BRAUUNION ÖSTERREICH

Nachhaltigkeitsbroschüre 2007–2010

FAIRantwortungsvoll Brauen für Österreich

Inhaltsverzeichnis

01 FAIRantwortungsvoll Brauen für Österreich
02 Brewing a Better Future

04 IMPROVE
05 Umweltschonendes Brauen
07 Verantwortungsvolles Handeln

08 EMPOWER
09 Gesundes und sicheres Arbeiten
11 Überlegtes Einkaufen

12 IMPACT
13 Bewusstes Genießen
14 Gezieltes Kooperieren

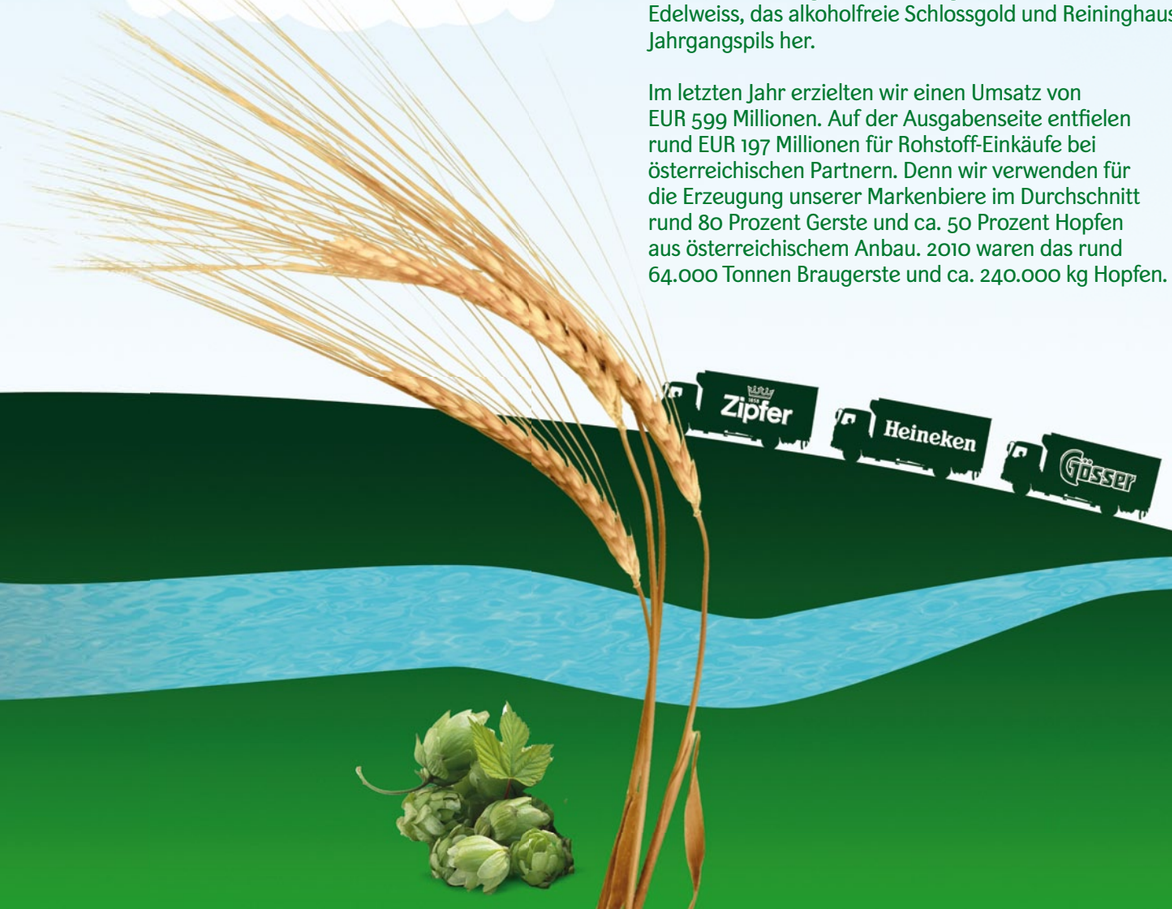
15 Resümee
16 Formale Kriterien
Fragen & Anregungen
17 Impressum

Unternehmensprofil

Die BRAU UNION ÖSTERREICH ist der heimische Brauerei-Marktführer mit einer Vielzahl von beliebten Biermarken im Sortiment. Mit rund 2.200 Mitarbeitern sind wir zudem der größte Arbeitgeber der Branche.

Unser im Jahr 1921 gegründetes Unternehmen ist seit 2003 ein Teil der globalen HEINEKEN-Familie. Die Gesamtproduktion unserer fünf Großbrauereien (Puntigam, Göss, Schwechat, Wieselburg und Zipf) und unserer drei regionalen Spezialitätenbrauereien (Kaltenhausen, Schladming und Lienz) betrug 2010 rund 4.686.000 Hektoliter Bier. Insgesamt erzeugten alle österreichischen Brauereien im Vorjahr rund 8,7 Mio. Hektoliter, d.h. 106 Liter pro Österreicher. Unsere drei strategischen Marken sind Zipfer, Gösser und Heineken. Außerdem stellen wir Puntigamer, Kaiser, Wieselburger, Schladminger, Schwechater, Edelweiss, das alkoholfreie Schlossgold und Reininghaus Jahrgangspils her.

Im letzten Jahr erzielten wir einen Umsatz von EUR 599 Millionen. Auf der Ausgabenseite entfielen rund EUR 197 Millionen für Rohstoff-Einkäufe bei österreichischen Partnern. Denn wir verwenden für die Erzeugung unserer Markenbiere im Durchschnitt rund 80 Prozent Gerste und ca. 50 Prozent Hopfen aus österreichischem Anbau. 2010 waren das rund 64.000 Tonnen Braugerste und ca. 240.000 kg Hopfen.



