Unsere österreichische Bierkultur. BRAUNION ÖSTERREICH

Nachhaltigkeitsbericht 2014

PART OF THE HEINEKEN COMPANY

Unser Nachhaltigkeitsbericht 2014

Rund 4,9 Millionen Hektoliter Bier setzt die Brau Union Österreich in einem Jahr ab – mit vierzehn führenden Biermarken und über 100 Biersorten. Die Brau Union Österreich ist Innovationsführer und steht sowohl für internationale Premium-Brands wie Heineken, Desperados und Affligem, als auch für nationale Top-Marken wie Gösser oder Zipfer und für regionale Marken wie Puntigamer, Kaiser, Schwechater, Schladminger, Reininghaus oder Wieselburger. Nachhaltigkeit zählt zu unseren wichtigsten Kernaufgaben und ist fest in unserer Managementstruktur verankert.

2.169
Mitarbeiter

14
Marken

8
Brauereistandorte

Inhaltsverzeichnis

1. Unser Vorhaben
- 1.1. Vorwort Generaldirektor Markus Liebl
- 1.2. Nachhaltigkeitsprogramm
- 1.3. Unsere Wertschöpfungskette
- 1.4. Fortschritt HEINEKEN 2020
- 1.5. Stakeholder-Dialog

2. Unsere Schwerpunkte
- 2.1. Schutz der Wasserressourcen
- 2.2. CO_2-Reduktion
- 2.3. Nachhaltige Beschaffung
- 2.4. Verantwortungsvoller Genuss
- 2.5. Förderung der Gesundheit und Sicherheit
- 2.6. Partnerschaften für die Zukunft

3. Soziale Verantwortung

4. Weiterführende Informationen
- 4.1. Brau Union Österreich AG: www.brauunion.at
- 4.2. Berichtsprofil
- 4.3. Heineken N.V. Sustainability Report 2014: www.theheinekencompany.com/sustainability
- *4.4.* Impressum *(für Website)*

1 Unser Vorhaben

1.1 Vorwort Generaldirektor Markus Liebl

Nachhaltigkeitsprogramm der Brau Union Österreich

Nachhaltigkeit genießt in der Brau Union Österreich einen hohen Stellenwert und ist in allen unseren Unternehmensbereichen verankert. Auch 2014 wurden zahlreiche Projekte mit signifikanten wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen an unseren Brauereistandorten sowie in der Logistik umgesetzt. Dabei lag der Fokus nicht nur auf internen Aktivitäten, sondern erstreckte sich auch auf externe Stakeholder wie zum Beispiel auf Lieferanten.

Es ist unser Bestreben, die österreichische Bierkultur in Einklang mit den modernen sozialen und ökologischen Herausforderungen zu bringen. Vom Feld bis zur Flasche, vom Korn bis zum Kunden, setzen wir Maßnahmen, die die Umwelt schonen und unseren Wasserverbrauch sowie unseren CO_2-Fußabdruck laufend reduzieren. Unser Engagement bezieht sich auf die Bereiche

- Schutz der Wasserressourcen
- Reduktion der CO_2-Emissionen
- Nachhaltige Beschaffung
- Verantwortungsvoller Genuss
- Mitarbeitergesundheit und Arbeitssicherheit
- Partnerschaften für die Zukunft

Durch laufende Aktivitäten zur Förderung der österreichischen Bierkultur stellen wir stets den bewussten Genuss unserer vielfältigen Produkte in den Vordergrund.

Der Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2014 enthält die wichtigsten Ergebnisse aus den einzelnen Bereichen unseres Unternehmens und zeigt auf, welche Schwerpunkte wir uns gesetzt, welche Ziele wir erreicht haben und welche „best practice-Beispiele“ wir als wegweisend für die gesamte Bierbranche ansehen.

Ihr

Markus Liebl

Markus Liebl
Generaldirektor der Brau Union Österreich AG

1. Unser Vorhaben
1.2. Nachhaltigkeitsprogramm

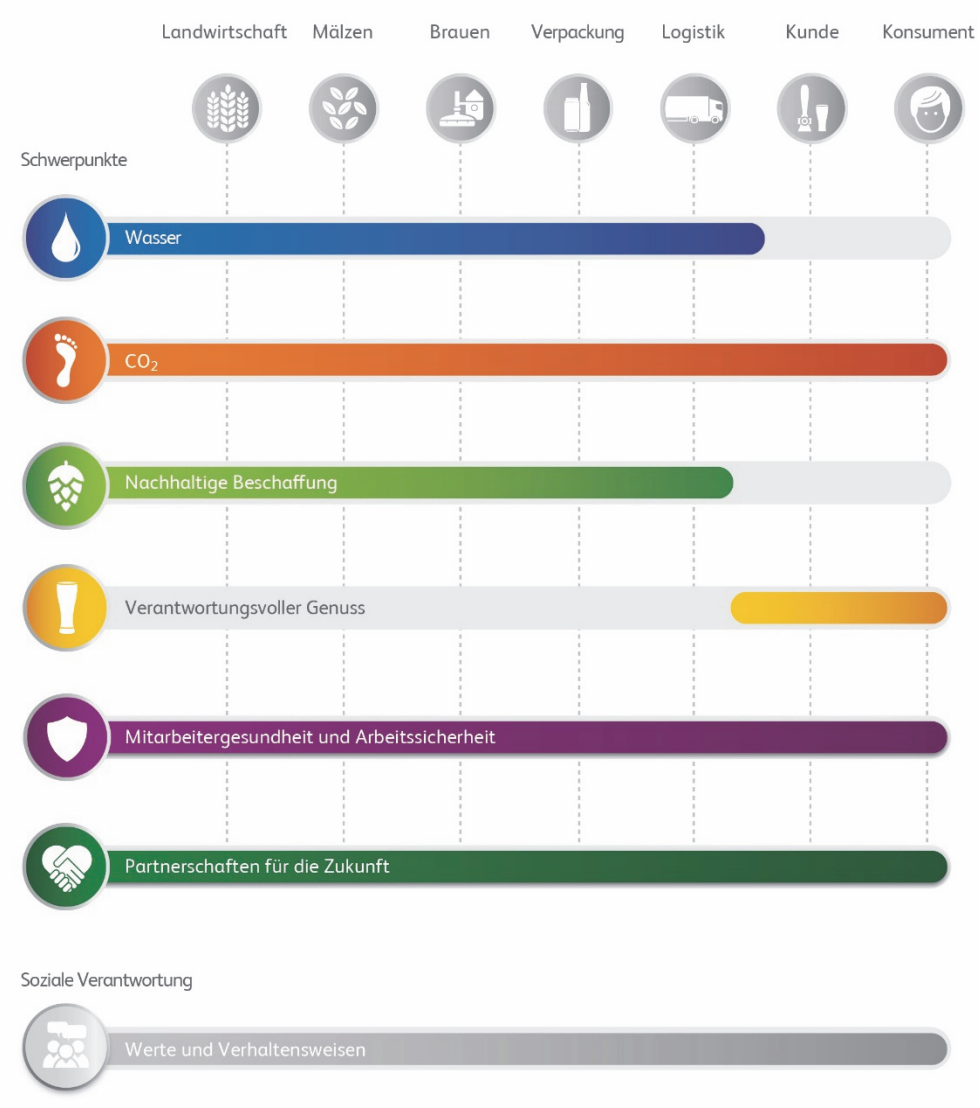
Brewing a Better World

Unsere Sichtweise von Nachhaltigkeit findet sich in unserem Nachhaltigkeitsprogramm „Brewing a Better World“ wieder. 2014 wurde dieses Programm von „Brewing a Better Future“ in „Brewing a Better World“ umbenannt, um unser Vorhaben im Bereich Nachhaltigkeit sowie unsere Aktivitäten noch besser zum Ausdruck zu bringen. Dieses ganzheitliche Programm „Brewing a Better World“ umfasst alle Bereiche unseres Kerngeschäfts. Es beginnt bei den Rohstoffen auf den Feldern und endet nicht an den Toren unserer Produktionsstandorte, sondern es bezieht auch unsere Kunden und Konsumenten mit ein. Eingeteilt wird unser Programm in die sechs Schwerpunkte: Schutz der Wasserressourcen, CO_2-Reduktion, Nachhaltige Beschaffung, Verantwortungsvoller Genuss, Mitarbeitergesundheit und Arbeitssicherheit sowie Partnerschaften für die Zukunft. Jeder dieser Schwerpunkte wird von anspruchsvollen Zielen untermauert.

1. Unser Vorhaben
1.3. Unsere Wertschöpfungskette

Unsere Wertschöpfungskette

„Brewing a Better World“ umfasst die komplette Wertschöpfungskette „vom Feld bis zur Flasche, vom Korn bis zum Kunden“. Für jeden Punkt in der Wertschöpfungskette haben wir Möglichkeiten zur Verbesserung der Nachhaltigkeit identifiziert.



Auch 2014 wurden zahlreiche Projekte durchgeführt und entsprechende Maßnahmen eingeleitet mit dem Ziel, die gesamte Wertschöpfungskette kontinuierlich zu optimieren.

So wurden unter anderem an unseren Brauereistandorten Schwechat, Wieselburg, Zipf, Göss und Puntigam Projekt-Teams definiert. Deren Aufgabe ist es, Umweltauswirkungen unserer Produktionsstätten zu bestimmen, Vorbeugemaßnahmen zu erstellen und entsprechende Verbesserungen am jeweiligen Standort einzuleiten.

1. Unser Vorhaben

1.4. Fortschritt HEINEKEN 2020

Die Verpflichtungen von HEINEKEN bis 2020

Von HEINEKEN gibt es klare Ziele für das Jahr 2020. Der Fortschritt hinsichtlich dieser Verpflichtungen wird mittels 3-Jahres-Meilensteinen evaluiert. Für detaillierte Angaben zu diesen Verpflichtungen, den Fortschritten und den Aktivitäten in anderen operativen Gesellschaften von HEINEKEN verweisen wir hier auf den Online-Nachhaltigkeitsbericht von unserem Mutter-Konzern HEINEKEN:

http://www.theheinekencompany.com/sustainability/brewing-a-better-world

1. Unser Vorhaben
1.5 Stakeholder-Dialog

Stakeholder-Kommunikation

Die Zusammenarbeit mit externen Gruppen ist für uns von großer Bedeutung. Wir lernen von unseren Partnern aus Wissenschaft und Forschung, tauschen uns mit Kunden und Konsumenten aus und achten auf die transparente Kommunikation mit Lieferanten, Wirtschaftstreibenden, Vertretern der Politik und weiteren Meinungsführern. Wir freuen uns über positives Feedback, legen aber auch Wert auf konstruktive Kritik und nutzen Gespräche, um unsere Produkte und unsere Arbeitsabläufe kontinuierlich zu verbessern. Persönliche Gespräche stehen für uns an erster Stelle wenn es um den Austausch mit unseren Stakeholdern geht – wir nutzen Veranstaltungen, Podiumsdiskussionen und Fachvorträge, um über aktuelle Neuheiten zu informieren und Rückmeldungen einzuholen. Wichtige Entwicklungen kommunizieren wir aber auch per Brief oder E-Mail an unsere Kunden und Lieferanten. 2014 waren wir bei den größten Handelspartnern vertreten (zum Beispiel Regal Branchentreff, Cash Handelsforum und den Nachhaltigkeitswochen der REWE). Der regelmäßige Dialog mit unseren Stakeholdern ist Teil unserer Unternehmenskultur.

Reputation Research

Eines unserer wichtigsten Instrumente, um Meinungen und Einstellungen unserem Unternehmen gegenüber in Erfahrung zu bringen, ist die jährlich stattfindende „Reputation Research“. 2014 wurden dazu von einer externen und unabhängigen Agentur insgesamt 904 Online-Befragungen durchgeführt. Zielgruppe waren Stakeholder aus den Feldern Gastronomie, Lebensmittelhandel, Medien, Politik, Interessensvertretungen, NGOs sowie aus der Belegschaft der Brau Union Österreich. Abgefragt wurden Themen zum Image der Brau Union Österreich insgesamt, zur Innovations- und Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens, zur Wahrnehmung der einzelnen Produkte, zu Nachhaltigkeitsprojekten oder zum Mitarbeiterengagement. Die Ergebnisse der Umfrage wurden im Management-Team präsentiert und diskutiert, Rückschlüsse wurden für alle internen Bereiche besprochen.

Die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage aus dem Jahr 2014 im Überblick:

- Die Brau Union Österreich wird für ihre exzellenten Produkte geschätzt und von vielen als der führende Bierexperte am österreichischen Markt gesehen sowie als Unternehmen mit starken Marken und guter Qualität wahrgenommen.
- Die Befragten schätzen unsere Initiativen zur Förderung der Bierkultur.
- Die Brau Union Österreich wird als führender internationaler Brauereibetrieb wahrgenommen.
- Stakeholder stimmen darin überein, dass die Brau Union Österreich erfolgreicher arbeitet als deren Mitbewerber.
- Der Großteil der Befragten hat Vertrauen in das Unternehmen: eine starke Basis für weitere Stakeholder-Kommunikation.
- Viele Stakeholder schätzen die Brau Union Österreich als Geschäftspartner und haben ihre Beziehung zum Unternehmen intensiviert.
- Mehr als 80 Prozent des Befragten kennen und schätzen die Initiativen im Bereich Nachhaltigkeit. Projekte wie das „Fernwärmeprojekt am Brauereistandort Wieselburg“ werden positiv wahrgenommen.

2. Unsere Schwerpunkte
2.1. Schutz der Wasserressourcen

Rohstoff Wasser

Für uns als Bierbrauer spielt Wasser im Produktionsprozess eine entscheidende Rolle, da Wasser der mengenmäßig wichtigste Rohstoff beim Bierbrauen ist. Wasser, das in unserem Brauprozess zum Einsatz kommt, stammt ausschließlich aus Österreich – fast überall aus brauereieigenen Tiefbrunnen und Quellen. Es unterliegt strengsten Kontrollen und wird durch eigens eingerichtete Wasserschutzgebiete vor möglichen negativen Umwelteinflüssen geschützt. Wir sind uns bewusst, dass es sich bei Wasser um einen ausgesprochen wertvollen Rohstoff handelt – in unserer Arbeitsweise legen wir deshalb Wert auf den möglichst schonenden Umgang mit dieser Ressource.

Im Vergleich zum Jahr 2012 ist unser Wasserbedarf 2013 leicht gestiegen: von 1.675.117 Kubikmetern auf 1.712.624 Kubikmeter. Dieser Umstand ist vor allem auf die höhere Bierproduktion zurückzuführen – wird mehr Bier gebraut, wird auch mehr Wasser benötigt. Laufende Optimierungen in den Brauereien trugen dazu bei, dass 2014 der Wasserverbrauch bei etwa gleichbleibend hoher Produktionsmenge mit 1.665.655 Kubikmeter sogar unter das Niveau von 2012 gesenkt werden konnte.

Aussagekräftiger ist der spezifische Wasserverbrauch, das heißt, die Betrachtung des benötigten Wassers pro Hektoliter Bier. Dieser Wert sank in den letzten Jahren kontinuierlich. 2014 lag der Wert bereits bei 3,34 Hektoliter Wasser pro Hektoliter Bier.

