

BITBURGER BRAUGRUPPE
STARKE MARKEN



Bericht zur Nachhaltigkeit 2013



GEMEINSAM MEHR VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN!

Unser Weg zu einer nachhaltigeren Unternehmensführung

INHALTSVERZEICHNIS

Über diesen Bericht	3
Vorwort	4
Im Mittelpunkt steht immer der Verbraucher	6
Ein Verbund von Traditionsbrauereien	8



STRATEGIE & MANAGEMENT	10–17
Wir packen es an!	



KLIMA & RESSOURCEN	18–31
So nachhaltig kann ein Bier sein	



ARBEIT & ZUKUNFT	32–43
Nehmen wir die Herausforderung an!	



PRODUKT & VERANTWORTUNG	44–49
Freie Fahrt mit Alkoholfrei	



ENGAGEMENT & REGION	50–57
Auf gute Nachbarschaft	

Ausblick und Dialog	58
Impressum	59

Über diesen Bericht

Seit fast 200 Jahren prägt die Verantwortung für Mensch und Umwelt das Handeln des Familienunternehmens Bitburger Braugruppe. Die Bewältigung der weltweiten sozialen und ökologischen Herausforderungen bedingt einen gesellschaftlichen Wertewandel, der auch wachsende Anforderungen an Unternehmen stellt. Sie müssen ihre Schnittstellen zu Umwelt und Gesellschaft systematisch managen, positive und negative Entwicklungen offenlegen und Dialogbereitschaft bei der Problemlösung zeigen.

Um diesen Anforderungen zu entsprechen, durchläuft die Bitburger Braugruppe derzeit einen tiefgreifenden Veränderungsprozess. Das Unternehmen wird künftig Ziele und Aktivitäten genauso wie Erfolge und Misserfolge im Bereich der unternehmerischen Nachhaltigkeit umfassend und transparent kommunizieren. Dies geschieht im Rahmen der laufenden Unternehmenskommunikation und in Form zweijährlicher Berichte.

Im Jahr 2011 hat die Bitburger Braugruppe begonnen, das Thema Nachhaltigkeit strategisch und mit modernen Managementmethoden auf Unternehmens- und Produktebene anzugehen. Nun gibt der vorliegende Bericht „Gemeinsam mehr Verantwortung übernehmen! Unser Weg zu einer nachhaltigeren Unternehmensführung“ erstmals einen Überblick über den langfristig angelegten Prozess. Der Bericht unterstreicht die Bereitschaft der Bitburger Braugruppe, transparent zu kommunizieren und gleichzeitig einen offenen Dialog zu suchen. Er ist in Inhalten und Aufbau im Wesentlichen an die Empfehlungen der Global Reporting Initiative (GRI) angelehnt, ohne dabei den Anspruch zu haben, diesem Standard zum jetzigen Zeitpunkt umfassend gerecht zu werden. Der vorliegende Bericht wurde von der fjol GmbH in Kooperation mit dem ZNU der Universität Witten/Herdecke auf Relevanz, Vollständigkeit, Akkuratheit, Transparenz und Konsistenz überprüft, wobei die Überprüfung nicht die Richtigkeit der bei der Bitburger Braugruppe GmbH erhobenen Primärdaten umfasste. Es ist geplant, die Berichterstattung kontinuierlich weiter zu formalisieren und auszuweiten. Die Veröffentlichung des nächsten Berichts erfolgt im Jahr 2015.

Inhalte des Berichts

Die hier thematisierten Inhalte werden von den Ergebnissen des mehrstufigen Strategieprozesses bestimmt, den die Braugruppe als ersten Meilenstein in ihrer nachhaltigen Ausrichtung im Juni 2013 abgeschlossen hat. Im Rahmen dieser Strategieentwicklung wurden Stärken und Schwächen des Unternehmens analysiert sowie die Erwartungen interner und externer Anspruchsgruppen an das Unternehmen erhoben. Auf dieser Basis hat die Braugruppe drei zentrale Handlungsfelder für eine nachhaltige Ausrichtung identifiziert: „Klima & Ressourcen“, „Arbeit & Zukunft“ sowie „Produkt & Verantwortung“. Der Bericht erfasst entlang dieser Handlungsfelder ausführlich die bereits bestehenden Nachhaltigkeitsaktivitäten und formuliert Ziele für die kommenden Jahre. Darüber hinaus wird das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens vorgestellt.

Daten und Fakten

Im August 2013 erhielt die Bitburger Braugruppe vom TÜV Rheinland die Verbundzertifizierung für die erfolgreiche Einführung des ZNU-Standards „Nachhaltiger Wirtschaften^{Food}“. Dieser wurde vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke entwickelt. Er dient der Einführung eines integrierten Nachhaltigkeitsmanagements in Herstellerunternehmen der Ernährungswirtschaft.

Ein Großteil der in diesem Bericht aufgeführten Daten und Fakten wurde im Rahmen des Zertifizierungsprozesses vom TÜV Rheinland überprüft und wird von der Bitburger Braugruppe ab sofort als Steuerungsgröße für das Nachhaltigkeitsmanagement eingesetzt. Sofern nicht anders beschrieben, beziehen sich alle Angaben auf die Bitburger Braugruppe. Zu dieser gehören die Bitburger Brauerei, die König-Brauerei, die Köstritzer Schwarzbierbrauerei, die Licher Privatbrauerei und die Wernesgrüner Brauerei.

Berichtszeitraum

Das Zahlenwerk des Berichts bezieht sich schwerpunktmäßig auf das Kalenderjahr 2012 (1. Januar 2012 bis 31. Dezember 2012). Darüber hinaus wurden auch relevante Informationen und Entwicklungen aus dem Jahr 2013 berücksichtigt, sofern sie bis zum Redaktionsschluss am 15. August 2013 vorlagen.

Zugunsten der Lesefreundlichkeit wird im gesamten Bericht auf die explizite Nennung der jeweiligen weiblichen Form verzichtet. Gemeint sind jedoch immer sowohl männliche als auch weibliche Personen.

Der Bericht steht auch im Internet unter www.bitburger-braugruppe.de zur Verfügung.

Sehr geehrte Leserinnen, sehr geehrte Leser,

für die Bitburger Braugruppe gehört nachhaltiges Unternehmertum seit Generationen zum Selbstverständnis. Wir sehen es als unsere Verantwortung an, uns für das Gemeinwohl im Umfeld unserer Brauereien einzusetzen. Dieses Engagement ist aber nur dann möglich, wenn wir erfolgreich wirtschaften, um den Fortbestand unseres Unternehmens zu sichern. Kurzum: Nachhaltiges Handeln bedeutet für uns, gleichermaßen ökonomisch, sozial und ökologisch zu agieren.

Deshalb gehen wir achtsam mit den natürlichen Ressourcen um, die wir für Produktion und Vertrieb benötigen. Außerdem möchten wir den Menschen, die bei uns arbeiten und unsere Produkte kaufen, auf Augenhöhe begegnen. Zukunftsorientiertes und solides Wirtschaften bedeutet in unserem Unternehmen aber auch, dass wir uns immer höchster Qualität verpflichten.

Diese Werte und Prinzipien bestimmen das Handeln der Bitburger Braugruppe seit sieben Generationen und haben uns zu dem gemacht, was wir heute sind – ein erfolgreiches, familiengeführtes Unternehmen mit fast 200-jähriger Geschichte.

Anfang 2011 haben wir entschieden, unser nachhaltiges Handeln unter dem Einsatz moderner Managementmethoden auf Unternehmens- und Produktebene systematisch voranzutreiben. Der Veränderungsprozess, den wir in den vergangenen zwei Jahren durchlaufen haben, hat Fragen aufgeworfen und Verbesserungspotenziale aufgezeigt. Vor allem aber hat er das Thema Nachhaltigkeit bei vielen Mitarbeitern und der Geschäftsführung in den Fokus gerückt. Fragen rund um Produktverantwortung oder Wasser- und Energieeffizienz sind noch mehr als bisher zu professionellen und persönlichen Anliegen geworden.

Als Traditionsunternehmen haben wir den Weg zu einem umfassenden strategischen Nachhaltigkeitsmanagement aus einer starken Position heraus beschrritten. Dennoch wissen wir, dass dieser Weg kein Kurzstreckenlauf wird. Wir haben noch längst nicht für jede Herausforderung eine passende Lösung zur Hand. Und wir können auch nicht jede Frage im Alleingang beantworten.

Mit diesem Bericht schaffen wir Transparenz über unsere Motivation, Ziele und Kennzahlen und damit die Grundlage für einen offenen Dialog zur nachhaltigen Ausrichtung der Bitburger Braugruppe.

Wir laden Sie – unsere gesellschaftlichen Interessengruppen, Partner aus Gastronomie und Handel, Wirtschaft und Politik sowie Mitarbeiter und Zulieferer – ein, uns an unseren Aussagen zu messen und uns auf unserem Weg mit Anregungen und Kritik zu begleiten.





Alfred Müller

Geschäftsführer Finanzen und Verwaltung
der Bitburger Braugruppe GmbH

Dr. Werner Wolf

Geschäftsführer Marketing und Vertrieb
der Bitburger Braugruppe GmbH und
Sprecher der Geschäftsführung

Jan Niewodniczanski

Geschäftsführer Technik
der Bitburger Braugruppe GmbH

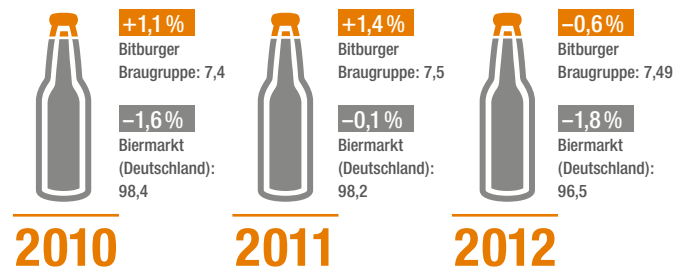


Im Mittelpunkt steht immer der Verbraucher

Die Bitburger Braugruppe hat die Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher immer fest im Blick. Dabei helfen ihr drei Kerneigenschaften: der Mut zu stetigem Wandel, eine ausgeprägte Innovationskraft und die selbst auferlegte Verpflichtung zu höchster Qualität auf allen Ebenen.

1817 als Landbrauerei in der Südeifel gegründet, hat sich das Familienunternehmen Bitburger in den vergangenen fast zwei Jahrhunderten zu einer der führenden Getränkegruppen in Deutschland entwickelt. Seit dem 1. Januar 2007 agiert die ehemalige Bitburger Brauerei Th. Simon GmbH als Bitburger Braugruppe GmbH im deutschen Biermarkt. Die Bitburger Braugruppe ist das führende Unternehmen der Biersparte der Bitburger Unternehmensgruppe. Zu ihr gehören die Traditionsmarken Bitburger, König Pilsener, Köstritzer, Licher und Wernesgrüner sowie Kandi Malz. Darüber hinaus hält das Unternehmen die Vertriebs- und Markenrechte für die Biermarken Königsbacher und Nette sowie Beteiligungen am Getränkefachgroßhandel. Seinen Hauptsitz hat das Unternehmen in Bitburg (Rheinland-Pfalz).

Gesamtausstoß in Mio. Hektolitern



Quelle: Branchenbericht 2012 der Brauwirtschaft, herausgegeben von der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten

Bruttoumsatz Bitburger Braugruppe

in Mio. Euro



Zur Biersparte gehören fünf Standorte: die Bitburger Brauerei* in Bitburg/Rheinland-Pfalz, die König-Brauerei in Duisburg/Nordrhein-Westfalen, die Licher Privatbrauerei in Lich/Hessen, die Köstritzer Schwarzbierbrauerei in Bad Köstritz/Thüringen und die Wernesgrüner Brauerei in Wernesgrün/Sachsen. Das Angebot reicht vom klassischen Pils über Export, Schwarzbier

* gemeint ist der Produktionsstandort der Bitburger Braugruppe GmbH

und Weizen bis hin zu Biermischgetränken. Hinzu kommt ein wachsendes Portfolio alkoholfreier Biervarianten und Erfrischungsgetränke. 2012 verbuchte das Unternehmen einen Gesamtausstoß von 7,49 Millionen Hektolitern und erwirtschaftete einen Bruttoumsatzerlös von 774 Millionen Euro. Zudem war die Marke Bitburger – mit einem Absatz von über vier Millionen Hektolitern das Flaggschiff des Unternehmens – 2012 erneut das meistgezapfte Bier an deutschen Theken.

Deutschland ist der wichtigste Markt für die Bitburger Braugruppe. Das Auslandsgeschäft gewinnt jedoch an Bedeutung. Das Unternehmen exportiert seine Premium-Produkte derzeit in über 60 Länder auf fünf Kontinenten – mit kontinuierlich wachsendem Erfolg.

Seit Generationen im Familienbesitz

Die unternehmerischen Geschicke der Bitburger Brauerei und später die der Braugruppe wurden stets von Mitgliedern der Gründerfamilie gelenkt. Heute wird die Bitburger Braugruppe in siebter Generation geführt.

Seit 2006 besteht die Geschäftsführung der Braugruppe aus einem Familienmitglied und zwei externen Managern. Jan Niewodniczanski verantwortet das Ressort Technik. Als Nachfahre des Brauereigründers repräsentiert er die Gesellschafterfamilie in der Geschäftsleitung der Bitburger Braugruppe. Alfred Müller ist seit fast 40 Jahren im Unternehmen tätig und leitet das Ressort Finanzen und Verwaltung. Dr. Werner Wolf vertritt die Bitburger Braugruppe als Sprecher der Geschäftsführung und zeichnet für Marketing und Vertrieb verantwortlich.

Langfristige Geschäftsbeziehungen

Die Bitburger Braugruppe legt traditionell großen Wert auf langjährige Partnerschaften entlang der gesamten Wertschöpfungskette, denn diese bilden das Fundament für transparente, vertrauensvolle und kooperative Geschäftsbeziehungen. Verlässliches und integriertes Handeln gehört dabei zu den Grundsätzen des Unternehmens.

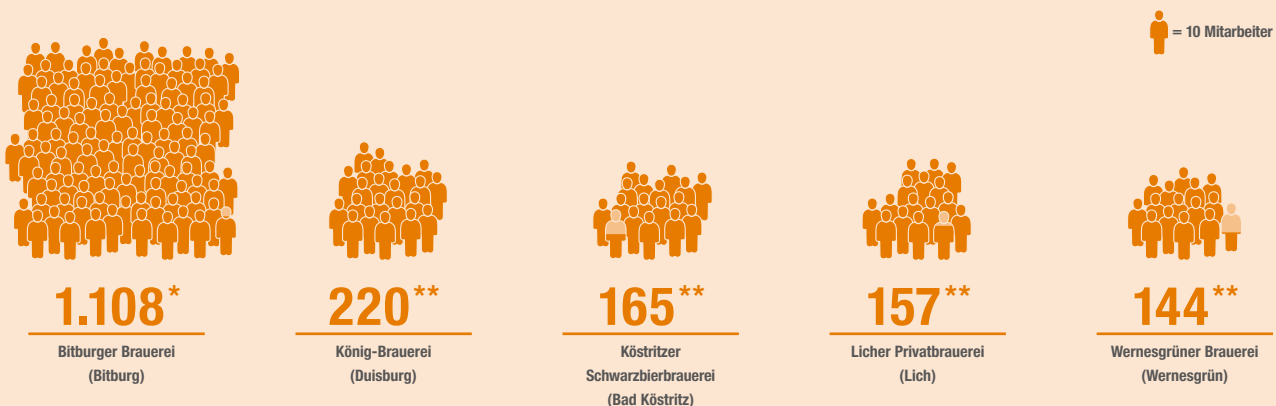
Menschen begeistern!

Die Bitburger Braugruppe möchte Tag für Tag mehr Menschen mit ihren Marken und Produkten begeistern. Dabei arbeitet sie eng mit ihren Partnern aus Gastronomie und Handel zusammen, denen sie ein vielfältiges Beratungs- und Serviceangebot, das speziell auf ihre Bedürfnisse ausgerichtet ist, zur Verfügung stellt. Diese professionellen Rahmenbedingungen sorgen dafür, dass die Menschen eine herausragende Produktqualität und erstklassiger Service erwartet.

Auch bei der Beschaffung der Roh- und Hilfsstoffe sucht die Bitburger Braugruppe gemeinsam mit ihren Partnern nach bestmöglichen Lösungen für eine auf ökonomischen, ökologischen und sozialen Werten beruhende Zusammenarbeit. Von dieser Vorgehensweise profitieren beide Seiten langfristig und können somit besser auf veränderte Rahmenbedingungen im Markt reagieren – die Voraussetzung für eine erfolgreiche, zukunftsorientierte Partnerschaft.

Zahl der Mitarbeiter nach Standorten

(Stand: Juli 2013)



* Mitarbeiter der Bitburger Braugruppe am Standort Bitburg und gemeinsamer Außendienst

** Mitarbeiter der Brauerei und Mitarbeiter der Bitburger Braugruppe am jeweiligen Standort

Ein Verbund von Traditionsbrauereien

Mitarbeiter der fünf Brauereien brauen jeden Tag eine Vielfalt an Bieren, Biermischgetränken und alkoholfreien Getränken. Die Geschichte dieser Unternehmen reicht teilweise bis ins 15. Jahrhundert zurück. Allen gemein ist das Brauen nach dem deutschen Reinheitsgebot und der hohe Qualitätsanspruch an die hergestellten Produkte.

Jede einzelne Brauerei ist seit langem wirtschaftlicher Motor der jeweiligen Region und ein zuverlässiger Arbeitgeber – häufig für mehrere Generationen einer Familie. Diese regionale Verankerung bedeutet Verpflichtung und Verantwortung zugleich.



Die Bitburger Brauerei

Die Anfänge der Bitburger Brauerei reichen bis ins Jahr 1817 zurück. Damals legte Johann Peter Wallenborn mit seiner Hausbrauerei in der Eifelstadt Bitburg den Grundstein für eine der größten Privatbrauereien Deutschlands. 1883 wurde in Bitburg erstmals ein Bier nach Pilsener Art gebraut. Heute beliefert die Brauerei weltweit allein über 50.000 Gaststätten, Restaurants und Hotels mit Bitburger Premium Pils, der Fassbiermarke Nummer eins in Deutschland.

Produktsortiment:

- Bitburger Premium Pils
- Bitburger Radler
- Bitburger Cola
- Bitburger Light
- Bitburger 0,0 % alkoholfreies Pils
- Bitburger 0,0 % Radler Alkoholfrei
- Bitburger 0,0 % Apfel Alkoholfrei
- Bitburger Fassbrause Rhabarber
- Bitburger Fassbrause Zitrone
- Kandi Malz



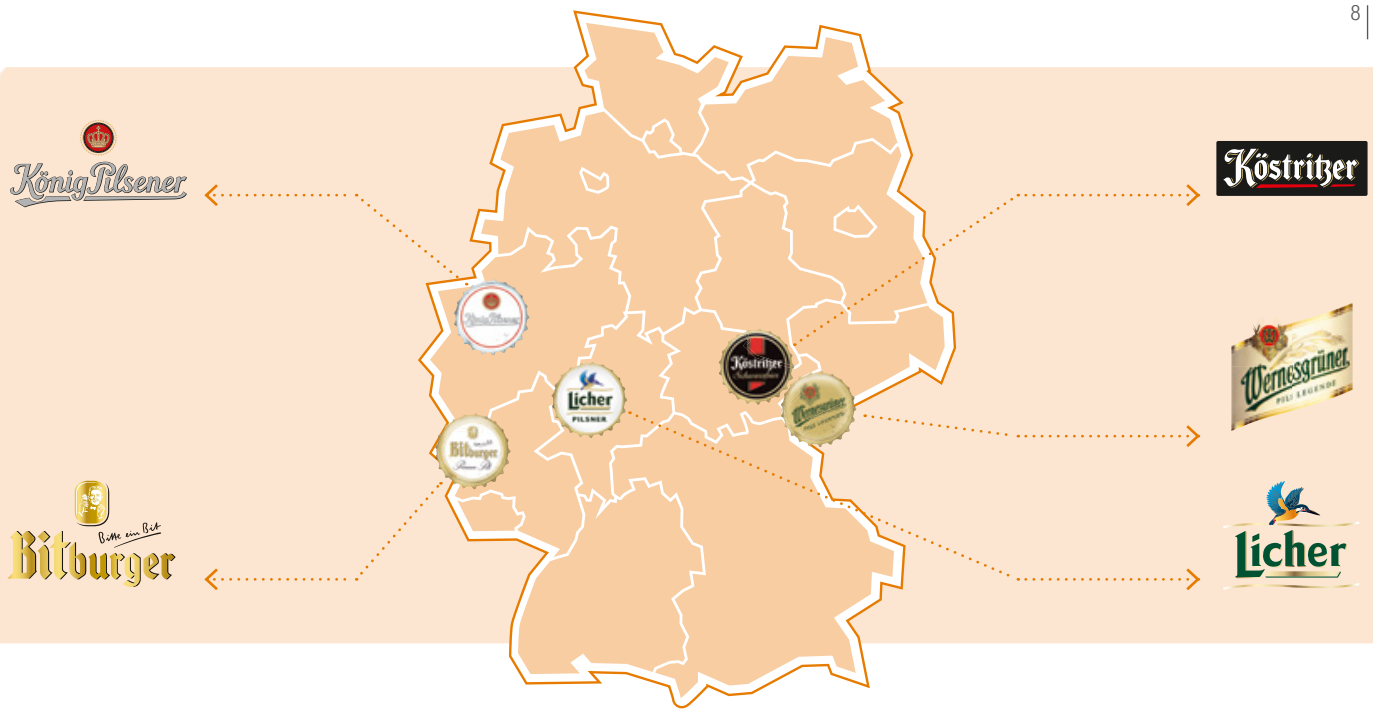
Die König- Brauerei

Die König-Brauerei wurde 1858 in der Landgemeinde Beeck im Ruhrgebiet gegründet. Um die Jahrhundertwende, als man noch auf einfache, obergärige Biere schwor, entschied sich der Gründer Theodor König „gegen den Trend“ für die aufwändige Pilsener Brauart. Im Jahr 1911 wurde das erste König Pilsener gebraut. Heute zählt die Premium-Pilsener-Ikone zu den größten und erfolgreichsten nationalen Biermarken und ist führend in der deutschen Spitzengastronomie.

