

ZUM WOHL! DER NACH- HALTIGKEITS- BERICHT 2018/2019





ZUM WOHL!
DER NACH-
HALTIGKEITS-
BERICHT
2018/2019





VORWORT

der Geschäftsführung



Liebe Leserinnen und 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. Wir gehen seit jeher sehr achtsam mit den Ressourcen um und arbeiten laufend daran, noch effizienter zu werden. Nachhaltigkeit ist uns ein Herzensanliegen, darüber hinaus aber von elementarer Bedeutung für unser Produkt: Bier ist ein natürliches Getränk und kann nur so gut sein wie seine eingesetzten Rohstoffe. Klares Wasser von bester Qualität, feinsten Hopfen und beste Brauergerste 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 2019 haben wir an unseren Standorten in ganz Österreich, in der Logistik und bei unseren Lieferanten und Kunden Maßnahmen gesetzt, die sich positiv auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft auswirken.

„Ein nachhaltiger und schonender Verbrauch der Ressourcen ist uns wichtig. Darauf achten wir sowohl bei den Rohstoffen als auch während der gesamten Lieferkette.“

Klaus Schörghofer, Vorstandsvorsitzender der Brau Union Österreich

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 CO₂-Reduktion
- nachhaltige Beschaffung
- Gesundheit und Arbeitssicherheit
- Partnerschaften für die Zukunft und nicht zuletzt
- der verantwortungsvolle Genuss.

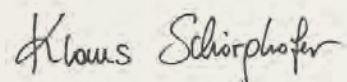
Neben bereits angeführten Beispielen im Umweltbereich wie dem Brauquartier Puntigam ist zu unserem nachhaltigen gesellschaftlichen Engagement besonders die Partnerschaft mit Amuse Bouche zu erwähnen. Hier unterstützen wir im Rahmen einer Lehrlingsinitiative den Gastronomenachwuchs in den Bereichen Bierkultur und verantwortungsbewusster Umgang mit Alkohol. Für all diese wegweisenden Initiativen wird die Brau Union Österreich immer wieder ausgezeichnet. Seit mehreren Jahren ist die Brau Union Österreich als Großkunde Teil der TÜV-geprüften Klimaschutzinitiative der österreichischen Post „CO₂ neutral zugestellt“. Durch den klimaneutralen Versand von Briefen und Paketen wurden z. B. im Jahr 2019 ca. 58.000 kg CO₂ kompensiert.

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 ein weiteres Mal unsere Strategien und Ziele im Bereich Nachhaltigkeit vorstellen und 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 Wohl 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.



Klaus Schörghofer
Vorstandsvorsitzender
Brau Union Österreich

INHALT

Vorwort der Geschäftsführung	4
Die Brau Union Österreich AG 2019	8
Die Brau Union Österreich AG 2019	9
Was uns leitet: Vision 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	14
Von Korn zum Kunden: die fünf Bereiche unserer Wertschöpfungskette.	15
Wesentlichkeitsmatrix	16
Partnerschaften für die Zukunft	17
Zum Wohl der Umwelt	18
Unser Carbon Footprint – so viel CO ₂ verursacht die Bierproduktion	20
Reduktion von Energieeinsatz und CO ₂ -Ausstoß	21
Nachhaltige Beschaffung – worauf wir beim Einkauf achten.	22
Schutz der Wasserressourcen	27
Umgesetzte Maßnahmen 2019	28
Ausblick 2020	28
Zum Wohl der Mitarbeiter	29
Aus- und Weiterbildung	31
Umgesetzte Maßnahmen 2019	32
Arbeitssicherheit und Gesundheit	33
Umgesetzte Maßnahmen 2019	34
Ausblick 2020	34



Zum Wohl der Kunden	35
Umgesetzte Maßnahmen 2019	37
Ausblick 2020	37
Unser Auftrag und Innovation	38
Zum Wohl der Gesellschaft	39
Umgesetzte Maßnahmen 2019	41
Ausblick 2020	41
Kundenprojekte/Services – Wie wir die österreichische Bierkultur stärken.	42
Brauereistandorte der Brau Union Österreich AG	43
Über diesen Bericht	48
Zahlen, Daten, Fakten	49
GRI Index	59
Impressum	69



Die Brau Union Österreich AG 2019

Über

2.500

Mitarbeiter

7 Brauereien

32 Verkaufslager

48 Verkaufspartner

13 Biermarken

über 100 Biersorten

über 5 Mio. hl Bierabsatz

4 Cider-Marken

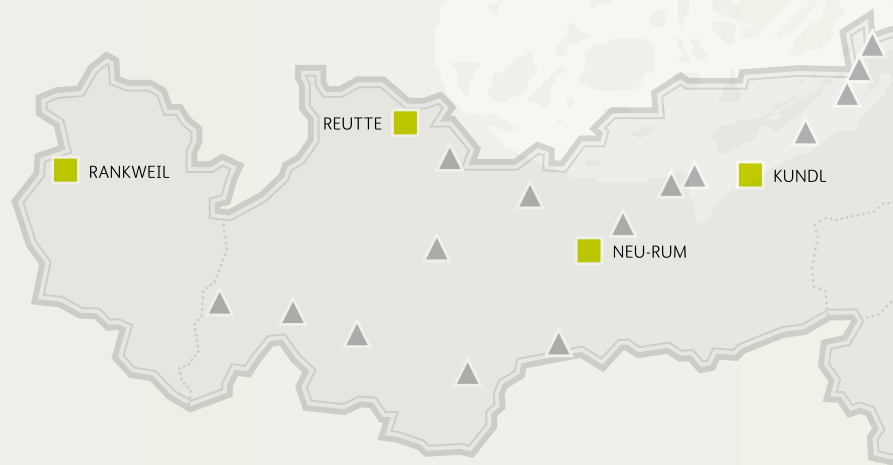
im Sortiment

rund 49.000 Kunden

Unsere Absatzmärkte

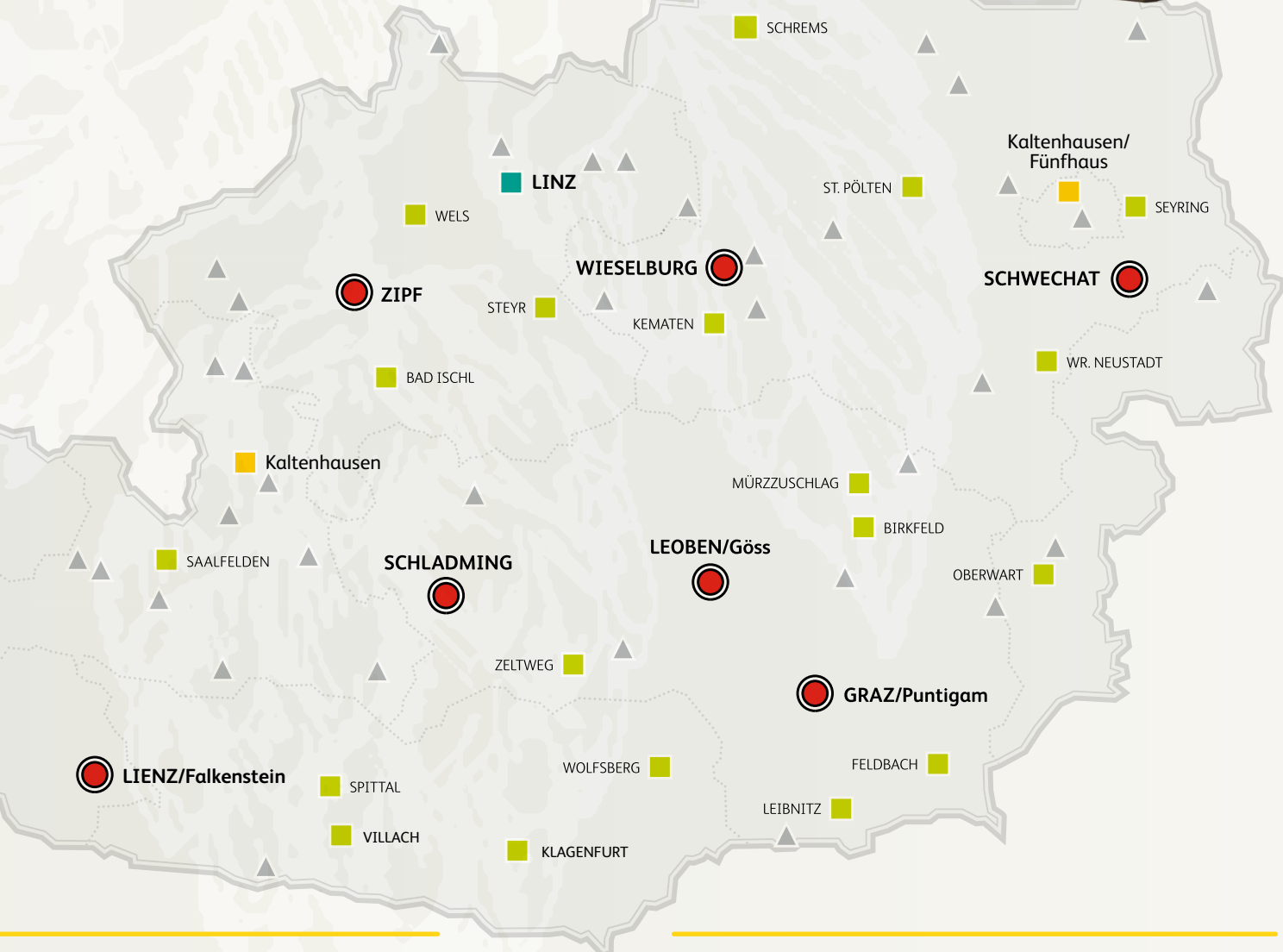
Unsere Marken sind regional stark verankert, daher sind die jeweiligen Regionen in Österreich unser Hauptabsatzmarkt. Darüber hinaus konnte der Exportbereich der Brau Union Österreich 2019 deutlich gesteigert werden. Besonders Gösser ist im Ausland gefragt: In Italien und in Deutschland wurden 2019 über 275.000 hl Gösser, gebraut in Österreich, verkauft – davon ca. 245.000 hl in Deutschland, überwiegend Gösser NaturRadler, und ca. 30.000 hl in Italien. In Russland wurden 2019 rund 376.000 hl Gösser und in Ungarn 53.000 hl in Lizenz gebraut.

-  Brauereien
-  Hauptsitz
-  Manufakturen
-  Verkaufslager
-  Verkaufspartner



Unser Engagement wurde 2018 und 2019 mehrfach ausgezeichnet:

1. **Eddie Sustainability Leaders Award 2018**
2. **Green Brands Austria Siegel 2018/19**
3. **„trend“ Ranking** Brau Union Österreich bester Arbeitgeber in der Lebensmittel- und Genussmittelindustrie
4. **European Business Awards** „National Winner“ in Österreich
5. **Umweltschutz-Zertifikat** der Österreichischen Post für klimaneutralen Versand
6. **Staatspreis KNEWLEDGE für Personalentwicklung**
7. **Gütesiegel der Betrieblichen Gesundheitsförderung der OÖGKK**
8. **Leitbetriebe Austria Zertifikat**
9. **Ökoprofit Award** für die Brauerei Puntigam 2019
10. **Econ Award Bronze 2018** in der Kategorie „Imagepublikationen“
11. **Stars of Styria Award** Brauerei Puntigam 2019
12. **Staatlich ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb**



Was uns leitet: Vision 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 Brauereitore – 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- & CO₂-Reduktion
- Nachhaltige Beschaffung
- Verantwortungsvoller Konsum
- Gesundheit und Arbeitssicherheit
- Partnerschaften für die Zukunft

Unsere Strategie „Brewing a Better World“ orientiert sich an der von den Vereinten Nationen formulierten „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“. Wir bekennen uns zu den 17 globalen Entwicklungszielen (Sustainable Development Goals) und haben es uns zur Aufgabe gemacht, insbesondere 8 Zielen und den 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 nachhaltige Beschaffung fördern wir Ziel 8 („Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum“) genauso wie mit Ziel 12 („Sicherstellen nachhaltiger Konsum- und Produktionsweisen“).



Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen

UNSERE ANKNÜPFUNGSPUNKTE



SDG 3: Gesundheit & Wohlergehen

Sicherstellung von gesundem Leben und Förderung des Wohlbefindens aller Menschen jeder Altersgruppe



- **VERANTWORTUNGSVOLLER KONSUM**
Wir setzen uns für Aufklärung, Information und Prävention im Umgang mit Alkohol ein. Dazu zählen Initiativen von Gösser, Puntigamer und Zipfer sowie Heineken und eine entsprechende Alkoholpolitik für alle Mitarbeiter der Brau Union Österreich. Unser Fokus liegt auf der Entwicklung von alkoholreduzierten und alkoholfreien Bieren.



- **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 und Zusammenarbeit mit Universitäten, Fachhochschulen, NGOs und Unternehmen.



SDG 4: 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 zur Aufklärung im Umgang mit Alkohol.

- **BILDUNGSANGEBOTE FÜR MITARBEITER**
Unsere Angebote sind u.a. Biersommelier/Biersommelière in Kooperation mit dem Verband der Brauereien Österreichs, die Lehrlingsakademie der Brau Union Österreich oder auch Weiterbildungen via E-Learning.



SDG 6: Sauberes Wasser & Sanitärversorgung

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



- **SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN**
Durch Effizienzmaßnahmen beim spezifischen Wasserbrauch (hl Wasser/hl Bier) liegen wir international im Spitzenfeld. Das verwendete Wasser stammt ausschließlich aus Österreich, zumeist aus brauereieigenen Quellen und Tiefbrunnen.

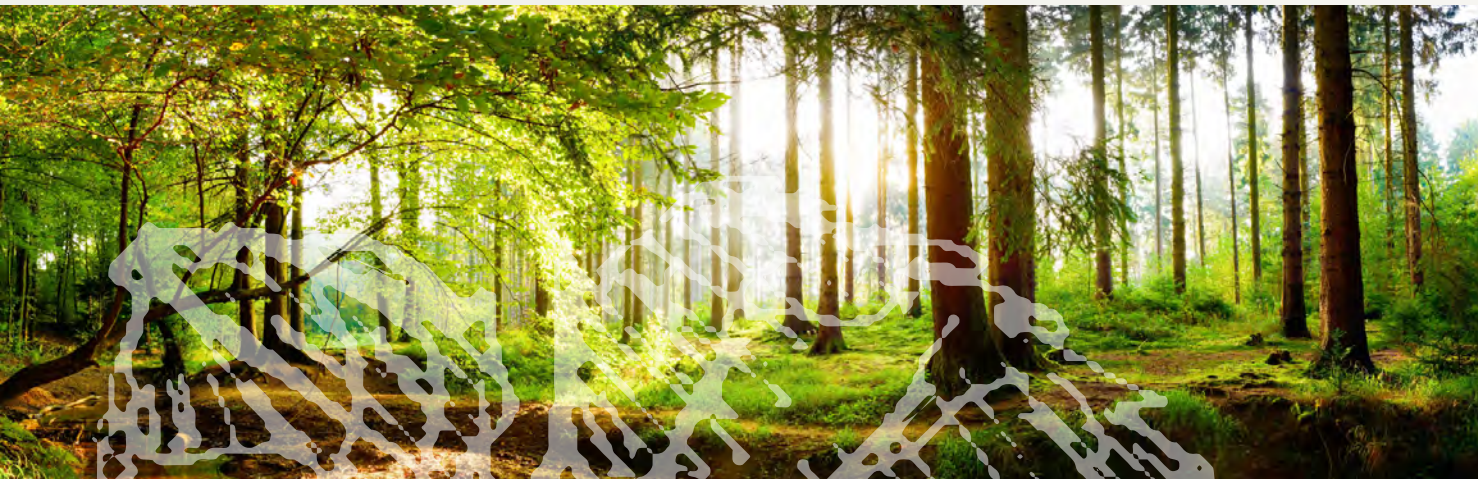


SDG 7: Bezahlbare & saubere Energie

Sicherstellung des Zugangs zu erschwinglicher, zuverlässiger, nachhaltiger und moderner Energie für alle.