Wasserbedarf spezifisch

Hektoliter Wasser pro Hektoliter Bier

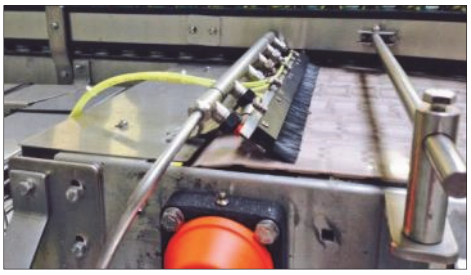
3,34 hl Wasser/hl Bier

Im Spitzenfeld in puncto geringer Wasserverbrauch lag auch 2014 die Brauerei Schwechat: Pro Hektoliter Bier wurden hier 2,94 Hektoliter Wasser verbraucht.

International befinden wir uns mit unseren Wasserwerten bereits im Spitzenfeld. Verbesserungen sind daher nur mehr schwer möglich, werden aber nichtsdestotrotz immer wieder angestrebt. Neben ständigen Optimierungen von Prozessen und Reinigungsvorgängen fanden auch 2014 in jeder unserer Brauereien Projekte statt, die die Maximierung der Wasserqualität und die Minimierung von Wasserverbrauch zum Ziel hatten.

Schwechat: Trockene Bandschmierung

Die Umstellung von konventioneller Bandschmierung auf Trockenbandschmierung im Bereich Volldosentransport bewirkte am Standort Schwechat beim Gesamt-Wasserverbrauch eine Reduktion von 50 Prozent. Die Schmierung erfolgt nun anstelle eines Schmiermittels auf Wasserbasis durch ein vollsynthetisches Kettengleitmittel, das über eine automatische Dosieranlage



Schwechat: Trockene Bandschmierung

aufgetragen wird. Durch die separat einstellbare Dosiereinheit je Band wird sichergestellt, dass in allen Bereichen ein optimaler Schmiermittelauftrag erfolgt. Die trockene Bandschmierung bringt darüber hinaus zusätzliche Vorteile für die Belegschaft: So unterbinden trockene Bänder die Entstehung von Infektionen. Trockene Böden reduzieren die Rutschgefahr und erhöhen somit die Arbeitssicherheit

Zipf: Projekte und Maßnahmen

Optimierung der Flaschenwaschmaschine

Die 2013 umgebaute Flaschenreinigungstechnik wurde auch 2014 weiter optimiert. Die Anlage wurde auf Energiesparträger umgebaut und sämtliche Pumpen auf Energieoptimierung umgerüstet. Ebenso wurden Spritzrohre reduziert und wesentliche Teile der Oberfläche mit einer Isolierung versehen, um Abstrahlverluste zu vermeiden. Weiters wurden Flaschenkörbe mit geringerer Masse und geringerer Medienverschleppung eingebaut.

Zipf: Optimierung der Flaschenwaschmaschine

Kühlwasser-Regelung mit Thermostat

Die Kühlwassermengen werden seit 2014 mit neuen Thermostaten geregelt. Dies ermöglicht, dass nur die tatsächlich benötigte Menge an Kühlwasser verbraucht wird. Da dieses Kühlwasser ein höheres Temperaturniveau hat, kann es effizienter einer weiteren Verwendung für Heizzwecke zugeführt werden.

Austausch Röhrenkühlkondensator

Der Röhrenkühlkondensator auf dem Plattenapparat wurde durch ein neueres, effizienteres Modell mit besserem Wirkungsgrad beim Wärmeaustausch ersetzt. Der Wasserverbrauch konnte dadurch deutlich gesenkt werden.

Abwasser

Die Herstellung unserer Produkte soll die Umwelt so wenig wie möglich belasten. Laufende Optimierungen in allen Bereichen der Produktion tragen dazu bei, die organische Belastung unserer Abwässer kontinuierlich zu reduzieren. Im Jahr 2014 wurden insgesamt 2.588 Tonnen organische Stoffe, die als chemischer Sauerstoffbedarf (CSB) gemessen werden, in das Abwasser abgegeben.

Abwasser: Organische Belastung vor der Klärung

t CSB (Tonne Chemischer Sauerstoffbedarf)

2.588 t CSB

Abwasser aus dem Brauprozess eignet sich auf Grund seiner Zusammensetzung sehr gut für biologische Bearbeitungsverfahren, da sich der chemische Sauerstoffbedarf (CSB) überwiegend aus biologisch abbaubaren organischen Verbindungen wie Zucker oder Heferückständen aus dem Brauprozess zusammensetzt. In unserer Brauerei Göss wird zum Beispiel aus Abwasser Biogas

erzeugt. Anhand mikrobiologischer Vorgänge wird der CSB-Gehalt aus dem Abwasser entnommen und in Biogas umgewandelt. Das erzeugte Biogas wird wiederum im Brauprozess eingesetzt. Bei diesem Verfahren wird das Abwasser zugleich gereinigt und fließt mit sehr hoher Sauberkeit an die öffentliche Kläranlage ab.

2. Unsere Schwerpunkte

2.2. CO_2-Reduktion

Reduktion der CO_2-Emissionen

Der Energiebereich nimmt bei uns in der Brau Union Österreich einen wesentlichen Stellenwert ein. Energiesparen beziehungsweise der schonende Umgang mit Ressourcen in Produktion und Logistik haben lange Tradition und gelten als Vorzeigeprojekte in unserem Nachhaltigkeitsengagement. So sind wir etwa stolz auf die Verwendung von fast gänzlich grünem Strom, interne und externe Überprüfungen und Audits regeln den Verbrauch in der Produktion und wir arbeiten laufend an neuen Verbesserungsmaßnahmen. Wir scheuen auch den internationalen Vergleich nicht: Ein jährliches Heineken-internes Benchmark-Tool hilft uns, unsere Brauereien mit anderen weltweit zu vergleichen, Stärken und Schwächen aufzuzeigen und Verbesserungen rasch umsetzbar zu machen.

Projekt Carbon Footprint – Unser ökologischer Fußabdruck

Wie viel klimaschädliches CO_2 verursacht die Bierproduktion? Mit dieser Frage haben wir uns gemeinsam mit anderen operativen Gesellschaften des Heineken-Konzerns beschäftigt und daraus ein ausführliches und umfassendes CO_2-Fußabdruck-Modell entwickelt, das die Treibhausgasemissionen in der gesamten Wertschöpfungskette der Bierproduktion berechnet. Dadurch wollen wir die kritischen Punkte in der Wertschöpfungskette verstehen und Möglichkeiten zur Verbesserung identifizieren. Die Berechnung ermöglicht die Abbildung des CO_2-Fußabdrucks der Getränke, die wir produzieren. Um den CO_2-Fußabdruck zu erstellen, wurden spezielle Kalkulationsgrundlagen für den Lebenszyklus von Getränken entwickelt. Die Berechnung orientiert sich an den Methoden im „Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard“ von WBCSD/WRI, die an die Bedürfnisse der Braubranche angepasst wurden. Unser Modell umfasst die sechs Phasen im Lebenszyklus eines Getränkes – vom Rohstoffanbau auf den Feldern über den Brauprozess und den Transport bis zur Kühlung unseres Bieres beim Kunden.

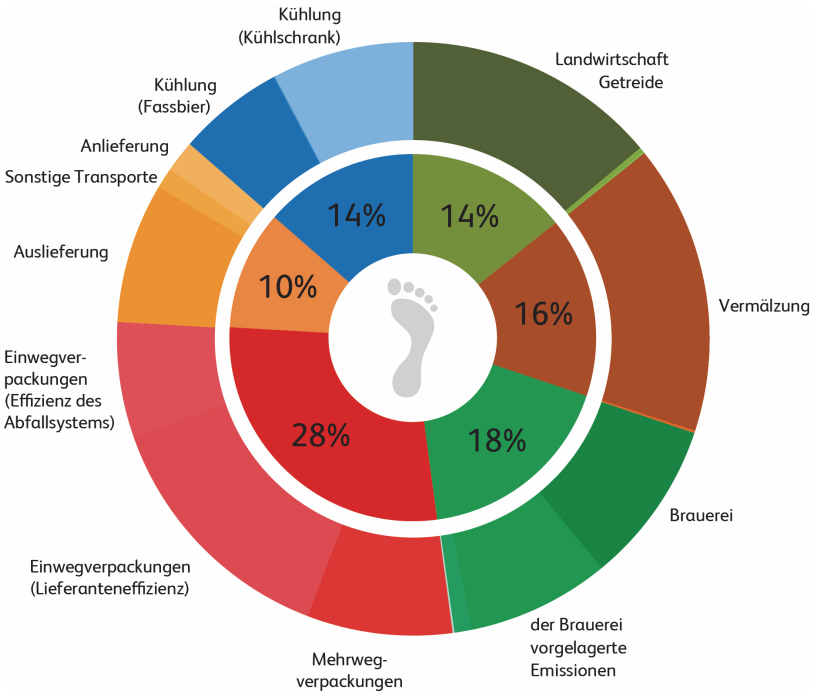
Der CO_2-Fußabdruck wird nicht jährlich sondern in einem 3-Jahres-Zyklus erhoben. Die hier veröffentlichten Angaben stammen aus dem Jahr 2012 und wurden mit den Daten von 2011 berechnet. Eine Aktualisierung aller Daten ist für 2015 geplant. Unser CO_2-Fußabdruck ist das Ergebnis der Berechnungen aller einzelnen Phasen. Das Ergebnis von 2012 zeigt deutlich, dass wir uns mit unseren Umwelt-Bemühungen bereits auf dem richtigen Weg befinden, konzernweit konnten wir uns über das beste Ergebnis freuen. Ein Hektoliter unseres Biers hinterlässt einen CO_2-Fußabdruck von 41,0 Kilogramm CO_2-Äquivalenten, der Durchschnitt aller 24 teilnehmenden operativen Gesellschaften liegt bei 67,7 Kilogramm. Dabei kommt uns als Brau Union Österreich zugute, dass wir seit 2010 nur mehr klimaschonenden Strom aus Wasserkraft beziehen.

Die Berechnung basiert dabei auf den besten uns zur Verfügung stehenden Daten aus dem Jahr 2011, enthält aber auch Annahmen und Schätzungen. Dies betrifft vor allem Prozesse, die fernab unseres Kerngeschäfts stattfinden. In den nächsten Jahren wollen wir noch präzisere Daten einfließen lassen, vor allem in Bezug auf die

kritischen Punkte. Die Erstellung des nächsten CO_2-Fußabdrucks ist für 2015 geplant, ab diesem Zeitpunkt können wir weitere Fortschritte ablesen.

Um die Emissionen in jeder dieser Phasen zu reduzieren, wurden spezifische Maßnahmen entwickelt, hier im Detail alle Phasen inklusive der dazugehörigen Projekte:

Grafik: Carbon Footprint
Stand: 2011 (nächste Erhebung 2015)



Landwirtschaft: Diese Phase beinhaltet den Anbau von Gerste und anderen Rohmaterialien für unsere Getränke. In Österreich möchten wir vermehrt Winterbraugerste und Hopfen der Spezialsorte „Spalter Select" von heimischen Landwirten kaufen, um die Transportwege möglichst kurz zu halten und so CO_2 einzusparen. Heineken greift vor allem das Thema Düngerverwendung auf internationaler Ebene auf und kooperiert mit der „Sustainable Agriculture Initiative Platform" (Initiative für nachhaltige Landwirtschaft), einer Organisation lebensmittelverarbeitender multinationaler Unternehmen, die sich für eine nachhaltigere Nahrungskette einsetzt. Wie alle unsere Lieferanten sind auch die Landwirte dazu verpflichtet, den „HEINEKEN Supplier Code" zu unterzeichnen. Dieser Vertrag enthält Vorgaben zu allgemeinen Menschenrechten wie etwa dem Verbot von Kinderarbeit oder Richtlinien zur Einhaltung von Umweltschutzvorschriften und zeigt auf, welch hohe ethische und moralische Vorschriften eingehalten werden müssen, um mit uns zusammenarbeiten zu können.

Vermälzung: In diesem Schritt werden die CO_2-Emissionen erfasst, die bei der Herstellung von Malz aus Gerste entstehen. Wir vermälzen nicht selbst, sondern kaufen das fertige Malz zu. Der Großteil unserer Rohstoffe kommt aus Österreich. Dadurch sind die Transportwege kürzer.

Getränkeproduktion: Die Emissionen aus den Brauereien unterteilen wir in Emissionen vor Ort (On-site), vorgelagerte (upstream) und nachgelagerte (downstream) Emissionen:

- Die Emissionen vor Ort beziehen sich auf die Verbrennung fossiler Energieträger in den Brauereien.
- Die vorgelagerten Emissionen sind mit dem Kauf von Strom und Wärme sowie Hilfs- und Betriebsstoffen verknüpft.
- Die nachgelagerten Emissionen sind mit dem Abfallmanagement verbunden.

Projekte zur Nachhaltigkeit in dieser Phase sind für uns entscheidend: Wir setzen auf die Verringerung des Strom- und Wärmebedarfs und nutzen regenerative Energien um Emissionen zu reduzieren.

Produktion des Verpackungsmaterials: In dieser Phase erheben wir entstehende Emissionen durch die Produktion von Materialien wie Aluminium oder Glas, die Herstellung von Dosen, Flaschen oder Fässern. Wir erfassen auch die Verwendung am Ende des Verpackungs-Lebenszyklus (Recycling-Materialien, Mülldeponien, Verbrennung). Die Produktion und Verwertung unserer Verpackungen erzeugten den höchsten Anteil an CO_2-Emissionen im Lebenszyklus unserer Produkte. Ziel ist es, Verpackungsmaterialien zu reduzieren und etwa auch das Gewicht unserer Glasflaschen zu verringern. Dafür wurde ein eigenes Projektteam eingerichtet, das Hand in Hand mit unseren Lieferanten arbeitet.

Transport: Diese Phase umfasst sowohl den Transport von Rohstoffen und Verpackungsmaterialien zu unseren Brauereien (inbound) als auch den Transport der fertigen Produkte zu den Warenlagern und Logistikstandorten (outbound). Wir führen Effizienzsteigerungsprogramme durch, um unseren CO_2-Ausstoß zu reduzieren. Fremd-Logistik-Firmen halten wir dazu an, dem Programm „Green Freight Europe" beizutreten und uns ihren Spritverbrauch zu melden. *(HEINEKEN beteiligte sich am offiziellen Launch von „Green Freight Europe". Diese Industrie-Initiative konzentriert sich darauf, den Einfluss des Straßentransports in Europa auf die Umwelt zu reduzieren.)*

Kühlung: Hierunter verstehen wir die Kühlung (von Dosen und Flaschen) in Kühlschränken bei den Konsumenten zu Hause, bei Händlern, in Bars und Restaurants sowie die Kühlsysteme in den Schankanlagen. Unter dem Namen „Green Cooling" setzen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten auf innovative Kühltechnik. So dürfen etwa auch nur mehr Kühlschränke verwendet werden, die unseren Richtlinien von „grünen" Kühlschränken entsprechen. Diese Richtlinien betreffen etwa das verwendete Kühlmittel, die durchschnittliche Lebensdauer des Geräts, die Beleuchtung (LED), die Ventilatoren oder den zwingenden Einbau eines Energiesparsystems, das die Temperatur kontrolliert.