Produktsortiment:

- König Pilsener
- König Pilsener Alkoholfrei
- König Pilsener Radler





Die Köstritzer Schwarzbierbrauerei

Im Jahr 1543 fand die Köstritzer Schwarzbierbrauerei als „Köstritzer Erbschenke“ erstmals urkundliche Erwähnung. Sie ist eine der wenigen Brauereien, die seit Jahrhunderten dunkles Bier herstellt. Die Bierspezialität aus Thüringen ist Deutschlands meistgekauftes Schwarzbier. Zudem produziert die Brauerei mit dem Köstritzer Edel Pils auch eine regional bekannte und beliebte Biermarke.

Produktsortiment:

- Köstritzer Schwarzbier
- Köstritzer Edel Pils
- Köstritzer Edel Pils Radler
- Köstritzer Spezial Pils
- Köstritzer Kellerbier
- bibop black cola



Die Licher Privatbrauerei

Die Geschichte der Licher Privatbrauerei beginnt im Jahr 1854, als Johann Heinrich Jhring im hessischen Lich eine Brauerei gründet. Vier Jahre später nimmt im nahen Butzbach die Brauerei von Christoph Jakob Melchior den Betrieb auf. Die Nachwirkungen des Ersten Weltkriegs brachten 1922 den Zusammenschluss der beiden Unternehmen und legten den Grundstein für die Licher Privatbrauerei. Seit den 1950er Jahren wird Licher aus dem Herzen der Natur in ganz Hessen vertrieben und ist seit mehr als 20 Jahren die beliebteste Biermarke im Bundesland.

Produktsortiment:

- Licher Premium Pilsner
- Licher Radler
- Licher Export
- Licher Leicht
- Licher Weizen
- Licher Weizen Alkoholfrei
- Licher Isotonisch Alkoholfrei
- Licher Isotonisch Grapefruit Alkoholfrei
- Licher Original 1854 Naturtrüb
- Licher x² Cola
- Licher x² Fresh Lemon



Die Wernesgrüner Brauerei

Die Wernesgrüner Brauerei ist eine der ältesten Brauereien Deutschlands. 1436 erhalten die Brüder Schorer aus dem sächsischen Vogtland das Recht zum Brauen und Schenken. Damit beginnt die Geschichte der Marke Wernesgrüner, die im Osten Deutschlands seit Jahren eine führende Position einnimmt. Heute vereint die Brauerei jahrhundertealte Tradition mit modernster Produktionstechnik – mitten im Grünen.

Produktsortiment:

- Wernesgrüner Pils Legende
- Wernesgrüner Alkoholfrei
- Wernesgrüner Radler





→ STRATEGIE & MANAGEMENT

WIR PACKEN ES AN!

Knapper werdende Ressourcen und steigende Energiekosten machen es für produzierende Unternehmen unabdingbar, noch sparsamer zu wirtschaften. Verbraucher organisieren sich und bewerten Unternehmen und ihre Produkte in punkto Nachhaltigkeit. Handelsunternehmen führen nachhaltige Sortimente ein. Verbände, Interessengruppen und Politiker beobachten aufmerksam, wie Unternehmen sich gegenüber Mitarbeitern, Konsumenten und der Umwelt verhalten. Daher ist es auch der Bitburger Braugruppe wichtig, ihren Beitrag zu einem zukunftsfähigen Wirtschafts- und Sozialsystem zu leisten und dies auch transparent zu machen.





Verantwortungsvoll in die Zukunft

Es gehört zum Selbstverständnis des Familienunternehmens Bitburger Braugruppe, unternehmerischen Erfolg mit Engagement für Gesellschaft und Umwelt zu verbinden. Das Fundament dafür bildet die Unternehmensphilosophie. Sie fixiert Werte, die für das Handeln aller Mitarbeiter Orientierung bieten – im Umgang miteinander, mit Geschäftspartnern und Verbrauchern. Fortlaufende Investitionen in Qualität, Forschung und Nachhaltigkeit sind weitere essenzielle Bestandteile der unternehmerischen Verantwortung.

Diese Haltung war und ist wichtig, um Tag für Tag mehr Menschen mit den Marken und Produkten des Unternehmens zu begeistern und so den Fortbestand der Braugruppe als unabhängiges Familienunternehmen über die nächsten Generationen hinweg zu sichern. Ebenso entscheidend wird es künftig sein, als Unternehmen aktiv und transparent den sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Herausforderungen zu begegnen, mit denen sich die Gesellschaft auseinandersetzen muss.

Der Weg zum strategischen Nachhaltigkeitsmanagement

Anfang 2011 hat die Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe die „Strategiegruppe Nachhaltigkeit“ ins Leben gerufen und sie mit der Entwicklung und Umsetzung einer Nachhaltigkeitsstrategie betraut. Ein paralleler Prozess wurde angestoßen, um ein integriertes Nachhaltigkeitsmanagementsystem zu entwickeln, einzuführen und zu zertifizieren.

Kooperation mit dem ZNU der Universität Witten/Herdecke

Bei der Entwicklung von Strategie und Managementsystem profitiert die Bitburger Braugruppe von ihrer Mitgliedschaft im Partnernetzwerk des ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke. Das ZNU ist eine Kooperation von Wissenschaft und Industrie und unterstützt Unternehmen der Lebensmittelindustrie, das Thema Nachhaltigkeit greifbar und glaubwürdig zu gestalten. Das Unternehmensnetzwerk bietet neben Beratung, Austausch und Workshops auch Fortbildungen zu Nachhaltigkeitsthemen.

Zertifizierung nach dem Standard „Nachhaltiger Wirtschaften^{Food}“

Gemeinsam mit dem TÜV Rheinland hat das ZNU den Standard „Nachhaltiger Wirtschaften^{Food}“ entwickelt. Der Standard versetzt Unternehmen in die Lage, Nachhaltigkeitsaktivitäten zu systematisieren, zu messen und so Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Durch die Festlegung konkreter Nachhaltigkeitsziele werden zudem Transparenz und Vergleichbarkeit gewährleistet. Um eine

Zertifizierung nach dem ZNU-Standard zu erhalten, durchlaufen Unternehmen drei Phasen: Zunächst wird der Status quo im Unternehmen erfasst. In der zweiten Phase wird ein systematisches Nachhaltigkeitsmanagement entwickelt. Im Anschluss erfolgt die Zertifizierung auf Basis eines umfassenden Anforderungskatalogs. Diesen Prozess hat die Bitburger Braugruppe zwischen September 2012 und Juli 2013 erfolgreich durchlaufen.

Seit August 2013 ist die Braugruppe nach den Vorgaben des ZNU-Standards „Nachhaltiger Wirtschaften^{Food}“ im Verbund zertifiziert. Die Standorte Bitburg, Wernesgrün und Lich wurden vom TÜV Rheinland, der die Zertifizierung vornimmt, positiv bewertet. Die nächsten Audits erfolgen in Bad Köstritz und Duisburg. Die Verbundzertifizierung ist ein wichtiger Meilenstein innerhalb des Nachhaltigkeitsprozesses.

Jetzt im Verbund zertifiziert: v. l. n. r. Reinhard Bier und Leadauditor Jörg Klocke (beide TÜV Rheinland) freuen sich, die ZNU-Zertifikate für die Standorte Lich und Wernesgrün an Dr. Ulrich Peters (Geschäftsführer der Licher Privatbrauerei) und Dr. Marc Kusche (Geschäftsführer der Wernesgrüner Brauerei) zu überreichen. Das Verbundzertifikat für die Bitburger Braugruppe nehmen Jan Niewodniczanski (Geschäftsführer Technik der Bitburger Braugruppe), Thomas Lauer (Bereichsleiter Technik/Produktion/Umwelt der Bitburger Braugruppe) sowie Stefan Kauß (Abteilungsleiter Nachhaltigkeit/Sicherheit der Bitburger Braugruppe) entgegen



Teil I „Nachhaltige Unternehmensführung“



Teil II „Nachhaltigkeitsthemen“

UMWELT

- II.1 Klima/Energie
- II.2 Ressourcen
- II.3 Biodiversität/Tierwohl

**WIRTSCHAFT**

- II.4 Nachhaltige Wertschöpfung/
Faire Bezahlung
- II.5 Qualität/Verbraucherschutz
- II.6 Gesellschaftliche Einflussnahme/
Antikorruption

**SOZIALES**

- II.7 Menschenrechte
- II.8 Gesundheit
- II.9 Diversity/Demografie

ZNU-Standard und Zertifizierung umfassen 16 Themenfelder aus den Bereichen nachhaltige Unternehmensführung, Umwelt, Wirtschaft und Soziales

Nachhaltigkeitsmanagement hält Einzug in die Organisation

Darüber hinaus bildet die Bitburger Braugruppe ein Team von Nachhaltigkeitsmanagern aus. In diesem Team sind alle Standorte, Fachabteilungen und Unternehmensbereiche vertreten, die mit Blick auf Nachhaltigkeitsfragen eine hohe Relevanz haben. Die **Nachhaltigkeitsmanager** tagen regelmäßig und bilden den Kern des Nachhaltigkeitsmanagements der Braugruppe. Bislang wurden fünf Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsmanagern ausgebildet. Bis Ende 2015 soll an allen Standorten und in allen für Nachhaltigkeit zentralen Unternehmensbereichen je ein Nachhaltigkeitsmanager beschäftigt sein.

ZIEL BIS ENDE 2015:

An allen Standorten und in allen für den Nachhaltigkeitsprozess zentralen Bereichen ist je ein Nachhaltigkeitsmanager tätig.

Compliance- und Qualitätsmanagement

Das Nachhaltigkeitsmanagement ist eng verzahnt mit den im Unternehmen etablierten Regelwerken und Prozessen, deren Einhaltung insbesondere durch das Compliance- und das Qualitätsmanagement unterstützt wird.

Um eine Compliance-Kultur zu fördern, finden seit Jahren vielfältige Aktivitäten statt. So wurde 2007 ein Verhaltenskodex erstellt und einige Zeit später ein umfassendes Compliance-Managementsystem etabliert. Der Chief Compliance Officer unterstützt die Geschäftsführung bei der Wahrnehmung ihrer insoweit obliegenden Verantwortung. Die Wirksamkeit des Compliance-Managementsystems wird regelmäßig durch die Innenrevision überprüft.

Das gruppenweite Qualitätsmanagement ist nach DIN EN ISO 9001:2010 zertifiziert. Eine Verbundzertifizierung nach DIN EN ISO 50001 (Energiemanagement) wird für 2014 vorbereitet. Außerdem ist eine Zertifizierung nach FSSC 22000 (Lebensmittelsicherheit) für die Brauereien in Bitburg, Duisburg und Bad Köstritz geplant, da diese Standorte den größten Anteil am Export leisten. Interne Audits zum Thema Nachhaltigkeit und Energiemanagement werden in das bestehende Auditsystem des Qualitätsmanagements integriert und in regelmäßigen Abständen durchgeführt. Der Erreichungsgrad der Ziele wird monatlich oder quartalsweise erfasst und in Managementreports kommuniziert.





Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie

Die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie erfolgte in enger Abstimmung mit dem Aufbau des Nachhaltigkeitsmanagementsystems. So konnte bereits auf einer umfassenden Datenbasis zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen und Entwicklungen an den Standorten der Braugruppe aufgebaut werden. Zunächst wurde die systematische Analyse um eine Stakeholderbefragung erweitert. Im Anschluss wurden alle Erkenntnisse in mehreren Führungskräfte-Workshops verdichtet und priorisiert. Im Juni 2013 hat die Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe die Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet.



Der langfristige Nutzen eines strategischen Nachhaltigkeitsmanagements ist enorm. Doch Unternehmen, die wirklich nachhaltiger wirtschaften wollen, müssen alle Organisationsbereiche einbinden und durchleuchten, um dann die richtigen Prioritäten setzen zu können.

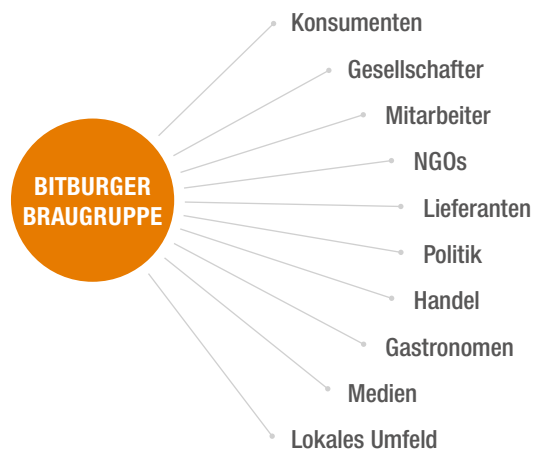
Stefan Kauß, Leiter der Abteilung Nachhaltigkeit/Sicherheit der Bitburger Braugruppe



Erste Befragung der Anspruchsgruppen

Im Rahmen einer ersten, grundlegenden Stakeholderanalyse wurden Mitarbeiter und weitere Anspruchsgruppen aus Handel und Gastronomie, Nichtregierungsorganisationen und Politik nach ihren Einschätzungen und konkreten Erwartungen an eine nachhaltige Ausrichtung der Braugruppe befragt.

Insgesamt wurden 213 Interviews geführt. Der Großteil der Interviews (174) erfolgte online über das Gastronomieportal der Bitburger Braugruppe. Diese Erhebung war von großer Bedeutung, da die Braugruppe indirekt mehrere zehntausend Betriebe mit ihren Produkten beliefert. Gleichzeitig ist die sehr heterogene Gruppe der Gastronomen mit Blick auf Nachhaltigkeitsthemen noch wenig kartografiert. Hier wurde mit hilfreichen Erkenntnissen für die Eingrenzung wesentlicher Problemstellungen und Handlungsfelder gerechnet. Auch die Befragung der Mitarbeiter hatte mit 22 ausführlichen persönlichen Interviews Priorität. Die Partner der Braugruppe im



Nach der Erstbefragung, die im Rahmen der Strategieerstellung durchgeführt wurde, plant die Bitburger Braugruppe für die Jahre 2014 und 2015 eine umfassendere Befragung aller Anspruchsgruppen

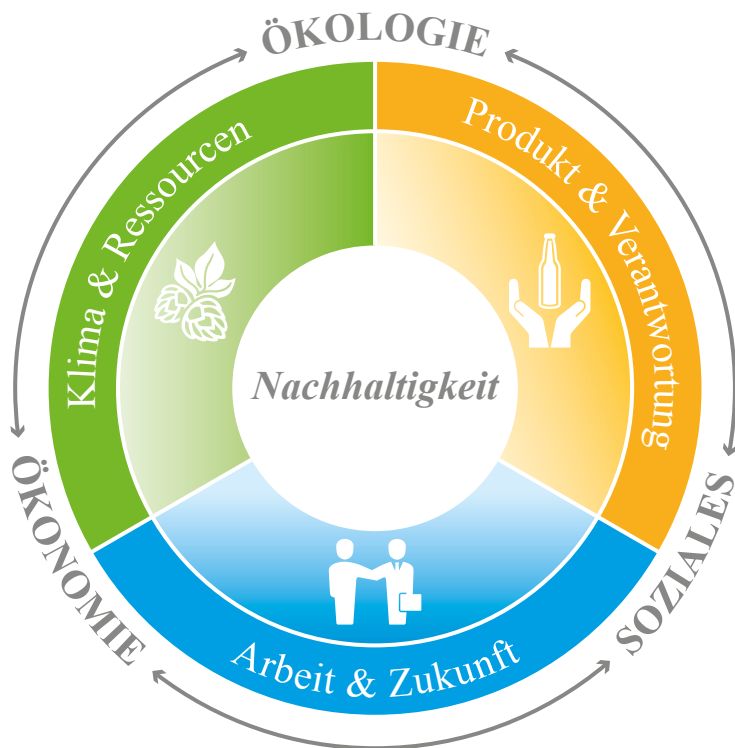


Im Gespräch:
Gebietsverkaufsleiter
Kai Momberger und
Gastronom Ralf Sottorff

Handel geben seit einigen Jahren Nachhaltigkeitsberichte heraus und beziehen Zulieferer wie die Bitburger Braugruppe umfassend ein. Daher wurden fünf Interviews im ersten Schritt als angemessen erachtet. Zwölf weitere Interviews wurden mit Interessengruppen und Politikern geführt, deren Sicht speziell mit Blick auf Nachhaltigkeitsdimensionen in der Braubranche von Bedeutung war.

Jugendschutz, Energieverbrauch, die Verwendung zertifizierter Rohstoffe und ein verantwortungsvoller Konsum wurden dabei als relevanteste Themen identifiziert. Auf dieser Basis wurden anschließend im Rahmen mehrerer Workshops mit der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe drei thematische Schwerpunkte für die Nachhaltigkeitsstrategie herausgearbeitet, in denen aus Sicht von Stakeholdern und Braugruppe besonderer Handlungsbedarf besteht: „Klima & Ressourcen“, „Arbeit & Zukunft“ sowie „Produkt & Verantwortung“.

- 174** Interviews mit Gastronomiepartnern
- 22** Interviews mit Mitarbeitern
- 9** Interviews mit Vertretern aus Politik
- 5** Interviews mit Handelspartnern
- 3** Interviews mit NGOs



Die Nachhaltigkeitsstrategie der Bitburger Braugruppe

Als Familienunternehmen handeln wir traditionell aus einer verantwortungsvollen Haltung heraus für Mensch und Umwelt. Auf dieser Grundlage gestalten wir Lösungen für die wirtschaftlichen, ökologischen und demografischen Herausforderungen der Zukunft.

Wir bündeln unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten in den Handlungsfeldern „Klima & Ressourcen“, „Arbeit & Zukunft“ und „Produkt & Verantwortung“. Dabei steht die langfristige Sicherung des Unternehmenswertes im Fokus.

Unser zertifiziertes Nachhaltigkeitsmanagementsystem bietet die fundierte Basis, um Lösungen für die relevanten Themen zu entwickeln. Angefangen mit der Geschäftsführung haben wir das Thema Nachhaltigkeit im gesamten Unternehmensverbund bereichsübergreifend verankert und setzen unsere Ziele durch unser Nachhaltigkeitsteam koordiniert und konsequent um.

Wir verstehen Nachhaltigkeit als kooperativen Lern- und Innovationsprozess, den wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern und externen Anspruchsgruppen aktiv weiter vorantreiben, um einen wertvollen Beitrag für die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft zu leisten.

Überblick über die zentralen Handlungsfelder der Nachhaltigkeitsstrategie

„Klima & Ressourcen“: Die Bitburger Braugruppe erschließt Verbesserungspotenziale zur Reduktion ihrer Umwelteinwirkungen. Neben der Optimierung von Energie- und Fuhrparkmanagement wird der Einkauf von Rohstoffen, Materialien und Dienstleistungen noch stärker an Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtet. Konkret ist die Erstellung von Klimabilanzen für Brauereien und ausgewählte Produkte geplant. Auf dieser Basis werden in den nächsten Jahren langfristige Klimaschutzziele definiert.

„Arbeit & Zukunft“: Die Bitburger Braugruppe entwickelt sich an den Bedürfnissen der Mitarbeiter weiter, um auch künftig ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, berufliche Entwicklungswege zu ermöglichen und die Vereinbarkeit von Leben und Arbeiten gezielt zu verbessern. Ankerpunkt ist das umfassende personalpolitische Konzept „Herausforderung Zukunft“, das Maßnahmen in verschiedenen Bereichen entwickelt und bündelt, um den Auswirkungen des demografischen Wandels aktiv zu begegnen und die Beschäftigungsfähigkeit, Motivation und Flexibilität der Belegschaft bis ins Alter zu fördern.

„Produkt & Verantwortung“: Die Bitburger Braugruppe fördert den verantwortungsvollen Umgang mit ihren Produkten. Dazu gehören neben der Stärkung von Initiativen im Bereich der Alkoholprävention (z. B. „BOB – Nüchtern ist cool“) auch der aktive Jugendschutz und die verantwortungsvolle Produktvermarktung. Im nächsten Schritt wird der Kodex der Bitburger Braugruppe mit Blick auf das erweiterte Produktportfolio sowie das veränderte Mediennutzungsverhalten weiterentwickelt.

