</sub><sup>3)</sup> und Partikel jeweils verbessert, [siehe Tabelle 6.9](#).

Dies ist auf den kompletten Ersatz von Öl als Wärmeenergieträger durch Erdgas zurückzuführen.

<sup>2)</sup> Quelle: Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (ifeu) (2010). Zusammenfassung der Handreichung zur Diskussion um Einweg- und Mehrweggetränkeverpackungen. Heidelberg. URL: [https://www.ifeu.de/oekobilanzen/pdf/IFEU%20Handreichung%20zur%20Einweg-Mehrweg-Diskussion%20\(13Juli2010\).pdf](https://www.ifeu.de/oekobilanzen/pdf/IFEU%20Handreichung%20zur%20Einweg-Mehrweg-Diskussion%20(13Juli2010).pdf)  
Zugriff am: 07.02.2019

<sup>3)</sup> Hinweis  
SO<sub>2</sub> = Schwefeldioxid  
NO<sub>x</sub> = Stickoxide

**Tab. 6.9: Spezifische, standortbezogene Emissions-Indikatoren\*\* der Neumarkter Lammsbräu<sup>2)</sup>**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit*
CO <sub>2</sub> e (Scope 1 und 2)	9,16	8,71	9,11	9,55	7,86	9,14	kg/hl VG
CO <sub>2</sub> e Braugetreide/weiter verarbeitete Limonadenrohstoffe (Scope 3)***	7,74	6,73	5,87	10,20	6,79	7,21	kg/hl VG
<b>Gesamt CO<sub>2</sub>e</b>	<b>16,90</b>	<b>15,44</b>	<b>14,99</b>	<b>19,75</b>	<b>14,65</b>	<b>16,34</b>	<b>kg/hl VG</b>
SO <sub>2</sub> <sup>3)</sup>	1,36	1,29	2,02	3,37	0,42	0,09	10 <sup>-3</sup> kg/hl VG
NO <sub>x</sub> <sup>3)</sup>	1,35	1,24	1,30	1,28	1,06	1,03	10 <sup>-2</sup> kg/hl VG
Staub, Ruß, Partikel	0,34	0,28	0,24	0,24	0,13	0,09	10 <sup>-3</sup> kg/hl VG

Emissionen aus Strombezug, Feuerungsanlagen, Lkw- und Pkw-Fuhrpark sowie Gabelstaplerbetrieb – Scope 1 und 2 – für den Zeitraum 2013-2018.

\* VG = Verkaufsgetränk

\*\* Berechnung mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der GEMIS Datenbank, Version 4.9 sowie TREMOD 5.72 (10/2017), Grundlage sind die o.g. Gase (siehe S. 27)

\*\*\* anteilig Scope 3 (= außerhalb des Standortes angefallene CO<sub>2</sub>e)

**6.3.6****Biodiversität**

Als Indikator für die Förderung von Biodiversität auf dem Betriebsgelände ermittelt die Neumarkter Lammsbräu den Anteil der nicht versiegelten, begrünten Fläche zum Verhältnis der gesamten Freifläche der Brauerei. Daraus ergaben sich im Jahr 2018 13 Prozent nicht versiegelte Fläche, deren Gestaltung durch gemischte Staudenbeete und Obstgehölze insektenfreundlich durchgeführt ist. Formgebendes und abgrenzendes Element der begrünten Bereiche bilden heimische Hainbuchenhecken.

Nicht in der Kennzahl erfasst, aber auf dem Betriebsgelände sofort ersichtlich, ist die markante Fassadenbegrünung durch wilden Wein und Spalierbäume an fünf verschiedenen Haus- und Hallenwänden sowie eine teilweise Dachbegrünung mit 90 m<sup>2</sup> auf dem Verwaltungsgebäude.

Zusätzlich pflegt und nutzt die Neumarkter Lammsbräu eine firmeneigene Streuobstwiese mit einer Fläche von 330 m<sup>2</sup>.

Im Bereich der landwirtschaftlichen Flächen ihrer Erzeuger unterstützt die Brauerei Projekte und Maßnahmen, die einen Beitrag zur Förderung der Artenvielfalt auf dem Acker leisten. Diese können häufig nur qualitativ beschrieben und daher schwer gemessen werden. Um dennoch Indikatoren für die Messung der Artenvielfalt zu finden, hat die Neumarkter Lammsbräu im Jahr 2018 in Kooperation mit dem Naturland-Verband das Projekt RISE auf 12 landwirtschaftlichen Betrieben der eigenen Erzeugergemeinschaft für Braurohstoffe umgesetzt. Die Methode wird seit dem Jahr 2000 von verschiedenen privaten und öffentlichen Organisationen eingesetzt.



*RISE (Response-Inducing Sustainability Evaluation) ist eine Methode, mit der die Nachhaltigkeit von landwirtschaftlichen Betrieben untersucht und bewertet werden kann. Ziel ist es, die Nachhaltigkeit der Produktion messbar und kommunizierbar zu machen.*

Dies ermöglicht eine umfassende Nachhaltigkeitsbewertung innerhalb eines adäquaten Zeitrahmens. RISE dient nicht zur Zertifizierung von Betrieben, sondern liefert eine Grundlage für landwirtschaftliche Beratung. Die Anwendung ist auf allen Betrieben möglich, unabhängig von der Betriebsgröße, dem Grad der Kommerzialisierung und dem Standort.

Daneben unternimmt die Neumarkter Lammsbräu vielfältige Anstrengungen, um Maßnahmen zum Erhalt und der Förderung der Artenvielfalt umzusetzen.

Für eine ausführlichere Beschreibung aller durchgeführten Maßnahmen und Projekte [siehe Kap. 3.](#)



KAPITEL

# 7

## Ziele der Nachhaltigkeit

UNTERNEHMEN

PRODUKTE

VERANTWORTUNG

MITARBEITER & FÜHRUNG

LIEFERKETTE

PRODUKTION

ZIELE & MASSNAHMEN

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

## 7.1 Ökologische Ziele

### Ziele für 2018/2019

Halten des gesamten spezifischen Wasserverbrauchs (Brauerei & Mälzerei) bei 6,6 hl/hl Verkaufsgetränk

Halten des gesamten spezifischen Stromverbrauchs (Brauerei & Mälzerei) bei 13,6 kWh/hl Verkaufsgetränk

Halten des gesamten spezifischen Wärmeverbrauchs (Brauerei & Mälzerei) bei 48 kWh/hl Verkaufsgetränk

Weitere Reduzierung der anfallenden CO<sub>2</sub>e im Einflussbereich des Unternehmens (Scope 1 und 2) sowie durch Bezug der Rohstoffe (anteilig Scope 3) auf < 14,5 kg CO<sub>2</sub>e/hl Verkaufsgetränk

Förderung des Trinkwasserschutzes

Weiterentwicklung des Umweltmanagementsystems

Optimierung der Nachhaltigkeitskommunikation extern

### Umsetzung durch

Protokollieren des Wasserverbrauchs der Tunnelpasteurisation, Führung einer Liste über die Wasserverbräuche in der Mälzerei

Aufschaltung weiterer Verbraucher und Datenpunkte auf Energiemanagement

Tausch von Plattenpaket für Wärmetauscher im Bereich ZP, Einführung eines Wochenendprogramms für die Umsetzung des Energiemanagements

