

# ZUM WOHL! DER NACH- HALTIGKEITS- BERICHT 2017



# ZUM WOHL! DER NACH- HALTIGKEITS- BERICHT 2017



# VORWORT



## WARUM UNS NACHHALTIGKEIT SO WICHTIG IST

Liebe Leser,

als größtes Brauereiunternehmen Österreichs sind wir uns unserer ökologischen und sozialen Verantwortung bewusst. Daher streben wir nach einer nachhaltigen Bierkultur – vom Feld bis zur Flasche, vom Korn bis zum Kunden. Weil uns das Thema Umweltschutz seit jeher wichtig ist, gehen wir sehr achtsam mit den Ressourcen um und arbeiten laufend daran, hier noch effizienter zu werden. Nachhaltigkeit ist uns ein Herzensanliegen, ist aber darüber hinaus von elementarer Bedeutung für unser Produkt: Bier ist ein natürliches Getränk und kann nur so gut sein wie die Rohstoffe, aus denen es besteht. Klares Wasser von bester Qualität, feinsten Hopfen und beste Braugerste brauchen eine intakte Umwelt. Auch dieses Bewusstsein leitet unser Handeln.

Unter dieser Maxime arbeiten wir, indem wir laufend Vorzeigeprojekte im Sinne einer nachhaltigen Bierkultur konzipieren und umsetzen. Auch 2017 haben wir an unseren Standorten in ganz Österreich sowie

in der Logistik und auch darüber hinaus – nämlich bis hin zu unseren Lieferanten und Kunden – Aktivitäten gesetzt, die sich positiv auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft auswirken. Besonders hervorzuheben ist 2017 – neben diversen Projekten zu Ressourceneffizienz und Einsatz von alternativen Energien – das Brauquartier Puntigam. Hier wurde durch die gelungene Kooperation mit zwei Partnern ein innovatives Projekt erarbeitet und umgesetzt: Ein neuer Stadtteil in Graz wird mit biogener Gärwärme aus der Brauerei Puntigam versorgt. Auch in Schwechat wurden bereits die Weichen für ein ähnliches Projekt gestellt.

All diese Aktivitäten sind unser Beitrag zur Nachhaltigkeitsstrategie „Brewing a Better World“ der internationalen HEINEKEN-Familie. In diesem Sinne entwickeln wir die heimische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Gesichtspunkten weiter. Dabei orientieren wir uns an anerkannten internationalen Standards wie dem UN Global Compact.

Wir sehen in Bier mehr als nur ein Getränk – es ist ein wichtiger Teil unserer Lebenskultur. Es ist für uns selbstverständlich, Maßnahmen zu setzen, welche die Umwelt schützen, Abfälle reduzieren, die Landwirtschaft in Österreich unterstützen und zur Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter beitragen. Dabei setzen wir auf sechs Schwerpunkte mit jeweils anspruchsvollen Zielen: Schutz der Wasserressourcen, Energie- und CO<sub>2</sub>-Reduktion, nachhaltige Beschaffung, Gesundheit und Arbeitssicherheit, Partnerschaften für die Zukunft und nicht zuletzt der verantwortungsvolle Genuss.



Neben bereits angeführten Beispielen im Umweltbereich, wie dem Brauquartier Puntigam, ist zu unserem nachhaltigen gesellschaftlichen Engagement die Partnerschaft mit Amuse Bouche zu erwähnen. Hier unterstützen wir im Rahmen einer Lehrlingsinitiative den Gastronomenachwuchs in den Bereichen Bierkultur und verantwortungsbewusster Umgang mit Alkohol. Für all diese wegweisenden Initiativen wird die Brau Union Österreich auch immer wieder ausgezeichnet – 2017 etwa mit der Top-10-Platzierung bei den European Business Awards, dem Umweltschutz-Zertifikat der Post oder der Grazer ÖKOPROFIT-Auszeichnung. Für Maßnahmen im Bereich der Mitarbeitergesundheit wurden wir ebenfalls ausgezeichnet.

All das ist ein Grund, stolz zu sein und motiviert uns weiter, konsequent an all unseren Standorten und in all unseren Unternehmensbereichen nachhaltige Projekte zu initiieren und zu implementieren. Die Brau Union Österreich wird weiter daran arbeiten, mit innovativen Projekten in Richtung alternativer Energiequellen zu gehen und sich somit der Abhängigkeit

von Öl und Gas schrittweise zu entziehen. Außerdem hilft die Implementierung von internationalen Standards – etwa die Zertifizierung nach Prozessoptimierungssystemen – noch nachhaltiger zu arbeiten.

In diesem Bericht möchten wir Ihnen unsere Strategien und Ziele im Bereich Nachhaltigkeit vorstellen und Ihnen über unsere Best Practice-Beispiele berichten. Wohin es gehen soll, ist für uns klar: Die beste und nachhaltigste Bierkultur für unsere Gesellschaft, unsere Umwelt, unsere Mitarbeiter, Partner und Kunden ist unser Ziel, darauf arbeiten wir gemeinsam hin. Zum Wohle aller. Abschließend möchten wir Ihnen und uns weiterhin gute Ideen und fruchtbare Partnerschaften für eine nachhaltige Zukunft wünschen und hoffen, mit der einen oder anderen Initiative in diesem Bericht auch andere zu einem nachhaltigeren Handeln zu inspirieren und motivieren.

**Magne Setnes**

Vorstandsvorsitzender  
Brau Union Österreich



# INHALT



<b>Vorwort .....</b>	<b>4</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>6</b>
<b>DIE BRAU UNION ÖSTERREICH AG 2017 .....</b>	<b>8</b>
Was uns leitet: unsere Vision und unsere Werte. ....	10
„BREWING A BETTER WORLD“ – unsere Nachhaltigkeitsstrategie und ihre Dimensionen. ....	11
Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen. ....	12
Wie wir die Strategie „BREWING A BETTER WORLD“ umsetzen. ....	16
Vom Korn zum Kunden: die fünf Bereiche unserer Wertschöpfungskette. ....	17
Die wesentlichen Bereiche unserer Nachhaltigkeitsstrategie. ....	18
<b>DAS NATÜRLICHE GLEICHGEWICHT. ZUM WOHL DER UMWELT. ....</b>	<b>20</b>
So viel CO <sub>2</sub> verursacht die Bierproduktion – unser Carbon Footprint. ....	23
Worauf wir beim Einkauf achten. ....	24
Wasser ist unser wichtigster Rohstoff. Wir tun alles, um es zu schützen. ....	27
Wie wir Energie einsparen und unseren CO <sub>2</sub> -Ausstoß reduzieren. ....	28
Ausblick 2018 .....	33
<b>DIE SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG. ZUM WOHL UNSERER MITARBEITER. ....</b>	<b>34</b>
Strategieorientiert, nachhaltig, fordernd und fördernd. ....	37
Wir garantieren Arbeitssicherheit und Gesundheit. ....	38
Ausblick 2018 .....	39
<b>DIE QUALITÄT DER VIELFALT. ZUM WOHL UNSERER KUNDEN. ....</b>	<b>40</b>
Unser Auftrag: begeisterte Kunden. ....	42
Ausblick 2018 .....	45

<b>EIN TEIL DES GROSSEN GANZEN. ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT. ....</b>	<b>46</b>
Was wir der Gesellschaft zurückgeben. ....	49
Wie wir die österreichische Bierkultur stärken. ....	50
Partnerschaften für die Zukunft. ....	51
Produktsicherheit und Gesundheit. ....	53
Ausblick 2018 .....	53
<b>BRAUEREI-STANDORTE DER BRAU UNION ÖSTERREICH AG .....</b>	<b>54</b>
Brauerei Falkenstein/Lienz .....	56
Brauerei Göss/Leoben – „Die Grüne Brauerei“ .....	56
Brauerei Puntigam/Graz .....	57
Brauerei Schladming .....	57
Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen .....	58
Brauerei Schwechat .....	58
Brauerei Wieselburg .....	59
Brauerei Zipf .....	59
<b>WENN BIER WOHNUNGEN HEIZT .....</b>	<b>60</b>
<b>FAKTEN UND DETAILS ZU UNSEREM NACHHALTIGKEITSBERICHT .....</b>	<b>62</b>
GRI-Index .....	64
<b>ANHANG .....</b>	<b>74</b>
IMPRESSUM .....	84





# DIE BRAU UNION ÖSTERREICH AG 2017

# 2.422

Mitarbeiter

# 8 Brauereien

# 32 Verkaufslager

# 55 Verkaufspartner

# 14 Biermarken

# über 100 Biersorten

# über 5 Mio. hl Bierabsatz

# 4 Cider-Marken

im Sortiment

# rund 49.000

# Kunden

## Unsere Absatzmärkte

Unsere Marken sind regional stark verankert, daher sind die jeweiligen Regionen in Österreich unser Hauptabsatzmarkt. Darüber hinaus konnte der Exportbereich der Brau Union Österreich 2017 deutlich gesteigert werden. Besonders Gösser ist im Ausland gefragt: In Italien und in Deutschland wurden 2017 über 146.000 hl Gösser, gebraut in Österreich, verkauft – davon ca. 113.000 hl in Deutschland, überwiegend „Gösser NaturRadler“, und ca. 33.000 hl in Italien. In Russland wurden 2017 rund 577.000 hl Gösser und in Ungarn mehr als 139.000 hl in Lizenz gebraut.

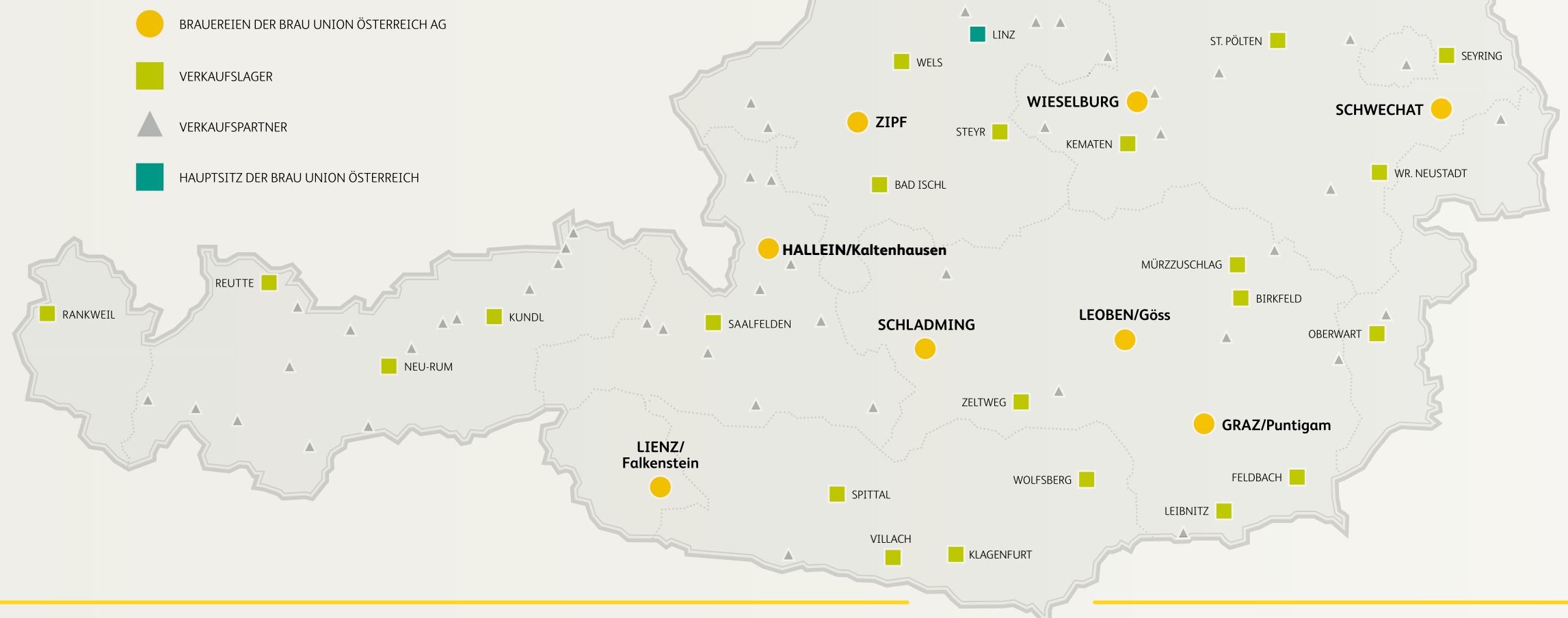
### Unser Engagement wurde 2017 mehrfach ausgezeichnet:

1. **European Business Awards** „National Champion“ in Österreich sowie europaweite Top-10-Platzierung und „Ruban D'Honneur“-Preisträger für „European Business of the Year 2016/2017“.
2. **Gütesiegel der Betrieblichen Gesundheitsförderung** der OÖGKK
3. **„trend“-Ranking** Brau Union Österreich bester Arbeitgeber in der Lebensmittel- und Genussmittelindustrie
4. **Internationaler Brewing & Cider Award** Auszeichnung für „Edelweiss Alkoholfrei“
5. **Umweltschutz-Zertifikat** der Österreichischen Post
6. **Österreichisches Wirtschaftsmagazin** „Top Gewinn“ – Brau Union Österreich als „Nachhaltigkeitselite“ unter den Top 20 laut Ranking im CSR-Guide 2017
7. **ÖKOPROFIT-Award 2017** für die Brauerei Puntigam
8. **European Beer Star 2017** Silver Award für das alkoholfreie „Gösser NaturGold“ und „Edelweiss Alkoholfrei“
9. **OÖ Gesundheitspreis** des OÖ Wirtschaftslandes
10. **„fit im job“-Award** der Wirtschaftskammer Steiermark



### Unser Unternehmen im Porträt

Die Brau Union Österreich ist das größte Brauereiunternehmen Österreichs. Seit 2003 ist sie Teil der internationalen HEINEKEN-Familie. Ihr Kerngeschäft ist die Erzeugung und der Vertrieb von Bier, Biermischgetränken und Produktinnovationen sowie der Handel mit Getränken aller Art – von Cider und Wein über internationale Biere bis zu Erfrischungsgetränken. Eines versteht sich dabei von selbst: Die Brau Union Österreich setzt auf beste Rohstoffe, höchste Qualität und nachhaltige Produktion.



# Was uns leitet: unsere Vision und unsere Werte.

Es ist eine klare Vision, die unser Handeln leitet, als Unternehmen und auch als Menschen, die in diesem Unternehmen arbeiten:

## BRAU UNION ÖSTERREICH – IMMER DIE BESTE MARKE. ÜBERALL. ZUM WOHL.

Um aus einer Vision gelebte Wirklichkeit werden zu lassen, braucht es Prinzipien und Werte:



### Die Basis unseres Handelns

#### Der HEINEKEN Code of Business Conduct

Klare Grundsätze bestimmen unseren Arbeitsalltag: Fairness, Integrität, Achtung vor dem Gesetz wie auch Respekt vor unseren unternehmerischen Werten. Die Richtlinien des HEINEKEN Code of Business Conduct schaffen dafür die Grundlage. Eine „Speak-Up-Leitlinie“, die wir erarbeitet haben, erleichtert zudem das Aufdecken von Fehlverhalten. So bekämpfen wir Korruption und Verstöße gegen ökologische und soziale Grundsätze. Damit unterstützen wir auch den UN Global Compact, die OECD-Richtlinien sowie die International Labour Organization (ILO).

### Wegweiser zum Erfolg

#### Der HEINEKEN „Greenprint to Win“

Der HEINEKEN „Greenprint to Win“ definiert unsere Prinzipien und Werte. Er zeigt, wo wir als Unternehmen hinwollen und hilft uns, unsere Ziele zu erreichen – immer im Einklang mit unserem HEINEKEN Code of Business Conduct.

### Sicherheit für alle

Am Ende eines Arbeitstages wollen wir sicher und gesund nach Hause kommen. Auf andere und uns selbst zu achten, steht deshalb an erster Stelle. Das gilt auch jenseits der Brauereitor – für uns alle und zu jeder Zeit.

### Unternehmerisch handeln

Unser Unternehmen, das sind wir. Daher übernehmen alle Mitarbeiter Verantwortung und handeln, als ob sie selbst Eigentümer wären. Wir wollen an der Spitze stehen und suchen laufend nach Möglichkeiten, um unser Unternehmen zu stärken.

### Gemeinsam stark

Das „Wir“ ist uns wichtiger als das „Ich“. Wir glauben an die Kraft, die aus der Zusammenarbeit verschiedenster Menschen entstehen kann. Wir arbeiten auf ein gemeinsames Ziel hin. Unsere Führungskräfte gehen hier mit gutem Beispiel voran.

### Unbürokratisch und effizient

Globale Größe in Verbindung mit lokaler Marktkraft macht uns stark. Dafür braucht es eine disziplinierte Einhaltung vereinbarter Maßnahmen. Wir verschwenden keine Zeit für interne Bürokratie und unnötige Abläufe.

### Keep it simple!

Wir wollen uns auf wichtige Dinge konzentrieren, etwa den Erfolg am Markt. Daher gestalten wir interne Prozesse einfach. Einfache Abläufe sind leichter zu erklären bzw. auszuführen und sind weniger fehleranfällig.

### Erfolg durch Lernen

Wir sind offen und lernbereit. Wir entwickeln uns weiter, ohne Lektionen aus der Vergangenheit zu vergessen. Wir schätzen Erfahrung als grundlegenden Geschäftswert. Individuelle Lernerfahrungen sind die Grundlage unseres Geschäftserfolgs.



# „BREWING A BETTER WORLD“ – unsere Nachhaltigkeitsstrategie und ihre Dimensionen.

**Wir als Brau Union Österreich haben unser Nachhaltigkeitsziel klar definiert: Die beste Bierkultur für die Zukunft schaffen und die österreichische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Herausforderungen gestalten, zum Wohl von allen. Gemäß der HEINEKEN-Strategie „Brewing a Better World“ setzen wir dieses Ziel um. Diese Strategie umfasst alle unsere Geschäftsbereiche, von den Rohstoffen auf den Feldern über unsere Produktionsstandorte bis hin zu unseren Kunden und Konsumenten.**

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie hat sechs Schwerpunkte mit jeweils anspruchsvollen Zielen:

- Schutz der Wasserressourcen
- Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion
- Nachhaltige Beschaffung
- Verantwortungsvoller Konsum
- Gesundheit und Arbeitssicherheit
- Partnerschaften für die Zukunft

Unsere Strategie „Brewing a Better World“ orientiert sich außerdem an der im September 2015 von den Vereinten Nationen formulierten „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, den 17 globalen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals) und den 169 dahinterliegenden Teilzielen gerecht zu werden.

Die Grafik zeigt, was unsere sechs Schwerpunkte zu den globalen Entwicklungszielen beitragen können. Verantwortungsvoller Konsum unterstützt das Ziel 3 der Agenda („Gesundes Leben und Wohlergehen für alle Menschen jeden Alters“) ebenso wie unser Schwerpunkt der Gesundheit und Arbeitssicherheit. Mit dem Schwerpunkt nachhaltiger Beschaffung fördern wir Ziel 8 („Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum“) genauso wie Ziel 12 („Sicherstellen nachhaltiger Konsum- und Produktionsweisen“).





# Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen.

## UNSERE ANKNÜPFUNGSPUNKTE



**Gesundheit & Wohlergehen:** Sicherstellung von gesundem Leben und Förderung des Wohlbefindens aller Menschen jeder Altersgruppe



### VERANTWORTUNGSVOLLER KONSUM

- Wir lehnen jeglichen Alkoholmissbrauch ab und setzen uns für Aufklärung, Information und Prävention ein.
- Initiativen von Gösser, Puntigamer und Zipfer sowie Heineken
- Alkoholpolitik für alle Mitarbeiter der Brau Union Österreich
- Fokus auf die Entwicklung von alkoholreduzierten und alkoholfreien Bieren
- Kooperation mit der Lehrlingsinitiative Amuse Bouche zum Thema Alkohol und Jugendliche



### GESUNDHEIT UND ARBEITSSICHERHEIT

- Betriebliches Gesundheitsmanagement: Evaluierung psychischer Belastungen, Gesundheitsstammtische, Gesundheitsinitiative „Fit im Job“
- Neue Sicherheitsabteilung im Bereich Human Resources und Safety & Health-Spezialisten an den Standorten – Reduzierung der Arbeitsunfälle auf ein Minimum
- Unternehmensweite Implementierung der HEINEKEN „Life Saving Rules“



### PARTNERSCHAFTEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Regelmäßiger Austausch mit unseren Stakeholdern
- Zusammenarbeit mit Universitäten, Fachhochschulen, NGOs und Unternehmen



**Hochwertige Bildung:** Sicherstellung einer inklusiven und gerechten Bildung von hoher Qualität und Förderung der Möglichkeit des lebenslangen Lernens für alle

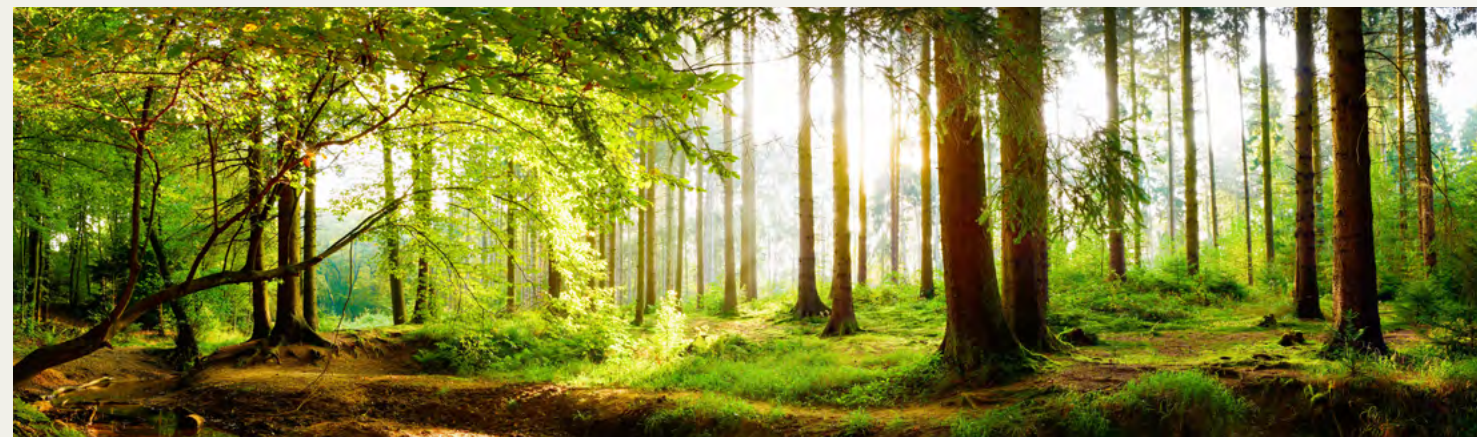


### PARTNERSCHAFTEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Kooperation mit der Lehrlingsinitiative Amuse Bouche zum Thema Alkohol und Jugendliche: Aufklärung im Umgang mit Alkohol

### BILDUNGSANGEBOTE FÜR MITARBEITER

- Biersommelier/Biersommelière in Kooperation mit dem Verband der Brauereien Österreichs
- Lehrlingsakademie der Brau Union Österreich
- Weiterbildungskurse (auch via E-Learning)



### Sauberes Wasser & Sanitärversorgung:

Sicherstellen der Verfügbarkeit und des nachhaltigen Managements von Wasser und sanitären Einrichtungen für alle



### SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN

- Ziel ist es, den spezifischen Wasserverbrauch (hl Wasser/hl Bier) durch Effizienzmaßnahmen auf ein Minimum zu reduzieren. Seit 2008 konnten wir unseren spezifischen Wasserverbrauch um 46 % senken. Damit liegen wir mit 3,12 hl Wasser je hl Bier international im absoluten Spitzenfeld. Die HEINEKEN-Familie weist im Durchschnitt für 2017 etwa 3,6 hl Wasser je hl Bier aus.
- Das verwendete Wasser stammt ausschließlich aus Österreich, zumeist aus brauereieigenen Quellen und Tiefbrunnen.
- Das Nutzwasser in unseren Brauereien versuchen wir wieder in den natürlichen Kreislauf zurückzuführen. Dafür legt die branchenspezifische Abwasser-Emissionsverordnung klare Grenzwerte fest, die von uns intern und extern überprüft werden.