Energiewerte

Unter dem Bereich CO_2 werden nicht nur die durch fossile Brennstoffe entstehenden CO_2-Äquivalente zusammengefasst, auch Staplergas und Ähnliches ist in den Werten enthalten. Im Jahr 2014 konnten die CO_2-Werte aus sowohl thermischer als auch elektrischer Energie deutlich gesenkt werden. Dies ist vor allem auf den Ausbau erneuerbarer Energie zurückzuführen.

Die spezifischen direkten und indirekten CO_2-Emissionen sanken auf 3 Kilogramm CO_2-Äquivalent pro Hektoliter Bier. Dies entspricht einer Reduktion von minus 14 Prozent im Vergleich zum Jahr 2013. Dieser Wert ist führend im gesamten Heineken-Konzern, wo der Durchschnitt bei 7,2 Kilogramm liegt.

Spezifische CO_2-Emissionen

Kilogramm CO_2-Äquivalent pro Hektoliter Bier

3 kg CO_2-eq/hl Bier

Gesamtenergieverbrauch

Der spezifische Gesamtenergieverbrauch pro Hektoliter Bier sank von 86,4 Megajoule im Jahr 2013 auf 79,0 Megajoule 2014. Dies entspricht einer Reduktion von neun Prozent. Dieser Wert entstand durch die Reduzierung sowohl im elektrischen als auch im thermischen Energieverbrauch. Damit liegen wir im internationalen Heineken-Vergleich im Spitzenfeld.

Gesamtenergieverbrauch (spezifisch)

Megajoule pro Hektoliter Bier

79,0 MJ/hl Bier

Thermische Energie

Auch der spezifische Verbrauch an thermischer Energie (ausgenommen Logistik und Biogas) sank 2014 von 62,2 Megajoule auf 56,9 Megajoule pro Hektoliter Bier. Dies entspricht einer Reduktion von knapp neun Prozent im Vergleich zum Jahr 2013. Mit diesem Wert liegen wir deutlich unter dem Heineken-Durchschnitt von 67,7 Megajoule pro Hektoliter Bier.

Thermische Energie (spezifisch)

Megajoule pro Hektoliter Bier

56,9 MJ/hl Bier

Elektrische Energie

Der spezifische Verbrauch elektrischer Energie konnte von 6,7 auf 6,1 Kilowattstunden pro Hektoliter Bier gesenkt werden. Darauf sind wir stolz, sind doch Verbesserungen in diesem Bereich, in dem wir ohnehin zum internationalen Spitzenfeld zählen, nur mehr sehr schwer möglich.

Elektrische Energie (spezifisch)

Kilowattstunden pro Hektoliter Bier

6,1 kWh/hl Bier

Wieselburg: Fernwärmeprojekt

Eines der herausragendsten Projekte rund um das Thema Klimaschutz wurde am 13. Februar 2014 in der Brauerei Wieselburg eröffnet. Die Brauerei setzt im Bereich der Wärmegewinnung neue Akzente in der Branche und überzeugt durch ein Kooperationsprojekt mit einer benachbarten Firma: Das Unternehmen Wibeba-Holz betreibt neben der Brauerei Wieselburg ein Laubholzsägewerk. Von diesem bezieht die Brauerei Fernwärme, die rund 50 Prozent des Wärmebedarfs der Brauerei Wieselburg abdeckt. Um der Brauerei die Fernwärme in Form von Dampf (anstatt Heißwasser) zur Verfügung stellen zu können, errichtete Wibeba-Holz ein eigenes Biomassekraftwerk.

Die Brauerei Wieselburg beschäftigt sich bereits seit vielen Jahren mit dem Thema der Energieoptimierung ihrer Produktionsprozesse. Der Schwerpunkt der Verbesserung lag in den letzten Jahren besonders im Bereich der Prozess- und Gebäudetechnik. Investitionen in innovative Heizsysteme mit geringem Wärmeverbrauch im Bereich der größten Energieverbraucher im Sudhaus oder die Rückgewinnung von Abwärme aus der Produktion standen dabei im Vordergrund. In der Gebäudetechnik wurde bei Neuerrichtungen beziehungsweise der Modernisierung des Bestandes besonderes Augenmerk auf energiesparende Niedertemperaturheizungen und regenerative Lüftungssysteme gelegt. So wurden in den Lagerhallen Fußbodenheizungen im Ausmaß von mehr als 6.000 Quadratmeter verlegt, welche zur Gänze mit Abwärme beheizt werden. All diese Maßnahmen führten dazu, dass die Brauerei Wieselburg heute zu den energieeffizientesten Betrieben der Branche zählt. Zahlreiche Teilnahmen an internationalen Energie-Benchmark-Studien von Brauereien weisen die Brauerei Wieselburg unter den besten fünf Prozent im weltweiten Vergleich der Braustätten aus und belegen somit den Erfolg des eingeschlagenen Weges. Diese sehr positive Entwicklung in der Vergangenheit findet jetzt ihre eindrucksvolle Fortsetzung im Kooperationsprojekt mit Wibeba-Holz.

Eröffnung Fernwärme Wieselburg: (v.l.n.r.) DI Christian Huber, Braumeister Brauerei Wieselburg; KommR. Johann Sunk, Geschäftsführender Gesellschafter Wibeba-Holz Ges.m.b.H mit Gattin Elisabeth; Mag. Johann Seper, Bezirkshauptmann Scheibbs/NÖ.; Dr. Stephan Pernkopf, NÖ Landesrat für Umwelt, Landwirtschaft und Energie; Msgr. KR Mag. Franz Dammerer, Dechant Wieselburg; DI Dr. Markus Liebl, Generaldirektor Brau Union Österreich; Ing. Markus und Ing. Wolfgang Sunk, Wibeba-Holz Ges.m.b.H; Prof. Mag. Günther Leichtfried, Bürgermeister Wieselburg

„In der Firma Wibeba-Holz fanden wir einen ausgezeichneten Partner, das angedachte Konzept der Energieversorgung über Dampf in die Realität umzusetzen“, beschreibt Braumeister DI Christian Huber die Planung des Projektes, *„es freut mich sehr, dass wir mit der Fernwärmekoppelung Wibeba-Holz und Brauerei Wieselburg ca. 50 Prozent des Energiebedarfes der Brauerei CO_2-neutral abdecken können. Mit diesem Projekt hat die Brauerei Wieselburg einen Meilenstein in Richtung nachhaltiger Bier-Produktion gesetzt.*“

Auch der niederösterreichische Energie-Landesrat Dr. Stephan Pernkopf ist von der Innovationskraft des Projektes überzeugt: „Hier wird gezeigt, wie durch betriebsübergreifende Zusammenarbeit die Energieeffizienz gesteigert und die Kosten gesenkt werden können. Davon profitieren nicht nur die beiden Unternehmen, sondern auch die Umwelt. Dieses Projekt hat Vorbildcharakter und leistet einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der Energieziele, die wir uns in Niederösterreich gesteckt haben.“

Weiters wurden 2014 im Sinne der ständigen Verbesserungen im Bereich der thermischen und elektrischen Energie in der Brauerei Wieselburg folgende Projekte durchgeführt:

- **Flaschenwaschmaschine:** Der Wärmetauscher der Flaschenwaschmaschine wurde mit einer Rückspülung ausgestattet. Die Wärmeenergie kann dadurch besser rückgeführt werden, was wiederum Energie für die Erhitzung von Frischwasser einspart.
- **Dampfumformer:** Wesentliche Teile der Dampfleitungen wurden mit einer zusätzlichen Isolierschicht ummantelt, um den Verlust von Wärmeenergie zu minimieren.
- **Druckluftversorgung:** Um einen höheren Wirkungsgrad in der Druckluftversorgung zu erzielen, wurde ein neuer Kompressor in Betrieb genommen. Der Strombedarf des neuen Modells ist im Gegensatz zum alten Kompressor deutlich geringer.
- **Gärkeller:** Das Leitungsnetz im Gärkeller wurde umfangreich saniert und das gesamte Leitungsnetz um 20 Prozent verkürzt. Dadurch wird sowohl der Frischwasserverbrauch als auch der Wärmeverlust reduziert, da die Leitungen im Gärkeller nicht isoliert sind.
- **Kesselhaus:** Die Wärmewirtschaft wurde 2014 zur Gänze automatisiert und mit einer neuen Steuerung versehen. Diese ermöglicht, den Wärmebedarf bei Dampf und Kondensat besser zu steuern und so den Abstrahlverlust zu reduzieren.
- **Wasseraufbereitung zur Dampferzeugung:** Für die Dampferzeugung wurde ein zweiter Salzlösebehälter installiert. Durch bessere Vorentsalzung wird weniger Energie in der Osmose benötigt. Ebenso reduziert sich die Menge an Rückspülwasser.
- **Frischdampferzeuger:** In der Fass-Abfüllanlage wurde der Frischdampferzeuger gegen ein Modell mit besserem Wirkungsgrad getauscht.
- **CO_2-Kondensator:** CO_2-Kondensatoren wurden durch neuere Modelle ersetzt. Dadurch konnte eine Reduktion im Kühlwasserverbrauch erzielt werden.

Göss: Die grüne Brauerei

Ein wichtiger und innovativer Schritt auf dem Weg zur CO_2-neutralen Brauerei ist der Bau einer Biertrebervergärungsanlage. Geplant ist die Errichtung dieser Anlage auf dem Gelände der Brauerei Göss, die von der Firma BioEnergy International AG (BDI) betrieben werden soll. 2014 wurden die rechtlichen Voraussetzungen für die Errichtung der Anlage erfolgreich abgeschlossen. So wurde das Grundstück auf Industriegrundstück umgewidmet und die Bauverhandlung mit der Behörde geführt. Die Inbetriebnahme der Anlage ist für Herbst 2015 geplant. Anschließend sollen schrittweise Erdgas durch Biogas substituiert werden. Nach der Inbetriebnahmephase wird die Brauerei kein Erdgas mehr verbrauchen – die Brauerei Göss wird dann zur Gänze „grün“.

Aber in Göss arbeitet man auch mit anderen alternativen Energieformen. Besonders herausfordernd in der Nutzung der Solarwärme bildeten die Zeiten, in denen nicht gebraut wird (Wochenende) und mit zu niedriger Temperatur (Oktober bis März). Durch die Installation spezieller Wärmetauscher für die Brauwasser- sowie der Abwasseraufheizung wurde die Nutzung der Wärme aus der 2013 in Betrieb genommenen Solarthermieanlage auch an den Wochenenden und im Winter möglich.

Zahlreiche weitere Maßnahmen wurden im Jahr 2014 am Brauereistandort Göss gesetzt, die ebenso zur Optimierung der CO_2-Emissionen beigetragen haben. Dies waren unter anderem:

- **Abwasserreinigungsanlage:** Die Sanierung der Abwasserreinigungsanlage wurde fortgesetzt. Ebenso erfolgte eine Generalüberholung der Abgaswäscher.
- **Kieselgurfiltration:** Durch Eliminierung von unnötigen Schritten bei der Kieselgurfiltration konnte nicht nur die Anlagenverfügbarkeit erheblich gesteigert, sondern auch Strom und Wasser gespart werden.

- **Brüdenkondensator:** Die Energie aus dem Dampf bei der Würzekochung konnte bisher nur zu 75 Prozent zurückgewonnen werden. Der Brüdenkondensator wurde deshalb um zusätzliche Platten erweitert. Ebenso wurden die Rohrleitungen im Sudhaus so verändert, dass die Wärme aus dem Brüdenkondensat sofort wieder verwendet werden kann.

Durch die Umsetzung dieser Maßnahmen wurden 2014 am Standort Göss im Vergleich zu 2013 um 17 Prozent weniger elektrische und um 16 Prozent weniger thermische Energie benötigt.

Göss: Wärmetauscher für die Abwasservorwärmung

Schwechat: Maßnahmen und Projekte

Optimierung des Heißwasser-Systems

Um eine kontinuierliche Verbesserung der Anlagen an den Brauereistandorten zu ermöglichen, werden regelmäßig Bestandsaufnahmen der Anlagen durchgeführt und der Ist-Zustand der Geräte und Maschinen erhoben. Messungen am Standort Schwechat ergaben, dass drei Warmwassertanks eine starke innere Kalkschicht aufwiesen. Ebenso wurden Beschädigungen an der Außenisolierung festgestellt. Diese Mängel verursachten einen Wärmeverlust von 231 Megawattstunden pro Jahr. Im Rahmen eines umfangreichen Sanierungsprojektes wurden alle drei Warmwassertanks stillgelegt und durch einen neuen Tank ersetzt.

Schwechat: Warmwassertank

Neues Kühlsystem für Drucktank-Raum

Die Kühlung im Drucktank-Raum erfolgt ganzjährig. Dabei wird im gesamten Raum eine konstante Temperatur von plus fünf Grad Celsius gehalten. Durch eine Optimierung des Kühlsystems am Standort Schwechat kann nun in den Wintermonaten der Raum mit Hilfe der kalten Außenluft gekühlt werden. Fällt die Außentemperatur auf unter null Grad Celsius, schaltet der Kühlkompressor automatisch ab. Die kalte Außenluft wird angesaugt und zur Raumkühlung verwendet. Dies reduzierte in den Wintermonaten 2014 den Energieaufwand des Kühlsystems um 25 Prozent.

Schwechat: Drucktank-Raum

Frequenz-Umformer für Kälteanlage

Durch Nachrüsten der auf Ammoniakbasis arbeitenden Kälteanlage der Brauerei Schwechat konnte eine deutliche Optimierung der Energieeffizient erreicht werden. Dazu wurde der Elektromotor des STAL-57-Schraubenkompressors durch einen Magnetläufer-Synchronmotor und einen Frequenzumrichter ersetzt. Der neue Motor ist um das Dreifache kleiner als der Asynchronmotor, liefert aber dennoch das gleiche Drehmoment. Das führt zu Einsparungen bei Transport- und Maschinenkosten. Das Nachrüsten der Kälteanlage gewährleistet eine höhere Druckstabilität und exakte Temperaturregelung, die bei der Bierherstellung während des gesamten Produktionsprozesses notwendig sind.

Schwechat: Kälteanlage

Mit einer Gesamtkühlleistung von 1,2 Megawatt erreichte die neue Anlage eine CO_2-Reduktion von 22 Prozent, dies entspricht eine Menge von 230.000 Kilogramm. Außerdem wurden durch die Modernisierung der Anlage die Wartungskosten signifikant gesenkt.

Hygienic Filling

Durch ein konsequent weiterentwickeltes Hygienic Filling-Konzept konnte die Pasteurisierungsanlage (Tunnelpasteur) an der Dosenabfüllanlage bei speziellen Biersorten von Dauerbetrieb auf dynamischen Einsatz mittels Kurzzeiterhitzung umgestellt werden. Während die Anlage im Dauerbetrieb einen Energieverbrauch von 20 Megajoule pro Hektoliter Bier aufweist, sind bei Kurzzeiterhitzung für die gleiche Menge Bier nur 15 Megajoule erforderlich. Ebenso zeigt diese Optimierung am Standort Schwechat auch eine Einsparung im Wasserverbrauch von 25 Prozent.