Austausch eines gasbetriebenen Staplers (stattdessen Elektro-Stapler), Anschaffung eines neuen Sprinters (Diesel, aktuelle Euro Norm), Einführung eines Anreizsystems hinsichtlich umweltfreundlichem Fahrverhalten; Effizienzsteigerungen durch Umrüstung der Druckluftherzeugung auf eine frequenzgeregeltere Drehzahlmaschine

Klimaneutralität für die Bereiche Scope 1 und 2 durch zwei CO<sub>2</sub>-Kompensationsprojekte

Durchführung von Veranstaltungen zum Trinkwasserschutz; Bau eines Reservebrunnens zur Gewährleistung der optimalen Fördermenge zu jeder Zeit

Implementieren aller Neuerungen der ISO Norm 14.001/9001 & EMAS IV VO ins Unternehmen

Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), Teilnahme an Wettbewerben zu speziellen Nachhaltigkeitsthemen

Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt durch Bildungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit der EZÖB, der Bioland Beratung und regionalen Partnern

### Erfüllungsgrad

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 6, S. 80

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 6, S. 82

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 6, S. 82

Ziel nicht erreicht,  
➔ siehe Kap. 6, S. 85-86

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 42-43

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 39-40

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 1, S. 18-19

Ziel erreicht,  
➔ siehe Impressum,  
Kap. 1, S. 12

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 46



**Ökologische Ziele**

**Soziale Ziele**

**Ökonomische Ziele**

**Ziele für 2018/2019**

Förderung des Bodenschutzes

**Umsetzung durch**

Ideelle und finanzielle Unterstützung des Bodenbildungsprojektes an Schulen im Landkreis Neumarkt in Kooperation mit dem Landschaftspflegeverband Neumarkt (LPV) und Slow Food, Unterstützung der Weiterbildung „Bodenpraktiker“ für Landwirte der EZÖB

**Erfüllungsgrad**

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 46-47

Förderung von Biodiversität

Fortführung des Projektes „Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern in Braugerstenbeständen“ unter dem Namen „Ackerwildkräuter erhalten und fördern mit Biobauern in Bayern“

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 46

Umsetzung von drei Kulturlandplänen mit Landwirten der EZÖB, Review bei Kulturlandplänen in Zusammenarbeit mit Bioland e.V.

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 46

Aktive Unterstützung der Initiative „Ackergifte – nein danke“

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 47

Ermöglichung einer Nachhaltigkeitsbewertung für Landwirte mit dem Beratungstool RISE für acht EZÖB Mitglieder in Zusammenarbeit mit Naturland

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 46

Wissenstransfer und aktive Mitwirkung im Netzwerk „Biodiversity in good Company“

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 49

Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen durch Veranstaltungen (Stammtische, Exkursionen) mit den Unternehmen aus dem Landkreis Neumarkt zusammen mit regionalen Partnern (LPV, LBV, Ökomodellregion)

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 3, S. 47

Verbesserungen im Abfallmanagement

Abfallschulungen für Produktions- und Logistikprozesse

Wir sind auf dem Weg,  
➔ siehe Kap. 6, S. 83  
Durchführung verschoben auf 2019

Optimierung einer nachhaltigen Beschaffung

Steigerung des Anteils regionalen und verbandszertifizierten Zuckers auf 75 %

Wir sind auf dem Weg,  
➔ siehe Kap. 2, S. 29  
➔ siehe Kap. 5, S. 64-65

Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Versuchsanstalt Darzau, der LfL und der Saatgutzüchtung Peter Kunz

Ziel erreicht,  
➔ siehe Kap. 2, S. 30

Optimierung der Limonadenrohstoffbeschaffung durch Umstellung auf 60 % verbandszertifizierte Ware

Wir sind auf dem Weg,  
➔ siehe Kap. 2, S. 31  
➔ siehe Kap. 5, S. 66





**Ökologische Ziele**

**Soziale Ziele**

**Ökonomische Ziele**

**Ziele für 2019/2020**

Senken des gesamten spezifischen Wasserverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 6 hl/hl Verkaufsgetränk

**Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft**

Optimierung der Datenerfassung der Wasserverbräuche (o, i); Prüfung der Dimension des Betriebswassernetzes (o); Aktualisierung und Digitalisierung des bestehenden Wassernetzplans mit Festlegung von Messpunkten (o, s)

**Zuständig**

Produktion

**Termin**

Ende 2019

Senken des gesamten spezifischen Stromverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 13,0 kWh/hl Verkaufsgetränk

Überwachung der Schrotmühle durch optisches Signal (o); Außerbetriebnahme der Malzputze im Sudhaus (o); Installation Bewegungsmelder beim Öffnen und Schließen der Grundstoff-Tür (o); Überprüfung der Bänderlaufzeiten in der Füllerei (o); Aufschaltung weiterer Verbraucher- und Datenpunkte auf FEE-Steuerung (s, o)

Instandhaltung & Energie

Ende 2019

Senken des gesamten spezifischen Wärmeverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf 47,0 kWk/hl Verkaufsgetränk

Isolierung der Sudpfanne (o); Optimierung der Steuerung im Kesselhaus (o, s); Aufschaltung weiterer Verbraucher und Datenpunkte auf FEE-Steuerungen (o, s); Inbetriebnahme Niedertemperaturnetz als Voraussetzung zur Vorwärmung der Darre (o, s); Vorschaltung eines zweiten Economizers vor Gaskessel (o)

Instandhaltung & Energie

Ende 2019

Fortlaufende Reduzierung der anfallenden CO<sub>2</sub>e-Emissionen im Einflussbereich des Unternehmens (Scope 1+2) sowie durch Bezug der Rohstoffe (anteilig Scope 3) auf 16 kg CO<sub>2</sub>e/hl Verkaufsgetränk

Testung eines Lithium-Ionen-Batterie betriebenen Staplers (o); Fahrertraining zur Förderung umweltfreundlichen Fahrverhaltens (o); Inbetriebnahme Niedertemperaturnetz als Voraussetzung zur Vorwärmung der Darre sowie eines zweiten Economizers (o, s); Anschaffung eines neuen Erdgas-LKW bei Erhalt der örtlichen Erdgastankstelle (o, s)

Geschäftsleitung, Logistik, Produktion, Instandhaltung & Entwicklung, Nachhaltigkeitsmanagement

Ende 2019

Förderung des Trinkwasserschutzes

Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes für die hauseigene Quelle (s, o); Schonung des Trinkwasservorkommens durch dritte Entnahmekstelle (s, o)

Geschäftsleitung

Ende 2020

Optimierung der Nachhaltigkeitskommunikation extern

Teilnahme an mehreren Ausschreibungen zu speziellen Nachhaltigkeitsthemen (o); Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt durch Bildungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit der EZÖB, ökologischen Anbauverbänden und regionalen Partnern (o)

Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement

dauerhaft



**Ökologische Ziele**

**Soziale Ziele**

**Ökonomische Ziele**

**Ziele für 2019/2020**

Förderung des Bodenschutzes

**Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft**

Ideelle und finanzielle Unterstützung eines Multiplikatoren-Seminars für Landwirte zum Thema Boden in Kooperation mit Slow Food (o); Unterstützung der Weiterbildung „Bodenpraktiker“ für Landwirte (o)

**Zuständig**

Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement

**Termin**

Ende 2019

Förderung von Biodiversität

Ideelle und finanzielle Unterstützung des Nachfolge-Projektes „Ackerwildkräuter erhalten und fördern mit Biobetrieben in Bayern“ in Kooperation mit der Biobauern Naturschutz Gesellschaft mbH (o, s)

Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement

Ende 2019

Umsetzung von zwei Kulturland-Plänen mit Landwirten der EZÖB (o); Review bei Kulturlandplänen in Zusammenarbeit mit Bioland e.V. (o)

Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement

Ende 2019

Partnerschaft und aktives Engagement im Bündnis für eine Enkeltaugliche Landwirtschaft (s)

Geschäftsleitung

dauerhaft

Wissenstransfer und aktive Mitwirkung bei „Biodiversity in Good Company“ (s)

Nachhaltigkeitsmanagement

dauerhaft

Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen durch Veranstaltungen (Stammtisch, Exkursionen) mit Unternehmen aus dem Landkreis Neumarkt zusammen mit regionalen Partnern (LPV, LBV, ÖMR) (s)

Nachhaltigkeitsmanagement

dauerhaft



**Ökologische Ziele**

**Soziale Ziele**

**Ökonomische Ziele**

**Ziele für 2019/2020**

	<b>Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft</b>	<b>Zuständig</b>	<b>Termin</b>
Förderung von Klimaschutz	Konsequente Fortführung der NL-Klimaschutzstrategie (o, s, i); Förderung zweier CO <sub>2</sub> -Kompensationsprojekte (o); Wissenstransfer bei den Klimaschutz-Unternehmen (o, s)	Nachhaltigkeitsmanagement	dauerhaft
Fortlaufende Verbesserungen im Abfallmanagement	Aufbereitung des Klimaschutz-Engagements der Neumarkter Lammsbräu sowie praktischer Tipps über verschiedene Kommunikationskanäle (o)	Nachhaltigkeitsmanagement, Marke & Kommunikation	Ende 2019
Optimierung einer nachhaltigen Beschaffung	Proaktiver Dialog mit Behörden und Entsorgungsdienstleistern (o, s)	Nachhaltigkeitsmanagement	dauerhaft
Intensivierte Lebenswegbetrachtung	Steigerung des Anteils regionalen und verbands-zertifizierten Zuckers auf 75 % (s, o)	QS, Produktentwicklung	Ende 2019
Intensivierte Lebenswegbetrachtung	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Versuchsanstalt Darzau, der LfL und der Saatgutzüchtung Peter Kunz (o, s)	Geschäftsleitung, Produktion	dauerhaft
Intensivierte Lebenswegbetrachtung	Verbandszertifizierung weiterer now-Sorten (o, s)	QS, Produktentwicklung	Ende 2020
Intensivierte Lebenswegbetrachtung	Prüfung der Umsetzung eines produktspezifischen bzw. unternehmerischen Wasserfußabdrucks (o, s)	Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2019

Ökologische Ziele

**Soziale Ziele**

Ökonomische Ziele

7.2

## Soziale Ziele

### Ziele 2018/2019

---

Halten der Krankenquote auf < 4 %

---

Stärkung der Stakeholder-Beziehungen

---

Verbesserung des Betriebsklimas auf Note besser 2  
sowie Reduktion der Mitarbeiterfluktuation auf < 8 %

---

Verbesserung der Kommunikation in den einzelnen  
Prozessbereichen

---

### Umsetzung durch

---

Neue Angebote im Gesundheitsprogramm mit Bonussystem, Angebot Apfelbar  
und Arbeitsplatzmassage, Einführung Projekt JobRad, Handgelenkschoner für  
Logistik-Mitarbeiter

---

Aufbau und Entwicklung eines aktiven Stakeholdermanagements

---

Angepasste Gesprächsvorlage für Mitarbeiterentwicklungs- und Orientierungs-  
gespräche (MOE); Feedbackgespräche innerhalb der Probezeit nach 1 Woche,  
3 Monaten und am Ende

---

Durchführung von regelmäßigen Jours fixes in allen Bereichen des Unternehmens;  
Etablierung einer Führungskräfte-Sprechstunde

---

### Erfüllungsgrad

---

Ziel erreicht,  
➤ siehe Kap. 4,  
S. 58-59

---

Wir sind auf dem Weg,  
➤ siehe Kap. 1, S. 20 ff

---

Wir sind auf dem Weg,  
➤ siehe Kap. 4, S. 54

---

Ziel erreicht,  
➤ siehe Kap. 1, S. 23

---



Ökologische Ziele

**Soziale Ziele**

Ökonomische Ziele

**Ziele für 2019/2020**

Halten der Krankenquote auf 4 %

**Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft**

Gesundheitsprogramm mit Bonussystem (o); in 2019 wird die Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ das gesamte Jahr über Angeboten; Angebot Apfelbar und Arbeitsplatzmassage (o); Weiterführung und Förderung des Projekts JobRad (o); E-Ladestationen für E-Bikes (o)

**Zuständig**

Personal & Organisation

**Termin**

Ende 2019

Stärken der Stakeholder-Beziehungen

Einführung eines Stakeholder-Beirats (o)

Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement

Anfang 2020

Zertifizierung als attraktiver Arbeitgeber nach „Great Place To Work“ sowie Reduktion der Mitarbeiterfluktuation auf < 7 %

Angepasste Gesprächsvorlage für Mitarbeiterentwicklungs- und Orientierungsgespräche (MOE) (s); Feedbackgespräche innerhalb der Probezeit nach 1 Woche, 3 Monaten und am Ende (s)

Personal & Organisation, Verwaltung

Anfang 2020

Verbesserung des kollegialen Miteinanders

Angebot zur Vernetzung der Mitarbeiter untereinander durch Veranstaltungen wie bspw. After-Work-Party, Betriebsausflug (o)

Geschäftsleitung, Führungskräfte

dauerhaft

Förderung von Vielfalt und integrativem Miteinander

Kooperationsprojekt „Streuobstwiese“ mit der Neumarkter Lammsbräu, der Lebenshilfe e.V. und dem LPV Neumarkt (o)

Geschäftsleitung, Nachhaltigkeitsmanagement

Ende 2019

## 7.3 Ökonomische Ziele

### Ziele 2018–2020

Erhöhung der Eigenkapitalquote und Einhaltung der Verschuldungsobergrenze

Erreichen eines Umsatzes von rund 26,0 Mio. € und eines Gesamtausstoßes von 223.500 hl

Überarbeitung des Risikomanagementsystems

Planung weiterer Investitionen zum Ausbau der Brauerei

### Umsetzung durch

Erhöhung des operativen Cash-Flow, Schuldentilgung im Rahmen der Vereinbarungen

Durchführung von Verkaufsförderungsmaßnahmen am POS, Markteinführung unserer Neuprodukte, Auftritte auf Messen, Überarbeitung der Neumarkter Lammsbräu Bierkommunikation mit der Kampagne „Bio-Bier Freunde“, Kundennewsletter und Genussmagazin

Aktualisierung und Überarbeitung

Ausbau von Logistikzentrum, Mälzerei und Füllerei

### Erfüllungsgrad

Ziel in 2018 erreicht

Ziel in 2018 erreicht,  
 ↗ siehe Kap. 1, S. 11, 16  
 ↗ siehe Kap. 2, S. 34

Ziel erreicht,  
 ↗ siehe Kap. 1, S. 17

Wir sind auf dem Weg,  
 ↗ siehe Vorwort, S. 7

### Ziele für 2019–2021

Erhöhung der Eigenfinanzierungskraft und Einhaltung der Verschuldensobergrenze

Erreichen eines Umsatzes von rund 27,4 Mio € und eines Gesamtausstoßes von 242.699 hl

