



BITBURGER BRAUGRUPPE  
STARKE MARKEN

# AUS NÄHE WIRD ZUKUNFT

Die wichtigsten Daten und Fakten  
zum Bericht zur Nachhaltigkeit 2015



# VORWORT

---

## Sehr geehrte Leserinnen, sehr geehrte Leser,

als regional verwurzelttes Unternehmen wissen wir, wie bedeutend die Nähe zu Lieferanten, Kunden und Mitarbeitern für die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens ist. Dazu zählt die Verbundenheit mit den Menschen in unseren Heimatregionen, aber auch der Austausch und Dialog mit unseren Verbrauchern und langjährigen Gastronomiepartnern. Aus diesem Grund trägt unser zweiter Bericht zur Nachhaltigkeit den Titel „Aus Nähe wird Zukunft“. In den vergangenen zwei Jahren sind wir die Ziele angegangen, die wir uns 2013 in unserem ersten Bericht gesetzt haben. Wichtige Meilensteine sind erreicht. Wir haben sowohl in ressourcenschonende Anlagen, wie zum Beispiel unsere neue Abfüllanlage in Bitburg, als auch in die Ausbildung von Nachhaltigkeitsmanagern

an allen Standorten investiert. Durch eine umfassende Befragung der wichtigsten Stakeholder haben wir zudem sichergestellt, dass wir mit unseren Zielen und Maßnahmen den Erwartungen an eine nachhaltige Ausrichtung der Bitburger Braugruppe gerecht werden. Zudem wurde deutlich, dass sich viele Menschen noch mehr Dialog und Austausch wünschen. Beim Format unseres neuen Berichts haben wir uns daher für ein Online-Magazin entschieden, um diese wichtigen Themen verständlich und informativ darzustellen. Wir laden Sie herzlich dazu ein, unseren Weg mit Anregungen und Kritik zu begleiten. Zusätzlich zu unserem Online-Magazin haben wir die wichtigsten Daten und Fakten in gedruckter Form für Sie zusammengefasst.



### **Jan Niewodniczanski**

Geschäftsführer Technik  
der Bitburger Braugruppe GmbH

### **Dr. Werner Wolf**

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

### **Alfred Müller**

Geschäftsführer Finanzen und Verwaltung  
der Bitburger Braugruppe GmbH

### **Matthäus Niewodniczanski**

Geschäftsführer Unternehmensentwicklung  
und Corporate Control  
der Bitburger Braugruppe GmbH



## Nachhaltigkeit bei der Bitburger Braugruppe

Die Bitburger Braugruppe ist ein Familienunternehmen und wird heute in der siebten Generation geführt. Zur Braugruppe gehören die Marken Bitburger, König Pilsener, Köstritzer, Licher und Wernesgrüner sowie Kandi Malz. Außerdem besitzt das Unternehmen die Marken- und Vertriebsrechte für Königsbacher und Nette sowie die Vertriebsrechte für Benediktiner im Auftrag der Benediktiner Weißbräu GmbH. Die Bitburger Braugruppe zählt zu den führenden Braugruppen Deutschlands. Unternehmerischen Erfolg mit Engagement für Gesellschaft und Umwelt zu verbinden, ist dem Familienunternehmen seit jeher wichtig.

2011 haben wir beschlossen, das Thema Nachhaltigkeit mit modernen Managementmethoden anzugehen. Im Juni 2013 hat die Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe die Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Wir bündeln unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten in den Handlungsfeldern „Klima & Ressourcen“, „Arbeit & Zukunft“ und „Produkt & Verantwortung“. Das Kapitel „Engagement & Region“ zeigt ergänzend dazu die gesellschaftlichen Aktivitäten der Braugruppe. Ende 2013 haben wir unseren ersten Bericht zur Nachhaltigkeit veröffentlicht. Seither hat sich viel getan. Das zeigt sich beispielsweise an unseren ausgebildeten Nachhaltigkeitsmanagern an allen Standorten, am fortlaufenden Stakeholderdialog und im transparenten Umgang mit unseren Zielen und Maßnahmen.

» Im Nachhaltigkeitsmanagement geht es nicht nur darum, Produkte mit einem möglichst geringen Wasser- und Stromverbrauch herzustellen. Es geht auch darum, bei unseren Kolleginnen und Kollegen das Bewusstsein für die Auswirkungen unseres unternehmerischen Handelns zu schärfen. Deshalb übernehmen wir Verantwortung in sozialen und ökologischen Bereichen. Zugleich ist es wichtig, dieses Engagement mit wirtschaftlicher Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen. «

Stefan Kauß,  
Leiter Nachhaltigkeit  
und Sicherheit der  
Bitburger Braugruppe



### ZAHL DER MITARBEITER NACH STANDORTEN

(Stand: Oktober 2015)



**1.125\***

Bitburger Brauerei  
(Bitburg)



**227\*\***

König-Brauerei  
(Duisburg)



**163\*\***

Köstritzer  
Schwarzbierbrauerei  
(Bad Köstritz)



**174\*\***

Licher Privatbrauerei  
(Lich)