Schwechat: Pasteurisierungsanlage

Puntigam: Isolierungen zur Minderung der Abstrahlverluste

Mit Hilfe einer Thermo-Kamera wurden 2014 am Standort Puntigam Temperaturverluste am Laugetank im Gärkeller sowie am Kurzzeiterhitzer in der Mehrweglinie festgestellt. Um den Energieverlust zu reduzieren, wurden diese mit einem zusätzlichen Isoliermantel verkleidet. Die Ergebnisse dieser Optimierungsmaßnahmen können sich sehen lassen: Die Isolierschicht verhindert nun, dass die nach außen hin abstrahlende Wärmeenergie verloren geht. Dadurch konnten insgesamt 82.000 Kilowattstunden an thermischer Energie eingespart werden.

Puntigam: Laugetank

Puntigam: Isolierschicht am Kurzzeiterhitzer

Zipf: Verbesserungen zur Steigerung der Energieeffizienz

In der Brauerei Zipf trugen zahlreiche Verbesserungsmaßnahmen dazu bei, die Energiewerte und somit unseren „Carbon Footprint“ deutlich zu reduzieren.

- Flaschenhalle: Der Lufttrockner am Füller, die die in der Druckluft enthaltene Feuchtigkeit reduziert, wurde gegen ein neueres, energiesparendes Modell getauscht. Ebenso neu seit 2014 ist auch die Regeneration des Trockners mit Luft über eine Feuchtemessung. Diese Maßnahmen reduzierten den Verbrauch von Druckluft in diesem Bereich um mindestens 20 Prozent und dadurch den Verbrauch an elektrischer Energie.
- Flaschenhalle-Lüftung: Generalsanierung der Dampf-Regelklappen: diese wurden automatisiert und die Temperaturregler hinsichtlich einer präziseren Regelung optimiert. Geschätzte Einsparung bei der Raumheizung in der Flaschenhalle: zwei bis drei Prozent.
- Hallenheizungen: Installation von Fußbodenheizungen: Die Abwärme, die beim Produktionsprozess entsteht, bietet großes Potenzial für Energieeffizienz. Deshalb wurden die neuen Logistikhallen mit Fußbodenheizungen ausgestattet. Diese verteilen nicht nur die Wärme optimal im Raum, sie tragen durch das niedrige Temperaturniveau auch wesentlich zur Einsparung thermischer Energie bei.

Zukünftig wird diese Energie aus Abfallwärme aus dem Produktionsprozess gewonnen werden. Die aufzuwendende Energie zur Hallenheizung wird – über den gesamten Logistikbereich gesehen – damit um etwa 50 Prozent reduziert werden.

- **Hochregallager:** Die Regelung der Lufttrocknung wurde durch Feuchtigkeitsmessungen im Hochregallager und der Außenluft ergänzt. Für den Fall, dass die Außenluft trocken genug ist, wird diese für die Trocknung der Hochregalatmosphäre verwendet. Nur wenn das nicht der Fall ist, werden die Lufttrockner im Lager aktiviert.
- **Kompressor:** Druckluft wird im Brauprozess in nahezu allen technischen Bereichen zu unterschiedlichen Zwecken benötigt wie etwa in Form von Sterilluft zur Belüftung der Würze oder als Arbeitsluft zur Nutzung als Energieträger bei der pneumatischen Förderung von Treber oder Malz. Der Kompressoren, der zur Erzeugung der gesamten Arbeitsluft dient, wurde durch einen Kompressor neuerer Technologie mit besserem Wirkungsgrad ersetzt. Zusätzlich ergibt sich mit diesem Kompressor ein geringerer Kühlwasserbedarf verbunden mit der Möglichkeit, das erwärmte Kühlwasser für Heizzwecke zu verwenden.
- **Sudhaus:** Maischeprozess-Umstellung: Eliminierung des Maischekochens zugunsten eines nur kurzen Aufheizens bis knapp unter den Siedepunkt. Die Ergebnisse waren eine günstige Auswirkung auf die Bierqualität, kein zeitlicher Verlust sowie eine Energieeinsparung im Maischeprozess von etwa fünf Prozent.
- **Schnelllauftore für Staplerverkehr:** In den Verladehallen wurden 2014 die Tore für den Staplerverkehr durch Schnelllauftore ersetzt. Diese optimieren nicht nur den Verkehrsfluss (Staplerverkehr), sie dienen auch zur Verbesserung des Raumklimas und zur Energieeinsparung, da durch die gezielten, geringen Offenzeiten der Wärmeverlust minimiert wird.
- **Isolierungen (Dampf):** Am gesamten Brauereistandort Zipf wurden Messungen durchgeführt, um den technisch geringstmöglichen Energiebedarf zu ermitteln und Maßnahmen zur Einsparung thermischer Energie gesetzt, um die Energieeffizienz weiter zu forcieren. Unter anderem wurden schadhafte Stellen, an denen ein Wärmeverlust gemessen wurde, mit einer neuen Isolierschicht ummantelt.

Falkenstein: Umfangreiche Optimierungsmaßnahmen

In der Osttiroler Brauerei Falkenstein wurden 2014 zahlreiche Projekte durchgeführt, um Einsparungen bei thermischer und elektrischer Energie zu erzielen. Dazu zählen:

- **Sudhaussteuerung:** Eine neu installierte Sudhaussteuerung bewältigt die mess- und regeltechnischen Aufgaben im Brauprozess noch exakter. Sie erfasst Daten wie zum Beispiel Temperatur, Druck, pH-Wert, Durchfluss oder die Rührgeschwindigkeit und ermöglicht eine autarke Regelung von Maischen, Abläutern und Würzekochen. Die exakte Messung und Regulierung der Temperatur verringert auch Energieverluste im Brauprozess.
- **Pfannendunstkondensator:** Der Pfannendunstkondensator wurde im Jahr 2014 generalüberholt. Diese Maßnahme bewirkte eine bessere Wärmerückgewinnung bei der Würzekochung.
- **Eiswasserkühler:** Durch die Inbetriebnahme eines neuen Eiswasserkühlers konnte eine schnellere und effizientere Eiswasserkühlung erreicht werden. Der neue Kühler ermöglicht eine kürzere Glykolkühlzeit, das wiederum den Stromverbrauch reduziert. Gleichzeitig senkt die effizientere Wärmerückgewinnung am Plattenkühler auch den thermischen Energiebedarf.
- **Wärmetauscher:** Wurde bisher für die Erzeugung von Heißwasser der gesamte Wassertank aufgeheizt, wird nun durch den Einbau eines Wärmetauschers das Wasser im Durchfluss erhitzt. Dies verringert den Energiebedarf erheblich.
- **Isolierungen:** Im Jahr 2014 wurden wesentliche Dampf- und Kühlleitungen isoliert beziehungsweise bestehende Isolierungen auf Schadstellen geprüft und bei Bedarf erneuert. Die Wärmeverluste im gesamten Brauprozess

Falkenstein: Optimierungen im Brauprozess

konnten durch diese Maßnahmen deutlich gesenkt werden.

- **Neuorganisation:** Der Sud- und Abfüll-Rhythmus wurde optimiert, um die Wärmeenergie optimal zu nutzen.

„Umweltoscar 2014“

Im Rahmen der „Supply Chain-Tagung“ wurde Braumeister Harald Green gleich zwei Mal mit dem „Umweltoscar 2014“, dem Umweltpreis der Brau Union Österreich, ausgezeichnet. Zum einen erhielt er den Preis für die größte Verbesserung am Brauereistandort Falkenstein: Die Summe der im Jahr 2014 durch Optimierungsmaßnahmen in Falkenstein eingesparten Energiewerte zählte zu den besten der Brau Union Österreich in diesem Jahr. Die Einsparung bei thermischer und elektrischer Energie, die durch diese Projekte erzielt werden konnte, war enorm und trug wesentlich zur Reduktion unseres „Carbon Footprint“ bei. Zum anderen wurde Braumeister Green auch für besondere Leistungen im Bereich Umwelt bzw. Umweltschutz ausgezeichnet. Überreicht wurde der Preis von Magne Setnes, Mitglied im Management-Team und Leiter Supply Chain.

Umweltoscar 2014: (v.l.n.r.) Dietmar Roher, Leiter Entwicklung & Umweltschutz; Harald Green, Braumeister Falkenstein; Magne Setnes, Leiter Supply Chain; Andreas Werner, 1. Braumeister Region Süd

Schladming: Thermische Sanierungen

Am Brauereistandort Schladming wurden 2014 Maßnahmen zur Einsparung thermischer Energie durchgeführt. Zum einen wurden etwa 30 Prozent der Glykolleitungen mit einer stärkeren Isolierschicht von 25 Millimetern überzogen, um den Verlust der Kälte zu minimieren. Zum anderen wurden die Heizungsleitungen zur Fassabfüllung durch Leitungen mit einem geringeren Durchmesser ersetzt. Das alte Leitungsnetz mit einer Nennweite von DN 125 fasste 3.000 Liter Wasser, das als Heizungswasser zur Reinigung in der Fassabfüllung sowie für den Kurzzeiterhitzer benötigt wird. Die neuen Rohre mit einer Nennweite von DN 65 fassen nur mehr 900 Liter. Durch die geringere Menge an Wasser verringert sich auch die Wärmeenergie, die für die Erhitzung des Wassers von 20 Grad auf 110 Grad benötigt wird.

Schladming: Isolierschicht auf Glykolleitungen reduziert Wärmeverluste

Logistik: Modernisierung der Fahrzeugflotte

Der Zu- und Auslieferverkehr unserer Brauereistandorte und Verkaufslager sowie die Zustellung unserer Produkte an die rund 49.000 Kunden österreichweit schlagen sich mit Emissionen und Ressourcenverbrauch in unserer Umweltbilanz nieder. Durch eine effiziente Logistik mit gezielten Tourenoptimierungen und regelmäßigen Spritfahrtrainings verbessern wir unsere CO_2-Bilanz laufend und begrenzen so die Umweltauswirkungen unserer Transporte. Nach dem Prinzip der „Green Distribution“ rechnen wir in CO_2-Äquivalente um, was unsere LKWs auf ihren Routen und Touren durch ganz Österreich an Sprit verbrauchen.

Bei der Reduktion der CO_2-Emissionen im Fuhrpark konnten wir auch 2014 weitere Fortschritte erzielen. So wurden 13 Lastkraftwagen der EURO-Klasse II und III aus dem Fuhrpark ausgeschieden und durch neue, umweltfreundlichere Fahrzeuge der EURO-Klasse VI ersetzt.

Mit EURO-Klasse VI wird der Grenzwert der CO_2-Emissionen auf 1,5 Gramm pro Kilowattstunde gesenkt, zusätzlich werden auch die anderen Emissionen drastisch reduziert.

EU-Emissionsgrenzwerte für Dieselmotoren (Straße) in g/kWh
(Richtlinie 88/77/EWG in der jeweils geltenden Fassung)

	1990	1993	1996	2001	2006	2009	2014
	EURO 0	EURO I	EURO II	EURO III	EURO IV	EURO V	EURO VI
HC	2,60	1,23	1,10	0,66	0,46	0,46	0,13
CO	12,30	4,90	4,00	2,10	1,50	1,50	1,50
NO_x	15,80	9,00	7,00	5,00	3,50	2,00	0,40
Ruß	-	0,40	0,15	0,10	0,03	0,03	0,01

Quelle: EURO-Klassen Zuordnung des Fahzeugbestands - Schwere Nutzfahrzeuge (LKW, Busse) > 3,5 t hzG, Wirtschaftskammer Österreich | Bundessparte Transport und Verkehr

Für Göss wird ein Lastkraftwagen mit Erdgasantrieb angeschafft, welcher nach Inbetriebnahme der Biertrebervergärungsanlage im Herbst 2015 alternativ mit Biogas betrieben werden soll.

Auch im internen Transport setzen wir verstärkt auf Umweltschutz: So werden Gasstapler kontinuierlich durch Elektrostapler ersetzt.

Weitere Maßnahmen zur Energieeinsparung

- Die Umstellung von herkömmlichen Glühbirnen auf moderne Leuchtmittel wurde auch 2014 weitergeführt. Schritt für Schritt wurden die Scheinwerfer in Produktions- und Logistikhallen durch Energiesparlampen ersetzt. Durch den Tausch von Leuchtstoffröhren durch LED-Lampen sowie der Einsparung einer beleuchteten Reklametafel konnten allein am Standort Puntigam rund 25.000 Kilowattstunden Strom eingespart werden.
- Informationskampagne für die Belegschaft, Geräte wie zum Beispiel Computer oder Monitore während arbeitsfreier Tage nicht im Standby-Modus zu lassen, sondern vom Stromnetz zu trennen.

Verpackung

2014 wurden alle wesentlichen umweltrelevanten Faktoren untersucht, die für die Verpackung unserer Produkte zum Tragen kommen. Das Gesamtgewicht und die Art des Materials bestimmen wesentlich die Auswirkungen auf unsere Umwelt. Folgende Maßnahmen wurden gesetzt:

- Bei 0,33-Liter-Flaschen wurden die Halsetiketten neu gestaltet und zugleich verkleinert. Dies bewirkte eine Materialeinsparung von minus 26 Prozent.
- Die Höhe des Heineken-Wellpappe-Trays wurde von zehn auf acht Zentimeter reduziert; damit wurde eine Materialeinsparung von zwei Prozent erzielt.
- Bei Heineken-Selbstklebeetiketten wurde die Materialspezifikation bei 0,33-Liter und 0,5-Liter-Flaschen auf eine leichtere Grammatur geändert. Die Materialeinsparung beträgt beim Bauchetikett minus 13 Prozent und bei Rücken- und Halsetikett minus 23 Prozent.

Als Unternehmen haben wir die Nachhaltigkeitsagenda 2008-2017 der Wirtschaftskammer Österreich unterzeichnet. Darin haben wir uns verpflichtet, Verpackungen so zu gestalten, dass sie den Anforderungen an eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung bestmöglich Rechnung tragen. Emissionen von Treibhausgasen sind im

Sinne des Klimaschutzes nachhaltig abzusenken – unsere Bemühungen in diesem Bereich berichten wir deshalb regelmäßig an die verantwortlichen Stellen. Dazu gehört etwa auch die Erfassung sämtlicher verbrauchter Energie unserer Verkaufsläger (Strom, Wärme, Diesel, Staplergas usw.).

Abfall

Die Abfallmengen und -güter werden Jahr für Jahr erfasst. Mit insgesamt 95.781 Tonnen Altstoffen – wie etwa Treber, Althefe, Karton, Glas, Dosen oder Gewerbemüll – konnte das Abfallvolumen im Vergleich zum Jahr zuvor deutlich gesenkt werden. Die Reduktion resultiert aus verschiedenen Faktoren, wie zum Beispiel geringeren Verpackungsgewichten oder weniger Gewerbemüll und sonstige Rückgänge beim Abfall.