**Bezahlbare & saubere Energie:** Sicherstellung des Zugangs zu erschwinglicher, zuverlässiger, nachhaltiger und moderner Energie für alle



### ENERGIE & CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN

- Seit 2008 konnten wir unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch um ca. 12,5 % reduzieren (Wärme -13,1 %, Strom -11,2 % je hl Bier). Erzielt haben wir diese Verbesserung durch eine ganze Reihe von Maßnahmen, die wir kontinuierlich und konsequent umgesetzt haben:
- Wir kaufen ausschließlich „grünen“ Strom zu.
- Kontinuierlicher Austausch fossiler Energien durch erneuerbare Energien
- Effizienzmaßnahmen in der Produktion, bei Verpackungen, in der Logistik wie auch im Bereich Kühlung beim Kunden
- Kontinuierliche Messung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks & Berechnung des „Product Environmental Footprint“

### Best Practice:

- **Grüne Brauerei Göss:** 100 % nachhaltige Produktion durch Verwendung erneuerbarer Energien und Eigenproduktion von erneuerbaren Energien
- **Brauquartier Puntigam:** Ein neuer Stadtteil in Graz wird mit biogener Abwärme aus der Brauerei versorgt, somit CO<sub>2</sub> eingespart.
- **Logistik:** Wir investieren nur noch in emissionsarme EURO6-LKW, während wir alte LKW aus dem Verkehr ziehen – 16 LKW wurden 2017 getauscht. Ebenso ersetzen wir laufend Gas- und Dieseltappler durch Elektrotappler. Unsere Fuhrpark-Mitarbeiter werden punkto wirtschaftliche Fahrweise geschult.
- Am Standort Göss sind zwei LKW mit Erdgasantrieb in Betrieb.



© Brauquartier: Credit: C&P Immobilien AG / photoworkers.at







„Als Mitglied des UN Global Compact Steering Committees können wir seit 2015 die für Österreich relevanten ‚Sustainable Development Goals‘ mitgestalten und so einen wertvollen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und in weiterer Folge zur besten Bierkultur für die Zukunft leisten.“

Gabriela Maria Straka, Leitung Kommunikation/PR&CSR, Mitglied des UN Global Compact Steering Committees Austria



#### Menschenwürdige Arbeit & Wirtschaftswachstum:

Förderung von kontinuierlichem, inklusivem und nachhaltigem Wirtschaftswachstum, produktiver Vollbeschäftigung und menschenwürdiger Arbeit für alle



#### Partnerschaften zur Erreichung der Ziele:

Stärkung der Umsetzungsmittel und Wiederbelebung der globalen Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung



#### PARTNERSCHAFTEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Kooperation mit „Jugend am Werk Steiermark“: Beim Projekt „Re-Use-Design“ wurden 2017 zum wiederholten Male Schlüsselbänder aus Kronkorken unserer Marken gemacht, die in weiterer Folge als Geschenke für Kunden verwendet werden. Damit haben Menschen mit Beeinträchtigung eine sinnvolle Beschäftigung.
- Kooperation mit „alpha nova“ in Graz: Im Rahmen einer Kooperation mit alpha nova beschäftigt die Brauerei Puntigam regelmäßig Menschen mit Beeinträchtigung.
- Kooperation mit „assista Soziale Dienste Vöcklabruck“: 2016 wurde eine Kooperation mit der Brauerei Zipf ins Leben gerufen, die es ermöglicht, fünf Menschen, die es sonst am Arbeitsmarkt schwer hätten, eine sinnvolle integrative Beschäftigung zu geben.
- Kooperation mit dem Diakoniewerk Schladming: Das Diakoniewerk ermöglicht Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung individuelle und bedürfnisorientierte Beschäftigungsmöglichkeiten. Als Projektpartner des Diakoniewerks Schladming bietet die Brauerei Schladming Menschen mit Beeinträchtigung eine sinnvolle Beschäftigung, sie nehmen am beruflichen Arbeitsleben teil und haben eine geordnete Tagesstruktur.



#### NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

- Bei uns gilt das Prinzip „Made in Austria“. Unsere Rohstoffe beziehen wir überwiegend von langjährigen, regionalen Lieferanten. Damit sichern wir österreichische Arbeitsplätze und erzeugen heimische Wertschöpfung: 86 % des Malzes stammen aus österreichischer Braugerste, 90–95 % des Hopfens kommen aus Österreich (Mühlviertel / Region Leutschach).



#### Verantwortungsvoller Konsum & Produktionsweisen: Sicherstellen nachhaltiger Konsum- und Produktionsweisen



#### SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN

- Um unser Wasser für die Bierproduktion vor möglichen negativen Umwelteinflüssen zu schützen, haben wir Wasserschutzgebiete eingerichtet und kontrollieren die Qualität unseres Wassers streng. Ziel ist es, den Wasserverbrauch in der Produktion an allen Standorten kontinuierlich zu reduzieren.

#### Best Practice:

- In der **Brauerei Göss** wird seit 2017 in den Wintermonaten beim Dosenbier auf den Pasteur verzichtet. Neben Wasser und Energie wird hier auch Desinfektionsmittel eingespart.
- In der **Brauerei Puntigam** werden durch Optimierung der Bandschmieranlage pro Jahr 5.000 Kubikmeter Wasser und zusätzlich Schmiermittel eingespart.
- In der **Brauerei Schwechat** – mit 2,64 hl Wasser / hl Bier ohnehin besonders sparsam beim Wasserverbrauch – konnten durch Stilllegung der Chloroxid-Anlage und mehrfache Nutzung des Rinserwassers weitere Wassereinsparungen erzielt werden.



#### ENERGIE & CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN

- Dank des verstärkten Einsatzes von erneuerbaren Energien konnte in der Produktion der Ausstoß auf 2,7 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier begrenzt werden. Im Hinblick auf das HEINEKEN-2020-Ziel von 6,4 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier bewegen wir uns hier schon auf sehr gutem Niveau.



#### NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

- Vom Feld bis zur Flasche, vom Korn bis zum Kunden, setzen wir Umweltschutzmaßnahmen. Um den nachhaltigen Anbau der Rohstoffe für unser Bier zu garantieren, kaufen wir vor allem regional ein und arbeiten eng mit Landwirten in Österreich zusammen. Damit schaffen wir auch für die österreichische Gesellschaft einen Mehrwert.



**Leben am Land:** Schutz, Wiederherstellung und Förderung der nachhaltigen Nutzung der terrestrischen Ökosysteme, nachhaltigen Bewirtschaftung der Wälder, Bekämpfung der Wüstenbildung, Stopp und Umkehrung der Landdegradierung und Stopp des Verlustes an biologischer Vielfalt



#### SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN

- Um unser Wasser für die Bierproduktion vor möglichen negativen Umwelteinflüssen zu schützen, haben wir Wasserschutzgebiete eingerichtet und kontrollieren die Qualität unseres Wassers streng. Das ist umso wichtiger, da manche unserer Brauereien in sensiblen Wassergebieten liegen. So grenzt Schwechat an den Nationalpark Donau-Auen, Wieselburg an das Natura-2000-Erlaufauen-Gebiet und Göss besitzt sogar ein eigenes Quellschutzgebiet in Leoben.

**Best Practice:** Die Biodiversität im Lebensraum Wasser schützen wir etwa mit Fischauftiegehilfen an den Standorten Zipf (Redl) und Wieselburg (Erlauf).



# Wie wir die Strategie „BREWING A BETTER WORLD“ umsetzen.

Die Tabelle zeigt, welche Ziele wir uns bis 2020, aber auch für das Jahr 2017 gesteckt haben. Sie zeigt zudem, inwieweit wir unsere Ziele bereits erreichen konnten.

FOKUS-BEREICHE	2017 ZIEL	2017 ERGEBNIS	ZIELERREICHUNG	HEINEKEN 2020 ZIEL
SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN 	Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,22 hl Wasser/hl Bier	Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,12 hl Wasser/hl Bier Brauerei Schwechat 2,64 hl Wasser/hl Bier	✓	Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,5 hl/hl
CO <sub>2</sub> -REDUKTION 	Reduktion des Energieverbrauchs der Produktion auf 80,2 MJ/hl Bier	Energiereduktion in der Produktion auf 79,8 MJ/hl	✓	40 % Energiereduktion in der Produktion im Vergleich zu 2008
	Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen in der Kühlung der Gastronomie-Kunden durch 100 % „Green Cooling“-Kühlschränke	Verwendung von 100 % „Green Cooling“-Kühlschränken	✓	50 % CO <sub>2</sub> -Reduktion bei Kühlschränken im Vergleich zu 2010
NACHHALTIGE BESCHAFFUNG 	Regionale Wertschöpfung	83 % der Wertschöpfung in Österreich	✓	50 % Wertschöpfung aus nachhaltigen Quellen
	95 % Einhaltung des HEINEKEN-Supplier Codes	Rund 95 % absolvierten das Supplier Code-Programm*	✓	100 % Einhaltung des Supplier Codes
VERANTWORTUNGS-VOLLER KONSUM 	Mindestens eine Kooperation im Bereich Verantwortungsvoller Konsum	Kooperation mit Amuse Bouche zum Thema „Jugendliche und Alkohol“	✓	Mindestens eine Kooperation zum Thema
GESUNDHEIT UND ARBEITSSICHERHEIT 	Kleiner gleich 1,85 Unfälle/100 FTE**	1,72 Unfälle/100 FTE	✓	Kontinuierliche Verbesserung Richtung „Null Unfälle“

MJ = Megajoule kWh = Kilowattstunde hl = Hektoliter

\*Das Supplier Code-Programm dient zur Bestätigung der Einhaltung der im Supplier Code definierten Grundsätze, Werte und internen Risikobewertung. Potentielle High Risk-Lieferanten werden eingeladen, ein EcoVadis-Assessment zu durchlaufen. Ist das Ergebnis des Assessments ein Score <25, erfolgt ein Audit. 94,6 % unserer Lieferanten haben alle Bereiche des Supplier Code-Programms absolviert.

\*\*FTE = Full Time Equivalent oder Vollbeschäftigtenäquivalent

# Vom Korn zum Kunden: die fünf Bereiche unserer Wertschöpfungskette.

Unsere Wertschöpfungskette orientiert sich am Lebenszyklus eines Bieres. Sie lässt sich in fünf große Bereiche unterteilen, und genau dort setzen wir gemäß der Nachhaltigkeitsstrategie „BREWING A BETTER WORLD“ mit unseren Initiativen an.

## 1. Rohstoffe aus der Region

Um den nachhaltigen Anbau der Rohstoffe für unser Bier zu garantieren, kaufen wir vor allem regional ein und arbeiten eng mit Landwirten in Österreich zusammen. Damit schaffen wir auch für die österreichische Gesellschaft einen Mehrwert.

## 2. Nachhaltige Produktion

Den ökologischen Fußabdruck unserer Produktion in fünf Großbrauereien, zwei Spezialitätenbrauereien und einer Spezialitäten-Manufaktur halten wir möglichst klein, indem wir etwa Braureste im Sinne der Kreislaufwirtschaft als Futtermittel oder Düngemittel der Landwirtschaft zuführen.

## 3. Umweltschutz in der Logistik

Umweltschutz beschränkt sich nicht auf die Produktion. Auch in unserer unternehmensinternen Logistik setzen wir Initiativen, um den Warentransport möglichst nachhaltig zu gestalten.

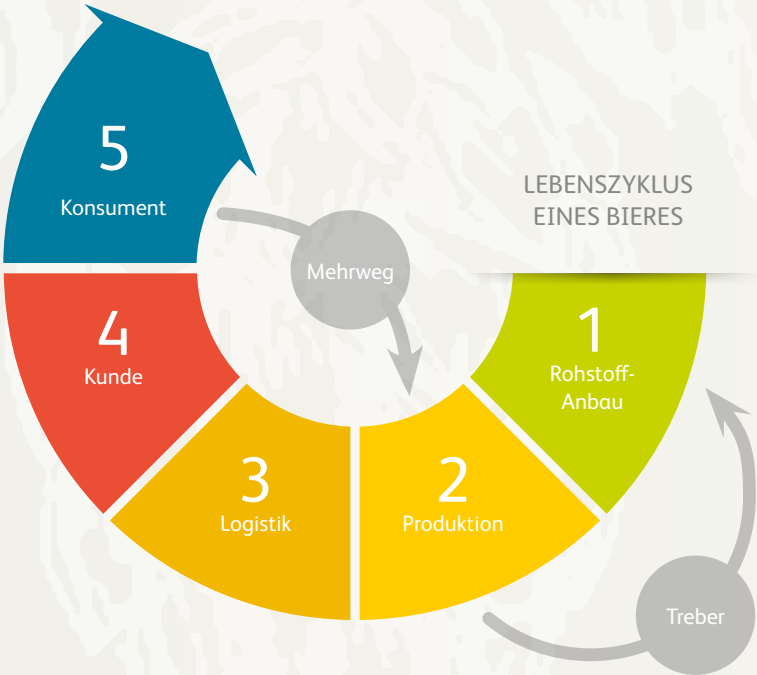
## 4. Nur beste Qualität für unsere Kunden

Ob in der Gastronomie oder im Lebensmittelhandel, unsere rund 49.000 Kunden wissen: Wir liefern unsere Produkte zur richtigen Zeit an den richtigen Ort und nur in der besten Qualität.

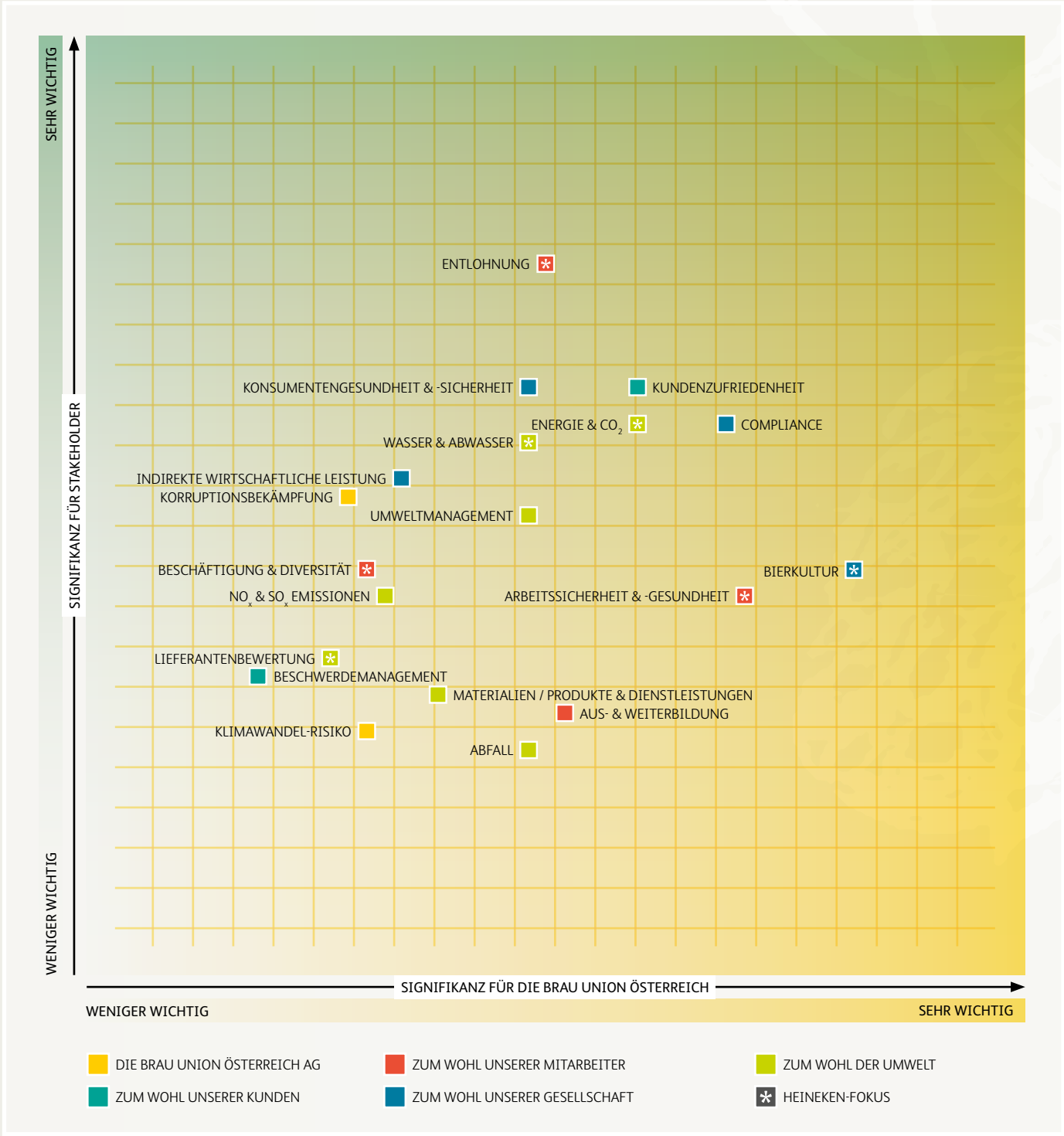
## 5. Beste österreichische Bierkultur

Wir stehen für die beste österreichische Bierkultur, mit klaren ökologischen Zielen und sozialer Verantwortung. Wir zahlen nicht einfach nur Steuern und schaffen Arbeitsplätze für unsere rund 2.400 Mitarbeiter, samt Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsvorsorge. Wir starten auch Initiativen, etwa um Mehrwegflaschen für die Konsumenten attraktiver zu machen.

Wir prüfen jeden dieser fünf Bereiche nach weiteren Möglichkeiten, unsere Nachhaltigkeitsstrategie umzusetzen. In den folgenden Kapiteln liefern wir detaillierte Informationen zu unseren Initiativen entlang der Wertschöpfungskette.



# Die wesentlichen Bereiche unserer Nachhaltigkeitsstrategie.



Eine Wesentlichkeitsanalyse hat schon 2015 dabei geholfen, jene Themen aus unserem Kerngeschäft – Bierherstellung und -verkauf – festzulegen, auf die wir uns im Nachhaltigkeitsbericht konzentrieren. Dazu entstand in Zusammenarbeit mit ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. eine Shared-Value-Matrix (Anhang Seite 83), die den jeweiligen Stakeholdern unseres Unternehmens wesentliche Themen zuordnet. Diese Themen wurden in einem zweiten Schritt von unserem Nachhaltigkeitsteam mit Rücksicht auf die Anspruchsgruppen gewichtet und zu guter Letzt von der Generaldirektion noch einmal geprüft. Die so entstandene finale Matrix behält auch nach einer neuerlichen internen Prüfung 2017 ihre Gültigkeit.

Die Grafik zeigt außerdem, wo die Ziele der HEINEKEN-Strategie „Brewing a Better World“ in unserer Wesentlichkeitsanalyse eingebettet sind und mit welchem Stellenwert sie bei der Brau Union Österreich bewertet sind.

Einzelne Aspekte wurden für unseren Bericht passend zu unserer Vision in den jeweiligen Kapiteln zusammengefasst und dargestellt:

- **Die Brau Union Österreich**  
Korruptionsbekämpfung, Klimawandel-Risiko
- **Zum Wohl der Umwelt**  
Umweltmanagement, Energie & CO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub> & SO<sub>x</sub> Emissionen, Wasser & Abwasser, Materialien / Produkte & Dienstleistungen, Abfall, Lieferantenbewertung
- **Zum Wohl unserer Mitarbeiter**  
Beschäftigung & Diversität, Arbeitssicherheit & Mitarbeitergesundheit, Aus- & Weiterbildung, Entlohnung
- **Zum Wohl unserer Kunden**  
Kundenzufriedenheit, Beschwerdemanagement
- **Zum Wohl der Gesellschaft**  
Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Konsumentengesundheit & -sicherheit, Compliance, Bierkultur

	ROHSTOFF-ANBAU	PRODUKTION	TRANSPORT	KUNDE	KONSUMENT
ZUM WOHL DER UMWELT	✓	✓	✓	✓	✓
ZUM WOHL UNSERER MITARBEITER		✓	✓	✓	
ZUM WOHL DER KUNDEN		✓	✓	✓	✓
ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT	✓	✓	✓	✓	✓





DAS NATÜRLICHE GLEICHGEWICHT.  
ZUM WOHL DER UMWELT.





# So viel CO<sub>2</sub> verursacht die Bierproduktion – unser Carbon Footprint.

Gemeinsam mit anderen Unternehmen der HEINEKEN-Familie haben wir ein CO<sub>2</sub>-Fußabdruck-Modell entwickelt, das die Treibhausgasemissionen\* entlang der gesamten Wertschöpfungskette erfasst. So wollen wir die kritischen Größen unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ans Licht bringen. Die Berechnung orientiert sich an den Methoden des „Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard“ von WBCSD/WRI, die an die Besonderheiten der Braubranche angepasst wurden. Das Modell umfasst die sechs Phasen im Lebenszyklus eines Getränkes – vom Rohstoffanbau über den Brauprozess und den Transport bis hin zur Kühlung beim Kunden.

So wurden sowohl Scope 1- und Scope 2- als auch Scope 3-Emissionen in die Berechnung des Carbon Footprints einbezogen.\*\*

Der Carbon Footprint der Brau Union Österreich liegt bei 43,6 kg CO<sub>2</sub>e\*\*\* pro Hektoliter Bier und damit deutlich unter dem durchschnittlichen Wert der HEINEKEN-Gruppe (66,2 kg CO<sub>2</sub>e/hl).

Der Vergleich zum Jahr 2014 (und somit zur letzten vollständigen Berechnung des Carbon Footprint) zeigt, dass der Carbon Footprint um 2,0 kg CO<sub>2</sub>e/hl gesunken ist. Das liegt vor allem am Rückgang der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Bereich Verpackung (-2,82 kg CO<sub>2</sub>e/hl) unter anderem durch einen Rückgang von Aluminium-Dosen im Verpackungsmix. Auch in der Distribution (-2,6 kg CO<sub>2</sub>e/hl) und im Bereich der Kühlung (-1,9 kg CO<sub>2</sub>e/hl) konnte eingespart werden. Gemeinsam mit unseren Lieferanten, Kunden und auch z. B. im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen arbeiten wir laufend an Initiativen, um einen weiteren Rückgang der CO<sub>2</sub>-Emissionen zu erreichen.

\* HEINEKEN bezieht Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>), Methan (CH<sub>4</sub>), Stickstoffoxide (N<sub>2</sub>O), Schwefelhexafluorid (SF<sub>6</sub>), Fluorkohlenwasserstoff (PFC) und Hydrofluorkarbonat (HFC) in die Berechnungen mit ein.

\*\* Scope 1- und 2-Emissionen werden jährlich erhoben und im Anhang ausgewiesen. Scope 3-Emissionen werden nur im Umfang des dreijährigen Carbon Footprints erhoben und stehen nicht im Detail zur Verfügung.

\*\*\* CO<sub>2</sub>e = CO<sub>2</sub>-Äquivalent = Maßzahl für den relativen Effekt des Beitrags zum Treibhausgaspotenzial.

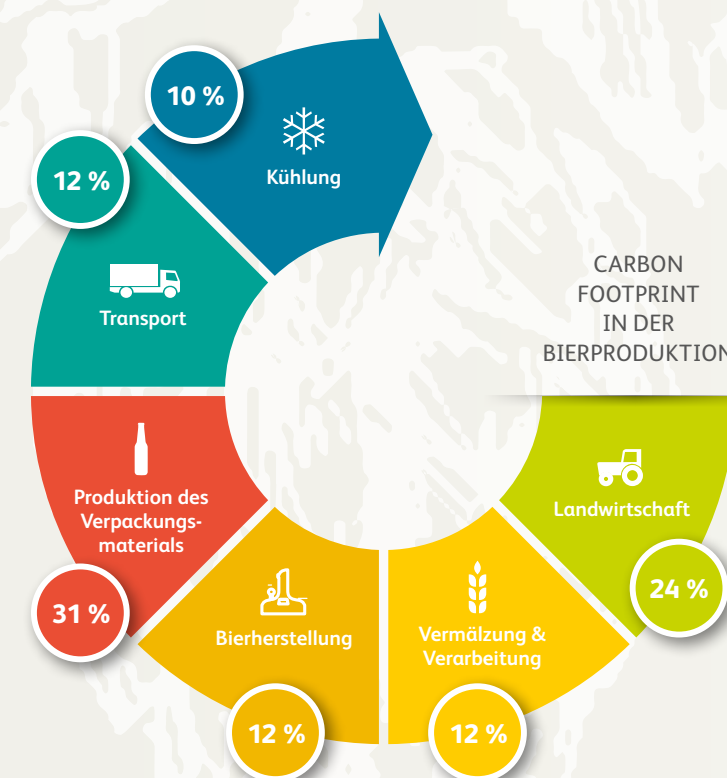
**Bier ist mehr als ein Getränk – Bier ist ein wichtiger Teil der Lebenskultur.** Die Brau Union Österreich achtet daher besonders auf ihre ökologische Verantwortung.