Aktualisierung des Risikomanagementsystems sowie Überarbeitung des Krisenmanagementsystems

Planung weiterer Investitionen zum Ausbau der Brauerei

### Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft

Erhöhung des operativen Cash-Flow (o), Schuldentilgung im Rahmen der Vereinbarungen (o)

Marken-Relaunch now (o); Fan-Aktion „Misch Dein Ding“ (o); Deutschlandweite Promotion-Tour now (o); Messe-Auftritte (o); Verkaufsförderungsaktionen (Zweitplatzierungen, Platzierungshilfen) (o); Podcast für Endkunden-Kommunikation (o); Ausbau Instagram-Kommunikation (o,s); Neukonzept Verkostung am PoS (o, s)

Aktualisierung und Überarbeitung (s, o)

Folgende Bereiche sollen ausgebaut werden: Logistikzentrum, Füllerei, Mälzerei (s, o)

### Zuständig

Geschäftsleitung

Geschäftsleitung, Verkauf & Kundenbetreuung, Marke & Kommunikation

Nachhaltigkeitsmanagement, Prozessverantwortliche

Geschäftsleitung, Logistik, Produktion

### Termin

Ende 2019

Ende 2019

dauerhaft

Ende 2021



ZIELE &  
MASSNAHMEN

PRODUKTION

LIEFERKETTE

MITARBEITER &  
FÜHRUNG

VERANTWORTUNG

PRODUKTE

UNTERNEHMEN



***Anhang***



## 1.

## Verwendete Abkürzungen und Begriffe

### Audit

Untersuchungsverfahren des Qualitäts- und Umweltmanagements. Die Prozesse werden hinsichtlich Anforderungen und Richtlinien der geforderten Standards überprüft.

### AöL

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller

### Biodiversität

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

### BRegO

#### (Bio-regionale Genossenschaft Oberpfalz) eG

Die BRegO wurde von Bio-Landwirten und Bio-Verarbeitern gegründet. Synergien zwischen Erzeugern, Verarbeitern und Vermarktungsgesellschaften sollen ausgebaut, regionale Wertschöpfungsketten geschaffen und damit eine transparente Lebensmittelproduktion gefördert werden. Die innovativen Projekte reichen von der Aufbereitung und Verarbeitung regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse bis hin zur Bewusstseinsbildung und Vernetzung. Es sollen nachhaltige Strukturen geschaffen werden, von denen Landwirte, Verarbeiter und Bürger gleichermaßen einen Nutzen haben mit dem großen Ziel einer ökologisch, ökonomisch und sozial tragfähigen Nutzung der Landschaft.

### Brauchwasser

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

### CSR

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

### CCF/CO<sub>2</sub>-Unternehmensfußabdruck

Corporate Carbon Footprint (= CO<sub>2</sub>-Unternehmensfußabdruck), d. h. die Erfassung der Treibhausgasemissionen des gesamten Unternehmens sowie der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette.

### CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>e)

Neben dem wichtigsten von Menschen verursachten Treibhausgas Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) 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 in CO<sub>2</sub>-Emissionen umgerechnet und zusammen mit den tatsächlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen als CO<sub>2</sub>-Äquivalente angegeben. CO<sub>2</sub>-Äquivalente werden mit der Abkürzung „CO<sub>2</sub>e“ bezeichnet (e steht für engl. „equivalents“).

### CO<sub>2</sub>-Fußabdruck-Berechnung

#### (→ siehe Kapitel 6.3.5)

Berechnung der THG Emissionen – Hinweis zu Tab. 6.8: Hier sind die Emissionen der industriellen Betriebs- und Hilfsstoffe und die Emissionen der Großhändler, die die Getränkeprodukte abholen, noch nicht berücksichtig.

Gleiches gilt für Emissionen, die durch die Mobilität der Mitarbeiter (z. B. Weg zur Arbeit, Geschäftsreisen) oder im Bereich der Abfallverwertung und -entsorgung entstehen. Diese Positionen würden im Rahmen einer umfassenden Scope 3-Betrachtung den Emissionsanteil der vor- und nachgelagerten Prozessschritte nochmals deutlich erhöhen, wie es beispielsweise für die Erhebung in 2012 durchgeführt wurde (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2013). Zur Berechnung der unterschiedlichen Emissionsbereiche wird ein mit der Universität Augsburg für die Brauerei entwickeltes Berechnungstool verwendet, in dem aktuellste GEMIS & TREMOD Daten sowie weitere wissenschaftlich und weltweit anerkannte Datenbanken wie z. B. PROBAS (Prozessorientierte Basisdaten für Umweltmanagementsysteme) des Umweltbundesamtes sowie Ecoinvent der Eidgenössischen Materialprüfungs- und Forschungsanstalt (EMPA) verwendet werden. Es wurden in Anlehnung an die Ökobilanzdatenbanken GEMIS 4.95 und Ecoinvent 3.3 für den jeweiligen Prozess alle entstehenden klimarelevanten Gase, wie z. B. Methan oder Lachgas, berücksichtigt und deren individuelles Treibhausgaspotential (engl. Global Warming Potential) an das mengenmäßig bedeutendste Treibhausgas Kohlenstoffdioxid (CO<sub>2</sub>) in Form von Treibhausgas-Äquivalenten angepasst (=Vereinheitlichung der Klimawirksamkeit verschiedener Treibhausgase mit unterschiedlichen Klimaauswirkungen in Bezug auf das CO<sub>2</sub>).

### CO<sub>2</sub>e-Kompensation

Klimawirksame Treibhausgase, die entweder nicht weiter vermieden oder reduziert werden können oder deren Vermeidung oder Reduktion wirtschaftlich unvertretbar sind, werden mit dem Instrument der Kompensation durch CO<sub>2</sub>e-Zertifikate ausgeglichen. Die Kompensation von Treibhausgasen umfasst dabei in der Regel alle klimarelevanten Emissionskategorien und diese werden in Form von CO<sub>2</sub>-Äquivalenten dar-

gestellt oder beschrieben. Um die unterschiedlichen Treibhausgase vergleichen zu können, wird jedes Treibhausgas hinsichtlich seiner Wirkung auf Kohlendioxid umgerechnet und in Form von CO<sub>2</sub>e dargestellt. Die Neumarkter Lammsbräu hat sich entschieden, die in ihrem direkten Einflussbereich befindlichen CO<sub>2</sub>e-Emissionen (Scope 1 und 2), für die sie im Wesentlichen die volle Verantwortung trägt, sukzessive zu vermeiden, zu reduzieren sowie die verbleibenden Emissionen in einem letzten Schritt durch CO<sub>2</sub>-Kompensationszertifikate zu neutralisieren.

**CoC (Code of Conduct)**

Verhaltenskodex, mit dem alle wichtigen Lieferanten dazu verpflichtet werden sollen, die ethischen Werte der Brauerei in der jeweiligen Produktionsstufe einzuhalten.

**Darren**

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

**DIN ISO 9001/14001**

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

**DNR**

Deutscher Naturschutzring

**EFQM-Selbstbewertung**

Selbstbewertungsprozess im Sinne einer fundierten Unternehmensanalyse zur kontinuierlichen Weiterentwicklung einer Organisation.

**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-Normen – Euro I-6/Euro I-VI**

Abkürzung für die Abgasgrenzwerte für Kraftfahrzeuge in der EU. Die Vorschriften des EG-Umweltrates beziehen sich üblicherweise auf spezielle Abgasprüfverfahren.