All unsere Einwegverpackungen sind bei der Altstoff Recycling Austria AG lizenziert und werden nach der Sammlung entweder stofflich oder thermisch verwertet. Zusätzlich wird mittels interner und externer Audits kontrolliert, ob wir unseren Abfall gesetzeskonform gemäß Abfallwirtschaftsgesetz und Abfallnachweisverordnung fachgerecht entsorgen.

Wiederverwertete Abfallstoffe	2013	2014
Beiprodukte, Verpackung und Gewerbemüll	97.875	95.781
Gefährliche Abfälle	67,37	65,86

Angaben in Tonnen.
Beiprodukte = Treber, Althefe, etc. | Verpackung = Etiketten, Karton, Glas, Kronenkorken, Altdosen, Holz, etc. | Gefährliche Abfälle = Altöl, Batterien, Leuchtstoffröhren, Farben

Nicht recycelte Beiprodukte, Verpackungsmaterial und Gewerbemüll

Kilogramm Abfall pro Hektoliter Bier

0 kg/hl

Beschwerden über Umwelt- oder Sicherheitsmissstände

Anzahl der Anzeigen

0 Anzeigen

Unfälle aufgrund von Umwelt- oder Sicherheitsmissständen

Anzahl der Unfälle

0 Anzeigen

Dosensammelaktion am FM4 Frequency Festival

Auch im Jahr 2014 engagierte sich Zipfer für eine saubere Umwelt und beteiligte sich beim FM4 Frequency Festival mit der Dosentausch-Aktion aktiv am Nachhaltigkeitsprogramm „Green Stage“. Für die Rückgabe von 15 leeren Bierdosen, egal welcher Marke, erhielten Festivalbesucher eine gekühlte 0,5-Liter-Dose Zipfer DREI gratis. An vier Sammelstellen – gut sichtbar mit Hinweisschildern gekennzeichnet – konnten die leeren Bierdosen abgegeben werden. Mit über 120.000 gesammelten Dosen war die Aktion mehr als erfolgreich.

Anzahl gesammelter leerer Bierdosen

Stück

120.658 Dosen

Die gesammelten leeren Bierdosen wurden der Stadtverwaltung St. Pölten zur Wiederverwertung übergeben.

Um die Abfallmenge, die bei einer Veranstaltung dieses Ausmaßes entsteht, noch weiter zu reduzieren, wurde das gesamte Festival ausschließlich mit Mehrweg-Bechern ausgestattet. Insgesamt wurden rund 150.000 Becher eingesetzt. Durch die Verwendung von Mehrweg- anstelle von Einweg-Bechern konnte das Gesamt-Abfallvolumen bei diesem Festival wesentlich verringert werden.

2. Unsere Schwerpunkte
2.3. Nachhaltige Beschaffung

Nachhaltige Beschaffung

Das Thema „Nachhaltige Beschaffung“ konzentriert sich auf zwei Bereiche: Mit dem Einsatz von österreichischen Rohstoffen wollen wir einerseits Transportwege kurz halten und damit die Umwelt schonen. Andererseits wollen wir gesellschaftliche Verantwortung übernehmen sowie mit der Zusammenarbeit mit heimischen Lieferanten österreichische Arbeitsplätze sichern und Wertschöpfung im Land generieren. Über 80 Prozent unseres Malzes werden aus österreichischer Braugerste hergestellt, rund 70 Prozent des verwendeten Hopfens stammen ebenfalls aus Österreich. Unser Brauwasser beziehen wir zur Gänze aus österreichischen, geschützten Quellen, ebenso wie unsere Hefe, die unter höchsten hygienischen Bedingungen vermehrt wird. Bei der Beschaffung von Textilien konzentrieren wir uns im Wesentlichen auf vier ausgewählte Lieferanten, da wir diesen Einkaufsbereich als besonders sensibel betrachten. Diesen vier Lieferanten sind von Heineken auditiert und als Konzernlieferanten freigegeben.

Mit dem Zurückgreifen auf lokale Lieferanten und Anbieter wollen wir unseren Kunden und Konsumenten einerseits die beste Qualität bieten, andererseits aber auch sicherstellen, dass durch kurze Liefer- und Transportwege die Umwelt geschont und österreichische Arbeitsplätze erhalten werden. Positiver Nebeneffekt: Österreichische Qualität steht bei Kunden und Konsumenten hoch im Kurs, besten Biergenuss erreichen wir nur durch den Einsatz bester Rohstoffe. 2014 stammten rund 82 Prozent unserer Einkäufe aus Österreich, gut elf Prozent aus Deutschland und sieben Prozent aus anderen Ländern.

Einkäufe bei lokalen Lieferanten in Österreich

Prozent

82 %

Trotz des überwiegend lokalen Einkaufs beeinflussen uns die Entwicklungen auf dem Weltmarkt – steigende Lebensmittelpreise, schwankende Erdölpreise, Wetterkapriolen – stark. Das erschwert die sichere Versorgung mit unseren wichtigsten Rohstoffen. Wir sichern uns daher mittelfristig durch Vorverträge für Energie, Rohstoffe und Verpackungen ab.

AMA-Gütesiegel – Geprüfte Qualität aus Österreich

Für die Erzeugung von Österreichs bestem Bier verwendet die Gösser Brauerei ausschließlich heimische Naturprodukte: kristallklares Brauwasser aus dem eigenen Quellschutzgebiet in der Obersteiermark, sorgfältig ausgesuchte zweizeilige Braugerstensorten aus dem östlichen Österreich und Hopfen aus österreichischen Anbaugebieten, vorwiegend Aromahopfen aus Leutschach/Südsteiermark. Ein Qualitätsmerkmal, das sich bezahlt macht – seit dem November 2011 trägt Gösser das AMA Gütesiegel. Gerade bei Lebensmitteln spielt die Qualität eine bedeutende Rolle. Sie ist meist nicht mit freiem Auge erkennbar, aber ausschlaggebend für höchsten Genuss. Das AMA-Gütesiegel gewährleistet unabhängige Kontrollen und steht für konventionell erzeugte Lebensmittel, die überdurchschnittliche Qualitätskriterien erfüllen und deren Herkunft nachvollziehbar ist. Mit dem AMA-Gütesiegel soll dem Konsumenten die Kaufentscheidung erleichtert werden, denn mit einem Blick werden die drei Vorteile der damit ausgezeichneten Ware erkennbar: ausgezeichnete Qualität, nachvollziehbare Herkunft und unabhängige Kontrollen.

AMA-Gütesiegel: Markus Liebl (l.), Generaldirektor Brau Union Österreich; Stephan Mikinovic (r.), Geschäftsführer AMA Marketing. Foto: AMA/APA/Robert Strasser

Anbauprojekte Wintergerste und Hopfen

In Österreich ist die Anbaufläche von Sommerbraugerste beziehungsweise Braugerste durch die Konkurrenz mit anderen Feldfrüchten wie Mais und Weizen – die unter anderem für die Bioethanol-Erzeugung eingesetzt werden, aber auch als Ölsaaten verwendet werden – kontinuierlich rückläufig. Zum anderen ist das Ertragsrisiko durch den Klimawandel in den pannonischen Trockengebieten (Weinviertel, nördliches Burgenland) gestiegen.

Um hier einen Ausgleich zu schaffen, wurde das Anbauprojekt Winterbraugerste ins Leben gerufen. Es soll Anreize für Landwirte schaffen, in den Braugerstenanbau einzusteigen und damit das Angebot von Gerste in Österreich erhöhen. Wir versuchen mit speziellen Vorvertragsmodellen, das Interesse der österreichischen Landwirte für den Braugerstenanbau zurückzugewinnen und zu fördern.

Der oberösterreichische Zentralraum war schon immer ein traditionelles Wintergerstenanbaugebiet, da die klimatischen Bedingungen den

Anbau von Wintergetreide hier begünstigen. Zudem wurde die Wintergerste in den letzten Jahren züchterisch hinsichtlich der Brauqualität kontinuierlich verbessert, was vor allem durch die Einkreuzung von Sommergerstenmerkmalen gelang, ohne dass dadurch die Winterhärte gelitten hätte. Somit steht die Bierqualität, die mit modernen Winterbraugersten wie Scala, Malwinta oder Violetta erreicht wird, der aus Sommergerste in nichts mehr nach.

2013 bezogen wir rund 9.500 Tonnen Winterbraugerste. Damit konnten wir nicht ganz die angedachte Menge für die Wintergerste erreichen und sind daher etwas unter unserer Zielsetzung. Aus der Ernte 2014 konnten wir eine Menge von zirka 15.000 Tonnen Winterbraugerste für die Vermälzung übernehmen. Aufgrund der sehr guten Ernteergebnisse haben wir die Zielsetzung sogar übertroffen. Für die Ernte 2015 erwarten wir nochmals eine Steigerung von 2.000 bis 3.000 Tonnen, da die Anbaufläche nochmals etwas ausgedehnt wurde.

Als Brau Union Österreich liegt uns die Verwendung heimischer Rohstoffe am Herzen: Wir haben es uns daher zur Aufgabe gemacht, Projekte zu unterstützen, die den heimischen Rohstoffanbau forcieren. So können wir noch mehr vor Ort erwerben, lokale Produzenten fördern und die Versorgung mit inländischer Braugerste und österreichischem Hopfen in Zukunft absichern. Neben dem Projekt Winterbraugerste unterstützen wir etwa auch den Anbau von speziellen, bislang nur im Ausland erhältlichen Hopfensorten. Auch beim Hopfen haben die heimischen Brauereien einen höheren Bedarf, als die österreichischen Bauern produzieren. Aus der Ernte 2014 konnten wir von den österreichischen Landwirten zirka 290.000 Kilogramm Rohhopfen beziehen. Einige spezielle Sorten werden jedoch nur in bestimmten tschechischen oder deutschen Regionen angebaut. Hier arbeiten wir ebenfalls mit den heimischen Bauern an der Steigerung des lokalen Angebots.

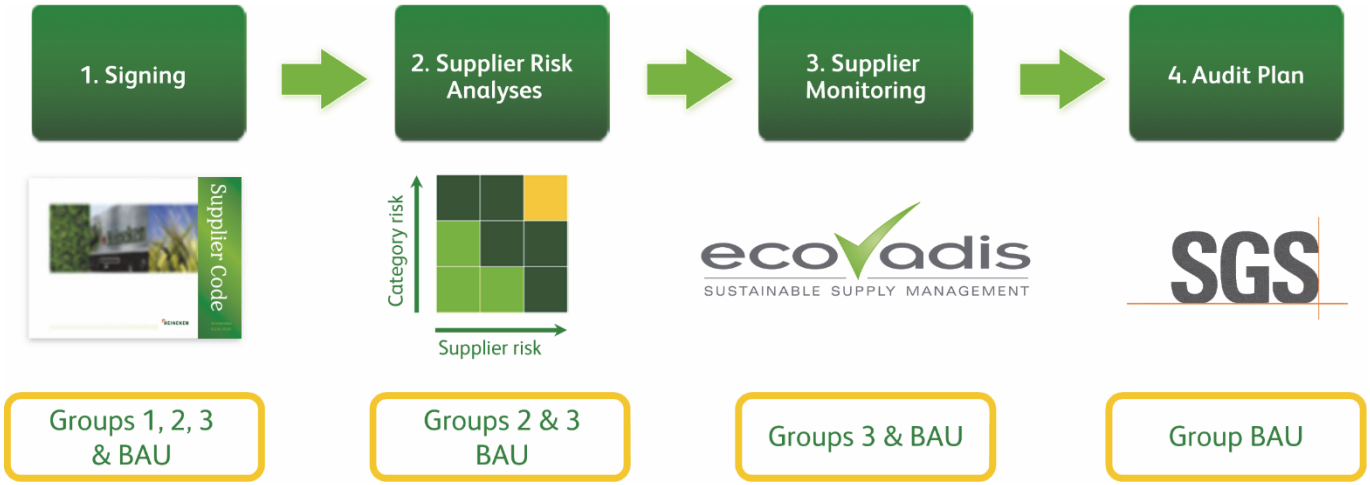
Mit der Hopfenbaugenossenschaft Mühlviertel wurde eine weitere Vereinbarung getroffen: Im Mühlviertel wird in Zukunft auch die Sorte „Tettnanger“ angebaut. Diese Hopfensorte wurde bisher aus Deutschland importiert. Da eine Hopfenpflanze erst nach dem dritten Jahr einen Vollertrag liefert, erwarten wir die volle Deckung aus heimischem Anbau im Jahr 2017.

Supplier Code

Wir verpflichten unsere Lieferanten zur Unterzeichnung des „HEINEKEN Supplier Code“. Alle bestehenden Lieferanten haben diese Heineken-Richtlinien in puncto Menschenrechte, Umwelt- und Arbeitsschutz bereits unterzeichnet, jeder neue Lieferant wird erst nach Unterzeichnung der Richtlinien akzeptiert. Die Einhaltung des Supplier Code wird in Form von Audits überprüft und evaluiert.

Der Supplier Code im Überblick: Erster Schritt ist die Unterzeichnung des Vertrages, in dem sich Lieferanten dazu verpflichten, die hohen ethischen und moralischen Standards, die von Heineken vorgegeben werden, einzuhalten. Alle Verträge werden gespeichert und nachverfolgt. In einem zweiten Schritt werden alle Lieferanten in einem internen Prozess beurteilt und bewertet, danach erfolgt die Einteilung in Risikogruppen (hoch, mittel, niedrig). Im dritten Schritt erfolgt eine externe Überprüfung und Bewertung der Lieferanten, alle Partner, die hier der Hochrisiko-Gruppe zugeordnet werden, durchlaufen in einem vierten Schritt schließlich ein Audit, in dem Pläne und Strategien zur Kursänderung besprochen und fixiert werden.

Lieferanten, die mit mittlerem Risiko eingestuft werden, werden innerhalb von zwei Jahren wieder neu analysiert, solche mit niedrigem Risiko nach drei Jahren.



2. Unsere Schwerpunkte
2.4. Verantwortungsvoller Genuss

Verantwortungsvoller Genuss

Als Innovationsführer in Österreich bekennen wir uns ausnahmslos zum verantwortungsbewussten Umgang mit dem alkoholhaltigen Genussmittel Bier. Wir lehnen jeglichen Missbrauch ab und setzen uns für Aktivitäten der Aufklärung, Information und Prävention zum Thema Alkoholmissbrauch ein. Ebenso richten wir unsere Werbe- und Marketingaktionen niemals an Jugendliche bzw. Kinder. Egal ob junger Erwachsener beim Rock-Festival oder Stammtischbesucher im Wirtshaus – all unsere Konsumenten wollen wir davon überzeugen, dass nicht die Quantität beim Bierkonsum ausschlaggebend ist, sondern lediglich die Qualität der konsumierten Produkte. Wir legen Wert auf bestes Bier und wünschen uns, dass alle Österreicher dieses auch genauso genießen können – als Begleitung zum Essen, zur Belohnung am Feierabend, als Erfrischung zwischendurch. Bier kann, in Maßen genossen, zu einem aktiven Lebensstil beitragen, dazu ist es jedoch auch notwendig, sich mit den Auswirkungen von Alkoholkonsum auseinanderzusetzen und bewusst zu beschäftigen.