Vom Feld bis zur Flasche, vom Korn bis zum Kunden setzen wir Umweltschutzmaßnahmen. Nachhaltigkeit ist in all unseren Prozessen verankert und begleitet uns täglich. Ständig starten wir konkrete Projekte und Initiativen, um an allen Brauereistandorten nachhaltig besser zu werden. Unsere Strategie dabei ist, unseren Energie-, Rohstoff- und Wasserverbrauch zu senken, Abfälle zu reduzieren und den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu minimieren. So setzt die Brau Union Österreich Umweltstandards für die gesamte

Branche – national in Österreich und als Mitglied der HEINEKEN-Familie auch international.

Umweltmanagementsysteme ermöglichen uns, sämtliche Umweltthemen im Unternehmen systematisch anzugehen. Auch neu entstehende Aufgaben in diesem Bereich, wie etwa das Energieeffizienzgesetz, können in das bestehende System integriert werden. Sieben unserer Brauereien sind mit dem Umweltmanagementsystem ISO 14001:2015 zertifiziert. Wir arbeiten zudem nach dem Vorsorgeprinzip, indem wir uns täglich mit der Verbesserung sozialer und ökologischer Aspekte entlang unserer Wertschöpfungskette auseinandersetzen.

**UNSERE SCHWERPUNKTE IM UMWELTMANAGEMENT:**  
Nachhaltige Beschaffung / Schutz der Wasserressourcen / Reduktion von Energieeinsatz und CO<sub>2</sub>-Ausstoß





# Worauf wir beim Einkauf achten.



„Regional und langfristig Denken und Handeln ist unsere Maxime im Einkauf – das sichert die beste heimische Qualität für unsere Biere. Rund 85 bis 90 Prozent der Rohstoffe beziehen wir von lang-jährigen, regionalen Lieferanten. Das hält die Wege kurz, schont die Umwelt und trägt zur Wertschöpfung im Land bei.“

Simon Steyrl, Leitung Einkauf,  
Brau Union Österreich

„Regional“ bedeutet für uns: die Beschaffung aus Österreich. Der Einsatz nachhaltiger Rohstoffe aus Österreich hält die Transportwege kurz und schont die Umwelt. Außerdem sichern wir damit österreichische Arbeitsplätze und erzeugen heimische Wertschöpfung.

## „Made in Austria“

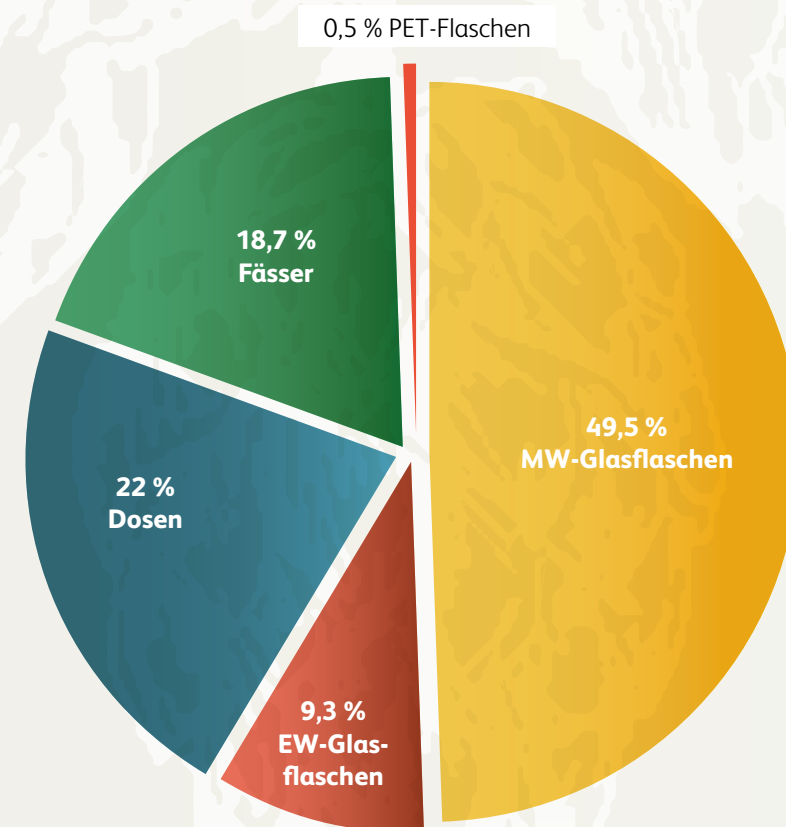
Unsere Hefe wird unter höchsten hygienischen Standards in Österreich vermehrt. So wie unser Brauwasser, das zur Gänze aus Österreich stammt – an sechs Standorten sogar aus brauereieigenen Tiefbrunnen und Quellen. Mehr als 86 % unseres Malzes werden aus Braugerste österreichischen Ursprungs hergestellt, rund 90–95 % des Hopfens stammen ebenfalls aus Österreich.

Unser Gösser Bier stellen wir sogar zu 100 % aus österreichischen Rohstoffen her. Bio-Biergenuss mit 100 % österreichischen Rohstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau erhält man überdies von unserer Spezialitätenbrauerei Schladming.

## CO<sub>2</sub>-Verursacher Verpackung

Möglichst umweltfreundliche Varianten bzw. Recyclingmaterialien wählen wir für unsere Verpackung. Dies reduziert unseren Carbon Footprint entscheidend – denn Verpackungen sind mit 31 % die größten Verursacher für CO<sub>2</sub>e-Emissionen.

Der Verpackungsmix zeigt für das Jahr 2017 folgendes Bild: Mehrweg-Glasflaschen haben mit 49,49 % den größten Anteil am Verpackungsmix. An zweiter Stelle nach den Abfüllmengen in Hektolitern befinden sich unsere Dosen mit 22,02 %, und an dritter Stelle unsere Fässer mit 18,72 %. Der Rest teilt sich auf Einweg-Glasflaschen (9,27 %) und PET-Flaschen (0,50 %) auf. Somit gelangen über 68 % unserer Biere in umweltfreundlichen Mehrweggebinden (Mehrweg-Glasflaschen und Fässer) zu den Konsumenten. Nur 31,79 % werden in Einweggebinden, Einweg-Glasflaschen, PET-Flaschen und Dosen abgefüllt. Um die Umweltauswirkungen der verwendeten Verpackungen möglichst gering

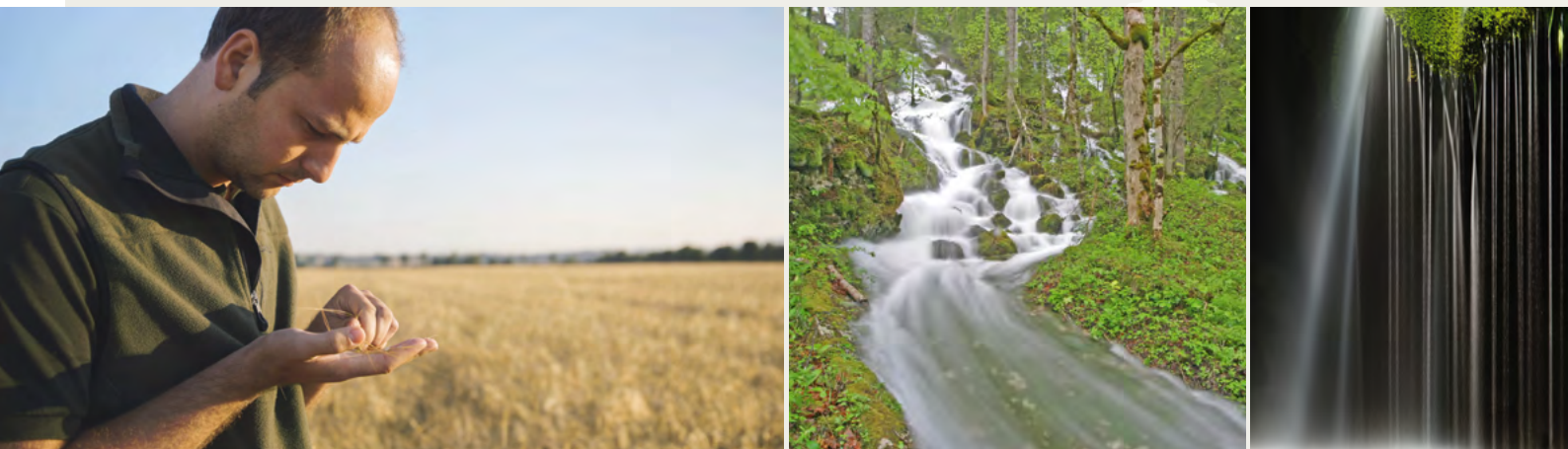


zu halten, halten wir unsere Lieferanten an, den Sekundärrohstoffanteil zu erhöhen.

Mit unserer Initiative „Green Packaging“ verfolgen wir das Ziel, effizientere Verpackungslösungen zu finden. Mit Hilfe von Lebenszyklusanalysen arbeiten wir laufend an der Reduktion des Verpackungsgewichts. Das betrifft das Design genauso wie die Größe oder Herstellung der Verpackung. So wurden 2017 etwa im Bereich der Bierflaschen Downgauging-Projekte durchgeführt, erste Tests mit geringerer Materialdicke fanden statt. Im Jahr 2017 wurden auch erste Marktforschungen zum Thema Relevanz von Mehrweg-Kleinflaschen gemacht.

Zudem nehmen wir als Brau Union Österreich freiwillig an der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen 2008-2017 teil und haben die Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda – Förderung von Mehrweggebinden – unterzeichnet. Die damit verbundene Reduktion von CO<sub>2</sub>-Äquivalenten ist der Brau Union Österreich ein bedeutendes Anliegen.





Wasser  
ist unser  
wichtigster  
Rohstoff.  
Wir tun  
alles, um  
es zu  
schützen.



#### Wir prüfen unsere Lieferanten

Alle Lieferanten, mit denen wir regelmäßige Geschäftsbeziehungen pflegen, müssen sich schriftlich zur Einhaltung der im Lieferantenkodex (HEINEKEN-Supplier Code) definierten Werte und Grundsätze zu Menschenrechten, Umwelt- und Arbeitsschutz verpflichten. Anhand einer internen Risikoanalyse werden Lieferanten in Risikogruppen eingeteilt. Lieferanten in einer hohen Risikogruppe durchlaufen ein Assessment von EcoVadis. Bei Bedarf kann ein Plan für Korrekturmaßnahmen zur Verbesserung der CSR-Leistung des Lieferanten erstellt werden. Im Jahr 2017 wurden 17 unserer 2.049 Lieferanten mit einem hohen Risiko eingestuft und haben das EcoVadis-Assessment bereits erfolgreich absolviert. Die Nichtunterzeichnung oder Nichteinhaltung des Codes kann zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehung führen.

#### Wie wir Abfall vermeiden

An allen unseren Standorten haben wir „Environmental Teams“ gegründet. Deren Aufgabe ist es, als Teil unseres TPM-Prozesses (Total Productive Management) die Abfallmenge zu reduzieren, Wiederverwertungsmöglichkeiten zu finden und die korrekte Entsorgung der verbleibenden Abfälle sicherzustellen. Mit insgesamt 104.812,73 Tonnen Abfall – wie etwa Treber, Altheife, Karton, Glas, Dosen oder Gewerbemüll – sank das Abfallvolumen im Vergleich zum Vorjahr um 0,4 % – trotz einer gestiegenen Produktionsmenge.

In Relation zum Abfüllvolumen ist die Senkung des Müllaufkommens daher durchaus beachtlich.

Alle Einwegverpackungen der Brau Union Österreich sind bei der Altstoff Recycling Austria AG lizenziert und werden – soweit von den Kunden und Konsumenten entsprechend getrennt – nach der Sammlung stofflich oder thermisch verwertet. So konnten wir im Jahr 2017 erneut eine Recyclingquote\* von 100 % erreichen. Interne wie auch externe Audits stellen sicher, dass wir unseren Abfall gemäß Abfallwirtschaftsgesetz und Abfallnachweisverordnung entsorgen.

Auch die Reste aus der Bierproduktion werden vielfältig weiterverwendet. Ein Großteil der Biertreber und Hefe kommt als Futtermittel bzw. Düngemittel in der Landwirtschaft zum Einsatz. Um die beste Qualität dieser Futtermittel sicher zu stellen, sind sieben unserer Produktionsstandorte nach der

AMA-Futtermittelrichtlinie „PASTUS+“ zertifiziert. 2017 unterstützten wir unter anderem die Initiative „Ö3 Wundertüte“. Dabei wurden rund 150 Mobiltelefone samt Zubehör, die aus dem Inventar des Unternehmens bzw. aus dem Privatbesitz von Mitarbeitern ausgeschieden wurden, gespendet. Die Initiative „Ö3 Wundertüte“ ermöglicht nicht nur eine umweltgerechte und gesetzeskonforme Entsorgung der Mobiltelefone. Der Erlös aus der Verwertung der Geräte fließt in die Soforthilfefonds von Licht ins Dunkel und der Caritas und kann so direkt für Menschen in Not eingesetzt werden.

*\* Gemäß der HEINEKEN-Definition ist Recycling eine 100 % gesetzeskonforme Entsorgung sowie darüber hinaus eine weitestgehend mögliche stoffliche Verwertung des Abfalls in Verwertungskanäle soweit verfügbar.*

#### BEST PRACTICE

**Energie aus Biertreber.** Seit Ende 2015 gewinnen wir aus den Reststoffen der Produktion in der Brauerei Göss mit einer Biertrebervergärungsanlage Energie. Diese wird für die Dampferzeugung verwendet und so in Strom umgewandelt. Darüber hinaus wird der Gärückstand aus der Anlage als hochwertiger Dünger verwendet.

**Dosensammelaktion.** Beim FM4 Frequency Festival engagierte sich Zipf auch im Jahr 2017 wieder mit der Dosentausch-Aktion für eine saubere Umwelt. Im Rahmen dieser Aktion wurden rund 62.000 Dosen gesammelt und der Stadtverwaltung St. Pölten zur Wiederverwertung übergeben.

Kein Rohstoff ist beim Bierbrauen wichtiger als Wasser. Unseres stammt ausschließlich aus Österreich – und aus brauereieigenen Tiefbrunnen und Quellen, mit Ausnahme unserer Brauereien in Schladming und Kaltenhausen.

Um diese vor möglichen negativen Umwelteinflüssen zu schützen, haben wir Wasserschutzgebiete eingerichtet und kontrollieren die Qualität unseres Wassers streng. Das gesamte Frischwasser in unserer Produktion entspricht der Verordnung „Wasser für den menschlichen Verbrauch“.

„In ganz Österreich haben wir den großen Vorteil, Wasser in ausreichender Menge und von allerbesten Güte zur Verfügung zu haben. Eine wertvolle Ressource, die man schützen muss! Dennoch setzen wir, wo möglich, auf brauereieigenes Wasser aus eigenen Quellen.“

Dietmar Roher, Umweltschutzbeauftragter, Brau Union Österreich

Wir arbeiten zudem kontinuierlich daran, unseren Wasserverbrauch zu verringern, und setzen dazu in allen Brauereien Maßnahmen. Seit 2008 konnten wir unseren spezifischen Wasserverbrauch um 46 % senken. Damit liegen wir mit 3,12 hl Wasser je hl Bier international im absoluten Spitzenfeld. Die HEINEKEN-Familie weist im Durchschnitt etwa 3,6 hl Wasser/hl Bier aus.

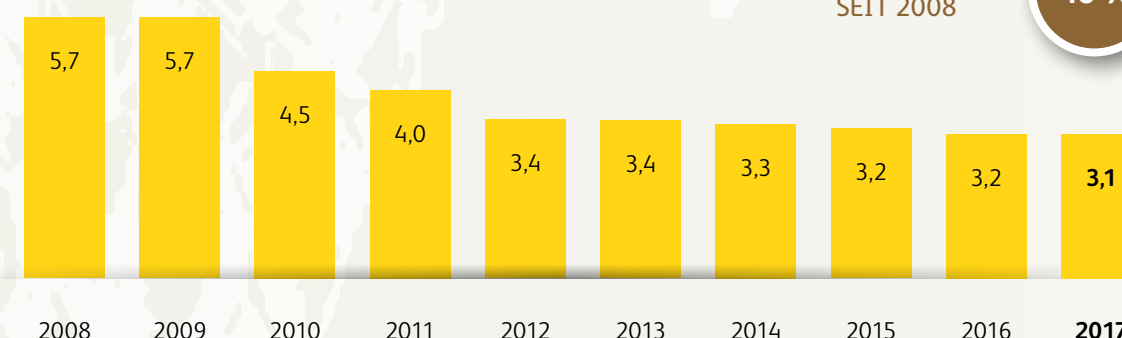
Das Nutzwasser in unseren Brauereien versuchen wir wieder in den natürlichen Kreislauf zurückzuführen. Dafür legt die branchenspezifische

Abwasser-Emissionsverordnung klare Grenzwerte fest, die von uns intern und extern überprüft werden. Das ist umso wichtiger, da manche unserer Brauereien in sensiblen Wassergebieten liegen. So grenzt Schwechat an den Nationalpark Donau-Auen, Wieselburg an das Natura-2000-Erlaufauen-Gebiet und Göss besitzt sogar ein eigenes Quellschutzgebiet.

Auch die Biodiversität im Lebensraum Wasser schützen wir, etwa mit Fischaufstiegshilfen an den Standorten Zipf (Redl) und Wieselburg (Erlauf).

#### SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH

hl Wasser / hl Bier



EINSPARUNG  
SEIT 2008

46 %



Wie wir Energie einsparen und unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß reduzieren.



**Auch unsere Berufskraftfahrer werden mit Blick auf die Energieeffizienz geschult** – im Jahr 2017 haben 513 Mitarbeiter ein Training in Kooperation mit der ÖAMTC Fahrtechnik absolviert.

SPEZIFISCHER VERBRAUCH – THERMISCHE ENERGIE\*  
MJ/hl BIER

Einsparung seit 2008

13,1 %



SPEZIFISCHER VERBRAUCH – ELEKTRISCHE ENERGIE\*  
kWh/hl BIER

Einsparung seit 2008

11,2 %



#### BEST PRACTICE

**Senkung des Chemikalien- und Wasserverbrauchs**  
In der ohnehin besonders wassereffizienten Brauerei Schwechat wird durch die Stilllegung der Chloroxid-Anlage der Wasserverbrauch weiter gesenkt, auch Chemikalien können dadurch eingespart werden. Auch die mehrfache Nutzung des Rinserwassers trägt zu dieser Einsparung bei. In der Brauerei Puntigam wird durch die Optimierung der Bandschmieranlage Wasser eingespart, in Göss wird in den Wintermonaten beim Dosenbier auf den Pasteur verzichtet, was neben Wasser und Energie auch Desinfektionsmittel spart.

Energie zu sparen und schonend mit Ressourcen umzugehen hat bei der Brau Union Österreich hohen Stellenwert und lange Tradition. Wir kaufen ausschließlich „grünen“ Strom zu und die kontinuierliche interne wie externe Überprüfung des Energieverbrauchs in der Produktion liefert uns laufend Grundlagen für weitere Verbesserungsmaßnahmen.

Seit 1. Jänner 2015 schreibt das neue österreichische Energieeffizienzgesetz der Brau Union Österreich, als Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern, den Nachweis einer jährlichen Energieeinsparung in Höhe von 0,6 % vor. Das erforderte die Implementierung eines integrierten Umwelt- und Energie-Managementsystems, interne Audits, die Ausbildung von internen Energie-Auditoren sowie die Meldung der umgesetzten Maßnahmen an eine Monitoringstelle.

#### Maßnahmen beim Transport

Um kurze Transportwege zu erzielen, haben wir unsere Logistik regional organisiert und versuchen, wann immer möglich, Wege einzusparen. Denn 12 % aller Emissionen entstehen laut Carbon-Footprint-Bericht im Transport. So richtet sich die Anzahl an tatsächlich eingesetzten LKW nach unserem täglichen Verkaufsvolumen und wir investieren nur noch in emissionsarme EURO6-LKW, während wir alte LKW aus dem Verkehr ziehen – 16 LKW im Jahr 2017. Ebenso ersetzen wir laufend Gas- und Dieselstapler durch Elektro stapler. Um auch bei alternativen Antriebsquellen am Puls der Zeit zu bleiben und Erkenntnisse für weitere Investitionen in diesem Bereich zu sammeln, haben wir in der Brauerei Göss zudem zwei LKW mit Erdgasantrieb in Betrieb. Unsere „Car Policy“ legt überdies fest, dass Dienstfahrzeuge emissionsarm sein müssen.



\*Um den spezifischen Energieverbrauch der Bierproduktion zu berechnen, wurde nicht der gesamte Energieverbrauch herangezogen. Um die Verwendung von Biogas zu fördern, wird dieser Anteil an Energie nicht in die Berechnung miteinbezogen. Zusätzlich abgezogen wurde der Energieverbrauch der internen Logistik. Der Vergleich mit den Vorjahreszahlen ist mit Vorsicht zu genießen - die Werte für den Standort Puntigam wurden 2015 komplett neu berechnet.



**Als Großkunde der Österreichischen Post wurden auch 2017 die Sendungen der Brau Union Österreich CO<sub>2</sub>-neutral zugestellt**, wie der TÜV Austria bestätigt. Das Unternehmen erhielt dafür zum wiederholten Male das Umweltschutz-Zertifikat der Post.

#### Maßnahmen bei unseren Kunden

Mit der „Green Cooling“-Initiative setzen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten für Kühlschränke auf innovative Kühltechnik. Dadurch entsprechen heute 100 % unserer Kühlgeräte, die bei unseren Kunden im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie eingesetzt werden, unserer internen „Green Cooling“-Richtlinie. Diese schreibt etwa das verwendete Kühlmittel, die Lebensdauer eines Geräts, die Beleuchtung, die Ventilatoren oder auch den Einbau eines Energiesystems vor.

#### Maßnahmen in der Produktion

Seit dem Basisjahr 2008 konnten wir unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch um ca. 12,5 % reduzieren (Wärme -13,1 %, Strom -11,2 % je Hektoliter Bier). Erzielt haben wir diese Verbesserung durch eine ganze Reihe von Energieeinsparungs- und Energieeffizienzmaßnahmen, die wir kontinuierlich und konsequent umgesetzt haben.

Auch im Berichtsjahr 2017 konnten wir weitere Möglichkeiten zur Reduktion des Energieverbrauchs identifizieren und durch konkrete Projekte an

den Standorten unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch abermals auf 79,84 MJ je Hektoliter Bier senken. Im Vergleich zum HEINEKEN-Durchschnitt (91 MJ/hl Bier) zeigt sich, dass wir hier im internationalen Spitzenfeld liegen.

Dank des verstärkten Einsatzes von erneuerbaren Energien konnte nicht zuletzt in der Produktion der Output auf rund 2,7 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier begrenzt werden. Dies entspricht einer Reduktion um rund 50 % seit 2008, wobei sich der Messwert aus direkten Emissionen

(Verbrennung von fossilen Brennstoffen) wie auch indirekten Emissionen (Zukauf von Strom und Fernwärme aus fossilen Brennstoffen) zusammensetzt. Im Hinblick auf das HEINEKEN-2020-Ziel von 6,4 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier bewegen wir uns hier schon auf einem ziemlich guten Niveau.

Im kommenden Jahr werden wir erneut Maßnahmen setzen, um sowohl die direkten Emissionen (rund 2,2 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier) als auch die indirekten Emissionen (rund 0,6 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier) weiter zu senken.

