

PRESSEINFORMATION

Neumarkter Lammsbräu: Umsatz 2022 über Vor-Corona-Niveau

- Bio-Pionier erzielte 2022 in herausforderndem Umfeld einen Umsatz von 31,8 Mio. Euro
- Lammsbräu erreichte 2022 wichtige Wegmarken seiner Sorgfaltsstrategie im Liefernetzwerk

Neumarkt in der Oberpfalz, 30. März 2023 – Der Bio-Pionier Neumarkter Lammsbräu hat seinen Umsatz 2022 in einem herausfordernden Geschäftsumfeld auf einem hohen Niveau stabilisiert: Die Oberpfälzer verzeichneten trotz der Auswirkungen der Corona-Pandemie und der geopolitischen Zeitwende einen Umsatz von 31,8 Mio. Euro, 1,24 Prozent weniger als im Vorjahr (32,2 Mio. Euro), allerdings 10,03 Prozent mehr als im Vor-Corona-Jahr 2019 (28,9 Mio.). Der Absatz von Bio-Bier betrug im Berichtsjahr 98.379 hl (2021: 105.783 hl, 2019: 101.346 hl). Bei den alkoholfreien Bio-Getränken belief sich der Absatz auf 161.907 hl (2021: 164.637 hl, 2019: 156.198 hl). Insgesamt verkaufte Lammsbräu im Jahr 2022 260.286 hl Bio-Getränke (2021: 270.420 hl, 2019: 257.544 hl).

Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer von Neumarkter Lammsbräu: „Wir blicken auf drei außergewöhnliche Jahre zurück, die von gegenläufigen Effekten geprägt waren: Zum einen hat das allgemeine Bewusstsein für eine gesündere und nachhaltigere Ernährung während der Corona-Zeit weiter zugenommen und den Bio-Markt zunächst befördert. Auf der anderen Seite sind die Nachwirkungen der Lockdown-Einschränkungen in der Gastronomie und die sich seit Beginn des Ukrainekriegs 2022 entfaltende Inflation im Konsumverhalten der Menschen deutlich sichtbar. Für uns bedeuten diese Entwicklungen zweierlei: Als Bio-Pionier sehen wir unser jahrzehntelanges Engagement für mehr Nachhaltigkeit und echten Genuss grundsätzlich auch am Markt bestätigt und werden es konsequent fortsetzen. Das ist unser Kern. Auf der anderen Seite motiviert uns das aktuelle Sparverhalten in großen Teilen der Bevölkerung, die eigenen Vermarktungsaktivitäten sowie die Kostenstruktur daran anzupassen und wichtige Reformvorhaben jetzt umzusetzen. Dazu gehört beispielsweise, den Handel mit attraktiven Zweitplatzierungs- und Informationsangeboten breit zu unterstützen, damit die Besonderheiten der Lammsbräu-Produktreihe auch am POS noch besser zur

Geltung kommen. Außerdem werden auch Maßnahmen wie Kooperationen mit anderen Herstellern und die Steigerung der Ressourceneffizienz entlang des gesamten Produktionsprozesses dazu beitragen, diese Phase der Kaufzurückhaltung gestärkt zu überwinden.“

Sorgfaltsstrategie: Zentrale Meilensteine im Liefernetzwerk erreicht

Prägend für Lammsbräus jahrzehntelanges soziales und ökologisches Engagement ist die Übernahme von Verantwortung „vom Acker bis ins Glas“. Die Oberpfälzer gestalten dabei nicht nur das eigene Unternehmen, sondern auch ihr gesamtes Liefernetzwerk so nachhaltig, fair und nachvollziehbar wie möglich. Mit seiner Sorgfaltsstrategie geht Lammsbräu weit über die Anforderungen hinaus, die der Gesetzgeber an Unternehmen stellt.¹ Der Bio-Pionier hat den klaren Anspruch, die Herkunft aller wesentlichen Bio-Rohstoffe und alle Akteure in seinem Liefernetzwerk zu kennen, für die sozialen und ökologischen Bedingungen vor Ort mit Sorge zu tragen und diese ggf. zu verbessern. Und das, obwohl er aufgrund seiner Größe eigentlich nicht einmal zur Überprüfung seines Liefernetzwerks verpflichtet wäre.²

