

# ZUM WOHL! DER NACH- HALTIGKEITS- BERICHT 2020







# ZUM WOHL! DER NACH- HALTIGKEITS- BERICHT 2020





# VORWORT

## der Geschäftsführung



### **Liebe Leserinnen und Leser,**

Nachhaltigkeit hat viele Facetten in der Brau Union Österreich – auf den folgenden Seiten möchten wir Ihnen einen Einblick in unsere Aktivitäten geben und damit auch zeigen, wie ernst wir das Thema nehmen und in allen Bereichen leben. Als größtes Brauereiunternehmen Österreichs sind wir uns unserer ökologischen und sozialen Verantwortung bewusst. Umweltschutz liegt uns sehr am Herzen – nicht zuletzt auch deswegen, weil unser wichtigstes Produkt, das Bier, ein natürliches Getränk ist, das nur so gut sein kann, wie die Rohstoffe, aus denen es besteht. Klares, sauberes Wasser von bester Qualität, feinsten Hopfen und beste Brauergerste – all das braucht eine intakte Umwelt.

„Brew a Better World“ ist der Leitspruch der Nachhaltigkeitsstrategie der internationalen HEINEKEN-Familie. Als Teil dieser Familie entwickelt die Brau Union Österreich die heimische Bierkultur weiter – nach sozialen und ökologischen Gesichtspunkten. Dabei orientieren wir uns an anerkannten internationalen Standards wie dem UN Global Compact.

Für uns ist Bier mehr als nur ein Getränk – es ist ein wichtiger Teil unserer Lebens-



„Bier ist ein natürliches Getränk und kann nur so gut sein wie die Rohstoffe, die wir zum überwiegenden Teil aus Österreich verwenden. Daher ist uns ein nachhaltiger und schonender Verbrauch der Ressourcen wichtig. Darauf achten wir angefangen bei den Rohstoffen über die Produktion, den Brauprozess bis hin zur Auslieferung an die Kunden.“

Klaus Schörghofer, Vorstandsvorsitzender der Brau Union Österreich



© Wolfgang Voglhuber – VOGUS

kultur und deshalb ist es für uns selbstverständlich, Maßnahmen zu setzen, die die Umwelt schützen, Abfälle zu reduzieren, die österreichische Landwirtschaft zu fördern, die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter zu unterstützen und den bewussten Genuss unserer vielfältigen Produkte in den Vordergrund zu stellen. Dabei setzen wir auf sechs Schwerpunkte mit jeweils anspruchsvollen Zielen: Schutz der Wasserressourcen, Energie- und CO<sub>2</sub>-Reduktion, nachhaltige Beschaffung, Gesundheit und Arbeitssicherheit, Partnerschaften für die Zukunft und nicht zuletzt der verantwortungsvolle Genuss.

Mit der Grünen Brauerei Göss wurde 2016 weltweit eine Vorreiterrolle eingenommen, in der Brauerei wird 100 % nachhaltig gebraut, die Nutzung erneuerbarer Energieträger forciert und gleichzeitig der Verbrauch von Wärme, Strom und Kraftstoffen gesenkt. Neben Abwärme eines benachbarten Betriebs, Abwärme aus dem eigenen Produktionsprozess und Solarenergie wird Energie aus Reststoffen der Brauerei erzeugt und eingesetzt. 2019 folgte die Grüne Brauerei Schladming, in der seither auch gänzlich mit grüner Energie gebraut wird.

Abwärme aus dem Brauprozess wird an zwei Standorten zur Wärmeversorgung genutzt. Nach dem Brauquartier Puntigam

werden nun auch 900 Wohnungen neben der Brauerei Schwechat quasi mit Bier geheizt. Das innovative Energieversorgungskonzept vor den Toren Wiens – über eine Wärmepumpe wird die Abwärme aus dem Brauprozess zu Heizwärme und Warmwasser – war auch für Österreichs wichtigsten Nachhaltigkeitspreis, den Trigos, nominiert.

Und in Villach wird mithilfe der Sonne gebraut. Dank der Photovoltaikanlage auf dem Dach der Brauerei deckt die Sonnenenergie ein Drittel des Jahresenergiebedarfes.

Auch im Verpackungsbereich wird ein nachhaltiger Umgang mit Rohstoffen gelebt. Die Umstellung auf Recyclingetiketten bei Gösser hat den CO<sub>2</sub>-Verbrauch der Etikettenproduktion um 20 % gesenkt und erhält jährlich etwa 1.000 Bäume.