#### SPEZIFISCHER GESAMTENERGIEVERBRAUCH\* MJ/hl BIER

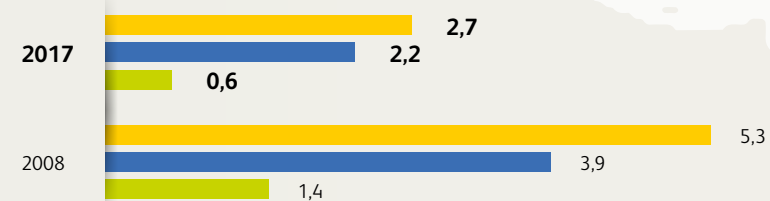
Einsparung seit 2008

12,5 %

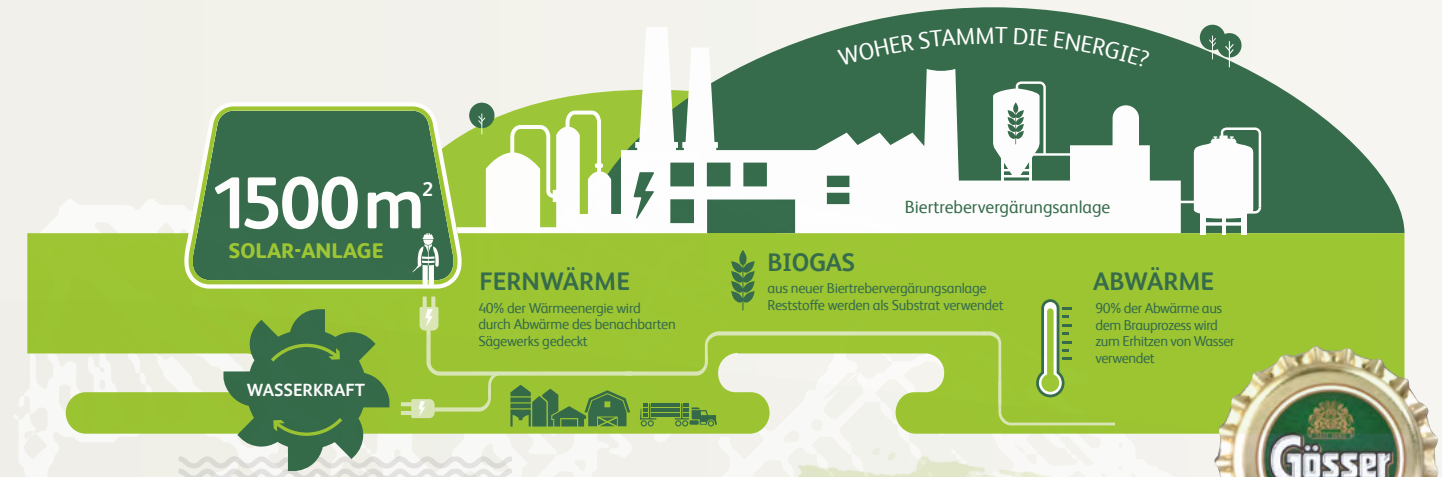


#### CO<sub>2</sub>-AUSSTOSS kg CO<sub>2</sub>/hl BIER, gerundet

Gesamt THG-Emissionen kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier  
Direkte THG-Emissionen kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier  
Indirekte THG-Emissionen kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier



\*Um den spezifischen Energieverbrauch der Bierproduktion zu berechnen, wurde nicht der gesamte Energieverbrauch herangezogen. Um die Verwendung von Biogas zu fördern, wird dieser Anteil an Energie nicht in die Berechnung miteinbezogen. Zusätzlich abgezogen wurde der Energieverbrauch der internen Logistik. Der Vergleich mit den Vorjahrszahlen ist mit Vorsicht zu genießen - die Werte für den Standort Puntigam wurden 2015 komplett neu berechnet.



#### BEST PRACTICE

##### Grüne Brauerei Göss

Die „Grüne Brauerei Göss“ in Leoben ist DAS Vorzeigeprojekt in der HEINEKEN-Familie – man sieht Göss sogar als einen von nur 15 Meilensteinen der gesamten, über 150-jährigen Unternehmensgeschichte. Weltweit ist Göss die erste Großbrauerei überhaupt mit einer 100 % nachhaltigen Bierproduktion. Gemeinsam mit dem steirischen Partner BDI-BioEnergy International wurde dort 2015 eine Biertrebervergärungsanlage realisiert, die Mitte 2016 in Vollbetrieb gegangen ist. Daneben werden in der Brauerei Göss nachhaltige Energie aus der Abwärme des benachbarten Holzverarbeitungsbetriebs Mayr-Melnhof erzeugt und Solarstrom eingesetzt. Die Solaranlage, die rund 1.500 m<sup>2</sup> Fläche umfasst, wurde im Jahr 2013 in Betrieb genommen und erzeugt einen Teil der im Sudhaus benötigten Wärme für den Brauvorgang. Nicht nur, dass Gösser weltweit die erste „grüne“ Großbrauerei ist – laufende Investitionen halten sie zudem immer am neuesten Stand der Technik und machen die Produktion ständig noch effizienter. Nicht zuletzt wegen dieses Projekts wurde die Brau Union Österreich von Wirtschaftsmagazin „Top Gewinn“ im CSR-Guide 2017 zu den 20 nachhaltigsten Unternehmen Österreichs und somit zur „Nachhaltigkeitselite“ gezählt.

Ein Video zur Grünen Brauerei Göss finden Sie unter <https://www.youtube.com/watch?v=oHmNo0J5PrU>



#### BEST PRACTICE

##### Stakeholder Round Table zur Abwasseranlage Göss

Offenheit und Transparenz ist der Brau Union Österreich wichtig. Aus Anlass einer Bürgerinitiative von Anrainern der Brauerei, die durch den Betrieb der Anlage eine Verschlechterung ihrer Lebensqualität befürchteten, wurde Anfang 2017 zu einer Informationsveranstaltung zum Thema Abwasseranlage geladen. Seitens Montanuniversität Leoben konnten Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr.-Ing. Markus Lehner, Leiter des Lehrstuhls für Verfahrenstechnik des industriellen Umweltschutzes an der Montanuniversität Leoben, und Assistenzprofessor Dipl.-Ing. Dr. mont. Markus Ellersdorfer für einen Fachvortrag gewonnen werden. Auch Dipl.-Ing. Dr. Michael Resch, Geschäftsführer des Reinhaltungsverbandes Leoben, hat sich im Rahmen der Informationsveranstaltung den Fragen der Anwesenden gestellt.

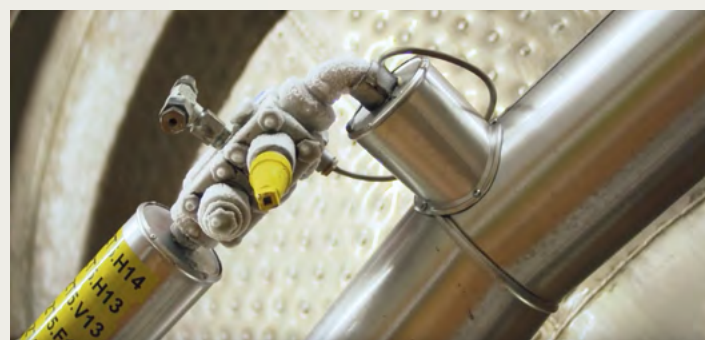




## BRAUWÄRME FÜR 2.000 MENSCHEN



bei der  
**GÄRUNG**  
der Bierwürze  
entsteht  
**ABWÄRME**



Videostandbilder © David Köhlmeier / dknotion.com

## BEST PRACTICE

### Brauquartier Puntigam

Durch sinnvolle Kooperation mit Partnern schaffen wir es, auch über unseren direkten Einflussbereich hinaus nachhaltig zu agieren. So wurde von der Brauerei Puntigam gemeinsam mit der KELAG Energie&Wärme GmbH und der C&P Immobilien AG ein umweltfreundliches Energiekonzept entwickelt, das im Mai 2017 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde: Biogene Fernwärme aus der Brauerei wird an die Bewohner des neuen „Brauquartier Puntigam“ geliefert und für Heizzwecke und Warmwasser genutzt. Damit können auch maßgebliche CO<sub>2</sub>-Einsparungen erreicht werden.

Ein Video zum Brauquartier Puntigam finden Sie unter <https://www.youtube.com/watch?v=82vHp-dKi2c>



Raumwärme und Warmwasser  
für **65.000 m²** Nutzfläche



Raumwärme und Warmwasser für:  
**800 WOHNUNGEN**  
**BÜRO-/GEWERBEFLÄCHEN**  
**KINDERGARTEN**



clevere und  
umweltfreundliche  
**WÄRMELÖSUNG**  
**FÜR ALLE**



## AUSBLICK 2018

Der Schwerpunkt unserer Aktivitäten für das Jahr 2018 wird auf einer weiteren Reduktion des Energieverbrauchs und des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes liegen sowie abermals auf einer Steigerung der Energieeffizienz. Geplant sind etwa:

- Spatenstich Abwärmeprojekt Schwechat: Biogene Gärwärme aus der Brauerei Schwechat wird im Endausbau rund 900 Wohnungen auf den „Schwechater Brauereigründen“ heizen.
- Logistik: Ein Elektrolastwagen soll am Standort Schwechat eingesetzt werden und somit einen Startpunkt für die Elektromobilität setzen.
- Strategieentwicklung für E-Ladestationen, Kauf von entsprechenden Fahrzeugen für die Pool-Autos
- Schritt für Schritt Richtung CO<sub>2</sub>-Neutralität: Die Brauerei Schladming konzeptioniert eine Energieversorgung mit Fernwärme und eigenem Pellets-Heizwerk, in Wieselburg wird eine Biertrebervergärungsanlage geplant und in Zipf die Konzeptionsphase der möglichen Geothermie-Nutzung weitergeführt.
- Projekte, um Energiesysteme weiter zu verbessern und vermehrt auf CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion zu setzen. Diese werden an allen Standorten forciert.



DIE SCHLÜSSEL  
ZUM ERFOLG.  
ZUM WOHL  
UNSERER  
MITARBEITER.







### Ein Unternehmen ist nur so stark wie seine Mitarbeiter. Das gilt auch für die Brau Union Österreich.

Wir sind mehr als 2.400 Mitarbeiter, die unser Bier brauen, es vermarkten, verkaufen und liefern. Die Brau Union Österreich ist sich der Verantwortung gegenüber diesen Menschen bewusst. Daher bieten wir neben einer Bezahlung gemäß und in vielen Fällen über dem Kollektivvertrag diverse zusätzliche Incentives, Weiterbildungsmöglichkeiten und Leistungen zur Gesundheitsvorsorge. Der Zentralbetriebsrat sowie die Betriebsräte an den jeweiligen Brauereistandorten vertreten die wirtschaftlichen, sozialen, gesundheitlichen und kulturellen Interessen der gesamten Belegschaft im Unternehmen.

Wir lehnen jede Form der Diskriminierung strikt ab und fördern dagegen Vielfalt und Chancengleichheit. In unserem Arbeitsalltag werden wir dabei von einigen wichtigen Richtlinien geleitet – etwa der „Mitarbeiter- und Menschenrechte-Leitlinie“ der HEINEKEN-Familie, die sich an den Grundsätzen

der International Labour Organization (ILO) orientiert (siehe [www.ilo.org](http://www.ilo.org)). Mit unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung, dem „Climate Survey“, erheben wir, wie zufrieden unsere Mitarbeiter heute sind und an welchen Stellen wir noch nachbessern können. 83 % aller Mitarbeiter haben an dieser Umfrage im Jahr 2017 teilgenommen und es zeigt sich, dass 91 % der Befragten mit ihrem Arbeitgeber sehr zufrieden sind und dies auch mit Stolz in die Öffentlichkeit tragen.

Gerade als verantwortungsvoller Produzent alkoholischer Getränke nehmen wir das Thema eines verantwortungsvollen Alkoholkonsums sehr ernst. Unsere Ansprüche an uns selbst sind dabei sehr hoch: So gibt es in der Brau Union Österreich bereits seit über zehn Jahren interne Richtlinien zum Alkoholkonsum am Arbeitsplatz – mit Informationen, aber auch mit Hilfsangeboten für Mitarbeiter mit Alkoholproblemen. Die Einhaltung der Richtlinien wird laufend kontrolliert – zum Wohl unserer Mitarbeiter und ihrer Familien.



„Fit im Job“-Angebote sind Teil des Gesundheitsmanagements.

## Strategieorientiert, nachhaltig, fordernd und fördernd.

**„Unsere Ambition in der Personal- und Organisationsentwicklung (POD) liegt in der Befähigung der Organisation und der Mitarbeiter, Entwicklungserfordernisse zu erkennen und Veränderungen voranzutreiben. Denn die Qualifikation und das Wissen unserer Mitarbeiter machen uns erfolgreich, ihr Engagement bewirkt den Unterschied.“**

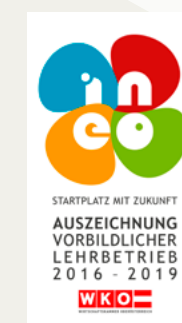
Angelika Mascherbauer, POD Manager

### Aus- und Weiterbildung 2017

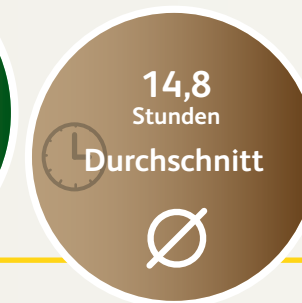
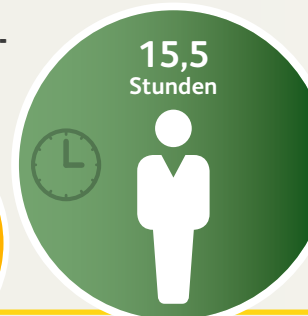
Die Brau Union Österreich fördert die Aus- und Weiterbildung der gesamten Belegschaft. Im Jahr 2017 nahm im Durchschnitt jeder Mitarbeiter an beruflichen Weiterbildungsmaßnahmen im Ausmaß von rund 14,8 Stunden teil.

Auch auf eine hochwertige Lehrlingsausbildung legt die Brau Union Österreich seit jeher großen Wert. Das bestätigen die hohe Übernahmequote der Lehrlinge in ein fixes Anstellungsverhältnis, die erfolgreichen Lehrabschlüsse sowie die gute Reputation unserer ausgebildeten Lehrlinge am Arbeitsmarkt. 2017 wurde u.a. eine Lehrlingsoffensive gestartet, die strategische Initiativen in Planung, Recruiting, Ausbildung und Lehre umfasst. So konnten wir im Jahr 2017 45 Lehrlingen einen Ausbildungsplatz bieten, diese werden von 55 Lehrlingsausbildnern während der gesamten Lehrzeit betreut. Darüber hinaus veranstalten wir für alle Lehrlinge jährlich ein zweitägiges Lehrlingstraining. Oberstes Ziel dieser „Lehrlingsakademie“ ist es, die jungen Mitarbeiter bei der Weiterentwicklung ihrer sozialen und persönlichen Kompetenzen zu unterstützen. Auch unsere Lehrlingsausbildner haben die Möglichkeit, sich in einem internen Ausbildertraining jährlich weiterzuentwickeln. Die Brau Union Österreich

trägt für ihre hohen Ausbildungsstandards das **ineo Gütezeichen** „Auszeichnung vorbildlicher Lehrbetrieb 2016–2019“. Ein weiterer Fokus im Jahr 2017 lag auf dem Thema „Vereinbarkeit Familie & Beruf“. Hier haben wir im Zuge des Audits Familie & Beruf diverse Maßnahmen gesetzt bzw. konzipiert und in die Wege geleitet – so z. B. einen Stammtisch für Karenzierte, eine Absichtserklärung des Management-Teams zum Papamonat und die Planung eines Mitarbeiter-Ferien camps.



### Weiterbildungs- stunden 2017



## Schwerpunkte in der Personal- und Organisations- entwicklung 2017.

- Veränderungen gestalten**  
Die Fähigkeit eines Unternehmens, Strategien umzusetzen und sich flexibel an Veränderungen anzupassen, hängt in hohem Maße von seiner Struktur ab. „Wie können wir aus den strategischen Zielen organisatorische Anforderungen ableiten?“ ist eine der zentralen Fragen, die uns beschäftigen. Unser Ziel ist es, Veränderungsprozesse zu initiieren sowie aktiv mitzugestalten und für Führungskräfte dabei „Challenger“ und Sparringpartner zu sein.
- Fähigkeiten entwickeln**  
Wissen und entsprechendes Verhalten sind wesentliche Erfolgsfaktoren, um gute Arbeit leisten zu können. Die Basis für die Erweiterung des eigenen Wissens ist die HEINEKEN-Lernphilosophie (70/20/10): Zu 70 % on the job, zu 20 % near the job (z. B. durch die Mitarbeit an einem abteilungsübergreifenden Projekt) und zu 10 % off the job (Seminare, Fachtagungen, Lehrgänge). Unser Verhalten orientiert sich an den HEINEKEN-Verhaltensregeln.
- Führungskräfte fördern**  
Einen besonderen Schwerpunkt bildet die Entwicklung von Führungskräften und qualifiziertem Führungsnachwuchs. Für sie bieten wir eine Reihe von Trainingsangeboten, auch im Rahmen der HEINEKEN-Gruppe, an.
- Talente managen**  
Die Identifikation von engagierten Talenten und ihre systematische Förderung stellt sicher, dass wir heute und in Zukunft das beste Team haben. Mit ihrer Förderung nutzen wir Entwicklungspotenziale im Unternehmen und verbessern die individuelle Nachfolgeplanung.
- Wissensmanagement**  
Um Wissen bei Kündigung oder Ruhestand im Unternehmen zu halten, gibt es für Schlüsselpersonal eine Stellvertreterregelung und diverse Leitfäden zum geordneten Übergang, etwa im Organisationshandbuch.



# Wir garantieren Arbeitssicherheit und Gesundheit.

„Als größtes Brauereiunternehmen des Landes haben wir auch soziale Verantwortung den Mitarbeitern gegenüber. Wir arbeiten hier laufend an Maßnahmen und Konzepten, um die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter sicherzustellen. Das Ziel ist und bleibt ‚Null Unfälle‘.“

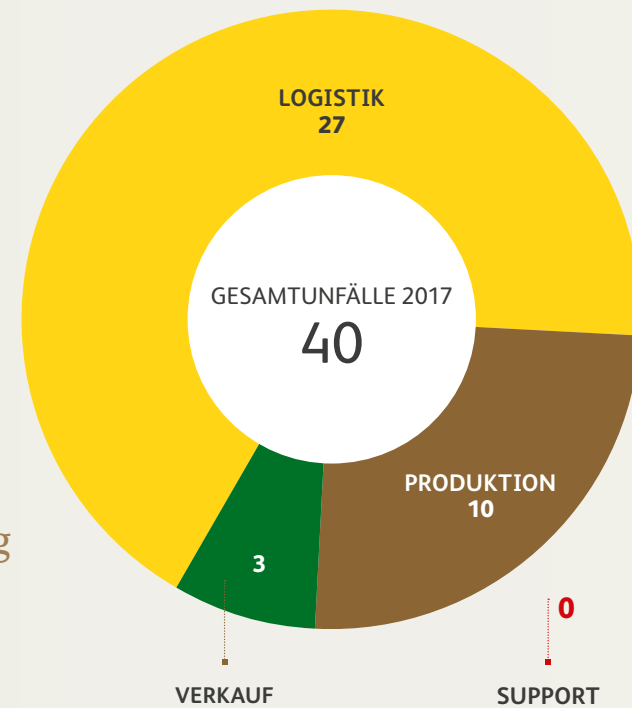
Christian Gejer, Health & Safety Manager

Unser Geschäftserfolg und unsere nachhaltige Entwicklung hängen vom Wohlbefinden und der Motivation unserer Mitarbeiter ab. Mit Projekten zum Thema „Fit im Job“ stellen wir sicher, dass diese sowohl physisch als auch psychisch in der Lage sind, ihren Aufgaben mit Freude und Engagement nachzukommen. Unsere Sicherheitsprogramme sorgen für ein sicheres Arbeitsumfeld und einen reibungslosen Ablauf. Unser oberstes Ziel ist es, die Arbeitsunfälle an allen Standorten auf null zu reduzieren und damit auch Ausfallstage zu vermindern. Im Jahr 2017 kam es in der Brau Union Österreich zu keinen arbeitsbedingten Todesfällen, jedoch zu 40 Unfällen (inkl. leichten und schweren Unfällen).

Für Arbeitssicherheit und Gesundheit sind alle Führungskräfte verantwortlich. Um eine Unterstützung aller Unternehmensbereiche in den Bereichen Arbeitssicherheit und

Gesundheitsschutz zu gewährleisten, wurde eine neue Sicherheitsabteilung im Bereich Human Resources gegründet. Ziel dieser neuen Struktur mit Safety & Health-Spezialisten ist, gemeinsam mit Führungskräften und Mitarbeitern vor Ort, an den Standorten eine verhaltensbasierte Sicherheitskultur aufzubauen bzw. weiterzuentwickeln. Die Sicherheitsbeobachtungen durch die Mitarbeiter selbst sowie durch Vorgesetzte und deren Analyse erleichtern es, Unfallursachen zu klären und Maßnahmen zu setzen, um Unfälle zu vermeiden. Außerdem wurden unternehmensweit die HEINEKEN „Life Saving Rules“ implementiert und die Mitarbeiter und Führungskräfte entsprechend geschult.

Für die vorbildlichen Maßnahmen im Bereich des Zustellfuhrparks wurde die Brau Union Österreich sogar mit einem europäischen „Safety Best Practice Award“ von HEINEKEN geehrt.



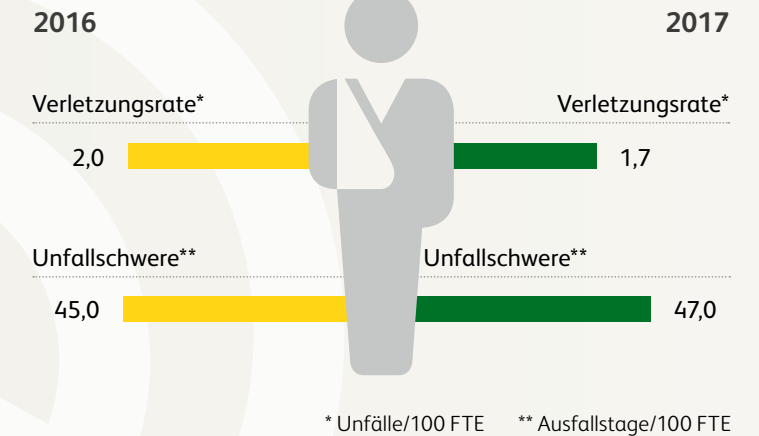
## AUSBLICK 2018

2018 soll eine neue Safety & Health-Strategie erarbeitet werden. Das bereits in einzelnen Bereichen gestartete „Verhaltensbasierte Sicherheitssystem (VBS)“ soll weiter ausgerollt, das entsprechende Reporting-System weiter verbessert werden. In der Produktion sollen in allen Betrieben / Abteilungen „Team Talks“ zum Thema Safety stattfinden, Workshops neue Impulse zum Thema setzen. In der Logistik werden einige technische Verbesserungen, wie z. B. CO<sub>2</sub>-Boxen für die Ladegutsicherung, umgesetzt.

Im Bereich des Gesundheitsmanagements werden 2018 u. a. die Alkoholpolitik des Unternehmens überarbeitet, die Evaluierung psychischer Belastung in weiteren Unternehmensbereichen fortgesetzt, Gesundheitstage abgehalten sowie Erste-Hilfe-Auffrischkurse angeboten.

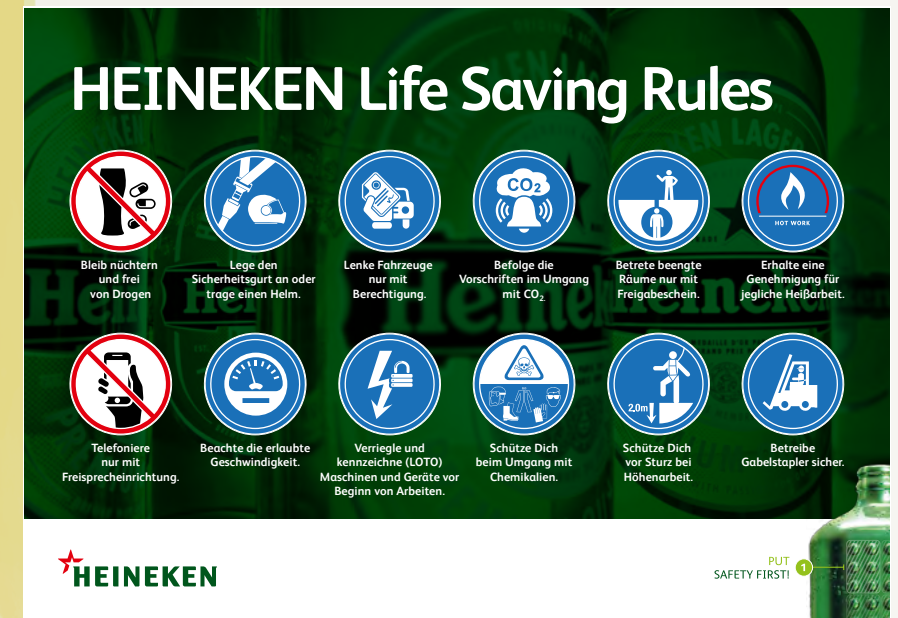
Im Bereich der Personal- und Organisationsentwicklung soll 2018 ein Coachinglehrgang für Führungskräfte angeboten werden, ein Cross-Mentoring-Programm für Frauen das Thema Diversität/Gender im Unternehmen stärken, und es wird ein Talentmanagementprogramm in Kooperation mit der „LIMAK Austrian Business School“ geben.