- **ENERGIE & CO₂-EMISSIONEN**
Wir reduzieren laufend unseren Gesamtenergieverbrauch durch unterschiedliche Maßnahmen die wir konsequent umsetzen. Grüner Strom, kontinuierlicher Austausch fossiler Energien durch erneuerbare Energien, Effizienzmaßnahmen in der Produktion, bei Verpackungen und in der Logistik wie auch im Bereich Kühlung beim Kunden und kontinuierliche Messung des CO₂-Fußabdrucks zählen dazu.



SDG 8: Menschenwürdige Arbeit & Wirtschaftswachstum

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



SDG 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele Stärkung der Umsetzungsmittel und Wiederbelebung der globalen Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung.



- **PARTNERSCHAFTEN FÜR DIE ZUKUNFT**
Unser Engagement gibt Menschen mit Beeinträchtigungen, aber auch erwerbslosen Menschen aller Altersstufen die Möglichkeit am beruflichen Leben teilzuhaben und sich wieder in den Arbeitsmarkt zu integrieren.

Kooperation mit „alpha nova“ in Graz
Kooperation mit „assista Soziale Dienste Vöcklabruck
Kooperation mit dem Diakoniewerk Schladming
Kooperation mit „Arge Chance“ in Schwechat
Kooperation mit Caritas Linz



- **NACHHALTIGE BESCHAFFUNG**
Unsere Rohstoffe beziehen wir überwiegend von langjährigen, regionalen Lieferanten. Damit sichern wir österreichische Arbeitsplätze und erzeugen heimische Wertschöpfung: 64 % des Malzes stammt aus österreichischer Braugerste, 77 % des Hopfens werden ebenfalls in Österreich kultiviert (Mühlviertel / Region Leutschach).



SDG 12: Verantwortungsvoller Konsum & Produktionsweisen

Sicherstellen nachhaltiger Konsum- und Produktionsweisen.



- **SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN**
Wir reduzieren den Wasserverbrauch in der Produktion an allen Standorten kontinuierlich.



- **ENERGIE & CO₂-EMISSIONEN**
Durch den Einsatz von erneuerbaren Energien senken wir in der Produktion der Ausstoß von kg CO₂e/hl Bier.



- **NACHHALTIGE BESCHAFFUNG**
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.



SDG 15: 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**
Unsere Standorte Schwechat, Wieselburg und Göss grenzen an sensible Wassergebiete. Zum Schutz der Wasserressourcen und des Wassers für die Bierproduktion haben wir Wasserschutzgebiete eingerichtet und kontrollieren die Qualität unseres Wassers streng.

Wie wir die Strategie „BREWING A BETTER WORLD“ umsetzen

Die Tabelle zeigt, welche Ziele wir uns bis 2020 gesteckt haben.
Sie zeigt zudem, inwieweit wir unsere Ziele bis 2019 bereits erreichen konnten.

FOKUS-BEREICHE	2019 ZIEL	2019 ERGEBNIS	ZIELERREICHUNG	HEINEKEN 2020 ZIEL
SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN 	Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,12 hl Wasser/hl Bier	Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,09 hl Wasser/hl Bier Brauerei Schwechat: 2,82 hl Wasser/hl Bier Brauerei Göss: 2,91 hl Wasser/hl Bier	✓	Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,5 hl/hl
CO ₂ -REDUKTION 	Reduktion des Energieverbrauchs der Produktion auf 78,27 MJ/hl Bier	Energiereduktion in der Produktion auf 80,1 MJ/hl	○	40 % Energiereduktion in der Produktion im Vergleich zu 2008
	Reduktion der CO ₂ -Emissionen in der Kühlung der Gastronomie-Kunden durch 100 % „Green Cooling“-Kühlschränke	Verwendung von 100 % „Green Cooling“-Kühlschränken	✓	50 % CO ₂ -Reduktion bei Kühlschränken im Vergleich zu 2010
NACHHALTIGE BESCHAFFUNG 	Regionale Wertschöpfung	74 % der Wertschöpfung in Österreich	✓	50 % Wertschöpfung aus nachhaltigen Quellen
	95 % Einhaltung des HEINEKEN-Supplier Codes	Rund 98 % 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 1,31 Unfälle/100 FTE**	1,31 Unfälle/100 FTE**	✓	Kontinuierliche Verbesserung Richtung „Null Unfälle“

MJ = Megajoule kWh = Kilowattstunde hl = Hektoliter

*Das Supplier Code Programm ist ein 4Stufen-Programm zur Beurteilung unserer Lieferanten in punkto Nachhaltigkeit. Neben der Bestätigung zur Einhaltung der im Lieferantenkodex definierten Grundsätze und Werte erfolgt eine interne Risikobewertung sowie ein Screening ausgewählter Lieferanten. Anschließend werden Maßnahmen zur Vermeidung von bzw. kontinuierlichen Verbesserung der High Risk-Lieferanten festgelegt.

**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.

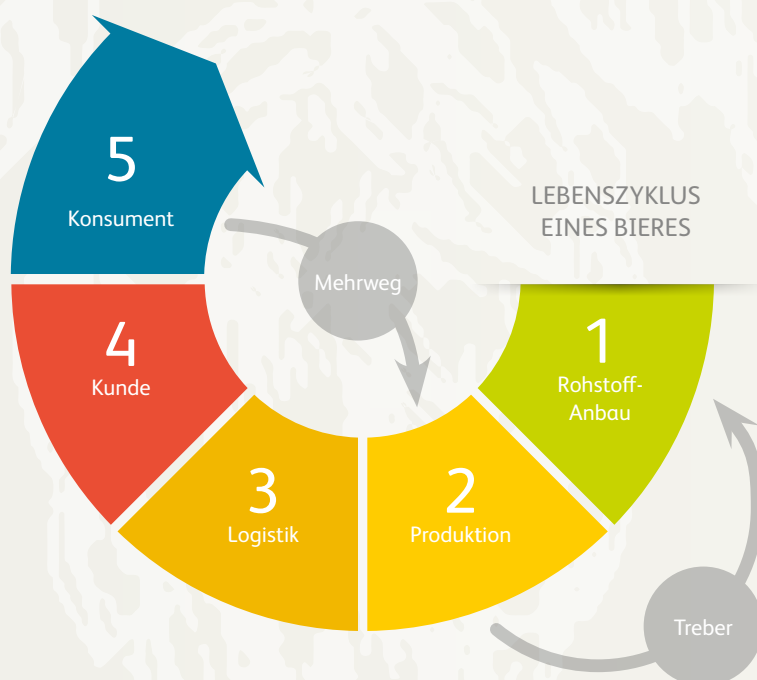
4. Nur beste Qualität für unsere Kunden

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 2.500 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 entlang der Wertschöpfungskette umzusetzen. In den folgenden Kapiteln liefern wir detaillierte Informationen zu unseren Initiativen.

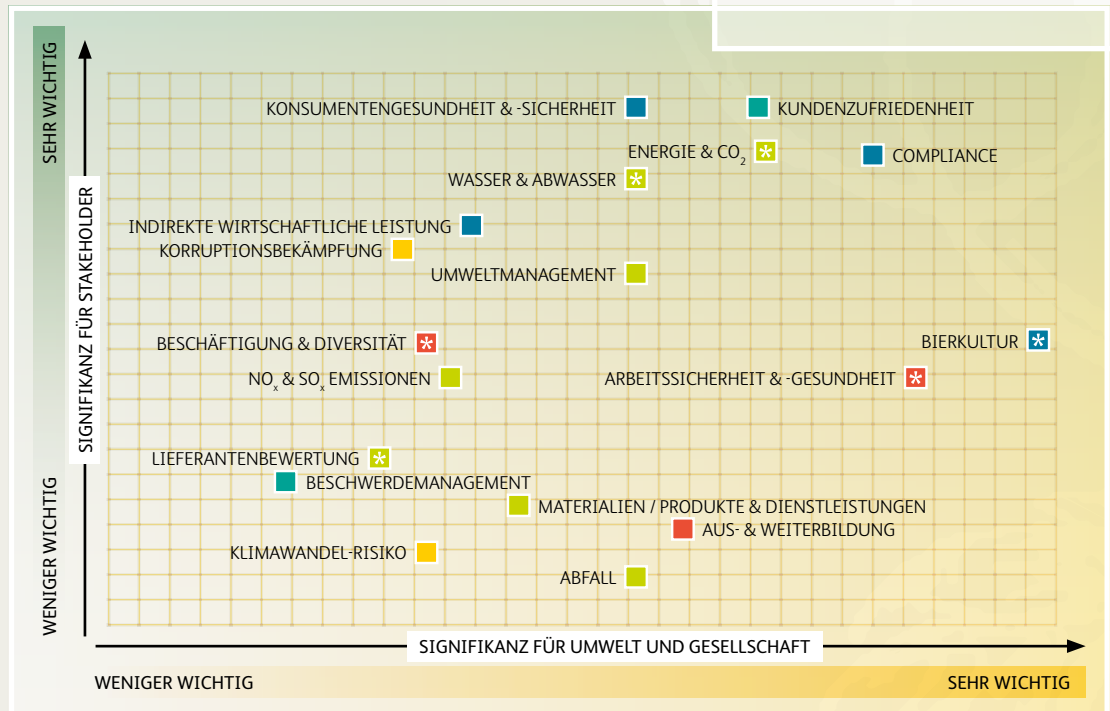


Wesentlichkeitsmatrix

Schon 2015 haben wir mit einer Wesentlichkeitsanalyse festgelegt, auf welche Themen unseres Kerngeschäftes wir uns im Nachhaltigkeitsbericht konzentrieren. Diese Themen wurden in einem zweiten Schritt von unserem Nachhaltigkeitsteam mit Rücksicht auf die Anspruchsgruppen gewichtet und von der Generaldirektion geprüft. Unsere Shared Value Matrix (siehe Seite 58) zeigt zudem die Verknüpfung der Anliegen der jeweiligen Stakeholder mit den wesentlichen Themen.

Nach einer neuerlichen internen Prüfung im Jahr 2019 wurde das Thema Entlohnung in Beschäftigung & Diversität integriert. Alle anderen Themen behalten ihre Gültigkeit.

Die Grafik zeigt außerdem, wo die Ziele der HEINEKEN-Strategie „Brewing a Better World“ in unserer Wesentlichkeitsanalyse eingebettet 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 & CO₂, NO_x & SO_x Emissionen, Wasser & Abwasser, Materialien / Produkte & Dienstleistungen, Abfall, Lieferantenbewertung
- **Zum Wohl unserer Mitarbeiter.** Beschäftigung & Diversität, Arbeitssicherheit & Mitarbeitergesundheit, Aus- & Weiterbildung
- **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	✓	✓	✓	✓	✓

Partnerschaften für die Zukunft

Wir achten auf einen regelmäßigen Austausch und eine gute Kommunikation über die unterschiedlichen Medien mit unseren Stakeholdergruppen und lernen und entwickeln uns so immer weiter. Mit unseren Mitarbeitern kommunizieren wir via Intranet, Mitarbeiterzeitung und Facebook Workplace, wo alle HEINEKEN-Mitarbeiter weltweit miteinander verbunden sind. Regelmäßige Stakeholderumfragen helfen uns, unsere Produkte und Arbeitsabläufe kontinuierlich zu verbessern.

- Auf Veranstaltungen, Podiumsdiskussionen und Fachvorträgen informieren wir über aktuelle Neuheiten und holen Rückmeldungen ein. Beispielsweise trägt der Lebensmittelhandel spezifische Themen wie Zielsetzungen und Erwartungshaltungen im Rahmen von jährlichen Branchenveranstaltungen an uns heran. 2019 waren wir etwa bei den REWE Nachhaltigkeitswochen vertreten.

„Nachhaltig ist für uns auch, auf die langfristige Qualität unsere Beziehungen zu achten – in allen Bereichen unserer täglichen Arbeit. 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

- Das jährliche „Hopfenkomitee“ findet bei und mit unseren Hopfenbauern statt und ermöglicht einen direkten Austausch.
- Die Zusammenarbeit mit österreichischen Universitäten und Fachhochschulen ist uns wichtig. Wir betreuen relevante wissenschaftliche Arbeiten, sind auf dem neuesten Stand der Technik und können so u. a. gezielt Innovationen vorantreiben.

Neue Ideen setzen wir oft auch mit externen Partnern um. In Graz Puntigam wurde z. B. in enger Kooperation mit der Kelag Energie & Wärme GmbH und C&P Immobilien AG das „Brauquartier Puntigam“ realisiert. Für das Abwärmeprojekt in Schwechat wurde gemeinsam mit der EVN ein Konzept für nachhaltige Wärmeversorgung entwickelt. 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.



A photograph of a forest stream. The water is clear and reflects the surrounding green trees and the bright sunlight filtering through the canopy. The sun is positioned in the center-left, creating a strong lens flare effect. The trees are tall and slender, with dense foliage. The stream flows from the background towards the foreground, where some rocks and fallen branches are visible. The overall atmosphere is peaceful and natural.

Das natürliche
Gleichgewicht

Zum Wohl der Umwelt



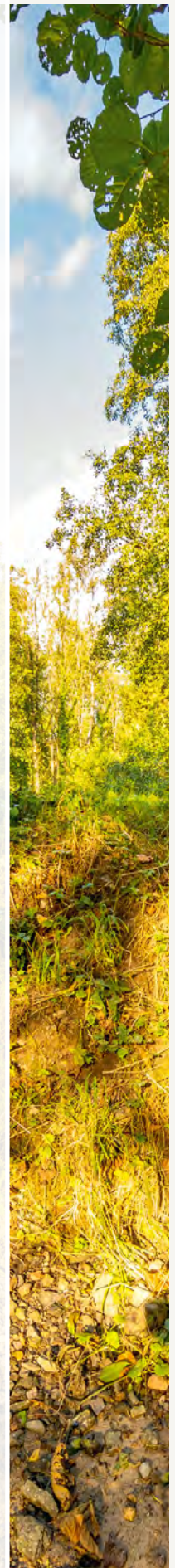
**BIER IST MEHR ALS EIN GETRÄNK –
BIER IST EIN WICHTIGER TEIL DER
LEBENSKULTUR. DIE BRAU UNION
ÖSTERREICH ACHTET DAHER
BESONDERS AUF IHRE ÖKOLOGISCHE
VERANTWORTUNG.**

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 CO₂-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:**

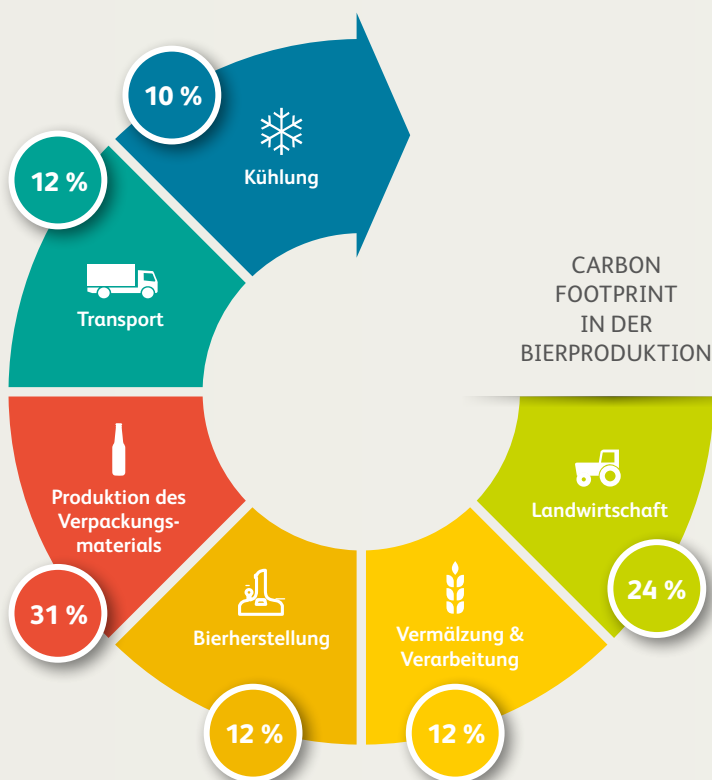
- Energie- & CO₂-Ausstoß
- Nachhaltige Beschaffung
- Schutz der Wasserressourcen



Unser Carbon Footprint – so viel CO₂ verursacht die Bierproduktion

Als HEINEKEN-Familie haben wir ein CO₂-Fußabdruck-Modell entwickelt, das die Treibhausgasemissionen* entlang der gesamten Wertschöpfungskette erfasst.