**EZÖB**

Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe

**GEMIS**

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

**Generation Y**

Bezeichnet die Bevölkerungsschicht, die zwischen 1980 und 2000 geboren ist. Sie gilt als technikaffin, hat meist einen Hochschulabschluss und strebt einen Job an, der Sinn macht und ausreichend Zeit für Familie und Freizeit lässt.

**Greenhouse Gas Protocol**

Bilanzierungsrichtlinie für unternehmerische Treibhausgase.

**GRI**

Global Reporting Initiative: allgemein anerkannter Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die GRI Leitlinien stellen die Leitplanken dar, anhand derer sich jedes Unternehmen orientieren kann bei seiner Berichterstattung.

**Grundstoffe**

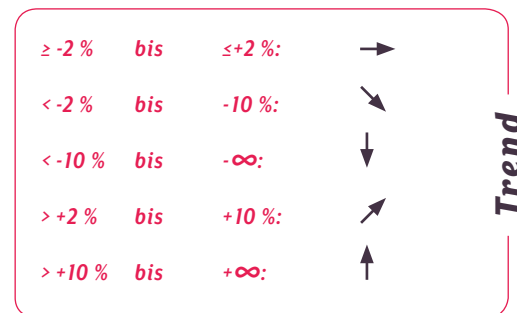
Darunter fallen Vorprodukte in der Verarbeitungskette.

**Hauptrohstoffe**

Damit sind die Rohstoffe insbesondere bei den Limonaden gemeint, bei denen der weiterverarbeitete Anteil, den die Neumarkter Lammsbräu bezieht, mengenmäßig mehr als 1 % ausmacht.

**Input-Output-Bilanz**

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 (2013 bis 2018) ausgeglichen. Die Output-Seite der Bilanz sowie die daraus abgeleiteten Kennzahlen basieren auf Ausstoß- und Produktionsdaten am Standort der Brauerei und spiegeln somit tatsächliche Verbrauchswerte wider. 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:



Da zur Berechnung sechs Jahre herangezogen werden, ist es durchaus möglich, dass trotz einer aktuellen Steigerung von beispielsweise 2017 nach 2018 der Trend neutral bleibt oder sogar abfällt.

**Kältemittelleckagen**

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

**Kieselgur**

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

**Klimaneutralität/CO<sub>2</sub>e-Neutralität**

Klimaneutral bedeutet, dass klimawirksame Treibhausgase (umgerechnet in CO<sub>2</sub>-Äquivalente), die beispielsweise durch ein Unternehmen emittiert werden, durch die Vermeidung in gleicher Höhe kompensiert bzw. ausgeglichen werden. An welchem Ort die Kompensation bzw. der Ausgleich stattfindet, ist dabei irrelevant. „Klimaneutral“ durch Kompensation heißt also, Emissionen von Treibhausgasen an Ort A können durch Einsparungen von CO<sub>2</sub>e an Ort B neutralisiert bzw. kompensiert werden. Es werden Klimaschutzprojekte in anderen Ländern unterstützt und der eigene CO<sub>2</sub>e-Ausstoß kann dadurch kompensiert werden. Bezogen auf ein Unternehmen werden dabei alle klimawirksamen Treibhausgase ermittelt und in CO<sub>2</sub>e umgerechnet. Dies kann sich auf das gesamte Unternehmen oder auf Teilbereiche beziehen. Aktuell nicht inkludiert in der Berechnung unserer CO<sub>2</sub>e-Neutralität sind die von unserer Seite aus nur bedingt steuerbaren Emissionen aus dem betriebsexternen Scope 3 Bereich. Diese Emissionen fallen vornehmlich bei der Herstellung und dem Transport diverser Vorprodukte in Form von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen durch externe Lieferanten und Speditionen oder bei der Entsorgung von Gewerbeabfällen und Abwasser an. Stellvertretend hierfür können die Bereitstellung von Produktionsmitteln wie z. B. Reini-

gungs- und Desinfektionsstoffe, Kühlmittel, Gebinde und Verpackungen oder die Verwertung von Bruchglas oder Biertreber etc. genannt werden. Ebenfalls nicht in der Klimaneutralität enthalten ist die Getränkedistribution durch Speditionen, lediglich der Vertriebsanteil des brauereiiinternen Fuhrparks ist fester Bestandteil unseres Neutralitätsstatus. Die Neumarkter Lammsbräu kann Klimaneutralität für Scope 1 und 2 vorweisen.

**Kulturlandpläne**

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.

**Kuppelprodukte**

Bei Vermälzung und dem Brauprozess anfallende Nebenprodukte (Getreideabputz, Keimlinge, Treber, Sauergut, Altheife).

**Lammsbräu-Cockpit**

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

**Lieferkette**

Die gesamte Wertschöpfungskette von der Herkunft der Rohstoffe über das Feld bis zur Endverarbeitung.

**Limonadenroh- und -grundstoffe**

Limonadenrohstoffe (Zitronen, Orangen, Mandarinen, etc.) werden entlang der Wertschöpfungskette zu Limonadengrundstoffen weiter verarbeitet. Die Grund-

stoffe setzt die Neumarkter Lammsbräu zur Herstellung ihrer Bio-Limonaden ein.

**Mikrogasturbine**

Sie dient u. a. der industriellen dezentralen Energieversorgung.

**Nachhaltige Beschaffung**

Beim Einkauf die Einhaltung von sozialen und ökologischen Anforderungen / Standards über die gesamte Lieferkette einer Organisation. Umsetzung mittels 'eines Verhaltenskodex (s. CoC) sowie der Überwachung von Lieferanten. Es umfasst die Planung, Umsetzung und Überwachung der notwendigen Instrumente und Abläufe zur Durchsetzung von Nachhaltigkeitsstandards bei Lieferanten.

**Öko-Bilanz**

Die Ökobilanz ist ein etabliertes und normiertes Verfahren, um umweltrelevante Vorgänge bei der Herstellung von Gütern und Dienstleistungen systematisch zu erfassen und zu bewerten. Bei der Erstellung von Ökobilanzen werden soweit wie möglich alle relevanten potenziellen Schadwirkungen auf die Umweltmedien Boden, Luft, Wasser berücksichtigt. In den vergangenen Jahren wurden nach dem Vorbild der ganzheitlichen Erstellung von Ökobilanzen so genannte Fachbilanzen wie z. B. der Carbon Footprint oder Water Footprint entwickelt, welche die Analyse und Bewertung einzelner Umweltwirkungskategorien wie die Treibhausgasemissionen oder den Wasserverbrauch zum Ziel haben. Um die ökologischen Auswirkungen der Getränkeherstellung zu reduzieren, hat die Neumarkter Lammsbräu für das Jahr 2012 durch den Corporate Carbon Footprint nicht nur die ökologisch relevanten Produktionsprozesse am Betriebsstandort, sondern auch in Zusammenarbeit mit den Zuliefer-, Abnehmer- und Entsorgungsbetrieben die vor- und nachgelagerten

Produktionsprozesse erhoben und bilanziert. Dadurch konnten erstmalig die Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Prozesskette der Getränkeherstellung abgebildet werden.

### **PDCA-Zyklus**

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

### **PoS**

Point of Sale, Verkaufsort

### **PSA**

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

### **Rebio**

Regionale Bioland-Erzeugergemeinschaft, bestehend aus 160 Landwirten im Südwesten Baden-Württembergs.