Mit unseren Marken

- Gösser (www.goesservernuenftiggeniessen.at)
- Zipfer (www.zipfer.at/de/verantwortung.html) und
- Puntigamer (www.vernuenftigsamma.at)

betreiben wir eigene Webseiten, die über das Thema „Verantwortungsvoller Genuss“ informieren. Diese Links sind unter anderem auch auf Etiketten unserer Bierflaschen angeführt. Immer mehr Veranstaltungen, die von den Biermarken der Brau Union Österreich gesponsert werden, verpflichten sich zum Hinweis auf maßvollen Genuss.

HEINEKEN-Richtlinien

Vor allem im Sponsoring-Bereich ist es uns ein großes Anliegen, auf das Thema verantwortungsvoller Alkoholkonsum hinzuweisen. Als Produzent von alkoholischen Getränken müssen wir sehr sensibel mit Themen wie Jugendschutz oder Motorisierung umgehen. Wir unterliegen diesbezüglich strengen gesetzlichen und selbst auferlegten Richtlinien.

Gerade bei einem Unternehmen, das alkoholhaltige Produkte produziert, muss das Thema Alkoholkonsum am Arbeitsplatz angesprochen und geregelt werden. Daher gibt es schon seit 2007 eine **interne Alkoholpolitik** mit Richtlinien und Informationen, aber auch Hilfsangeboten für Mitarbeiter mit Alkoholproblemen. Im Jahr 2013 wurde diese Alkoholpolitik überarbeitet und aktualisiert. Insbesondere wurden die Regeln bezüglich Promillegrenzen konkretisiert und auch die anwendbaren Maßnahmen bei Nichteinhaltung der Alkoholpolitik verschärft. Die Einhaltung der Richtlinien wird nicht nur laufend kontrolliert, es werden auch Maßnahmen wie der „Enjoy Responsibly Day“ gesetzt, um die Belegschaft über verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol zu informieren.

ALKOHOLPOLITIK in der
BRAU UNION ÖSTERREICH AG

1. ÄNDERUNG DER BRAU UNION ALKOHOL GRUNDSATZERKLÄRUNG PCT 4)

2. MASSNAHMEN BEI ALKOHOLISIERUNG AM ARBEITSPLATZ

BRAUUNION ÖSTERREICH

→ Download Alkoholpolitik der Brau Union Österreich AG

Enjoy Responsibly Day

Um auf die Bedeutsamkeit von verantwortungsbewusstem Umgang mit Alkohol hinzuweisen, veranstaltete Heineken am 4. September 2014 weltweit den „HEINEKEN Enjoy Responsibly Day“.

An unseren großen Brauereistandorten sowie in der Hauptzentrale in Linz wurden für die Belegschaft Broschüren zum Thema „Alkohol“ sowie „Alkoholkonsum in der Schwangerschaft“ an frequentierten Plätzen wie etwa bei Ein-und Ausgängen, in Aufenthaltsräumen und Pauseninseln oder bei Stechuhren zur freien Entnahme aufgelegt.

Die Broschüren wurden von unserem Partner, der NGO „Institut Suchtprävention – pro mente Oberösterreich“ zur Verfügung gestellt. Dieses Institut ist österreichweit in allen Landesteilen vertreten und bietet unter anderem auch anonyme Beratungen zum Thema Sucht und Alkoholmissbrauch.

Alkoholfreie und alkoholreduzierte Biere liegen im Trend

Wichtig ist es uns auch, darauf aufmerksam zu machen, dass Biergenuss nicht immer mit Alkohol einhergehen muss. Mit unseren Innovationen zeigen wir, dass bester Biergeschmack auch alkoholfrei oder mit weniger Alkohol möglich ist. Es freut uns, dass immer mehr Konsumenten auf diesen Zug aufspringen und verstärkt zu Radlern und alkoholfreien Bieren greifen. Auch 2014 konnten wir unsere Innovationsführerschaft in der Kategorie Bier in vielfältiger Weise unter Beweis stellen.

Gösser Kracherl: Gösser sorgte 2014 mit dem ersten alkoholfreien Bierkracherl für Erwachsene für frischen Wind am Getränkemarkt. Bestes alkoholfreies Gösser und erfrischend fruchtiger Zitronensaft sind die Zutaten für das Gösser Kracherl. Egal ob in der Pause, zum Mittagessen, nach dem Sport oder einfach Zwischendurch als perfekter Durstlöscher – das Gösser Kracherl eignet sich als alkoholfreies Erfrischungsgetränk für den ganzen Tag und spricht mit seinem fruchtigen Geschmack auch jene Erwachsene an, denen Bier per se zu bitter ist. Das neue Gösser Kracherl enthält um ein Fünftel weniger Kalorien als ein vergleichbares Märzenbier und damit ungefähr gleichviele Kalorien wie ein

gespritzter Apfelsaft. Das Kracherl richtet sich an das besondere Geschmacksbedürfnis von Erwachsenen und ist kein Getränk für Kinder.

Zipfer DREI: Mit der Entwicklung des neuen Zipfer DREI ist den Braumeistern in Zipf ein ganz besonderes Bier gelungen. Dank eines speziellen Brauverfahrens trifft der typische Biergeschmack mit ausgewogenem, vollem Körper auf einen besonders erfrischenden, süffigen Charakter und das bei 3 Prozent Alkohol. Trotz seines geringeren Alkoholgehalts ist das neue Zipfer DREI von einem klassischen Märzenbier geschmacklich kaum zu unterscheiden. Zipfer, seit jeher Vorreiter auf diesem Gebiet, präsentiert mit dem neuen Zipfer DREI eine Innovation, die einen echten Meilenstein setzt: Überzeugt das neue Produkt doch aufgrund seiner neuartigen Rezeptur durch vollen Biergeschmack bei geringerem Alkoholgehalt. Perfekt für den Start in den Feierabend geeignet, passt Zipfer DREI auch als ideale Bierbelohnung zwischendurch.

Sponsoring

Für alle Marken gelten ausnahmslos und verbindlich die **„HEINEKEN Rules on Responsible Commercial Communication“**, auch für jene Marken, die alkoholfreie Produkte im Sortiment haben. Mitarbeiter, die in den Bereichen Kommunikation, Marketing oder Sponsoring beschäftigt sind, sind verpflichtet, ein entsprechendes E-Learning-Modul zu absolvieren.

Für den Bereich Sponsoring sind daraus folgende Richtlinien maßgebend:

- Wir unterstützen ausschließlich Events, bei denen der Anteil an Minderjährigen im Publikum maximal 30 Prozent beträgt.
- Von unseren Marken gesponserte Veranstaltungen, insbesondere Markenevents oder Kunden-Incentives unterliegen den HEINEKEN-Richtlinien für Event-Security.
- Wir produzieren und oder vertreiben keine Werbemittel mit unseren Markenlogos, die für Minderjährige gedacht sind, etwa Fußballdressen.
- Wir unterstützen keine Veranstaltungen, die mit politischen Gruppierungen, Gewalt oder Aggression in Verbindung stehen und Dritte gefährden könnten.
- Im Bereich Sport darf keine Verbindung zwischen Bierkonsum und dem aktiven Ausüben von Sport hergestellt werden.
- Individual-/Teamsponsoring ist nur in Verbindung mit CSR-Maßnahmen zulässig.
- Im Bereich Kundeneinladungen agieren wir gemäß der aktuellen Unternehmensverhaltensrichtlinien sowie den gesetzlichen Regelungen.

Gösser: Sponsoring Wintersport

Als Innovationsfüher in Österreich sehen wir es als unsere Pflicht, zu einem genuss- und verantwortungsvollen Bierkonsum beizutragen. Deshalb nutzen wir auch Großveranstaltungen wie etwa die Wintersport-Events, um über den richtigen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken zu informieren. Seit mittlerweile 24. Jahren ist Gösser – Österreichs bestes Bier – erfolgreicher Partner des Österreichischen Skiverbandes (ÖSV). Zusammen setzen Gösser und der ÖSV auf ein bewährtes Ziel: Höchste Qualität und gemeinsame Spitzenleistungen stehen stets im Mittelpunkt der Zusammenarbeit. Das Highlight des Sportwinters 2014, der FIS SKI WORLD CUP, wurde unter anderem auch in Schladming ausgetragen und Gösser war erneut einer der Hauptsponsoren des berühmten „Nightrace“. Auch beim 74. Hahnenkammrennen in Kitzbühel war Gösser live dabei. Seinem Image als verlässlicher Sponsor wurde Gösser auch 2014 gerecht. Gösser ist das Bier der Österreicher – die Unterstützung dieser heimischen Großveranstaltung passte deshalb perfekt in unser Konzept. Bei allen Veranstaltungen wurden CSR-Banden und Banner mit der Botschaft „Vernünftig genießen“ entlang der Rennstrecken für alle Besucher vor Ort sowie den bis zu einer Million Fernsehzusehern pro Rennen gut sichtbar

positioniert. Gösser verpflichtet sich selbst, zu einem verantwortungsvollen Alkoholkonsum beizutragen und bei diesen Events über die Risiken von Alkoholmissbrauch zu informieren. Infos unter www.goesservernuenftiggeniessen.at

Puntigamer: Sponsoring Fussball

Der verantwortungsvolle Umgang mit Alkohol ist Puntigamer schon seit Jahren ein wichtiges Anliegen, deutlich wird das auch auf den Fanutensilien des Fußballklubs „SK Puntigamer Sturm Graz". Bereits seit 1996 unterstützt Puntigamer diesen Fußballklub als Hauptsponsor und Namensgeber in guten wie in – leider auch – stürmischen Zeiten. Auf den Fanartikeln des Fußballklubs, die für Kinder und Jugendliche konzipiert sind, wird keine Bier- bzw. Markenwerbung aufgedruckt. Das betrifft auch Artikel in Größen, die für diese Altersgruppe vorgesehen sind – etwa T-Shirts oder Replikas. Diese Regelung ist im Sponsorvertrag festgeschrieben und wir legen größten Wert darauf, dass diese Vereinbarung auch eingehalten wird. Was Bierwerbung im Umfeld von Kindern betrifft, verfolgen wir strenge Regeln und Richtlinien. Wir informieren Kunden und Konsumenten nicht nur über die Vorteile unserer Produkte, sondern auch über den richtigen Umgang damit.

Darüber hinaus hat Puntigamer das Sponsoring-Engagement auch auf den Fußballklub „FK Austria Wien" ausgeweitet. Bei allen Sponsoring-Maßnahmen im Fußball-Bereich wurden Hinweise zum Thema verantwortungsvoller Genuss auf den LED-Banden gut sichtbar für die Fans vor Ort und die Zuseher über TV platziert.

Umfassende Informationen und Ratschläge zum verantwortungsvollen Konsum von Bier werden auf der Puntigamer-Website www.vernuenftigsamma.at gegeben.

„Dance More, Drink Slow"

Junge Erwachsene sind das Zielpublikum der HEINEKEN-Kampagne, die gemeinsam mit einem der derzeit bekanntesten DJs weltweit – Armin van Buuren – zeigt, wie einfach verantwortungsvoller Bierkonsum beim Partymachen mit Freunden sein kann. Im Mittelpunkt der Kampagne „Dance More, Drink Slow" steht der Armin van Buuren-Track „Save my Night", der zu gemäßigtem Alkoholkonsum beim abendlichen Feiern ermutigt. In 42 Ländern erhältlich, kann die Nummer über Spotify unter http://bit.ly/SaveMyNight_SP angehört werden.

Bereits 2011 machte HEINEKEN mit der Kampagne „Sunrise" auf verantwortungsvollen Alkoholgenuss beim Weggehen aufmerksam. Die Botschaft dahinter: Wer HEINEKEN in Maßen genießt, dem steht die ganze Nacht offen. Für jemanden, der seine eigenen Grenzen kennt, gibt es keine Grenzen. Die Kampagne „Dance More, Drink Slow" brachte diese Idee 2013 auf ein neues Level. Dem Motto „Enjoy Heineken responsibly" hat sich Heineken bereits seit 2004 verpflichtet – egal ob bei den Spielen der UEFA Champions League, dem Rugby World Cup oder bei hunderten von Musikevents weltweit. Jährlich erscheint die Botschaft, die zu verantwortungsvollem Genuss aufruft, auf Millionen von Heineken Flaschen und Dosen.

Aktivitäten zu dieser Heineken-Kampagne setzen wir 2014 auch in Österreich. So wurde eigens eine Ausschank mit dem Logo-Aufdruck „Dance More, Drink Slow" angefertigt. Bei diesem Stand wurde allerdings kein alkoholisches Getränk verkauft, sondern Becher mit Wasser gratis verteilt und gleichzeitig über verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol informiert. Der erste Einsatz 2014 für diesen Stand war das „Electric

Love Festival“ auf dem Salzburgring. Die Rennstrecke wurde für ein Wochenende zur Festivallocation umgewandelt. Mit 40.000 Besuchern pro Tag – insgesamt rund 100.000 – war dieses Festival ausverkauft. Unser Stand war mitten im Geschehen gut sichtbar positioniert und das Angebot von Gratis-Wasser wurde von den Festivalfans begeistert angenommen.

Ein weiterer Einsatzort für den „Dance More, Drink Slow-Stand“ war das „Waves Vienna-Music Festival & Conference“, ein jährlich in Wien stattfindendes Musikfestival. Von 2. bis 5. Oktober 2014 begeisterten Stars auf insgesamt zehn Bühnen die knapp 14.000 angereisten Musikfans. Die Festivalzentrale war im Heineken Music Space eingerichtet. Natürlich wurde auch bei diesem Event 2014 auf vernünftigen Alkoholkonsum hingewiesen und neben unserem erfrischenden Heineken-Bier auch am „Dance More, Drink Slow“-Stand Wasser angeboten.

Filmprojekt „Jugend und Alkohol“

Alkoholkonsum von Jugendlichen ist ein gesellschaftliches Thema, das Beachtung verdient. Zum einen führt exzessiver Alkoholkonsum in diesem Lebensalter nicht selten zu lebensbedrohlichen Vergiftungen, zum anderen kann ein permanenter Konsum im Jugendalter die Basis für eine spätere Suchterkrankung sein. Gemeinsam mit einem Partner, der NGO „Institut Suchtprävention – pro mente Oberösterreich“ wurde das das Filmprojekt „Jugend und Alkohol“ ins Leben gerufen. Die NGO „Institut Suchtprävention – pro mente Oberösterreich“ ist das vom Land Oberösterreich beauftragte Kompetenzzentrum für die Vorbeugung von Sucht und problematischem Konsumverhalten. Als geeigneter Ort, Jugendliche im kritischen Alter zwischen 13 und 15 Jahren zum Thema Alkoholmissbrauch zu informieren, wurde das Setting Schule gewählt. Bis dato gibt es jedoch noch keinen kurzen, praktikablen Film für den Schulunterricht. Die Brau Union Österreich ermöglicht eine flächendeckende Versorgung mit diesem Filmmaterial. Die Kompetenz im Bereich Suchtprävention liegt beim Partner „Institut Suchtprävention – pro mente Oberösterreich“. Dieser wurde zur Gänze mit der pädagogischen Aufbereitung und Umsetzung des Schulfilms betraut. Er arbeitet in den Bereichen Schule-Familie-Kinder, Jugend und Arbeitswelt, Kommunales, Forschung und Evaluation, wie auch Kommunikation und Medien. Der Film „Jugend und Alkohol“ wurde speziell für Jugendliche im kritischen Alter konzipiert und wird gezielt in der Sprache der Jugendlichen gehalten.

