

#### **UNSER GRUNDGESETZ**

 $Aufgabe \cdot Ziele \cdot Werte$ 









#### **INHALT**

Historische Verpflichtung Langfristziel und Aufgabe

I. Ziele

II. Mitarbeiter

III. Werte



### HISTORISCHE VERPFLICHTUNG

Die Bitburger Braugruppe vereint unter ihrem Dach die Marken<sup>1)</sup> Bitburger, König Pilsener, Köstritzer, Licher und Benediktiner – letztere in Zusammenarbeit mit dem Kloster Ettal.

Die Anfänge der zur Braugruppe gehörenden Brauereien reichen bis in das 16. Jahrhundert zurück.

Wir wollen die Bitburger Braugruppe so umsichtig weiterentwickeln, dass sie als unabhängiges Familienunternehmen eine marktführende Rolle einnimmt und auch für die nachfolgenden Inhabergenerationen ein starkes Fundament ihres unternehmerischen Wirkens<sup>2)</sup> bildet.



### LANGFRISTZIEL UND AUFGABE

LANGFRISTZIEL: WO WOLLEN WIR HIN? - VISION

Die Bitburger Braugruppe strebt danach, den Kunden das beste Bier im jeweiligen Segment zu bieten – in Qualität, einzigartigem Geschmack<sup>3)</sup> und im gesamten Auftritt.

Mit klarem Fokus auf das Wesentliche werden wir Markt-<sup>4)</sup> und Qualitätsführer im deutschen Markt.

In der Perspektive wollen wir dies in unserem Segment der deutschen Biere<sup>5)</sup> auch in neuen relevanten Märkten erreichen.

#### AUFGABE - MISSION

Wir liefern unseren Kunden<sup>6)</sup> weltweit die besten Biere in Qualität,<sup>7)</sup> Geschmack<sup>3)</sup> und Auftritt.

Wir sind leistungsfokussiert und schnell, dabei als unternehmerisch geführtes Familienunternehmen aber wertschätzend und langfristig orientiert.

#### I. ZIELE

QUALITÄT – FÜR KUNDEN-UND KONSUMENTENZUFRIEDENHEIT

Unsere Produkte und Dienstleistungen sind konsequent an den Bedürfnissen der Konsumenten ausgerichtet und bieten eine überlegene Qualität zum fairen Preis.<sup>8)</sup>



# WERT-WACHSTUM UND MARKTFÜHRENDE STELLUNG

In Deutschland wollen wir unsere marktführende Stellung<sup>9)</sup> nachhaltig ausbauen und in ausgewählten internationalen Märkten eine marktführende Stellung in unserem Segment erreichen.

Wichtige Indikatoren für den Erfolg sind Markenimage, Kundennutzen, Umsatz, Markenertrag und Marktanteil. Generell gilt die Maxime "Wert vor Menge".

### 3 STETS RESSER WERDEN

Sich stets zu verbessern ist eine wesentliche Grundlage unseres Geschäfts. Dies gilt für die Entwicklung neuer Produkte<sup>10)</sup> genauso wie für unsere Produktivität und wichtige Prozesse und Methoden.

Wir streben nach bestmöglicher Produktivität in allen Bereichen, ohne Kompromisse<sup>11)</sup> bei der Qualität unserer Produkte und Prozesse zu machen.







### II. HERVORRAGENDE MITARBEITER UND ATTRAKTIVITÄT ALS ARBEITGEBER

Die Qualität und Leistungsbereitschaft hervorragender Mitarbeiter, die sich gegenseitig kollegial unterstützen und verantwortungsvoll und professionell führen, bilden das Fundament unseres unternehmerischen Erfolgs.

Die Gewinnung, die langfristige Bindung und die Weiterentwicklung<sup>12)</sup> bester Mitarbeiter sind von hoher Bedeutung für unser Unternehmen.

#### III. WERTE

### KUNDEN- UND KONSUMENTENORIENTIERUNG – EINFACH UND EFFIZIENT

Qualität ist für uns entscheidend bei der konsequenten Orientierung am Nutzen für unsere internen und externen Kunden.

Wir sind dabei engagiert in der Sache und verbindlich im Umgang – jeder Mitarbeiter repräsentiert stets das ganze Unternehmen und unsere Marken.

Unsere Produkte, die den höchsten Anforderungen der Lebensmittelsicherheit entsprechen, und unsere Dienstleistungen sollen Kunden und Geschäftspartner begeistern und so zu langfristigen, vertrauensvollen Beziehungen führen.