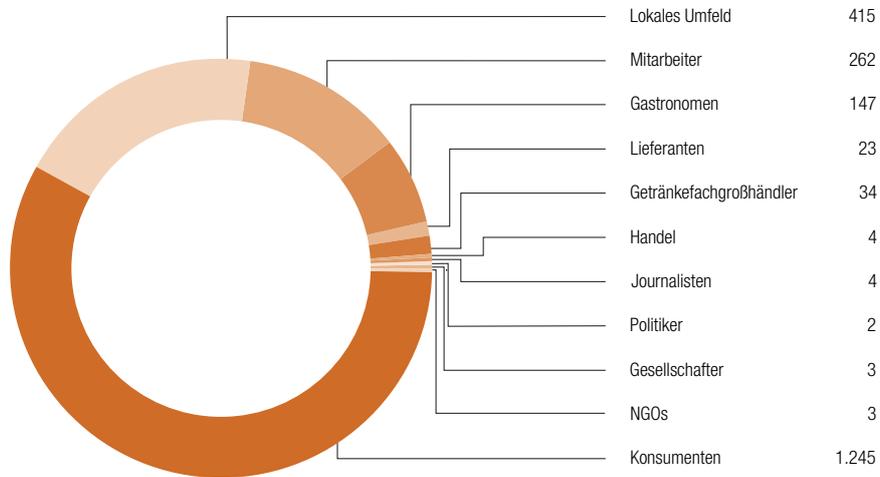
**133\*\***

Wernesgrüner Brauerei  
(Wernesgrün)

\* Mitarbeiter der Bitburger Braugruppe am Standort Bitburg und gemeinsamer Außendienst  
\*\* Mitarbeiter der Brauerei und Mitarbeiter der Bitburger Braugruppe am jeweiligen Standort

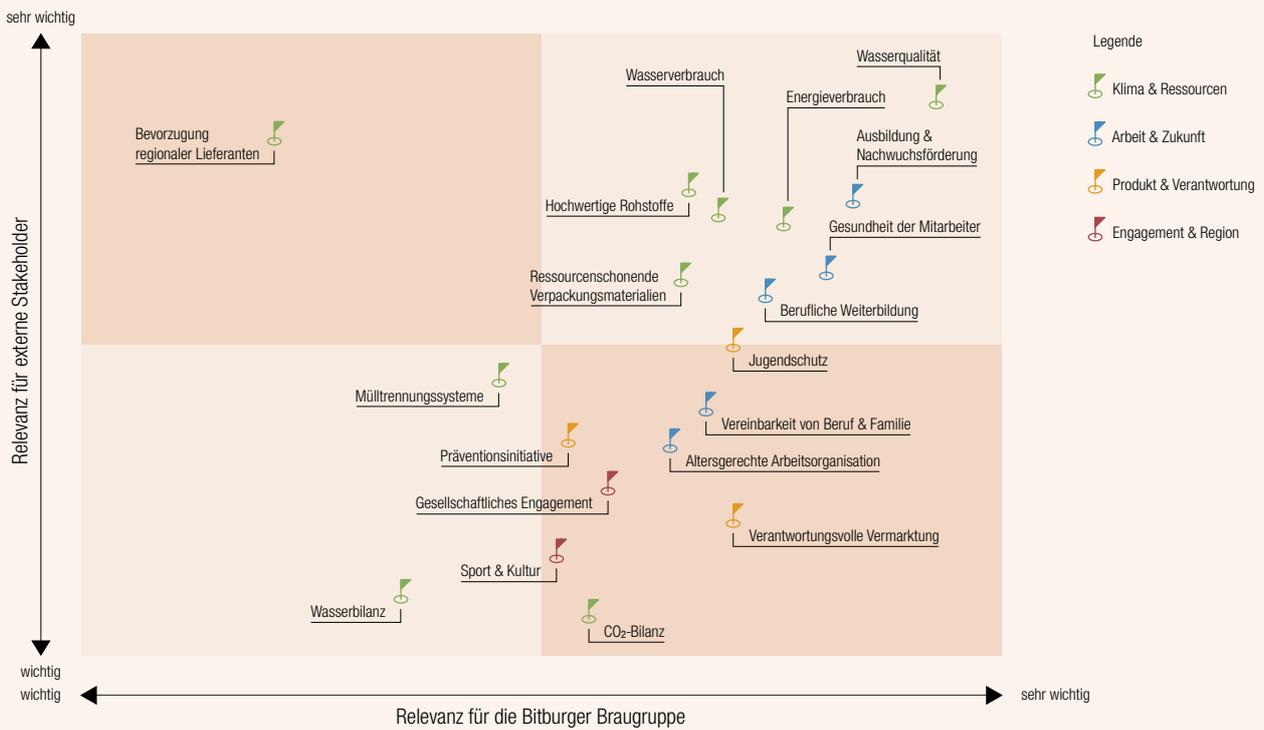


## ANZAHL DER BEFRAGUNGSTEILNEHMER UND STAKEHOLDERGRUPPEN



Über 2.000 Personen haben uns im Frühjahr 2015 im Rahmen einer Befragung ihre Einschätzungen und Erwartungen an eine nachhaltige Entwicklung der Bitburger Braugruppe mitgeteilt.

## WESENTLICHKEITSMATRIX INTERNE UND EXTERNE ERWARTUNGEN IM VERGLEICH



Alle 19 abgefragten Ziele und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit wurden mehrheitlich als wichtig bis sehr wichtig eingestuft. Das zeigt, dass wir mit unserer Strategie und dem Erstbericht zur Nachhaltigkeit 2013 ein gutes Fundament geschaffen haben.