Vorwort

FAIRantwortungsvoll Brauen für Österreich

Sehr geehrte Damen und Herren,

als größtes heimisches Brauereiunternehmen trägt die BRAU UNION ÖSTERREICH eine große Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft, Kunden, Konsumenten und Mitarbeitern. Mithilfe unserer CSR-Strategie (Corporate Social Responsibility) möchten wir dieser umfassend und konsequent nachkommen und zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen.

Im Mittelpunkt unserer Initiativen stehen die Themen Energie, Wasser, Sicherheit, Gesundheit, Landwirtschaft und heimische Rohstoffe, Verantwortung in der Lieferkette, verantwortungsvoller Bierkonsum sowie Auswirkungen auf Schwellenmärkte. Unter Berücksichtigung dieser sozialen und ökologischen Aspekte entwerfen wir laufend Maßnahmenpläne für die sechs Kernbereiche Umweltschonendes Brauen, Verantwortungsvolles Handeln, Gesundes und sicheres Arbeiten, Überlegtes Einkaufen, Bewusstes Genießen und Gezieltes Kooperieren.

Innerhalb der letzten Jahre konnten wir bereits eine Reihe vielfältiger Projekte erfolgreich umsetzen. So haben wir zum Beispiel die Emissionen reduziert, die Rohstoffe effizienter eingesetzt und den Energiebedarf gesenkt. Unsere Gesundheitsprogramme für Mitarbeiter übernehmen eine Vorreiterrolle am heimischen Biermarkt. Wir setzen uns für einen maßvollen Genuss von Alkohol ein und fördern Kultur- und Sportveranstaltungen.

Die seit 2007 erreichten positiven Ergebnisse, wie zum Beispiel die Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs, weniger Unfälle aufgrund von Sicherheitsmaßnahmen und die erhaltenen Auszeichnungen für die Reduktion des Primärenergieeinsatzes und des Schadstoffausstoßes in der Brauerei Göss, zeigen uns, dass wir uns auf dem richtigen Weg befinden. Wir möchten uns keinesfalls mit dem Erreichten zufriedengeben, sondern wollen zukünftig noch zahlreiche Schritte im Bereich Nachhaltigkeit planen und umsetzen. Mit der vorliegenden Broschüre geben wir allen interessierten Lesern einen Einblick in unsere bisherigen und für die Zukunft geplanten CSR-Aktivitäten. Wir präsentieren Ihnen die Einzelheiten zu den erwähnten Themen und Kernbereichen sowie Details über ausgewählte Projekte. In unserem umfassenden Online-Nachhaltigkeitsbericht www.nachhaltigkeit.brauunion.at bereiteten wir diese Informationen noch ausführlicher auf.

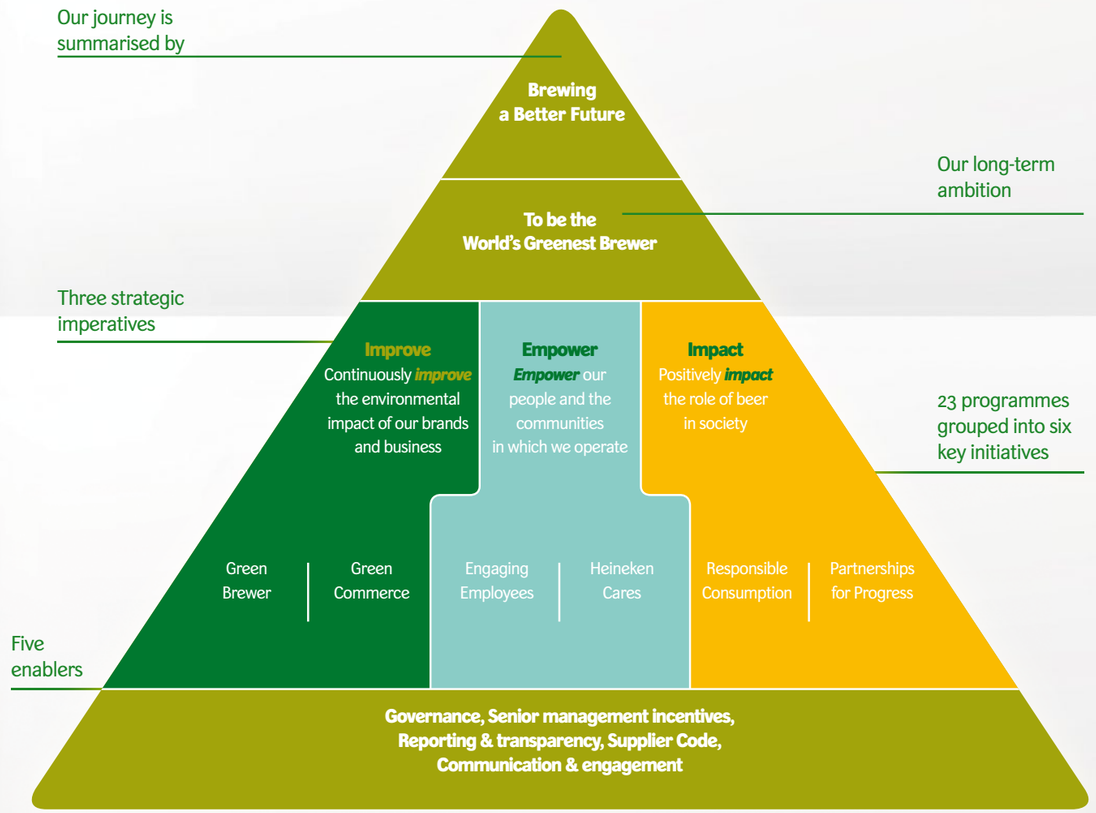
Wir möchten Sie mit dem Handeln der BRAU UNION ÖSTERREICH vertraut machen und so auch zu einem besseren gegenseitigen Verständnis beitragen. Denn unser ehrgeiziges Ziel, der FAIRantwortungsvollste Brauer Österreichs zu werden, können wir nur mit der Unterstützung unserer Partner erreichen. Ich lade Sie daher ein: Lesen Sie diesen Bericht und geben Sie uns Ihre Meinung, Anregungen oder auch Kritik bekannt. Begleiten Sie uns auf unserem Weg zum FAIRantwortungsvollsten Brauer Österreichs!