### **Renaturierungsmaßnahmen**

Wiederherstellung von natürlichen Lebensräumen, die durch die menschliche Nutzung beeinträchtigt wurden.

### **Rezyklate**

Produkte eines Recyclingprozesses.

### **RISE**

Response-Inducing Sustainability Evaluation, eine Computer-basierte Methode zur Bewertung sozialer, ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit von Landwirtschaftsbetrieben.

### **Scope**

Für die Bilanzierung eines „Corporate Carbon Footprints“ nach den international standardisierten Regeln des „Greenhouse Gas Protocols“ ist es erforderlich,

eine genaue Systemgrenze der zu analysierenden Unternehmensprozesse zu definieren. Diese Systemgrenzen werden als sog. „Scopes“ bezeichnet und werden wie folgt unterteilt: In Scope 1 werden die produktionsbezogenen THG-Emissionen erfasst, die direkt im Unternehmen anfallen. In Scope 2 werden alle indirekten THG-Emissionen, die für die Energiebereitstellung anfallen, aufgeführt. Scope 3 beinhaltet alle übrigen THG-Emissionen, die mit der Unternehmertätigkeit in Zusammenhang stehen und sowohl vor als auch nachgelagerte Bereiche des Unternehmens betreffen, wie z. B. Transportemissionen im Zuge der Anlieferung von benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen.

### **SDGs**

Sustainable Development Goals, 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, die auf der Rio-Konferenz 2012 von den UN-Mitgliedsstaaten beschlossen wurden und seit 2016 in Kraft getreten sind mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030). Die SDGs wurden in Anlehnung an die Millenniums-Entwicklungsziele (MDGs) entworfen und gelten im Unterschied zu diesen für alle Staaten und nicht primär für Entwicklungsländer. Eine Übersicht aller SDGs befindet sich in Kap. 3.

### **THG-Emissionen (Treibhausgasemissionen)**

Treibhausgasemissionen, d.h. Ausstoß von Treibhausgasen, die in der Atmosphäre selektiv die Wärmestrahlung absorbieren, die von der Erdoberfläche in den Weltraum abgestrahlt wird. Das Wichtigste von Menschen verursachte Treibhausgas ist Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>). Neben CO<sub>2</sub> tragen weitere Treibhausgase wie Methan (CH<sub>4</sub>), Lachgas (N<sub>2</sub>O), Fluorkohlenwasserstoffe (FCKW) oder Schwefelhexafluorid (SF<sub>6</sub>) in unterschiedlichem Maß zum Treibhauseffekt bei und sind durch die Einheit CO<sub>2</sub>e erfasst.

### **Treber**

Bezeichnet ausgelagte Pressrückstände des Malzes bei der Bierherstellung.

### **TREMOD**

Transport Emission Model: Experten-Modell zur Berechnung von Luftschadstoffen und Klimagasemissionen aus dem motorisierten Verkehr in Deutschland.

### **Tunnelpasteur**

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

### **Umweltzeichen „Blauer Engel“**

Meint das Umweltzeichen der Bundesregierung zum Schutz von Mensch und Umwelt. Es ist anspruchsvoll, unabhängig und gilt als Kompass für umweltfreundliche Produkte.

### **UNEP**

United Nations Environment Programme = Umweltprogramm der Vereinten Nationen

### **Vorlieferant/direkte Vorstufe**

Meint den Lieferanten, der in der Lieferkette vor dem Lieferanten steht, von dem Waren direkt bezogen werden. Im Fall der Neumarkter Lammsbräu umfasst dies bspw. den Zitronen-Lieferanten aus Italien, der die Früchte zur Weiterverarbeitung zu Zitronensaftkonzentrat nach Deutschland liefert.

### **Wertschöpfungskette**

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

2.

## Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen

### Quelle Kraftstoffe Umrechnungsfaktoren (siehe Kap. 6.3.3 – Energie):

[www.bdbe.de/daten/umrechnung-und-formeln](http://www.bdbe.de/daten/umrechnung-und-formeln)  
(Zugriff am 07.02.2019)

[www.unitjuggler.com/energy-umwandeln-von-kWh-nach-MJ.html](http://www.unitjuggler.com/energy-umwandeln-von-kWh-nach-MJ.html) (Zugriff am 07.02.2019)

[www.gas24.de/cms/25-0-preisbildung.html](http://www.gas24.de/cms/25-0-preisbildung.html)  
(Zugriff am 07.02.2019)

### Wasser

Umrechnungsfaktor Wasser: 1 m<sup>3</sup> 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 und Bio-Erfrischungsgetränke). Auf einen hl gemittelt wird in der Summe von sog. Verkaufsgetränken gesprochen. Für die Berechnung von ökologischen Kennwerten eines hl Verkaufsgetränk werden produktspezifische Durchschnittswerte herangezogen. Denn für die Herstellung von Biergetränken und alkoholfreien Getränken kommen unterschiedliche Energie- und Rohstoffarten/-mengen zum Einsatz. So wird die verkaufte Menge an

Bier im jeweiligen Bezugsjahr aufgrund des aufwändigen und energie- und wasserintensiven Prozesses mit dem Faktor 1 kalkuliert. Die alkoholfreien Getränke, sprich alle Bio-Erfrischungsgetränke und unser Bio-Mineralwasser, benötigen bei der Herstellung deutlich weniger Wasser und Energie. Daher wird auf der Grundlage von Erfahrungswerten in der Braubranche in Relation zum Bier für die alkoholfreien Getränke für die Wasser- und Stromverbräuche der Faktor 0,4 und für den Wärmeverbrauch der Faktor 0,3 für die Hektoliter-Menge an Verkaufsgetränken angesetzt. Auf einen daraus berechneten Durchschnittswert als Basisgröße (hl VG) wird bei allen Kennzahlenberechnungen Bezug genommen.

### Scope 1 (direkte CO<sub>2</sub>e ohne Vorkette)

#### Berechnung der CO<sub>2</sub>-Äquivalente aus Feuerungsanlagen

Erdgas: 2.010 g CO<sub>2</sub>e pro Kubikmeter; Leichtes Heizöl: 2.670 g CO<sub>2</sub>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 CO<sub>2</sub>-Emissionen (Kostenfreier Download-Link: [http://www.izu.bayern.de/download/xls/berechnung\\_co2\\_emissionen.xls](http://www.izu.bayern.de/download/xls/berechnung_co2_emissionen.xls)).

#### Berechnung der CO<sub>2</sub>-Äquivalente aus Fuhrpark

Treibstoff Diesel: 2.490 g CO<sub>2</sub>e pro Liter; Treibstoff Benzin (E5): 2.300 g CO<sub>2</sub>e pro Liter; Treibstoff Pflanzenöl: 0 g CO<sub>2</sub>e pro Liter, Treibstoff AdBlue: 238 g CO<sub>2</sub>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 CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, Auflage 51-52, 2010, S. 37.)

### Scope 2 (indirekte CO<sub>2</sub>e mit Vorkette)

#### Berechnung des Stroms

Faktor Energiemix: 2008: 261 g CO<sub>2</sub>e/kWh, 2009: 383 g CO<sub>2</sub>e/kWh, 2010: 342 g CO<sub>2</sub>e/kWh; Energiemix seit 2011 (Ökostrom): 16 g CO<sub>2</sub>e pro Kilowattstunde. Die Emissionen in Höhe von 16 g CO<sub>2</sub>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, die neben Prozessemissionen auch Emissionen der Vorkette beinhalten.