## KLIMA & RESSOURCEN

# Effizientes Wasser- und Energiemanagement

Zum Bierbrauen benötigen wir neben hochwertigen Rohstoffen auch Energie. Dabei versuchen wir, unsere Einwirkungen auf die Umwelt möglichst gering zu halten und ressourcenschonend zu produzieren. In den letzten Jahren haben wir unter anderem in energiesparende Maßnahmen wie eigene Blockheizkraftwerke und effiziente Abfüllanlagen investiert. So können wir aktuell die Hälfte unseres Strombedarfs durch selbst produzierten Strom aus unseren Blockheizkraftwerken decken und unseren Energie- und Wasserbedarf trotz eines erweiterten Produktportfolios konstant halten.

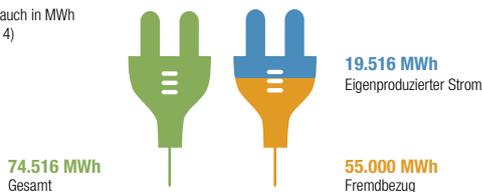
» Das Kochen der Würze, die Kühlung oder die Abfüllanlagen benötigen eine große Menge Energie. Mit der Strommenge, die allein am Standort Bitburg jährlich verbraucht wird, ließen sich rund 10.000 Haushalte versorgen. Deswegen setzen wir eigene Blockheizkraftwerke ein, um möglichst viel Strom selbst zu erzeugen. «

Dr. Johannes Hanks,  
Energiemanagement-  
beauftragter der  
Bitburger Braugruppe



### EIGENPRODUZIERTER STROM VERSUS FREMDBEZUG

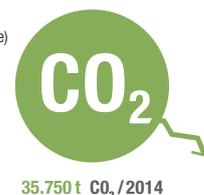
Stromverbrauch in MWh  
(Stand: 2014)



Durch eigene Blockheizkraftwerke konnte der Anteil des eigenproduzierten Stroms in den letzten Jahren deutlich erhöht werden.

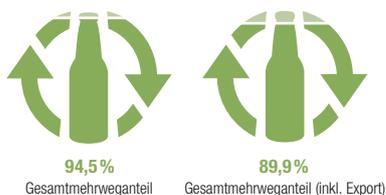
### EINGESPARTES CO<sub>2</sub> DURCH DEN BEZUG VON GRÜNSTROM

im Vergleich zum konventionellen  
Strommix 2014 (Bitburger Braugruppe)



Mit Beginn des Jahres 2012 haben wir den zugekauften Strom komplett auf zertifizierten Grünstrom umgestellt. Das bedeutet, dass der Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien gewonnen wird.

### MEHRWEGQUOTEN 2014 BITBURGER BRAUGRUPPE GESAMT



Die Bitburger Braugruppe erreichte im Jahr 2014 einen Gesamtmehrweganteil von 94,5 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 Einwegbebinde stärker nachgefragt werden.

### WÄRMEBEDARF BITBURGER BRAUGRUPPE GESAMT



Durch die Optimierung von Abläufen und Prozessen sowie die Investition in neue Anlagen ist es uns in den letzten Jahren gelungen, den Wärmebedarf der Bitburger Braugruppen auf einem konstanten Niveau zu halten.

## WASSERVERBRAUCH BITBURGER BRAUGRUPPE GESAMT



Durch den Einsatz moderner Abfüllanlagen und wassersparender Prozesse ist es uns in den letzten Jahren gelungen, unseren Wasserverbrauch trotz eines erweiterten Produktportfolios konstant zu halten.

## STROMVERBRAUCH BITBURGER BRAUGRUPPE GESAMT



2015 streben wir einen Stromverbrauch von 10,31 kWh/hl Bier für die Bitburger Braugruppe an.

## ROHSTOFFMENGEN 2014 BITBURGER BRAUGRUPPE GESAMT



320 t  
Hopfen



110.902 t  
Malz



2.479.974 m<sup>3</sup>  
Wasser

Bei unseren verwendeten Rohstoffen setzen wir bevorzugt auf regionale Lieferanten und achten auf eine gleichbleibend hohe Qualität.

» Wir legen viel Wert auf einen sparsamen Umgang mit Wasser, eine unserer wichtigsten Ressourcen. Auch in der König-Brauerei haben wir den Wasserverbrauch genau im Blick. Dieser lag 2014 bei 2,46 Hektolitern pro Hektoliter Bier. Damit nehmen wir im Vergleich mit anderen Brauereien eine Spitzenposition ein. «

Dr. Robert Englisch,  
Leiter Technische  
Dienste der  
König-Brauerei



» Durch tägliche Kontrollen stellen wir sicher, dass nur qualitativ einwandfreie und hochwertige Rohstoffe in unseren Brauereien verarbeitet werden. Eine nachvollziehbare Herkunft und langjährige Partnerschaften mit unseren Lieferanten sind hierfür das Fundament. So können wir unseren Kunden ein sicheres und qualitativ hochwertiges Produkt anbieten. «