Markus Liebl

Ihr
Markus Liebl
Generaldirektor

Brewing a Better Future

Im April 2010 stellte HEINEKEN „Brewing a Better Future“ vor, die umfassende und integrierte Nachhaltigkeits-Strategie des Bierkonzerns für die nächsten Jahre. So will die weltweite HEINEKEN-Familie ihre Ambition erreichen, der Welt grünster Brauer zu werden. Die BRAU UNION ÖSTERREICH unterstützt mit ihrem Nachhaltigkeits-Programm dieses Ziel.



Alle Gesellschaften des HEINEKEN-Konzerns wollen zu einer nachhaltigeren Welt beitragen. Um diese Vision zu erreichen, investieren wir langfristig in Umwelt, Gemeinschaften, Mitarbeiter und Kooperationspartner. Rund um den Globus haben wir uns mit der HEINEKEN-Familie daher drei strategische Schwerpunkte gesetzt:

- Improve: Wir wollen die Umweltauswirkungen unserer Produkte laufend verbessern.
- Empower: Wir stärken unsere Mitarbeiter und die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind.
- Impact: Wir wollen die Rolle von Bier in der Gesellschaft positiv beeinflussen.

Diese drei globalen Schwerpunkte haben wir in sechs Initiativen unterteilt. Die BRAU UNION ÖSTERREICH engagiert sich daher für

- Umweltschonendes Brauen
- Verantwortungsvolles Handeln
- Gesundes und sicheres Arbeiten
- Überlegtes Einkaufen
- Bewusstes Genießen
- Gezieltes Kooperieren.

Einen kleinen Einblick in jeden dieser Bereiche finden Sie auf den nächsten Seiten, mehr dazu in unserem Online-Nachhaltigkeitsbericht: www.nachhaltigkeit.brauunion.at.

Improve

Durch gezielte Maßnahmen senken wir unseren Energie- und Wasserverbrauch und erreichen einen effizienteren Rohstoff-Einsatz. Gleichzeitig reduzieren wir unser Verpackungsmaterial und verringern damit die Abfallmenge. Wie auf den nächsten Seiten dargestellt, beziehen sich unsere Umweltschutz-Initiativen auf die Kernbereiche Umweltschonendes Brauen und Verantwortungsvolles Handeln.

„Neben der weiteren Reduktion des Energieverbrauches in unserer Supply Chain arbeiten wir an Konzepten für eine nachhaltige und zukunftsorientierte Energieversorgung."

Dipl.-Ing. Martin Vyskocil
Geschäftsführer Technik und Einkauf

Brauerei Göss
Innovative Ideen sparen CO_2

Im steirischen Göss soll die erste CO_2-neutrale Brauerei Österreichs entstehen. Gemeinsam mit Forschungseinrichtungen wie dem Joanneum Research und Partnern aus der Wirtschaft entwickeln wir innovative Ideen, um Treibhausgase einzusparen. So beziehen wir mittlerweile zu 35 Prozent Abwärme aus einem benachbarten Betrieb und nutzen 90 Prozent der während des Brauprozesses in der Brauerei entstehenden Abwärme, um damit Wasser aufzuheizen. Für dieses Projekt wurden wir schon mehrmals ausgezeichnet, etwa mit dem Energy Globe STYRIA Award oder von der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik. Die Brauerei Göss ist auch innerhalb der HEINEKEN-Familie ein viel beachtetes Vorbild für die anderen Länder.

Umweltschonendes Brauen

Dieser Bereich umfasst alle Maßnahmen zur Einsparung von Energie, Wasser und Emissionen. Eines unserer wichtigsten Projekte ist die Grüne Brauerei Göss, die zur ersten CO_2-neutralen Brauerei Österreichs umgebaut wird.

Energie sparen und Emissionen reduzieren

Die achtsame Nutzung von Energie spielt bei unseren Initiativen aus zwei Gründen eine zentrale Rolle: Erstens trägt die Verbrennung fossiler Energieträger (Diesel, Erdgas) zur globalen Erwärmung bei. Zweitens handelt es sich bei Energie um eine knappe Ressource, die ihren (steigenden) Preis hat.

In den letzten vier Jahren konnten wir unsere Energie-Werte senken. So betrug unser Wärmeenergiebedarf 2007 rund 349.538.000 Megajoule (MJ). 2010 verbrauchten wir nur mehr 333.770.000 MJ. Vor vier Jahren nutzten wir rund 138.471.000 MJ Strom, zuletzt hingegen etwa 124.037.000 MJ – das entspricht dem durchschnittlichen jährlichen Energieverbrauch von 885 Europäern.

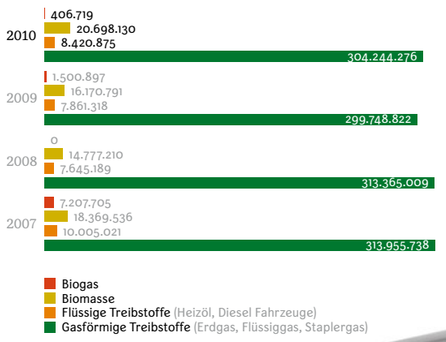
Allerdings stieg der spezifische Verbrauch teilweise an. Dieser wird aus der aufgewandten Energie pro Hektoliter Bier berechnet. Er gibt also an, wie viele Megajoule für die Produktion eines Hektoliters nötig sind. Der spezifische Energieverbrauch hängt stark von der Auslastung ab: Wird insgesamt weniger Bier erzeugt, so steigt er an. 2007 lag der spezifische Stromverbrauch bei 27 MJ pro Hektoliter, 2010 bei 26,5 MJ/hl. Der spezifische Wärmeverbrauch betrug 2007 rund 68 MJ/hl, 2010 erhöhte sich dieser auf rund 71 MJ/hl. Damit liegen wir dennoch deutlich unter dem Zielwert, den HEINEKEN weltweit erreichen will.