Wir investieren laufend in alle unsere Standorte, um unserem Anspruch an eine nachhaltige Bierproduktion gerecht zu werden. Ständige Optimierungen sorgen für Einsparung von wertvollen Ressourcen wie Wasser und Energie sowie die Reduzierung von Abfall und Abwasser. Neben dem Erhalt der bereits umgesetzten Projekte suchen wir immer nach neuen Möglichkeiten, um weniger und erneuerbare Ressourcen zu nutzen.

2020 war durch die Coronakrise sehr herausfordernd für alle und hat uns zu kreativen Ideen angeregt, wie wir unseren Arbeitsalltag an die Sicherheitsmaßnahmen der COVID-19-Situation anpassen und auch unseren Gastronomiekunden und der Allgemeinheit helfen konnten. So unterstützten wir die Gastronomiebetriebe bei der Wiederinbetriebnahme und führten die Reinigung bei über 20.000 Schankanlagen gratis durch. Ebenso haben wir 8.000 Liter Alkohol für die Herstellung von Desinfektionsmittel zur Handdesinfektion gespendet.

In dem vorliegenden Bericht erfahren Sie noch mehr über unsere wegweisenden Initiativen und Projekte, unsere nachhaltigen Strategien und Ziele. Die Richtung ist klar: Gemeinsam arbeiten wir in der Brau Union Österreich für die beste und nachhaltigste Bierkultur im Land – zum Wohl unserer Gesellschaft, unserer Umwelt, unserer Mitarbeiter, Partner und Kunden. In diesem Sinne wünsche ich uns noch viele gute Ideen für die Zukunft.

A handwritten signature in dark ink, reading 'Klaus Schörghofer'.

**Klaus Schörghofer**  
Vorstandsvorsitzender  
Brau Union Österreich

# INHALT

<b>Vorwort der Geschäftsführung .....</b>	<b>4</b>
<b>Die Brau Union Österreich AG 2020 .....</b>	<b>8</b>
<b>Was uns leitet: Vision und Werte .....</b>	<b>10</b>
<b>„BREW A BETTER WORLD“ – unsere Nachhaltigkeitsstrategie und ihre Dimensionen .....</b>	<b>11</b>
<b>Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen .....</b>	<b>12</b>
<b>Wie wir die Strategie „BREW A BETTER WORLD“ umsetzen .....</b>	<b>14</b>
<b>Vom Korn zum Kunden: die fünf Bereiche unserer Wertschöpfungskette .....</b>	<b>15</b>
<b>Wesentlichkeitsmatrix .....</b>	<b>16</b>
<b>Partnerschaften für die Zukunft .....</b>	<b>17</b>
<b>Zum Wohl der Umwelt .....</b>	<b>18</b>
Unser Carbon Footprint – so viel CO <sub>2</sub> verursacht die Bierproduktion .....	20
Reduktion von Energieeinsatz und CO <sub>2</sub> -Ausstoß durch Innovationen .....	21
Nachhaltige Beschaffung – worauf wir beim Einkauf achten .....	22
Schutz der Wasserressourcen: Wasserqualität als Gütesiegel .....	26
Umgesetzte Maßnahmen 2020 .....	28
Ausblick 2021 .....	28
<b>Zum Wohl der Mitarbeiter .....</b>	<b>29</b>
Aus- und Weiterbildung .....	31
Umgesetzte Maßnahmen 2020 .....	32
Ausblick 2021 .....	33
Mitarbeiterpartizipation .....	33
Arbeitssicherheit und Gesundheit .....	34
Umgesetzte Maßnahmen 2020 .....	36
Ausblick 2021 .....	36





<b>Zum Wohl der Kunden .....</b>	<b>37</b>
Umgesetzte Maßnahmen 2020 .....	40
Innovation 2020 .....	41
Ausblick und Innovation 2021 .....	41
<b>Zum Wohl der Gesellschaft .....</b>	<b>42</b>
Umgesetzte Maßnahmen 2020 .....	44
Ausblick 2021 .....	44
Kundenprojekte/Services – Wie wir die österreichische Bierkultur stärken .....	45
<b>Brauereistandorte und Spezialitätenmanufakturen der Brau Union Österreich AG .....</b>	<b>46</b>
Über diesen Bericht .....	52
<b>Zahlen, Daten, Fakten .....</b>	<b>53</b>
<b>GRI Index .....</b>	<b>63</b>
<b>Impressum .....</b>	<b>73</b>