Dr. Annika Lagemann,  
Leiterin Zentrallabor der  
Bitburger Braugruppe



## Natürliche Rohstoffe für hochwertige Qualität

Das Geheimnis unserer Produkte liegt nicht zuletzt in Herkunft und Qualität der verarbeiteten Rohstoffe. Die Braugruppe setzt deshalb bevorzugt auf regionale Lieferanten, langjährige, partnerschaftliche Beziehungen und strenge Qualitätskontrollen. Hopfen und Gerste werden dabei sowohl vor Ort bei Landwirten und Mälzereien als auch im Labor genau untersucht, bevor sie in den Brauereien weiterverarbeitet werden. Insgesamt führen wir pro Tag mehr als 350 Qualitätskontrollen für Wareneingang, Zwischen- und Endprodukte durch. Im Labor werden die eingehenden Rohstoffe nur äußerst selten beanstandet. Das

liegt nicht zuletzt daran, dass Lieferanten schon im Vorfeld nach den strengen Kriterien des FSSC 22000-Standards – auch im Hinblick auf Nachhaltigkeit – ausgewählt werden. Ebenso wichtig ist für uns das Brauwasser. Auch hier achten wir auf höchste Qualität und führen laufend Kontrollen durch, um unseren Verbrauchern ein sicheres und hochwertiges Produkt anbieten zu können. Gleichzeitig setzen wir auf moderne Technologien, um den Wasserverbrauch und den Einfluss auf die Umwelt möglichst gering zu halten.

# Nachhaltigkeitsziele der Bitburger Braugruppe

## STRATEGIE & MANAGEMENT

ZIEL BIS ENDE 2015	ZIELERREICHUNG
An allen Standorten und in allen für den Nachhaltigkeitsprozess zentralen Bereichen ist je ein Nachhaltigkeitsmanager tätig.	<b>Ziel erreicht:</b> Insgesamt sind mittlerweile 14 Nachhaltigkeitsmanager an den Standorten der Braugruppe und in zentralen Bereichen beschäftigt.

ZIELE BIS ENDE 2017
Durch regelmäßige Schulungen haben wir das Thema Nachhaltigkeit in der gesamten Organisation verankert.
Der intensive Stakeholderdialog ist durch neue Plattformen ergänzt worden.

## KLIMA & RESSOURCEN

ZIELE BIS ENDE 2013	ZIELERREICHUNG
Der Wasserverbrauch der Braugruppe liegt bei 3,58 Hektolitern pro Hektoliter Produkt (-1 Prozent im Vergleich zu 2012).	<b>Ziel erreicht:</b> Der Wasserverbrauch der Braugruppe lag 2013 bei 3,46 Hektolitern pro Hektoliter Produkt.

ZIEL BIS ENDE 2015
Der Stromverbrauch der Bitburger Braugruppe liegt bei 10,31 kWh/hl Bier.

Das Abwasseraufkommen der Bitburger Braugruppe liegt bei 2,05 Hektolitern pro Hektoliter Produkt (-6 Prozent im Vergleich zu 2012).	<b>Ziel erreicht:</b> Das Abwasseraufkommen der Braugruppe lag 2013 bei 1,96 Hektolitern pro Hektoliter Produkt.
---	--

ZIELE BIS ENDE 2016
Es sind Maßnahmen zur Energieoptimierung am Standort Wernesgrün entwickelt worden.

ZIELE BIS ENDE 2014	ZIELERREICHUNG
Produkt- und Standortklimabilanzen bilden den CO <sub>2</sub> -Fußabdruck der Bitburger Braugruppe ab.	<b>Ziel mit leichter Verspätung erreicht:</b> Seit Mitte 2015 liegen Standortbilanzen für alle Standorte und Produktbilanzen für einen 20 x 0,5-Liter-Mehrweg-Kasten und ein 50-Liter-Keg Bitburger Premium Pils vor.

Das Wärmeenergiekonzept am Standort Bitburg ist erweitert worden.
Um Qualitätsanalysen und Schadstoffkontrollen in Zukunft juristisch anerkannt selbst durchführen zu können, haben wir eine Akkreditierung unseres Labors nach DIN ISO EN 17025 beantragt.

ZIELE BIS ENDE 2015	ZIELERREICHUNG
Die Beschaffungskriterien und Lieferantenbewertungen erhalten neue, erweiterte Nachhaltigkeitsaspekte.	<b>Ziel teilweise erreicht:</b> Für die FSSC-relevanten Lieferanten der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe werden die Beschaffungskriterien zurzeit erweitert und die entsprechenden Lieferantenbewertungen durchgeführt.

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.	<b>Ziel erreicht:</b> Die Bitburger Braugruppe setzt auf langfristige Beziehungen zu ihren Lieferanten und steht in ständigem Austausch mit Landwirten und Mälzereien.
---	--

Der nachhaltige und ressourcenschonende Anbau von Qualitätserzeugnissen wird gefördert und stellt somit langfristig den Erhalt der Premiumqualität sicher.	<b>Ziel erreicht:</b> Wir sind beispielsweise in der Braugersten-Gemeinschaft e. V. aktiv und beteiligen uns an Empfehlungen für Landwirte und Mälzereien hinsichtlich des Anbaus und der Weiterverarbeitung von Braugerste. Dadurch können wir die Qualität unserer Ressourcen langfristig sichern.
--	--