Spezifischer Gesamtenergieverbrauch
(Strom + Wärme) in MJ/hl

Da wir den Strom aus Wasserkraftwerken beziehen, liegt unserer Kalkulation die folgende Formel zugrunde: Spezifischer Gesamtenergieverbrauch [MJ/hl] = spezifischer Wärmeenergieverbrauch [MJ/hl] + 3,6 x spezifischer Stromverbrauch [kWh/hl]. Heineken-Standard ist der Multiplikationsfaktor 9.

Spezifische CO_2-Emissionen
in kg/hl

Verbrauch Treibstoffe und Heizung
in MJ



In den nächsten Jahren wollen wir den spezifischen Verbrauch senken. 2011 sollen 69 MJ Wärmeenergie sowie rund 26 MJ elektrische Energie pro Hektoliter aufgewandt werden.

Außerdem erzielten wir in den letzten vier Jahren eine absolute Emissions-Reduktion von 19,2 Prozent (spezifische Reduktion: 11,7 Prozent). Damit leisten wir einen Beitrag zum Klimaschutz.

Treibstoffe und Heizmittel haben einen wesentlichen Anteil an klimaschädigenden Emissionen. Wir schafften es, deutlich weniger Energie aus Erdgas, Heizöl, Flüssiggas, Diesel, Staplergas, Biogas, Biomasse und Fernwärme zu verwenden. Statt 349.538.000 MJ im Jahr 2007 verbrauchten wir 2010 nur mehr rund 333.770.000 MJ.

Grüne Kühlung
Umweltfreundlichere Kühl- und Gefrierschränke für den Handel

Seit 2004 bzw. 2005 stellen wir unseren Kunden in der Gastronomie energieeffiziente Kühlschränke und -truhen zur Verfügung. Diese arbeiten mit einem Kühlmittel, das keinen schädlichen Einfluss auf Ozonschicht und Treibhauseffekt hat. Weitere umweltschonende Maßnahmen, zum Beispiel der Einbau einer LED-Beleuchtung, sollen ab heuer in die Serienproduktion unserer Geräte Eingang finden.

Wasser ist unser wichtigster Rohstoff

Wir nutzen die wertvolle Ressource Wasser zur Bierproduktion sowie zur Reinigung unserer Mehrweggebinde und Anlagen. In den letzten vier Jahren gelang es uns, den Frischwasserverbrauch bei steigender Nutzwassermenge stetig zu senken. Diese Maßnahme reduzierte auch den spezifischen Verbrauch von Wasser: Für die Herstellung eines Hektoliters Bier benötigten wir 2007 rund 6 hl/hl und im Vorjahr rund 4,5 hl/hl.

Spezifischer Wasserverbrauch
in hl/hl

In Zukunft wollen wir aber nicht nur weniger Wasser verwenden, sondern auch die Abwassermenge weiter reduzieren. 2007 verzeichneten unsere Brauereien noch rund 2.020.000 m³ Abwasser, 2010 hingegen rund 1.764.000 m³.

Verantwortungsvolles Handeln

Unser Geschäft konzentriert sich nicht nur auf die Bierproduktion, sondern auch auf den Vertrieb und Verkauf von Bier und anderen Getränken. Daher setzen wir auch in den Geschäftsfeldern Gastronomie und Lebensmittelhandel gezielte Maßnahmen für den Umweltschutz.

Dazu gehören zum Beispiel unser Projekt Grüne Kühlung und die Produktion von leichteren Einweg-Flaschen. Letztere gewinnen an Bedeutung, da unsere Konsumenten immer öfter Einweg- gegenüber Mehrwegflaschen bevorzugen. Durch das verringerte Flaschengewicht tragen wir zur Abfallvermeidung bei. Darüber hinaus verkaufen wir unsere Produkte aber zu 70 Prozent in Mehrweggebinden. Eine Mehrweg-Glasflasche wird bis zu 30 Mal wiederverwendet!

Unser Ziel: weniger Abfall

Durch die Produktion von leichteren Einweg-Flaschen sparen wir seit 2009 jährlich 1.432 Tonnen Glas ein. Das Glasgewicht dieser Flaschen soll ab heuer jährlich um 2 Prozent weiter verringert werden. Leichtere Multipacks verursachen rund 78 Tonnen Karton weniger pro Jahr. Die Materialstärke der Kronenkorken wird von 0,22 mm auf 0,20 mm reduziert.

Empower

Die BRAU UNION ÖSTERREICH nimmt auch gegenüber der Gesellschaft ihre Verantwortung wahr. Wir engagieren uns für unsere Mitarbeiter, setzen Maßstäbe in der Lieferkette und achten auf lokale Rohstoffe.

„Mit unseren Maßnahmen zur Schaffung eines gesunden und sicheren Arbeitsumfeldes möchten wir gerne dazu beitragen, das Wohlbefinden und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter stetig zu erhöhen."

Mag. Peter Keppelmüller
Geschäftsführer Personal

Gesundes und sicheres Arbeiten

Um unseren Arbeitern und Angestellten einen sicheren, attraktiven Arbeitsplatz zu bieten, setzen wir gezielte Maßnahmen für mehr Sicherheit am Arbeitsplatz, bieten Schutz vor Diskriminierung und entwickeln klare ethische Grundsätze. Wir setzten Maßnahmen zur Verbesserung der Gesundheit unserer Mitarbeiter und binden sie auch aktiv in die Weiterentwicklung unseres Unternehmens ein.

Gesundheit forcieren

Mit Programmen wie unseren „Fit im Job"-Seminaren fördern wir die Gesundheit und Zufriedenheit unserer rund 2.200 Mitarbeiter.

Seit Mai 2007 gibt es eine eigene „Gesundheitsbeauftragte", die österreichweit alle themenspezifischen Projekte und Aktivitäten organisiert und abwickelt.

In Zukunft liegt der Schwerpunkt der Betrieblichen Gesundheitsförderung vor allem in der weiteren Verbesserung der Arbeitsverhältnisse und der Gestaltung „gesunder" Rahmenbedingungen.