(Quelle: Natur Energie AG, GEMIS Version 4.81 und Flury, K. et al. (2012): Erkenntnisse aktueller Ökobilanzen zu Strom aus Wasserkraft. In: Technologie Wasserkraft. Bulletin 2/2012. S. 33 - 36.)

### Scope 3 (übrige CO<sub>2</sub>e mit Vorkette)

#### Berechnung der CO<sub>2</sub>-Äquivalente aus ökologischem Landbau

Gerste: 662 kg CO<sub>2</sub>e pro Hektar; Weizen: 538 kg CO<sub>2</sub>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 CO<sub>2</sub>e entstehen, wie beim Anbau der Gerste: 662 kg CO<sub>2</sub>e pro Hektar. Hier gibt es noch keine aktuellen verlässlichen und empirisch belegbaren Daten. Die Gleichsetzung der Emissionsannahme mit der Gerste begründet sich zudem durch die ähnliche

Bodenbewirtschaftung sowie einen ähnlichen Ernteertrag pro ha in Höhe von ca. 3 t.

Hopfen: 918 kg CO<sub>2</sub>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 verarbeiteten Limonadenrohstoffe erfolgt seit 2012 anhand von Emissionskennwerten aus einer Kombination verschiedener Ökobilanzierungsdatenbanken (z. B. Gemis 4.81 - 4.95: ProBas des Umweltbundesamtes, aktualisiert in 2018 und Ecoinvent Version 2.2 - 3.3), wissenschaftlicher Studien (z. B. ausgewiesener Product Carbon Footprint wie etwa für Zuckerrüben) sowie unternehmensinterner Befragungen. Aufgrund der Vielzahl der bezogenen verarbeiteten Limonadenrohstoffe sei an dieser Stelle exemplarisch auf das Beispiel biologischer Apfelsaft und ökologischer Rübenzucker / Bio-Invertzuckersirup verwiesen:

Carbon-Footprint (PCF) für ökologischen Apfelsaft: 225 g CO<sub>2</sub>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 CO<sub>2</sub>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 Bilanzierung der verarbeiteten Limonadenrohstoffe erfolgt seit dem Jahr 2012 analog zu den Braurohstoffen zzgl. Transportkilometern gemäß DIN EN 16258 auf der Basis von Tonnenkilometern. Dies erfolgt auf der Grundlage des verbrauchten Treibstoffs entlang der gefahrenen Transportstrecke in Abhängigkeit vom Transportfahrzeug, vom transportierten Gewicht und der Art des Transportgutes, z. B. 0,02 Liter 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 - 4.95: ProBas des Umweltbundesamtes, aktualisiert in 2018, Gas-HW-klein-DE-2010). Seit 2012 wird fortlaufend zur Berechnung der Luftschadstoffemissionsfaktoren aus den Feuerungsanlagen die aktuelle GEMIS Version (derzeit 4.95) verwendet.

Ab 2012 wird folgende Datenbasis zugrunde gelegt (letzte Aktualisierung in 2018):

(Quelle: Umweltbundesamt (2018): Emissionsberechnungsmodell TREMOD 5.72 für Lkw und Pkw (10/2017) sowie TREMOD 4.3 für Stapler (2017)).

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

Betriebsstoffen zur Brauerei) weitgehend über verschiedene Ökobilanzierungsdatenbanken (z. B. Gemis 4.81 - 4.95: ProBas des Umweltbundesamtes, aktualisiert in 2018 und Ecoinvent Version 2.2 - 3.3), wissenschaftliche Studien (wie etwa ausgewiesene Product Carbon Footprints für entsprechende Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe) sowie unternehmensinterne Befragungen berücksichtigt.

3.

# Tabelle

## Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2013-2018

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit	Entsorgungsart**
<b>Verwertbare Abfälle</b>									
Altetiketten***	150101	21,1			68,1	84,9	111,2	t	Verwertung
Altglas	150107	364,2	117,0	124,7	193,5	218,8	306,1	t	Verwertung
Altkästen	150102	11,0	50,5	14,0	58,8	21,9	12,4	t	Verwertung
Altmetall, Elektro(nik)-Altgeräte/Elektroschrott	160216, 170401, 170405, 170407, 170402, 191202	4,2	14,1	21,6	30,5/ 17,2*	29,4	19,1	t	Verwertung
Altholz	150103	32,3	47,5	18,0	14,3	6,1	5,4	t	Verwertung
Altpapier und Aktenvernichtung	200101	28,6	20,4	22,2	23,2	26,0	20,1	t	Verwertung
Aluminium (Schraubverschlüsse)	150104	1,9	4,2	3,0	7,6	3,8	5,3	t	Verwertung
Bauschutt, Bau- und Abbruchabfälle	170101, 170102, 170103, 170107, 170904, 170302, 170802	24,5	28,0	1.169,8*	16,8	7,8/ 258,1*	7,9	t	Verwertung
Bodenaushubmaterial	170504	0,0	0,0	1.107,8*	992,7*	0,0	0,0	t	Verwertung
Bitumengemische, Asphalt	170302	3,0	0,0	89,3*	36,9*	0,0	0,0	t	Verwertung
Brunnenkies	010408	k.A.	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Kühlschränke/Getränkeautomaten	200136	21 St	1,1	0,7	0,0	0,54	0,0	t	Verwertung
Kunststofffolien/Kunststoff/Gelber Sack	150102	5,3	6,3	6,7	11,1	7,5	8,5	t	Verwertung
Straßenkehricht	200303	3,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Dämmmaterial	170604	k. A.	k. A.	0,0	0,0	0,0/0,6*	0,0	t	Verwertung
Styropor	150102	15	10	7,5	5	12,5	0,0	m³	Verwertung
<b>Abfälle zur Verwertung gesamt</b>		<b>499,6</b>	<b>289,9</b>	<b>2.366,9*/ 210,9</b>	<b>1.046,8*/ 434,8</b>	<b>258,7*/ 418,7</b>	<b>496,0</b>	<b>t</b>	

Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2013-2018

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit	Entsorgungsart
<b>Verwertbare Abfälle</b>									
Kieselgur/Filterhilfsmittel***	020203	65,1	77,7	76,5	93,8	94,3	95,2	t	Kompostierung
davon Mälzereistaub (Entsorgung mit Kieselgur)	020203	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	t	Kompostierung
Bioabfall	200201	k. A.	k. A.	k. A.	0,5	0,6	0,6	t	Kompostierung
<b>Abfälle zur Kompostierung gesamt</b>		<b>65,1</b>	<b>77,7</b>	<b>76,5</b>	<b>94,3</b>	<b>94,9</b>	<b>95,8</b>	<b>t</b>	
<b>Abfälle zur Verwertung</b>									
Altlaug (Spüllauge)	110107	2,0	4,0	0,0	4,4	0,0	1,8	t	Verwertung
Altöl	130205	0,3	0,4	0,6	0,6	0,0	0,6	t	Verwertung
Aufsaug- und Filtermaterialien/Schmierstoffe/Frostschutzmittel	150202, 120112	0,2	0,3	0,14	0,15	0,07	1,07	t	Verwertung
Kältemaschinenöl	130204	1,5	1,0	5,5	0	25	5	kg	Verwertung
Kältemittel	140601	8	8,9	70,5	9	9,3	0,3	kg	Verwertung
Kohlenteerhaltige Bitumengemische	170301	0,0	0,0	0,0	56,1*	0,0	0,0	t	Behandlung
Kohlenteer und teerhaltige Produkte	170303	k. A.	k. A.	2,4*	0,9*	0,0	0,0	t	Verwertung
Asbesthaltige Abfälle	170605	k. A.	k. A.	22,4*	0	0,0	0,0	t	Verwertung
Altholz/Alle Gebäude	170204	k. A.	k. A.	39,1*	0	0,0	0,0	t	Verwertung
Dämmmaterial	170603	k. A.	k. A.	0,4/3,6*	12,8*	0,0/8,3*	0,0	t	Verwertung
Kühlschränke/Getränkeautomaten/Kühlaggregate	160211	0,02	0,1	0,0	1,36	1,02	0,0	t	Verwertung
Labor- und Altchemikalien	070704, 160506	18	0,0	0,0	5,8	0,0	0,0	kg	Verwertung
Leuchtstoffröhren	200121	0,02	0,02	0,01	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Ölfiler/Ölabscheiderinhalte/Pflanzenöl/Motoren und Getriebealtöl/Andere Brennstoffe	160107, 150110, 130501, 130502, 130702, 130703, 080111	0,0	0,1	0,1	0,7/3,4*	2,0	0,5	t	Verwertung
Reinigungsemulsionen	130802	0,2	0,6	1,0	1,3	1,2	1,4	t	Verwertung



Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2013-2018

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit	Entsorgungsart
Andere Lösemittel und Lösemittelgemische	140603	0	0	0	0	0	0,1	t	
Andere organische Lösemittel	070304	0	0	0	0	0	1,0	t	
Wässrige Spülflüssigkeiten	110111	0	0	0	0	0	0,4	t	
<b>Gefährliche Abfälle gesamt</b>		<b>2,8</b>	<b>5,5</b>	<b>67,4*/ 2,3</b>	<b>73,2*/ 8,6</b>	<b>8,3*/ 4,2</b>	<b>6,8</b>	<b>t</b>	
Altetiketten***	200101	18,3	44,0	48,8				t	Thermische Verwertung
Restmüll***	200301	33,3	54,9	64,1	48,2	40,6	44,3	t	Thermische Verwertung
<b>Restmüll gesamt ***</b>	<b>200301</b>	<b>51,6</b>	<b>98,9</b>	<b>112,9</b>	<b>48,2</b>	<b>40,6</b>	<b>44,3</b>	<b>t</b>	Thermische Verwertung
<b>Altreifen gesamt</b>	<b>160103</b>	<b>1,6</b>	<b>0,85</b>	<b>0,54</b>	<b>1,21</b>	<b>0,7</b>	<b>1,34</b>	<b>t</b>	Verwertung
<b>Abfallgesamtmenge</b>		<b>620,6</b>	<b>472,9</b>	<b>2.434,3*/ 403,1</b>	<b>1.120*/ 587,1</b>	<b>267*/ 559,2</b>	<b>644,2</b>	<b>t</b>	

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

\*\* Informationen vom Entsorgungsunternehmen bereitgestellt (letzte Abfrage 2014)

\*\*\* durch die Umstellung der Abfallentsorgung von regelmäßig anfallenden Abfällen in die Hände des regionalen Unternehmens der Firma Edenharder, wurden diese Abfallfraktionen von 2013-2015 neu berechnet. Zu Etiketten / Gewerbeabfall (Restmüll): Hochrechnung der Menge an Etiketten anhand der abgefüllten Flaschen statt genaue Mengenerfassung (vorher), da von Mitte 2013 bis Ende 2015 die Etiketten gemeinsam mit Restmüll gesammelt und thermisch verwertet wurden. Zu Kieselgur: genaue Tonnenangaben durch Abwiegen statt reiner Kalkulation (vorher). Eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren (2012) ist dadurch nicht möglich. Seit dem Jahr 2016 werden die Etiketten wieder separat gesammelt sowie erfasst und einer stofflichen Verwertung zugeführt. Damit sind im Bereich der Altetiketten die wechselnden Positionen und AVV Nummern zu erklären.

k. A.: keine Angabe

**Neumarkter Lammsbräu**

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

[www.lammsbraeu.de](http://www.lammsbraeu.de)  
[www.lammsbraeu-biobier.de](http://www.lammsbraeu-biobier.de)  
[www.biobier.de](http://www.biobier.de)  
[www.nowbiolimo.de](http://www.nowbiolimo.de)  
[www.biokristall.de](http://www.biokristall.de)  
[www.bio-mineralwasser.de](http://www.bio-mineralwasser.de)

**Ansprechpartnerin**

Simone Spangler  
 Nachhaltigkeitsmanagement  
 +49 9181 404 71  
 s.spangler@lammsbraeu.de

**Inhaltliche Bearbeitung**

Anna-Lena Kühn,  
 Simone Spangler

**Textliche Bearbeitung**

Violetta Paprotta

**Konzept & Gestaltung**

IDEENHAUS GmbH,  
 Sabine Perlinger

**Deutscher Nachhaltigkeitskodex:**

2017 wurde die Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex aktualisiert.  
 Siehe:

➔ [www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de](http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de)

© 2019

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



# URKUNDE



**Neumarkter Lammsbräu  
Gebr. Ehrnsperger KG**

**Standort**  
Amberger Straße 1  
92318 Neumarkt i. d. OPf.

Register-Nr.: DE-166-00005

Ersteintragung am  
13. Februar 1996

Diese Urkunde ist gültig bis  
11. Juni 2022

Diese Organisation wendet zur kontinuierlichen Verbesserung der Umwelleistung ein Umweltmanagementsystem nach der EG-Verordnung Nr. 1221/2009 und EN ISO 14001:2015 (Abschnitt 4 bis 10) an, veröffentlicht regelmäßig eine Umwelterklärung, lässt das Umweltmanagementsystem und die Umwelterklärung von einem zugelassenen, unabhängigen Umweltgutachter begutachten, ist eingetragen ins EMAS-Register ([www.emas-register.de](http://www.emas-register.de)) und deshalb berechtigt, das EMAS-Logo zu verwenden.



Regensburg, den 27. Mai 2019

Dr. Jürgen Helmes  
Hauptgeschäftsführer



## Erklärung des Umweltgutachters

zu den  
Begutachtungs- und Validierungstätigkeiten  
nach Anhang VII der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009  
sowie nach Änderungs-VO 2017/1505

Der Unterzeichnende, Dr. Reiner Beer EMAS-Umweltgutachter mit der Registrierungsnummer DE-V-0007, akkreditiert oder zugelassen für den Bereich 11 (NACE-Code Rev. 2), bestätigt, begutachtet zu haben, ob die gesamte Organisation/ wie in der Umwelterklärung der Organisation

**Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG**  
**Amberger Straße 1, 92318 Neumarkt**  
(mit der Reg.-Nr. DE-166-00005)

angegeben, alle Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25.11.2009 und Änderungs-VO 2017/1505 vom 28.08.2017 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS) erfüllt.

Mit der Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass

- die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 und Änderungs-VO 2017/1505 durchgeführt wurden,
- das Ergebnis der Begutachtung und Validierung bestätigt, dass keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften vorliegen,
- die Daten und Angaben der konsolidierten Umwelterklärung der Organisation / des Standortes ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation/ des Standortes innerhalb des in der Umwelterklärung angegebenen Bereichs geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.

Nürnberg, 10. Mai 2019

Dr.-Ing. Reiner Beer  
Umweltgutachter