Ein „Wasserfußabdruck“ bildet den direkten und indirekten Wasserbedarf der Bitburger Braugruppe ab.	<b>Ziel erreicht:</b> Ein „Wasserfußabdruck“ wurde bereits für zwei Bitburger-Produkte (50 Liter-Fass und 20 x 0,5-Liter-Mehrweg-Kasten) erstellt. Zusätzlich sollen in den nächsten Jahren Mitarbeiter geschult werden, Wasserfußabdrücke für weitere Produkte erstellen zu können.
---	--

Es sind konkrete Ziele und Maßnahmen zur Senkung des Wasserbedarfs entlang der Wertschöpfungskette benannt.	<b>Ziel teilweise erreicht:</b> Beispielsweise werden auf Basis der Wasserbilanzen Maßnahmen zur Senkung des Wasserbedarfs definiert. Ebenso werden vorhandene Anlagen punktuell gegen ressourceneffizientere Anlagen getauscht. Weitere Maßnahmen befinden sich noch in der Entwicklung.
---	---

ZIEL BIS ENDE 2017	ZIELERREICHUNG
Im Bereich der 1-Tonnen- bis 3-Tonnen-Flurförderfahrzeuge sind ausschließlich E-Stapler im Einsatz.	<b>Hier sind wir auf einem guten Weg:</b> Stapler, die das Ende ihrer vorgesehenen Betriebsdauer erreicht haben, werden schon heute durch E-Stapler ersetzt. Je nach Einsatzort wird genau geprüft, welche Fahrzeuge sich für welchen Zweck besonders gut eignen.

ZIEL BIS ENDE 2017
Im Bereich der 1-Tonnen- bis 3-Tonnen-Flurförderfahrzeuge sind ausschließlich E-Stapler im Einsatz.

ZIELE BIS ENDE 2014	ZIELERREICHUNG
Ein Workshop-/Trainingskonzept zur Sensibilisierung der Führungskräfte als „Motoren“ des lebenslangen Lernens ihrer Mitarbeiter ist erarbeitet und mit allen Führungskräften umgesetzt.	<b>Ziel erreicht:</b> Das Workshop-/Trainingskonzept liegt vor. Erste Maßnahmen wurden bereits im Rahmen des Führungskräfte-tags der Bitburger Braugruppe umgesetzt.
Es liegen Handlungsempfehlungen vor, die dazu beitragen, die fortlaufende Qualifizierung aller zu verbessern.	<b>Ziel erreicht:</b> Die Handlungsempfehlungen liegen vor und wurden bereits zum Teil in das Führungskonzept integriert.
Die ersten Maßnahmen zur Optimierung der beruflichen Weiterbildung werden im Unternehmen umgesetzt. Die Vielfalt der Methoden und die Anzahl der Weiterbildungstage ist erhöht worden.	<b>Ziel erreicht:</b> Die Anzahl der Weiterbildungsmaßnahmen haben wir seit 2012 von 2.447 auf 5.172 im Jahr 2014 erhöhen können. Dadurch konnten mehr Mitarbeiter der Braugruppe als bisher an internen Weiterbildungen in verschiedenen Fachbereichen teilnehmen.
ZIELE BIS ENDE 2015	ZIELERREICHUNG
Die bisherige Gefährdungsbeurteilung ist um das Themenfeld „Psychische Belastung“ erweitert worden.	<b>Ziel erreicht:</b> Bereichsbezogene Analysen haben aufgezeigt, wo psychische Belastungen vorkommen. Erste Maßnahmen wie die für Mitarbeiter kostenlose Hotline „CarlLine“ wurden umgesetzt.
Weitere Maßnahmen für eine altersgerechte Arbeitsorganisation werden im Unternehmen umgesetzt. Neue Beschäftigungsformen (Block-Teilzeit u. Ä.) kommen verstärkt zum Einsatz.	<b>Ziel erreicht:</b> Im Schichtbetrieb haben wir neue Wahlmöglichkeiten geschaffen, die die Wünsche der Mitarbeiter stärker berücksichtigen. So gibt es bei uns bereits Kollegen, die sich im Rahmen eines Jobsharing-Modells einen Arbeitsplatz teilen. Außerdem können unsere Mitarbeiter angeben, welche Schichten sie bevorzugen – so können wir bei kurzfristigen Wechsels individuelle Vorlieben stärker berücksichtigen.

ZIELE BIS ENDE 2016
Die Führungsspanne im Bereich Handel ist verkürzt worden. Führung und Coaching der Mitarbeiter wurden intensiviert und verbessert.
Die Gebietsstruktur im Bereich Handel ist nachhaltig optimiert worden mit dem Ziel, Fahrtzeiten zu reduzieren und das Arbeitsaufkommen gleichmäßiger zu verteilen.
Die Anzahl der Weiterbildungsmaßnahmen liegt bei mindestens 90 Prozent des Mittels der letzten drei Jahre.
Die durchschnittliche Weiterbildungszeit beträgt je Mitarbeiter 1,5 Tage pro Jahr.
Die Vielzahl der Ausbildungsberufe ist beibehalten worden.
Die Anzahl der Auszubildenden liegt bei mindestens 105.
Die Beteiligungsquote an der Mitarbeiterbefragung 2016 liegt bei mindestens 65 Prozent und die Gesamtzufriedenheit bei 75 Prozent.
Die Anzahl der Verbesserungsvorschläge beträgt mindestens 90 Prozent des Mittels der letzten drei Jahre.
Die Anzahl der Initiativbewerbungen liegt im Schnitt der letzten Jahre.