Vielfalt & ethisches Verhalten

Unsere Arbeitnehmer stammen aus 15 Nationen, wobei die Anzahl der Männer klar überwiegt. Es sind uns keine Diskriminierungsfälle bekannt. Für allfällige Beschwerden sind einerseits unsere Betriebsräte und andererseits unsere Betriebsärzte zuständig. Unsere Mitarbeiter können sich jederzeit vertraulich an sie wenden.

Unser 2010 überarbeiteter Verhaltenskodex soll unseren Mitarbeitern helfen, in schwierigen Situationen die richtige Entscheidung zu treffen. Er beinhaltet die folgenden Themen: Gesetze und Vorschriften, Umgang mit Alkohol, Betrug und Umgang mit Unternehmenseigentum, Interessenskonflikte, Insidergeschäfte, Auswahl von Lieferanten, Geschenke, Korruption sowie Meldung von Fehlverhalten.

„Fit im Job" Gesundheit und Zufriedenheit im Fokus

Von 2007 bis 2009 entwickelten wir gemeinsam mit der OÖ Gebietskrankenkasse und dem Fonds Gesundes Österreich ein Gesundheitsprojekt für unsere Mitarbeiter an den Standorten Linz und Zipf sowie den Verkaufslagern in Wels, Steyr und Bad Ischl.

Nach einer schriftlichen Befragung wurden in „Gesundheitszirkeln" verschiedene Maßnahmen ausgearbeitet, wie etwa Team-Mitarbeitergespräche für Arbeiter, Rückengymnastik für unsere Schichtarbeiter, ergonomische Staplersitze oder angepasster Gehörschutz für unsere Technikmitarbeiter in Zipf.

Darüber hinaus bieten wir unseren Beschäftigten „Fit im Job"-Seminare an, beispielsweise zu den Themen Bewegung, gesunde Ernährung und Entspannung, Augenfitness am PC oder Mentaltraining als Kraftquelle.

Wachstum und Erfolg durch Innovation

Die Ideen unserer Mitarbeiter sind ein großes Potenzial für die zukünftige Entwicklung des Unternehmens. Die Ergebnisse unserer Mitarbeiterbefragung führten zur Einrichtung der „Ideenwerkstatt“. Mit diesem Projekt involvieren wir ab 2011 unsere Arbeiter und Angestellten stärker in die Entwicklung innovativer Prozesse.

Die Mitarbeiter werden im Rahmen eines Wettbewerbs dazu eingeladen, ihre Ideen zu den folgenden Themen einzureichen: Produkte, interne Prozesse, externe Service-Qualität, Unternehmens- und Führungskultur sowie Nachhaltigkeit. Grundsätzlich finden alle Vorschläge Beachtung und werden an die entsprechenden Abteilungsleiter weitergereicht. Die fünf am besten geeigneten Ideen (eine aus jeder Kategorie) werden von den Mitarbeitern selbst weiterentwickelt, vor den Führungskräften präsentiert und prämiert. Das Management wählt daraus den Sieger, dessen Idee Projektstatus erhält.

Sicherheit schaffen

Im Blickpunkt unseres Gesundheitsmanagements stehen auch Schritte zur Erhöhung der Sicherheit am Arbeitsplatz. So reduzieren zum Beispiel durchgängige Trittbretter an den neu angeschafften LKW das Unfallrisiko unserer Bierführer. Außerdem entwickelten wir eine hydraulische Hebehilfe für 50 Liter-Bierfässer – den „Lifter“. Damit können unsere Bierführer die schweren Fässer ohne Rückenbelastung auf- und abladen.

Eine weitere Arbeitserleichterung bietet die ab 2008 erfolgte Ausstattung von LKW mit einer zusätzlichen seitlichen Ladebordwand auf der Beifahrerseite. Durch die Möglichkeit zur hydraulischen Absenkung dieser Ladebordwand auf Bodenniveau ist die Körperbelastung der Bierführer beim Be- und Entladen von Kisten und Fässern viel geringer. Außerdem ist damit auch das Umschlichten der Gebinde im LKW während einer Liefertour kaum mehr notwendig.

Durch diese und weitere Maßnahmen konnten wir die Anzahl der Unfälle in der Produktion (Brauereien inkl. Stapelhallen) 2010 im Vergleich zu 2007 deutlich senken: von 6,1 Unfällen pro 100 FTE (Full-time equivalent, Vollzeitäquivalente) auf 3,8 Unfälle pro 100 FTE. Parallel dazu gingen die Ausfallstage pro FTE zurück: von 128 im Jahr 2007 auf 87 im Jahr 2010.

Unfallhäufigkeit
pro 100 FTE in der Produktion

Ausfallstage
pro 100 FTE in der Produktion

Überlegtes Einkaufen

Wir achten nicht nur auf die Qualität und Herkunft unserer Rohstoffe, sondern auch auf die Rahmenbedingungen ihrer Erzeugung. Dazu entwickelten wir einen Lieferantenkodex, in dem wir unsere Anforderungen offenlegen.

Rohstoffe aus Österreich

In den Jahren 2007, 2008 und 2010 stammten 82 Prozent unserer gesamten Einkäufe von heimischen Zulieferbetrieben, 2009 sogar 84 Prozent. Mehrere Initiativen gewährleisten, dass wir in Zukunft noch mehr österreichische Rohstoffe, d.h. mehr Hopfen und Braugerste – insbesondere auch mehr Winterbraugerste – beziehen können. Die Biersorten der Marke Gösser produzieren wir bereits aus 100 Prozent österreichischen Rohstoffen.

Verantwortungsbewusste Lieferanten

Uns ist wichtig, dass auch unsere Lieferanten Verantwortung wahrnehmen. Wir entwarfen einen Kodex, der Anforderungen an ethische Grundsätze, Menschenrechte und Umweltmanagement umfasst. Seit 2007 fordern wir die Einhaltung dieser Grundsätze von unseren Zulieferbetrieben für bestimmte Materialgruppen (z.B. Rohstoffe, Verpackungsmaterial, Textilien) ein.