So wollen wir die kritischen Größen unseres CO₂-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 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 CO₂e*** pro Hektoliter Bier und damit deutlich unter dem durchschnittlichen Wert der HEINEKEN-Gruppe (66,2 kg CO₂e/hl).

Der Vergleich zum Jahr 2014 (und somit zur letzten vollständigen Berechnung des Carbon Footprint) zeigt, dass der Carbon Footprint um 2,0 kg CO₂e/hl gesunken ist. Das liegt vor allem am Rückgang der CO₂-Emissionen im Bereich Verpackung (-2,82 kg CO₂e/hl) unter anderem durch einen Rückgang von Aluminium-Dosen im Verpackungsmix. Auch in der Distribution (-2,6 kg CO₂e/hl) und im Bereich der Kühlung (-1,9 kg CO₂e/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 CO₂-Emissionen zu erreichen.

* HEINEKEN bezieht Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄), Stickstoffoxide (N₂O), Schwefelhexafluorid (SF₆), 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.

*** CO₂e = CO₂-Äquivalent = Maßzahl für den relativen Effekt des Beitrags zum Treibhausgaspotenzial.

Die Berechnung des Carbon-Footprint wurde 2017 durchgeführt.

Reduktion von Energieeinsatz und CO₂-Ausstoß



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. Allen Verpflichtungen im Rahmen des österreichischen Energieeffizienzgesetzes kommen wir selbstverständlich nach.

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. 2019 wurden 30 LKW ausgeschieden und 23 neue LKWs zugekauft. 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.

SPEZIFISCHER VERBRAUCH – THERMISCHE ENERGIE*

MJ/hl BIER

Einsparung seit 2008

9 %



SPEZIFISCHER VERBRAUCH – ELEKTRISCHE ENERGIE*

kWh/hl BIER

Einsparung seit 2008

12,9 %



AUCH UNSERE BERUFSKRAFTFAHRER WERDEN MIT BLICK AUF DIE ENERGIEEFFIZIENZ GESCHULT – IM JAHR 2019 HABEN **507** MITARBEITER EIN TRAINING IN KOOPERATION MIT DER ÖAMTC FAHRTECHNIK ABSOLVIERT.

*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.



Nachhaltige Beschaffung – worauf wir beim Einkauf achten



„Pro Jahr benötigt die Brau Union Österreich knappe 110.000 Tonnen Braugerste. Zielsetzung ist es, österreichische Braugerste einzusetzen. Die Brau Union Österreich ist der mit Abstand größte Abnehmer heimischer Braugerste von Österreichs Bauern. „Unser Bemühen ist, die langjährige Zusammenarbeit mit heimischer Landwirtschaft zu erhalten und auszubauen, damit wir unsere Rohstoffe aus Österreich beziehen können. Soweit es hinsichtlich unserer Ansprüche an das Produkt Bier vertretbar ist, erweitern wir auch unsere Qualitätsgrenzen und nehmen den Landwirten die Ernte nicht optimaler Braugerste trotzdem zum vereinbarten Vollpreis ab.“

Harald Raidl, Supply Chain Director der Brau Union Österreich

Zusammenarbeit mit der heimischen Landwirtschaft

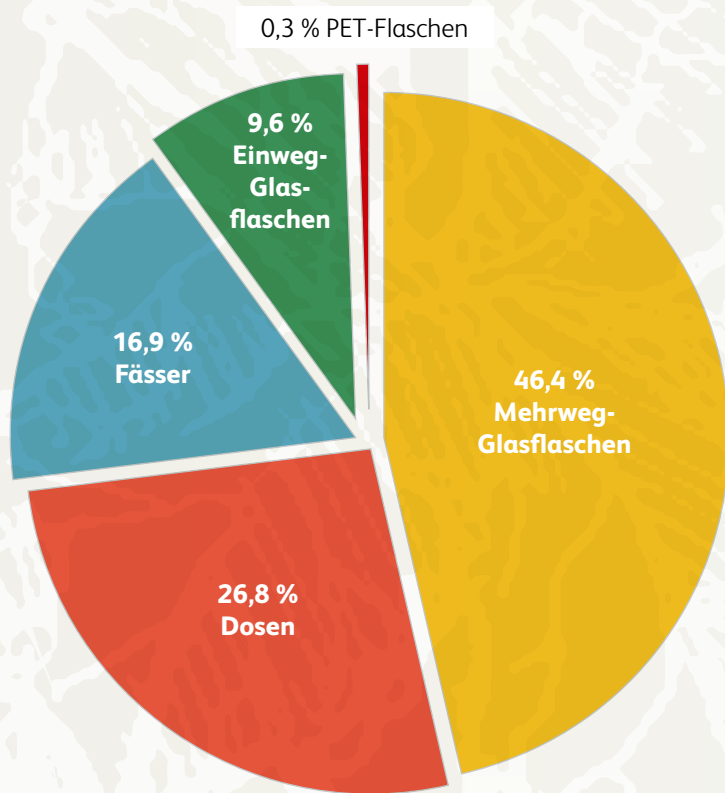
„Regional“ bedeutet für uns: die Beschaffung aus Österreich. Der Einsatz nachhaltiger Rohstoffe aus Österreich hält die Transportwege kurz und schont die Umwelt. Außerdem sichern wir damit österreichische Arbeitsplätze und erzeugen heimische Wertschöpfung. Reichen die österreichischen Rohstoffe für den notwendigen Bedarf nicht aus, wird mit kompetenten Partnern aus den angrenzenden Ländern kooperiert. Im Jahr 2018 war z. B. aufgrund einer schlechten Ernte die volle Deckung mit österreichischen Rohstoffen schlichtweg nicht möglich. Bis zu 30 % der Rohstoffe mussten aus dem angrenzenden EU-Ausland importiert werden. Dies hat den gesamten Biermarkt im Land betroffen, womit nur ein Teil der importierten Braugerste von der Brau Union Österreich verarbeitet wurde.

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. Bio-Biergenuss mit 100 % österreichischen Rohstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau erhält man überdies von unserer Spezialitätenbrauerei Schladming

CO₂-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 CO₂-Emissionen. Der Verpackungsmix zeigt für das Jahr 2019 folgendes Bild:



Mehrweg-Glasflaschen haben mit **46,4 %** den größten Anteil am Verpackungsmix. An zweiter Stelle nach den Abfüllmengen in Hektolitern befinden sich unsere Dosen mit **26,8 %**, und an dritter Stelle unsere Fässer mit **16,9 %**. Der Rest teilt sich auf Einweg-Glasflaschen (**9,6 %**) und PET-Flaschen (**0,3 %**) auf. Somit gelangen über 73 % unserer Biere in umweltfreundlichen Mehrweggebinden (Mehrweg-Glasflaschen und Fässer) zu den Konsumenten. Nur 36,7 % 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.

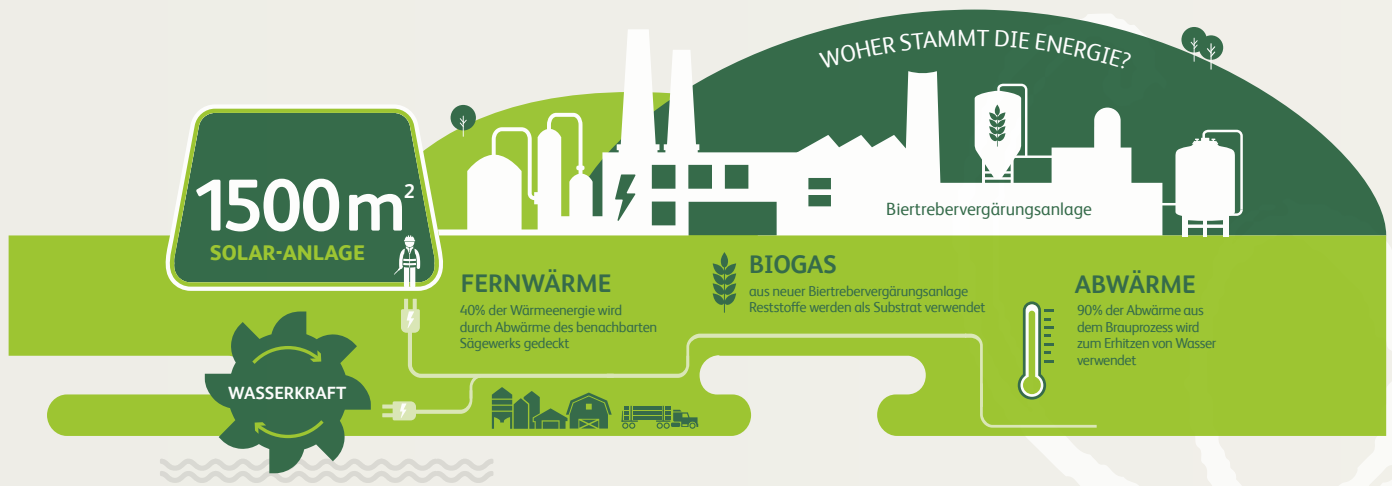
Das betrifft das Design genauso wie die Größe oder Herstellung der Verpackung. So wurden bereits 2017 etwa im Bereich der Bierflaschen Downgauging-Projekte durchgeführt, erste Tests mit geringerer Materialdicke fanden statt. Weiters wurden auch erste Marktforschungen zum Thema Relevanz von Mehrweg-Kleinflaschen erstellt. Zudem nehmen wir als Brau Union Österreich freiwillig an der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen 2018–2030 teil und haben die Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda – Förderung von Mehrweggebinden – unterzeichnet. Die damit verbundene Reduktion von CO₂-Äquivalenten ist der Brau Union Österreich ein bedeutendes Anliegen.

Als Großkunde der Österreichischen Post wurden auch 2019 die Sendungen der Brau Union Österreich CO₂-neutral zugestellt, wie der TÜV Austria bestätigt. Das Unternehmen erhielt dafür zum wiederholten Male das Umweltschutz-Zertifikat der Post.



KONSUMENTENVERHALTEN: NEUESTE STUDIE* ZEIGT – KNAPP DREIVIERTTEL (71 %) DER REGELMÄSSIGEN BIERGENIESSER – IMMERHIN MEHR ALS DIE HÄLFTE DER ÖSTERREICHER (57 %) – KAUFEN LIEBER MEHRWEGFLASCHEN. UNTER DEN SPORADISCHEN BIERKONSUMENTEN BEVORZUGT MEHR ALS JEDER ZWEITE (57 %) MEHRWEGFLASCHEN.

*market Marktforschungsinstitut hat im Auftrag der Brau Union Österreich diese Studie zur Bierkultur in Österreich erarbeitet, um aktuellen Entwicklungen und Trends in der österreichischen Bierkultur auf den Grund zu gehen.



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 Energiesparsystems vor.

Maßnahmen in der Produktion

Seit dem Basisjahr 2008 konnten wir unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch um ca. 10,8 % reduzieren (Wärme -9 %, Strom -12,9 % je Hektoliter Bier). Erzielt haben wir diese Verbesserung durch eine ganze Reihe von Energieeinsparungs- und Energieeffizienzmaßnahmen, die wir kontinuierlich und konsequent umgesetzt haben.

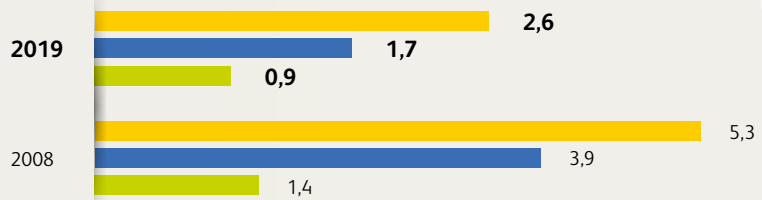
Auch im Berichtsjahr 2019 konnten wir weitere Möglichkeiten zur Reduktion des Energiever-

brauchs identifizieren und durch konkrete Projekte an den Standorten unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch auf 80,16 MJ je Hektoliter Bier senken. Im Vergleich zum HEINEKEN-Durchschnitt (91 MJ/hl Bier) zeigt sich, dass wir hier im internationalen Spitzenfeld liegen.

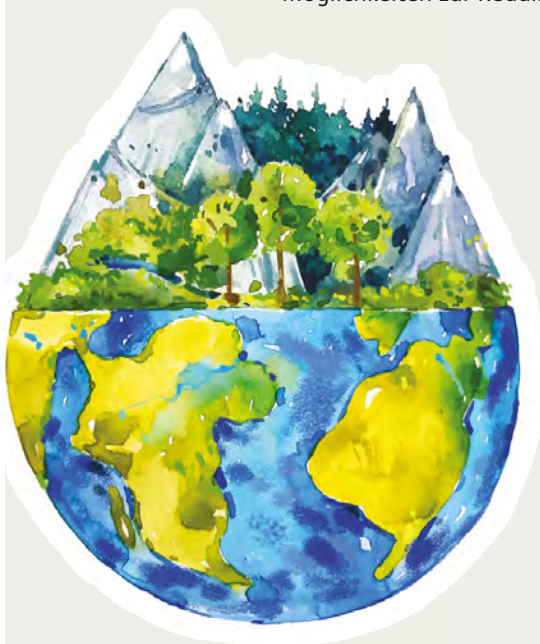
Dank des verstärkten Einsatzes von erneuerbaren Energien konnte nicht zuletzt in der Produktion der Output auf rund 2,6 kg CO₂e/hl Bier begrenzt werden. Dies entspricht einer Reduktion um rund 50 % seit 2008, wobei sich der Messwert aus direkten Emissionen (Verbrennung von fossilen Brennstoffen) wie auch indirekten Emissionen (Zukauf von Strom und Fernwärme aus fossilen Brennstoffen) zusammensetzt. Im Hinblick auf das HEINEKEN-2020-Ziel von 6,4 kg CO₂e/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 1,7 kg CO₂e/hl Bier) als auch die indirekten Emissionen (rund 0,9 kg CO₂e/hl Bier) weiter zu senken.

CO₂-AUSSTOSS kg CO₂/hl BIER, gerundet

Gesamt THG-Emissionen kg CO₂e/hl Bier
Direkte THG-Emissionen kg CO₂e/hl Bier
Indirekte THG-Emissionen kg CO₂e/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, die seit 2016 durch die Kombination unterschiedlicher intelligenter Energiesysteme zu 100 % nachhaltig Bier braut, ist weltweit Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit und wird ab 2019 von der Außenwirtschaft Austria als DAS Aushängeschild für nachhaltige österreichische Wirtschaft präsentiert: Göss ist weltweit die erste Großbrauerei mit einer 100 % nachhaltigen Bierproduktion. Gemeinsam mit dem steirischen Partner BDI-BioEnergy International wurde schon 2015/16 eine Biertrebervergärungsanlage in Vollbetrieb genommen.