 PRODUKT & VERANTWORTUNG

ZIELE BIS ENDE 2014	ZIELERREICHUNG
Der Kodex „Besondere Verantwortung als Bierproduzent“ ist geprüft und überarbeitet.	<b>Ziel mit leichter Verspätung erreicht:</b> Der Kodex wurde grundlegend überarbeitet und liegt seit August 2015 als „Kodex zur verantwortungsvollen Produktvermarktung“ vor.
Der Leitfaden „Aktiver Jugendschutz in der Gastronomie“ ist weiterentwickelt.	<b>Das Ziel wird Anfang 2016 erreicht:</b> Der Leitfaden wurde unter dem Titel „Gemeinsam aktiv im Jugendschutz“ überarbeitet und befindet sich derzeit in der finalen Abstimmung.
ZIEL BIS ENDE 2015	ZIELERREICHUNG
Ein umfassendes Schulungsprogramm für alle Mitarbeiter ist eingeführt, um die Einhaltung des Kodex sicherzustellen.	<b>Ziel erreicht:</b> Das Schulungsprogramm liegt vor und wird zurzeit technisch umgesetzt.
ZIEL BIS ENDE 2017	ZIELERREICHUNG
Für die gesamte Braugruppe ist eine Präventionsinitiative etabliert.	<b>Hier sind wir auf einem guten Weg:</b> Wir verschaffen uns zurzeit einen Überblick über die deutschlandweiten Präventionsinitiativen und bewerten diese.

ZIEL BIS ENDE 2016
Eine Expertenrunde zum Thema „Bierqualität in der Gastronomie“ ist etabliert und findet regelmäßig statt.
ZIEL BIS ENDE 2017
Für die gesamte Braugruppe ist eine Präventionsinitiative etabliert.

 ENGAGEMENT & REGION

ZIEL BIS ENDE 2014	ZIELERREICHUNG
Eine Strategie, die das bürgerschaftliche Engagement der Braugruppe systematisch bündelt, liegt vor.	<b>Ziel zurückgestellt:</b> Aufgrund von Veränderungen in unserer Organisationsstruktur wird das Ziel zurückgestellt und überarbeitet.



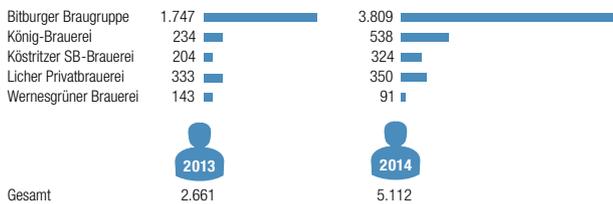
## ARBEIT & ZUKUNFT

### Fit für die Zukunft

Für uns als Braugruppe ist es besonders wichtig, unsere Mitarbeiter gezielt zu unterstützen und im Rahmen der Personalpolitik auf aktuelle Herausforderungen wie den demografischen Wandel zu reagieren. So haben wir beispielsweise die Anzahl der Weiterbildungsmaßnahmen deutlich erhöht, um mehr Mitarbeitern als bisher die Möglichkeit zu geben, sich neue Kenntnisse und Fähigkeiten anzueignen. Die Ausbildung unseres Nachwuchses und die Gesundheit unserer Mitarbeiter sind weitere wichtige Themen für uns, wenn es darum geht, die Bitburger Braugruppe zukunftsfähig aufzustellen.

» Lebenslanges Lernen ist und bleibt ein aktuelles Thema – gerade in Zeiten des Fachkräftemangels. Daher ist es uns wichtig, unseren Mitarbeitern vielfältige Weiterbildungsmaßnahmen anzubieten. So haben wir im Jahr 2014 über 2,5 Millionen Euro in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter investiert. «

#### ANZAHL WEITERBILDUNGSMAßNAHMEN 2013–2014 NACH BRAUEREIEN

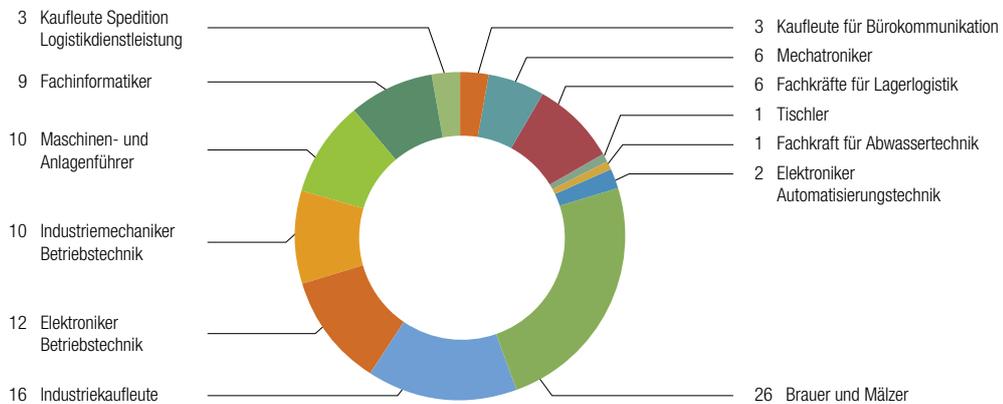


Für jeden Mitarbeiter hat die Bitburger Braugruppe 2013 1.450 Euro in Weiterbildung investiert. 2014 hat sich dieser Wert noch einmal erhöht und lag bei 1.750 Euro. Insgesamt beliefen sich die Weiterbildungskosten im Jahr 2014 auf über 2,5 Millionen Euro.