Die Umsetzung kontrollieren wir selbst. Wenn nötig, erarbeiten wir gemeinsam mit dem jeweiligen Unternehmen Verbesserungsvorschläge. Mittlerweile unterschrieben 620 Lieferanten, das sind 84 Prozent, unseren Kodex.

Arbeitssicherheit
Mehr Sicherheitsbewusstsein für weniger Unfälle

Wir stellten das Jahr 2010 in Puntigam und Göss unter das Motto „Arbeitssicherheit“. Die ganze Meisterebene wurde dazu geschult. Insgesamt wandten wir 6 Schulungs-Tage je Führungskraft auf. Zusätzlich kontrollierten wir die Umsetzung des Gelernten mittels eines ganztägigen Audits Ende Dezember 2010. Die Auditoren befragten die Mitarbeiter besonders zum geänderten Führungsstil und überprüften die Änderung im Bewusstsein unserer Arbeitnehmer bezüglich Arbeitssicherheit. Göss und Puntigam bestanden die Audits erfolgreich.

In der Brauerei Wieselburg setzten wir ebenfalls umfassende Sicherheits-Maßnahmen um, etwa die Errichtung und Markierung von Besucherwegen und die Erweiterung der persönlichen Schutzausrüstung. In Schwechat implementierten wir ein E-Learning-System, bauten eine automatische Abschaltung in der Dosenabfüllung ein und machten auf Sicherheitshinweise, Erste Hilfe und das Beinaheunfall-System aufmerksam.

Impact

Ein wichtiges Anliegen ist uns die Förderung eines verantwortungsbewussten und maßvollen Bierkonsums. Unsere Initiativen sind auf die folgenden fünf Schwerpunkte ausgelegt:

1. Verantwortungsvoller Umgang unserer Mitarbeiter mit Alkohol
2. Förderung des verantwortungsvollen Genusses von Alkohol
3. Verantwortungsbewusste Kommunikation
4. Partnerschaften gegen Alkoholmissbrauch
5. Angebot an alkoholfreien Alternativen

„Wir betrachten den verantwortungsbewussten Konsum von Alkohol als Teil einer gepflegten Bierkultur."

Andreas Stieber
Geschäftsführer Marketing

Bewusstes Genießen

Verantwortungsvoller Umgang unserer Mitarbeiter mit Alkohol

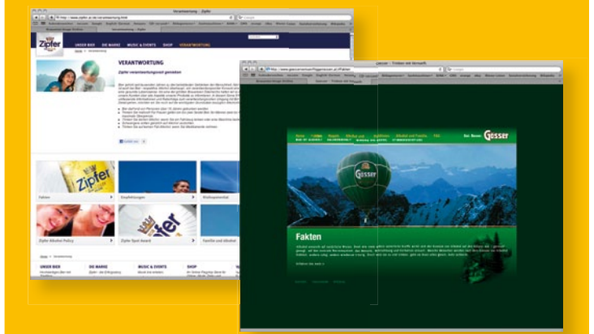
Unser Programm Cool@Work sensibilisiert unsere Belegschaft für den verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol. Wir informieren sie in Schulungen, Gesprächen und unseren Mitarbeitermedien über maßvollen Biergenuss. Unsere Betriebsärzte und Betriebsräte sind bei Verstößen gegen die Richtlinien in die Gesprächsführung mit den betroffenen Personen eingebunden. Die internen Vorschriften können etwa im Verhaltenskodex oder unserer Alkoholpolitik-Broschüre nachgelesen werden.

Förderung des verantwortungsvollen Genusses von Alkohol

Wir treten für einen maßvollen und vernünftigen Umgang mit Alkohol ein und machen die Öffentlichkeit auf den Websites unserer Hauptmarken Zipfer, Gösser und Heineken darauf aufmerksam.

Zipfer und Gösser Verantwortungsvoller Genuss im Internet

Auf den Websites **www.zipferverantwortungsvollgeniessen.at** bzw. **www.goesservernuenftiggeniessen.at** sowie der Zipfer Facebook-Seite finden Interessierte Hintergrundinformationen und Tipps zu einem maßvollen Genuss von Alkohol. Zudem veranstalteten wir den Zipfer Spot Award 2010. Mit diesem Kurzfilm-Wettbewerb motivierten wir „kreative Köpfe", den verantwortungsvollen Umgang mit Bier für ein junges Publikum ansprechend aufzubereiten. Bei den HEINEKEN Musik-Events wiederum streichen wir den vernünftigen Genuss von Alkohol hervor und geben beispielsweise gratis Wasser zur Erfrischung aus.



Verantwortungsbewusste Kommunikation

Wir achten darauf, dass wir in unserer Werbung und Produktkommunikation einen verantwortungsvollen Genuss von Alkohol vermitteln. Wir orientieren uns dabei an einer eigenen unternehmensinternen Richtlinie sowie am Kommunikationskodex und dem Verhaltenskodex der österreichischen Brauwirtschaft vom Verband der Brauereien.

Vierzig Führungskräfte aus den Bereichen Logistik, Technik und Gastronomie nahmen am Beginn des Jahres 2011 an einer Schulung zum Thema „Alkohol am Arbeitsplatz" teil. Zwei Experten vom Anton-Proksch-Institut informieren am Standort Linz die Führungskräfte über die Früherkennung von Alkoholmissbrauch und geeignete Methoden der Gesprächsführung mit betroffenen Mitarbeitern. Ziel ist es, Beschäftigten mit einem Alkoholproblem möglichst frühzeitig Hilfe anbieten zu können.

Partnerschaften gegen Alkoholmissbrauch

Gemeinsam können wir mehr erreichen – das gilt besonders auch für den maßvollen Umgang mit Bier. Unsere alkoholfreie Marke Schlossgold initiierte in den Jahren 2007 und 2008 in Kooperation mit dem Kuratorium für Verkehrssicherheit die Aktion „Ein Zeichen der Vernunft". Ein solches Zeichen konnte jeder setzen, indem er die an unseren Flaschen angebrachten Sticker mit dem Hinweis auf einen verantwortungsvollen Bierkonsum zum Beispiel auf sein Auto klebte.