Auch das unternehmenseigene Weiterbildungsportal „Wissensdurst“ wird 2018 neu gelancet.



## Schwerpunkte und Maßnahmen 2017:

- **Prozesssicherheit** durch Evaluierung und Überprüfung von Brauereianlagen auch mittels „Hazard and Operability“-Studien
- **Logistik:** Schulungsvideo für die Mitarbeiter im Zustellfuhrpark zum Thema Ergonomie & Arbeitssicherheit, technische Verbesserungen an den LKWs, Pilotprojekt im Zuge des „verhaltensbasierten Sicherheitssystems“ zur Selbstbeobachtung der Mitarbeiter
- **Verkehrssicherheit** mit Erarbeitung einer Road Safety Policy, Durchführung von Fahrsicherheitstrainings gemeinsam mit dem ÖAMTC etc.
- **Sicherheit im Verkauf** z. B. durch CO<sub>2</sub>-Warngeräte und Sicherheitsworkshops
- **Gesundheitsmanagement:** Evaluierung psychischer Belastungen sowie Führungskräfte-Schulungen, Abhaltung von Gesundheitsstammtischen an den Standorten, „Fit im Job“-Angebote wie Rückengymnastik uvm.





DIE QUALITÄT  
DER VIELFALT.  
ZUM WOHL  
UNSERER  
KUNDEN.







**Unsere rund 49.000 Kunden in Gastronomie und Lebensmittelhandel können auf beste Qualität vertrauen – und auf individuellen Service.** Die Brau Union Österreich ist im ganzen Land regional verankert und somit überall in der Nähe des Kunden. Österreich ist unser mit Abstand wichtigster Markt, aber auch außerhalb des Landes sind wir mit österreichischer Qualität erfolgreich – z. B. mit dem Gösser NaturRadler, der sich besonders in Deutschland immer größerer Beliebtheit erfreut.

## Unser Auftrag: begeisterte Kunden

Kunden und Konsumenten stehen bei der Brau Union Österreich im Mittelpunkt. Wir pflegen langfristige, vertrauensvolle Beziehungen. Unsere Marken kommunizieren wir klar und transparent und wir punkten mit dem dichtesten Versorgungsnetz sowie der schnellsten Schanktechnik Österreichs. Bei Kundenbesuchen erheben wir immer wieder die Kundenzufriedenheit. Und wir sind stets für unsere Kunden da: Mit durchschnittlich 11 Lieferungen pro Tag und Mitarbeiter waren wir auch 2017 immer dort, wo wir gerade gebraucht wurden. So sorgen wir für die beste Qualität vor Ort.

**„Unser Anspruch ist es, entlang der gesamten Wertschöpfungskette Win-Win-Situationen für unsere Konsumenten und Kunden zu schaffen. Durch Weiterentwicklung des Bier- und Cidermarktes, beste Innovationen am Puls der Zeit und eine nachhaltige Herangehensweise können wir hier allen einen Mehrwert bieten.“**

**Klaus Schörghofer,**  
Leitung Geschäftsfeld Lebensmittelhandel

## Marktführer und Innovationsführer

So einzigartig und vielfältig wie Österreichs Regionen sind auch unsere Biermarken. Marktführerschaft bedeutet, mit mehr als 100 Biersorten für jeden Geschmack und jede Gelegenheit das richtige Bier anbieten zu können. Durch Marktforschung und langjährige Erfahrung definieren wir die Hauptkonsumtive und bieten für jeden Anlass das richtige Bier – mit, aber verstärkt auch ohne Alkohol. Marktführerschaft bedeutet auch Innovationsführerschaft: Wir arbeiten konsequent an neuen Produkten, noch kundenfreundlicherem Service und noch besseren Schankanlagen.

© Die Fotografen, Charly Lair



**„Unsere Vision ist beste Fassbier-Qualität in ALLEN österreichischen Gastronomiebetrieben. Mit dem neuen Theken-Zapfsystem BLADE sind wir unserer Vision bereits einen deutlichen Schritt näher gekommen.“**

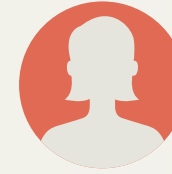
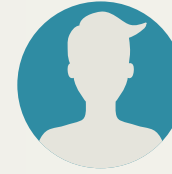
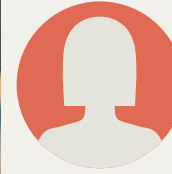
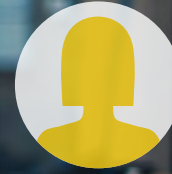
**Andreas Hunger,**  
Leitung Geschäftsfeld Gastronomie



### BEST PRACTICE

**Innovative Spezialitäten und neue Kategorien im Trend.** Wir haben auch 2017 ein breites Angebot an Innovationen geliefert. Neben Bierspezialitäten (z. B. aus dem Hofbräu Kaltenhausen), regionalen und saisonalen Bieren (z. B. dem Puntigamer Herbstmeister und Puntigamer Winterkönig oder dem Reininghaus Jahrgangspils) sowie nationalen Spezialitäten (z. B. Gösser Brauschätze Stifts-Troad mit dem Urgetreide Emmer) lag 2017 ein besonderer Fokus auf alkoholfreien Bieren und natürlich gebrauten alkoholfreien Getränken. Mit Zipfer HOPS mit Hopfenlimonade haben wir eine völlig neue Getränkekategorie auf den Markt gebracht. Heineken 0.0, das erste Heineken, das völlig ohne Alkohol auskommt, wurde in der Brauerei Wieselburg mitentwickelt. Auch die Kategorie Cider liegt im Trend, hier haben wir 2017 mit Stibitzer einen Cider aus 100 % österreichischen Äpfeln auf den Markt gebracht.





## Individueller Service

Wir beobachten den Markt und entwickeln laufend neue Produkte und Services. So sind wir nahe an unserem Kunden.

### Kundenservice bedeutet für uns z. B.:

- dass wir unseren Kunden das Bestellen so einfach wie möglich machen. Wir ermöglichen Gastronomen rund um die Uhr einfache Online-Bestellungen über das braunion.plus-Portal (B+), rufen je nach Wunsch zu vereinbarten Zeiten an oder nehmen Bestellungen per Fax oder E-Mail entgegen.
- dass wir bei Bedarf innerhalb von 24 Stunden liefern.
- dass unsere Kunden individuelle Werbemittel online erstellen können.

Unser Schankservice begleitet unsere Kunden von der Planung bis zur Montage, Inbetriebnahme und laufenden Wartung. Unsere Schankanlagen sind effizient und energiesparend. Die neueste Innovation BLADE – ein Theken-Zapfsystem von geringer Größe – kommt etwa ohne CO<sub>2</sub> aus: Das Bier, das sich in einem separaten Schutzbehälter befindet, wird mit Luft aus dem Fass gedrückt, ohne dass es aber mit Luft in Berührung kommt. Für die 8-Liter-Fässer gibt es eine Recycling-Vereinbarung mit der ARA.

Auch bei Events handeln wir ökologisch und sozial verantwortungsvoll. Wo möglich verwenden wir Mehrwegbecher – hier konnten wir z. B. 2017 mit einem Bestand von rund 150.000 Mehrweg-Bechern rund 720.000 Getränke-Einheiten ausschenken.

### BEST PRACTICE

**Innovation im Bereich Schankservice.** Die Brau Union Österreich bietet ihren Kunden für jedes Bedürfnis die richtige Schanktechnik. Die Innovation BLADE, am Markt seit Herbst 2017, ermöglicht Gastronomen Flexibilität: Frisch gezapftes Bier – oder auch Cider – in bester Qualität bei wenig Platzbedarf mit einfacher Inbetriebnahme und kaum Wartungsbedarf hilft, dem Ziel „Beste Fass-Qualität in allen Betrieben“ näherzukommen.

### BEST PRACTICE

**Wir stärken österreichische Traditionen.** Bierkultur ist stark in österreichischen Bräuen und Traditionen verankert. Daher sind wir als Partner z. B. beim „Aufsteiern“ in Graz und beim „Wiener Wiesn-Fest“ mit dabei, unterstützen in Kaltenhausen die alte Tradition des Gstanzlsingens, läuten den Winter mit diversen Bockbieranstichen ein, sind mit einem besonderen Barbarabier Teil der Montanistik-Tradition der Steirischen Eisenstraße oder mit dem Kaltenhauser Ruperti Märzen eine perfekte Ergänzung des gleichnamigen Kirtags in der Salzburger Altstadt.



braunionplus.at



© Neumayr MMV

## Neues entdecken. Vielfalt genießen. Werte schaffen.

Mit unserer Arbeit schaffen wir eine Win-win-Situation für Konsumenten, Kaufleute und Kunden. Wir nehmen unsere Rolle als Category Leader ernst und wollen dem Konsumenten ein positives Einkaufserlebnis bieten. Durch unsere innovativen Produkte z. B. im aufstrebenden alkoholfreien Bereich oder in der Kategorie Cider tragen wir zum Wachstum unserer Kunden bei. Auch durch unser Know-how bei der Weiterentwicklung der Getränkekategorien Bier und Cider oder punkto Bedürfnisse von Konsumenten und Shoppnern können wir einen Mehrwert bieten.



### AUSBLICK 2018

Basis für eine zukunftsfähige Zusammenarbeit ist neben bester Qualität und laufenden Innovationen am Puls der Zeit auch bester, individueller Service. Um modernen Service zu bieten, werden wir 2018 in allen Prozessen und Abläufen des Unternehmens einen starken Fokus auf Digitalisierung legen, etwa auf bequeme Online-Shops für Kunden. Ein weiterer Schwerpunkt wird auch 2018 auf dem Bereich ohne Alkohol liegen. Auch den Mehrweganteil möchten wir – in der Gastronomie besonders in Hinblick auf Fassbier – stabilisieren. Außerdem wird 2018 eine Heimzapfanlage auf den Markt gebracht, die online bzw. im Lebensmittelhandel erhältlich sein wird und Premium-Zapfqualität für zuhause bieten soll.





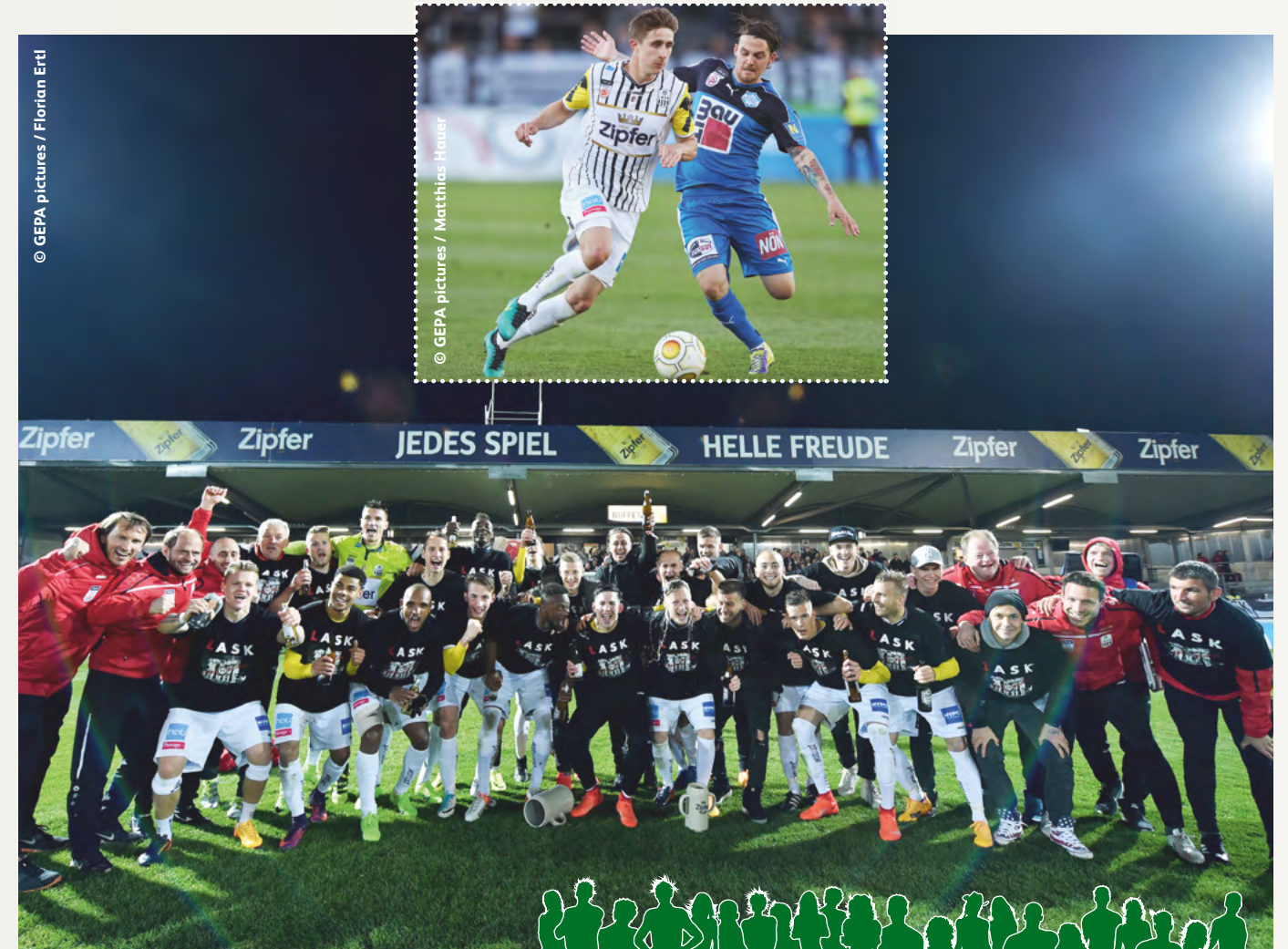
EIN TEIL  
DES GROSSEN  
GANZEN. ZUM  
WOHL DER  
GESELLSCHAFT.





Nachhaltig zu handeln bedeutet, zum Wohl der Gesellschaft zu handeln. Zum Wohl der Gesellschaft zu handeln, bedeutet für uns von der Brau Union Österreich:

- Arbeitsplätze in Österreich zu schaffen
- die österreichische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Maßstäben zu leben und weiter zu entwickeln
- Produkte in bester Qualität anzubieten
- verantwortungsvollen Genuss zu forcieren
- neue Partnerschaften zu knüpfen, um die Nachhaltigkeit in allen Bereichen voranzutreiben



Was wir der Gesellschaft zurückgeben.

Rund 2.400 Menschen arbeiten bei der Brau Union Österreich – in vielen Regionen unseres Landes sind wir daher verankert. Wir geben den Menschen Arbeit und viele Möglichkeiten der Weiterentwicklung. Dazu kommt: 2.400 Arbeitsplätze, das bedeutet rund 21 Millionen Euro an Lohnsteuer, die wir zum Staatshaushalt beitragen. Dazu kamen im Jahr 2017 rund 102,2 Millionen Euro an Biersteuer.

Mit unseren Marken sind wir seit jeher in den verschiedensten Bereichen als Sponsor tätig – als Unterstützer der UEFA Champions League, als Partner des Austria Ski Teams oder als Sponsor von österreichischen Fußballvereinen. Bei diversen Musikveranstaltungen sind wir als Sponsor mit an Bord und stehen den Organisatoren tatkräftig zur Seite. Zudem fördern wir Brauchtum und Volkskultur durch viele Aktivitäten und Partnerschaften in den verschiedensten Regionen des Landes.

Als Produzent alkoholischer Getränke ist für uns eines klar: Wir legen großen Wert auf den verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol – etwa auf den Jugendschutz und die Aufklärung rund um die Gefahren von Alkohol im Straßenverkehr.

Wir halten uns an die strengen gesetzlichen und auch an die selbst auferlegten Vorgaben der HEINEKEN „Rules on Responsible Communications“.



... siehe <https://www.theheinekencompany.com/About-Us/HEINEKEN-Code-of-Business-Conduct>



# Wie wir die österreichische Bierkultur stärken.

Unser Ziel ist es, die österreichische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Herausforderungen zu gestalten und weiter zu entwickeln. Dabei geht es auch und vor allem darum, die Konsumenten in ihrem Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Biergenuss zu stärken.

Wir lehnen Alkoholmissbrauch ab und setzen uns konsequent für Aufklärung, Information und Prävention ein. Unsere Werbe- und Marketingaktionen richten sich niemals an Jugendliche oder Kinder. Und wir wollen unsere Konsumenten überzeugen, dass beim Bierkonsum nicht die Quantität, sondern die Qualität den Genuss steigert – egal ob wir uns an junge Erwachsene beim Rock-Festival oder an Stammtischbesucher im Wirtshaus wenden.

Immer wieder betonen wir die Bedeutung des verantwortungsvollen Umgangs mit Alkohol – bei allen großen Sport-Sponsorings platzieren wir entsprechende Botschaften, etwa auf den Gösser-Bannern im Wintersport und Puntigamer- oder Zipfer-Bannern beim Fußball. Die Marke Gösser als Partner des ÖSV war auch in der Saison 2017/2018 bei Schirennen mit den CSR-Banden „Vernünftig genießen“ präsent. Global sorgt Heineken bei der Formel 1 mit der Botschaft „When you drive, never drink“ für Aufsehen – natürlich auch in Österreich.

Auch direkt auf den Etiketten der Biermarken hat der verantwortungsvolle Genuss seit 2017 noch mehr Platz und diverse Marken warnen mit Symbolen direkt auf der Flasche vor Alkoholkonsum während Autofahrten oder während der Schwangerschaft. Die Marken Zipfer, Gösser und Puntigamer heben auf den Etiketten die jeweilige Website mit Tipps für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol hervor.

Nähere Infos unter:

<https://www.goesser.at/vernuenftig-geniesen/><sup>1</sup>

<https://www.puntigamer.at/vernuenftig-samma/><sup>2</sup>

<http://www.zipfer.at/de/verantwortung.html><sup>3</sup>



1



2



3

Heineken verwendet auf der Verpackung das „Enjoy Responsibly“-Logo und Desperados verweist mit „Drink Responsibly“ auf den Verpackungen und diversen Websites auf weitere Informationen unter [www.desperados.com](http://www.desperados.com). Heineken betreibt außerdem eine eigene Marketingkampagne zum Thema „Enjoy Heineken Responsibly“ und investiert 10 % des Media Budgets für dieses Thema.

**„Wir bieten den Konsumenten verstärkt Produkte an, die den verantwortungsvollen Bierkonsum fördern. 2017 lag unser Schwerpunkt erneut auf der Entwicklung von alkoholreduzierten und alkoholfreien Bieren. Der Trend ist zunehmend steigend, so bietet die Brau Union Österreich heute acht alkoholreduzierte und neun alkoholfreie Biere und Biermischgetränke an. Mit gutem Gewissen unterstützen wir Sportveranstaltungen mit alkoholfreiem Bier.“**

Andreas Stieber,  
Leitung Marketing

## Produktentwicklung mit Verantwortung

Uns ist es wichtig, dass unsere Kunden und Konsumenten verstehen, wie wir arbeiten: So bieten wir etwa Brauereiführungen an, Besuche in den Braumuseen und eine in Kaltenhausen speziell angebotene Biersommelier-Ausbildung. Bis Ende 2017 haben wir in den sechstägigen Kursen 208 Biersommeliers ausgebildet. Der Abschluss dieser fundierten Ausbildung berechtigt zur Führung der Berufsbezeichnung „Biersommelier/Biersommelière“ sowie des Biersommelier-Zeichens. Nähere Infos unter <http://www.kaltenhausen.at/bierkultur/biersommelier-ausbildung/>



# Partnerschaften für die Zukunft.



**„Nachhaltig ist für uns auch, auf die langfristige Qualität unsere Beziehungen zu achten – in allen Bereichen unserer täglichen Arbeit. Wir bekennen uns zu den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der United Nations und setzen so gemeinsam mit unseren Stakeholdern neue Maßstäbe im Bereich der Nachhaltigkeit. Eines unserer strategischen Kernziele ist dabei der verantwortungsvolle Umgang mit Alkohol. Als größtes Brauereiunternehmen Österreichs nehmen wir unsere gesellschaftliche Verantwortung wahr und setzen gezielt auf zahlreiche Initiativen und Aktivitäten zur Bewusstseinsbildung.“**

Gabriela Maria Straka,  
Leitung Kommunikation/PR & CSR  
Mitglied des UN Global Compact  
Steering Committees Austria



© Wolfgang Voglhuber / Brau Union Österreich

v.l.n.r.: Walter Mayr, Vorstand NÖ Wohnbaugruppe; Manuela Somos, Aura Wohnbau; Gerhard Sacher, Geschäftsführer EVN Wärme GmbH; Karin Baier, Bürgermeisterin Stadtgemeinde Schwechat; Friedrich Klocker, Vorstand WienSüd; Maria Lechner-Trenker, Atlas Wohnbau; Horst Eisenmenger, Prokurist WienSüd; Gabriela Maria Straka, Leitung Kommunikation/PR & CSR Brau Union Österreich; Christian Huber, Braumeister Brauerei Schwechat; Peter Friedl, Projektleiter EVN Wärme

Wir lernen von unseren Partnern aus Wissenschaft und Forschung und tauschen uns regelmäßig mit Kunden und Konsumenten aus. Wir achten auf eine gute Kommunikation mit Lieferanten, Wirtschaftstreibern, Vertretern der Politik und Medien und mit sonstigen Meinungsführern – unter anderem via Marken- und Unternehmenswebsites und die breite Medienpalette sowohl im Print- als auch im digitalen Bereich. Mit unseren internen Stakeholdern, den Mitarbeitern, kommunizieren wir via Intranet, Mitarbeiterzeitung, und Facebook Workplace, wo alle HEINEKEN-Mitarbeiter weltweit miteinander verbunden sind. Über positives Feedback freuen wir uns und auch über konstruktive Kritik z. B. im Rahmen unserer regelmäßigen Stakeholder-

»»»





# Produktsicherheit und Gesundheit

Sichere und gesunde Produkte in bester österreichischer Qualität – das bieten wir unseren Konsumenten. Die Qualität unserer Erzeugnisse kontrollieren und bewerten wir kontinuierlich in unseren Labors. Mit HACCP-Systemen werden potenzielle Gefahren analysiert und Präventivmaßnahmen eingeleitet. Alle unsere Produkte sind gentechnikfrei, zudem verfügen sechs Betriebe über eine Zertifizierung nach dem IFS-Standard, dies ist ein internationaler Lebensmittelsicherheits-Standard. Für Gösser Bier verwenden wir ausschließlich österreichische Rohstoffe. Die Brauerei Schludming bietet Biere an, die mit dem österreichischen BIO-Austria-Siegel ausgezeichnet sind.

Die Reste der Biererzeugung, Treber genannt, werden in der Landwirtschaft als Futtermittel und als Energieträger für die Biogaserzeugung verwendet. Um auch hier Sicherheit und Qualität zu gewährleisten, ist unser Treber mit dem „PASTUS“-Zertifikat der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH gekennzeichnet. Das gilt auch für die Überschusshefe, die ebenfalls als Futtermittel genutzt wird.

Transparenz ist uns wichtig: Konsumenten sollen über Bierzutaten und Nährwerte ausreichend informiert sein. Daher haben wir uns gemeinsam mit anderen Brauereien aus der Vereinigung „Brewers of Europe“ schon Ende 2015 dazu verpflichtet, freiwillig eine Reihe von Angaben zu unseren Produkten zu machen.



»»»»

umfragen zur Unternehmensreputation bzw. zur Mitarbeiterzufriedenheit – wir nutzen diese, um unsere Produkte und Arbeitsabläufe kontinuierlich zu verbessern. Auch auf Veranstaltungen, Podiumsdiskussionen und Fachvorträgen informieren wir über aktuelle Neuheiten und holen Rückmeldungen ein. Das heißt wir pflegen den regelmäßigen, formellen und informellen Austausch mit unseren Stakeholder-Gruppen, um Themen und Herausforderungen zu identifizieren und Handlungen daraus abzuleiten. Beispielsweise trägt der Lebensmittelhandel spezifische Themen wie Zielsetzungen und Erwartungshaltungen im Rahmen von jährlichen Branchenveranstaltungen an uns heran. 2017 waren wir etwa beim Regal Branchentreff, Cash Handelsforum und bei den REWE Nachhaltigkeitswochen vertreten.