Theo Scholtes,  
Leiter Personal/Zentrale  
Dienste der Bitburger  
Braugruppe

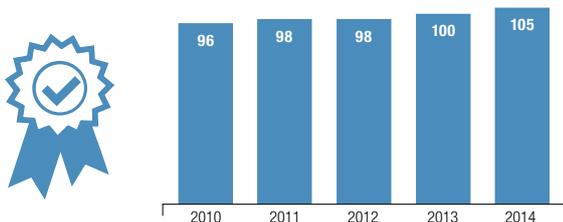


#### AUSBILDUNGSBERUFE 2014



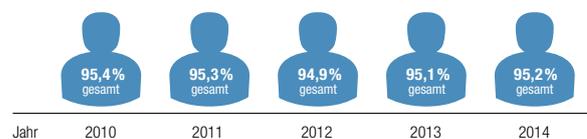
Anzahl und Verteilung nach Berufen im Jahr 2014. Insgesamt 105 Auszubildende lernen an den Standorten der Bitburger Braugruppe.

#### ANZAHL DER AUSZUBILDENDEN DER BITBURGER BRAUGRUPPE



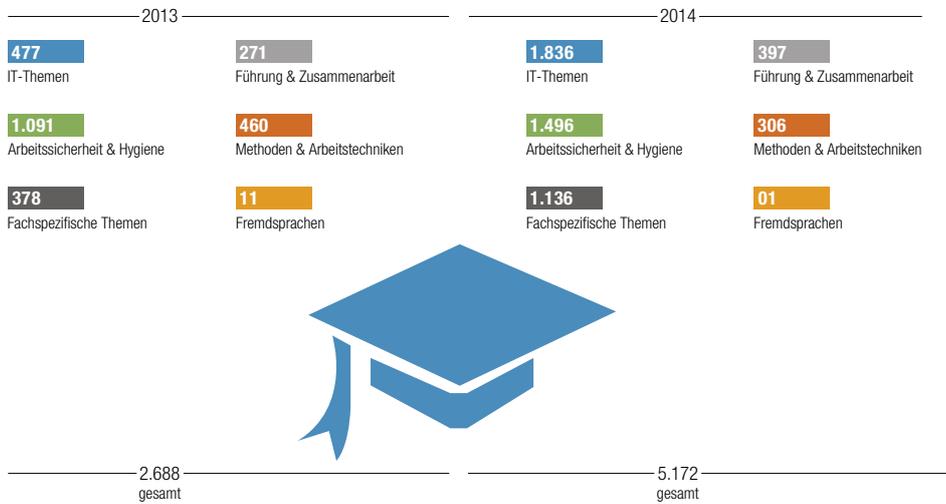
Die Bitburger Braugruppe bildet über Bedarf aus. Rund 50 Prozent der Auszubildenden werden übernommen.

#### GESUNDHEITSQUOTE DER BITBURGER BRAUGRUPPE 2010–2014



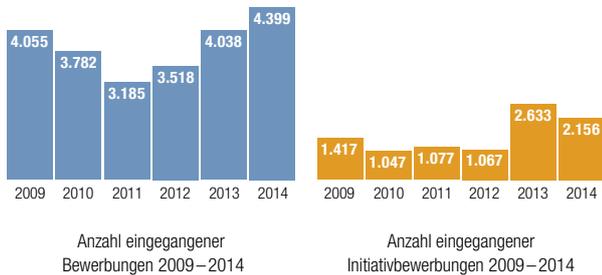
Die Gesundheitsquote ist der Anteil der Sollarbeitszeit, in der die Mitarbeiter gesund, d. h. nicht arbeitsunfähig erkrankt sind.

## ANZAHL WEITERBILDUNGSMASSNAHMEN 2013–2014 NACH KATEGORIEN

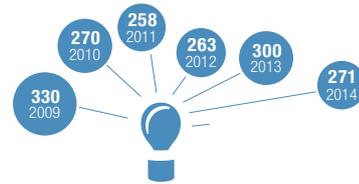


Die Anzahl der Weiterbildungsmaßnahmen (inkl. Bitburger Holding) wurde 2014 im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht, sodass noch mehr Mitarbeiter als bisher an Weiterbildungen teilnehmen konnten.

### PERSONALBESCHAFFUNG

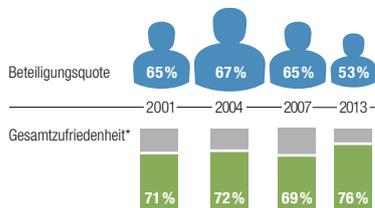


### IDEENMANAGEMENT



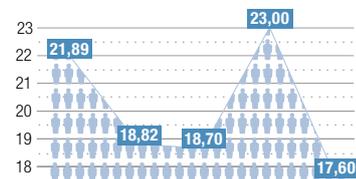
Das gruppenweite Ideenmanagement führte im Jahr 2013 zu 300 Verbesserungsvorschlägen, von denen 165 umgesetzt wurden. Diese wurden insgesamt mit Geldprämien in Höhe von 38.900 Euro honoriert. Die Umsetzung der Verbesserungsvorschläge führte zu einer Ersparnis von 194.000 Euro. 2014 wurden von 271 Vorschlägen 164 umgesetzt und mit Geldprämien in Höhe von 49.000 Euro honoriert. In diesem Jahr lag die Ersparnis bei 245.000 Euro.