Die Projektziele wurden aufgrund von wissenschaftlichen Untersuchungen festgelegt, die klar aussagen, dass der Beginn bzw. der Einstieg in die Sucht im Alter von 13 bis 15 Jahren stattfindet. Wir als Brau Union Österreich tragen Sorge, dass genau diese Zielgruppe rechtzeitig und adäquat über fachkundige Experten – unserem Partner „Institut Suchtprävention – pro mente Oberösterreich“ – informiert wird.

Ziele:

- Reduktion der Gefährdung in der kritischen Zielgruppe der 13 bis 15-jährigen Jugendlichen sowie Reduktion des Schadens durch Alkoholmissbrauch
- Vorbildwirkung in der Branche
- Stakeholdermanagement und Partner in der jährlichen Reputationsanalyse

Nach einer österreichweiten Ausschreibung wurden fünf Filmfirmen zur Einreichung ihrer Konzepte und Ideen eingeladen, im Frühjahr 2014 erfolgte die Auswahl des Gewinnerprojektes durch eine Expertenrunde. Bereits im Sommer 2014 wurden die ersten Szenen gedreht. Der Film wird inklusive Begleitmaterial ab dem Wintersemester 2015 österreichweit für alle Schultypen (8. bis 10. Schulstufe) zur Verfügung stehen.

Das Projekt wird seitens Brau Union Österreich vom Management-Team getragen und ist Bestandteil der strategischen Unternehmensführung und der Management-Ziele. Verantwortlich für Projektkoordination ist Frau

Dr. Gabriela Maria Straka, EMBA. Beim Projektpartner „Institut Suchtprävention – pro mente Oberösterreich“ ist Christoph Lagemann, Leiter des Instituts, mit der Projektleitung betraut.

2. Unsere Schwerpunkte
2.5. Mitarbeitergesundheit und Arbeitssicherheit

Gesundheitsmanagement der Brau Union Österreich

Als Innovationsführer in Österreich liegt es an uns, Vorbild aber auch Vorreiter zu sein, Standards und Maßstäbe zu setzen und dafür zu sorgen, dass andere unserem positiven Beispiel folgen. Dies beginnt unternehmensintern bei unseren Mitarbeitern – ist doch unser Geschäftserfolg maßgeblich von deren Wohlbefinden und Motivation abhängig. Mit Projekten zum Thema „Fit im Job“ stellen wir sicher, dass unsere Belegschaft sowohl physisch als auch psychisch in der Lage ist, den Aufgaben mit Freude und Engagement nachzukommen. Individuelle Weiterbildungsmaßnahmen sollen Anreize zum lebenslangen Lernen bilden und Sicherheitsprogramme sorgen für einen reibungslosen Ablauf im Arbeitsalltag.

Sicherheit am Arbeitsplatz

Arbeitssicherheit spielt in unserem Unternehmen eine entscheidende Rolle, mit Initiativen und Projekten wollen wir sicherstellen, dass Verletzungen und Unfälle vermieden werden und unsere Mitarbeiter ihrer Arbeit reibungslos und mit Freude nachgehen können.

UNSER ZIEL: NULL ARBEITSUNFÄLLE

Die Grundsätze unseres Sicherheitsleitbildes:

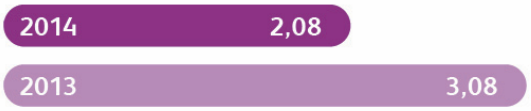
- Arbeitsbedingte Verletzungen und Erkrankungen sind vermeidbar!
- Jeder Mitarbeiter trägt Verantwortung für die Sicherheit!
- Die Geschäftsführung schafft die Grundlagen für eine erfolgreiche Sicherheitsarbeit!
- Führungskräfte sind Vorbilder und nehmen übertragene Pflichten verantwortlich wahr!
- Systematische Aktivitäten (TPM-Safety-Pillar) zur Sicherheit und Gesundheit sind betriebliche Aufgaben!
- Die sichere Gestaltung der Arbeit ist Voraussetzung!
- Die Einbeziehung aller Mitarbeiter ist Bedingung!
- Alle Hinweise auf Gefährdungen sind für die Ableitung von Sicherheitsmaßnahmen zu nutzen!
- Die Führungskräfte entwickeln die Sicherheitskonzepte mit Unterstützung der Sicherheitsfachkräfte und Betriebsärzte kontinuierlich weiter!
- Für Fremdfirmen gelten die gleichen Sicherheitsstandards wie für die Brau Union Österreich.

Dass unsere Initiativen greifen, zeigt ein Blick auf die Unfallstatistik: Es ist uns 2014 erneut gelungen, die Anzahl der Unfälle zu senken.

Unfallhäufigkeit

Unfälle pro 100 FTE (full time equivalent – Vollzeitäquivalent)

2,08

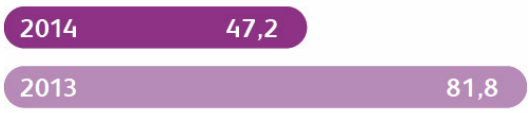


Je schwerer ein Unfall war, desto länger beträgt in der Regel die Zeit, die die verletzte Person für die Genesung benötigt. Der Wert, der aus der Berechnung der Unfallschwere hervorgeht, konnte – dank Umsetzung zahlreicher Maßnahmen im Bereich der Arbeitssicherheit an unseren Brauereistandorten – im Vergleich zum Jahr 2013 deutlich gesenkt werden. Mit 1.024 Ausfalltagen bei einer Belegschaft von insgesamt 2.169 Personen beträgt der Wert für die Unfallschwere rund 47,2.

Unfallschwere

Ausfalltage pro 100 FTE

47,2



Sicherheitsdaten	2013	2014
Arbeitsunfälle	65	45
Ausfalltage	1.730	1.024
Belegschaft	2.109	2.169
Unfallhäufigkeit *(Unfälle/100 FTE)*	3,08	2,08
Unfallschwere *(Ausfalltage/100 FTE)*	81,8	47,2

Die Safety-Struktur im Überblick:

Seit September 2012 ist unser bereichsübergreifendes SHE-Komitee (Safety, Health, Environment) aktiv. Die Steuerung des Programms erfolgt unter der Leitung von Peter Keppelmüller (Geschäftsführer Personal). Ebenso im Team sind Magne Setnes (Geschäftsführer Produktion und technisches Service, QSE), Clemens Forster (Leiter Sicherheit und QSE) und Eva Langeder (Personalentwicklung). Sie erarbeiten seither Angebote, Richtlinien und Prozesse, die zu einer sicheren und gesunden Arbeitsumgebung beitragen.

In jeder Region – Ost, Süd und West – wurde ein regionaler Safety-Koordinator eingesetzt. Die drei Koordinatoren und Clemens Forster, der die Gesamtverantwortung im Bereich Safety trägt, treffen sich seit 2012 regelmäßig, um sich auszutauschen und neue Entwicklungen zu initiieren. Auch in jeder Brauerei ist ein eigener Safety-Verantwortlicher im Einsatz, der so genannte Site-Safety-Engineer. Zusätzlich gibt es auch in der jeder Abteilung einen eigenen Ansprechpartner, der für Fragen und Anliegen zur Verfügung steht – die Sicherheitsvertrauensperson.

Jeder Unfall, aber auch jeder Beinahe-Unfall wird mit Hilfe von speziellen Sicherheitskarten aufgenommen, bearbeitet und dokumentiert (Ursachenanalyse, Gegenmaßnahmen). Mitarbeiter haben außerdem die Möglichkeit, mit sogenannten „Tags“ unsichere Stellen im Betrieb zu markieren. Diese Tags werden von der Instandhaltung abgearbeitet und tragen dazu bei, unsere Brauereien und Logistikstandorte immer sicherer zu machen.

Eigene Teams beschäftigen sich zusätzlich damit, einzelne Maschinen sicherer zu machen, führen regelmäßig Sicherheitsbegehungen der Anlagen durch und kontrollieren die Einhaltung der Sicherheitsrichtlinien (Schutzkleidung, Wegeleitsystem, etc.). Eine Voraussetzung für erfolgreiche Sicherheitsarbeit ist die konsequente Einbeziehung und Mitwirkung unserer Belegschaft. Die Mitarbeiter bringen Erfahrungen in der Sicherheitsarbeit mit ein und helfen bei der sicheren Gestaltung von Arbeitsplätzen mit. Anhand einer „Mangelkarte“ können unter anderem Sicherheitsmängel aufgezeigt oder auch Verbesserungsvorschläge eingebracht werden.

BRAU UNION ÖSTERREICH

MANGELKARTE

Nr.

Name: Datum:

Abt.: Anlage:

MANGEL / ABWEICHUNG

1	abnormaler Betrieb	10	Leckage / Energieverluste (Luft, Wasser, Dampf, CO2.....)
2	beschädigter Teil	11	Produktverlust
3	fehlender oder abgenutzter Teil	12	Keine Ordnung / Sauberkeit
4	schwierige Reinigung	13	Loser Teil (z.B. Kabel)
5	schwer zugänglich	14	Unnützer Teil
6	Geräusch, Vibration, Geruch	15	mangelhafte Kennzeichnung
7	schlecht justiert / (verstellt, verschoben)	16	Sicherheitsmangel
8	Temp. oder Druck nicht in Ordnung	17	Verbesserungsvorschlag
9	zu wenig / zu viel geschmiert	18	

Gelöst am: Unterschrift:

Reparaturzeit:

Rev.03

Beschreibung	Piktogramm	Mech. IH	Elektr. IH	Gärkeller	Filt
Zutritt für Unbefugte verboten!		X	X	X	
Mitfahren auf Staplern verboten!		X			
Sicherheitsschuhe benutzen		X	X	X	
Augenschutz benutzen					
Gehörschutz benutzen					
Handschutz benutzen					
Gesichtsschutz benutzen					
Staubmaske benutzen					
Kopfschutz benutzen					
Warmweste anlegen					
Sicherheitsgurt benutzen					
Auffanggurt benutzen					
Schutzkleidung benutzen		X	X	X	
Schutzschürze benutzen					
Gaswarngerät mitführen				X	
Warnung vor allgemeiner Gefahr		X	X	X	
Warnung vor explosionsfähiger Atmosphäre					

Gesundheitsprojekt „Fit im Job“

Um Mitarbeiter motiviert, gesund und fit zu halten, ist es uns als Brau Union Österreich wichtig, mit Seminaren, Workshops und Kursen zum Thema Sport, Gesundheit und Erholung für Abwechslung im Arbeitsalltag zu sorgen. Unser 2005 gestartetes Projekt „Fit im Job“ setzt Jahr für Jahr Schwerpunkte und versucht an allen Standorten Mitarbeiter zu erreichen, um eine gesunde Lebensweise aufzuzeigen. Als Unternehmen ist uns besonders die Prävention wichtig, um gesundheitliche Probleme erst gar nicht aufkommen zu lassen.

Im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung werden Mitarbeitern in ganz Österreich im Falle von psychischen Belastungen vergünstigte Beratungsstunden oder Therapieeinheiten angeboten. Dafür wurde ein eigenes Psychologen- und Psychotherapeutennetzwerk eingerichtet, das wertvolle, anonyme Unterstützung bietet.

Die Belegschaft hat an den Hauptstandorten die Möglichkeit, den Betriebsarzt zu den vorgegebenen Ordinationszeiten aufzusuchen. Der Betriebsarzt gibt bei Krankheiten Empfehlungen für weitere Vorgehensweisen oder Therapiemöglichkeiten. Darüber hinaus gab es 2014 auch Angebote wie eine kostenlose Vorsorgeuntersuchung oder die Auffrischung der FSME-Impfung.

Ein weiteres Element der Vorbeugung waren 2014 auch die „Fit im Job“-Teamcoachings. Dabei setzten sich die Mitarbeiter eines Standortes oder einer Abteilung mit ihren Arbeitsbedingungen auseinander und konnten dadurch sowohl technische und organisatorische Probleme als auch soziale und psychische Belastungen unter die Lupe nehmen. Die Teilnehmer sammelten und analysierten Ressourcen (was hält uns gesund) sowie Belastungen (was macht uns krank) und entwickelten daraus neue Lösungen und Verbesserungsvorschläge.

Zu unserem Gesundheitsprogramm zählten 2014 auch Angebote wie etwa acht- bis zehnwöchiges Rückenturnen, Pilateskurse sowie regelmäßige Gesundheitsstammtische, die von den Mitarbeitern gut angenommen wurden.

Gütesiegel für Betriebliche Gesundheitsförderung: Nach sorgfältiger Prüfung aller Aktivitäten und Strategien entschied das Österreichische Netzwerk Betriebliche Gesundheitsförderung Anfang 2014, dass unser Unternehmen für den Zeitraum 2014-2016 wieder das Gütesiegel für Betriebliche Gesundheitsförderung führen

darf. Voraussetzung dafür war die Einhaltung aller Arbeitnehmerschutzbestimmungen. Weitere Kriterien für das Gütesiegel waren ein nachweislich ganzheitliches Gesundheitsverständnis, ein systematisches Management von Gesundheitsförderung sowie die Evaluation aller Aktivitäten. Diesen Ansprüchen wollen wir auch in Zukunft mit unserem vorbildlichen „Fit im Job"-Programm gerecht werden.

2. Unsere Schwerpunkte
2.6. Partnerschaften für die Zukunft

Partnerschaften für die Zukunft

Als größtes heimisches Brauereiunternehmen tragen wir als Brau Union Österreich Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft, Kunden, Konsumenten und Mitarbeitern. Wir sind eingebettet in zahlreiche interne und externe Gemeinschaften und wie wir uns gegenüber unseren Arbeitern und Angestellten, aber auch gegenüber unseren Kunden, Lieferanten und Konsumenten verhalten, hat Einfluss darauf, wie wir in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden.

Spenden

Wir wollen unseren Unternehmenserfolg auch mit sozial benachteiligten Menschen in Österreich teilen und unterstützen daher regelmäßig Vereine und Organisationen, die sich dem gesellschaftlichen Miteinander verpflichtet haben.

2014 haben wir insgesamt rund 66.000 Euro an Spenden geleistet. Unterstützt wurden mit diesem Betrag Organisationen wie zum Beispiel „Licht ins Dunkel", „Caritas", „Ärzte ohne Grenzen", die Feuerwehr oder das „Rote Kreuz". Als alkoholproduzierendes Unternehmen nehmen wir auch bei Partnerschaften unsere hohe gesellschaftliche Verantwortung war und distanzieren uns von Organisationen, die ihren Fokus primär auf Kinder und Jugendliche gerichtet haben.