Die Zusammenarbeit mit österreichischen Universitäten und Fachhochschulen ist uns wichtig. Gerne betreuen wir relevante wissenschaftliche Arbeiten. So sind wir immer auf dem neuesten Stand der Technik und können gezielt Innovationen vorantreiben. Neue Ideen setzen wir oft auch mit externen

Partnern um. So arbeiten wir zum Beispiel in Göss mit der Firma BDI-BioEnergy International GmbH eng zusammen, um das reibungslose Funktionieren der Biertrebervergärungsanlage zu garantieren. In Graz Puntigam wurde in enger Kooperation mit der Kelag Energie & Wärme GmbH und C&P Immobilien AG das „Brauquartier Puntigam“ realisiert. In Zipf evaluieren wir gemeinsam mit der RAG, der Rohöl Aufsuchungs-GmbH, mittels Testbohrungen mögliche Einsatzszenarien von Geothermie für den Brauprozess.

Wir sind in zahlreichen Verbänden aktiv, um eine sozial und ökologisch nachhaltige Zukunft mitgestalten zu können:

- Wirtschaftskammer Österreich
- Verband der Brauereien Österreichs
- ÖGI – Österreichisches Getränkeinstitut
- IV – Industriellenvereinigung Österreichs
- MAV – Markenartikel-Verband
- respACT - austrian business council for sustainable development

## BEST PRACTICE

**Partnerschaft zum Thema „Verantwortungsvoller Alkoholkonsum“.** Die Brau Union Österreich ist Partner der Lehrlingsinitiative „Amuse Bouche“ und setzt sich dafür ein, den Nachwuchskräften in der Gastronomie einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol näherzubringen. Die jungen Leute sollen auch in Hinblick auf ihre Gäste sensibilisiert werden und nicht zuletzt lernen, dass es viele alkoholfreie Alternativen gibt, die ebenso gut schmecken und kreativ eingesetzt werden können.

## BEST PRACTICE

**Engagement am „Dritten Arbeitsmarkt“.** Gemeinsam mit Partnern beschäftigen wir an vielen unserer Standorte Menschen mit Beeinträchtigungen, um diesen Teilhabe am beruflichen Arbeitsleben und eine geordnete Tagesstruktur zu ermöglichen. Konkret kooperieren wir hier in Graz/Puntigam mit „alpha nova“, in Schludming mit dem Diakoniewerk, in der Brauerei Zipf mit „assista Soziale Dienste Vöcklabruck“ und in Schwechat mit „Arge Chance“.



## AUSBLICK 2018

### Vorreiter in der Nachhaltigkeit bleiben

Auch 2018 wird großes Augenmerk auf einen verantwortungsvollen Umgang mit der Gesellschaft gelegt. So soll die Zusammenarbeit mit diversen Stakeholdern weiter forciert werden, um im Nachhaltigkeitsbereich Vorreiter der Brauindustrie zu bleiben.

### Verantwortungsvoller Genuss

Die Lehrlings-Initiative Amuse Bouche soll auch 2018 weitergeführt werden, außerdem liegt auf dem alkoholfreien Bereich auch weiterhin ein starker Fokus.

### Transparenz weiter vorantreiben

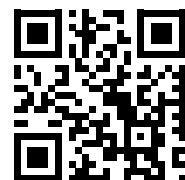
Bis Ende 2018 sollen die Etiketten all unserer Biere mit den Informationen zu Bierzutaten und Nährwerten ausgestattet sein.





# BRAUEREI- STANDORTE DER BRAU UNION ÖSTERREICH AG.

*Von Zipf bis Göss, von Kaltenhausen bis Puntigam – jede Brauerei der Brau Union Österreich ist einzigartig. Manche blicken stolz auf eine jahrhundertlange Braugeschichte zurück, andere entstanden in der Blüte der Industrialisierung im 19. Jahrhundert und mussten sich in den Wirren des Ersten- und Zweiten Weltkriegs beweisen. Eines haben sie alle gemeinsam: Sie verfolgen das Ziel des nachhaltigen Wirtschaftens. Auf den folgenden Seiten wollen wir Ihnen unsere Brauereien und ihr nachhaltiges Engagement kurz vorstellen. Ausführliche Informationen finden Sie online unter [www.brauunion.at](http://www.brauunion.at)*



- Falkenstein/Lienz
- Göss/Leoben
- Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen
- Puntigam/Graz
- Schladming
- Schwechat
- Wieselburg
- Zipf



## BRAUEREI FALKENSTEIN/LIENZ

### ZUM WOHL DER UMWELT

- Verwendung von Leutschacher Hopfen, 100 % österreichischer Gerste und Wasser aus dem hauseigenen Brunnen
- Installation und Inbetriebnahme einer neuen Kesselsteuerung: Diese ermöglicht die optimale Regelung des Dampfdrucks (thermische Energie), der Brenneinstellung und Wasserversorgung für den Kessel, was nach erfolgten Einstellungsoptimierungen mittelfristig zu Energieeinsparungen führt.
- Erneuerung des Brenners: Die Öl-Luft-Mischung, die benötigt wird, um Wasser im Dampfkessel zu erhitzen, kann nun präziser eingestellt werden. Dadurch wird langfristig weniger Öl verbraucht.



### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Stärkung der österreichischen Bierkultur durch Bier-Innovationen
- Mitarbeitersicherheit: Neueste sicherheitstechnische Einrichtungen für die Kesselanlage

## BRAUEREI GÖSS/LEOBEN – „DIE GRÜNE BRAUEREI“



### ZUM WOHL DER UMWELT

- 100 % nachhaltiger Brauprozess durch den Einsatz von vier intelligenten Energiesystemen: Biertrebervergärungsanlage, Fernwärme, Abwärme und Solar-Thermie.
- 2017 konnte der Nutzungsgrad des Bio-Klärgases aus der Abwasservorreinigungsanlage erhöht werden.
- Energie-Automatisierung: Bei Vorhandensein von Warmwasser mit ausreichender Temperatur schalten bestehende Niedrigtemperatur-Verbraucher automatisch von Dampf auf diese Energieform um. Auch wurde ein Konzept zur Erweiterung der Niedrigtemperatur-Energieverbraucher erarbeitet.
- In den Wintermonaten wird beim Dosenbier auf den Pasteur verzichtet – neben Wasser und Energie wird dabei auch Desinfektionsmittel eingespart.

- Stromeinsparungen durch Einsatz von LED-Leuchtmitteln in mehreren Hallen, Anheben der Temperatur im Raum der Dosenabfüllanlage, Abschalten unnützer Verbraucher etc.
- Verwendung ausschließlich heimischer Rohstoffe wie Hopfen aus Leutschach in der Südsteiermark und Wasser aus dem eigenen Quellschutzgebiet.

### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Bewerbung von verantwortungsvollem Bierkonsum – „Vernünftig genießen“
- Stärkung der österreichischen Bierkultur durch Innovationen: Gösser Brauschätze
- Kooperation mit verschiedenen Partnern wie Montanuniversität Leoben, dem benachbarten Sägewerk Mayr-Melnhof, dem Biogasanlagenbauer BDI etc.

## BRAUEREI PUNTIGAM/GRAZ

### ZUM WOHL DER UMWELT

- Verwendung von 15.000 Jahre altem Thermalwasser aus zwei Tiefbrunnen, Hopfen aus Leutschach in der Südsteiermark und vorwiegend österreichischer Gerste
- ÖKOPROFIT-Partner der Stadt Graz
- Stromeinsparungen etwa durch neue Druckluftkompressoren oder Umstellung der Beleuchtung auf LED
- Wassereinsparungen etwa durch Optimierung der Bandschmieranlage
- Startschuss Brauquartier Puntigam: Gemeinsam mit Partnerunternehmen wird ein neues Stadtviertel in Graz mit biogener Fernwärme versorgt



### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Die Bewohner des Puntigamer Brauquartiers beziehen die von ihnen benötigte Wärme aus einer nachhaltigen Quelle aus der direkten Nachbarschaft, und das zu attraktiven Konditionen.
- Laufende Kooperation mit „alpha nova“: Sinnvolle Beschäftigung für Menschen mit Beeinträchtigung in der Brauerei Puntigam

„Als größtes Brauereiunternehmen Österreichs ist es für uns selbstverständlich, unserer Verantwortung gegenüber unseren Kunden, Lieferanten und der Umwelt nachzukommen. Wir bekennen uns klar zu erneuerbarer Energie und wollen bis zum Jahr 2030 zu 70 % aus erneuerbaren Energien wirtschaften.“

Magne Setnes,

Vorstandsvorsitzender der Brau Union Österreich

## BRAUEREI SCHLADMING

### ZUM WOHL DER UMWELT

- Weichenstellung für 100 % nachhaltige Bierproduktion durch Konzeptionierung einer Energieversorgungslösung aus Fernwärme und hauseigenem Pellets-Heizwerk
- Einsparung von thermischer Energie durch Behebung von Abstrahlverlusten: Isolierung von Kurzzeiterhitzern, Heizhaltezone und Leitungen
- Verwendung von großteils regionalem Hopfen aus Leutschach, Gerste aus Österreich und Wasser aus dem kristallinen Urgestein der Schladminger Tauern
- Biergenuss zertifiziert mit dem BIO-Austria-Siegel: Schladminger BioZwickl und Schladminger Schnee Weiße Bio

### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Beitrag zur österreichischen Bierkultur mit regionalen Bierspezialitäten, auch in Bio-Qualität



- Projektpartner des Diakoniewerks Schlading – Menschen mit Beeinträchtigung erhalten eine sinnvolle Beschäftigung, sie nehmen am beruflichen Arbeitsleben teil und haben eine geordnete Tagesstruktur.



## SPEZIALITÄTEN-MANUFAKTUR HOFBRÄU KALTENHAUSEN



### ZUM WOHL DER UMWELT

- Handwerkliche Bierherstellung
- Verwendung von bestem unbehandeltem Wasser, Hopfen aus dem Mühlviertel und fast ausschließlich österreichischem Malz / Gerste
- Erneuerbare Energie von benachbartem Wasserkraftwerk
- 2017: HCCP-Zertifizierung
- Installation eines Lufttrockners im Gärkeller, der bessere Kontrolle der Luftfeuchtigkeit erlaubt, die Haltbarkeit der Bausubstanz verbessert und Sanierungsmaßnahmen reduziert.

### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Ausbildungsstätte für Biersommeliers (laufende Kursangebote das ganze Jahr über)
- Regionaler Arbeitgeber mit besonders vielen langjährigen Mitarbeitern, die 2017 von Vertretern aus Wirtschafts- und Arbeiterkammer geehrt wurden
- Spezialitäten-Manufaktur für besondere Bierspezialitäten – z.B. jährliche Sondereditionen oder saisonale Spezialitäten wie die Edition Maroni
- Partnerschaft mit „Green Event Salzburg“ – nachhaltige Planung, Organisation und Umsetzung von Events
- In Kaltenhausen wurde eine E-Tankstelle installiert, bei der E-Bikes und E-Autos während des Besuchs des Braugasthofes aufgeladen werden können.

## BRAUEREI SCHWECHAT

### ZUM WOHL DER UMWELT

- Besonders niedriger Wasserverbrauch – spezifischer Verbrauch von 2,64 hl Wasser/hl Bier
- 2017 wurde thermische Energie durch Reduktion des Tunnelpasteurbetriebes, der Senkung der Heizungstemperatur in den Wintermonaten und lastabhängige Anpassung der Heißwassertemperatur eingespart.
- Die Installation eines Sterilluftkompressors neuester Technologie spart 20 % elektrische Energie
- Stromeinsparungen in den Bereichen Produktion und Logistik durch Installation von LED-Beleuchtung und Bewegungsmeldern.
- Einsparung von Chemikalien sowie Reduktion des Wasserverbrauchs durch Stilllegung der Chloroxid-Anlage
- Wassereinsparungen durch mehrfache Nutzung des Rinserwassers
- Weichenstellung für Brauwärmeprojekt – Abwärme aus dem Brauprozess für neu errichtete Wohneinheiten



### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Laufende Kooperation mit dem Verein „Arge Chance“: Sinnvolle Beschäftigung für Menschen mit Beeinträchtigung in der Brauerei Schwechat
- Wiege der Bierkultur: Erfindung des untergärigen Lagerbieres durch den Schwechater Braumeister Anton Dreher 1841. Das „Schwechater Wiener Lager“ ist heute wieder in der ausgewählten Gastronomie sowie im Lebensmittelhandel erhältlich.

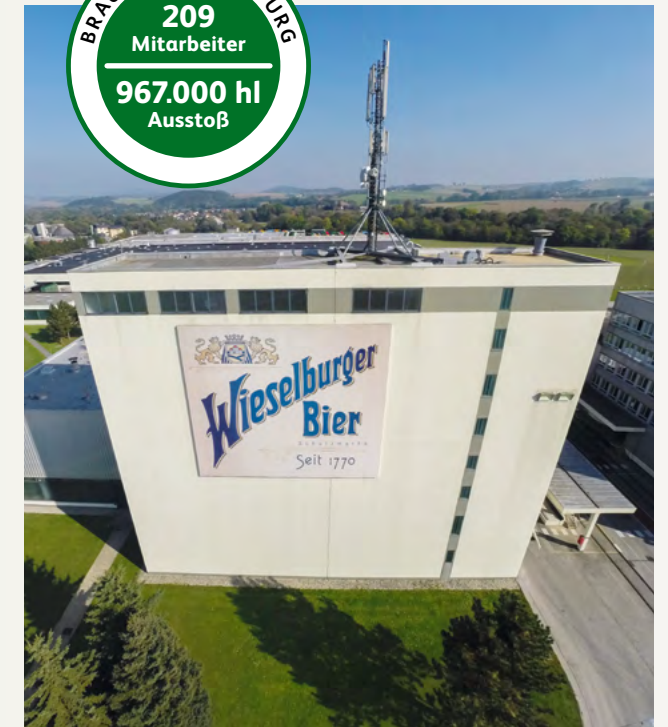
## BRAUEREI WIESELBURG

### ZUM WOHL DER UMWELT

- Stärkung von Mehrweggebinden durch Bügelverschlussflasche
- Brauwasser aus brauereieigenen Brunnen, für das Malz wird zum überwiegenden Teil zweizeilige Sommerbraugerste aus Niederösterreich verwendet
- Laufende Optimierungen punkto Energieverbrauch z. B. durch Biervorwärmung in den Flaschenfüllanlagen, Verwendung der Abwärme aus dem Sudhaus für Fußbodenheizung in anderen Bereichen der Brauerei, LED-Beleuchtung etc.

### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Fernwärme: 50 % der thermischen Energie kommt aus einem benachbarten Holzverarbeitungsbetrieb
- Prüfung und Konzeption einer Biertrebervergärungsanlage mit dem Ziel der zu 100 % CO<sub>2</sub>-neutralen Produktion
- Technologieführerschaft und Know-how im Bereich Entalkoholisierung – maßgeblicher Beitrag zur Entwicklung des absolut alkoholfreien Heineken 0.0
- Partnerbetrieb von „So schmeckt Niederösterreich“, einer Initiative der Energie- und Umweltagentur Niederösterreich



**„Wir setzen an allen unseren Standorten laufend Maßnahmen, um noch ressourcenschonender zu arbeiten. Wir sind der Überzeugung, dass uns unsere nachhaltige Strategie unserem Ziel näherbringt: Österreich zum Land mit der besten Bierkultur Europas zu machen.“**

**Magne Setnes, Vorstandsvorsitzender der Brau Union Österreich**

## BRAUEREI ZIPEF

### ZUM WOHL DER UMWELT

- Umstellung in der Drucktank-Reinigung von Heiß- auf Kaltreinigung im Herbst 2017 spart Energie im Zusammenhang mit dem Aufheizen des Tanks, des Wärmedurchgangs und der Raumkühlung
- Umrüsten der Beleuchtung im Bereich der Umpackanlage auf LED-Lampen – Strom-Reduktion um 1,9 % im Bereich der Abfüllung.
- Mögliche Geothermie-Nutzung für den Brauprozess wird gemeinsam mit der RAG, der Rohöl Aufsuchungs GmbH, mittels Testbohrungen evaluiert, mögliche Einsatzszenarien konzipiert.

### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Zipfer unterstützt gastronomischen Fachkräftenachwuchs punkto Bierkultur und verantwortungsvoller Umgang mit Alkohol: Zipfer Zapf Masters, Partnerschaft mit Amuse Bouche



- Laufende Kooperation mit „assista Soziale Dienste“: Sinnvolle Beschäftigung für Menschen mit Beeinträchtigung in der Brauerei Zipf



# Wenn Bier Wohnungen **heizt**



Das Nachhaltigkeitsengagement der Brau Union Österreich orientiert sich an den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette setzen wir mit unseren Initiativen an. Aber unser Bestreben ist es, auch über unseren direkten Einflussbereich hinaus nachhaltig zu agieren und Mehrwert zu schaffen – etwa durch sinnvolle Kooperationen mit Partnern. So haben wir in zwei Brauereien durch innovative Konzepte den Grundstein gelegt, um Menschen mit Wärme zu versorgen – biogene Abwärme aus den Brauereien kann so sinnvoll genutzt werden und bringt somit sowohl der Gesellschaft als auch der Umwelt einen Zusatznutzen. Ein Best Practice-Beispiel, auf das wir stolz sind.

## **Warm hamma's im „Brauquartier Puntigam“**

Ein erstes Pilotprojekt in diesem Zusammenhang gab es in der Steiermark. Die Brauerei Puntigam hat gemeinsam mit der KELAG Energie & Wärme GmbH ein umweltfreundliches Energiekonzept entwickelt: Die Abwärme aus dem Brauprozess

kommt den 800 Wohnungen, Büro- und Gewerbeflächen des „Brauquartier Puntigam“ zugute, das von der C&P Immobilien AG realisiert wird. Im Mai 2017 wurde das Projekt der Öffentlichkeit vorgestellt, die ersten Kunden werden bereits mit Brauwärme beliefert und im Endausbau werden pro Jahr rund 3,8 Millionen Kilowattstunden aus der Brauerei an die Bewohner des neuen Brauquartiers geliefert.

## **Bierige Wärme für rund 2.000 Menschen**

Das „Brauquartier Puntigam“ gilt als eines der größten Bauvorhaben in Graz – Ziel ist ein neuer Stadtteil für rund 2.000 Bewohner, in dem der Gedanke der Vernetzung und Nachhaltigkeit besonders im Vordergrund steht. Dazu passt das neuartige Energiekonzept optimal: Die ersten der 800 Wohnungen im Brauquartier kommen nun schon in den Genuss von nachhaltiger Abwärme. Auch Büros, Gewerbeflächen und ein Kindergarten werden künftig auf umweltfreundliche Weise mit Energie versorgt. Insgesamt sind das rund 65.000 Quadratmeter Nutzfläche.



„Mit diesem einzigartigen Energieversorgungskonzept wird unsere Abwärme aus dem Brauprozess sinnvoll für Heizzwecke und Warmwasser der 900 Wohnungen in unserer unmittelbaren Nachbarschaft genutzt. So können wir eine maßgebliche CO<sub>2</sub>-Einsparung erreichen.“

**Andreas Urban,**  
Braumeister der Brauerei Schwechat



„Mit diesem nachhaltigen Konzept können wir nicht nur unsere Umweltbilanz weiter verbessern, sondern auch unseren neuen Nachbarn nachhaltig produzierte Wärme zur Verfügung stellen.“

**Gerald Zanker,**  
Braumeister der Brauerei Puntigam

## **Nachhaltige Bierkultur**

Bereits seit 1478 wird im Grazer Stadtteil Puntigam Bier gebraut. Jahr für Jahr werden am Standort insgesamt rund eine Million Hektoliter Bier produziert – Puntigam ist damit eine von Österreichs meistverkauften Biermarken. Die Brauerei steht aber auch für nachhaltige Bierkultur. Mit einer Reihe von Maßnahmen trägt die Brauerei zur Nachhaltigkeit bei und trägt dafür die Ökoproof-Auszeichnung der Stadt Graz, die Unternehmen für nachhaltiges und profitables Wirtschaften auszeichnet.

## **Kluges Konzept**

Die Abwärme aus der Vergärung der Bierwürze in der Brauerei wird mit Wärmetauschern ausgekoppelt und für die Heizung und Warmwasserversorgung der Wohnungen im „Brauquartier Puntigam“ genutzt. Eine Wärmepumpe unterstützt den Energietransfer und als Reserve und für die Spitzenabdeckung steht die bestehende Dampfanlage aus der nahen Brauerei bereit. Die ökologische Abwärme kann in den Fußbodenheizungen effektiv genutzt werden.

## **Partnerschaft für die Zukunft**

Die KELAG Energie und Wärme GmbH und die Brau Union Österreich arbeiten seit vielen Jahren zusammen. Der Energieversorger betreibt etwa an den Standorten Leoben-Göss und Puntigam die Wärmeerzeugungseinrichtungen mit den Dampfkesselanlagen und Blockheizkraftwerken. Aus dieser Zusammenarbeit entstand die Idee, die Gärwärme der Brauerei Puntigam im neu entstehenden Brauquartier für Heizung und Warmwasser zu nutzen.



## **Ausblick Schwechat: Brauwärmeprojekt in Planung**

Ein ähnliches Projekt ist in Schwechat in Planung: Nachhaltige Abwärme aus der nahen Brauerei Schwechat soll in absehbarer Zeit 900 Wohnungen auf ehemaligen Brauereigründen mit Energie versorgen. Für die nachhaltige Wärmeversorgung hat die Brau Union Österreich gemeinsam mit der EVN ein innovatives und umweltfreundliches Konzept entwickelt: Die Energie für Heizung und Warmwasser kommt aus der im Brauprozess gewonnenen Gärwärme. Über eine Wärmepumpe wird das biogene „Nebenprodukt“ als Naturwärme den benachbarten Wohnungen zugeführt.

## **Grüne Firmenphilosophie**

Integrierter Umweltschutz ist Teil der Firmenphilosophie der Brau Union Österreich. Dazu zählt auch ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen – an allen Brauereistandorten. Die Grüne Brauerei Göss gilt dafür als richtungsweisend. Die Abwärmeprojekte in Puntigam und Schwechat markieren nun einen weiteren Meilenstein auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft.



# FAKTEN UND DETAILS ZU UNSEREM NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2017.

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2017 der Brau Union Österreich wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt. Wir möchten unseren Lesern einen Einblick geben, wie wir unser zentrales Anliegen, die beste Bierkultur für die Zukunft zu schaffen und die österreichische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Herausforderungen zu gestalten, erreichen wollen.

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

## Berichtsumfang

Dieser Nachhaltigkeitsbericht publiziert Daten der Brau Union Österreich AG im Berichtszeitraum 1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2017. Die ökologischen Kennzahlen beziehen sich nur auf unsere Produktionsstandorte – also unsere Brauereien, da wir an den Bürostandorten keine signifikanten ökologischen Auswirkungen feststellen konnten. Folgende Brauereien werden auf Grund ihrer Größe im Bericht mit Umweltkennzahlen erwähnt: die fünf Großbrauereien Göss/Leoben, Puntigam/Graz, Schwechat, Wieselburg und Zipf sowie unsere zwei Spezialitätenbrauereien Falkenstein/Lienz und Schladming. Über die Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen werden auf Grund ihrer geringen Größe keine ökologischen Kennzahlen berichtet. Die sozialen Kennzahlen beziehen sich neben unseren Produktionsstandorten auch auf unsere Bürostandorte und Verkaufslager.

Der Inhalt des Berichts basiert auf den in der Wesentlichkeitsanalyse eruierten wesentlichen Aspekten und steht direkt in Verbindung mit unserer internationalen HEINEKEN-Nachhaltigkeitsinitiative „Brewing a Better World“. Zusätzliche Informationen zur weltweiten Strategie gibt es im HEINEKEN-Nachhaltigkeitsbericht unter <http://www.theheinekencompany.com/sustainability>.

## Berichtssysteme

- Kennzahlen zum Thema Arbeitssicherheit werden quartalsweise über das globale System ARISO (Accident Reporting Investigation Software) an HEINEKEN berichtet.
- Ökologische Kennzahlen und deren Validierung findet man im BCS (Business Comparison System). Jeden Monat werden hier von den Produktionsstandorten Umweltdaten erhoben und berichtet.
- Das globale Green-Gauge-Berichtssystem ermöglicht es uns, unsere Leistung im Umwelt- und Sozialbereich quartalsweise mit unseren Fokuszielen zu vergleichen. Dies zeigt unterjährig in welchen Bereichen noch Verbesserungsbedarf besteht.
- Andere Berichtssysteme, die uns zur Verfügung stehen, sind das CLM (Contract Lifecycle System), die EcoVadis-Plattform des Supplier Codes sowie SAP für mitarbeiterrelevante Informationen.
- Die alljährliche HEINEKEN Annual Sustainability Survey sowie zusätzliche Informationen der einzelnen Abteilungen liefern die restlichen Daten.