### BETEILIGUNG AN DER MITARBEITERBEFRAGUNG



\* Die Gesamtzufriedenheit ergibt sich aus der Zustimmung zu der Aussage „Alles in allem kann ich sagen, dies hier ist ein sehr guter Arbeitsplatz“.

### 1.000-MANN-QUOTE DER BITBURGER BRAUGRUPPE 2010–2014



2014 gab es braugruppenweit 27 meldepflichtige Arbeitsunfälle. Das entspricht einer Arbeitsunfallquote von 17,60. Durch intensive Schulungen und Trainings konnte die Zahl betrieblicher Unfälle im Vergleich zu 2013 deutlich reduziert werden.



## PRODUKT & VERANTWORTUNG

### Verantwortung ernst nehmen

Als Produzent alkoholhaltiger Getränke tragen wir eine besondere Verantwortung gegenüber den Verbrauchern. Die Mehrheit von ihnen genießt Bier in einem verantwortungsvollen Maß. Dennoch ist Alkoholmissbrauch ein gesellschaftliches Problem. Deshalb setzen wir uns für eine umsichtige Vermarktung ein – im Rahmen unseres Vermarktungskodex, in Schulungen und in Zusammenarbeit mit unseren Gastronomen.

In den letzten Jahren hat sich eine Menge getan. Deshalb haben wir unseren „Kodex zur verantwortungsvollen Produktvermarktung“ aktualisiert. Er umfasst nun auch Richtlinien zu Interaktion und Jugendschutz auf Social Media-Plattformen und regelt die Vermarktung alkoholfreier Produkte. Denn auch online tragen wir eine soziale Verantwortung gegenüber Fans und Followern. Zusätzlich sollen die Mitarbeiter der Braugruppe über ein E-Learning geschult werden, das auf dem Kodex aufbaut.

» Man muss sich immer bewusst machen, mit wie vielen Menschen wir über unsere Social Media-Kanäle sprechen. Wir wollen unsere Fans unterhalten und mit ihnen ins Gespräch kommen. Aber nicht um jeden Preis. Auch im Social Web möchten wir aus unserer inneren Überzeugung heraus einen Beitrag zum verantwortungsvollen Umgang mit unseren Produkten leisten. «

Marius Lohmer,  
Digital Manager  
bei Bitburger



## ENGAGEMENT & REGION

### Engagiert vor Ort

Gesellschaftliches Engagement spielt seit jeher eine große Rolle für die Brauereien der Bitburger Braugruppe. Denn in Bad Köstritz, Bitburg, Duisburg, Lich und Wernesgrün erfüllt das Unternehmen eine wichtige Rolle als wirtschaftlicher Motor, Arbeitgeber und Identifikationssymbol. Im Mittelpunkt unseres Engagements stehen soziale Aktivitäten, Umweltschutz sowie die Förderung von Sport und Kultur.



## ÜBER DIESEN BERICHT

Das Zahlenwerk des Berichts bezieht sich schwerpunktmäßig auf die Kalenderjahre 2013 und 2014 (1. Januar 2013 bis 31. Dezember 2014). Darüber hinaus wurden relevante Informationen und Entwicklungen aus dem Jahr 2015 berücksichtigt, sofern sie bis zum Redaktionsschluss am 27. November 2015 vorlagen.

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. Die Veröffentlichung des nächsten Berichts ist für 2017 vorgesehen.

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. 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.

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.

Hier finden Sie unseren digitalen Bericht zur Nachhaltigkeit:  
[nachhaltigkeit.bitburger-braugruppe.de](http://nachhaltigkeit.bitburger-braugruppe.de)

### Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt

Bitburger Braugruppe GmbH  
Römermauer 3  
54634 Bitburg  
[www.bitburger-braugruppe.de](http://www.bitburger-braugruppe.de)

### Ansprechpartner

Katharina Dehnke Leiterin Corporate Responsibility T: +49 6561 14-2284 E: <a href="mailto:katharina.dehnke@bitburger-braugruppe.de">katharina.dehnke@bitburger-braugruppe.de</a>	Stefan Kauß Leiter Nachhaltigkeit und Sicherheit T: +49 6561 14-2264 E: <a href="mailto:stefan.kauss@bitburger-braugruppe.de">stefan.kauss@bitburger-braugruppe.de</a>
---	---

### Konzept / Redaktion

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

### Gestaltung

Nordisk Büro Plus GmbH, Frankfurt am Main

### Haftungsausschluss

Die Erhebung und Verarbeitung der Daten und Fakten des vorliegenden Berichts sind mit größter Sorgfalt erfolgt. 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. Voraussichtliche Darstellungen sind daher nicht als gesichert zu verstehen.

### Bildnachweis

Jens Meisert (S. 1, 2, 3, 5, 6, 9, 11, 12)  
Christian Schmid (S. 1)  
Funkbild (S. 11)  
krischerfotografie (S. 6)  
Michael Schepp (S.11)  
Bitburger Braugruppe (S.11)

© 2015 Bitburger Braugruppe GmbH

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