Partnerschaft BioEnergy International AG

Die Partnersuche für die Umsetzung der Biertrebervergärungsanlage am Brauereistandort Göss geht auf erste Gespräche im Jahr 2010 zurück. Als Partner wurde damals die BioEnergy International AG (BDI) gewählt. Bereits 2011 wurde die BDI mit einer Engineering-Studie zur optimalen technischen Integration einer Biogas-Anlage für die Brauerei Göss beauftragt. In den Jahren 2013 und 2014 wurde die Behördengenehmigung des Projektes durchgeführt und die rechtlichen Rahmenbedingungen der Kooperation mit BDI erarbeitet.

Die BDI errichtet und betreibt eine Biertrebervergärungsanlage, welche ausschließlich die Brauereireststoffe Biertreber, Kieselgur und Überschusshefe der Brauerei Göss verarbeitet. Das gewonnene Biogas wird nach einer entsprechenden Aufbereitung primär für die Dampfproduktion der Brauerei eingesetzt. Überschüssiges Biogas wird in einem Blockheizkraftwerk in elektrische Energie umgewandelt, wobei die dabei anfallende Wärme wiederum im Sinne einer Wirkungsgradmaximierung zur Warmwasserbereitstellung in der Brauerei verwendet wird. Der in der Vergärungsanlage anfallende Gärrückstand wird aufgrund der sortenreinen Einsatzstoffe als hochwertiger Dünger an die umliegende Landwirtschaft abgegeben.

BDI steht für „from waste to value" und entwickelt Technologien zur Energiegewinnung aus Neben- und Abfallprodukten – bei gleichzeitig maximaler Ressourcenschonung. Das Leistungsspektrum umfasst das Engineering, die Errichtung und Inbetriebnahme, sowie den anschließenden After Sales Service. Mit dem von der BDI patentierten Multi-Feedstock Verfahren kann Biodiesel aus verschiedenen Rohstoffen produziert werden. Im Bereich BioGas ist BDI vor allem auf die Gewinnung von hochwertigem Biogas aus industriellen und kommunalen Abfällen spezialisiert.

Green Jobs: Mit dem Projekt sind während der Bauphase von rund einem Jahr innerhalb der BDI Mitarbeiter aus den Abteilungen Konstruktion, Verfahrenstechnik und Projektmanagement beschäftigt. Gleichzeitig sind lokale Unternehmen neben der Lieferung der technischen Ausstattung mit Subaufträgen für zum Beispiel Erdbauarbeiten, Behälterbau, Verrohrung, Elektroinstallation etc. beauftragt. Danach wird sich ein BDI-Mitarbeiter um den ordnungsgemäßen Betrieb und die Wartung der Anlage kümmern. Zusätzlich erfolgen der Abtransport und die Ausbringung des Gärrestes durch ein darauf spezialisiertes Unternehmen mit entsprechend ausgebildeten Mitarbeitern.

Aufgrund der fachlichen Kompetenz im Bereich Biogas wurde mit der BioEnergy International AG ein geeigneter Geschäftspartner zur Umsetzung und den Betrieb der Biertrebervergärungsanlage am Brauereistand Göss gefunden.

Partnersuche für Geothermie-Projekt Zipf

Messungen an unserem Brauereistandort Zipf haben ergeben, dass die Brauerei auf einer Thermenlinie liegt. Entlang dieser Linie gibt es bereits zahlreiche Nutzungen des Energieträgers Geothermie. Nun wird auch für die Brauerei geprüft, ob eine Verwendung dieser Geothermie möglich ist. Dazu wurde ein Ingenieurbüro beauftragt, das Potential und die Machbarkeit der Nutzung von Geothermie zu untersuchen. Als weiteren Schritt ist die Kommunikation mit Stakeholder sowie die Suche nach Partner notwendig.

Mit der „Rohöl-Aufsuchungs Aktiengesellschaft“ (RAG) wurden bereits erste Gespräche geführt. Die RAG hat bereits Erfahrung in der Errichtung von Geothermieanlagen und würde somit großes technisches Know-how sowohl in der Planung von Anlagen dieser Dimension als auch in der Umsetzung/Bohrtechnik mit. Sie hat das Umfeld von Zipf bereits anhand mehrerer Bohrungen untersucht und ist offen für weitere Gespräche.

Die Gemeinde Neukirchen, zu der der Brauereistandort Zipf gehört, kann als möglicher Partner für dieses Projekt an Bord geholt werden. Sie ist an der positiven Entwicklung der Brauerei Zipf außerordentlich interessiert – zählt unsere Brauerei doch zu einem wichtigen Arbeitgeber in der Region. Die Gemeinde Neukirchen hat ihre Mitwirkung bei der Verwertung der nach Nutzung in der Brauerei anfallenden Restenergie angeboten und wird die Erschließung weiterer Potentiale prüfen.

2014 wurden die Kommunikation mit Stakeholdern zu Umweltfragen sowie die Suche nach Partner erweitert und vertieft.

3. Soziale Verantwortung

Soziale Verantwortung

Zahlreiche Schwerpunkte lassen sich im Bereich der sozialen Verantwortung zusammenfassen. Sowohl intern als auch extern wollen wir Vorreiter und Vorbild sein und stehen mit unseren Vorschriften für strenge ethische und moralische Standards.

Vision der Brau Union Österreich

Brau Union Österreich -
Immer die beste Marke. Überall. Zum Wohl.

Unsere österreichische Bierkultur. BRAU UNION ÖSTERREICH

Mission Statement der Brau Union Österreich

Mit dem besten Markenportfolio, dem Engagement sowie führendem Know-how unserer Mitarbeiter bauen wir die Marktführerschaft in der Kategorie Bier aus und sichern stabiles Ertragswachstum. Wir schaffen täglich einen Mehrwert für unsere Kunden und begeistern unsere Konsumenten. Als innovatives Markenartikelunternehmen und Marktführer prägen und gestalten wir den Biermarkt in Österreich. Die Einzigartigkeit der Brau Union Österreich begründet sich durch unser Markenportfolio mit internationalen, nationalen und regionalen Biermarken. Unser Leistungsspektrum, unsere Zuverlässigkeit und unser hoher Qualitätsanspruch sind anerkannt und machen uns zum bevorzugten Partner im Getränkebereich. Unser Handeln orientiert sich an nachhaltigem Wertewachstum und sichert unseren finanziellen Erfolg. Wir leben die Begeisterung für unsere Produkte und wollen den Konsumenten Freude sowie echten Genuss bieten.

Unser Unternehmenserfolg richtet sich an der gesamten Wertschöpfungskette aus. Unter Einsatz vorwiegend heimischer Rohstoffe produzieren wir Bier mit höchstem Qualitätsbewusstsein. Die Bedürfnisse des Marktes, der Kunden und Konsumenten sind für unsere Innovationen und die Stärkung des Markenwertes handlungsleitend. Wir streben langfristige vertrauensvolle Partnerschaften mit unseren Kunden an. Die hohe Identifikation unserer Mitarbeiter mit der Brau Union Österreich und deren Begeisterung für unsere Marken drücken sich in Leistungs- und Lernbereitschaft und einer wertschätzenden sowie linienübergreifenden Zusammenarbeit aus. Wir gestalten und leben Bierkultur in Österreich und tragen damit auch wesentlich zum Erfolg der Heineken-Gruppe bei.

HEINEKEN Code of Business Conduct

Als Brau Union Österreich haben wir uns mit 1. Jänner 2013 dem Heineken Code of Business Conduct („Verhaltenskodex“) mit voller Überzeugung verpflichtet. Der Verhaltenskodex sowie die zugrunde liegenden Richtlinien beschreiben, was von allen Mitarbeitern – persönlich und als Team – an allen Standorten und auf jeder Ebene erwartet wird. Die Einhaltung dieses Verhaltenskodex stellt einen zentralen Bestandteil unseres Geschäftsalltags dar. Der Verhaltenskodex dient als Leitfaden im Arbeitsalltag und beschreibt die korrekte Vorgehensweise bei Verstößen gegen die Verhaltensrichtlinien. Ziel ist es, mit der Meldung von Verstößen die Unternehmenstransparenz zu fördern, aber gleichzeitig auch, die betroffenen Personen zu schützen. Es ist Aufgabe des Managementteams, eine Unternehmenskultur zu pflegen, in der sich Mitarbeiter wohl fühlen und sich nicht scheuen, Bedenken zu äußern. Dieser Kodex soll zu unserem ambitionierten Ziel beitragen.

→ Download Verhaltenskodex

Speak-Up Leitlinie

Unser Unternehmen möchte seine Geschäftstätigkeiten mit Fairness, Integrität und Respekt gegenüber dem Gesetz und unseren Unternehmenswerten

ausüben. Trotz dieses Engagements könnten Mitarbeiter eines Tages ein Verhalten bemerken, das gegen das Gesetz, unseren Verhaltenskodex und/oder deren Leitlinien und Firmenregeln verstößt. Unsere Mitarbeiter sind deshalb dazu angehalten, Fehlverhalten zu melden und anzusprechen. Dadurch hat unser Unternehmen die Möglichkeit, die Angelegenheit zu klären. Wir wissen, dass es nicht immer leicht ist, diesbezügliche Bedenken mitzuteilen, aber wir möchten ein Klima schaffen, in dem sämtliche Bedenken und Anliegen geäußert werden können. Jedes Anliegen wird angemessen und vertraulich behandelt! Mitarbeiter, die vermutetes Fehlverhalten melden, sind geschützt. Die sogenannte Speak-Up Leitlinie zeigt, wie ein vermutlicher Verstoß gegen unsere Leitlinien und Firmenregeln vertraulich gemeldet werden kann. Dazu stehen Ansprechpersonen in der Brau Union Österreich aber auch im Heineken-Konzern zur Verfügung.

→ Download Speak-Up Leitlinie

4. Weiterführende Informationen

4.1. Brau Union Österreich AG: www.brauunion.at

Die Brau Union Österreich und ihre Belegschaft

Über 4,9 Millionen Hektoliter Bier setzt die Brau Union Österreich in einem Jahr ab – mit 14 führenden Biermarken und über 100 Biersorten. Die Brau Union Österreich ist Innovationsführer und steht sowohl für internationale Premium-Brands wie Heineken, Desperados und Affligem, als auch für nationale Top-Marken wie Gösser oder Zipfer und für regionale Marken wie Puntigamer, Kaiser, Schwechater, Schladminger, Reininghaus oder Wieselburger. 2.200 Mitarbeiter in ganz Österreich sorgen dafür, dass rund 49.000 Kunden und fünf Millionen Bierliebhaber im ganzen Land mit Bier versorgt werden. Dass die Brau Union Österreich dabei auf beste Rohstoffe, höchste Qualität und nachhaltige Produktion – sowohl im Umwelt- als auch im gesellschaftlichen Bereich setzt – versteht sich von selbst. Seit 2003 ist die Brau Union Österreich Teil der internationalen Heineken-Familie.

Vom Linzer Standort aus lenken wir unsere fünf Großbrauereien (Puntigam, Göss, Schwechat, Wieselburg und Zipf) sowie die drei regionalen Spezialitätenbrauereien Kaltenhausen, Schladming und Lienz. Zusätzlich zu unserem selbst produzierten Bier vertreiben wir Handelswaren 28 unterschiedlicher Marken, darunter Coca Cola, Pago, Gasteiner und Red Bull.

Unser Unternehmen umfasst neben den Brauereien und Verkaufslagern die Gasteiner Mineralwasser Gesellschaft m.b.H., die Vereinigte Getränke Gesellschaft m.b.H., die Kärntner Brau- und Getränke GmbH, die Schladminger Brau GmbH (zu 90 Prozent), die Brau Union Österreich Management GmbH, die Erste Alpenländische Volksbrauerei Schladming reg. Gen.mbH. sowie Heineken d.o.o.

Belegschaftsprofil

Stichtag: 31.12.2014

	2013	2014
Gesamtbelegschaft	2.162	2.192
Angestellte	903	944
Arbeiter	1.232	1.221
Lehrlinge	27	27
Vollzeit	1.962	1.987
Teilzeit	200	205
Männlich	1.762	1.783
Weiblich	400	409

Mitarbeiter mit Beeinträchtigung	68	71
Fluktuation	89	86
Fluktuation in Prozent	4,1	3,9

Gesamtbelegschaft je Standort

Stichtag: 31.12.2014

	2013	2014
Linz	210	220
Zipf	240	238
Göss	161	159
Puntigam	426	423
Schwechat	360	354
Wieselburg	226	236
Kaltenhausen/Hallein	99	90
Schladming	22	23
Falkenstein/Lienz	33	32
Verkaufslager	385	399
Slowenien	0	18

Gesamtbelegschaft nach Nationalität

Stichtag: 31.12.2014

	2013	2014
Österreich	2.122	2.128
Slowenien	1	18
Deutschland	7	10
Serbien	7	6
Ungarn	5	6
Bosnien	4	5
Rumänien	3	3
Italien	1	2
Türkei	2	2
Kroatien	1	2
Spanien	1	1
Niederlande	1	1
Mazedonien	1	1
Norwegen	1	1
Großbritannien	1	1
Griechenland	1	1
Kosovo	1	1
Gabun	1	1
Polen	0	1
Tschechien	0	1
Brasilien	1	0

4. Weiterführende Informationen
4.2 Berichtsprofil

Berichtsprofil

In unserem Nachhaltigkeitsbericht zeigen wir, wie wir unser zentrales Anliegen „die beste Bierkultur für die Zukunft" erreichen und die österreichische Bierkultur in Einklang mit den modernen sozialen und ökologischen Herausforderungen bringen wollen. Wir konzentrieren uns im Bericht ausschließlich auf unser Kerngeschäft: die Bierherstellung und den Verkauf dieses Produkts. Externe Stakeholder wie Lieferanten und Kunden sind nur dann Teil des Reports, wenn wir sie unmittelbar in unser Nachhaltigkeitsmanagement einbeziehen (zum Beispiel lokaler Einkauf, Green Cooling, Umweltschutzmaßnahmen). Alle Inhalte und Daten wurden von unseren Mitarbeitern sowie von Heineken erhoben und geprüft. Bei Fragen zum Bericht oder zum CSR-Management steht Ihnen unsere PR- und Kommunikationsabteilung gerne zur Verfügung.

Selbstverständlich möchten wir mit unserem Bericht Damen und Herren gleichermaßen ansprechen – auch wenn wir der Lesefreundlichkeit zuliebe auf geschlechtsneutrale Formulierungen verzichtet haben.

Kontakt:

Dr. Gabriela Maria Straka, EMBA
Leitung Kommunikation/PR & CSR
Pressesprecherin
Diplom-Biersommelière
E-Mail senden >>

DI (FH) Maria Faisthuber
Kommunikation/PR
E-Mail senden >>

4. Weiterführende Informationen
4.3 Heineken N.V. Sustainability Report 2014: www.theheinekencompany.com/sustainability

4. Weiterführende Informationen
4.4 Impressum *(für Website)*

Impressum

BRAU UNION ÖSTERREICH AKTIENGESELLSCHAFT
FN 77559 h, Landesgericht Linz, Sitz Linz
Anschrift: Poschacherstraße 35, 4021 Linz, Austria
Telefon: +43 732 69 79 0
Fax: +43 732 65 44 54
Web: www.brauunion.at
UID-Nr: ATU 23232106