Diese drei strategischen Handlungsfelder werden auf den folgenden Seiten ausführlich behandelt. Das Kapitel „Engagement & Region“ zeigt ergänzend dazu die gesellschaftsorientierten Aktivitäten der Bitburger Braugruppe auf.

Nachhaltigkeitsziele

Nachhaltigkeitsmanagement	<p>Ziel bis Ende 2015</p> <ul style="list-style-type: none"> → An allen Standorten und in allen für den Nachhaltigkeitsprozess zentralen Bereichen ist je ein Nachhaltigkeitsmanager tätig.
Handlungsfeld „Klima & Ressourcen“	<p>Ziele bis Ende 2013</p> <ul style="list-style-type: none"> → Der Wasserverbrauch der Braugruppe liegt bei 3,58 Hektolitern pro Hektoliter Produkt (-1 Prozent im Vergleich zu 2012). → Das Abwasseraufkommen der Bitburger Braugruppe liegt bei 2,05 Hektolitern pro Hektoliter Produkt (-6 Prozent im Vergleich zu 2012). <p>Ziel bis Ende 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> → Produkt- und Standortklimabilanzen bilden den CO₂-Fußabdruck der Bitburger Braugruppe ab. <p>Ziele bis Ende 2015</p> <ul style="list-style-type: none"> → Die Beschaffungskriterien und Lieferantenbewertungen enthalten neue, erweiterte Nachhaltigkeitsaspekte. → Der intensive Dialog mit Erzeugern, Landhandel und Mälzereien wird fortgeführt. Umfangreiches Know-how und Ressourcen werden eingebracht, um den Prozess der Rohstoffsicherung möglichst effizient und effektiv zu gestalten. → Der nachhaltige und ressourcenschonende Anbau von Qualitätserzeugnissen wird gefördert und stellt somit langfristig den Erhalt der Premiumqualität sicher. → Ein „Wasserfußabdruck“ bildet den direkten und indirekten Wasserbedarf der Bitburger Braugruppe ab. → Es sind konkrete Ziele und Maßnahmen zur Senkung des Wasserbedarfs entlang der Wertschöpfungskette benannt. <p>Ziel bis Ende 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> → Im Bereich der 1-t- bis 3-t-Flurförderzeuge sind ausschließlich E-Stapler im Einsatz.
Handlungsfeld „Arbeit & Zukunft“	<p>Ziele bis Ende 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> → Ein Workshop-/Trainingskonzept zur Sensibilisierung der Führungskräfte als „Motoren“ des lebenslangen Lernens ihrer Mitarbeiter ist erarbeitet und mit allen Führungskräften umgesetzt. → Es liegen Handlungsempfehlungen vor, die dazu beitragen, die fortlaufende Qualifizierung aller zu verbessern. → Die ersten Maßnahmen zur Optimierung der beruflichen Weiterbildung werden im Unternehmen umgesetzt. Die Vielfalt der Methoden und die Anzahl der Weiterbildungstage ist erhöht worden. <p>Ziele bis Ende 2015</p> <ul style="list-style-type: none"> → Die bisherige Gefährdungsbeurteilung ist um das Themenfeld „Psychische Belastung“ erweitert worden. → Weitere Maßnahmen für eine alternsgerechte Arbeitsorganisation werden im Unternehmen umgesetzt. Neue Beschäftigungsformen (Block-Teilzeit u. Ä.) kommen verstärkt zum Einsatz.
Handlungsfeld „Produkt & Verantwortung“	<p>Ziele bis Ende 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> → Der Kodex „Besondere Verantwortung als Bierproduzent“ ist geprüft und überarbeitet. → Der Leitfaden „Aktiver Jugendschutz in der Gastronomie“ ist weiterentwickelt. <p>Ziel bis Ende 2015</p> <ul style="list-style-type: none"> → Ein umfassendes Schulungsprogramm für alle Mitarbeiter ist eingeführt, um die Einhaltung des Kodex sicherzustellen. <p>Ziel bis Ende 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> → Für die gesamte Braugruppe ist eine Präventionsinitiative etabliert.
„Engagement & Region“	<p>Ziel bis Ende 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> → Eine Strategie, die das bürgerschaftliche Engagement der Braugruppe systematisch bündelt, liegt vor.



KLIMA & RESSOURCEN



→ KLIMA & RESSOURCEN

SO NACHHALTIG KANN EIN BIER SEIN

Zum Bierbrauen bedarf es natürlicher Rohstoffe und Energie. Dabei können Brauereien heute ihre Einwirkungen auf die Umwelt deutlich reduzieren. Die Bitburger Braugruppe hat entsprechende Stellschrauben identifiziert und mit der Umsetzung eines Maßnahmenkatalogs begonnen. Dazu zählen zum Beispiel die Optimierung des Energiemanagements, die Erstellung von Standort- und Klimabilanzen sowie ein nachhaltiges Fuhrparkmanagement. Der Spruch „Hopfen und Malz – Gott erhalt’s“ bringt auf den Punkt, was das Unternehmen in Sachen Rohstoffqualität umtreibt: die gesicherte Verfügbarkeit von Qualitätshopfen und -gerste. Ebenso spielt die Güte des Brauwassers eine herausragende Rolle. Die Bitburger Braugruppe will den Einkauf von Rohstoffen, Materialien und Dienstleistungen nachhaltig ausrichten und den Dialog mit Lieferanten und Landwirten stärken.



Effizientes Energiemanagement

Die Bierproduktion ist ein energieintensiver Prozess. Für das Kochen der Bierwürze sind entsprechend hohe Temperaturen erforderlich. Hier entsteht der größte Energiebedarf im Brauprozess. Daneben gibt es in jeder Brauerei eine Reihe weiterer Wärme- und Stromverbraucher, zum Beispiel im Bereich der Abfüllung. Die Bitburger Braugruppe* hat ihr Energiemanagement in den vergangenen Jahren voll auf Effizienzsteigerung ausgerichtet. Dabei haben sich die Mitarbeiter vor Ort mit zahlreichen Vorschlägen eingebracht.



Bei der Effizienzsteigerung setzen wir braugruppenweit vor allem auf drei Maßnahmen – die Reduzierung unseres Wärmebedarfs, die Energierückgewinnung und den Einsatz von Technologien der Kraft-Wärme-Kopplung.

Thomas Lauer, Leiter des Bereichs Technik/Produktion/Umwelt der Bitburger Braugruppe

Betrieb von Blockheizkraftwerken

Die Bitburger Braugruppe setzt in allen fünf Brauereien Blockheizkraftwerke (BHKW) ein. Das erste entstand im Jahr 1993 in Lich. 2005 erfolgte die Errichtung eines BHKW in Bitburg, 2010 in Bad Köstritz und 2011 in Wernesgrün. Als letzter Standort hat Duisburg im April 2013 sein erstes BHKW mit einer elektrischen und thermischen Leistung von jeweils einem Megawatt in Betrieb genommen. Ein BHKW ist eine Anlage, die gemäß dem Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung sowohl Strom („Kraft“) als auch Wärme erzeugt. Der Vorteil von BHKW im Gegensatz zu anderen Kraftwerkstypen besteht in den deutlich höheren Wirkungsgraden, die erreicht werden. Diese basieren auf der Weiterverwertung der bei der Stromerzeugung anfallenden Abwärme. Ein weiterer Vorteil ist es, dass der erzeugte Strom ausschließlich innerhalb der Brauereien verbraucht wird, was zu einer Entlastung der Stromnetze beiträgt.



Durch die Eigenenergieerzeugung über unsere Blockheizkraftwerke konnten wir den Primärenergiebezug im Jahr 2012 braugruppenweit um ca. 15 Prozent senken.

Albrecht Pitschel, Geschäftsführer Technik der Köstritzer Schwarzbierbrauerei

Biogasgewinnung durch Brauereiabwasser

In den Brauereien der Bitburger Braugruppe wird – wie in allen anderen Betrieben der Lebensmittelverarbeitenden Industrie – auf höchste Sauberkeit geachtet. Automatische Prozesse reinigen und desinfizieren regelmäßig alle Tanks und Rohrleitungen. Der größte Teil des Abwassers entsteht bei der Reinigung der Flaschen und Fässer. In der Bitburger Braugruppe fielen im vergangenen Jahr 2,19 Hektoliter Abwasser pro Hektoliter produziertem Bier an. Das Abwasser enthält verschiedene Reststoffe aus dem Brauprozess. Daher eignet es sich sehr gut für biologische und energieeffiziente Abwasserbehandlungsverfahren. Im Rahmen ihres Reinigungsprozesses wandelt die Bitburger Braugruppe seit Inbetriebnahme der Abwasserreinigungsanlagen im Jahr 1994 an den Standorten Bitburg und Lich die im Abwasser enthaltenen organischen Stoffe zu Biogas um.

Am Standort Bitburg wird das erzeugte Biogas entweder im örtlichen BHKW oder in den Gaskesseln zur Energieerzeugung weiterverwertet.

2012 erzeugte die Bitburger Braugruppe durch ihren Abwasserreinigungsprozess am Standort Bitburg 640.000 Normkubikmeter (Nm³) Biogas, aus denen circa 1.900.000 kWh Strom und circa 2.300.000 kWh Wärme produziert wurden. Die Abwasserreinigungsanlage in Lich erzeugte im gleichen Zeitraum weitere rund 194.000 Nm³ Biogas, aus denen über das Blockheizkraftwerk rund 417.000 kWh Strom produziert wurden.

* gemeint sind die fünf Brauereien der Bitburger Braugruppe



Reduzierung des Wärmebedarfs

Zwischen 2009 und 2012 hat die Braugruppe ihren Wärmebedarf pro Hektoliter Bier insgesamt um circa 2,9 Prozent gesenkt.

Überblick über die wichtigsten Maßnahmen zur Verminderung des Wärmebedarfs (standortübergreifend):

- Investitionen in technische Anlagen
- Reduktion der Heißwassertemperatur
- Reduzierung der Kochzeit (Würze)
- Installation eines Dampfspeichers
- Optimierung der Kesseleinstellparameter
- Optimierung des Großlüftungsanlagenbetriebs
- Optimierung der Wärmedämmung in den Produktionsgebäuden
- Senkung des Prozesswasserniveaus für die Flaschenabfüllung

Grüner Strom für alle Standorte

Mit Beginn des Jahres 2012 stellte die Bitburger Braugruppe den zugekauften Strom komplett auf zertifizierten Grünstrom um. Bis Ende 2012 konnte dadurch der Ausstoß von Treibhausgasen um circa 36.000 Tonnen reduziert werden. Der Einkauf von CO₂-neutralem Strom leistet somit einen Beitrag zur Energiewende.

Aus dem Angebot an „Grünstrommodellen“ hat sich die Braugruppe für ein Direktvermarktungsmodell entschieden. Das heißt: Der an die Braugruppe gelieferte Strom muss nachweislich zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien gewonnen werden. Die Braugruppe zahlt zudem einen Aufpreis auf den Standardstromtarif, mit dem der Ausbau von Trassen zum Transport und von Anlagen zur Erzeugung von erneuerbaren Energien gefördert wird. Die Umsetzung des Modells und die Anlagen werden anhand der „ok-Power“-Kriterien überprüft.

In Lich sprechen wir von einer energieautarken Kläranlage, da mit dem aus Biogas erzeugten Strom die gesamte Kläranlage betrieben werden kann.

Dr. Ulrich Peters, Geschäftsführer Technik der Licher Privatbrauerei

Eingespartes CO₂ durch den Bezug von Grünstrom

im Vergleich zum konventionellen Strommix 2012 (Bitburger Braugruppe)



36.496
eingespartes CO₂
(in kg)

Eigenproduzierter Strom versus Fremdbezug

Stromverbrauch in MWh (Stand: 2012)



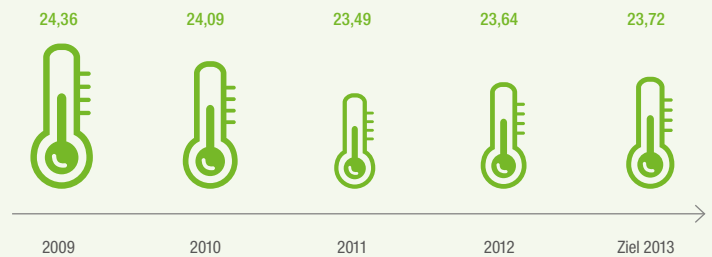
82.155
Gesamt

12.506
eigenproduziert

69.649
Fremdbezug
„ok-Power Label“

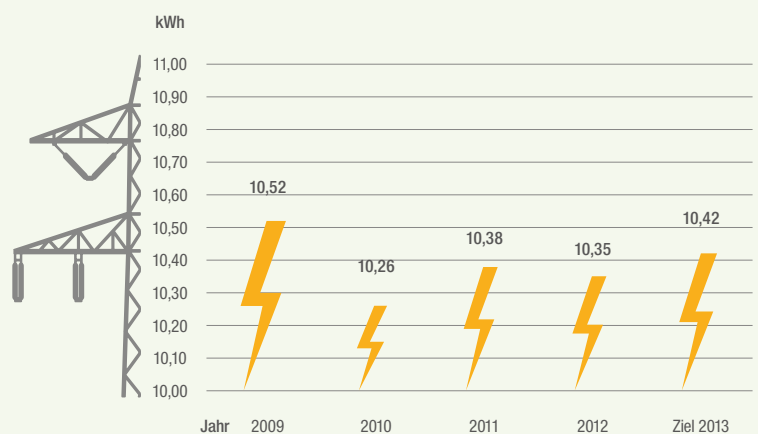
Wärmebedarf Bitburger Braugruppe gesamt *

in kWh/hl Bier



Stromverbrauch Bitburger Braugruppe gesamt *

in kWh/hl Bier



* Bei den Kennzahlen zum Wärme- und Strombedarf liegt die Bitburger Braugruppe im Jahr 2013 mit den angestrebten Zielwerten 2013 über den im Jahr 2012 erreichten Werten. Gründe dafür sind neben einem besonders kalten Winter auch die reduzierten Produktionsmengen. Bei gleichbleibendem Strom- und Wärmebedarf an den Standorten führt dies automatisch zu einer Erhöhung der jeweiligen Werte pro Hektoliter Produkt.



CO₂-Ausstoß mit vielfältigen Maßnahmen senken

Die Bitburger Braugruppe allein wird den Klimawandel und seine Auswirkungen auf das Ökosystem nicht stoppen. Die Gesellschafter und Geschäftsführer haben aber erkannt, dass sie einen Teil zur Lösung der Probleme beitragen können und müssen. Daher wird das Unternehmen in den kommenden Jahren die wichtigsten Hebel identifizieren und nutzen, um das Energiemanagement und die Klimabilanz zu optimieren. Auch über den eigentlichen Produktionsprozess hinaus sehen die Verantwortlichen zahlreiche Möglichkeiten, den CO₂-Ausstoß der Braugruppe zu reduzieren.

Einführung einer Klimabilanz

Bis 2015 wird die Bitburger Braugruppe ihre CO₂-Emissionen auf Produkt- und Unternehmensebene in Form von Klimabilanzen abbilden. Die Produktklimabilanzen sollen Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis hin zum Verbraucher erfassen. Die Unternehmensstandorte werden ebenfalls analysiert und Standortklimabilanzen erstellt. Im Jahr 2012 lagen die CO₂-Verbrauchswerte für die Brennstoffe Kohle, Gas, Heizöl, Strom und Diesel braugruppenweit bei rund 55.000 Tonnen.

Die Erstellung von Klimabilanzen soll anhand des international anerkannten Greenhouse Gas Protocol (GHG-Protocol) sowie der international gültigen Normen ISO 14040 und 14044 erfolgen. Der CO₂-Fußabdruck der Braugruppe und ihrer Produkte soll ab 2015 auch Kunden und Interessierten zur Verfügung gestellt werden.

Flottenmanagement

Aufgrund ihrer Logistikstruktur benötigt die Bitburger Braugruppe keine eigene Lkw-Flotte. Die Dienstwagenflotte des Unternehmens umfasst aktuell rund 380 Fahrzeuge. Seit 2008 wird für die Anschaffung neuer Fahrzeuge die Einhaltung konkreter CO₂-Werte vorgeschrieben. Die bestehenden Regelungen und Durchschnittswerte für die Fahrzeugflotte der Bitburger Braugruppe werden im Rahmen der Entwicklung von Kriterien für die nachhaltige Beschaffung überprüft und künftig an den technologischen Fortschritt angepasst.

Umstellung auf Elektro-Flurförderzeuge

Durch den Einsatz von Elektro-Flurförderzeugen können die CO₂-Emissionen der Bitburger Braugruppe ebenfalls reduziert werden. Die Bitburger Braugruppe stellt bei Ersatzinvestitionen im Bereich der Flurförderzeuge bis zu drei Tonnen standortübergreifend von Diesel auf Elektroantrieb um. Vorab wurden alle Staplertypen bis hin zu den Acht-Tonnen-Geräten in Testreihen mit den Herstellern auf ihre Leistungsfähigkeit geprüft. Aufgrund mangelnder Leistungsstärke sieht die Braugruppe derzeit noch davon ab, Stapler über drei Tonnen durch **E-Stapler** zu ersetzen.

Lagerverwaltungssystem optimiert Intralogistik

Am Standort Bitburg erfüllt ein im Jahr 2012 eingeführtes Lagerverwaltungssystem nicht nur die gesetzlichen Grundlagen der Chargenrückverfolgung nach EU-Verordnung 178/2002, sondern optimiert auch die Staplerwege in der Intralogistik durch einen verbesserten Informationsfluss und reduziert somit die Emissionen in der Logistik.

CO₂-neutraler Postversand

Auch durch den Versand von Briefen und Paketen entstehen klimaschädigende CO₂-Emissionen. 2012 verschickte die Bitburger Braugruppe rund 250.000 Briefsendungen ins In- und Ausland. Seit Juli 2013 sind alle Briefsendungen der Braugruppe mit dem Gütesiegel GoGreen der Deutschen Post AG unterwegs. GoGreen sorgt für einen CO₂-neutralen Postversand. Durch diese Vorgehensweise können im laufenden Jahr rund 2,5 Tonnen Kohlenstoffdioxid eingespart werden. Es ist geplant, den CO₂-neutralen Postversand auch auf die Paketsendungen auszuweiten.

→ ZIEL BIS ENDE 2014:

Produkt- und Standortklimabilanzen bilden den CO₂-Fußabdruck der Bitburger Braugruppe ab.



Bei Gabelstaplern und Lagertechnikgeräten mit einer Nutzlast von bis zu einer Tonne setzen wir bereits ausschließlich Fahrzeuge mit Elektroantrieb ein. Im Bereich der schwereren Stapler bis zu drei Tonnen ist die Umstellung im vollen Gange und wird voraussichtlich bis 2017 abgeschlossen sein. Wir werden den technologischen Fortschritt bei den Flurförderzeugen und der eingesetzten Batterietechnologie am Markt beobachten und bei positiver Entwicklung die Auswahl der E-Geräte entsprechend ausweiten.

Stefan Braß, Leiter des Bereichs Logistik/Supply Chain Management der Bitburger Braugruppe



→ **ZIEL BIS ENDE 2017:**

Im Bereich der 1-t- bis 3-t-Flurförderzeuge sind ausschließlich E-Stapler im Einsatz.

Die Deutsche Post ermittelt und bilanziert im Rahmen von GoGreen die CO₂-Emissionen, die durch Briefe und Pakete der Bitburger Braugruppe entstehen. Alle Emissionen werden mit der Förderung von Klimaschutzprojekten neutralisiert. Das bedeutet: Der CO₂-Ausstoß des Postversands wird durch die Förderung von Umweltprojekten ausgeglichen.

Darüber hinaus nutzt die Bitburger Braugruppe beispielsweise seit Februar 2011 den elektronischen Dokumentenversand, um Rechnungen an ihre Hauptgroßhändler (HG) per E-Mail zu versenden. Damit reduziert das Unternehmen nicht nur den CO₂-Ausstoß, sondern verringert zudem den Papierbedarf in diesem Bereich monatlich um circa 50 Prozent.



Mehrwegsystem

In Deutschland regelt die Verpackungsverordnung den Umgang mit Ein- und Mehrwegverpackungen für die Getränkeindustrie. Aus Umweltaspekten wird ein möglichst hoher Mehrweganteil an Glas- und Kunststoffverpackungen angestrebt, der durch Rücknahme, Reinigung und Wiederbefüllung der Flaschen sichergestellt wird. Gemäß der jüngsten Erhebung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit im Jahr 2009 liegt der Mehrweganteil im Bereich Bier bundesweit durchschnittlich bei 88,5 Prozent.

Die Bitburger Braugruppe erreichte im Jahr 2012 einen Gesamtmehrweganteil von über 94 Prozent. Berücksichtigt man auch den Export, ergibt sich eine Mehrwegquote von rund 90 Prozent. Das ist darauf zurückzuführen, dass im Export aus logistischen und markttechnischen Gründen Einweggebinde stärker nachgefragt werden.