Dabei gestalten wir unsere Strukturen schlank und unsere Prozesse effizient. Wir vermeiden Komplexität und suchen einfache Lösungen.



## 2 UNTERNEHMERISCHES DENKEN UND HANDELN

Wir suchen und nutzen Chancen und zeichnen uns durch unternehmerische Führung und flexibles Handeln aus. Dabei gehen wir verantwortungsvoll und weitblickend mit unseren finanziellen Mitteln um und haben eine hohe Kostensensibilität.

Dies spiegelt sich in überlegten, faktenbasierten Entscheidungen und pragmatischer, zeitnaher Umsetzung wider. Die Diskussion um den richtigen Weg wird dabei offen und fair geführt. Die Umsetzung von Entscheidungen erfolgt jederzeit loyal und mit vollem Einsatz.

Führungskräfte haben Vorbildfunktion und nehmen ihre Verantwortung innerhalb ihres Gestaltungsspielraums wahr.





### VERLÄSSLICHKEIT, RECHTSCHAFFENHEIT UND WAHRHAFTIGKEIT

Was wir sagen, das meinen wir auch so. Was wir versprechen, halten wir.

Wir lernen voneinander und handeln füreinander.

Wir behandeln einander und unsere Geschäftspartner so, wie wir selbst behandelt werden wollen. Die Einhaltung gesetzlicher Rahmenbedingungen ist für uns dabei selbstverständlich.

Ein verantwortungsvoller Umgang mit dem Thema Alkohol in allen gesellschaftlich relevanten Bereichen ist für uns ein fester Bestandteil einer verbindlichen Selbstverpflichtung.

# GEGENSEITIGER RESPEKT, OFFENHEIT UND VERANTWORTUNGSVOLLE FÜHRUNG

Wir fördern und fordern eine offene, vertrauensvolle Unternehmenskultur, die auf direkter und fairer Kommunikation, Respekt für die Besonderheit des Einzelnen, einer leistungsstarken Vielfalt und einem positiven, lösungsorientierten Denken basiert. Unsere Führungskräfte leisten hierzu durch ihr gesamtes Auftreten in ihrer Vorbildfunktion einen entscheidenden Beitrag.





# MUT, FEHLERKULTUR UND INNOVATIONEN

Um unsere Ziele zu erreichen, gehen wir bewusst, aber dennoch bedacht unternehmerische Risiken<sup>13)</sup> ein.

Dabei dürfen Fehler gemacht, aber nicht wiederholt werden. Sie sollten als Potenzial für kontinuierliche Verbesserungen gelten.

Sinnvolle Innovationen sind ein wichtiger Treiber unseres wirtschaftlichen Erfolgs.







### 6 ERGEBNISORIENTIERUNG

Wir sind lösungs- und umsetzungsorientiert und messen uns an Ergebnissen. Besondere Leistungen und Ergebnisse honorieren wir. 14)





# REGIONALE VERANKERUNG

Wir verstehen uns als wichtiger Arbeitgeber in den Regionen unserer Standorte und nehmen die damit verbundene gesellschaftliche Verantwortung bewusst wahr.

Alle Mitarbeiter handeln dieser Verantwortung entsprechend. 15)



### 8 INTERNATIONALE AUSRICHTUNG

Wir wollen dafür sorgen, dass auch Menschen anderer Länder und Kulturen unsere einzigartigen Biere genießen können. Dabei respektieren wir fremde Kulturen und gehen auf die Bedürfnisse der lokalen Konsumenten ein.

Im fairen Umgang mit unseren Partnern erschließen wir schrittweise neue und bestehende Märkte und bauen dadurch langfristig den wirtschaftlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg und -ergebnis aus. Damit erzielen wir dauerhaft profitables Wachstum.





### RESSOURCENSCHUTZ UND NACHHALTIGKEIT

Der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen erfordert ein ökologisch orientiertes unternehmerisches Handeln. Damit wollen wir dem Ziel der Nachhaltigkeit durch eine Balance von Ökologie, Ökonomie und sozialer Verantwortung möglichst nahekommen.

So wollen wir unsere wertvollen Ressourcen auch für die kommenden Generationen schützen und bewahren.

# 10. DEM GANZEN VERPFLICHTET

Wir werden nur gemeinsam – in Überwindung von Einzelinteressen, Bereichsegoismen und Hierarchiedenken – erfolgreich sein.