Daneben wird in der Brauerei Göss nachhaltige Energie aus der Abwärme des benachbarten Holzverarbeitungsbetriebes Mayr-Melnhof erzeugt und Solarstrom mit einer Fläche von 1.500 m² für einen Teil der im Sudhaus benötigten Wärme für den Brauvorgang eingesetzt. Laufende Investitionen halten unsere erste „grüne“ Großbrauerei immer auf dem neuesten Stand der Technik und machen die Produktion ständig noch effizienter.



Abwärmeprojekt Schwechat

In den nächsten Jahren werden auf den ehemaligen Brauereigründen der Brauerei Schwechat 900 Wohneinheiten errichtet. Zur nachhaltigen Wärmeversorgung dieser Wohnungen haben Brau Union Österreich und EVN ein innovatives Konzept entwickelt: Auch hier wird Gärwärme, die im Brauprozess entsteht, über eine Wärmepumpe zu nachhaltiger Naturwärme für die Kunden.

In der Brauerei Schwechat ist zudem der erste E-Lkw des firmeneigenen Fuhrparks im Einsatz. Als Mitglied im Council für nachhaltige Logistik (CNL) ist das Unternehmen damit letztes Jahr in die Elektromobilität gestartet und spart laut Kalkulation pro Jahr etwa 1.300 – 1.400 kg CO₂.



Brauquartier Puntigam „Bier wärmt Wohnungen“

Das Brauquartier Puntigam ist ein modernes Stadtbauprojekt und ermöglicht das Miteinander von Wohnen, Arbeiten, Freizeitgestaltung und Einkaufen. Mit rund 800 Wohnungen und 17.000 m² Gewerbe- und Büroflächen ist das Brauquartier ein idealer Standort für Geschäfte, Dienstleister und Firmensitze. Die C&P Immobilien AG realisiert in Graz-Puntigam das Brauquartier mit 65.000 m² Nutzfläche, gemeinsam mit der KELAG Energie & Wärme GmbH und der Brau Union Österreich. 2.000 Menschen werden hier in Zukunft wohnen und teilweise auch arbeiten. 60 % der Nutzfläche des Brauquartiers sind bereits errichtet und besiedelt. 2020 soll dieses Vorhaben abgeschlossen werden.

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



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 2019 wurden 24 unserer 1673 Lieferanten mit einem hohen Risiko eingestuft und haben das EcoVadis-Assessment bereits erfolgreich absolviert. Die Rate der Unterzeichnung liegt bei 98%. 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 122.569,51 Tonnen Abfall – wie etwa Treber, Altheffe, Karton, Glas, Dosen oder Gewerbemüll – erhöhte sich das Abfallvolumen im Jahr 2019, im Vergleich zum Vorjahr, um 2% – aufgrund der gestiegenen Produktionsmenge. 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 auch im Jahr 2019 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 alle unserer acht Produktionsstandorte nach der AMA-Futtermittelrichtlinie „PASTUS+“ zertifiziert.

*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.

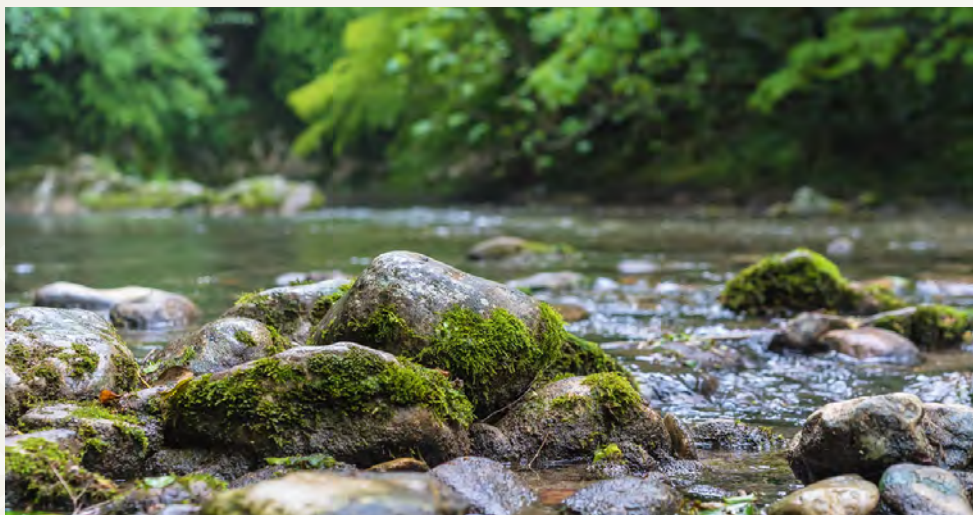


Schutz der Wasser- ressourcen

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“.

Seit 2008 konnten wir unseren spezifischen Wasserverbrauch um 46 % senken. Pro gebrauten Hektoliter Bier benötigen wir aktuell 3,09 Hektoliter Wasser. Dieser Wert ist im internationalen Vergleich sehr niedrig und wir liegen absolut im Spitzenfeld. Besonders ist hier die Brauerei Schwechat zu erwähnen, die sogar auf einen Spitzenwert von 2,82 hl Wasser / hl Bier kommt.

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



„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

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).

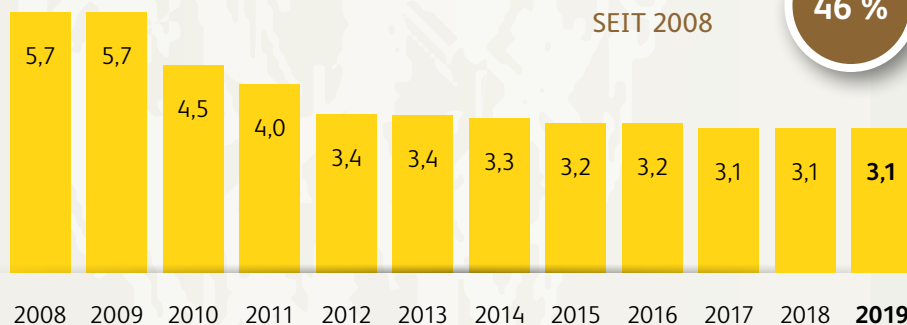
BEST PRACTICE

Senkung des Energie-, 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 eingespart, in Göss wird in den Wintermonaten beim Dosenbier auf den Pasteur verzichtet, was neben Wasser und Energie auch Desinfektionsmittel spart.

SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH

hl Wasser / hl Bier



Umgesetzte Maßnahmen 2019

Projekte und Maßnahmen

Der Schwerpunkt unserer Aktivitäten für das Jahr 2019 lag auf einer weiteren Reduktion des Energieverbrauchs und des CO₂-Ausstoßes sowie abermals auf einer Steigerung der Energieeffizienz. Folgende Projekte und Maßnahmen wurden erfolgreich umgesetzt:

- Wohnungsübergabe „Abwärmeprojekt Schwechat“: Biogene Gärwärme aus der Brauerei Schwechat wird im Endausbau rund 900 Wohnungen auf den „Schwechater Brauereigründen“ heizen
- Logistik: Nach dem Startpunkt in Schwechat soll die Elektromobilität ausgebaut werden
- Strategieentwicklung für E-Ladestationen, Kauf von entsprechenden Fahrzeugen für die Pool-Autos
- Schritt für Schritt Richtung CO₂-Neutralität: Die Brauerei Schladming konzeptionierte eine Energieversorgung mit Fernwärme und eigenem Pellets-Heizwerk
- Planung einer Biertrebervergärungsanlage in Wieselburg
- An allen Standorten wurden Projekte forciert, um Energiesysteme weiter zu verbessern und vermehrt auf CO₂-neutrale Produktion zu setzen



Bäume als Symbole und sichtbare Zeichen für den kontinuierlichen Klimaschutz der Brau Union Österreich.

Im Herbst 2019 wurde ein Projekt gestartet, welches für die Nachhaltigkeitsarbeit an den Brauereistandorten sichtbare Zeichen „setzt“. An den Standorten Schwechat und Puntigam wurden Silberlinden gepflanzt. Diese Bäume sind nicht nur schön anzusehen und wichtige Nahrungslieferanten für Bienen und Hummeln, sondern kommen auch gut mit Trockenheit, Hitze sowie Staub und Abgasen in Städten zurecht. Dank dieser Widerstandsfähigkeit werden die jungen Bäume weiterwachsen und ihren Beitrag zur Verbesserung der Luftqualität leisten.

„Die Bäume bei den Brauereien sollen Symbol für die gemeinsame Arbeit mit unseren Stakeholdern im Sinne der Nachhaltigkeit und der Entwicklungsziele der Vereinten Nationen sein.“

Gabriela Maria Straka, Leitung Kommunikation/PR & CSR der Brau Union Österreich

Ausblick 2020

- **Gösser geht einen weiteren nachhaltigen Schritt:** Die Etiketten von Gösser werden Schritt für Schritt auf 100 % Recyclingpapier umgestellt. Schon im Frühjahr 2020 wird diese Umstellung abgeschlossen sein. Damit werden bei der Produktion von Gösser Etiketten 3 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart, insgesamt sind das jährlich 20%.
- **Weitere Forcierung von Projekten zur Energie- und CO₂ Reduzierung:** Eine Photovoltaikan-

lage von der Größe eines Viertels eines Fußballfeldes wird in der Brauerei Wieselburg in Betrieb genommen werden. Das entspricht der Energie für ca. 87 Haushalte oder 200 kWp/1.200 m². Der Start ist mit 2020, im Jubiläumsjahr zum 250-jährigen Bestehen der Brauerei, geplant. Die Fertigstellung wird voraussichtlich im Jahr 2021 erfolgen.

- **Das Baumpflanzprojekt** als Zeichen der Nachhaltigkeitsarbeit wird auf weitere Standorte ausgedehnt (Wieselburg, Zipf, Villach).

Die Schlüssel
zum Erfolg

Zum Wohl der Mitarbeiter



Ein Unternehmen ist nur so stark wie seine Mitarbeiter. Das gilt auch für die Brau Union Österreich. Rund 2.500 Mitarbeiter brauen unser Bier, vermarkten, verkaufen und liefern es. Die Brau Union Österreich ist sich ihrer Verantwortung bewusst und bietet neben einer entsprechenden Entlohnung 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 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). Mit unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung, dem „Climate Survey“, erhalten wir wichtiges Feedback. 93 % aller Mitarbeiter haben im Jahr 2019 an dieser Umfrage teilgenommen, 92 % der Befragten sind sehr zufrieden und haben Freude an ihrem Job.

Gerade als verantwortungsvoller Produzent alkoholischer Getränke nehmen wir das Thema eines verantwortungsvollen Alkoholkonsums sehr ernst. In der Brau Union Österreich gibt es bereits seit über zehn Jahren interne Richtlinien zum Alkoholkonsum am Arbeitsplatz und Informationen und Hilfsangebote für Mitarbeiter mit Alkoholproblemen. Die Einhaltung der Richtlinien wird laufend kontrolliert – zum Wohl unserer Mitarbeiter und ihrer Familien.

Schwerpunkte im Bereich Mitarbeiter:

- **Aus- und Weiterbildung**
- **Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**

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.



Aus- und Weiterbildung

„Unsere Ambition in der Personal- und Organisationsentwicklung (POD) liegt in der Befähigung der Organisation und der Mitarbeiter. Personalentwicklung sichert langfristig unseren betrieblichen Erfolg, bindet Mitarbeiter an das Unternehmen und hilft, weiterhin unserem Image gerecht zu werden – nämlich österreichweit der beste Arbeitgeber in der Lebens- und Genussmittelindustrie zu sein. Der folgende Dialog macht für uns sehr deutlich, warum es sich lohnt in die Personalentwicklung zu investieren.“

Angelika Mascherbauer, POD Manager

Schwerpunkte in der Personal- und Organisationsentwicklung

- **Fähigkeiten entwickeln**
- **Führungskräfte fördern**
- **Talente managen**
- **Wissensmanagement**

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.

DER FOLGENDE DIALOG MACHT FÜR UNS SEHR DEUTLICH, WARUM ES SICH LOHNT IN DIE PERSONALENTWICKLUNG ZU INVESTIEREN:

CFO: „WAS PASSIERT, WENN WIR UNSERE MITARBEITER ENTWICKELN UND SIE VERLASSEN UNS?“

CEO: „WAS PASSIERT, WENN WIR ES NICHT TUN UND SIE BLEIBEN?“



Umgesetzte Maßnahmen 2019

Die Brau Union Österreich fördert die Aus- und Weiterbildung der gesamten Belegschaft. Im Jahr 2019 nahm im Durchschnitt jeder Mitarbeiter an beruflichen Weiterbildungsmaßnahmen im Ausmaß von rund 22,9 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. Unsere Lehrlingsoffensive umfasst strategische Initiativen, Recruiting, Ausbildung und Lehre. Auch konnten wir 2019 wieder 62 Lehrlingen einen Ausbildungsplatz bieten, diese werden von 30 Ausbildnern und 25 Lehrlingsmentoren während der gesamten Lehrzeit betreut.

Jährlich veranstalten wir für alle Lehrlinge ein zweitägiges Lehrlingstraining. Oberstes Ziel dieser „Lehrlingsakademie“ ist es, die jungen Mitarbeiter bei der Weiterentwicklung ihrer sozialen und persönlichen Kompetenzen zu unterstützen. Auch unsere Lehrlingsauszubildner 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“ und wurde für die qualitative und innovative Personalentwicklung mit dem Staatspreis KNEWLEDGE ausgezeichnet

Ein weiterer Fokus lag auf dem Thema „Vereinbarkeit Familie & Beruf“. Hier haben wir im Zuge des Audits Familie & Beruf diverse Maßnahmen gesetzt bzw. konzeptioniert und in die Wege geleitet – so z. B. einen Stammtisch für Karenzierte und die erfolgreiche Umsetzung eines Sommercamps für die Kinder der Mitarbeiter.



Braumeister Gerald Zanker gratulierte Kevin Verwüster mit Katharina Stelzer und Andreas Blindhofer (v. l.).

„Star of Styria“-Award 2019 für Brauerei Puntigam
Fachkräfte in der Region für die Region und mit Qualität auszubilden, ist grundlegend für einen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen. Dieses Engagement und die Leistungen der Lehrlinge zeichnete die Wirtschaftskammer Steiermark gemeinsam mit den Sponsoren Uniqa, Raiffeisenbank und Energie Steiermark zum 14. Mal aus.



Gemeinsam mit Angelika Mascherbauer (l.) und Sabina Schatzl-Huemer (r.) nahm Martin Gruber, HR-Director der Brau Union Österreich, die Auszeichnung bei der Verleihung in Wien entgegen.

Staatliche Auszeichnung für die Brau Union Österreich als hervorragender Ausbildungsbetrieb

Der Brau Union Österreich wurde 2019, neben weiteren Lehrlingsbetrieben, das Bundeswappen mit dem Zusatz „Staatlich Ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb“ verliehen. Diese Auszeichnung ist ein besonderes Qualitätssiegel im Bereich der Ausbildung junger Menschen und zeigt den Beitrag, den Unternehmen für die Zukunft sowohl der Jugendlichen, als auch der Wirtschaft in Österreich leisten.