In einigen Regionen Deutschlands wächst seit einiger Zeit die Nachfrage nach kleineren convenienten Gebinden und Einzelflaschen. Dadurch steigt der Durchmischungsgrad beim zurückgegebenen Leergut. Dieser Entwicklung trägt die Braugruppe durch modernste, technikunterstützte Sortierprozesse in den verschiedenen Braustätten Rechnung, so dass der Leergutkreislauf der Mehrweggebinde auch in Zukunft sichergestellt wird.

Die Biere der Bitburger Braugruppe sind zudem im ökologisch vorteilhaften Segment der Fassgebinde vertreten. Hier belegt Bitburger als Deutschlands Fassbiermarke Nummer eins die Spitzenposition. Die Verbraucher fragen nach wie vor Einweg-Gebinde wie die 5-l-Fassdose oder die 0,5-l-Dose nach. Aus diesem Grund wird es auch auf absehbare Zeit einen gewissen Einweganteil in der Bitburger Braugruppe geben.

Mehrwegquoten der Bitburger Braugruppe

gesamt im Jahr 2012



Einsatz von 0,5-l-Individualflaschen

Die Bitburger Braugruppe und ihre Marken nutzen verschiedene Mehrwegflaschenpools, auf die die meisten deutschen Brauereien zugreifen. Das Poolkonzept sieht vor, dass die Brauereien die Flaschen gemeinsam nutzen und regelmäßig in ihre Pflege und Erneuerung investieren. Dieses System ist eine wirtschaftlich und ökologisch hervorragende Lösung – wenn es funktioniert. Der Transport- und Logistikaufwand wird für alle Beteiligten gering gehalten.

Einige Brauereien haben sich in den vergangenen Jahren gegen den vollumfänglichen Einsatz von Poolflaschen entschieden und Teile ihrer Produktsortimente auf sogenannte Individualflaschen umgestellt. So auch die Bitburger Brauerei und die Köstritzer Schwarzbierbrauerei. Seit 2008 beziehungsweise 2011 setzen die Marken Bitburger und Köstritzer im Bereich der Halblitergebinde statt der NRW-Poolflaschen brauereieigene Mehrwegglasflaschen ein. Diese teilweise Abkehr von der Poolflasche sorgt gelegentlich für Kritik aus Branche und Öffentlichkeit.

Für die Bitburger Braugruppe war dieser Schritt aus qualitativen Gründen wichtig: Die Qualität der NRW-Poolflaschen – messbar an den Reibringen – nahm kontinuierlich ab. Eine Kontrollinstanz fehlte. Faktisch haben wenige Brauereien zum Nutzen aller anderen jahrelang in die Pflege des Pools und in die Anschaffung neuer Flaschen investiert. Die Qualität ihrer eigenen 0,5-l-Mehrweggebinde können Bitburger und Köstritzer nun selbst kontrollieren.

Die Individualflaschen sind zudem leichter als die Poolflaschen. Bei Vollguttransporten kann so pro Transport eine Palette mehr befördert werden. Darüber hinaus wurde mit der Einführung der Individualflasche der bilaterale Tausch von Leerflaschen mit den Wettbewerbern deutlich verstärkt. Dadurch können überflüssige Transporte über Dienstleister, die die Flaschensortierung übernehmen, um bis zu 40 Prozent reduziert werden.



Die Kritik am Einsatz von Individualflaschen ist in Teilen nachvollziehbar. Wir haben im Fall der für unsere Marken strategisch bedeutenden 0,5-l-Gebinde eine Entscheidung getroffen, die dem Interesse des Verbrauchers in punkto Qualität entspricht. Darüber hinaus haben wir unseren Marktanteil in diesem Segment stabilisieren und ausbauen können. Auch das ist Teil unserer Verantwortung im Sinne einer ausgewogenen Nachhaltigkeitsstrategie.

Frank Windau, Gruppen-Direktor Marketing und Kommunikation der Bitburger Braugruppe





Bier ist ein Naturprodukt

Das Reinheitsgebot für Bier wurde 1516 von Bayernherzog Wilhelm IV. erlassen und gilt als die erste Lebensmittelverordnung überhaupt. Es besagt, dass für die Bierherstellung ausschließlich Wasser, Gerstenmalz und Hopfen verwendet werden dürfen. Daneben zählt die Hefe zu den essenziellen Grundzutaten. Bier ist somit ein hundertprozentiges Naturprodukt. Dabei gilt: Nur erstklassige Rohstoffe ergeben Spitzenbiere. Genau deshalb sind neben dem Energiemanagement die Sicherung und Weiterentwicklung der Rohstoffqualität und ein verantwortungsbewusster Umgang mit der Ressource Wasser zentrales Anliegen der Nachhaltigkeitsstrategie der Bitburger Braugruppe.

Rohstoffqualität

Das Qualitätsmanagement der Bitburger Braugruppe baut auf eine vertrauensvolle, faire und auf Langfristigkeit ausgerichtete Geschäftsbeziehung zu Rohstofflieferanten und gibt ihnen klare Anforderungen und Spezifikationen zur Rohstoffqualität.

Mit seinem **Qualitätsmanagement** stellt das Unternehmen sicher, dass ausschließlich hochwertige und sichere Rohstoffe bezogen werden. Die Einhaltung der Qualitätsstandards überprüft die Braugruppe beispielsweise beim Hopfen direkt bei den Rohstofflieferanten vor Ort. Eine umfangreiche Wareneingangskontrolle stellt sicher, dass die verarbeiteten Rohstoffe den Qualitätsvorgaben auch wirklich entsprechen.

Hopfen

Hopfen ist eine Kletterpflanze und gehört zur Familie der Hanfgewächse. Zum Bierbrauen werden ausschließlich die Blütendolden der weiblichen Hopfenpflanze verwendet. Denn nur diese enthalten das für den feineren Biergeschmack notwendige Lupulin, das die hopfentypischen Bitterstoffe und ätherischen Öle enthält.

Hopfen wird als Kulturpflanze angebaut. Die Bitburger Braugruppe bezieht ihren Hopfen fast ausschließlich aus der Hallertau (Bayern), dem größten zusammenhängenden Hopfenanbaugebiet weltweit. Zusätzlich verarbeitet die Bitburger Brauerei Hopfen aus dem benachbarten Holsthum im Kreis Bitburg-Prüm (Siegelbezirk Bitburg). In enger Zusammenarbeit mit dem lokalen Hopfen-

bauern Dick wird er exklusiv für die Traditionsbrauerei angebaut. Das milde Klima und die sandig-feuchten Böden der Region bieten ideale Wachstumsbedingungen. Diverse Auszeichnungen belegen die außergewöhnliche Güte des „Bitburger Siegelhopfens“, der für seine Qualität bereits zahlreiche Silber- und Goldmedaillen vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz erhielt.

Der Einkauf des Hopfens findet nicht wie branchenüblich als Hopfenprodukt und nach dem wertgebenden Bitterstoff Alpha-Säure statt, sondern als unverarbeiteter Rohhopfen nach Gewicht. Dazu begutachten Mitarbeiter des Bereichs Technologie und Qualitätswesen direkt vor Ort die Qualität aller eingekauften Hopfenpartien.

Um die Güte des deutschen Hopfens langfristig sicherzustellen, müssen Hopfenbauern und Brauereien einen engen Austausch pflegen. Im September 2012 hat die Wernesgrüner Brauerei darum gemeinsam mit dem Verband deutscher Hopfenpflanzer Elbe-Saale e.V. und der Hopfenverwertungsgenossenschaft (HVG) den 2. Deutschen Hopfentag organisiert – einen Treffpunkt für Hopfenanbauer und Brauer aus der ganzen Welt. Zahlreiche Teilnehmer aus Deutschland, Italien, Korea, Japan und den USA reisten zu der zweitägigen Fachtagung nach Wernesgrün. Zudem engagiert sich die Bitburger Braugruppe in der Gesellschaft für Hopfenforschung für die Weiterentwicklung und Züchtung von deutschen Hopfensorten.

→ ZIEL BIS ENDE 2015:

Die Beschaffungskriterien und Lieferantenbewertungen enthalten neue, erweiterte Nachhaltigkeitsaspekte.





Gerste und Malz

Gerste ist eine der ältesten Kulturpflanzen der Welt und zählt zur Familie der Gräser. Je nach Verteilung der Blüten unterscheidet man zweizeilige und mehrzeilige Gerste sowie je nach Aussaattermin zwischen Sommer- und Wintergerste. Als Braugerste wird hauptsächlich die zweizeilige Sommergerste genutzt, die einen moderaten Eiweißgehalt, einen hohen Stärkeanteil und eine hohe Keimfähigkeit aufweisen muss. Jede von der Bitburger Braugruppe für die Produktion freigegebene Gerstensorte wird vorab in einer mehrstufigen Kontrolle in der unternehmenseigenen Versuchsbrauerei getestet.

Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen aktiv für die Weiterentwicklung der Braugerstenqualität. Vertreter der Braugruppe engagieren sich beispielsweise in der Braugersten-Gemeinschaft e.V., die den deutschen Qualitätsgerstenanbau in organisatorischer, technischer und wissenschaftlicher Hinsicht fördert. Darüber hinaus erteilt der Verein im Rahmen des „Berliner

Pilotbrauerei

Seit 1990 betreibt die Bitburger Braugruppe eine mit modernster Technik ausgestattete Pilotbrauerei, die in ihrer Funktionalität und Größe in der deutschen Brauereiwirtschaft einzigartig ist. Hier wird für alle Marken der Braugruppe innerhalb des gesamten Spektrums der Bierherstellung und Brauereitechnologie geforscht und entwickelt. Schwerpunkte der Arbeit bilden Versuche mit Rohstoffen, Überprüfung technologischer Neuentwicklungen und Messverfahren, Gebinde- und Verschlussinnovationen sowie die Entwicklung neuer Produkte.

Die enge Kooperation von Pilotbrauerei, Zentrallabor und Betriebskontrolle bietet die besten Voraussetzungen für die Entwicklung innovativer und qualitativ hochwertiger Mischgetränke und Premium-Biere. Nahezu alle Neuprodukte der Bitburger Braugruppe entstehen in der Pilotbrauerei und werden dort zur Marktreife gebracht.

Programms“ Verarbeitungsempfehlungen für neu zugelassene Braugerstensorten. Das Berliner Programm soll die Markteinführung und -akzeptanz neuer Braugerstensorten beschleunigen, damit Zuchtfortschritte der gesamten Wertschöpfungskette zeitnah zur Verfügung stehen.





Außerdem lädt die Bitburger Brauerei gemeinsam mit dem Dienstleistungszentrum ländlicher Raum (DLR) Eifel jährlich zum „Bitburger Braugerstentag“ ein. Bei der Veranstaltung geht es nicht nur um den fachlichen Dialog. Es wird auch die beste Braugerste der regionalen Erzeuger gekürt. Im November 2012 fand der Branchentreff bereits zum 24. Mal statt.

Gerste wird zu Braumalz weiterverarbeitet. Das Braumalz bestimmt den Charakter, die Farbe und den Geschmack des Bieres. Im Rahmen des Mälzungsprozesses werden im Gerstenkorn Enzyme gebildet, die unter anderem aus der Stärke vergärbaren Malzzucker machen.

Für einen Hektoliter Bier werden durchschnittlich rund 16 Kilogramm Malz benötigt. Die Bitburger Braugruppe arbeitet mit Mälzereien aus der gesamten Bundesrepublik zusammen. Darüber hinaus bezieht sie Braumalz aus dem benachbarten Frankreich, Dänemark und den Niederlanden. Die Standorte arbeiten bevorzugt mit Mälzereien aus ihren Regionen zusammen, um die Transportwege möglichst kurz zu halten.

Die Bitburger Braugruppe macht ihren Mälzereien strikte **Qualitätsvorgaben**. Jede Malzanlieferung wird an den jeweiligen Standorten beprobt und auf qualitäts- und verarbeitungsrelevante Parameter hin analysiert.

→ ZIELE BIS ENDE 2015:

Der intensive Dialog mit Erzeugern, Landhandel und Mälzereien wird fortgeführt. Umfangreiches Know-how und Ressourcen werden eingebracht, um den Prozess der Rohstoffsicherung möglichst effizient und effektiv zu gestalten.

Der nachhaltige und ressourcenschonende Anbau von Qualitätserzeugnissen wird gefördert und stellt somit langfristig den Erhalt der Premiumqualität sicher.

Brauwasser

Wasser ist wesentlicher Bestandteil von Bier. Die Qualität der Produkte hängt in erheblichem Maß von der Güte und Reinheit des Grund- und Oberflächenwassers in den Regionen der Brauereien ab.

Das Brauwasser der Bitburger Brauerei wird aus den Gesteinsschichten der Trias-Mulde gefördert. Sie erstreckt sich auf einer Fläche von 750 Quadratkilometern zwischen den Flüssen Nims und Kyll in der Eifel. Die Trias-Mulde ist eine trichterförmige Absenkung aus verschiedenen Gesteinsschichten. Dabei bilden die einzelnen Gesteinsschichten ein natürliches Filtersystem, durch das das Grundwasser gereinigt wird. Bis alle Schichten durchlaufen sind, vergehen rund 13.000 Jahre.

Die Wernesgrüner Brauerei bezieht ihr Brauwasser aus der Region des Naturparks Erzgebirge-Vogtland. Das Wasser wird aus Tiefbrunnen und (oberflächennahen) Grundwässern gewonnen. Das Besondere: Das Wasser kann dem Brauprozess aufgrund seiner natürlichen Zusammensetzung und eines sehr niedrigen Härtegrades völlig unbehandelt und naturbelassen zugeführt werden. Eine Aufbereitung oder Behandlung des Wassers erfolgt nicht. Es handelt sich um sehr weiches Wasser, das sich hervorragend zum Brauen heller Pilsbiere eignet.

Das Brauwasser der Köstritzer Schwarzbierbrauerei ist Quellwasser aus dem Eleonorental, das in circa fünf bis sieben Metern Tiefe gefasst wird.

Die König-Brauerei bezieht ihr Brauwasser aus dem Naturschutzgebiet Hohe Mark, im Grenzgebiet zwischen Rheinland, Ruhrgebiet und Münsterland. Das dort gewonnene Trinkwasser wird anschließend zu Brauwasser aufbereitet.

Am Standort Lich wird das für den Brauprozess nötige Wasser aus dem vulkanischen Gestein des Vogelsbergs bezogen.



Der Schutz des Brauwassers hat oberste Priorität für die Bitburger Braugruppe. Wir setzen uns darum für dessen Schutz ein und lehnen die Öl- und Gasförderung mit der Methode des Hydraulic Fracturing ab, da dieses Verfahren die Reinheit des Brauwassers gefährdet.

Dr. Georg Stettner, Leiter des Bereichs Technologie und Qualitätswesen der Bitburger Braugruppe

Rohstoffmengen 2012

Bitburger Braugruppe (gesamt)



476 t
Hopfen



118.700 t
Malz



2.701.943 m³
Wasser

Hefe

Die Funktionsweise von Hefe im Brauprozess war in Zeiten der Verkündung des Reinheitsgebots noch unbekannt. Dass die einzelligen Mikroorganismen während des Gärungsprozesses Malzzucker in Alkohol und Kohlensäure umwandeln, wurde erst im 19. Jahrhundert erkannt. Hefe hat einen wesentlichen Einfluss auf Geruch und Geschmack eines Bieres.

Die Bitburger Braugruppe verwendet für ihre Produkte jeweils Hefestämme aus eigener Reinzucht. Dafür werden in eigenen Anlagen ausgehend von Einzelzellen die jeweiligen Hefestämme vermehrt, die anschließend für den Brauprozess genutzt werden. Am Standort Bitburg wird ein exklusiver Hefestamm eingesetzt, der weltweit von keiner anderen Brauerei verwendet wird.

Qualität auf allen Ebenen ist oberstes Gebot

Um die Qualität der eingesetzten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Neben-, Zwischen- und Endprodukte sicherzustellen und die Erwartungen der Geschäftspartner und Verbraucher sowohl in chemisch-technischer als auch mikrobiologischer Hinsicht zu erfüllen, betreibt die Bitburger Braugruppe einen sehr hohen analytischen Aufwand. Dabei investiert das Unternehmen regelmäßig in neueste Analysegeräte und in die Qualifikation seiner Mitarbeiter – ein in der Braubranche einmaliger Einsatz für höchste Qualität auf allen Ebenen. Darüber hinaus findet ein kontinuierlicher Austausch mit zahlreichen Instituten und Zulieferbetrieben zur ständigen Weiterentwicklung dieser Prozesse statt.



Reduktion des Wasserverbrauchs

Das Unternehmen investiert in Systeme, die den Wasserverbrauch und den Abwasseranfall reduzieren. Zwischen 2009 und 2012 hat die Bitburger Braugruppe den Frischwasserverbrauch um circa 6,3 Prozent und das Abwasseraufkommen um 8,5 Prozent pro Hektoliter Bier gesenkt. Insbesondere die König-Brauerei hat sich in den letzten Jahren auf dieses Thema fokussiert.

Bis Ende 2013 hat sich die Braugruppe das Ziel gesetzt, den **Wasserverbrauch** um rund ein Prozent sowie das Abwasseraufkommen um rund sechs Prozent zu reduzieren.

Überblick über die Maßnahmen zur Wasser- und Abwasserreduzierung (standortübergreifend):

- Einführung eines wöchentlichen Wasserverbrauchsreportings, klarer Verantwortlichkeitsstrukturen und neuer Abstimmungsroutinen
- Festlegung von Benchmarks und Zielen
- Erweiterung des Einsatzes von Messsystemen und gezielte Analyse zur Identifizierung weiterer Einsparpotenziale
- Austausch von alten Abfüllanlagen
- Optimierung der CIP-Reinigung (Cleaning in Place) – insbesondere Reduzierung von Mengen, Zeiten und Prozessen
- Wasserrecycling (Wiederverwendung von gering belastetem Wasser)
- Optimierung der Umkehrosmose-Anlage
- Einsatz von Trennsensoren im Hefemanagement



Die König-Brauerei hat derzeit einen Frischwasserverbrauch von rund 2,5 Hektolitern pro Hektoliter Bier. Uns ist in Deutschland keine andere Brauerei bekannt, die diesen Wert auch nur annähernd erreicht. Damit belegen wir im internationalen Vergleich ebenfalls eine Spitzenposition.

Guido Christiani, Geschäftsführer Technik der König-Brauerei



ZIELE BIS ENDE 2013:

Der Wasserverbrauch der Braugruppe liegt bei 3,58 Hektolitern pro Hektoliter Produkt (-1 Prozent im Vergleich zu 2012).

Das Abwasseraufkommen der Bitburger Braugruppe liegt bei 2,05 Hektolitern pro Hektoliter Produkt (-6 Prozent im Vergleich zu 2012).

Modernste Abfülltechnik in Wernesgrün

Die neue Wernesgrüner Flaschenabfüllanlage wurde im November 2012 offiziell vom Ministerpräsidenten des Freistaates Sachsen, Stanislaw Tillich, und den Geschäftsführern der Wernesgrüner Brauerei und der Bitburger Braugruppe eingeweiht.

25 Millionen Euro wurden investiert, um eine neue Produktionshalle mit einer modernen Flaschenabfüllanlage zu errichten. In der Anlage geht es seitdem rund um die Uhr hoch her. Bis zu 50.000 Flaschen laufen pro Stunde vom Band. Der Bau ist ein Meilenstein für das Unternehmen.





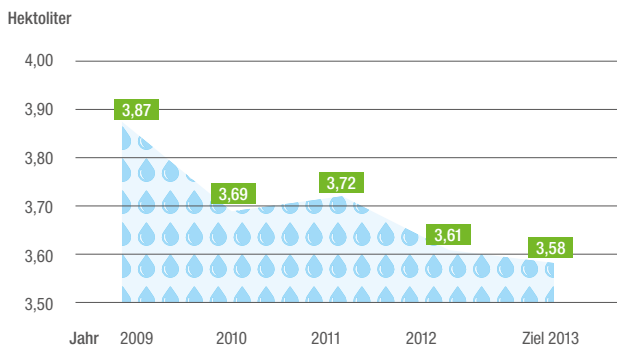
Wir richten unser Unternehmen Schritt für Schritt weiter auf die Zukunft aus. Mit unseren Investitionen in effizientere und umweltschonendere Technologien senden wir auch ein positives Signal an unser gesellschaftliches Umfeld und an die Belegschaft. Denn wir wollen damit langfristig die Wettbewerbsfähigkeit und den Erhalt unserer Standorte sichern.

Jan Niewodniczanski, Geschäftsführer Technik der Bitburger Braugruppe



Wasserverbrauch Bitburger Braugruppe gesamt

in hl/hl Bier



Ermittlung des Wasserfußabdrucks

Bis Ende 2015 wird die Bitburger Braugruppe einen Wasserfußabdruck für die Standorte erstellen. Dabei werden die beanspruchten Wassermengen innerhalb der Wertschöpfungskette erfasst und analysiert. Der Wasserfußabdruck soll nicht nur den direkten Wasserverbrauch der Braugruppe darstellen. Er soll auch kenntlich machen, wie viel Wasser in der Lieferkette verbraucht wird, zum Beispiel in der Landwirtschaft, bei der Produktion von Verpackungsmaterialien oder im Einkaufsverhalten der Konsumenten.