## Zuverlässigkeit der Daten

Seit 2011 arbeitet HEINEKEN kontinuierlich daran, den Berichtsumfang zu erweitern und zu verbessern, speziell im Bereich der Produktionsstandorte. Um dies zu erreichen, wurde der Berichtsvorgang 2015 überarbeitet – die eingegebenen Daten werden jeweils von den abteilungsinternen Verantwortlichen, dem lokalen CSR-Team und schlussendlich von HEINEKEN global validiert. So garantieren auf lokaler und globaler Ebene die für die Bereiche zuständigen Experten die Datenrichtigkeit. Auf globaler Ebene arbeitet man außerdem kontinuierlich daran, Fehler im Berichtswesen vorzubeugen und die Vergleichbarkeit der Daten sicherzustellen, indem Standardberechnungen in die Systeme eingearbeitet und klare und einheitliche Definitionen formuliert werden. Unser globales HEINEKEN-Audit-Team prüft zudem jährlich den gesamten

Berichtsprozess und führt auch lokale Validierungsaudits durch. Darüber hinaus werden von den Fachabteilungen im Bereich Supply Chain, Verkaufslagerüberprüfungen, sowie sowie ICFR-Tests (Internal Controls Over Financial Reports) Tests vollzogen, um die Zuverlässigkeit der Prozesse zu überprüfen, mit dem schlussendlichen Ergebnis, korrekte Daten gewährleisten zu können.

## Richtigkeit der Daten

Die Richtigkeit der Sicherheitsdaten wird auf lokaler Ebene durch den Safety & Health-Manager und den HR-Manager geprüft. Sollten trotzdem Fehler auftauchen, kann dies auf falsche Berechnungsgrundlagen, z. B. falsche Anzahl an Mitarbeitern, zurückzuführen sein. Die Richtigkeit der ökologischen Daten basiert auf den Berechnungsmethoden und darauf, ob alle Daten verfügbar sind. So sind wir zum Beispiel im Bereich des Einkaufs bzw. der Abfallentsorgung darauf angewiesen, dass uns unsere Lieferanten die richtigen Daten übermitteln.

## Definitionen

Die Brau Union Österreich und HEINEKEN erstellen den Nachhaltigkeitsbericht nach den Standards der Global Reporting Initiative und sammeln Daten in Übereinstimmung mit GRI-Standards Option Kern.

- Seit 2013 haben wir unsere Definition des spezifischen Energieverbrauchs an die des WBCSD-Protokolls (World Business Council for Sustainable Development) angepasst: thermische Energie (MJ/hl Bier) + 3,6 x elektrische Energie (kWh/hl Bier)
- Die Energie, die durch Back-up-Generatoren gespeist wird, wird in kWh produziert und nicht als MJ Kraftstoffverbrauch berichtet. Trotzdem werden die hier entstehenden direkten CO<sub>2</sub>-Emissionen miteinbezogen.





Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
ORGANISATIONSPROFIL			
GRI 102-1	Name der Organisation	8	
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	8–9 <i>www.brauunion.at</i> <i>www.brauunionplus.at</i>	
GRI 102-3	Hauptsitz der Organisation	8–9	
GRI 102-4	Betriebsstätten	8–9	
GRI 102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	8–9	Die Brau Union Österreich AG ist eine Aktiengesellschaft, deren Alleinaktionärin die BRAU UNION AG und deren Alleinaktionärin wiederum HEINEKEN International B.V. ist. Unser Unternehmen umfasst neben den Brauereien (Falkenstein, Göss, Kaltenhausen, Puntigam, Schwechat, Wieselburg, Zipf) und Verkaufslagern die Kärntner Brau- und Getränke GmbH, die Schladminger Brau GmbH (zu 90%), die Brau Union Österreich Management GmbH, die Erste Alpenländische Volksbrauerei Schladming reg. Gen.m.b.H sowie HEINEKEN d.o.o.
GRI 102-6	Belieferte Märkte	8–9, 42–45	
GRI 102-7	Größe der Organisation	8	Die Gesamtkapitalisierung wird aus Wettbewerbsgründen nicht berichtet. Die Brau Union Österreich AG ist nicht börsennotiert – somit besteht keine Publizitätspflicht. Wir berichten unsere jährlichen Umsatzerlöse, nicht aber die aufgeschlüsselte Gesamtkapitalisierung.
GRI 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen MitarbeiterInnen	8, 80	
GRI 102-9	Lieferkette	17	
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		Keine Änderungen
GRI 102-11	Vorsorgesatz und Vorsorgeprinzip	22–23	
GRI 102-12	Externe Initiativen	10–15	
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensgruppen	10, 52	

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
STRATEGIE			
GRI 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	4–5	
ETHIK UND INTEGRITÄT			
GRI 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	10–11	
FÜHRUNG			
GRI 102-18	Führungsstruktur		Die Brau Union Österreich AG ist Teil von HEINEKEN International B.V. Oberstes Organ und Vorsitzender des Aufsichtsrates von HEINEKEN ist Jean-François van Boxmeer. Operativ wird die Brau Union Österreich von den Vorstandsmitgliedern DI Dr. Markus Liebl als Vorsitzender (bis 31.12.2017, ab 01.01.2018 Dr. Magne Setnes) und Mag. Rob Kleinjan (bis 31.07.2018, ab 01.08.2018 Luc van Haastrecht, MSc) vertreten. Im Berichtsjahr tätige Mitglieder des Aufsichtsrates waren: Dr. Ludwig Beurle (bis 31.12.2017, ab 01.01.2018 DI Dr. Markus Liebl), Dkfm. Dr. Wolfgang Berger-Vogel, Mag. Wolf Müller, Mag. Walter Scherb, Erich Heiss und Johann Greimel. Für die Nachhaltigkeitsagenden sind unsere Vorstandsmitglieder verantwortlich, das siebenköpfige Management-Team ist für die Zielerreichung im Nachhaltigkeitsbereich verantwortlich.
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN			
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	51–52, 83	
GRI 102-41	Tarifverträge	36	Alle Mitarbeiter, das heißt 100%, der Brau Union Österreich sind von Kollektivvereinbarungen erfasst – es gilt der Kollektivvertrag für Angestellte der Industrie samt Zusatzkollektivverträgen für die Brau Industrie in der jeweils geltenden Fassung.
GRI 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	51–52, 83	
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	51–52, 83	
GRI 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	51–52, 83	

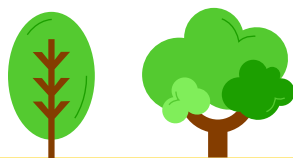




Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG			
GRI 102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten		Unser Unternehmen umfasst neben den Brauereien (Falkenstein, Göss, Kaltenhausen, Puntigam, Schwechat, Wieselburg, Zipf) und Verkaufslagern die Kärntner Brau- und Getränke GmbH, die Schladminger Brau GmbH (zu 90%), die Brau Union Österreich Management GmbH, die Erste Alpenländische Volksbrauerei Schladming reg. Gen.m.b.H sowie HEINEKEN d.o.o.
GRI 102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	18–19	Die ökologischen Kennzahlen im Nachhaltigkeitsbericht beziehen sich nur auf unsere Produktionsstandorte, wobei folgende Brauereien auf Grund ihrer Größe erwähnt werden: Göss/Leoben, Puntigam/Graz, Schwechat, Wieselburg, Zipf sowie die Spezialitätenbrauereien Falkenstein/Lienz und Schladming. Über die Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen werden auf Grund ihrer geringen Größe keine ökologischen Kennzahlen berichtet.
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	18	
GRI 102-48	Neudarstellung von Informationen		Aus Wettbewerbsgründen werden alle Informationen gesamthaft für die Gruppe dargestellt und nicht für die einzelnen Standorte.
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung		Keine Änderungen
GRI 102-50	Berichtszeitraum	62	Kalenderjahr 2017, 1. Jänner 2017 bis 31. Dezember 2017
GRI 102-51	Datum des letzten Berichts		April 2018
GRI 102-52	Berichtszyklus		Jährlich
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	84	
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	62	Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern erstellt
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	64–73	
GRI 102-56	Externe Prüfung		Keine externe Prüfung

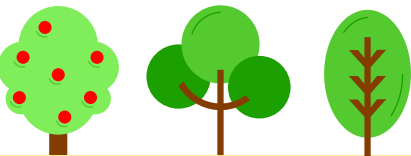


Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
MATERIALIEN / PRODUKTE & DIENSTLEISTUNGEN			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 11, 15, 16, 19, 24–25	
GRI 301: Materialien 2016			
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	74	
GRI 301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	75	
ENERGIE & CO <sub>2</sub>			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	11, 13, 16, 19, 23, 28–33	
GRI 302: Energie 2016			
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	75–76	
GRI 302-3	Energieintensität	29–30, 76	
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	28–30, 56–59, 76	
WASSER & ABWASSER			
GRI 303: Wasser 2018		11, 13, 15, 16, 19, 27	
GRI 303-1	Wechselwirkungen von Wasser als gemeinsame Ressource	22, 27	
GRI 303-2	Management der Auswirkungen der Wasserableitung	22, 27	
GRI 303-3	Wasserentnahme	76	
NO <sub>x</sub> & SO <sub>x</sub> EMISSIONEN			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	11, 13, 16, 19, 23, 29–30	
GRI 305: Emissionen 2016			
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	23, 77	
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	23, 30, 77	
GRI 305-4	Intensität der THG-Emissionen	77	

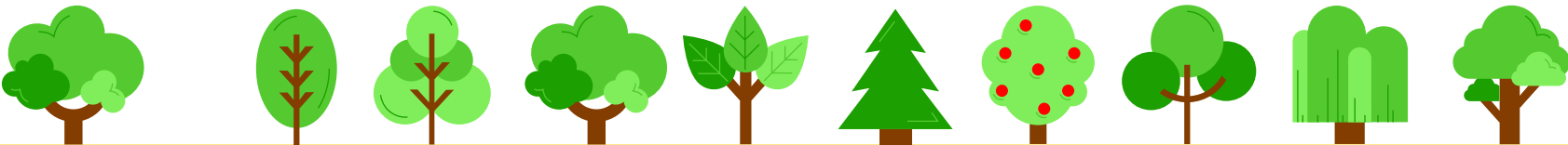




Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
ABFALL			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	11, 14, 19, 26–27	
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016			
GRI 306-1	Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	78	
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	26, 78–79	Im Bereich Abfallwirtschaft gibt es noch keine detaillierten Daten für die Brau Union Österreich, am Datenmanagement wird gearbeitet und dieses bis zum nächsten Bericht aufgebaut.
GRI 306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen		Uns sind keine signifikanten Verschmutzungen im Berichtszeitraum gemeldet worden. Informationen werden über das HEINEKEN-Business Comparison System (BCS) gesammelt.
LIEFERANTENBEWERTUNG			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	11, 14-15, 19, 26	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016			
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	26, 79	Alle neuen Lieferanten erhalten unseren Lieferantenkodex, der ökologische Kriterien, Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft und Menschenrechtskriterien enthält. Die Nichtunterzeichnung oder Nichteinhaltung des Kodex kann zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehungen führen.
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016			
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	26, 79	
BESCHWERDEMANAGEMENT			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 11, 19	
Eigener Indikator	Anzahl der Beschwerden		Es wurden in der Berichtsperiode keine Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, Auswirkungen auf die Gesellschaft und menschenrechtliche Auswirkungen eingereicht.

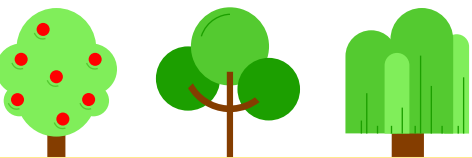


Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
KUNDENZUFRIEDENHEIT			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 11, 19, 42–45	
Eigener Indikator	Innovationen Schanktechnik	42, 45	
BESCHÄFTIGUNG & DIVERSITÄT			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 11, 12, 14, 19, 36	
GRI 401: Beschäftigung 2016			
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	80	
GRI 401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	81	
GRI 401-3	Elternzeit	81	
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016			
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	82	Hinsichtlich weiterer Diversitätsindikatoren ist zu sagen, dass die Brau Union Österreich großteils österreichische Staatsbürger und nur wenige Minderheiten beschäftigt.
GRI 406: Gleichbehandlung 2016			
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen		Es wurden in der Berichtsperiode keine Diskriminierungsvorfälle über unsere interne Speak-Up Leitlinie berichtet.
ARBEITSSICHERHEIT & -GESUNDHEIT			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 11, 12, 16, 19, 36, 38-39	
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016			
GRI 403-1	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		An jedem unserer Standort mit mehr als 100 Mitarbeitern gibt es einen Arbeitssicherheitsausschuss und zusätzlich an zentraler Stelle das SHE-Committee.





Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
AUS- UND WEITERBILDUNG			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 11, 12, 19, 36–37	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung			
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	82	
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	37	
GRI 404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten		Jeder Mitarbeiter der Brau Union hat zweimal jährlich ein Mitarbeitergespräch mit seinem Vorgesetzten, bei dem sowohl Ziele vereinbart werden als auch ein Entwicklungsplan für den Mitarbeiter erstellt wird. Die Zielerreichung wird am Beginn des Folgejahres überprüft.
ENTLOHNUNG			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	36	
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016			
GRI 405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern		Die Brau Union macht keine Unterschiede nach Geschlecht in der Bezahlung.
INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	11, 14–15, 16, 19	
GRI 203: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen			
GRI 203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	48–49	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016			
GRI 204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	16, 24	



Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
COMPLIANCE			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 11, 19	
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016			
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	26, 79	Die Brau Union Österreich hat im Berichtszeitraum keine Bußgelder oder nicht monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften erhalten. Informationen werden über das HEINEKEN Business Comparison System (BCS) gesammelt.
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016			
GRI 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		Die Brau Union Österreich hat im Berichtszeitraum keine Bußgelder oder nicht monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften erhalten. Informationen werden über das HEINEKEN-Business Comparison System (BCS) gesammelt.
KONSUMENTENGESUNDHEIT & -SICHERHEIT			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	19, 42, 53	
GRI 416: Kundengesundheit und Sicherheit 2016			
GRI 416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit		Die Brau Union Österreich unterliegt als Produzent von Alkohol strengen gesetzlichen und selbst auferlegten Richtlinien, die in den „HEINEKEN-Rules in Responsible Commercial Communication“ niedergeschrieben sind. Im Berichtsjahr gab es keinen Verstoß gegen die Vorschriften.
BIERKULTUR			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 11–12, 16, 19, 22, 42–44	
Eigener Indikator	Bierspezialitäten	43–44	
KLIMAWANDEL-RISIKO			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	13, 15, 16, 19	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistungen 2016			
GRI 201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	4–5	

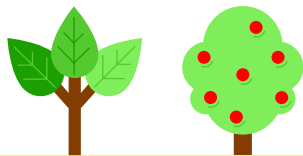




Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 19	
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016			
GRI 205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden		Die Abteilung „Process and Control Improvement“ (PCI) ist neben anderen Themen auch zuständig für das Fraud Risk Register. Jedes Jahr wird ein Fraud Risk Assessment unter Einbindung aller Geschäftsstandorte und Funktionsbereiche durchgeführt, woraus sich ein umfassendes Fraud Risk Register bildet, die auf Wahrscheinlichkeit des Eintritts und der Wirkung geprüft werden. Es wird darauf geachtet, alle Standorte miteinzubeziehen und das Register kontinuierlich zu bearbeiten. Folgende Risiken sind auf Grund Ihrer hohen Eintrittswahrscheinlichkeit und großen Wirkung zu nennen: – Unterschlagung von Vollgut-Ware – Manipulation mit Leergebinde – „Black-List Kunden“.
GRI 205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung		Jeder Mitarbeiter erhält bei seiner Einführung den HEINEKEN-Verhaltenskodex. Dieser enthält auch eine Anti-Korruptions-Richtlinie mit wichtigen Informationen rund um Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung sowie Unvereinbarkeitsklauseln. Außerdem müssen alle Mitarbeiter mit PC-Zugang ein E-Learning zum Thema absolvieren. Auch alle unsere Führungskräfte werden etwa in Compliance- & Wettbewerbsstrainings verpflichtend geschult und z. B. im Krisenhandbuch (das laufend aktualisiert wird und gedruckt sowie online verfügbar ist) auf korrektes Verhalten hingewiesen. Weiters ist die Führung eines Log Books mit potentiellen Krisen und Compliance-Fällen verpflichtend und HEINEKEN überprüft in Audits die Einhaltung dieser Regeln.
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		Es gab 2017 einen Korruptionsfall, der zu Entlassungen, einer Anzeige bei den Finanzbehörden und Ermittlungen durch die Staatsanwaltschaft führte. Es gab keine Korruptionsfälle, wo die Zusammenarbeit mit dem Lieferanten beendet wurde.

UMWELTMANAGEMENT			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	19, 22, 56–61	

Eigener Indikator	Brauereien mit einem Umweltmanagementsystem	22	
-------------------	---	----	--



Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
LOKALE GEMEINSCHAFTEN			
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016			
GRI 413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften		An allen unseren Brauereistandorten der Brau Union Österreich versuchen wir, mit unseren Stakeholdern in Verbindung zu treten und sie auch aktiv in unser Tun einzubinden. So nehmen wir regelmäßig an Roundtables teil und veranstalten selbst welche, um die lokale Gemeinschaft noch besser einbinden zu können. Bei großen Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen werden zuvor die Implikationen für Umwelt und Gesellschaft abgeklärt. Es wurden uns im Berichtszeitraum keine erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf lokale Gemeinschaften berichtet.
KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN			
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016			
GRI 417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung		Die Brau Union Österreich unterliegt als Teil der HEINEKEN-Familie dem „Labelling requirements Standard“. Dieser enthält sowohl verpflichtende als auch freiwillige Kennzeichnungs-Vorgaben und orientiert sich an den EU-Richtlinien. Zusätzlich muss die Brau Union Österreich die in Österreich geltende Richtlinie befolgen.
GRI 417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		In der Berichtsperiode wurden keine Vorfälle gemeldet. Der HEINEKEN-„Labelling requirements Standard“ enthält auch freiwillige Kennzeichnungsvorgaben, wie zum Beispiel Angaben zum verantwortungsvollen Konsum. In diesem Bereich gibt es noch Aufholbedarf.





ZUM WOHL DER UMWELT

301-1 EINGESETZTE MATERIALIEN NACH GEWICHT ODER VOLUMEN

Erneuerbare Rohstoffe (t)	Gesamt
Hopfen	331,3
Malz aus Gerste	81.549

Im Bereich der eingesetzten Materialien beschränken wir uns auf unsere verwendeten Rohstoffe und Primärverpackungen.

Primärverpackung (hl)	Gesamt hl	Anteil %
MW-Glasflasche 0,5 l	2.633.761,86	48,82 %
EW-Glasflasche 0,5 l	24.555,70	0,46 %
MW-Glasflasche 0,33 l	36.317,98	0,67 %
EW-Glasflasche 0,33 l	469.864,35	8,71 %
EW-Glasflasche 0,25 l	5.480,34	0,10 %
PET 0,5 l	4.391,32	0,08 %
PET 0,4 l	14.342,11	0,27 %
PET 0,33 l	8.135,36	0,15 %
Dose 0,5 l	1.154.221,35	21,40 %
Dose 0,33 l	33.894,31	0,63 %
Fass David	35.334,40	0,65 %
BT-Fass	22.615,84	0,42 %
Blade/Brewlock Fass	10.420,96	0,19 %
Fass 20 l	80.775,80	1,50 %
Fass 25 l	65.194,50	1,21 %
Fass 30 l	60.876,30	1,13 %
Fass 40 l	20,40	0,00 %
Fass 50 l	734.489,50	13,62 %

Die angegebenen Werte beziehen sich auf die Abfüllmenge in Hektolitern in den verschiedensten Gebindetypen. Es werden hier nicht die Einkaufsdaten verwendet, da diese auf Grund der verwendeten Mehrweg-Gebinde ein falsches Bild vermitteln würden.

Gebindetyp (hl)	hl	Anteil %
MW-Gebinde (Mehrweg-Glasflasche, Fass)	3.679.807,5	68,21 %
EW-Gebinde (Einweg-Glasflasche, PET-Flasche, Dose)	1.714.884,8	31,79 %

Verpackungsmix	hl	Anteil %
MW-Glasflaschen	2.670.079,8	49,49 %
EW-Glasflaschen	499.900,4	9,27 %
PET-Flaschen	26.868,8	0,50 %
Dosen	1.188.115,7	22,02 %
Fässer	1.009.727,7	18,72 %

301-2 EINGESETZTE RECYCELTE AUSGANGSSTOFFE

Die Rohstoffe, die wir für die Bierproduktion verwenden – Hopfen, Gerste und Wasser – sind erneuerbare, natürliche Ressourcen und können nicht wiederverwertet werden. Informationen zum Anteil der Sekundärrohstoffe in unseren Verpackungen bekommen wir von unseren Lieferanten. Bei Glasflaschen liegt der Anteil bei 53 % (Weißglas bis zu 43 %, Braunglas bis zu 48 % und Grünglas bis zu 67 %). Auch bei den Dosen achten wir darauf, möglichst Recyclingmaterial zu verwenden. In Österreich liegt die Recyclingquote von Dosen bei 70 %. Bei PET-Flaschen liegt der Recyclinganteil laut Lieferant bei 58 %. Zum Recyclinganteil von Fässern liegen uns leider keine Zahlen vor.

302-1 ENERGIEVERBRAUCH INNERHALB DER ORGANISATION & 302-4 VERRINGERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS

	2016	2017
Gesamtenergieverbrauch (MJ)		
	424.126.574,60	414.481.135,20
Veränderung 2016–2017 in Prozent		-2,27
Gesamtverbrauch thermische Energie (MJ)		
	307.081.831,00	295.055.268,00
davon Dampfverbrauch (MJ)		257.865.716,61
davon Heizenergie (MJ)		37.189.551,39
Veränderung 2016–2017 in Prozent		-3,92
Gesamtverbrauch elektrische Energie (kWh)		
	32.512.429,00	33.173.852,00
davon Kühlenergie (MJ)		7.579.054,00
		2,03

Die Daten wurden aus dem zentralen Datenerfassungssystem BCS bezogen. Die dort gesammelten Daten stammen aus den internen Aufzeichnungstools der einzelnen Brauereien (Hell-System) und beziehen sich auf den totalen Verbrauch an thermischer Energie (ausgedrückt in MJ) und elektrischer Energie (ausgedrückt in kWh). Um den Gesamtenergieverbrauch zu berechnen, verwenden wir die Definition des WBCSD-Protokolls: thermische Energie (MJ) +3,6 x elektrische Energie (kWh)

Wir liefern auch Energie ans Netz – dieser Export wird vom Gesamtenergieverbrauch abgezogen.

Im Berichtsjahr wurde dieser Verbrauch wie folgt ausgewiesen:  
Der Gasverbrauch wird dem thermischen Energieverbrauch zugeschrieben, die daraus entstehende Wärme bzw. Strom werden nicht separat ausgewiesen.

Thermische Energie – nach Art der Quelle (2017)	Anteil am Gesamtverbrauch (%)	Gesamtverbrauch an thermischer Energie (MJ)
Erneuerbare thermische Energie (Biogas, Biomasse)	27,1 %	79.841.193*
*davon zugekaufte, erneuerbare Energie		75.973.437
*davon selbst erzeugte, erneuerbare Energie		3.867.756
Gasförmige Kraftstoffe	68,7 %	202.830.116
Flüssige Kraftstoffe	4,2 %	12.383.959
Gesamte thermische Energie	100,0 %	295.055.268
Verkaufte thermische Energie		28.146.957





Elektrische Energie – nach Art der Quelle (2017)	Anteil am Gesamtverbrauch (%)	Gesamtverbrauch an elektrischer Energie (kWh)
Selbst erzeugte erneuerbare Energie	3,2 %	1.214.780
Zugekaufte erneuerbare Energie (Öko-Zertifikat)	92,2 %	34.819.471
Selbst erzeugte nicht erneuerbare Energie	4,6 %	1.729.400
Gesamte elektrische Energie	100,0 %	37.763.651
Verkaufte elektrische Energie		2.632.256

Im Bereich der thermischen Energie ist die meistgenutzte Kraftstoffform das Erdgas, gefolgt von importierter Wärme (z. B. Fernwärme in Göss und Wieselburg) und erneuerbarer thermischer Energie. Zugekaufte elektrische Energie macht den größten Anteil im Bereich Elektrizität aus – diese importierte Energie ist zu 100 % erneuerbar und wird mit einem Ökostromzertifikat belegt.