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‘.“

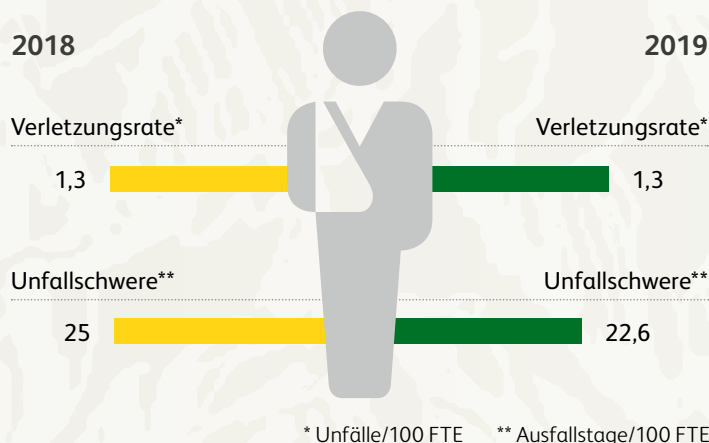
Christian Gejer, Health & Safety Manager

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.

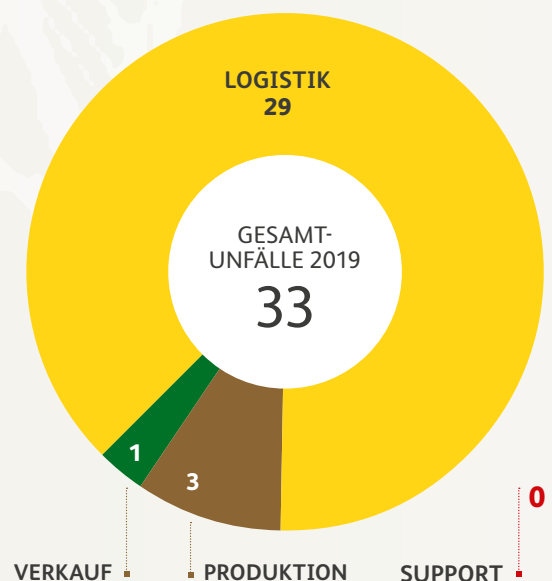
Unsere Sicherheitsprogramme sorgen für ein sicheres Arbeitsumfeld und einen reibungslosen Ablauf. Unser oberstes Ziel ist es, die Arbeitsunfälle an allen Standorten auf null zu reduzieren und damit auch Ausfallstage zu vermindern.

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 bereits mit einem europaweiten „Safety Best Practice Award“ von HEINEKEN geehrt.

Wir achten ebenso auf hohe Sicherheitsstandards bei den über 400 Lkws unseres eigenen Fuhrparks und rüsten laufend nach. Um beim Abbiegen unserer Lkws gefährliche Situationen und Unfälle künftig noch besser zu vermeiden, wurden ab 2019 alle neuen Lkws standardmäßig mit Video-Abbiegesystemen ausgestattet. Dies schützt nicht nur Fußgänger und Radfahrer in Kreuzungsbereichen, sondern erleichtert auch unseren Bierführern die Auslieferung, insbesondere im Stadtverkehr.



Im Jahr 2019 kam es in der Brau Union Österreich zu keinem arbeitsbedingten Todesfall, jedoch zu 33 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.



Umgesetzte Maßnahmen 2019

Prozesssicherheit: HAZOP (Hazard and Operability) Studien für alle CO₂- und NH₃-Anlagen, Dampfkessel, Kompressoren, automatische Reinigungsanlagen (CIP) sowie andere sicherheitskritische Anlagen mit dem Ziel Abweichungen aufzudecken, Ursachen und Auswirkungen zu benennen sowie geeignete Maßnahmen festzulegen.

Staplersicherheit: Zusammenarbeit mit AUVA und Einsatz der „View Point“-Brille für Schulungszwecke.

Verhaltensbasierte Sicherheit: Einführung von Selbstbeobachtungen im Bereich des Zustellfuhrparks und in der Produktion an Pilotstandorten: Mitarbeiter ermitteln die Gefahren bei ihrer Tätigkeit, bewerten diese und definieren die größten Gefahren/Risiken.

Elektrische Handhubwägen: Kommunikationspaket und Maßnahmen: Aufgrund steigender Unfälle mit elektr. Handhubwägen wurde ein Kommunikationspaket erstellt und technische Verbesserungen umgesetzt.

Production Safety Workshop: Gemeinsamer Workshop mit Braumeistern zur Definition von Maßnahmen für den Produktionsbereich.

Logistik Sicherheits-Workshops: „Wie kommen wir unfallfrei nach Hause?“ Gemeinsame Bearbeitung von Themenschwerpunkten mithilfe des HPO-Modells.

Sicherheits- & Gesundheitstage: Durchführung der Sicherheits- und Gesundheitstage an mehreren Standorten.

Verkehrssicherheit: Durchführung von Kommunikationsschwerpunkten am Wissensdurst-Infoportal, Einsatz der „Smart Driver App“ in Bezug auf eigenes Fahrverhalten und Durchführung von ÖAMTC Fahrsicherheitstrainings; Ausstattung aller neuen LKWs mit Abbiegeassistenten.

Evaluierung psychischer Belastungen und Arbeitsmedizin: Evaluierung und Definition von Maßnahmen im Bereich Logistik und Gastronomie sowie Umsetzung des Schwerpunkts Ergonomie für alle Standorte im Zuge der Begehungen durch Arbeitsmediziner.

Ausblick 2020

Unsere Sicherheitsstrategie setzen wir auch 2020 mit vielfältigen Maßnahmen fort.

Logistik: Onboarding Tage für Saisonarbeitskräfte und Neu-MitarbeiterInnen und Schwerpunkt auf Umsetzung der HEINEKEN-Standards.

Verkehrssicherheit: Schwerpunkt auf das Thema „Ablenkung beim Fahren“; ÖAMTC Verkehrssicherheitstrainings.

Auftragnehmer-Sicherheit: Schwerpunkt auf Vor- und Nachevaluierung von Auftragnehmer-Tätigkeiten.

Safety Leadership: Weiterentwicklung des „verhaltensbasierten Sicherheitssystem“ sowie Nachverfolgung aus HEINEKEN Safety Leadership Training von 2019.

Psychische Belastungen: Evaluierung psychischer Belastungen im Bereich Technik/Produktion; „G'sund im Job“ – Trainingsreihe für Führungskräfte.

Prozesssicherheit: HEINEKEN-Ziel von 100% Compliance für Prozesssicherheits-Standards; Schwerpunkt auf Aufzeichnung und Nachverfolgung der Meldungen aus den Warnsystemen für CO₂ und NH₃.

„Management of Change“: Digitale Systemunterstützung durch das HEINEKEN System „One2Improve“ für Vorbereitung und Nachverfolgung bei der Implementation von Änderungen und Bewertung der Auswirkung auf Sicherheit & Gesundheit der Mitarbeiter.

„The12Rules.com“: Neues globales Reportingsystem für Unfälle, Erste-Hilfe-Fälle und Beinaheunfälle.

Die Qualität der Vielfalt

Zum Wohl unserer Kunden

Unsere rund 49.000 Kunden in Gastronomie und Lebensmittelhandel können auf beste Qualität und auf individuellen Service vertrauen. 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 12,35 Lieferungen pro Tag und Mitarbeiter waren wir auch 2019 für unsere Kunden im Einsatz.

Markt 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 Hauptkonsummotive 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.

„Unsere Vision ist beste Fassbier-Qualität in allen Gastronomie-Betrieben. Dabei möchten wir unsere Kunden in der Gastronomie unterstützen. Mit dem Theken-Zapfsystem BLADE haben wir ein innovatives System, das die Bierkultur und damit auch die Wirtshauskultur weiter festigen wird.“

Andreas Hunger, Leitung Geschäftsfeld Gastronomie

„Basierend auf unseren Kompetenzen im Bereich Markt- und Kunden Know-How, sowie durch exzellente Umsetzungen, möchten wir wichtiger und verlässlicher Partner des Handels sein. Bester Service ist uns dabei besonders wichtig – weswegen auch die Bedürfnisse der Konsumenten und unserer Partner klar handlungsleitend sind.“

Markus Kapl, Leitung Geschäftsfeld Lebensmittelhandel

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 Shoppern können wir einen Mehrwert bieten. Wir beobachten den Markt und entwickeln laufend neue Produkte und Services. So sind wir nahe an unserem Kunden.

BEST PRACTICE

Auch 2019 haben wir ein breites Angebot an Innovationen geliefert. Neben regionalen und saisonalen Bieren und nationalen Spezialitäten, wie z. B. der Puntigamer Frühjahrskrone oder dem Gösser NaturWeizen lag ein besonderer Fokus auf alkoholfreien Bieren und natürlich gebrauten alkoholfreien Getränken. Der NaturRadler 0,0% ist hier eine erfolgreiche Innovation. Mit Zipfer HOPS Maracuja und Bitter Orange haben wir die beliebte Hopfenlimonade um zwei Geschmacksrichtungen erweitert und mit Strongbow Rose, einem Cider aus 100 % österreichischen Äpfeln, sind wir dem Rosétrend im Getränkesektor gefolgt.



Umgesetzte Maßnahmen 2019

Im Jahr 2018 haben wir eine Heimzapfanlage auf den Markt gebracht, die online bzw. im Lebensmittelhandel erhältlich ist und Premium Zapfqualität für zuhause bietet.

NEUESTE STUDIE*

Individueller Service.

Kundenservice bedeutet für uns z. B., dass wir unseren Kunden das Bestellen so einfach wie möglich machen. Gastronomen können rund um die Uhr einfache Online-Bestellungen über das Brau Union plus-Portal (B+) durchführen, rufen je nach Wunsch zu vereinbarten Zeiten an oder nehmen Bestellungen per Fax oder E-Mail entgegen. Es bedeutet, dass wir bei Bedarf innerhalb von 24 Stunden liefern und 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 CO₂ 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. 2019 mit einem Bestand von rund 210.000 Mehrweg-Bechern rund 727.000 Getränke-Einheiten ausschenken.

Mehrwegflaschen bevorzugt: Knapp Dreiviertel (71 %) der regelmäßigen Biergenießer – immerhin mehr als die Hälfte der Österreicher (57 %) – kaufen lieber Mehrwegflaschen. Unter den sporadischen Bierkonsumenten bevorzugt mehr als jeder Zweite (57 %) Mehrwegflaschen. Generell bevorzugen 65 % der Österreicher bevorzugt beim Biereinkauf Mehrwegflaschen, fast jeder Vierte (24 %) greift zu Einwegflaschen und Dosen. Im Trendverlauf ist eine leichte Abnahme der Mehrwegflaschen bzw. Zunahme der Einwegflaschen und Dosen erkennbar.

Stadt-Land-Unterschiede. Deutlich fallen die Unterschiede im Stadt-Land-Vergleich auf. Während am Land mehr als Dreiviertel (76 %) der österreichischen Bevölkerung Bier in Mehrwegflaschen kauft, sind es in den Landeshauptstädten nur etwas mehr als die Hälfte (52 %). Fast ein Drittel (31 %) der Österreicher in Landeshauptstädten bevorzugt Einwegflaschen bzw. Dosen. „Um alle Käufergruppen ansprechen zu können, braucht es eine Vielfalt an Gebindeformen, von Mehrweg- und Einwegflaschen bis zu Dosen. Mehrwegflaschen sind mit Abstand die größte Kategorie der Gebindeformen. Wir achten bei all unseren Verpackungsarten auf möglichst umweltfreundliche Varianten bzw. Recyclingmaterialien und prüfen laufend neue Möglichkeiten, wie etwa die Relevanz von Mehrweg-Kleinflaschen. Dank Fassbier und der weit verbreiteten 0,5l Mehrwegflasche gehört die Gastronomie zu den Aushängeschildern in Sachen Mehrweg“.

*market Marktforschungsinstitut hat im Auftrag der Brau Union Österreich diese Studie zur Bierkultur in Österreich erarbeitet, um aktuellen Entwicklungen und Trends in der österreichischen Bierkultur auf den Grund zu gehen.

Ausblick 2020

- 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 auch 2020 in allen Prozessen und Abläufen des Unternehmens einen starken Fokus auf Digitalisierung legen, etwa auf bequeme Online-Shops für Kunden.
- Ein weiterer Schwerpunkt wird unsere markenübergreifende Initiative „AlkoholFREIZONE“ sein, die eine breite Produktpalette an alkoholfreien Bieren und Erfrischungsgetränken für Erwachsene bietet.
- Auch den Mehrweganteil möchten wir – in der Gastronomie besonders in Hinblick auf Fassbier – weiterhin stabilisieren.

Unser Auftrag und Innovation

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.

Die Brauerei Schladming 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.

Innovationen 2019

2019 haben wir wieder eine Vielzahl an Bieren auf den Markt gebracht. Die Auswahl reicht von Saisonbieren, passend zur Jahreszeit bis hin zu unterschiedlichsten Spezialitäten, insbesondere auch ohne Alkohol.

- Mit der Innovation HOPS wurde unser Mut belohnt. Die erfrischende Hopfenlimonade ist bekannt und beliebt und wurde um den Geschmack Maracuja und Bitter Orange erweitert. Das völlig alkoholfreie Erfrischungsgetränk erfüllt den aktuellen Trend nach Gesundheit und Lifestyle der Konsumenten noch treffsicherer.
- Mit dem Gösser NaturRadler 0,0 % mit reduziertem Zuckergehalt wurde eine echte 0,0 % Alkoholverversion von Österreichs bestem Radler geschaffen, der zu jeder Tageszeit genossen werden kann.
- Ab Mitte März erstrahlte die Marke Gösser in neuem Glanz und präsentierte ihre Produktpalette in neuem Design. 34 % der Österreicher trinken gerne Weizenbier (siehe Bierkulturbericht 2019 der Brau Union Österreich). Mit Gösser NaturWeizen, ausgezeichnet mit dem AMA Gütesiegel, bringt die Brau Union Österreich ein eigenes Weizenbier auf den Markt, dass aufgrund seiner besonderen Rezeptureine Kostprobe wert ist.

Ausblick 2020

- Engagement für die markenübergreifende Initiative „AlkoholFREIZONE“. Schwerpunkt mit Heineken 0.0 in der 0,33l Sleek Dose.
- Unsere neuen „Unfiltrierten“: **Wieselburger Zwickl** (anlässlich des 250 Jahre Jubiläums) für die Region Ost, **Zipfer Kellerbier** für den Westen, **Linzer Bier** für Zentralraum OÖ sowie die internationale Marke **SOL**.





Ein Teil des großen Ganzen

Zum Wohl der Gesellschaft

Nachhaltig zu handeln heißt auch zum Wohl der Gesellschaft zu handeln. Das bedeutet für die Brau Union Österreich:

- Arbeitsplätze in Österreich zu schaffen
- die österreichische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Maßstäben zu leben und weiterzuentwickeln
- Produkte in bester Qualität anzubieten
- verantwortungsvollen Genuss zu forcieren
- neue Partnerschaften zu knüpfen, um die Nachhaltigkeit in allen Bereichen voranzutreiben
- Ethik und Compliance als wesentlichen Teil unserer Geschäftstätigkeit zu leben

Was wir der Gesellschaft zurückgeben.

Wir sind in vielen Regionen unseres Landes verankert und schaffen damit rund 2.500 Arbeitsplätze. Wir tragen Verantwortung für unsere Mitarbeiter und bieten einen sicheren Arbeitsplatz und Weiterbildungsmöglichkeiten.