Alkoholreduzierte und alkoholfreie Alternativen

Im Bereich Entwicklung konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf alkoholfreie Biere bzw. Getränke mit geringem Alkoholgehalt. 2011 wollen wir mindestens ein entsprechendes Produkt auf den Markt bringen. Dafür sind rund 20 Prozent unseres Innovations-Budgets vorgesehen. In den nächsten Jahren soll der Anteil für die Forschung nach alkoholfreien Alternativen weiter kontinuierlich steigen.

Gezieltes Kooperieren

**Unsere Mitarbeiter engagieren sich in mehreren Verbänden und Interessenvertretungen für die Industrie, die Bierbranche und unser Unternehmen.
Im Rahmen dieser Funktionen treten sie beispielweise für die Angleichung der Bierbesteuerung an die benachbarten Biernationen Tschechien und Deutschland ein.**

Auch im Ausbildungsbereich setzen wir gemeinsam mit Partnern gezielte Maßnahmen. So fördern wir im Rahmen unserer Branchenvertretung Biersommelier-Kurse oder setzen uns in Kooperation mit dem Österreichischen Getränkeinstitut für die Lehre von Brau- und Getränketechnikern ein.

Gemeinsam für mehr Bierkultur

Unsere Berichte über die heimische Bierkultur sind die ersten ihrer Art in Österreich. Darin informieren wir unter anderem über die Auswahl des richtigen Glases und die Einstellung der Österreicher zum Bier. Hierzulande sind 93 Prozent der Bevölkerung davon überzeugt, dass Bier ein wichtiger Bestandteil der österreichischen Kultur ist. 36 Prozent denken, dass sich das Image von Bier in den vergangenen 10 Jahren verbessert hat. Im Rahmen unserer Vision „Wir wollen Österreich zum Land mit der besten Bierkultur Europas machen“ setzen wir weitere Initiativen. So verleihen wir gemeinsam mit dem Gault Millau die „Bierkrone“ an Gastronomen, die sich in hohem Maße für Bierkultur und die typisch österreichische Küche einsetzen. Außerdem bieten wir unseren Kunden in der Gastwirtschaft Mitarbeiterschulungen an und stellen ihnen eine breite Palette an Gläsern zur Verfügung, in denen sich der Geschmack der jeweiligen Biersorte optimal entfalten kann.

Ein wesentlicher Aspekt der Bierkultur ist die Vielfalt. Daher bringen wir mit Innovationen immer wieder neue Akzente auf den Markt. So setzten der Zipfer Limettenradler und der Gösser Naturradler Kräuter neue geschmackliche Maßstäbe im Bereich der Bier-Mischgetränke. Wir reagieren zudem auf einen Konsumentenwunsch und bieten eine gänzlich neue Gebindekategorie an: Puntigamer ist per April 2011 auch in der 1,5 Liter Kunststoff-Flasche erhältlich.

Resümee

In den letzten Jahren versuchten wir, mit gezielten Maßnahmen unsere Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft wahrzunehmen. Diese Initiativen führten durchwegs zu positiven Auswirkungen. So tragen wir etwa mit der Senkung des Strombedarfs oder der Reduktion der CO_2-Emissionen zum Umweltschutz bei. Mit unseren präventiven Maßnahmen für die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter stärken wir deren Zufriedenheit. Und mit der Aufklärung über verantwortungsbewussten Alkoholgenuss, der Förderung der Bierkultur und unserem Engagement gegenüber Sport und Kultur bemühen wir uns um das Wohl der Gesellschaft.

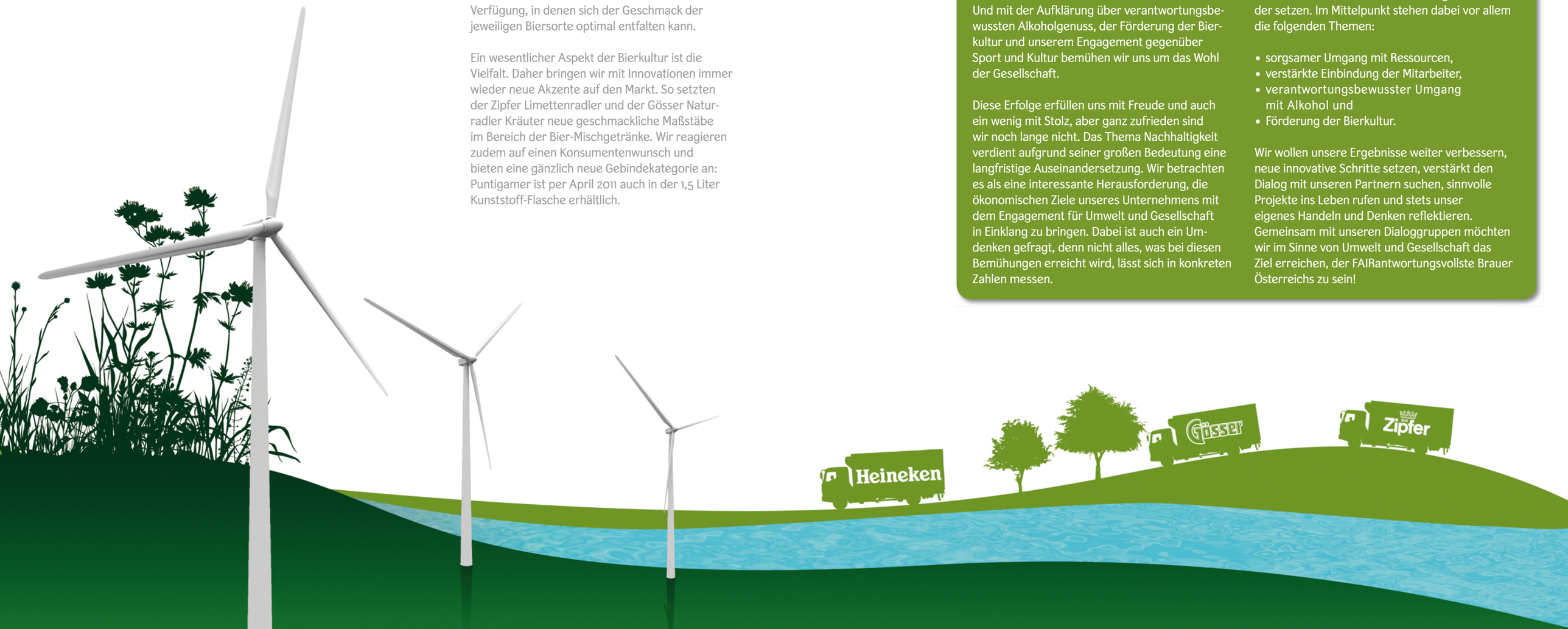
Diese Erfolge erfüllen uns mit Freude und auch ein wenig mit Stolz, aber ganz zufrieden sind wir noch lange nicht. Das Thema Nachhaltigkeit verdient aufgrund seiner großen Bedeutung eine langfristige Auseinandersetzung. Wir betrachten es als eine interessante Herausforderung, die ökonomischen Ziele unseres Unternehmens mit dem Engagement für Umwelt und Gesellschaft in Einklang zu bringen. Dabei ist auch ein Umdenken gefragt, denn nicht alles, was bei diesen Bemühungen erreicht wird, lässt sich in konkreten Zahlen messen.