# Die Brau Union Österreich AG 2020

Rund

# 2.600

Mitarbeiter

# 8 Brauereien

# 31 Verkaufslager

# 48 Verkaufspartner

# 18 Biermarken

# über 100 Biersorten

# über 5 Mio. hl Bierabsatz

# 4 Cider-Marken

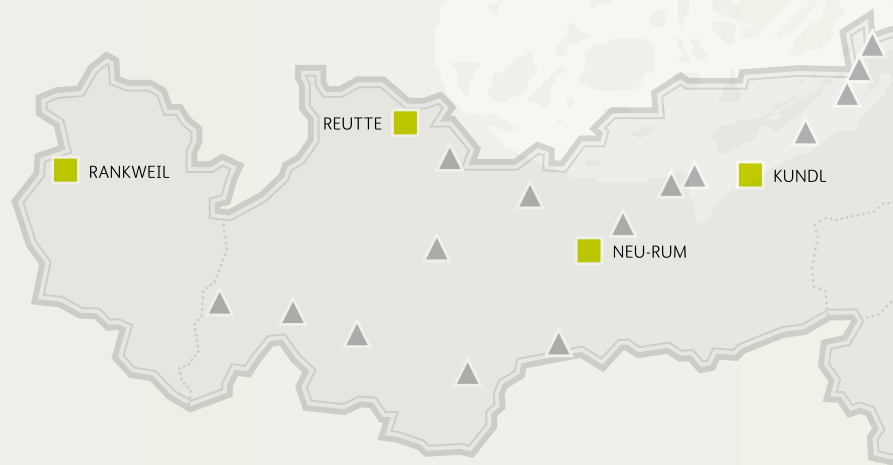
im Sortiment

# 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 2020 deutlich gesteigert werden. Besonders Gösser ist im Ausland gefragt: In Italien und in Deutschland wurden 2020 über 360.000 hl Gösser, gebraut in Österreich, verkauft – davon ca. 341.000 hl in Deutschland, überwiegend Gösser NaturRadler, und ca. 25.000 hl in Italien. In Russland wurden 2020 rund 292.000 hl Gösser und in Ungarn 53.000 hl in Lizenz gebraut.