Daher stehen wir zu unseren Zielen und Werten und handeln so, dass wir dadurch den Interessen des ganzen Unternehmens und unserer Marken dienen und die Bitburger Braugruppe gemeinsam in eine erfolgreiche Zukunft führen.



#### **APPENDIX**

- Bei den aufgeführten Marken handelt es sich um Fokusmarken der Bitburger Braugruppe. Unter dem Markendach sind weitere Marken enthalten.
- Nachhaltiges Handeln und Denken sind hierbei ein wichtiger Bestandteil jetziger und künftiger Strategien.
- Bester, einzigartiger Geschmack bedeutet hier zum Beispiel, dass Bitburger oder ein anderes Pils der Braugruppe den Goldstandard hinsichtlich des Geschmacks in der Kategorie Pils setzt oder Köstritzer in der Kategorie Schwarzbier. Die Einzigartigkeit des historisch gelernten Pilsgeschmacks soll dabei bewahrt und dennoch kontinuierlich und unmerklich

- so weiterentwickelt werden, dass der Geschmack in seiner Einzigartigkeit von einer relevanten Mehrheit aller Konsumenten hochwertigen Pilses stets als der "ideale" Pilsgeschmack erlebt wird.
- 4) Marktführer heißt hier: die Nummer eins im deutschen Markt nach Umsatz mit angemessen hoher Profitabilität.
- 5) Das Segment der deutschen Biere wird im jeweiligen Auslandsmarkt entsprechend der Konsumentenerwartung definiert.
- Unter Kunden verstehen wir sowohl Handelspartner als auch Konsumenten.
- 7) Qualität messen wir dadurch, wie unsere Produkte von unseren Kunden wahrgenommen werden. Dies umfasst



- auch Dienst- und Serviceleistungen sowie größtmögliche Lebensmittelsicherheit im Rahmen unserer Zertifizierung nach FSSC 22000.
- 8) Fairer Preis bedeutet ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aus Konsumentensicht.
- 9) Marktführend heißt grundsätzlich eine marktgestaltende Position zu haben, was in der Regel bedeutet, eine Top-3-Position der Marke im jeweiligen Segment einzunehmen.
- 10) Neue Produkte werden sowohl nach ihrem Volumen- als auch nach ihrem Ertragspotenzial gemessen.
- 11) Dies gilt stets unter der Maßgabe eines möglichst schlanken und effizienten Prozesses.
- 12) Hiermit sind neben Aufstiegsmöglichkeiten auch gemeint:

- Aufgabenerweiterung in der bestehenden Position, Mitwirkung in und Leitung von Projekten, die Übernahme zusätzlicher Aufgaben sowie Kompetenzerweiterung durch Fortbildung.
- 13) Unter bedachtem Risiko verstehen wir, dass der zu erwartende Ertrag in einem angemessenen Verhältnis zu möglichen negativen Auswirkungen steht. Qualitäts- und Sicherheitsrisiken gehen wir prinzipiell nicht ein, deshalb sind diese hier explizit ausgenommen.
- 14) Wo immer gesetzlich möglich, setzen wir leistungsorientierte Honorierungssysteme ein. Wo dies nicht möglich ist, würdigen wir besondere Leistungen und Ergebnisse auf andere Art und Weise.
- 15) Diesbezügliches Mitarbeiter-Engagement begrüßen und unterstützen wir. Ein adäquates Verhalten jedes einzelnen Mitarbeiters in der Öffentlichkeit setzen wir voraus.

#### **NACHWORT**

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

uns ist bewusst, dass wir einen hohen Anspruch an unsere Unternehmenskultur stellen. Daher sind wir alle, über Führungsebenen und Abteilungsgrenzen hinweg, aufgefordert, unser Grundgesetz mit Leben zu erfüllen: bei der täglichen Arbeit, im Umgang miteinander und mit unseren Kunden, Partnern und Verbrauchern. Denn unser Grundgesetz gibt uns Orientierung und Selbstbewusstsein und ist damit die Basis unserer Zusammenarbeit.

Daher bitten wir Sie: Unterstützen Sie sich gegenseitig und kommen Sie gerne auf uns zu, wenn Sie unsere Hilfe benötigen. Denn nur gemeinsam werden wir erfolgreich sein.

Ihre Geschäftsführung

Bitburg, im Januar 2021

Bitburger Braugruppe GmbH Römermauer 3, 54634 Bitburg, www.bitburger-braugruppe.de