Auf Basis ihres **Wasserfußabdrucks** will die Braugruppe ihre Wasserverbräuche innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette ermitteln, um weitere Einsparpotenziale zu identifizieren.

Abfallverwertung

Auch die Minimierung von Abfällen ist ein zentrales Anliegen der Bitburger Braugruppe. Schon heute führt das Unternehmen einen Großteil der Rohstoffe und Produktionsmaterialien, die im Zusammenhang mit dem Brauprozess benötigt werden, wieder in den Wertstoffkreislauf zurück. Das Unternehmen erreichte im Jahr 2012 eine Recyclingquote von rund 98 Prozent.

Dieser hohe Wert wird unter anderem durch die gezielte Weiterverwertung von Nebenprodukten aus dem Brauprozess erreicht. So werden anfallende Treber und Altheife an landwirtschaftliche Betriebe abgegeben. Auch die bei der Filtration anfallende gebrauchte Kieselgur kommt in der Landwirtschaft als natürlicher Bodenverbesserer zum Einsatz.



Im Vergleich zur alten senkt die neue Abfüllanlage den Wasserverbrauch bei der Flaschenabfüllung um 130 ml je Flasche, das entspricht einer Ersparnis von 54 Prozent.

Dr. Marc Kusche,
Geschäftsführer Technik der Wernesgrüner Brauerei



ZIELE BIS ENDE 2015:

Ein „Wasserfußabdruck“ bildet den direkten und indirekten Wasserbedarf der Bitburger Braugruppe ab.

Es sind konkrete Ziele und Maßnahmen zur Senkung des Wasserbedarfs entlang der Wertschöpfungskette benannt.



ARBEIT & ZUKUNFT



→ ARBEIT & ZUKUNFT

NEHMEN WIR DIE HERAUSFORDERUNG AN!

In der Bitburger Braugruppe wird jeder Mitarbeiter als wichtiger Teil der Belegschaft geschätzt und respektiert. Die Gesellschafter und die Geschäftsführung des Familienunternehmens sind überzeugt, dass diese Haltung eine besondere Stärke darstellt, die bewahrt werden soll. Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern deshalb zahlreiche Leistungen, die dieser Wertschätzung Ausdruck verleihen. Darüber hinaus bedeutet zukunftsweisende Personalpolitik für die Braugruppe auch, Lösungen für die Herausforderungen zu entwickeln, die insbesondere durch den demografischen Wandel entstehen.



Die Braugruppe als attraktiver Arbeitgeber

Ein Unternehmen kann nur so gut sein wie seine Mitarbeiter. Deshalb ist es für die Bitburger Braugruppe von großer Bedeutung, die besten Köpfe für ihre Standorte in Bad Köstritz, Bitburg, Duisburg, Lich oder Wernesgrün zu gewinnen. Dabei klingen diese Städte in den Ohren von Bewerbern zunächst einmal nicht so attraktiv wie Berlin, Hamburg oder München. Die Braugruppe möchte Mitarbeiter und Bewerber vor allem durch ein möglichst attraktives und motivierendes Arbeitsumfeld überzeugen. Darüber hinaus sind Personalentwicklung und Nachwuchsförderung für das Unternehmen von großer Bedeutung.



Kultur und Zusammenarbeit

Wie die Mitarbeiter der Bitburger Braugruppe miteinander umgehen, ist durch konkrete Grundsätze für Zusammenarbeit und Führung bestimmt. Jeder Mitarbeiter soll sich als Persönlichkeit geschätzt und respektiert fühlen. Die daraus resultierende gegenseitige Verbundenheit zeigt sich durch große Loyalität und die hohe Anzahl an Mitarbeitern, die bereits seit vielen Jahren im Unternehmen oder deren Familien bereits seit Generationen an den Standorten tätig sind.

Die Leitlinien der Unternehmenskultur sind in der „Unternehmensphilosophie der Bitburger Braugruppe“ festgeschrieben, um sie für die Beschäftigten, Kunden und Partner transparent und nachvollziehbar zu machen.

Zu den Leitlinien zählen:

- 1. Vertrauen:** Die Bitburger Braugruppe vertraut auf das Leistungspotenzial, die Motivation, Flexibilität und Kooperationsbereitschaft jedes Mitarbeiters.
- 2. Identifikation:** Die Arbeit jedes Mitarbeiters wird gewürdigt und die Braugruppe schafft für jeden die Möglichkeit, sich mit ihr zu identifizieren.
- 3. Partnerschaft:** Die Bitburger Braugruppe fördert den partnerschaftlichen, standortübergreifenden Austausch ihrer Beschäftigten und setzt alles daran, die gemeinsame Leistung zu verbessern.
- 4. Führungskultur:** Wer Menschen führt, muss Vorbild sein. Kritikfähigkeit, offene Kommunikation sowie ein teamorientierter und partnerschaftlicher Führungsstil gehören genauso zu den Eigenschaften der Führungskräfte in der Braugruppe wie persönliche Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in die Fähigkeiten der Mitarbeiter.
- 5. Offenheit:** Ein offener Meinungs austausch sowie konstruktive Kritik unter den Mitarbeitern werden ausdrücklich gewünscht.
- 6. Qualität:** Die konsequente Umsetzung der Qualitätsziele, die sich die Braugruppe gesetzt hat, ist Aufgabe aller Mitarbeiter.

Die Unternehmensphilosophie ist unter www.bitburger-braugruppe.de im Bereich „Unternehmen/Leitbild“ abrufbar.

Fester Bestandteil der Führungsphilosophie sind die jährlichen Mitarbeiter- und Zielvereinbarungsgespräche für alle Belegschaftsgruppen.

Kulturprägend sind auch zahlreiche Angebote zur gemeinsamen Freizeitgestaltung (Musik, Sport u. Ä.) sowie regelmäßig stattfindende Mitarbeiterfeste und -veranstaltungen auf Abteilungs-, Bereichs- und Unternehmensebene.

Mitarbeiterinformation und Beteiligung

Mitarbeiterinformation

Gut informierte Mitarbeiter stellen einen Erfolgsfaktor des Unternehmens dar. Die Bitburger Braugruppe gewährleistet eine umfassende Mitarbeiterinformation, zum einen durch eine direkte Kommunikation oder zielgruppenorientierte Infoveranstaltungen, zum anderen durch die Bereitstellung von leicht abrufbaren Informationen.

Kernelement der Informationsbereitstellung ist das Intranet, zu dem alle Mitarbeiter Zugang haben. Hier ist die Prozesslandkarte eine hilfreiche und unverzichtbare Navigationsplattform.

Vorgesetzte können zudem über das Info-Tool „Personal Self Service“ arbeitsrelevante Informationen über ihre Mitarbeiter einsehen.

Plakate, Flyer und nicht zuletzt die inzwischen etablierte Mitarbeiterzeitung „Bier&Wir“, bei der die Mitarbeiter aktiv mitwirken, runden die Informationskanäle für die Mitarbeiter ab.

Mitarbeiterbefragungen

Die Bitburger Braugruppe sieht in einer Mitarbeiterbefragung ein sinnvolles Instrument zur Einschätzung der Arbeitgeberqualität durch die Mitarbeiter sowie zur Initiierung und Bewertung von zukunftsorientierten Veränderungsprozessen. Vor allem aber steht die regelmäßige Partizipation der Mitarbeiter im Vordergrund. So wird im Jahr 2013 bereits die vierte Mitarbeiterbefragung durchgeführt.

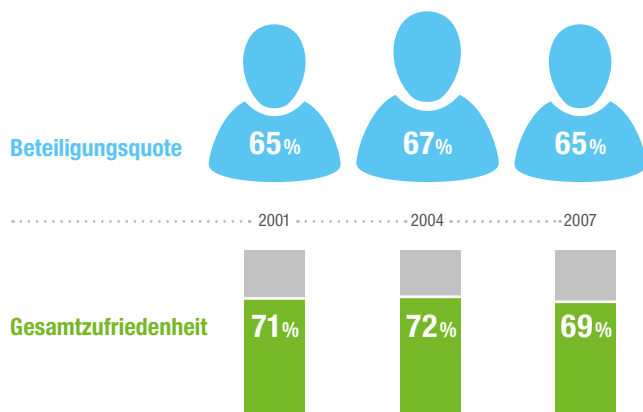


Gemeinsam aktiv: Die Walking-Gruppe der Licher Privatbrauerei ist bei Wind und Wetter unterwegs

Der Kern der Mitarbeiterbefragung bezieht sich auf die Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern und Führungskräften oder zwischen den verschiedenen Unternehmensbereichen. Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Respekt, Fairness, aber auch Stolz auf die eigene Arbeit und das Unternehmen sowie die Freude an der Zusammenarbeit finden sich in den Fragen wieder. Daneben werden Themen wie Prozessqualität, Informationsgestaltung und Kommunikation, Zukunftsentwicklung und Gesamtzufriedenheit hinterfragt.

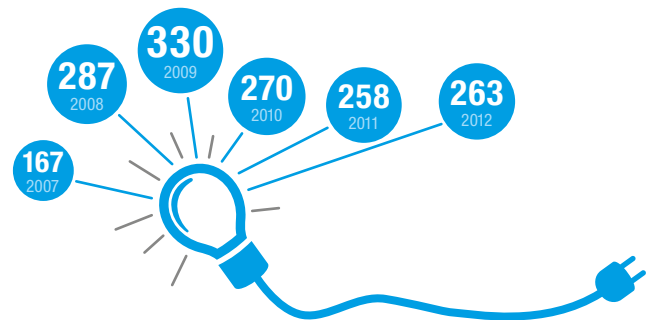
Die Meinung der Mitarbeiter ist dem Unternehmen wichtig. So ist es selbstverständlich, dass aus den erzielten Ergebnissen auch entsprechende Maßnahmen abgeleitet werden.

Neben den Vollerhebungen wurden in der Vergangenheit häufig auch themenbezogene Mitarbeiterbefragungen durchgeführt. So ließen zum Beispiel die Bereiche Informationsverarbeitung und Personal ihre Servicequalität beziehungsweise ihr Dienstleistungsangebot durch die Mitarbeiter bewerten. Daraus wurden konkrete Maßnahmen entwickelt.



Gesamtzufriedenheit der Mitarbeiter

Mitarbeiterbefragung: Zufriedenheit Arbeitgeber, Tätigkeit/Aufgaben, Zusammenarbeit und Arbeitsbelastung fließen in die Gesamtzufriedenheit ein



Ideenmanagement

Das gruppenweite Ideenmanagement führte im Jahr 2012 zu 263 Verbesserungsvorschlägen in der gesamten Braugruppe. Somit konnten 171 Verbesserungsvorschläge mit Geldprämien in Höhe von insgesamt 34.000 € honoriert werden. Die Umsetzung der Verbesserungsvorschläge führte zu einer Ersparnis von 170.000 €

Ideenmanagement

Seit 2007 hat sich das Ideenmanagement-System braugruppenweit etabliert. Es ist Ausdruck der im Unternehmen gelebten Offenheit und ausdrücklicher Wunsch, dass jeder sich aktiv an der Gestaltung des Unternehmens beteiligt.

Ziel ist es, alle Mitarbeiter verstärkt zu Verbesserungsvorschlägen und Ideen anzuregen, um so bestehende Zustände zu verbessern, Arbeitsabläufe zu vereinfachen, zu beschleunigen oder kostengünstiger gestalten zu können. Gewünscht sind Vorschläge aus allen Themengebieten, wie beispielsweise Arbeitsverfahren, Gesundheits- und Unfallschutz oder Nachhaltigkeit. Sofern ein Verbesserungsvorschlag vom zuständigen Bewerterteam für umsetzbar befunden und anschließend realisiert wird, erhalten die Ideengeber eine Prämie. Dabei orientiert sich die Prämierung an der Einsparung, die durch die Umsetzung erreicht werden kann. Aber auch die Einreicher von letztlich nicht umgesetzten Ideen nehmen an einer jährlichen Verlosung mit attraktiven Sachpreisen teil.

Allein im Jahr 2012 wurden gruppenweit insgesamt 263 Verbesserungsvorschläge eingereicht, von denen 171 mit Geldprämien in Höhe von insgesamt 34.000 Euro honoriert wurden. Die Umsetzung der Verbesserungsvorschläge führte zu einer Ersparnis von 170.000 Euro für die Bitburger Braugruppe.



Mitarbeiterqualifizierung

Ausbildung

In den vergangenen 40 Jahren wurden an den fünf Standorten der Bitburger Braugruppe rund 1.600 junge Menschen ausgebildet. Insgesamt bietet das Unternehmen 13 kaufmännisch und gewerblich ausgerichtete Ausbildungsberufe an: von angehenden Speditions-, Industrie- und Bürokommunikationskaufleuten über Brauer und Mälzer bis zu Fachinformatikern, IT-Systemelektronikern, Maschinen- und Anlagenführern und Industriemechanikern. Jährlich absolvieren insgesamt rund 100 Jugendliche ihre Ausbildung in Bad Köstritz, Bitburg, Duisburg, Lich und Wernesgrün – eine Zahl, die auf diesem hohen Niveau konstant bleibt. Für sein hervorragendes und kontinuierliches Engagement in der beruflichen Ausbildung wurde dem Unternehmen 2009 das Prädikat „Ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb“ der Industrie- und Handelskammer (IHK) Trier verliehen.

Absolventen von Fachhochschulen und Universitäten steht zudem ein 18- bis 24-monatiges Traineeprogramm in der Braugruppe offen. Der auch überregional ausgezeichnete Ruf dieses Programms zeigt sich jedes Jahr an der hohen Zahl der Bewerber.

Die Braugruppe stellt Schülern und Studierenden jährlich über 100 berufsorientierende und studienbegleitende Praktikumsplätze zur Verfügung.

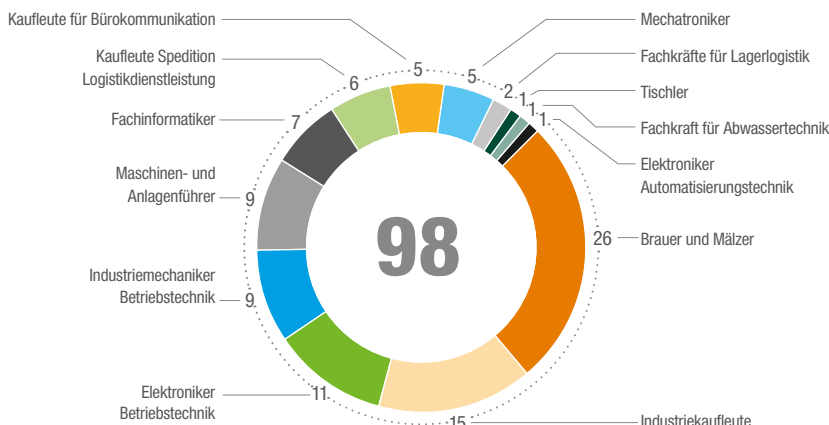
Mit den genannten Maßnahmen werden bereits erste Fundamente für eine langfristige Verbindung zu jungen Menschen gelegt. Zu vielen ehemaligen Auszubildenden und Praktikanten hält das Unternehmen dauerhaften Kontakt. So kehren etliche nach ihren „Lehr- und Wanderjahren“ wieder als Mitarbeiter in die Braugruppe zurück.

Nachwuchsförderung

Seit über vier Jahrzehnten ist die Bitburger Brauerei Patenunternehmen von „Jugend forscht – Schüler experimentieren“, dem größten Jugendwettbewerb Europas. Junge Menschen für naturwissenschaftliche Themen zu begeistern, entspricht nicht nur dem Innovationsgeist der Traditionsbrauerei, sondern bedeutet eine nachhaltige Investition in die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Bis heute wurden im Rahmen des freiwilligen Engagements in Bitburg mehr als 40 Regionalwettbewerbe mit circa 4.500 Teilnehmern, ein Landeswettbewerb sowie zwei Bundeswettbewerbe ausgerichtet.

Ausbildungsberufe

Anzahl und Verteilung nach Berufen im Jahr 2012
Insgesamt 98 Auszubildende an allen Standorten der Bitburger Braugruppe:



Berufsabschlüsse 2010 – 2012

In den Jahren 2010/2011/2012 haben 100% der Auszubildenden ihr Ausbildungsziel mit überdurchschnittlich guten Ergebnissen erreicht und abgeschlossen



An den Standorten Duisburg, Wernesgrün und Bitburg erreichten sie sogar erste Plätze in Landes- bzw. Bundeswettbewerben

Übernahme Auszubildende: 40–50%

Die Bitburger Braugruppe bildet über Bedarf aus

Gut ausgebildet: In der Azubi-Brauerei in Bitburg können die angehenden Brauer (v. l. n. r.) Antonia Schlemmer, Lukas Kribs, Niklas Pit Gohlke, Tiziano Scharbillig und Johannes Gruben ihr Wissen unter Leitung von Ausbilder Ulrich Lübken (2. v. l.) in die Praxis umsetzen

Jugend forscht: Die Bitburger Auszubildenden Jannick Weber (l.) und Matthias Gödert (r.) erklären Jan Niewodniczanski, Geschäftsführer Technik der Bitburger Braugruppe, Details ihrer Jugend-forscht-Arbeit



Im Umfeld der Standorte setzt sich die Bitburger Braugruppe gemeinsam mit weiteren großen regionalen Arbeitgebern für Bildung und Ausbildung ein, unter anderem im Rahmen des „Arbeitskreises SchuleWirtschaft Bitburg“. Ziel ist es, den Austausch zwischen Schulen und Wirtschaft zu verbessern und den Schülern – als den Nachwuchskräften von morgen – verantwortungsvolles und wirtschaftliches Handeln näherzubringen.

Darüber hinaus hat die Bitburger Brauerei im Jahr 2000 die Patenschaft für die Berufsbildende Schule Bitburg übernommen, die seither den Namen „Theobald-Simon-Schule“ trägt. Das Unternehmen ist aktives Mitglied im Förderverein und unterstützt die Schule mit einem jährlichen Beitrag.

Außerdem fördert das Unternehmen exzellente Leistungen von Studierenden an Hochschulen. So vergibt die Bitburger Brauerei gemeinsam mit weiteren Kooperationspartnern regelmäßig je ein Deutschlandstipendium an der Hochschule und der Universität Trier.

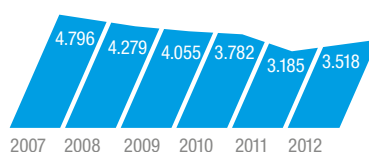
Die Privatbrauerei Licher lobt als Mitglied der Hessischen Gesellschaft für Ornithologie und Naturschutz e.V. das Licher Stipendium für Diplomanden und Promovierende aus, die sich in ihren Arbeiten Fragen des praktischen Naturschutzes widmen.

Spezifische Personalentwicklungsprogramme

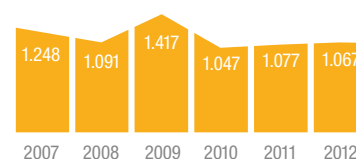
Im Rahmen des „Potenzialentwicklungsprogramms“ (PEP) können sich die Mitarbeiter gezielt für weiterführende Aufgaben oder Bereiche innerhalb des Unternehmens qualifizieren. Die Teilnehmer werden durch die Bereichsleitungen empfohlen und erhalten

Personalbeschaffung

Anzahl eingegangener Bewerbungen 2007 – 2012



Anzahl eingegangener Initiativbewerbungen 2007 – 2012



so die Chance, sich auf einen der zwölf Plätze pro Durchgang im PEP zu bewerben. Die inhaltlichen Schwerpunkte des einjährigen Programms liegen in der Persönlichkeitsentwicklung und in der Methodenkompetenz. Mit Seminaren und Trainings zu den Themen Präsentorik, Verhandlungsführung, Besprechungsmoderation und Projektmanagement können sich die Mitarbeiter weiterbilden und werden dabei von erfahrenen Mentoren begleitet.

Das Thema Führung verdient besonders in herausfordernden Zeiten Aufmerksamkeit. Aus diesem Grund ist es der Geschäftsleitung ein zentrales Anliegen, gute Bedingungen für Führungskräfte zu schaffen und diese in ihren verantwortungsvollen Aufgaben zu unterstützen. Für Führungskräfte, die neu ins Unternehmen kommen, wird darum seit 2012 das eigens entwickelte Basis-Führungsmodul „Licence to Lead“ angeboten. Die Weiterbildung kombiniert Präsenzphasen, internetbasierte Lernsequenzen und berufsbegleitende Transferaufgaben im Unternehmen und ermöglicht so eine enge Verzahnung von theoretischer Wissensvermittlung und Anwendung in der Praxis. Die jungen Führungskräfte sollen mit der zertifizierten Ausbildung das nötige Maß an Sicherheit und Wissen für ihr Führungshandeln erhalten. Daneben gibt es zahlreiche Trainingsmaßnahmen, um die Führungskompetenz zu stärken.