Ein Aspekt, der Lammsbräus fairen Umgang mit den Lieferanten exemplarisch und ganz konkret fassbar macht, ist deren Bezahlung. Diese erfolgte schon seit langem auf der Grundlage langjähriger Verträge, die beispielsweise den zuliefernden Bio-Landwirten ein wirtschaftlich gutes Auskommen und die Weitergabe intakter Höfe an die Folgegeneration ermöglichen. Dabei orientiert sich die Preissetzung nicht am Weltmarkt, sondern am tatsächlichen Bedarf der Landwirte, der gemeinsam ermittelt wird. Ein wichtiger Meilenstein dafür ist ein laufendes Pilotprojekt mit der Regionalwert Leistungen GmbH, dessen Ergebnisse in künftige Rahmenverträge einfließen.³ In diesem Projekt hat Lammsbräu 2022 erstmals den konkreten Mehrwert quantifiziert, den ein durchschnittlicher Bio-Landwirtschaftsbetrieb der regionalen Lammsbräu-Erzeugergemeinschaft EZÖB pro Jahr für Umwelt

¹ Der Gesetzgeber fordert im so genannten Lieferkettengesetz von den Unternehmen eine eingeschränkte Transparenz bis zur Stufe des direkten Zulieferers. Das Gesetz gilt seit 2023 verbindlich für große Unternehmen mit mindestens 3.000 Beschäftigten in Deutschland, ab 2024 dann für Unternehmen mit mindestens 1.000 Beschäftigten in Deutschland. Ziel ist, den Schutz der Umwelt-, Menschen- und Kinderrechte entlang der globalen Lieferketten zu verbessern und Verantwortung für Produktionsverfahren und Arbeitsbedingungen bei den Zulieferern zu übernehmen.

² Einzelheiten dazu hat Neumarkter Lammsbräu in seiner „[Grundsatzerklärung zur Verantwortung in unseren Rohstoff-Liefernetzwerken](#)“ veröffentlicht.

³ Siehe hierzu <https://www.lammsbraeu.de/blog/regionalwert>

und Gemeinwohl durch sein nachhaltiges Wirtschaften zusätzlich zu seiner Lebensmittelerzeugung erbringt. Zur finanziellen Bewertung der Nachhaltigkeitsleistungen der Bio-Landwirte kam ein Online-Tool von Regionalwert Leistungen zum Einsatz, das auf ca. 300 Kennzahlen basiert. Die Bio-Landwirte wurden unter anderem nach der Form der Düngung oder der Herkunft von Futtermitteln befragt. Die Ergebnisse sind eindeutig: Rund 53.200 Euro pro Hof und hochgerechnet rund 9,6 Millionen Euro erwirtschaften die rund 180 EZÖB-Bauern jährlich an Mehrwert für Umwelt und Gemeinwohl.

Eine weitere wichtige Wegmarke von Lammsbräus Sorgfaltsstrategie, die 2022 erreicht wurde, ist die Naturland Fair Zertifizierung erster Sorten der now Bio-Limonaden. Das erstmals an Limonaden vergebene Siegel bestätigt Lammsbräu auch abseits der Heimatregion und der Produktlinie der Bio-Biere verlässliche Handelsbeziehungen innerhalb des Liefernetzwerks, faire Preise für Erzeuger sowie Verarbeitungs- und Handelspartner, gemeinschaftliche Qualitätssicherung unter Einbezug aller involvierten Akteure, fairen Umgang mit Mitarbeitern, gesellschaftliches Engagement und transparente Kommunikation an alle Stakeholder anhand anerkannter Standards wie etwa GRI (Global Reporting Initiative) oder DNK (Deutscher Nachhaltigkeitskodex). Grundlage für den Erhalt des Siegels ist eine eigene Abteilung im Unternehmen, die alle Akteure im Netzwerk identifiziert, mit ihnen den Austausch sucht und sich Einblicke in Betriebe und Arbeitsweisen verschafft. So erkennt Lammsbräu rechtzeitig Risiken in Anbauregionen oder auf Handelswegen, unterstützt die Partner und leitet schon im Vorfeld potenzieller Fehlentwicklungen Gegenmaßnahmen ein.

Ein Factsheet mit allen Basisinformationen über die Neumarkter Lammsbräu liegt diesem Text bei. Weitere Informationen zu Neumarkter Lammsbräu finden Sie im Internet unter www.lammsbraeu.de.

Pressekontakt:

Dr. Daniel Haussmann
Hausmann Strategic Advisory
Pariser Platz 6a
10117 Berlin

Fon: +49-173-3015911

Email: haussmann@hausmann-advisory.de