Es geht vielmehr darum, ein tiefgreifendes Bewusstsein zu schaffen für die Verantwortlichkeit jedes einzelnen bei einer Aufgabe, die uns alle betrifft. Wir möchten dazu beitragen, die Bedürfnisse der heutigen Generation zu erfüllen und die Lebensqualität künftiger Generationen zu sichern.

So möchten wir uns in den nächsten Jahren noch intensiver mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander setzen. Im Mittelpunkt stehen dabei vor allem die folgenden Themen:

- sorgsamer Umgang mit Ressourcen,
- verstärkte Einbindung der Mitarbeiter,
- verantwortungsbewusster Umgang mit Alkohol und
- Förderung der Bierkultur.

Wir wollen unsere Ergebnisse weiter verbessern, neue innovative Schritte setzen, verstärkt den Dialog mit unseren Partnern suchen, sinnvolle Projekte ins Leben rufen und stets unser eigenes Handeln und Denken reflektieren. Gemeinsam mit unseren Dialoggruppen möchten wir im Sinne von Umwelt und Gesellschaft das Ziel erreichen, der FAIRantwortungsvollste Brauer Österreichs zu sein!



Formale Kriterien

Der Online-Report orientiert sich an den weltweit anerkannten Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Er entspricht der Anwendungsebene B.

Im aktuellen Report zeigen wir unsere Entwicklung in den letzten vier Jahren in den Bereichen Markt, Umwelt und Gesellschaft. Wie unsere ersten Nachhaltigkeitsberichte 2004 und 2005/2006 (ebenfalls nach den GRI-Richtlinien erstellt) beschäftigt er sich ausschließlich mit unseren wichtigsten Geschäftszweigen, der Produktion mit und dem Handel von Bier. Nicht enthalten sind die Tätigkeiten von Unternehmen, an denen wir beteiligt sind. Der Online-Nachhaltigkeitsbericht 2007 – 2010 gibt Auskunft zu 27 Indikatoren – vom Energieverbrauch über die Gesundheit unserer Mitarbeiter bis zu Informationspflichten.
In Zukunft wollen wir den Berichtszeitraum (aktueller Report: 4 Jahre) wieder verkürzen und jährlich über unsere Maßnahmen, Erfolge, über Verbesserungsbedarf sowie unsere Ziele berichten.

Die Daten für den Print- und Onlinereport wurden von Mitarbeitern aus dem Controlling, dem Personalmanagement, dem Qualitätsmanagement, der Logistik, dem Einkauf, der Kommunikation und Marketing/Geschäftsführung gesammelt.

Fragen & Anregungen

Wir freuen uns, wenn Sie uns Ihre Anregungen oder Kritik zu dieser Broschüre, unserem Online-Report und ganz allgemein unserem Nachhaltigkeits-Management mitteilen.

Wenden Sie sich bitte an unsere Nachhaltigkeitsbeauftragte Mag. Birgit Schweinberger – sie stellt bei Bedarf den Kontakt zu den Spezialisten unseres Nachhaltigkeits-Teams her, die Ihre Fragen gerne im Detail mit Ihnen diskutieren.

E-Mail: b.schweinberger@brauunion.com
Telefon: +43 (0)732 6979-2642

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber
BRAU UNION ÖSTERREICH AG
4021 Linz, Poschacherstraße 35
Postfach 281
Tel.: +43 (0)732 69 79-0
E-Mail: office@brauunion.com
www.brauunion.at

Hergestellt nach den Richtlinien des Österreichischen Umweltzeichens „Schadstoffarme Druckerzeugnisse“ UWNR. 637.

Noch ein abschließendes Wort: Wir sprechen im Report Damen wie Herren gleichermaßen an. Zugunsten der Lesefreundlichkeit verzichteten wir auf geschlechtsneutrale Formulierungen.

Stand: August 2011.

Satz- und Druckfehler vorbehalten.

Idee und Konzept
Hauska & Partner GmbH
1010 Wien, Kärntner Straße 21-23/2/7. Stock
Tel.: +43 (0)1 513 17 00
www.hauska.com

Grafik & Design
RADIX COMM
1080 Wien, Lerchenfelderstraße 6/1,
Tel.: +43 (0)1 929 12 68
www.radix-group.com

Brau Union Österreich AG

Lesen Sie unseren Nachhaltigkeitsbericht auf

www.nachhaltigkeit.brauunion.at