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>

Alkoholfreier Konsum im Trend¹

Dem Genussfaktor kommt beim Biertrinken eine klar steigende Wertigkeit zu: Mittlerweile jeder Dritte trinkt Bier vor allem, wenn er oder sie Gusto auf den typischen Biergeschmack hat. Das zeigt sich auch im Zusammenhang mit alkoholfreiem Bier. Hauptgrund für den Konsum von alkoholfreiem Bier ist zwar das Autofahren (49 %). Ganze 42 % der Befragten sagen jedoch bereits, sie greifen zu alkoholfreiem Bier, wenn

sie Lust auf den Geschmack haben, aber bewusst auf den Alkohol verzichten möchten – ein Aspekt, der vor allem für Frauen zutrifft. Für 18 % ist alkoholfreies Bier wiederum die Alternative zu anderen antialkoholischen Getränken. Derzeit greift ein Fünftel der österreichischen Bevölkerung (22 %) gerne zu alkoholfreiem Bier.

Die Österreicher rechnen auch mit einer Zunahme dieses Konsums. Fast jeder Zweite (48 %) geht davon aus, dass der Konsum von alkoholfreiem Bier in den nächsten zehn Jahren zunehmen wird. Schon jetzt konsumiert ein Drittel jener Österreicher, die generell alkoholfreies Bier trinken, dies im Vergleich zu früher öfter bzw. mehr. Insbesondere untertags greifen die Österreicherinnen und Österreicher verstärkt zu alkoholfreien Bieren, auch zum Anstoßen bei geselligen Anlässen. Mit der markenübergreifenden Initiative „AlkoholFREIZONE“ präsentiert die Brau Union Österreich ihre vielfältige Produktpalette und wird zunehmend zu einem Spezialisten für alkoholfreie Biere. Das breite Spektrum an alkoholfreien Bieren fördert so den Trend zu verantwortungsbewussten Konsum.

¹Diese Zahlen gehen aus dem aktuellen Bierkulturbericht hervor, den die Brau Union Österreich jährlich beim Market Marktforschungsinstitut in Auftrag gibt, um Entwicklungen und Trends in der österreichischen Bierkultur auf den Grund zu gehen.

Brau Union Österreich unterstützt „Amuse Bouche“

Die Brau Union Österreich hat es sich zum Ziel gesetzt, Österreich zum Land mit der besten Bierkultur Europas zu machen. Dazu gehört auch, nachhaltige Partnerschaften und Vernetzung mit ihren Kunden in der Gastronomie einzugehen, um die Lehrlingsförderung aktiv zu forcieren.

Eine langjährige Partnerschaft in diesem Bereich besteht mit Amuse Bouche, der außergewöhnlichen Lehrlingsinitiative der Spitzenhotellerie. „Amuse Bouche“ 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.

Umgesetzte Maßnahmen 2019

- Bereits seit 11 Jahren bietet der jährliche Wettkampf der Top-Lehrlinge von Amuse Bouche Lehlings-Teams aus rund 20 Spitzenhotels die Chance, Fachwissen und -können unter Beweis zu stellen und Branchenkontakte zu knüpfen. Zum 12. Mal, unterstützt die Brau Union Österreich diesen Wettbewerb als Sponsor zu den Themen Bierkultur und verantwortungsvoller Genuss.
- „Wiener-Gastro-Burger 2019“: Amuse Bouche lud in Zusammenarbeit mit der Brau Union Österreich Lehlings aus Wiener Gastronomiebetrieben zur Teilnahme an einem ganz besonderen Wettkampfformat ein. 50 Lehlings entwickelten kreative Rezepte zu ihrer Interpretation des „Wiener-Gastro-Burger 2019“. Der Sieger-Burger wurde im Juni 2019 beim Ersten Wiener Kulinariktag im Kursalon Wien vorgestellt.

Schutzengel auf vier Pfoten

Signalhunde sind besonders ausgebildete Hunde. Sie helfen zuckerkranken Menschen, wenn Sie in einen unter- oder überzuckerten Zustand verfallen und diesen selbst nicht rechtzeitig bemerken - vor allem nachts. Da dies sehr kostenintensiv ist, unterstützt die Brauerei Wieselburg mit der Marke Kaiser, gemeinsam mit anderen Wirtschaftstreibern eine Familie in Niederösterreich, um für deren diabeteskranken Tochter einen Signalhund ausbilden zu lassen.

Engagement am dritten Arbeitsmarkt:

Langjährige Zusammenarbeit:

Seit fünf Jahren etwa finden in der Brauerei Schwechat erwerbslose Menschen mit Beeinträchtigung über den Verein Arge Chance eine Beschäftigung. In Graz kooperiert man mit alpha nova, um Menschen mit Beeinträchtigung in der Brauerei Puntigam einzusetzen. Projektpartner der Brauerei Schladming ist das Diakoniewerk Schladming, um Menschen mit Beeinträchtigung ein sinnstiftendes Arbeitsleben zu ermöglichen. Und in der Brauerei Zipf finden seit 2016 mit assista Soziale Dienste Vöcklabruck vier Menschen eine integrative Beschäftigung.

Kooperation mit der Caritas in Linz

Die jüngste Kooperation wurde im März 2019 mit der Caritas am Standort Linz gestartet. Zweimal pro Woche bekommen die Mitarbeiter am Standort Linz der Brau Union Österreich Unterstützung von Menschen mit Beeinträchtigung, die bei der Caritas eine berufliche Qualifizierung absolvieren. Arbeiten wie Leergebinde im Getränkelager sortieren, das Leihinventar der Eventlogistik, Gläser, Kühlschränke, Bierbänke und -tische kontrollieren und reinigen sowie neue Gläserlieferungen auspacken, übernehmen die Teilnehmer in zwei Schichten. Begleitet werden sie dabei von Betreuern der Caritas. Ziel ist es, dank des Trainings in einem realen Arbeitsumfeld, die Jugendlichen aufzubauen, damit sie am ersten Arbeitsmarkt Chancen haben.

Die Initiative „Ö3 Wundertüte“ wurde auch 2019 wieder unterstützt. Dabei wurden rund 70 Mobiltelefone samt Zubehör, die aus dem Inventar des Unternehmens bzw. aus dem Privatbesitz von Mitarbeitern ausgeschieden wurden, gespendet. Die Initiative „Ö3 Wundertüte“ ermöglicht 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.

Ausblick 2020

▪ **Vorreiter in der Nachhaltigkeit bleiben**

2020 wird wieder ein 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 Lehlingsinitiative Amuse Bouche bleibt ein zentrales Anliegen, ein starker Fokus liegt weiterhin auf dem alkoholfreien Bereich.

▪ **Transparenz weiter vorantreiben**

Bis Ende 2020 planen wir die Etiketten all unserer Biere mit den Informationen zu Bierzutaten und Nährwerten auszustatten.

Kundenprojekte/Services

Wie wir die österreichische Bierkultur stärken.

Unser Ziel ist es, die österreichische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Herausforderungen zu gestalten und weiterzuentwickeln. 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 Gösler-Bannern im Wintersport und Puntigamer- oder Zipfer-Bannern beim Fußball. Die Marke Gösler als Partner des ÖSV war auch in der Saison 2019 bei Skirennen 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 Platz und diverse Marken warnen mit Symbolen direkt auf der Flasche vor Alkoholkonsum während Autofahrten oder während der Schwangerschaft. Die Marken Zipfer, Gösler und Puntigamer heben auf den Etiketten die jeweilige Website mit Tipps für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol hervor.

Nähere Infos unter:

<https://www.goessler.at/vernuenftig-geniessen/>

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

<http://www.zipfer.at/verantwortung.html/>

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. 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. Auch in Zukunft wird ein Schwerpunkt auf der Entwicklung von alkoholreduzierten und alkoholfreien Bieren liegen. Der Trend ist zunehmend steigend, so bietet die Brau Union Österreich mittlerweile knapp 20 alkoholreduzierte bzw. alkoholfreie Biere und Biermischgetränke an. Mit gutem Gewissen unterstützen wir Sportveranstaltungen mit alkoholfreiem Bier.“

Andreas Stieber, Leitung Marketing

Produktentwicklung mit Verantwortung

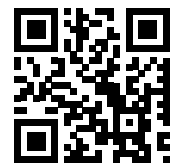
Uns ist es wichtig, dass unsere Kunden und Konsumenten verstehen, wie wir arbeiten: So bieten wir etwa Brauereiführungen an, Besuche in den Braumuseen und Biersommelier-Ausbildungen in Kaltenhausen und Wien. Bis Ende 2019 haben wir in den sechstägigen Kursen 263 Biersommeliers ausgebildet. Der Abschluss dieser fundierten Ausbildung berechtigt zur Führung der Berufsbezeichnung „Biersommelier/Biersommeliere“ sowie des Biersommelier-Zeichens. Nähere Infos unter <http://www.kaltenhausen.at/bierkultur/biersommelier-ausbildung/>

Brauereistandorte der Brau Union Österreich AG

ALLE BRAUEREIEN

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.

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



Ausführliche Informationen finden Sie online unter www.brauunion.at

Spezialitätenmanufaktur Hofbräu Kaltenhausen

ZUM WOHL VON UMWELT UND GESELLSCHAFT



- Handwerkliche Bierherstellung
- Verwendung von bestem unbehandeltem Wasser, Hopfen aus dem Mühlviertel und fast ausschließlich österreichischer Gerste
- Erneuerbare Energie von benachbartem Wasserkraftwerk
- Ausbildungsstätte für Biersommeliers (laufende Kursangebote das ganze Jahr)
- Regionaler Arbeitgeber mit besonders vielen langjährigen Mitarbeitern
- Spezialitäten-Manufaktur für besondere Bier-spezialitäten, wie z.B. jährliche Sondereditionen und saisonale Spezialitäten
- 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.
- Seit September 2019 gibt es eine zweite Heimat in Wien: „die Kaltenhauser Botschaft Fünfhaus“. Mit einem ganzheitlichen Konzept - Hotel, Restaurant mit Biergarten und Brauerei – wird in der Mariahilfer Straße 156-158 ein einzigartiges Service geboten. Die Kaltenhauser Craft Bier-Brauerei umfasst eine Kapazität von vorerst 1.500 hl.

Brauerei Schwechat

ZUM WOHL VON UMWELT UND GESELLSCHAFT



- **„BRAUWÄRMEPROJEKT“:** Das Konzept der Abwärmenutzung wurde ab 2018 auch in Schwechat umgesetzt, um 900 Wohnungen in der unmittelbaren Nähe zu heizen und mit Warmwasser zu versorgen. Mit dem von Brau Union Österreich und EVN gemeinschaftlich entwickelten einzigartigen Energieversorgungskonzept wird die Gärwärme, die im Brauprozess entsteht, über eine Wärmepumpe zur nachhaltiger Naturwärme für die Kunden in der unmittelbaren Nachbarschaft genutzt und so eine CO₂-Einsparung erzielt. Das Abwärmeprojekt ist ein gutes Beispiel für gelungene Innovation und Kooperation, Nutzung der vorhandenen Ressourcen und ein Beitrag zum Klimaschutz unter Berücksichtigung der Bevölkerung.
- Zusätzlich wird im Rahmen des Projektes ein **Kabelplus-Stützpunkt** errichtet, mit dem in der Region Schwechat rund 10.000 Kunden mit einem hochwertigem TV-Angebot und über 6.000 Kunden mit leistungsfähigem Breitband-Internet versorgt werden können. Die Abwärme der dafür notwendigen Serverräume wird ebenfalls im Projekt genutzt.

Weitere Initiativen um den ökologischen Fußabdruck zu verringern

- **Start für emissionsfreien Transport:** Der Startpunkt in die Elektromobilität erfolgte mit dem Elektrolastwagen (eTGE) von MAN, ein 3,5 Tonnen schwerer Transporter mit einer Reichweite von bis zu 200 Kilometern, er wird seit 2018 vorwiegend für Nachlieferungen und Sonderfahrten in Schwechat eingesetzt. Laut Kalkulation sparen wir damit pro Jahr etwa 1.300-1.400 kg CO₂.
- Ab 2020 sollen zusätzliche **E-Lkw der nächsthöheren Klasse** (eTGM mit 18 Tonnen) in den Fuhrpark aufgenommen werden. Aufgrund der leisen Lkws sind dadurch auch nächtliche Belieferungen denkbar.
- Im Herbst 2019 startete ein Projekt, welches für die Nachhaltigkeitsarbeit an den Brauereistandorten sichtbare Zeichen setzt. Am Standort erfolgte die **Pflanzung von Silberlinden**. Diese Bäume sind nicht nur schön anzusehen und wichtige Nahrungslieferanten für Bienen und Hummeln, sondern kommen auch gut mit Trockenheit, Hitze sowie Staub und Abgasen in Städten zurecht. Dank dieser Widerstandsfähigkeit werden die jungen Bäume weiterwachsen und ihren Beitrag zur Verbesserung der Luftqualität leisten.



Brauerei Schladming

ZUM WOHL VON UMWELT UND GESELLSCHAFT



Seit Mitte des Jahres 2019 wird mit der Grünen Brauerei Schladming bereits in einer zweiten Brauerei zur Gänze nachhaltig gebraut.

Nachhaltige Energieversorgung

Die Brau Union Österreich investiert laufend in eine nachhaltige Produktion. Die Brauerei Schladming wird auf ein neues Energiekonzept umgestellt.

- Bereits im Dezember 2018 wurde die Brauerei an das Schladminger Fernwärmenetz angeschlossen, welches ein Fünftel der notwendigen Energie liefert.
- Weiters wurde eine Pellets-Heizanlage installiert, um besonders aufwändige Prozesse ebenfalls aus nachhaltiger Energie speisen zu können.
- 6,8 Mio Halbe von bestem Bier werden ab Mitte des Jahres 2019 zur Gänze mit grüner Energie gebraut.

Im Transportbereich wurde ein neuer und sparsamer MAN HydroDrive-Lkw mit Abbiegeassistenten in Betrieb genommen.

Trend Bio-Bier

Die Schladminger Spezialitätenbrauerei nimmt innerhalb der Brau Union Österreich eine führende Position am österreichischen Biermarkt ein und Bio-Produktion ist gelebte Tradition. Insgesamt werden knapp 70 % des Schladminger Bieres im Heimatgebiet Steiermark getrunken. Bereits jedes vierte Schladminger wird im Osten verkauft, wo vor allem das BioZwickl sehr gut ankommt. Auch die Hauptsorte Schladminger Märzen legt weiter zu.

- Bio-Biergenuss mit 100 Prozent österreichischen Rohstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau gibt es in den Sorten BioZwickl und Schladminger Schnee Weiße.
- Am „Insa Bier“ brauen 26 Mitarbeiter mit viel Liebe zum Detail und mit besten Rohstoffen. Der ausgezeichnete Geschmack wurde bereits mehrfach prämiert.
- Anlässlich der 110-Jahr-Feier gab es für die vielen interessierten Besucher am Tag der offenen Tür Einblicke in die regionale Spezialitätenbrauerei.

Brauerei Zipf

ZUM WOHL VON UMWELT UND GESELLSCHAFT



- 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 konzeptioniert.
- Austausch eines alten Dampfkessels samt Brenneranlage, dadurch Senkung des Gasverbrauchs und der NO_x Emissionen.
- Zipfer unterstützt gastronomischen Fachrätenachwuchs 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.

Brauerei Puntigam

ZUM WOHL VON UMWELT UND GESELLSCHAFT



„Bier wärmt Wohnungen“

Die Brauerei Puntigam nutzt seit 2018 die Abwärme aus dem Brauprozess, um rund 800 Wohnungen, Büros und Geschäftsflächen im nebenan gelegenen Brauquartier Puntigam mit Wärme zu versorgen. Das Brauquartier Puntigam ist ein modernes Stadtbauprojekt und ermöglicht das Miteinander von Wohnen, Arbeiten, Freizeitgestaltung und Einkaufen. Mit rund 800 Wohnungen und 17.000 m² Gewerbe- und Büroflächen ist das Brauquartier ein idealer Standort für Geschäfte, Dienstleister und Firmensitze. Die C&P Immobilien AG realisiert in Graz-Puntigam das Brauquartier mit 65.000 m² Nutzfläche, gemeinsam mit der KELAG Energie & Wärme GmbH und der Brau Union Österreich. 2.000 Menschen

werden hier in Zukunft wohnen und teilweise auch arbeiten. 60 % der Nutzfläche des Brauquartiers sind bereits errichtet und besiedelt. 2020 soll dieses Vorhaben abgeschlossen werden.