Freiwillige Sozialleistungen

Die Bitburger Braugruppe legt großen Wert auf die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter. Deshalb werden den Beschäftigten vielfältige Sozialleistungen geboten, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. So erhalten Braugruppen-Beschäftigte Zuschüsse für private Weiterbildungen, Vergünstigungen beim Einkauf von Handelsware, Prämien für Mitarbeiterjubiläen sowie einen monatlichen Hausrund, der über den tariflichen Anspruch hinausgeht. Besonders hervorzuheben ist die betriebliche Altersversorgung der Bitburger Braugruppe, die den Mitarbeitern einen wichtigen Zusatz-Versorgungsbeitrag gewährleistet, der zukünftig aufgrund der Finanzierung der gesetzlichen Rentenversicherung immer bedeutender wird. Darüber hinaus gibt es in der Bitburger Brauerei und in der König-Brauerei eine Unterstützungseinrichtung, die einen Beitrag zur Abmilderung bei Notfällen leistet. Ein spezielles Angebot für eine definierte Mitarbeiter-Gruppe ist die Bitburger Übergangsrente (vgl. hierzu S. 41).



Herausforderung „Demografischer Wandel“

Die Umkehrung der Alterspyramide in den westlichen Industrienationen ist nicht mehr aufzuhalten. Die Menschen werden immer älter. Gleichzeitig sinken die Geburtenzahlen. Der fortschreitende demografische Wandel wirkt sich auf alle Bereiche der Gesellschaft aus – auch auf die Arbeitswelt. Prognosen gehen davon aus, dass sich in Deutschland der Anteil der Menschen im erwerbsfähigen Alter bis 2050 von rund 50 Millionen heute auf 26,5 Millionen halbiert.* Demnach wird es deutlich schwieriger, den Fachkräftebedarf mit jüngeren Arbeitnehmern zu decken. Zudem sehen die gesetzlichen Regelungen seit 2012 eine schrittweise Anhebung der Renteneintrittsgrenze von ursprünglich 65 auf jetzt 67 Jahre vor. Somit sind auch der Erhalt der Arbeitskraft älterer Mitarbeiter und die optimale Nutzung ihres Potenzials wichtige Themen.

Diese Entwicklungen bergen Risiken für die Innovationskraft und die Wettbewerbsfähigkeit, denen die Bitburger Braugruppe frühzeitig begegnen will. Basis der Zukunftssicherung ist eine langfristige Personalplanung, die in Fünf-Jahres-Zyklen sowohl quantitative (Anzahl) als auch qualitative (Kompetenz) Entwicklungen antizipiert und in der operativen Arbeit berücksichtigt wird. Darüber hinaus arbeitet das Unternehmen seit Jahren intensiv an weiteren neuen Konzepten und Maßnahmen.

Bereits heute hat die Bitburger Braugruppe mehrere Maßnahmen im Rahmen dieses Ansatzes umgesetzt, die in den kommenden Jahren weitergeführt und ergänzt werden sollen. Diese lassen sich im Wesentlichen den folgenden Themenfeldern zuordnen:

- Gesundheitsmanagement
- Weiterbildungsinitiative und lebenslanges Lernen
- Arbeitszeitgestaltung und Vorruhestandskonzepte
- Zukunftsorientierte Arbeitsorganisation/Arbeitsschutz
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie

* Quelle: Demografie-Bericht der Bundesregierung, 2011



Gesundheitsmanagement

Die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter aktiv zu stärken und zu erhalten, ist das übergeordnete Ziel des betrieblichen Gesundheitsmanagements der Bitburger Braugruppe. Neben regelmäßigen Gesundheitstagen zählen Vorsorgeuntersuchungen und Informationsveranstaltungen zu den Angeboten.

Darüber hinaus versucht das Unternehmen, die Gesundheit der Beschäftigten auch bei der täglichen Arbeit im Büro oder in der Produktion zu erhalten – zum Beispiel mit ergonomischer Büroeinrichtung oder dem verpflichtenden Tragen von persönlicher Schutzausrüstung (Schutzbrille, angepasster Gehörschutz, Schutzhandschuhe) in der Abfüllung.

Für Mitarbeiter, die längere Zeit arbeitsunfähig erkrankt sind, greift außerdem ein betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM). Das BEM unterstützt mit konkreten Maßnahmen die schrittweise Wiedereingliederung in den Arbeitsprozess und die Sicherung einer langfristigen Arbeitsfähigkeit.



Unternehmensleitung und Gesamtbetriebsrat haben 2009 das personalpolitische Konzept ‚Herausforderung Zukunft‘ ausgearbeitet. Im Vordergrund steht die Erhaltung der Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter bis ins Alter. Darüber hinaus bündelt es Ansätze, die die Motivation und Flexibilität der Belegschaft über eine immer längere und anspruchsvollere Erwerbsphase hinweg erhalten sollen.

Alfred Müller, Geschäftsführer Finanzen und Verwaltung der Bitburger Braugruppe



Gesundheit im Fokus: Ralf Sagurski, Mitarbeiter der Kaufmännischen Krankenkasse (KKH) erklärt Caroline Honcamp in Lich die Funktionen des Physiomats



Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unseren Investitionen und bisherigen Ansätzen in den Bereichen Gesundheitsförderung, Weiterbildung und altersgerechte Arbeitsorganisation auf dem richtigen Weg sind, um den Herausforderungen des demografischen Wandels erfolgreich zu begegnen – mit gesunden, qualifizierten und motivierten Mitarbeitern jeden Alters.

Theo Scholtes, Leiter des Bereichs Personal/Zentrale Dienste der Bitburger Braugruppe

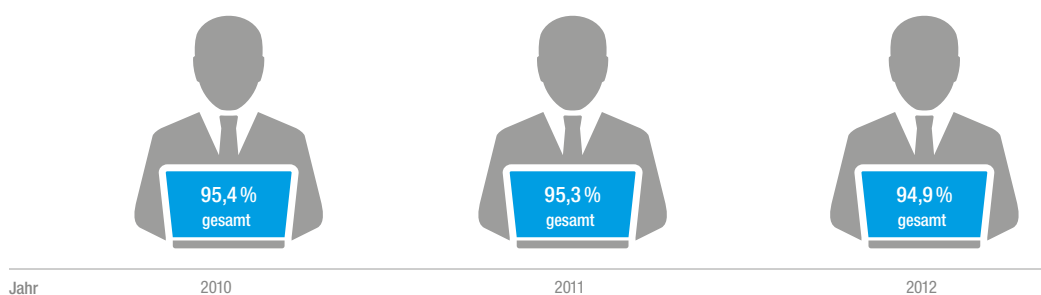


Das Gesundheitsmanagement der Bitburger Braugruppe verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz und berücksichtigt auch das psychische Wohlergehen der Mitarbeiter. Psychische Belastungen der Beschäftigten oder die Gefahren von Suchterkrankungen werden sehr ernst genommen. 2002 wurde die Stelle eines hauptamtlichen Sozialberaters am Standort Bitburg geschaffen, der braugruppenweit für die Begleitung der Mitarbeiter zuständig ist. In enger Zusammenarbeit mit Ärzten und Therapeuten wird so eine umfassende medizinische, organisatorische sowie emotionale Versorgung und Beratung ermöglicht.

Das Gesundheitsmanagement bietet an allen Brauereistandorten ein breites Angebot präventiver und kurativer Maßnahmen:

- Jährliche Gesundheitstage mit wechselnden Themen, beispielsweise „Die gesunde Viertelstunde“ oder „Arbeiten im Alter“
- Saisonale Gesundheitstipps und Schutzimpfungen
- Betriebssportangebote
- Sozialberatung
- Ergonomische Arbeitsplatzausstattung
- Arbeitsmedizinische Untersuchungen durch Betriebsärzte
- Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM)
- Gezielte Arbeitsplatzanalysen und entsprechende Arbeitsplatzausstattung

Gesundheitsquote der Bitburger Braugruppe 2010 – 2012

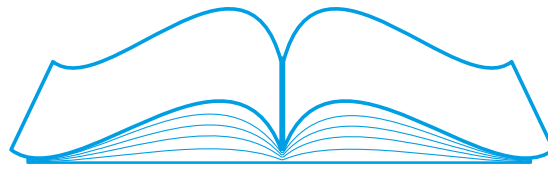


Die Gesundheitsquote ist der Anteil der Sollarbeitszeit, in der die Mitarbeiter gesund, d. h. nicht arbeitsunfähig erkrankt sind



Weiterbildungsmaßnahmen 2012 nach Kategorien

Die Anzahl der Maßnahmen steht in direktem Zusammenhang mit internen Schwerpunktprojekten



955

Sicherheit

341

IT

10

Fremdsprachen

152

Fachspezifische Veranstaltungen

394

Methoden und Arbeitstechniken

595

Führung und Zusammenarbeit

2.447

Gesamt

ZIELE BIS ENDE 2014:

Ein Workshop-/Trainingskonzept zur Sensibilisierung der Führungskräfte als „Motoren“ des lebenslangen Lernens ihrer Mitarbeiter ist erarbeitet und mit allen Führungskräften umgesetzt.

Es liegen Handlungsempfehlungen vor, die dazu beitragen, die fortlaufende Qualifizierung aller zu verbessern.

Die ersten Maßnahmen zur Optimierung der beruflichen Weiterbildung werden im Unternehmen umgesetzt. Die Vielfalt der Methoden und die Anzahl der Weiterbildungstage ist erhöht worden.

ZIEL BIS ENDE 2015:

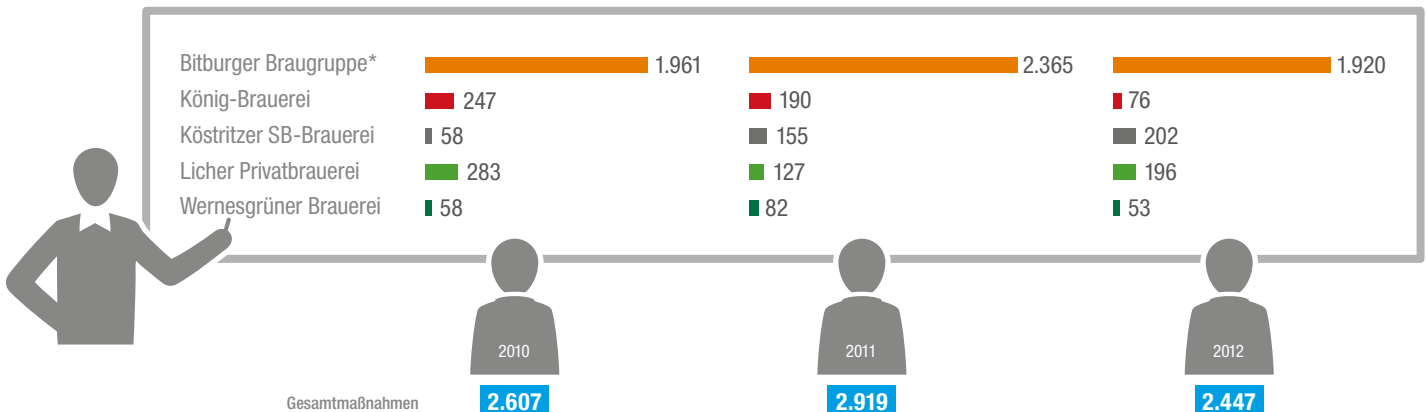
Die bisherige Gefährdungsbeurteilung ist um das Themenfeld „Psychische Belastung“ erweitert worden.

Weiterbildungsinitiative und lebenslanges Lernen

Der technologische Fortschritt verläuft rasant – auch in der Bitburger Braugruppe. Fortlaufend werden an den Produktionsstandorten neue, modernere Maschinen und Anlagen in Betrieb genommen. Aber auch in anderen Unternehmensbereichen kommen kontinuierlich neue Systeme, Medien und Instrumente zum Einsatz. Jeder Mitarbeiter muss in der Lage sein, diese Entwicklungen erfolgreich einzuführen und umzusetzen. Die Kenntnisse der Beschäftigten zu fördern, ist deshalb eine zentrale Aufgabe der Personalarbeit. Ein weitreichendes Weiterbildungsprogramm stellt dies sicher.

Genau hier setzt auch die „Sozialpartner-Initiative Lebenslanges Lernen“ (SPILL) an. SPILL hat zum Ziel, das Engagement der Beschäftigten im Bereich berufliche Weiterbildung zu fördern. Das Projekt richtet sich an Mitarbeiter jeden Alters, aller Unternehmensbereiche und Hierarchiestufen. Die Bitburger Braugruppe beteiligt sich mit zwei standortbezogenen Gruppen in Duisburg und Bitburg aktiv an diesem von Arbeitgeberverbänden und Gewerkschaften gemeinsam bundesweit durchgeführten Projekt.

Anzahl Weiterbildungsmaßnahmen 2010 – 2012 nach Brauereien



Im Jahr 2012 beliefen sich die Weiterbildungskosten auf über 1,6 Millionen Euro. Für jeden Mitarbeiter hat die Bitburger Braugruppe somit ca. 1.040,- Euro für Weiterbildung aufgewendet. Dieser Wert ist seit Jahren gleich hoch

* Maßnahmen für die Mitarbeiter der Bitburger Braugruppe GmbH



Voneinander lernen: Die Brauer Klaus Meyer und Michael Künzel tauschen ihr Wissen und ihre Erfahrung bei der täglichen Arbeit aus



Gemeinsam mit den Experten von SPILL analysieren und identifizieren die Verantwortlichen der Personalabteilung und der Betriebsräte derzeit den Qualifizierungsbedarf im Unternehmen und prüfen die vorhandenen Personalentwicklungsinstrumente und -konzepte. Auf dieser Basis wird die Bitburger Braugruppe bis 2014 Handlungsempfehlungen entwickeln, die anschließend im Rahmen von konkreten betrieblichen Weiterbildungsmaßnahmen umgesetzt werden sollen.

Altersgerechte Arbeitszeitgestaltung und Vorruhestandskonzepte

Die politischen Entscheidungen sehen heute die aktive Teilnahme am Arbeitsleben bis zum 67. Lebensjahr vor. Doch nur wenn Körper und Geist mitspielen, können Beschäftigte den Anforderungen des Berufslebens so lange gerecht werden. Trotz präventiver gesundheitsfördernder Maßnahmen können nicht alle Mitarbeiter diese Voraussetzung erfüllen.

Aus diesem Grund hat die Braugruppe die Bitburger Übergangsrente (BÜR) entwickelt. Sie ermöglicht gesundheitlich beeinträchtigten Mitarbeitern bereits vor dem regulären Renteneintrittsalter einen gleitenden Übergang vom aktiven Erwerbsleben in den Ruhestand. Interessierte Kollegen werden umfassend in einem Beratungsgespräch von der Personalabteilung und dem Betriebsrat auf Basis ihrer persönlichen Daten und Gegebenheiten beraten. Im Rahmen der Gespräche werden alle zur Verfügung stehenden Rentenmodellvarianten simuliert und gegeneinander abgewogen.

Zukunftsorientierte Arbeitsorganisation

In einem weiteren Projekt – „Transfer innovativer Lösungen in der Personalarbeit“ (TiL) – entwickelt und erprobt die Bitburger Braugruppe innovative betriebliche **Lösungen zur alters- und altersgerechten Arbeitsgestaltung**. Derzeit geht es im Projekt TiL unter anderem um die Frage, wie die Aufgaben in einem Team (z. B. bei Schichtarbeit) altersspezifisch verteilt werden können. Bis Ende 2015 will die Braugruppe Maßnahmen vorstellen, die dazu beitragen, die Organisation von Aufgaben und Verantwortlichkeiten so zu gestalten, dass das Alter und die damit verbundene Leistungsfähigkeit des Mitarbeiters berücksichtigt werden. Außerdem werden Maßnahmen zur Flexibilisierung von Arbeitszeitmodellen und Beschäftigungsformen, insbesondere in Bereichen mit Mehrschichtarbeit, in diesem ebenfalls bundesweiten Projekt erarbeitet.

➔ ZIEL BIS ENDE 2015:

Weitere Maßnahmen für eine altersgerechte Arbeitsorganisation werden im Unternehmen umgesetzt. Neue Beschäftigungsformen (Blockzeit u. Ä.) kommen verstärkt zum Einsatz.



Die Sicherheit immer im Blick: Sicherheitsbeauftragter Hans-Peter Straube mit Schichtmeister Ronny Opel

Arbeitssicherheit

Neben den oben genannten präventiven Maßnahmen zur langfristigen Gesunderhaltung ist die Minimierung von Betriebsunfällen im Hinblick auf die Reduktion arbeitsbedingter Erkrankungen äußerst wichtig. An jedem Standort hat die Bitburger Braugruppe deshalb neben einem betriebsärztlichen Dienst Sicherheitsbeauftragte sowie Sicherheitsfachkräfte ernannt. Diese schulen und beraten die Beschäftigten in allen Sicherheitsbelangen und erstellen Gefährdungsbeurteilungen für Arbeitsplätze, Maschinen, Anlagen oder Gefahrstoffe.

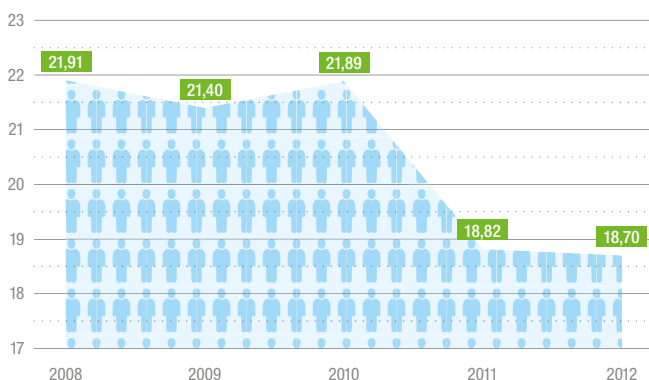
Jedes Jahr finden praktische Übungen in den Brauereien statt, in deren Rahmen die Mitarbeiter unterschiedliche Stationen durchlaufen. Bei den Sicherheitstagen 2012 in Bitburg und Bad Köstritz standen für die Belegschaft in

der Produktion zum Beispiel „Erste Hilfe“, „Anlagenfreigabe“ und „Hochdruckreinigung“ sowie Hygiene- und Gabelstaplerunterweisungen auf dem ganztägigen Stundenplan. An jeder Station wurden die Mitarbeiter darin trainiert, mögliche Gefahren zu erkennen und richtig zu reagieren.

Darüber hinaus durchlaufen die Sicherheitsbeauftragten der Braugruppe alle zwei Jahre interne Arbeitssicherheitsseminare, um über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden zu bleiben. Auch die regelmäßige Teilnahme am Fortbildungsangebot der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel- und Gastgewerbe sind für die Sicherheitsbeauftragten obligatorisch.

2012 gab es braugruppenweit 25 meldepflichtige Arbeitsunfälle. Das entspricht einer Arbeitsunfallquote von 18,7. Damit liegt die Bitburger Braugruppe unter dem Durchschnitt aller deutschen Brauereien, die bei der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe gemeldet sind. Dieser lag im Jahr 2012 bei 38,2. Auch wenn die Unfallquote in einem produzierenden Gewerbe tendenziell immer etwas höher ausfällt, wird die Bitburger Braugruppe im Rahmen intensiver Schulungen und Trainings auch künftig alles dafür tun, ihren Beschäftigten einen sicheren Arbeitsplatz zu bieten und ihrer Verantwortung im Bereich Arbeitssicherheit gerecht zu werden. Die vergangenen Jahre zeigen bereits eine sehr positive Entwicklung: Seit 2008 konnte die Zahl der meldepflichtigen betrieblichen Unfälle braugruppenweit um rund 40 Prozent gesenkt werden.

1.000-Mann-Quote der Bitburger Braugruppe 2008 – 2012



Familienfreundlichkeit und Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Bitburger Braugruppe beschäftigt Mitarbeiter, die sich in unterschiedlichsten Lebensphasen befinden. Die Eltern unter den Beschäftigten benötigen ausreichend Zeit für ihre Kinder. Andere stehen vor der Herausforderung, sich um pflegebedürftige Angehörige zu kümmern. Die Bitburger Braugruppe will ihre Angestellten mit verschiedenen Angeboten dabei unterstützen, ihren Beruf und die Anforderungen des Privatlebens besser in Einklang zu bringen. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist aus Sicht des Unternehmens zentrale Voraussetzung dafür, dass langfristig gut ausgebildete und motivierte Beschäftigte zur Verfügung stehen.

Flexible Arbeitszeitmodelle

Daher bietet die Bitburger Braugruppe zahlreiche Möglichkeiten familiengerechter Arbeitszeitgestaltung an. Dazu zählen ein breites Spektrum an individuellen Teilzeitleösungen, das Arbeiten im Home-Office und Flexibilität im Rahmen der Vertrauensarbeitszeit.

Sollten familiäre Notsituationen entstehen, wie zum Beispiel die schwere Erkrankung eines Familienmitglieds, erhalten Mitarbeiter kurzfristig einen Zugang ins Firmennetzwerk und können von zu Hause aus ihre beruflichen Aufgaben erfüllen.