302-3 ENERGIEINTENSITÄT – SPEZIFISCHER ENERGIEVERBRAUCH & 302-4 VERRINGERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS

	2016	2017	Vergleich HEINEKEN N.V. Mittelwert 2017	Veränderung 2016–2017
Spezifischer Verbrauch – thermische Energie MJ/hl	57,4	56,84	61	-1,0 %
Spezifischer Verbrauch – elektrische Energie kWh/hl	6,34	6,39	7,7	0,8 %
Spezifischer Gesamtenergieverbrauch MJ/hl	80,2	79,84	89	-0,5 %

Um den spezifischen Gesamtenergieverbrauch zu berechnen, verwenden wir die Definition des WBCSD-Protokolls:  
Spezifische thermische Energie (MJ) + 3,6 x spezifische elektrische Energie (kWh)  
Um den spezifischen Energieverbrauch der Bierproduktion zu berechnen, wurde nicht der gesamte Energieverbrauch herangezogen.  
Um die Verwendung von Biogas zu fördern, wurde dieser Anteil an Energie nicht in die Berechnung miteinbezogen. Zusätzlich abgezogen wurde der Energieverbrauch der internen Logistik.

303-3 GESAMTWASSERENTNAHME (m³)

	2014	2015	2016	2017	Veränderung 2016–2017
Gesamtwasserentnahme (m³)	1.665.655,0	1.627.651,0	1.631.696,0	1.632.570,0	0,05%

Der Großteil des Wassers für die Versorgung der Brau Union Österreich stammt aus eigenen Quellen, nur die Brauerei Schladming und die Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen beziehen ihr Wasser von der jeweiligen Stadt.  
Unsere eigenen Quellen besitzen alle Trinkwasserqualität, die Quelle in Puntigam/Graz sogar Thermalwasserqualität.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Vergleich HEINEKEN N.V. Mittelwert 2017	Veränderung 2016–2017
Spezifischer Wasserverbrauch hl Wasser / hl Bier	5,7	5,7	4,5	4,1	3,4	3,4	3,3	3,2	3,18	3,12	3,6	-1,89 %

305-1 DIREKTE TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN INKLUSIVE GWP (SCOPE 1) (kg CO<sub>2</sub>e)

	2016	2017
Direkte Treibhausgas-Emissionen inkl. GWP (kg CO <sub>2</sub> e)	11.655.709,52	10.134.800,60

In der Berechnung der direkten und indirekten Treibhausgasemissionen werden folgende Emissionen miteinbezogen: direkte Emissionen – CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Verbrennung von Kraftstoffen; indirekte Emissionen – Emissionen der importierten Wärmeenergie und Emissionen des zugekauften Stroms. Die verwendeten Emissions-Faktoren bzw. das Global Warming Potential wurden dem Greenhouse Gas Protocol entnommen. In manchen Fällen werden diese auch von den Brauerei-Standorten direkt ins System eingetragen.

305-2 INDIREKTE TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN, MARKTBASIERT (SCOPE 2) (kg CO<sub>2</sub>e)

	2016	2017
Direkte Treibhausgas-Emissionen inkl. GWP (kg CO <sub>2</sub> e)	3.362.681,29	3.374.467,40

Im Berichtsjahr 2015 wurden CO<sub>2</sub>-Emissionen (direkte und indirekte CO<sub>2</sub>e-Emissionen) komplett neu berechnet.

305-4 INTENSITÄT DER TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN (SCOPE 1 UND SCOPE 2) & 305-5 REDUZIERUNG DER THG-EMISSIONEN

	2008	2015	2016	2017	Vergleich HEINEKEN N.V. Mittelwert 2015	Veränderung 2008–2017	Veränderung 2015–2016	Veränderung 2016–2017
Direkte THG-Emissionen kg CO <sub>2</sub> e/hl Bier	3,9	2,4	2,3	2,2		- 43,59 %	- 5,42 %	- 3,08 %
Indirekte THG-Emissionen kg CO <sub>2</sub> e/hl Bier	1,4	0,5	0,7	0,6		- 57,14 %	32 %	- 9,09 %
Gesamt THG-Emissionen kg CO <sub>2</sub> e/hl Bier	5,3	2,9	2,9	2,7	6,5	- 49,06 %	1,03 %	- 7,85 %

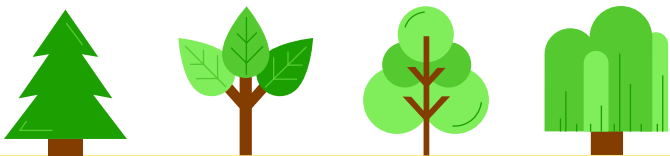
Die Werte wurden für 2015 neu berechnet, daher werden die Werte für das Basisjahr 2008 sowie die Werte ab 2015 ausgewiesen (gerundet).

NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub> UND ANDERE SIGNIFIKANTE LUFTEMISSIONEN

	2013	2014	2015	2016	2017
NO <sub>x</sub> Emissionen (kg)	27.488,8	16.740,5	15.417,5	31.967,9	33.618,8
SO <sub>x</sub> Emissionen (kg)	224,9	–*	331,2	1.250,0	1.575,9
NH <sub>3</sub> in Verwendung (kg)	44.291,0	44.291,0	44.291,0	44.291,0	44.601,0
NH <sub>3</sub> -Verluste (kg)	3.037,0	1.800,0	2.770,0	800,0	1.446,0
HC-basierte Kühlmittel (kg)	694	696	701	698	687,0
HC-basierte Kühlmittel-Verluste (kg)	11,8	6	11	10	16,0
kg R11-Äquivalente	–	–	–	–	–
Tonnen CO <sub>2</sub> -Äquivalente	34,1	11,7	36,2	21,1	29,7

Für den Treibhauseffekt sind vor allem Kühlmittelverluste (z. B. HCFCs) verantwortlich, Eutrophierung ist durch NO<sub>x</sub>-, SO<sub>x</sub>- und NH<sub>3</sub>-Emissionen bedingt. R11 ist das Ozonabbaupotenzial. Die unter EN21 angeführten Luftemissionen sind in der Darstellung der Scope 1-Emissionen nicht enthalten.

\* Auf Grund von EDV-Umstellungen kann der SO<sub>x</sub> Wert für 2014 nicht berichtet werden.





306-1 GESAMTVOLUMEN DER ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT

	2014	2015	2016	2017
Gesamtvolumen an Abwasser (m³)	1.202.740,00	1.171.223,00	1.169.447,00	1.203.449,00
Qualität des Abwassers				
Organische Belastung des Abwassers (t CSB)	2.588,40	2.530,30	2.626,10	2.924,50
Stickstoffgehalt (kg N)	–	–	–	–
Phosphorgehalt (kg P)	–	–	–	–
Schwebstoffanteil (t SS)	–	–	–	–
Einleitungsort des Abwassers				
Oberflächenwasser	0 %	0 %	0 %	0 %
Aufbereitungsanlage	100 %	100 %	100 %	100 %

CSB = der chemische Sauerstoffbedarf des behandelten oder nicht behandelten Abwassers, das in das Oberflächenwasser abgeleitet wird.  
Die Nitrifikation wird durch den CSB-, Stickstoff- und Phosphorgehalt im Abwasser bestimmt.  
Das Abwasser wird nicht wiederverwendet.

306-2 GESAMTGEWICHT DES ABFALLS NACH ART & ENTSORGUNGSMETHODE

	2014	2015	2016	2017
Gesamte Beiprodukte, Verpackung und Industrieabfall (t)	95.741,72	101.261,01	103.652,03	103.425,67
Klärschlamm (t)	141,8	119,96	131,49	115,08
Aerober Schlamm aus der Vorkläranlage in Göss (t)	1.453,04	1.273,71	1.393,37	1.188,98
Gesamter gefährlicher Abfall (t)	67,11	78,55	85,68	83,00
Gesamtabfall (t)*	97.403,67	102.733,23	105.262,57	104.812,73

Die Abfallmengen werden im dezentralen AMES-System (AbfallMengenEntsorgungs-System) an den Standorten aufgezeichnet und dann ins BCS-System übertragen.  
\*Alle unsere Abfälle werden gesetzeskonform entsorgt und gegebenenfalls verwertet.

Nach Art der Entsorgungsmethode	Gesamtgewicht (t) 2016	Anteil am Gesamtgewicht (%) – 2016	Gesamtgewicht (t) 2017	Anteil am Gesamtgewicht (%) – 2017
Wiederverwendung	–	0,00 %	–	0,00 %
Menschliche Ernährung	–	0,00 %	–	0,00 %
Futtermittel	83.612,10	79,43 %	80.981,97	77,26 %
Materialien	8.516,78	8,09 %	7.664,30	7,31 %
Kompost / Düngemittel	2.482,62	2,36 %	2.545,09	2,43 %
Energie (Biogas)	10.651,07	10,12 %	13.621,37	13,00 %
Verbrennung mit Energiegewinnung	–	0,00 %	–	0,00 %
Verbrennung mit Wärme Gewinnung	–	0,00 %	–	0,00 %
Deponierung	–	0,00 %	–	0,00 %
Gesamt	105.262,57	100 %	104.812,73	100 %

308-1, 414-1 LIEFERANTENBEWERTUNG ANHAND VON ÖKOLOGISCHEN AUSWIRKUNGEN, KRITERIEN IM HINBLICK AUF ARBEITSPRAKTIKEN, VON MENSCHENRECHTSKRITERIEN, KRITERIEN IN BEZUG AUF AUSWIRKUNGEN AUF DIE GESELLSCHAFT

	2016	2017
Bestehende Lieferanten*	2.090	2.049
Lieferanten mit bestätigter Abweichung	–	4
Lieferanten mit Unterschrift	1.798	1.943
Rate der Unterzeichnung	86 %	95 %
Lieferanten, bei denen eine Lieferanten-Risiko-Analyse durchgeführt wurde	2.405**	1.971
Rate der Lieferanten mit Risiko-Analyse	100 %	96 %
Gesamtanzahl der Lieferanten, die laut EcoVadis-Assessment ein hohes Risiko tragen	20	26
Gesamtzahl der Lieferanten, die das EcoVadis-Assessment abgeschlossen haben	13	17
Rate der riskanten Lieferanten, die das EcoVadis-Assessment abgeschlossen haben	65 %	65 %

\* Lieferanten mit mindestens einer Rechnung in den letzten 18 Monaten  
\*\* 2016 wurden auch einige Lieferanten überprüft, die länger als 18 Monate keine Rechnung gestellt haben.  
Daher ist die Zahl hier höher als die Zahl der bestehenden Lieferanten per Definition.





ZUM WOHL DER MITARBEITER

401-1 GESAMTZAHL UND RATE NEU EINGESTELLTER MITARBEITER SOWIE PERSONALFLUKTUATION NACH ALTERSGRUPPE, GESCHLECHT UND REGION

	2016	2017*
Gesamtbelegschaft	2.348	2.422
Vollzeit	2.137	2.179
Teilzeit	211	243
männlich	1.922	1.957
weiblich	426	465
unter 30 Jahren	310	365
30–50 Jahre	1.062	1.059
über 50 Jahren	976	998

\* Stichtag 31.12.2017

Neu eingestellte Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht & Einstellungsrate	2014	2015	2016	2017
unter 30 Jahren	240	82	59	106 (29,0 %)
zwischen 30–50 Jahre	101	47	98	90 (8,5 %)
über 50 Jahren	21	3	39	17 (1,7 %)
männlich	258	87	154	148 (7,6 %)
weiblich	104	45	42	65 (14,0 %)
Gesamt neu eingestellte Mitarbeiter	362	132	196	213 (8,8 %)

Ausgeschiedene Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht & Ausstiegsrate	2014	2015	2016	2017
unter 30 Jahren	192	37	40	46 (12,6 %)
zwischen 30–50 Jahre	65	47	51	65 (6,1 %)
über 50 Jahren	69	45	65	73 (7,3 %)
männlich	234	86	115	136 (7,0 %)
weiblich	92	43	41	48 (10,3 %)
Gesamt ausgeschiedene Mitarbeiter	326	129	156	184 (7,6 %)

GESAMTBELEGSCHAFT (JAHRES DURCHSCHNITT 2017) NACH BUNDESLAND UND VERTRAG

Burgenland	28
Kärnten	161
Niederösterreich	617
Oberösterreich	695
Salzburg	93
Steiermark	674
Tirol	126
Vorarlberg	12
Befristet	124
Unbefristet	2.282

401-2 BETRIEBLICHE LEISTUNGEN, DIE VOLLZEITBESCHÄFTIGTEN GEWÄHRT WERDEN

Alle von der Brau Union Österreich angebotenen Leistungen stehen allen Mitarbeitern, egal ob voll- oder teilzeitbeschäftigt oder ob es sich um Mitarbeiter mit befristeten Arbeitsverträgen handelt, zur Verfügung.

- Betriebliche Leistungen, die Vollzeitbeschäftigten gewährt werden:
- Bezahlung am oder über dem Kollektiv
  - Sozial-, Kranken- und Pensionsversicherung
  - Dienstaltersonderzahlung (nach einem Betriebsjahr)
  - Pensionskasse (nach fünf Betriebsjahren)
  - gesetzlicher Anspruch auf Karenz
  - Vergünstigungen beim Getränkekauf
  - Betriebliches Gesundheitsmanagement
  - usw.

401-3 RÜCKKEHRRATE UND VERBLEIBSRATE NACH KARENZ

	männlich	weiblich
Gesamtanzahl der Beschäftigten mit Anspruch auf Karenz	1.957	465
Gesamtanteil der Beschäftigten mit Anspruch auf Karenz	100 %	100 %
Gesamtzahl der Beschäftigten, die Karenz in Anspruch genommen haben	8	27
Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach Beendigung wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind	0	12
Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach Beendigung wieder an Arbeitsplatz zurückgekehrt sind und 12 Monate nachher noch da waren	0	10
Rückkehrrate	0 %	100 %
Verbleibsrate	0 %	100 %

Auf Grund der österreichischen Gesetzeslage wird hier der Begriff „Karenz“ verwendet. In Österreich gibt es klar geregelte Vorgaben für die Karenz. So dürfen werdende Mütter frühestens acht Wochen (16 Wochen in bestimmten Fällen) nach der Geburt wieder beschäftigt werden (= Mutterschutzfrist). Die Elternzeit beginnt danach und dauert maximal bis zum 2. Geburtstag des Kindes. Für die Brau Union Österreich bedeutet dies allerdings, dass sie nach einem Jahr noch kein aussagekräftiges Ergebnis im Hinblick auf Rückkehrrate und Verbleibsrate erhält.

ART DER VERLETZUNG & VERLETZUNGSRATE, BERUFSSKRANKHEITEN, AUSFALLSTAGE, ABWESENHEIT UND ARBEITSBEDINGTE TODESFÄLLE

Arbeitsunfälle 2017	Support	Logistik	Verkauf	Produktion	Gesamt
Todesfälle	0	0	0	0	0
Schwere Unfälle	0	24	2	9	35
Leichte Unfälle (< 3 Tage)	0	3	1	1	5
Gesamtunfälle	0	27	3	10	40
Ausfallstage	0	797	36	263	1096

	2016	2017	Veränderung 2016–2017
Verletzungsrate	2	1,7	-15 %
Unfallsschwere	45	47	+4,4 %

Die Zahlen für diese Auswertung werden aus unserem internen HEINEKEN-System ARISO (Accident Reporting & Investigation Software System) bezogen und inkludieren nur Unfälle und Ausfallstage der Mitarbeiter der Brau Union Österreich und Leasing-Mitarbeiter.  
Verletzungsrate = Unfälle/100 FTE  
Unfallsschwere = Ausfallstage/100 FTE





404-1 DURCHSCHNITTliche JÄHRLICHE STUNDENANZAHL AN AUS- UND WEITERBILDUNG PRO MITARBEITER

Stunden nach Geschlecht pro Mitarbeiter (h)	2015	2016	2017
männlich	19,2	16,6	15,5
weiblich	13,9	14,7	12,0
Durchschnitt	18,2	16,3	14,8

Stunden nach MA-Kategorie pro Mitarbeiter (h)

Senior Management	14,2	11,4	16,3
Mittleres Management	20,5	24,0	28,1
Andere Mitarbeiter	18,1	12,0	14,1

Gesamtstunden aller Mitarbeiter (h)

männlich	42.632	38.203	35.333
weiblich	36.503	31.928	29.775
	6.129	6.275	5.558

Hier werden sowohl die Stunden an Aus- und Weiterbildung der Brau Union Österreich Mitarbeiter als auch die der Leasing-Mitarbeiter miteinbezogen.

405-1 ZUSAMMENSETZUNG DER KONTROLLORGANE UND AUFTEILUNG DER MITARBEITER NACH KATEGORIE

	2015		2016		2017	
	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
Senior Management						
unter 30 Jahre	0	0	0	0	0	0
30–50 Jahre	2	0	3	0	3	0
über 50 Jahre	5	0	5	0	5	0
Mittleres Management						
unter 30 Jahre	4	3	9	8	15	12
30–50 Jahre	57	14	87	29	87	35
über 50 Jahre	46	1	75	9	81	8
Andere Mitarbeiter						
unter 30 Jahre	207	94	203	90	244	96
30–50 Jahre	774	169	780	163	752	181
über 50 Jahre	719	133	760	127	770	133



102-43 ANSATZ FÜR DIE EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN UND 102-44 WICHTIGSTE THEMEN UND HERVORGEBRACHTE ANLIEGEN DER STAKEHOLDER

Stakeholder	Anliegen	GRI / Brau Union Österreich Aspekt	GRI Standards Indikatoren	Aspekt aus Wesentlichkeitsanalyse
Eigentümer	Gewinn	Wirtschaftliche Leistung	102-7	
	Einhaltung der HEINEKEN-Zielvorgaben	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	203-2	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
Kunden	Qualität, Flexibilität, Preis-Leistungs-Verhältnis	Kundenzufriedenheit	102-43, 102-44	Kundenzufriedenheit
	Produktdeklaration der Inhaltsstoffe Gesundheitsaspekte Transparenz in Sachen Nachhaltigkeit	Produktkennzeichnung	416-2, 417-1, 417-2	Konsumentengesundheit und -sicherheit  Compliance
	Biologische Rohstoffe	Produkte & Dienstleistungen	301-1, 301-2	Materialien, Produkte und Dienstleistungen
Mitarbeiter	Arbeitsplatzstabilität	Beschäftigung	401-1, 401-2, 401-3	Beschäftigung und Diversität
	Vielfalt & Chancengleichheit	Vielfalt & Chancengleichheit Gleichbehandlung	405-1, 406,1	Beschäftigung und Diversität Compliance
	Aus- & Weiterbildung	Aus- & Weiterbildung	404-1, 404-2, 404-3	Aus- und Weiterbildung
	Arbeitssicherheit und Gesundheit	Arbeitssicherheit und -gesundheit	403-1 (2016)	Arbeitssicherheit und Gesundheit
	Lohnniveau	Gleicher Lohn für Frauen & Männer	405-2	Entlohnung
Lieferanten	Lokale Beschaffung / Regionalität	Lokale Beschaffung	204-1	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
	Supplier-Code-Vpflichtungen Langfristige Partnerschaften	Lieferantenbewertung	308-1, 414-1	Lieferantenbewertung
Umwelt	Reduktion des Energieverbrauchs & CO <sub>2</sub> -Emissionen	Energie Emissionen	302-1, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-4	Energie & CO <sub>2</sub> Emissionen (NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> )
	Schutz der Wasserressourcen	Wasser	303-1 (2018), 303-2 (2018), 303-3 (2018)	Wasser & Abwasser
	Abfallreduktion	Abwasser & Abfall	306-1, 306-2, 306-3	Wasser & Abwasser Abfall
	Klimawandel	Klimawandelrisiko	201-2	Klimawandel-Risiko
	Umweltfreundliche Materialien	Materialien	301-1, 301-2	Materialien, Produkte und Dienstleistungen
	Umweltmanagement & Umweltkosten	Umweltmanagement		Umweltmanagement
Gesetzgeber/Staat	Transparenz über signifikante Rechtsurteile & Strafzahlungen	Compliance	307-1, 419-1	Compliance
	Korruptionsprävention	Korruptionsbekämpfung	205-1, 205-2, 205-3	Korruptionsbekämpfung
	Beschwerdemanagement	Beschwerdemanagement		Beschwerdemanagement
	Fairer Wettbewerb Beschwerdemanagement Biersteuer	Indirekte Wirtschaftliche Auswirkungen	203-2	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
Gesellschaft	Suchtprävention	Kundengesundheit und -sicherheit	416-2	Konsumentengesundheit und -sicherheit
	Übergewicht	Lokale Gemeinschaften	413-2	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
	Bewahrung & Förderung der heimischen Bierkultur	Bierkultur	Brau Union Österreich -interner Indikator: Anzahl der Biersommeliers	Bierkultur

Die Tabelle zeigt unsere Stakeholder und ihre zentralen Themen. Zudem gibt die Tabelle Aufschluss darüber, welche Themen welchen GRI-Themen zugeordnet werden können und wie sich daraus unsere wesentlichen Themen laut Wesentlichkeitsanalyse ableiten.

Wir legen größten Wert darauf, dass wir mit unserem Produktportfolio und unseren Aktivitäten den Ansprüchen unserer Konsumenten und Kunden gerecht werden. Nicht nur bezüglich Qualität, sondern auch hinsichtlich Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung. Deshalb pflegen wir den regelmäßigen Austausch mit allen Beteiligten und Betroffenen, also unseren Stakeholdern. Es ist uns wichtig, unsere Stakeholder nicht nur zu informieren, sondern einen Dialog mit ihnen zu führen, um wichtige Themen und Herausforderungen zu identifizieren. Konkrete Ziele und Maßnahmen helfen uns dabei, immer am Punkt zu bleiben und Verbesserungen zu generieren.

So kommunizieren wir mit unseren Stakeholdern und beobachten unsere Auswirkungen auf die Umwelt in einem kontinuierlichen Prozess: Worauf unsere Eigentümer und Lieferanten besonders Wert legen, erfahren wir in persönlichen Gesprächen und regelmäßigen Meetings. Zudem haben wir von unseren Eigentümern klare Zielvorgaben, die quartalsweise kommuniziert werden. Gemeinsam mit unseren Lieferanten arbeiten wir außerdem am effizienten Rohstoffanbau beziehungsweise effizienten Verpackungsmethoden – das heißt, sie sind direkt in den Entwicklungsprozess involviert. Gesetzliche Anforderungen und wesentliche Themen für den Staat Österreich erhalten wir in regelmäßigen Treffen der verschiedensten Verbände, in denen wir Mitglied sind. Relevante Themen für Kunden und die Gesellschaft werden von uns über Marktforschung, diverse Auftritte auf Messen, Social Media, aber auch bei den regelmäßigen Besuchen unserer Verkaufsmitarbeiter erforscht. Mit unseren Mitarbeitern stehen wir ebenfalls in regelmäßigem Kontakt - über E-Mail, Aushänge, Veranstaltungen, die Betriebsräte sowie unsere Mitarbeiterzeitung „PROST!“. Damit wir auch weiterhin in einer intakten Natur leben können, beobachten wir auch kontinuierlich den Zustand der Natur und die Auswirkungen unseres Handelns darauf.



IMPRESSUM

MEDIENINHABER, HERAUSGEBER

und verantwortlich für den Inhalt:

Brau Union Österreich AG  
A-4021 Linz, Poschacherstraße 35  
www.brauunion.at  
UID-Nr.: ATU23232106

Mag. Dr. Gabriela Maria Straka, EMBA:

Leitung Corporate Affairs & CSR  
Pressesprecherin  
Diplom-Biersommelière  
Mitglied des UN Global Compact Steering Committees Austria  
g.straka@brauunion.com  
Tel.: +43732/6979-2670

Projektleitung, Redaktion:

MMag. Monika Steinkogler, Bakk.

Gestaltung:

Mag. Christian Pötscher (hufnagl/poex)

Fotos & Illustrationen:

Brau Union Österreich, Adobe Stock, freepik, hufnagl/poex und wie angegeben

Druck:

Aus Gründen der Nachhaltigkeit wird auf den Druck verzichtet und  
der Nachhaltigkeitsbericht 2017 ausschließlich als PDF verbreitet.

Stand:

April 2019  
Satz- und Druckfehler vorbehalten.  
Noch ein abschließendes Wort. Selbstverständlich möchten wir Damen und Herren  
gleichermaßen ansprechen – auch wenn wir der Leserfreundlichkeit zuliebe auf  
geschlechtsneutrale Formulierungen verzichtet haben.



Weiterführende Informationen  
nachhaltigkeit.brauunion.at



HEINEKEN N.V. Sustainability Report  
www.theheinekencompany.com/sustainability