Puntigamer braut pro Jahr mehr als eine Million Hektoliter Bier. Die Vergärung der Brauwürze muss gekühlt werden. Bisher wurde die Abwärme an die Umwelt abgegeben, nun wird die Abwärme aus dem Gärprozess als Energiequelle für die Heizung und die Warmwasserversorgung des Brauquartiers genutzt. Diese anspruchsvolle und technisch hochkomplexe Lösung ist seit Februar 2018 in Betrieb. Die KELAG Energie & Wärme GmbH wird im Endausbau an das Brauquartier etwa 3,8 Millionen Kilowattstunden pro Jahr an Wärme liefern. Das Brauquartier Puntigam ist ein gelungenes Projekt in Richtung 100 % grüne Energie für die Kunden zu liefern und das möglichst aus der Region und mit Rücksicht auf die Menschen.

Im Herbst 2019 wurde auch am Standort Puntigam eine Silberlinde gepflanzt, als Startpunkt sichtbare Zeichen für die Nachhaltigkeitsarbeit zu setzen. Weiters erhielt die Brauerei eine neuerliche Ökoprofit-Auszeichnung.

Brauerei Falkenstein/Lienz

ZUM WOHL VON UMWELT UND GESELLSCHAFT



- Der Bierausstoß in der Brauerei Falkenstein ist in den letzten drei Jahren um rund 10 % gestiegen – vor allem der Flaschenanteil erhöht sich kontinuierlich.
- Verwendung von Leutschacher Hopfen, 100 % österreichischer Gerste und Wasser aus dem hauseigenen Brunnen

- Bereits seit Februar 2017 ist eine neue Abfüll- und Etikettieranlage in Betrieb. Für die Erneuerung der Transportbänder wurde eine Erweiterung der Flaschenabfüllhalle notwendig. 18.000 Flaschen können so pro Stunde abgefüllt werden
- Installation und Inbetriebnahme einer neuen Kesselsteuerung: Diese ermöglicht die optimale Regelung des Dampfdrucks (thermische Energie), der Brenneinstellung und Wasserversorgung für den Kessel und führt mittelfristig zu Energieeinsparungen.
- 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.
- Stärkung der österreichischen Bierkultur durch Bier-Innovationen.
- Mitarbeitersicherheit: Neueste sicherheitstechnische Einrichtungen für die Kesselanlage.

Brauerei GÖSS

ZUM WOHL VON UMWELT UND GESELLSCHAFT



Die Grüne Brauerei Göss, die seit 2016 durch die Kombination unterschiedlicher intelligenter Energiesysteme zu 100% nachhaltig Bier braut, ist weltweit Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit und wurde 2019 von der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA als DAS Aushängeschild für nachhaltige österreichische Wirtschaft präsentiert.

Durch zahlreiche Initiativen wird in der Brauerei die Nutzung erneuerbarer Energieträger forciert und gleichzeitig der Verbrauch von Wärme, Strom und Kraftstoffen gesenkt:

- Rund 40 % des Wärmebedarfs werden aus der Abwärme eines benachbarten Holzverarbeitungsbetriebes gedeckt

- Rund 50 % des Wärmebedarfs werden durch Biogas gedeckt, welches in der neuen Biotrebervergärungsanlage gewonnen wird
- Weitere rund 5–10% liefert Biogas aus der Abwasserreinigungsanlage
- Eine rund 1.500 m² große Solarthermianlage versorgt die Brauerei zusätzlich mit umweltfreundlicher Solarenergie
- 100 % des Strombedarfs werden aus erneuerbaren Quellen gedeckt, gleichzeitig werden 90 % der Abwärme aus dem Brauprozess wiederverwendet.

Für das umfassende Engagement im Bereich Nachhaltigkeit wurde die Brauerei Göss bereits mehrfach ausgezeichnet: Unter anderem mit dem „Energy Globe Austria“, dem „EU Sustainable Energy Award“ inkl. EU Publikumspreis „Citizens Choice Award“ und 2018 dem „Sustainability Leaders Award“.

Biologische Rasenmäher auf den Weidegründen der Brauerei Göss: Durch die Unterstützung des „Vereins Eselrettung“ fungieren Esel als „biologische Rasenmäher“. Die Esel in Göss kann man im Rahmen einer Brauereiführung sogar besuchen und nebenbei noch Österreichs beliebtestes Bier verkosten. Mehr Informationen zum Verein gibt es unter www.eselrettung.at.

Brauerei Wieselburg

ZUM WOHL VON UMWELT UND GESELLSCHAFT



- Stärkung von Mehrweggebinden durch Bügelverschlussflasche
- Brauwasser aus brauereieigenen Brunnen, für das Malz wird zum überwiegenden Teil zweizeilige Sommerbrauergerste aus Niederösterreich verwendet
- Planung und Errichtung einer Photovoltaikanlage mit 200 kWp/1.200 m² bis 2021.

- 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.
- Fernwärme: 50 % der thermischen Energie kommt aus einem benachbarten Holzverarbeitungsbetrieb
- Prüfung und Konzeption einer Biotrebervergärungsanlage mit dem Ziel einer 100 % CO₂-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

ÜBER DIESEN BERICHT

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2019 ist bereits der zehnte Nachhaltigkeitsbericht der Brau Union Österreich und wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards-Option Kern erstellt (siehe auch Heineken).

Ein weiteres Mal möchten wir 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.

Berichtsumfang

Dieser Nachhaltigkeitsbericht publiziert Daten der Brau Union Österreich AG im Berichtszeitraum 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2019. Im Zuge der Umstellung des Berichtszeitraumes beim UN Global Compact auf Oktober, um die jeweils vorjährige Berichterstattung zu gewährleisten, wurde im Bericht 2019 auch das Berichtsjahr 2018 mit allen dazugehörigen Maßnahmen und Daten integriert. Prinzipiell wird hauptsächlich auf das Berichtsjahr 2019 Bezug genommen, bei manchen Texten werden – je nach Situation – auch Maßnahmen von 2018 dargestellt. Alle Daten von 2018 sind im Datenanhang zu finden.

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 aufgrund 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 aufgrund 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 und Zuverlässigkeit der Daten

Kennzahlen werden quartalsweise bzw. monatlich je nach Bereich in unterschiedlichen Systemen erfasst und berichtet. Unsere Leistungen können wir so laufend mit unsere Fokuszielen vergleichen und noch unterjährig Verbesserungen durchführen. Alle angegebenen Daten im Bericht werden von den jeweils abteilungsinternen Experten und Verantwortlichen auf lokaler Ebene geprüft und schlussendlich vom globalen HEINEKEN AuditTeam validiert. Unser globales HEINEKEN-Audit-Team prüft zudem jährlich den gesamten Berichtsprozess und führt auch lokale Validierungsaudits durch. So wird auf allen Ebenen die Datenrichtigkeit garantiert.

Definitionen

- 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 CO₂-Emissionen miteinbezogen.

Noch ein abschließendes Wort. Selbstverständlich möchten wir Damen und Herren gleichermaßen ansprechen – auch wenn wir der Lesefreundlichkeit zuliebe meist auf geschlechtsneutrale Formulierungen verzichten haben.



Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

ZUM WOHL DER UMWELT

301-1 EINGESETZTE MATERIALIEN NACH GEWICHT ODER VOLUMEN

Erneuerbare Rohstoffe (t) (2019)	Gesamt
Hopfen	351,2
Malz aus Gerste	89.914

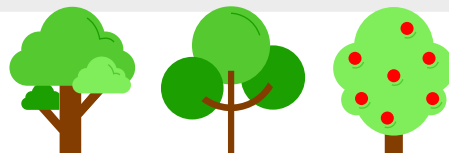
Im Bereich der eingesetzten Materialien beschränken wir uns auf unsere verwendeten Rohstoffe und Primärverpackungen.

Primärverpackung (hl) (2019)	Gesamt hl	Anteil %
MW-Glasflasche	2.569.165	45,55 %
EW-Glasflasche	20.647	0,37 %
MW-Glasflasche	47.909	0,85 %
EW-Glasflasche	515.276	9,14 %
EW-Glasflasche	4.402	0,08 %
PET 0,5 l	209	0,00 %
PET 0,4 l	13.878	0,25 %
PET 0,33 l	5.328	0,09 %
Dose 0,5 l	1.486.346	26,35 %
Dose 0,33 l	25.791	0,46 %
Fass David	20.482	0,36 %
BT-Fass	0	0,00 %
Blade/Brewlock Fass	43.735	0,78 %
Fass 20 l	83.200	1,48 %
Fass 25 l	56.922	1,01 %
Fass 30 l	63.672	1,13 %
Fass 40 l	0	0,00 %
Fass 50 l	683.252	12,11 %

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) (2019)	hl	Anteil %
MW-Gebinde (Mehrweg-Glasflasche, Fass)	3.568.337	63,27 %
EW-Gebinde (Einweg-Glasflasche, PET-Flasche, Dose)	2.071.877	36,73 %

Verpackungsmix (2019)	hl	Anteil %
MW-Glasflaschen	2.617.074	46,40 %
EW-Glasflaschen	540.325	9,58 %
PET-Flaschen	19.415	0,34 %
Dosen	1.512.137	26,81 %
Fässer	951.263	16,87 %



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 68 % (Weißglas bis zu 60 %, Braunglas bis zu 75 % und Grünglas bis zu 90 %). Auch bei den Dosen achten wir darauf, möglichst Recyclingmaterial zu verwenden. In Österreich liegt die Recyclingquote lt. ARA von Dosen bei 70 % und bei PET-Flaschen bei 56 %. Zum Recyclinganteil von Fässern liegen uns leider keine Zahlen vor.

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

	2018	2019
Gesamtenergieverbrauch (MJ)		
	437.592.366	458.775.822
Veränderung 2018–2019 in Prozent		+4,62
Gesamtverbrauch thermische Energie (MJ)		
	315.405.904	331.295.477
davon Dampfverbrauch (MJ)	282.272.647	289.109.971
davon Heizenergie (MJ)	33.133.257	32.440.042
Veränderung 2018–2019 in Prozent		+4,8
Gesamtverbrauch elektrische Energie (kWh)		
	33.940.684	35.411.207
davon Kühlenergie (MJ)	7.826.447	8.074.199
Veränderung 2018–2019 in Prozent		+4,15

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.

Die Summe aus Dampfverbrauch und Heizenergie ergibt ab 2019 nicht mehr den Gesamtverbrauch thermischen Energie aufgrund des berücksichtigten Kesselwirkungsgrades

Thermische Energie – nach Art der Quelle (2019)	Anteil am Gesamtverbrauch (%)	Gesamtverbrauch an thermischer Energie (MJ)
Erneuerbare thermische Energie (Biogas, Biomasse)	23,2 %	90.527.893
*davon zugekaufte, erneuerbare Energie		85.269.561
*davon selbst erzeugte, erneuerbare Energie		5.258.332
Gasförmige Kraftstoffe	72,8 %	262.954.633
Flüssige Kraftstoffe	2,1 %	7.538.741
Gesamte thermische Energie	100,0 %	360.965.956
Verkaufte thermische Energie		29.670.479



Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

Elektrische Energie – nach Art der Quelle (2019)	Anteil am Gesamtverbrauch (%)	Gesamtverbrauch an elektrischer Energie (kWh)
Selbst erzeugte erneuerbare Energie	3,0 %	1.138.465
Zugekaufte erneuerbare Energie (Öko-Zertifikat)	94,9 %	35.554.259
Selbst erzeugte nicht erneuerbare Energie	2,1 %	776.700
Gesamte elektrische Energie	100,0 %	37.469.424
Verkaufte elektrische Energie		2.058.217

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. Importierte 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

	2018	2019	Veränderung 2018–2019
Spezifischer Verbrauch – thermische Energie MJ/hl	55,48	57,88	4,3 %
Spezifischer Verbrauch – elektrische Energie kWh/hl	6,21	6,19	-0,3 %
Spezifischer Gesamtenergieverbrauch MJ/hl	77,85	80,16	3,0 %

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)

	2018	2019	Veränderung 2018–2019
Gesamtwasserentnahme (m³)	1.686.723,00	1.771.588,00	4,79%

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.

	2018	2019	Veränderung 2018–2019
Spezifischer Wasserverbrauch hl Wasser / hl Bier	3,09	3,09	0,00 %



305-1 DIREKTE TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN INKLUSIVE GWP (SCOPE 1) (kg CO₂e)

	2018	2019
Direkte Treibhausgas-Emissionen (kg CO ₂ e)	9.888.910,10	10.357.721,30

In der Berechnung der direkten und indirekten Treibhausgasemissionen werden folgende Emissionen miteinbezogen: direkte Emissionen – CO₂-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, MARKTBASIERTE (SCOPE 2) (kg CO₂e)

	2018	2019
Direkte Treibhausgas-Emissionen (kg CO ₂ e)	3.928.921,60	5.419.930,38

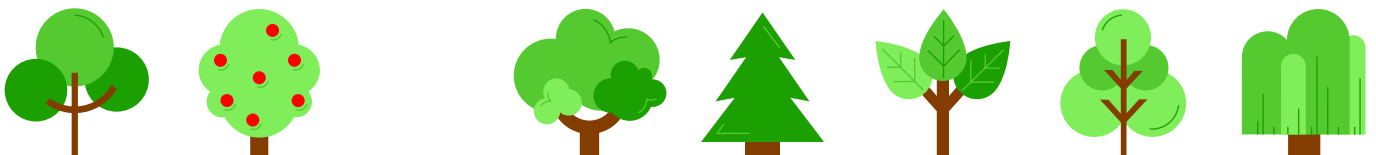
305-4 INTENSITÄT DER TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN (SCOPE 1 UND SCOPE 2) & 305-5 REDUZIERUNG DER THG-EMISSIONEN

	2018	2019	Veränderung 2018–2019
Direkte THG-Emissionen kg CO ₂ e/hl Bier	1,8	1,7	- 5 %
Indirekte THG-Emissionen kg CO ₂ e/hl Bier	0,7	0,9	10,6 %
Gesamt THG-Emissionen kg CO ₂ e/hl Bier	2,5	2,6	2,8 %

NO_x, SO_x UND ANDERE SIGNIFIKANTE LUFTEMISSIONEN

	2018	2019
NO _x Emissionen (kg)	31.564,20	30.479,50
SO _x Emissionen (kg)	1.447,50	531,50
NH ₃ in Verwendung (kg)	44.601,00	44.601,0
NH ₃ -Verluste (kg)	458,00	505,0
HC-basierte Kühlmittel (kg)	687,00	690,0
HC-basierte Kühlmittel-Verluste (kg)	3,00	91,00
kg R11-Äquivalente	–	–
Tonnen CO ₂ -Äquivalente	11,88	331,5

Für den Treibhauseffekt sind vor allem Kühlmittelverluste (z. B. HCFCs) verantwortlich. Eutrophierung ist durch NO_x-, SO_x- und NH₃ Emissionen bedingt. R11 ist das Ozonabbaupotenzial. Die unter EN21 angeführten Luftemissionen sind in der Darstellung der Scope 1-Emissionen nicht enthalten.



Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

306-1 GESAMTVOLUMEN DER ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT

	2018	2019
Gesamtvolumen an Abwasser (m³)	1.337.086,00	1.386.168,00
Qualität des Abwassers		
Organische Belastung des Abwassers (t CSB)	3.309,71	3.446,00
Stickstoffgehalt (kg N)	–	–
Phosphorgehalt (kg P)	–	–
Schwebstoffanteil (t SS)	–	–
Einleitungsort des Abwassers		
Oberflächenwasser	0 %	0 %
Aufbereitungsanlage	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

	2018	2019
Gesamte Beiprodukte, Verpackung und Industrieabfall (t)	118.228,38	122.356,54
Nicht rezyklierter Abfall (%)	0,0 %	0,0 %
Gesamter Klärschlamm (t)	144,65	160,75
Nicht rezyklierter Klärschlamm (%)	0,0 %	0,0 %
Gesamter gefährlicher Abfall (t)	96,18	52,22
Nicht rezyklierter gefährlicher Abfall (%)	0,0 %	0,0 %
Gesamtabfall (t)	119.872,04	122.569,51

Die Abfallmengen werden im dezentralen AMES-System an den Standorten aufgezeichnet und dann ins BCS-System übertragen.
Alle unsere Abfälle werden rezykliert – das bedeutet, dass alle unsere Abfälle gesetzeskonform entsorgt werden.



Nach Art der Entsorgungsmethode	Gesamtgewicht (t) 2018	Anteil am Gesamt- gewicht (%) – 2018	Gesamtgewicht (t) 2019	Anteil am Gesamt- gewicht (%) – 2019
Wiederverwendung	–	0,00 %	0,42	0,00 %
Menschliche Ernährung	–	0,00 %	–	0,00 %
Futtermittel	96.920,80	80,85 %	99.416,03	82,17 %
Materialien	5.403,81	4,51 %	5.795,89	3,49 %
Kompost / Düngemittel	3.217,06	2,68 %	3.602,99	2,98 %
Energie (Biogas)	1.811,71	1,51 %	1.913,80	1,58 %
Verbrennung mit Energiegewinnung	12.517,97	10,44 %	11.840,27	9,79 %
Verbrennung mit Wärme Gewinnung	–	0,00 %	–	0,00 %
Deponierung	0,691	0,00 %	0,116	0,00 %
Gesamt	119.872,04	100 %	122.569,51	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

	2018	2019
Bestehende Lieferanten*	1.983	1.673
Lieferanten mit bestätigter Abweichung	–	–
Lieferanten mit Unterschrift	1.937	1.640
Rate der Unterzeichnung	98 %	98 %
Lieferanten, bei denen eine Lieferanten-Risiko-Analyse durchgeführt wurde	1.982	1.673
Rate der Lieferanten mit Risiko-Analyse	100 %	100 %
Gesamtanzahl der Lieferanten, die laut EcoVadis-Assessment ein hohes Risiko tragen	22	24
Gesamtzahl der Lieferanten, die das EcoVadis-Assessment abgeschlossen haben	18	21
Rate der riskanten Lieferanten, die das EcoVadis-Assessment abgeschlossen haben	82 %	88 %

* Lieferanten mit mindestens einer Rechnung in den letzten 18 Monaten



ZUM WOHL DER MITARBEITER

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

	2018	2019*
Gesamtbelegschaft	2.494	2.534
Vollzeit	2.244	2.255
Teilzeit	250	279
männlich	2.008	2.035
weiblich	486	499
unter 30 Jahren	378	408
30–50 Jahre	1.078	1.070
über 50 Jahren	1.038	1.056

* Stichtag 31.12.2019

GESAMTBELEGSCHAFT
(JAHRES DURCHSCHNITT 2019)
NACH BUNDESLAND UND VERTRAG

Burgenland	27
Kärnten	154
Niederösterreich	626
Oberösterreich	740
Salzburg	102
Steiermark	745
Tirol	129
Vorarlberg	12
Befristet	85
Unbefristet	2.449

Neu eingestellte Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht & Einstellungsrate

	2017	2018	2019
unter 30 Jahren	106	79	101 (24,8 %)
zwischen 30–50 Jahre	90	87	87 (8,1 %)
über 50 Jahren	17	10	17 (1,6 %)
männlich	148	115	156 (7,7 %)
weiblich	65	61	49 (9,8 %)
Gesamt neu eingestellte Mitarbeiter	213	176	205 (8,1 %)

Ausgeschiedene Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht & Ausstiegsrate

	2017	2018	2019
unter 30 Jahren	46	47	43 (10,5 %)
zwischen 30–50 Jahre	65	47	68 (6,4 %)
über 50 Jahren	73	69	93 (8,8 %)
männlich	136	116	159 (7,8 %)
weiblich	48	47	45 (9 %)
Gesamt ausgeschiedene Mitarbeiter	184	163	204 (8 %)



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

Karenzzeit 2019	männlich	weiblich
Gesamtanzahl der Beschäftigten mit Anspruch auf Karenz	2.035	499
Gesamtanteil der Beschäftigten mit Anspruch auf Karenz	100 %	100 %
Gesamtzahl der Beschäftigten, die Karenz in Anspruch genommen haben	25	40
Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach Beendigung wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind	23	19
Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach Beendigung wieder an Arbeitsplatz zurückgekehrt sind und 12 Monate nachher noch da waren	23	19
Rückkehrrate	92 %	48 %
Verbleibsrate	92 %	48 %

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, BERUFSKRANKHEITEN, AUSFALLSTAGE, ABWESENHEIT UND ARBEITSBEDINGTE TODESFÄLLE

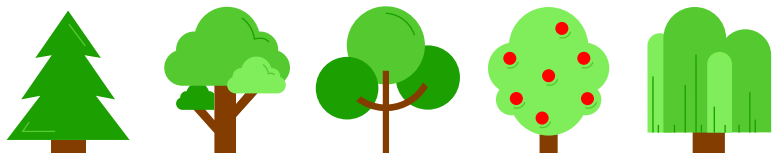
Arbeitsunfälle 2019	Support	Logistik	Verkauf	Produktion	Gesamt
Todesfälle	0	0	0	0	0
Schwere Unfälle	0	29	1	3	33
Leichte Unfälle (< 3 Tage)	0	0	0	0	0
Gesamtunfälle	0	29	1	3	33
Ausfallstage	0	688	23	35	746

	2018	2019	Veränderung 2018–2019
Verletzungsrate	1,3	1,3	-0,2 %
Unfallschwere	25	22,6	-9,6 %

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

Unfallschwere = Ausfallstage/100 FTE



Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

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

Stunden nach Geschlecht pro Mitarbeiter (h)	2017	2018	2019
männlich	15,5	19,2	15,0
weiblich	12,0	22,0	54,9
Durchschnitt	14,8	19,7	22,9

Stunden nach MA-Kategorie pro Mitarbeiter (h)

Senior Management	16,3	3,6	0,7
Mittleres Management	28,1	31,1	32,3
Andere Mitarbeiter	14,1	19,2	22,5

Gesamtstunden aller Mitarbeiter (h)	35.333	49.173	57.947
männlich	29.775	38.469	30.546
weiblich	5.558	10.704	27.401

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

	2017		2018		2019	
	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
Senior Management						
unter 30 Jahre	0	0	0	0	0	0
30–50 Jahre	3	0	4	0	5	0
über 50 Jahre	5	0	7	0	7	0

Mittleres Management

unter 30 Jahre	15	12	18	15	18	16
30–50 Jahre	87	35	101	47	104	54
über 50 Jahre	81	8	81	9	86	10

Andere Mitarbeiter

unter 30 Jahre	244	96	248	97	275	99
30–50 Jahre	752	181	746	179	734	173
über 50 Jahre	770	133	803	139	806	147



Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

SHARED VALUE MATRIX: 102-43ANSATZ 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	Produktkennzeichnung	416-2, 417-1, 417-2	Konsumentengesundheit und -sicherheit
	Gesundheitsaspekte			Compliance
	Transparenz in Sachen Nachhaltigkeit			
Mitarbeiter	Biologische Rohstoffe	Produkte & Dienstleistungen	301-1, 301-2	Materialien, Produkte und Dienstleistungen
	Arbeitsplatzstabilität	Beschäftigung	401-1, 401-2, 401-3	Beschäftigung und Diversität
	Vielfalt & Chancengleichheit	Vielfalt & Chancengleichheit	405-1, 406,1	Beschäftigung und Diversität
		Gleichbehandlung		Compliance
	Aus- & Weiterbildung	Aus- & Weiterbildung	404-1, 404-2, 404-3	Aus- und Weiterbildung
Lieferanten	Arbeitssicherheit und Gesundheit	Arbeitssicherheit und -gesundheit	403-1 (2016)	Arbeitssicherheit und Gesundheit
	Lohnniveau	Gleicher Lohn für Frauen & Männer	405-2	Entlohnung
	Lokale Beschaffung / Regionalität	Lokale Beschaffung	204-1	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
	Supplier-Code-Verpflichtungen	Lieferantenbewertung	308-1, 414-1	Lieferantenbewertung
	Langfristige Partnerschaften			
Umwelt	Reduktion des Energieverbrauchs & CO ₂ -Emissionen	Energie Emissionen	302-1, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-4	Energie & CO ₂ Emissionen (NO _x , SO _x)
	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	Indirekte Wirtschaftliche Auswirkungen	203-2	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
	Beschwerdemanagement Biersteuer			
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.

GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

GRI 102: Allgemeine Angaben 2016

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, 43–47	
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 wie derum 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	Dienstleistungen
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, 30, 55	
GRI 102-9	Lieferkette	5, 8–9, 22	
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		Keine Änderungen
GRI 102-11	Vorsorgesatz und Vorsorgeprinzip	5, 11, 12–13, 14	
GRI 102-12	Externe Initiativen	12–13, 17, 40–41	
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensgruppen	12, 17	



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

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	
------------	---	----	--

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. 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: 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	16, 57	
GRI 102-41	Tarifverträge		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	16, 57	
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	16, 57	
GRI 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	15–16	



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

Code Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe Seite / Quelle Anmerkungen und Auslassungen

VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG

GRI 102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	8–9	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	15–16	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	16	
GRI 102-48	Neudarstellung von Informationen		Aus Wettbewerbsgründen werden die Informationen im Bereich Energie gesamthaft für die Gruppe dargestellt und nicht für die einzelnen Standorte.
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung		Keine Änderungen
GRI 102-50	Berichtszeitraum	48	Kalenderjahr 2018/19, 1. Jänner 2018 bis 31. Dezember 2019
GRI 102-51	Datum des letzten Berichts		April 2019
GRI 102-52	Berichtszyklus	48	Jährlich
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	69	
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	48	Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern erstellt
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	59–68	
GRI 102-56	Externe Prüfung		Keine externe Prüfung



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

Code Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe Seite / Quelle Anmerkungen und Auslassungen

MATERIALIEN / PRODUKTE & DIENSTLEISTUNGEN

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	22, 23, 26	
GRI 301: Materialien 2016			
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	49	
GRI 301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	50	

ENERGIE & CO₂

GRI 103-1-103-3	Managementansatz 2016	19–21, 23, 28	
GRI 302: Energie 2016			
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	14, 21, 51	
GRI 305-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	20, 21, 50	
GRI 305-3	Energieintensität	51	

NO_x & SO_x EMISSIONEN

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	19–21	
GRI 305: Emissionen 2016			
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	24	
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	24	
GRI 305-4	Intensität der THG-Emissionen	24, 52	

WASSER & ABWASSER

GRI 303: Wasser 2018		14, 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	27, 53	



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
ABFALL			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	26	
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016			
GRI 306-1	Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	53	
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	26, 53, 54	
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	26	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016			
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	14, 26, 54	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	14, 26, 54	Siehe auch GRI 308-1
BESCHWERDEMANAGEMENT			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	36, 58	
Eigener Indikator	Anzahl der Beschwerden		Es wurden in der Berichtsperiode keine Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, Auswirkungen auf die Gesellschaft und menschenrechtliche Auswirkungen eingereicht.



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

Code Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe Seite / Quelle Anmerkungen und Auslassungen

KUNDENZUFRIEDENHEIT

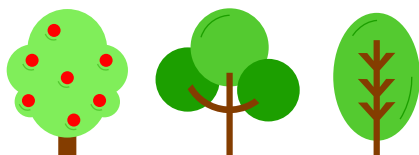
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	36–38	
Eigener Indikator	Innovationen Schanktechnik	36, 38	

BESCHÄFTIGUNG & DIVERSITÄT

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	30	
GRI 401: Beschäftigung 2016			
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	55	
GRI 401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	56	
GRI 401-3	Elternzeit	32, 56	
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016			
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	57	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	32–34	
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016			
GRI 403-1	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	33	An jedem unserer Standort mit mehr als 100 Mitarbeitern gibt es einen Arbeitssicherheitsausschuss und zusätzlich an zentraler Stelle das SHE-Committee.



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

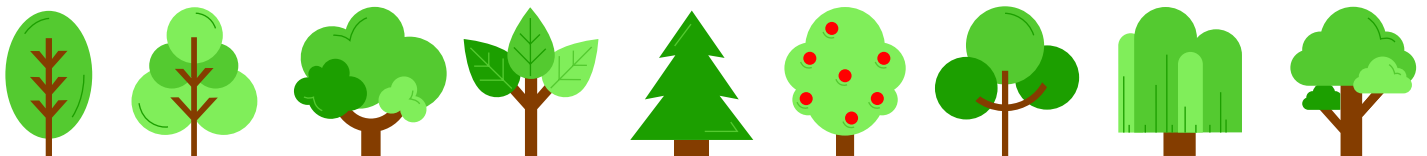
Code Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe Seite / Quelle Anmerkungen und Auslassungen

AUS- UND WEITERBILDUNG

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	31–32	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung			
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	32, 57	
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	32	
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.

INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	40	
GRI 203: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen			
GRI 203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	40–41	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016			
GRI 204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	14, 22	



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
COMPLIANCE			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	40	
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016			
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutz-gesetzen und -verordnungen		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 Vor-schriften erhalten. Informationen werden über das HEINEKEN-Business Comparison System (BCS) gesammelt.
KONSUMENTENGESUNDHEIT & -SICHERHEIT			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	36, 38, 41	
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	38, 40	
Eigener Indikator	Bierspezialitäten	38	
KLIMAWANDEL-RISIKO			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	16, 20, 21	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistungen 2016			
GRI 201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klima-wandel verbundene Risiken und Chancen	4–5, 14	



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

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, 26	
Eigener Indikator	Brauereien mit einem Umweltmanagementsystem	43–47	



GRI Inhaltsindex – in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern

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		<p>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.</p> <p>Bei großen Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen werden zuvor die Implikationen für Umwelt und Gesellschaft abgeklärt.</p> <p>Es wurden uns im Berichtszeitraum keine erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf lokale Gemeinschaften berichtet.</p>

KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016			
GRI 417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	41	Die Brau Union Österreich unterliegt als Teil der HEINEKEN-Familie dem „Labelling requirements Standard“. Dieser enthält sowohl verpflichtende als auch freiwillige Kennzeichnungsvorgaben 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 wurde eine Beanstandung betreffend der Mindesthaltbarkeitsdatum-Kennzeichnung gemeldet, welche fristgerecht behoben wurde. Ansonsten gab es keine Verstöße. Der HEINEKEN-„Labelling requirements Standard“ enthält auch freiwillige Kennzeichnungsvorgaben, wie zum Beispiel Angaben zum verantwortungsvollen Konsum. In diesem Bereich gibt es noch Aufholbedarf.



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:

Michaela Eichhorn

www.denkstatt.eu

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 2018/2019 ausschließlich als PDF verbreitet.

Stand:

Oktober 2020

Satz- und Druckfehler vorbehalten.



Weiterführende Informationen
nachhaltigkeit.brauunion.at



HEINEKEN NV. Sustainability Report
www.theheinekencompany.com/sustainability