Caritas-Familienservice

Nicht alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit, in unvorhergesehenen Situationen kurzfristig die Betreuung ihrer Kinder oder pflegebedürftiger Angehöriger sicherzustellen. So kann zum Beispiel bei Alleinerziehenden schon der Ausfall der Tagesmutter oder ein mehrtägiger Geschäftstermin zu einem Problem werden. Die Bitburger Brauerei bietet ihren Mitarbeitern deshalb in

Zusammenarbeit mit dem Caritas-Familienservice eine Notfallbetreuung. Das Angebot umfasst unter anderem die Betreuung von Familien während einer Dienstreise oder Fortbildung, die Pflege von kranken Kindern oder die notfallmäßige Versorgung von Angehörigen durch ausgebildete, staatlich anerkannte Familienpfleger, Erzieher oder Hauswirtschaftler.

Ferienbetreuung

Gerade die sechswöchigen Sommerferien stellen berufstätige Eltern vor die Frage, wie sie ihre Kinder in dieser Zeit bestmöglich betreuen. Am Standort Bitburg können deshalb Mitarbeiterkinder zwischen sechs und 14 Jahren am „Bit Kids-Ferienprogramm“ teilnehmen. In Kooperation mit regionalen Freizeit Anbietern veranstaltet die Brauerei ein vielseitiges, ganztägiges Ferienprogramm. Das Angebot reicht von Fußball-, Basketball- und Funcamps über Golf-Schnupperkurse bis hin zur Zirkusschule. Rund 60 Kinder und Jugendliche nehmen das Angebot jedes Jahr wahr.



Auf geht's: erlebnisreiche Tage beim Bit Kids-Ferienprogramm



→ PRODUKT & VERANTWORTUNG

FREIE FAHRT MIT ALKOHOLFREI

Die Mehrheit der Verbraucher genießt Bier in einem verantwortungsvollen Maß. Dennoch ist Alkoholmissbrauch ein gesellschaftliches Problem. Als Produzent von alkoholhaltigen Getränken sieht sich die Bitburger Braugruppe in der Pflicht, ihre Produkte umsichtig zu vermarkten. Prävention geht darüber hinaus und ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Deshalb setzt sich die Braugruppe nicht allein, sondern gemeinsam mit Gastronomen und anderen Partnern insbesondere für die Einhaltung des Jugendschutzes sowie für Nüchternheit im Straßenverkehr ein.





Biergenuss braucht Verantwortung

Viele Menschen in Deutschland sind in einer Zeit groß geworden, in der Bier quasi als Grundnahrungsmittel galt. Die Bitburger Braugruppe setzt sich dafür ein, Brautradition und Biergenuss als festen Bestandteil der Trinkkultur weiter zu pflegen und zu entwickeln. Dabei ist jedoch unbestritten, dass dies heute nur noch mit einem klaren Bekenntnis für einen maß- und verantwortungsvollen Bierkonsum einhergehen kann. Als Produzent alkoholhaltiger Getränke betrachtet es die Bitburger Braugruppe als eines ihrer wichtigsten Handlungsfelder, sich gemeinsam mit Politik, Handel, Gastronomiepartnern und Nichtregierungsorganisationen für einen umsichtigen Genuss und eine verantwortungsvolle Vermarktung ihrer Produkte einzusetzen.

Die öffentliche Debatte über die Reduzierung von missbräuchlichem Alkoholkonsum ist seit Jahren in vollem Gang. Obwohl Brauereien seltener im Fokus der medialen Kritik stehen, sucht die Bitburger Braugruppe aktiv den Dialog mit ihren Anspruchsgruppen. Die Ergebnisse der Stakeholderbefragung 2012/2013 bestärken das Unternehmen darin, die Förderung von verantwortungsbewusstem Alkoholkonsum als ein zentrales Handlungsfeld zu betrachten. Zudem zeigt die Befragung, dass die Braugruppe als einer der größten deutschen Bierhersteller – gemeinsam mit Partnern aus Politik, Handel, Gastronomie und Verbänden – einen wirksamen und nachhaltigen Beitrag im Bereich der Missbrauchsprävention leisten kann.

Dieser Forderung will die Bitburger Braugruppe konsequent nachkommen. Seit 2012 hat das Unternehmen sein nichtalkoholisches Produktportfolio fortlaufend ausgebaut und bietet den Konsumenten heute vielfältige Alternativen zum Bier an. Die Herausforderung für die Bitburger Braugruppe besteht künftig darin, ihren alkoholfreien Produkten im Rahmen ihrer Werbe-, Sponsoring- und Vertriebsaktivitäten mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen – insbesondere dort, wo Kinder und Jugendliche mit ihnen in Kontakt kommen können.

Darüber hinaus arbeitet die Bitburger Braugruppe weiter daran, die Sichtbarkeit und Wirksamkeit ihrer Maßnahmen im Handlungsfeld „Produkt & Verantwortung“ innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu erhöhen und tiefer zu verankern.

Verantwortungsvolle Vermarktung

Als Produzent alkoholhaltiger Getränke erkennt die Bitburger Braugruppe ihre Verpflichtung an, kommerzielle Werbemaßnahmen so zu gestalten, dass ausschließlich maßvoller Alkoholkonsum gefördert wird. Aus dieser Verantwortung heraus wurde im Jahr 2008 ein eigener Kodex entwickelt.

Der Kodex „Besondere Verantwortung als Bierproduzent“ regelt, welche Werbebotschaften und Zielgruppen für die alkoholhaltigen Produkte der Braugruppe tabu sind – und gibt damit einen grundlegenden Handlungsrahmen für die Marketingaktivitäten vor.



Vorbilder: Auch die deutsche Fußball-Nationalmannschaft setzt auf alkoholfreien Genuss

Die zentralen Botschaften des Kodex lauten:

- Die Bitburger Braugruppe lehnt maßlosen und exzessiven Alkoholkonsum grundsätzlich ab.
- Kinder und Jugendliche unter dem gesetzlichen Mindestalter für Bierkonsum sind keine Kunden.
- Auch geringer Alkoholkonsum kann in bestimmten (Lebens-)Situationen Risiken bergen, z. B. für Schwangere oder beim Führen von Fahrzeugen und Maschinen.
- Assoziationen, nach denen Alkohol sportlichen, sexuellen oder beruflichen Erfolg fördert, sind unzulässig.

Die Einhaltung des Kodex ist für die Mitarbeiter sowie die Dienstleister der Bitburger Braugruppe verbindlich.

Die Bitburger Braugruppe hat es sich zum Ziel gesetzt, den **Kodex „Besondere Verantwortung als Bierproduzent“** bis Ende 2014 umfänglich zu prüfen und zu überarbeiten. Um die Inhalte so umfassend und eindeutig wie möglich auf die Ebene des täglichen Arbeitens anwendbar zu machen, sollen zusätzliche Richtlinien für Veranstaltungen, Promotions, Sponsorings, Werbung und PR erarbeitet werden. Dabei gilt es insbesondere auch den Umgang mit neuen Kommunikationskanälen wie Social Media zu berücksichtigen. Im Rahmen der Weiterentwicklung sollen die Richtlinien gemeinsam mit Mitarbeitern unterschiedlicher Abteilungen für den Alltag handhabbar gemacht und mit konkreten Praxisbeispielen und Orientierungshilfen hinterlegt werden.

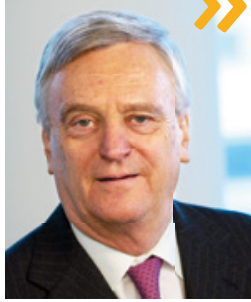
Bis Ende 2015 setzt das Unternehmen zudem ein umfassendes, den Kodex betreffendes **Schulungsprogramm** um. Dies soll nachprüfbar sicherstellen, dass die Mitarbeiter sowie alle Dienstleister den Kodex einhalten.

→ ZIEL BIS ENDE 2014:

Der Kodex „Besondere Verantwortung als Bierproduzent“ ist geprüft und überarbeitet.

→ ZIEL BIS ENDE 2015:

Ein umfassendes Schulungsprogramm für alle Mitarbeiter ist eingeführt, um die Einhaltung des Kodex sicherzustellen.



Gastronomen benötigen insbesondere beim Thema Jugendschutz Unterstützung seitens der Hersteller. Es ist die gemeinsame Aufgabe von Verband und Herstellern, Präventionsmaßnahmen anzubieten, die authentisch und ehrlich auf die Anforderungen von uns Gastronomie-Partnern und die Bedürfnisse gefährdeter Zielgruppen eingehen.

Ernst Fischer, Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands e.V. (DEHOGA Bundesverband)

Freiwillige Vorprüfung von Werbemaßnahmen

Eine zusätzliche Kontrolle aller kommerziellen TV-Werbekampagnen bietet die freiwillige Vorprüfung durch den Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW). Seit 2009 lässt die Braugruppe ihre Werbemaßnahmen vom ZAW gutachterlich vorbereiten. Der ZAW prüft die Kampagnen auf die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und der vom Deutschen Werberat festgelegten selbstregulativen Standards. Die Werbemaßnahmen werden vom ZAW entweder ohne Beanstandung freigegeben oder müssen vor ihrer Schaltung noch einmal überarbeitet werden.

Leitfaden für Gastronomen

Die Bitburger Braugruppe möchte verhindern, dass ihre alkoholhaltigen Produkte an Kinder und Jugendliche verkauft oder ausgetauscht werden. Beim Thema „Aktiver Jugendschutz“ spielen insbesondere Gastronomen und Servicemitarbeiter eine Schlüsselrolle. Je verantwortungsvoller sie als Gastgeber agieren und je umsichtiger sie Alkohol ausgeben, desto besser kann missbräuchlichem Konsum vorgebeugt werden. Dabei ist der Braugruppe bewusst, dass es eine tägliche Herausforderung für ihre Gastronomiepartner bedeutet, Umsicht im Ausschank walten zu lassen.

Um Gastronomiebetriebe bei der konsequenten Umsetzung des Jugendschutzgesetzes zu unterstützen, hat die Bitburger Braugruppe den Leitfaden „Aktiver Jugendschutz in der Gastronomie“ entwickelt. Die Broschüre beinhaltet nicht nur Erläuterungen zu den gesetzlichen Vorgaben, sondern sie gibt auch praktische Hilfestellungen für einen verantwortungsvollen Service. 2008 wurde der Leitfaden an rund 70.000 Gastronomiepartner der Bitburger Braugruppe versendet. Seitdem ist dieser auch online verfügbar unter www.bitburger-braugruppe.de/verantwortung/alkohol/.

Bis Ende 2014 wird die Bitburger Braugruppe ihren **Gastronomie-Leitfaden** auf Basis des überarbeiteten Vermarktungskodex überarbeiten und weiterentwickeln.

ZIEL BIS ENDE 2014:

Der Leitfaden „Aktiver Jugendschutz in der Gastronomie“ ist weiterentwickelt.



Verkehrssicherheit

2012 starb in Deutschland jeder elfte Verkehrstote an den Folgen eines alkoholbedingten Unfalls. Mehr als 338 Verkehrsteilnehmer wurden durch Alkohol am Steuer getötet und 18.983 Personen verletzt. Laut Statistischem Bundesamt sind junge Erwachsene zwischen 18 und 24 Jahren weiterhin die gefährdetste Gruppe im Straßenverkehr und tragen das größte Sterberisiko.

Die Aktion „BOB – nüchtern ist cool“ setzt sich für Nüchternheit im Straßenverkehr ein und sensibilisiert junge Partygänger für die Risiken von Alkohol am Steuer. Initiiert wird die Aktion bundesweit von Polizeipräsidenten. Um möglichst viele Nachtschwärmer zu erreichen, baut die Initiative auf eine Allianz aus Polizei, Gastronomen, Schulen, Fahrschulen und Unternehmen. Alle Beteiligten wirken gemeinsam darauf hin, die Bekanntheit von BOB in ihrer Region zu steigern und neue Aktionspartner zu gewinnen.

Der Begriff BOB bezeichnet diejenigen, die auf einer Party bewusst auf Alkohol verzichten, um ihre Freunde sicher nach Hause zu fahren. Diese Fahrer werden für ihr verantwortungsbewusstes Handeln belohnt. Auf Festen, Veranstaltungen und in allen Gaststätten, Diskotheken und Bars, die sich an der Aktion beteiligen, erhalten sie kostenlose oder ermäßigte alkoholfreie Getränke. Mit einem gelben BOB-Schlüsselanhänger gibt sich der Fahrer gegenüber dem Thekenpersonal zu erkennen. Den Anhänger gibt es kostenlos bei der Polizei, Sponsoren und Gastronomiepartnern.

Das Konzept von „BOB – nüchtern ist cool“ stammt aus Belgien, wo es seit 1995 sehr erfolgreich läuft. Etwa 96 Prozent der belgischen Bevölkerung kennen die Aktion und über 50 Prozent sind bereits einmal BOB gewesen. In Deutschland startete die Initiative 2009 mit BOB-Mittelhessen. Inzwischen gibt es weitere BOB-Aktionen in Bayern, Rheinland-Pfalz, Saarland und Thüringen.

Die Licher Privatbrauerei unterstützt BOB seit 2009 mit jährlich 5.000 Euro. Auch die Bitburger Brauerei ist mit ihren alkoholfreien Produkten seit 2011 Partner und fördert BOB Trier derzeit mit einer Halloween-party pro Jahr. 2012 klärte die Brauerei auf einer Halloween-party mit 3.000 Gästen über die Gefahren von Alkohol im Straßenverkehr auf. Zudem konnten sich die Gäste direkt vor Ort als BOB registrieren und erhielten im Gegenzug Gutscheine über drei alkoholfreie Getränke von Bitburger.

Eine Studie im Auftrag des Polizeipräsidenten Trier hat 2012 ergeben, dass bereits 72 Prozent der Schüler in der Region „BOB – nüchtern ist cool“ kennen. 83 Prozent der Befragten gaben an, dass sie Autofahren unter Alkoholeinfluss strikt ablehnen. Die Untersuchung wurde vom Landesinstitut für Präventives Handeln Saarland durchgeführt. Befragt wurden 1.000 Schüler. Das Durchschnittsalter lag bei 17 Jahren, was der Kernzielgruppe von BOB entspricht. Ein erster Erfolg für die Initiatoren und Partner der Aktion, der sie darin bestärkt, sich auch weiterhin für Nüchternheit am Steuer einzusetzen.

Neue Präventionsmaßnahme

Mittelfristig verfolgt die Bitburger Braugruppe das Anliegen, ihr Engagement im Bereich der Missbrauchsprävention weiter auszubauen. Gemeinsam mit bestehenden Partnern sowie Experten aus Politik und Gesellschaft will das Unternehmen bis Ende 2015 analysieren, in welchem Bereich und in welcher Form eine solche Maßnahme die größte Wirksamkeit entfalten kann. Ziel ist es, eine **Präventionsinitiative für das gesamte Unternehmen** zu etablieren, die nachhaltig für die Risiken von übermäßigem Alkoholkonsum sensibilisiert und konkrete Handlungsalternativen aufzeigt.

→ ZIEL BIS ENDE 2017:

Für die gesamte Braugruppe ist eine Präventionsinitiative etabliert.





→ ENGAGEMENT & REGION

AUF GUTE NACHBARSCHAFT

Als Verbund von Traditionsbrauereien ist Erfolg für die Bitburger Braugruppe untrennbar mit gesellschaftlicher Verantwortung verbunden. Dabei stehen soziale Aktivitäten, Umweltschutz sowie die Förderung von Sport und Kultur im Mittelpunkt des Engagements. Den Heimatregionen ihrer Marken fühlt sich die Bitburger Braugruppe in besonderem Maße verpflichtet. Denn in Bad Köstritz, Bitburg, Duisburg, Lich und Wernesgrün erfüllt das Unternehmen eine wichtige Rolle als wirtschaftlicher Motor, Arbeitgeber und Identifikationssymbol.





Gesellschaftliche Verantwortung übernehmen

Die Produkte der Bitburger Braugruppe bringen Menschen zusammen, beispielsweise in der Gastronomie, im Privaten oder im Verein. Denn Bier verbindet – auf der ganzen Welt, über alle gesellschaftlichen Gruppen und Generationen hinweg. Bier steht mehr als jedes andere Getränk für Gastfreundschaft und Geselligkeit, Gemütlichkeit und Genuss. Darüber hinaus ist das Familienunternehmen mit seinen Brauereien in Bad Köstritz, Bitburg, Duisburg, Lich und Wernesgrün seit Generationen tief mit den Menschen in den jeweiligen Heimatregionen verbunden. Dementsprechend findet das bürgerschaftliche Engagement der Bitburger Braugruppe schwerpunktmäßig im sozialen und kulturellen Bereich statt. Die gelebte Verantwortung des Unternehmens richtet sich auch auf den Schutz und die Bewahrung der Natur und ihrer Ressourcen, denn nur erstklassige Rohstoffe ergeben auch hervorragende Produkte. Nachfolgend sind einige Beispiele dargestellt:

TAT – Trier Aktiv im Team

Die Bitburger Brauerei gehört zu den Gründungsmitgliedern von „TAT – Trier Aktiv im Team“. Im Rahmen dieser Initiative gehen gemeinnützige Einrichtungen und Unternehmen aus der Region Trier eine Partnerschaft ein, um gemeinsam soziale, kulturelle, wissenschaftliche oder ökologische Projekte zu realisieren. Der persönliche Einsatz und die Arbeit im Team stehen dabei im Vordergrund.

Seit 2008 engagieren sich am Standort Bitburg jedes Jahr zahlreiche motivierte Mitarbeiter für diese Aktion. 2012 hat das Bitburger Team für den Verein Schammatdorf einen Kiosk und einen Gemeinschaftsplatz renoviert. Schammatdorf e.V. initiiert Wohnprojekte, die Menschen mit körperlichen oder seelischen Beeinträchtigungen dabei helfen, ihren Alltag besser zu bewältigen.

Dr.-Hanns-Simon-Stiftung/Haus Beda

1968 gründete der Brauereibesitzer Dr. Hanns Simon, Vertreter der fünften Familiengeneration, die gleichnamige Stiftung, um das kulturelle Leben seiner Heimatstadt Bitburg zu fördern. Das Herzstück der Stiftung bildet das 1976 in Bitburg eröffnete Haus Beda, das als „Kulturhaus für jedermann“ offen steht.

Sauberhafter Geschäftstag

Auch am Standort Lich machen sich die Mitarbeiter für ihre Region stark. Sie engagieren sich beispielsweise für den „Sauberhaften Geschäftstag“ – eine Umweltkampagne der Hessischen Landesregierung. Am Aktionstag werden Städte und Gemeinden in Hessen von achtlos weggeworfenen Abfällen befreit. 2012 war das Team der Licher Privatbrauerei zum ersten Mal dabei und hat rund um das Brauereigelände sowie am Ufer der Wetter Müll und Unrat eingesammelt.

Trier Aktiv im Team: 2008 haben Mitarbeiter der Bitburger Brauerei ein Baumhaus für die Kinder der Villa Kunterbunt, ein Nachsorgezentrum für krebs-, chronisch und schwerstkranken Kinder und deren Familien in der Region Trier, geplant und gebaut





Um die Wirksamkeit unserer Engagements zu erhöhen, ist die strategische Ausrichtung der Aktivitäten ein wichtiger nächster Schritt. Deshalb wollen wir bis Ende 2014 eine Strategie vorlegen, die das über Jahre gewachsene bürgerschaftliche Engagement systematisch bündelt, nach spezifischen Zielsetzungen ausrichtet und die Wirkung, Mess- und Steuerbarkeit erhöht. Zudem sollen standortübergreifende Prozesse und Auswahlkriterien definiert werden, die dazu beitragen, eine klare Linie zwischen gesellschaftlichem Engagement und Sponsoring-Aktivitäten zu ziehen.

Dr. Werner Wolf, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Bitburger Braugruppe und Sprecher der Geschäftsführung



Fotopreis „Mensch und Natur“

Das Thema Umwelt steht auch im Mittelpunkt des Licher Fotopreises „Mensch und Natur“. Im Juni 2013 rief die Brauerei Amateur- und Profifotografen bereits zum 19. Mal zur Teilnahme an dem Fotowettbewerb auf. Prämiiert werden vier Aufnahmen, die gleichermaßen durch ihre inhaltliche und künstlerische Aussage sowie in der verwendeten Aufnahmetechnik überzeugen. Sichtung und Bewertung der Fotos übernimmt eine fünfköpfige Jury unter dem Vorsitz von Günter Osterloh, dem ehemaligen Leiter der Leica Akademie.

Seit 1995 ist die Resonanz auf den Wettbewerb ungebrochen. Allein im Jahr 2012 nahmen fast 500 Fotografen aus Deutschland, Europa und sogar den USA am Fotopreis teil und die Jury sichtete fast 1.200 Aufnahmen.

Tour der Hoffnung

Darüber hinaus ist die Licher Privatbrauerei offizieller Partner der „Tour der Hoffnung“, die seit 1983 Geld zur Erforschung neuer Behandlungskonzepte für krebskranke Kinder sammelt. Das Unternehmen fördert die Benefiztour, bei der Prominente aus Sport, Wirtschaft und Gesellschaft mit dem Rad für den guten Zweck unterwegs sind, bereits seit neun Jahren mit Geldspenden und unterstützt zudem das Rahmenprogramm der Veranstaltung. 2013 zählte zum Beispiel Henry Maske zu den Teilnehmern. Regelmäßig begleiten auch Mitarbeiter die Tour der Hoffnung und treten zugunsten der schwerstkranken Kinder in die Pedale.

Weiterentwicklung des bürgerschaftlichen Engagements

Die Bitburger Braugruppe möchte mit ihrem **bürgerschaftlichen Engagement** einen langfristigen Beitrag leisten, um die sozialen, kulturellen und ökologischen Lebensbedingungen für die Menschen im Umfeld ihrer Brauereien nachhaltig zu sichern und zu verbessern. Vor allem möchte das Unternehmen seinen Mitarbeitern und den Menschen in der Region die Möglichkeit geben, selbst aktiv zu werden, um ihr Lebensumfeld gemeinsam positiv zu entwickeln.



Weg mit dem Dreck: Die Mitarbeiter der Licher Privatbrauerei setzen sich für eine saubere Umwelt ein

→ ZIEL BIS ENDE 2014:

Eine Strategie, die das bürgerschaftliche Engagement der Braugruppe systematisch bündelt, liegt vor.

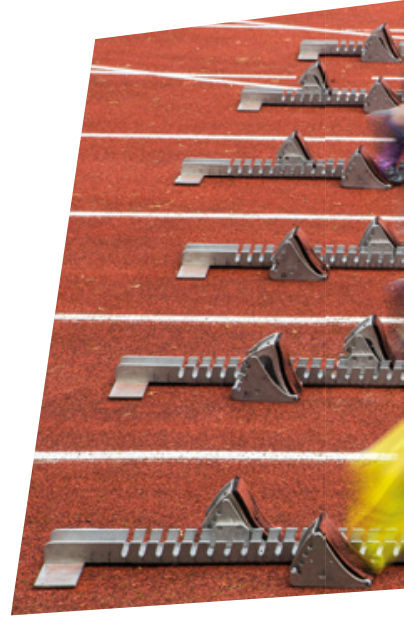




Starker Partner des Sports

Gemeinschaft und Leidenschaft sind zwei Werte, die zentral für den Sport und für die Marken der Bitburger Braugruppe sind. Es ist dieses Wertefundament, auf dem die enge Verbundenheit zum Breiten- und Spitzensport in den jeweiligen Regionen gewachsen ist. In den vergangenen 20 Jahren hat das Unternehmen seine Sportförderung zunehmend professionalisiert. Heute ist sie wichtiger Bestandteil des Marketingmixes und der Vermarktung der Premium-Marken. Dabei ist es jedoch nach wie vor erklärtes Ziel der Braugruppe, im Rahmen ihrer Sponsoring-Strategie vor allem den Sport an der Basis zu unterstützen.

Die Brauereien der Bitburger Braugruppe fördern Vereine, Verbände, Sportveranstaltungen, Fangemeinden und Mannschaften als langfristige Begleiter. Kontinuität und Verlässlichkeit sind die wichtigsten Grundsätze bei allen Aktivitäten. Zahlreiche Partnerschaften bestehen bereits seit Jahrzehnten.



Sportvereine in Deutschland

In Deutschland gibt es etwa 91.000 Sportvereine, in denen aktuell rund 28 Millionen Menschen aktiv sind.* Allein der Deutsche Fußball-Bund (DFB) – der größte Sportverband weltweit – zählt ungefähr 25.000 Vereine mit 6,8 Millionen Mitgliedern, die rund 165.000 Mannschaften bilden.** Dabei leisten Vereine nicht nur einen unersetzlichen Beitrag zur Gesundheitsförderung. Sie übernehmen auch eine wichtige Gemeinwohlfunktion. Vereine ermöglichen ihren Mitgliedern geselliges Miteinander und Integration, tragen zur Repräsentation Deutschlands im Ausland bei und engagieren sich für verschiedenste gesellschaftliche Themen, wie beispiels-

weise die Nachwuchsförderung. Darüber hinaus vermittelt der Sport Werte wie Respekt, Fair Play und Toleranz. Und Vereine bringen die Sportler und Teams hervor, die ihre Spitzenleistungen Woche für Woche bei regionalen und nationalen Sportereignissen miteinander messen, damit Millionen Fans und Sportfreunde begeistern und als wichtige Vorbilder andere zum Sporttreiben anregen – bei dem Stadtmarathon, dem Freundschaftsspiel der regionalen Basketball-Mannschaft oder im DFB-Pokal-Finale.

In Zeiten knapper öffentlicher Kassen und sinkender Spendeneinnahmen wird die Finanzierung für viele



Die Marken der Bitburger Braugruppe sind starke Partner des Breiten- und Spitzensports. Damit positionieren wir sie in attraktiven Umfeldern und tragen gleichzeitig erheblich dazu bei, die sportkulturelle Vielfalt für die Menschen in unseren Heimatregionen zu erhalten.

Marco Boor, Direktor Sport- und Kulturmanagement der Bitburger Braugruppe



* Deutscher Olympischer Sportbund (2012): Bestandserhebung 2012

** Deutscher Fußball-Bund (2013): Mitglieder-Statistik 2013

*** Christoph Breuer/Svenja Feiler (2013): Sportentwicklungsbericht 2011/2012 – Analyse zur Situation der Sportvereine in Deutschland. Finanzielle Situation und ökonomische Bedeutung des Vereinssports

**** Fachverband für Sponsoring-Agenturen und Dienstleister e.V. (FASPO) (2013): Studie „Sponsor Visions 2012“



Vereine jedoch zu einem existenziellen Problem. Erschwerend kommt der demografische Wandel hinzu. Dieser führt dazu, dass sich deutlich weniger Menschen ehrenamtlich engagieren oder Mitgliedsbeiträge zahlen. Jeder fünfte Sportverein in Deutschland hat daher eine negative Einnahmen-Ausgaben-Rechnung. Das heißt, rund 20 Prozent aller Sportvereine in Deutschland benötigen finanzielle Unterstützung, um ihren laufenden Spielbetrieb sichern zu können.*** 2,8 Milliarden Euro haben Unternehmen in Deutschland 2012 in Sport-Sponsoring investiert.*** Die Förderung durch Unternehmen trägt somit maßgeblich dazu bei, den Amateur- und Profisport in Deutschland zu erhalten.*

Regionaler Einsatz für den Sport

An ihren fünf Standorten fördert die Bitburger Braugruppe sowohl den regionalen Profisport als auch den Amateursport auf Vereins- und Verbandsebene. Darüber hinaus unterstützen die Brauereien in ihren Heimatregionen zahlreiche Sportereignisse und Wettkämpfe. Zu den geförderten Sportarten gehören unter anderem Badminton, (Rollstuhl-)Basketball, Eishockey, Fußball, Handball, Laufsport, Leichtathletik und Skispringen. Allein im Jahr 2012 hat die Bitburger Braugruppe 95 Sportvereine, 25 Verbände und 53 Sportereignisse unterstützt.

Fußball-Förderung wird großgeschrieben

Einer der aktivsten Sportsponsoren der Branche ist Bitburger. Die Brauerei engagiert sich hier traditionell sowohl auf nationaler wie auch auf regionaler Ebene – und das im Breiten- als auch im Spitzensport. Dabei konzentriert sich das Unternehmen vor allem auf den Mannschaftssport. Denn hier kommen Menschen zusammen, werden gemeinsam aktiv und teilen besondere Momente miteinander – und das über die reine sportliche Aktivität hinaus.

In der Heimatregion unterstützt Bitburger eine große Bandbreite an Sportarten – von den Handballerinnen des DJK/MJC Trier über Laufserien wie den Bitburger Läufercup bis hin zu den Badminton Open in Saarbrücken. Der klare Fokus der Marke liegt jedoch auf dem Lieblingssport der Deutschen: Fußball. Im Mittelpunkt steht dabei die seit 1992 bestehende Partnerschaft mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) und der deutschen Fußball-Nationalmannschaft. Darüber hinaus unterstützt die

Traditionsbrauerei aktuell mit Bayer 04 Leverkusen, Borussia Mönchengladbach, 1899 Hoffenheim, dem FSV Mainz 05 und dem 1. FC Köln gleich fünf Vereine aus der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga.

Auch auf Verbandsebene fördert Bitburger den Fußball. Bereits seit 1997 pflegt die Brauerei eine Partnerschaft mit dem Fußballverband (FV) Rheinland. Im Jahr 2008 wurde das Engagement weiter ausgebaut: Seither ist Bitburger Partner des Südwestdeutschen FV. Zudem gehören auch der FV Mittelrhein und der Württembergische FV dazu. Hauptbestandteil der Partnerschaften ist das Titelsponsoring der Verbandspokale, deren Sieger jeweils an der ersten Runde des DFB-Pokals teilnehmen. Durch die professionelle Zusammenarbeit auf Verbandsebene haben nicht nur die Landespokale an Medien- und Zuschauerinteresse gewonnen, auch auf Bezirks- und Kreisebene unterstützt Bitburger zahlreiche Pokalturniere und Veranstaltungen.



Einsatz für das kulturelle Leben an den Standorten



© Isabel Schiffler

Neben dem Sport ist die Bitburger Braugruppe auch fest im kulturellen Leben der Unternehmensstandorte verwurzelt. Das Unternehmen trägt dazu bei, den Mitarbeitern ebenso wie ihren Familien, Nachbarn sowie allen Menschen in der Region ein Lebensumfeld zu gestalten, das Abwechslung und Unterhaltung bietet. Deshalb unterstützt die Braugruppe Veranstaltungen und Vereine, die Menschen zusammenbringen und Freude bereiten.

Bitburger Marken-Erlebniswelt

Seit ihrer Eröffnung im Jahr 2009 ist die Bitburger Marken-Erlebniswelt ein attraktives Ausflugsziel und belebt den Tourismus in der Region. Unter dem Motto „Bitburger mit allen Sinnen erleben“ können die Besucher Bitburger hautnah und in allen Details erfahren. Hier treffen sich die Fans der Marke auf ein frisch gezapftes Bitburger Premium Pils.

Vielfältiges kulturelles Engagement

Vom Stadttheater und Open-Air-Kino über Jazzfestivals und Musikvereine bis hin zu Volksfesten und Clubs für Schmalspur-Eisenbahnfans: Als zuverlässiger und langjähriger Partner zahlreicher Veranstaltungen und Organisationen fördert das Unternehmen eine Vielfalt an kulturellen Angeboten in Bad Köstritz, Bitburg, Duisburg, Lich, Wernesgrün und der jeweiligen Umgebung.

Für einige Marken ist die Kultur- und Eventförderung zudem ein bedeutendes Marketinginstrument.

Der Fokus der Kulturförderung liegt ganz bewusst auf den kleinen Veranstaltungen in direkter Nachbarschaft der fünf Unternehmensstandorte. Denn sie tragen mehr als jedes nationale Großereignis dazu bei, ein lebenswertes Umfeld für die Menschen in der Region zu schaffen. 2012 hat die Braugruppe rund 60 regionale Kulturereignisse und -vereine gesponsert.

Beispielhaft sind folgende Engagements zu nennen: Seit über zwei Jahrzehnten ist Bitburger Partner des Trierer Stadttheaters und unterstützt einzelne Veranstaltungsreihen sowie zahlreiche Premieren. Darüber hinaus fördert Bitburger das Mosel Musikfestival, das sich zu einem besonderen Kulturhighlight in der Region entwickelt hat.

Die Marke König Pilsener unterstützt zahlreiche Sommerkinovorführungen in Duisburg und Krefeld. Zudem ist die Marke Namensgeber und Sponsor der König-Pilsener-Arena in Oberhausen und des König-Palasts in Krefeld – zwei Multifunktionsarenen für Sport-, Musik- und Unterhaltungsereignisse. Auch mit dem Show- und Musicalveranstalter Stage Entertainment pflegt König Pilsener eine enge Partnerschaft.

Köstritzer fördert seit genau zehn Jahren das Köstritzer Spiegelzelt, ein Festival mit Musik, Schauspiel und Kabarett. Seit 2006 sponsert die Marke außerdem den renommierten Musikpreis ECHO.

Im sächsischen Vogtland hat sich der Wernesgrüner Brauerei-Gutshof als kultureller Mittelpunkt etabliert.

Stars wie Peter Maffay und Nena sind hier aufgetreten. Neben Rock-, Pop- oder Country-Konzerten finden im Gutshof auch Kabarett-Vorstellungen und verschiedene Ausstellungen statt.

Auch die Marke Licher unterstützt zahlreiche Kulturereignisse, wie beispielsweise das Musikfestival „Kulturzeit Kassel“. Ebenso engagiert sich Licher in besonderer Weise für das Kino Traumstern, das kulturelle Zentrum der Stadt Lich, das im Jahr 2012 mit dem deutschen Kinoprogramm- und Verleihpreis ausgezeichnet wurde.

Persönliches Engagement für Mensch, Umwelt und Region

Die Bitburger Braugruppe will die Zukunft aktiv gestalten und einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Entwicklung ihres Umfeldes leisten. Daher engagieren sich Geschäftsführung ebenso wie Mitarbeiter der Braugruppe in vielfältigen ehrenamtlichen Funktionen auch außerhalb des Unternehmens. Von Bundesgremien über Landesverbände bis hin zu regionalen Ausschüssen sind die Mitarbeiter an allen Standorten in zahlreichen branchenrelevanten Arbeitskreisen vertreten.

Mit ihren Engagements in den Bereichen Rohstoffe, Technik, Forschung und Logistik setzen sie sich unter anderem für den Erhalt und die Weiterentwicklung der im Unternehmen verwendeten Rohstoffe ein. Die Mitarbeit im Deutschen Brauer-Bund e.V., im Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V., in der Gesellschaft für Hopfenforschung Hüll e.V. oder in der Versuchs- und Lehranstalt für Brauerei in Berlin (VLB) e.V. sind nur einige Beispiele dafür, dass sich die Mitarbeiter zudem aktiv an der Lösung wissenschaftlicher oder wirtschaftlicher Fragestellungen beteiligen.

Mit großem Einsatz widmen sich die Mitarbeiter ebenfalls Personal-, Aus- und Weiterbildungsthemen.

Ob in regionalen Industrie- und Handelskammern, Arbeitgeberverbänden, Gewerkschaften oder ehrenamtlichen Funktionen als Arbeitsrichter – die Mitarbeiter der Bitburger Braugruppe machen sich für ihre Branche und ihre Region stark. In Gremien wie der Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) e.V., der Arbeitgeberverbände und der Hochschulen fördern sie unter anderem die Zukunftssicherung von Arbeitsplätzen. Durch die Mitarbeit in Prüfungsausschüssen stellen sie außerdem die zukunftsorientierte Aus- und Weiterbildung von qualifiziertem und motiviertem Personal sicher.

Darüber hinaus unterstützen zahlreiche Mitarbeiter in verschiedenen Ehrenämtern die gemeinnützige Arbeit von Vereinen wie zum Beispiel dem Deutschen Roten Kreuz, der Freiwilligen Feuerwehr oder dem Sportverein und leisten damit einen sozialen Beitrag für die Gemeinschaft.



Ausblick und Dialog

Nachhaltige Veränderungen kann kein Unternehmen von heute auf morgen herbeiführen – und erst recht nicht im Alleingang. Aus Gesprächen mit Mitarbeitern, Kunden und Partnern aus Handel und Gastronomie sowie Vertretern von Politik und Organisationen hat die Bitburger Braugruppe bereits in den vergangenen Monaten wichtige Impulse für die Ausrichtung der Nachhaltigkeitsstrategie erhalten.

Das Unternehmen möchte den beschrittenen und in diesem Bericht ausführlich dargestellten Weg zu einer nachhaltigen Unternehmensführung im Austausch mit internen und externen Anspruchsgruppen weiterführen.

Die Kommunikation über Fortschritte und Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeit soll sich nicht auf die künftig alle zwei Jahre erscheinenden Nachhaltigkeitsberichte beschränken. Es ist geplant, eine regelmäßige, transparente und dialogorientierte Kommunikation über alle Kanäle der Bitburger Braugruppe zu führen. Ihre Meinungen und Anregungen zu diesem Bericht und zum Thema Nachhaltigkeit sind für die Bitburger Braugruppe von großem Interesse.

Bitte sprechen Sie uns an!



Bitburger Braugruppe GmbH
Sandra Beckmann
Direktion Kommunikationsmanagement
Telefon: +49 6561 14 2385
E-Mail: sandra.beckmann@bitburger-braugruppe.de



Bitburger Braugruppe GmbH
Katharina Dehnke
Kommunikationsmanagement
Telefon: +49 6561 14 2284
E-Mail: katharina.dehnke@bitburger-braugruppe.de

Impressum

HERAUSGEBER UND VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT

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

KONZEPT/REDAKTION

Bitburger Braugruppe GmbH, Bitburg
Klenk & Hoursch AG, Corporate Communications,
Frankfurt am Main

GESTALTUNG/PRODUKTION

Liebchen & Liebchen Kommunikation GmbH, Frankfurt am Main

DRUCK

Druckerei Lokay e. K., Reinheim

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die Erhebung und Verarbeitung der Daten und Fakten des vorliegenden Berichts sind mit größter Sorgfalt erfolgt. Alle genannten Kennzahlen wurde vor der Veröffentlichung durch das ZNU – Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung geprüft. Trotzdem können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden.

Alle zukunftsbezogenen Aussagen, die dieser Bericht enthält, basieren auf gegenwärtigen Annahmen und Prognosen. Auch wenn diese gewissenhaft erarbeitet wurden, können vielfältige, derzeit noch nicht absehbare Einflussgrößen zu Abweichungen führen, die im Allgemeinen außerhalb der Kontrolle der Bitburger Braugruppe liegen. Vorausblickende Darstellungen sind daher nicht als gesichert zu verstehen.

KONTAKT

Bitburger Braugruppe GmbH
Kommunikationsmanagement
Telefon: +49 6561 14-2284
E-Mail: katharina.dehnke@bitburger-braugruppe.de

BILDNACHWEISE

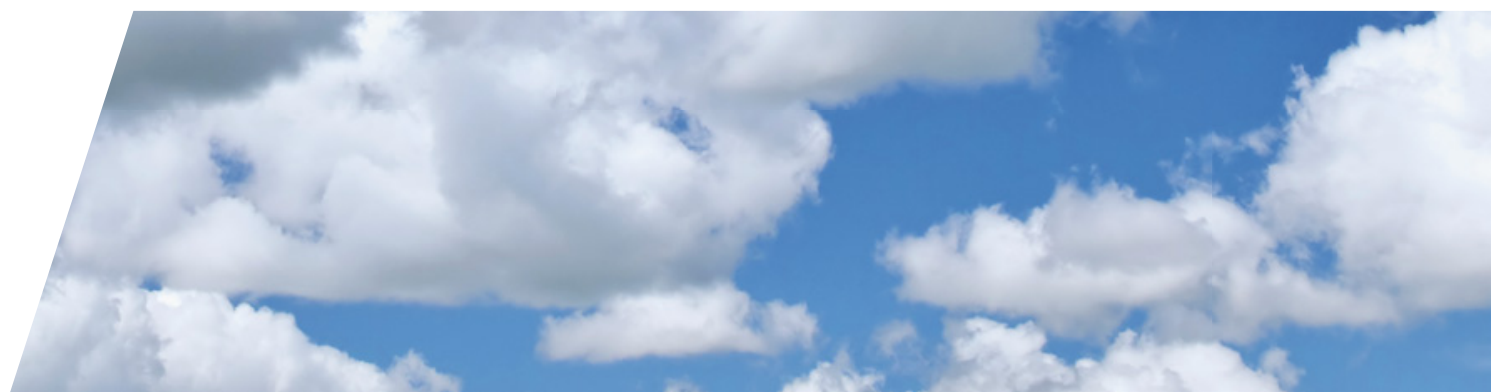
Nilz Böhme (S. 20, 24), Otmar Britz (S. 43), Funkbild (S. 12/13, 28, 37, 52), Tobias Gromatzki (S. 47), Tobias Lühe (S. 30), Jens Meisert (S. 4/5, 10/11, 14/15, 20, 23, 25, 30/31, 34/35, 36, 38/39, 41, 42, 44/45, 48/49, 53, 54, 58), Klaus Merz (S. 54), Rüdiger Nehmzow (S. 32/33), Pete Ruppert (S. 20), Isabel Schiffler (S. 56), Christian Schmid (S. 18/19, 27), Holger Teusch (S. 55), Jan Rasmus Voss (S. 6, 50/51), Martin Wagenhan (S. 24/25), Rolf K. Wegst (S. 53), Getty Images/sot (S. 20), Shutterstock (23, 54/55, 58/59)

Dieser CR-Bericht wurde klimaneutral produziert und ausgeliefert. Die entstandenen Treibhausgasemissionen wurden durch entsprechende Klimaschutzmaßnahmen vollständig kompensiert.

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier.

© 2013 Bitburger Braugruppe GmbH

Die teilweise oder vollständige Reproduktion der Grafiken, Bilder und Texte ist ohne Genehmigung der Bitburger Braugruppe GmbH nicht erlaubt.





Bitburger Braugruppe GmbH

Römermauer 3
54634 Bitburg

Telefon: 06561 14-0
Telefax: 06561 14-2289

www.bitburger-braugruppe.de