-  Brauereien
-  Hauptsitz
-  Manufakturen
-  Verkaufslager
-  Verkaufspartner





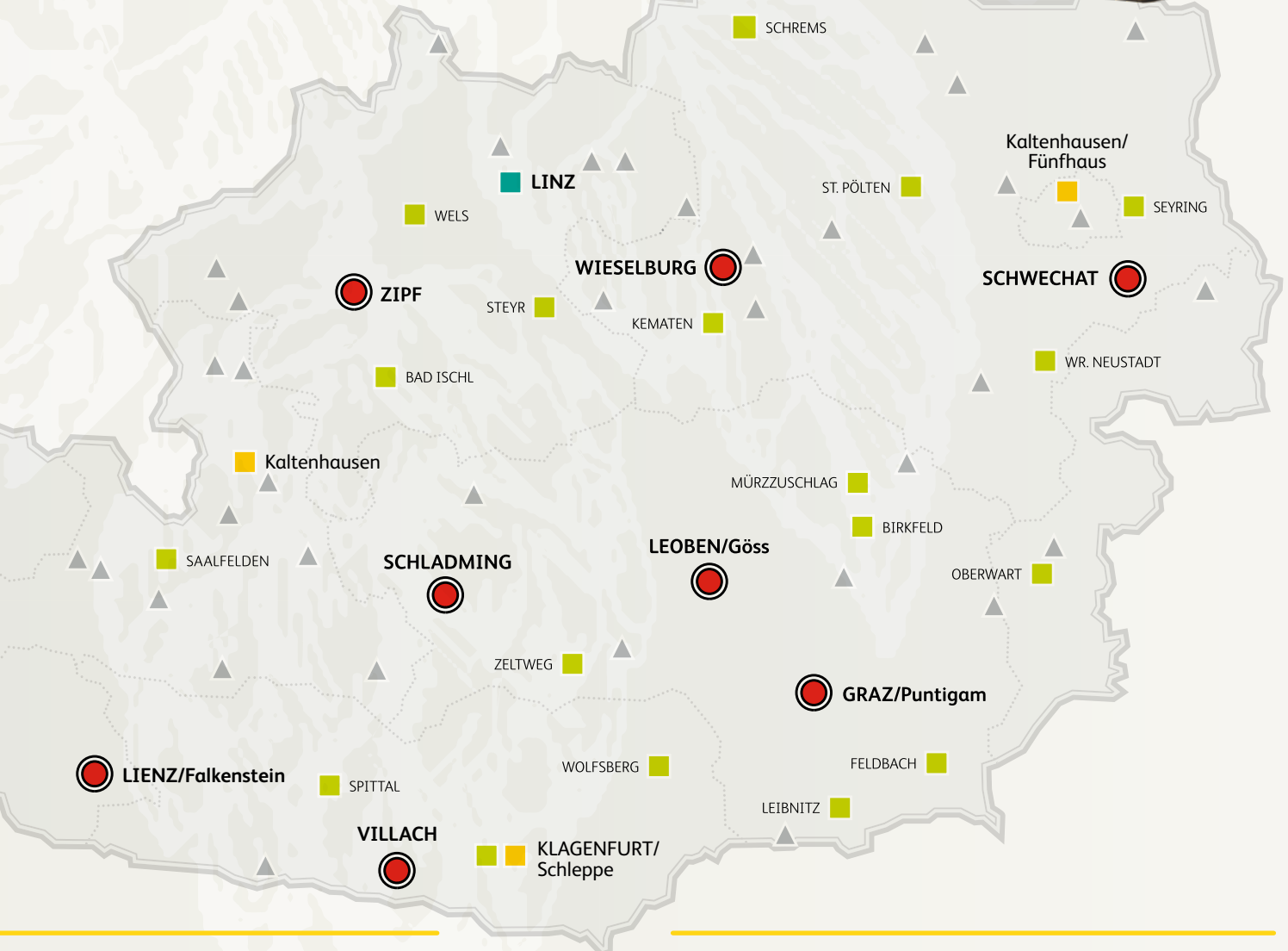
**Unser Engagement wurde 2020 mehrfach ausgezeichnet:**

1. Ökoproof Award f. Brauerei Puntigam
2. German Brand Award
3. German Design Award (f. Prost)
4. Green Brand Austria Siegel
5. Hallbars Sustainability Report Awards
6. „Top Arbeitgeber 2020“ von trend
7. „Star of Styria“ 2020
8. Leitbetriebe Austria
9. Staatspreis KNOWLEDGE für Personalentwicklung
10. Gütesiegel Betriebl. Gesundheitsförderung der ÖGK
11. Staatlich ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb
12. „ineo-Vorbildlicher Lehrbetrieb 2019-2022“
13. Gütezeichen „familienfreundlicher Arbeitgeber“ seit 2017 von berufundfamilie
14. „Leading Employer“
15. European Beer Star 2020 - Auszeichnung für unser alkoholfreies Edelweiss Weizenbier



**german  
brand  
award  
'20**

**GERMAN  
DESIGN  
AWARD  
2020**



# Was uns leitet: Vision und 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.





# „BREW 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 „Brew a Better World“ setzen wir dieses Ziel um. Diese Strategie umfasst alle unsere Geschäftsbereiche, von den Rohstoffen auf den Feldern über unsere Produktionsstandorte bis hin zu unseren Kunden und Konsumenten.**

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie hat sechs Schwerpunkte mit jeweils anspruchsvollen Zielen:

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

Unsere Strategie „Brew 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 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 diverse Initiativen sowie 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 & CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-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. Unsere Kooperationspartner unterstützen uns dabei.

Koop. mit „alpha nova“ in Graz

Koop. mit **FAB** – Verein zur Förderung von Arbeit und Beschäftigung in Graz

Koop. mit „assista Soziale Dienste“ in Vöcklabruck

Koop. mit **Diakoniewerk** in Schladming

Koop. mit „Arge Change“ in Schwechat

Koop. mit **Caritas** in Linz

Alle hier angegebenen Kooperationen sind aktuell. Während der Corona-Pandemie sah sich die Brau Union Österreich allerdings gezwungen, manche Kooperationen für einen bestimmten Zeitraum zu pausieren.



- **NACHHALTIGE BESCHAFFUNG**  
Unsere Rohstoffe beziehen wir überwiegend von langjährigen, regionalen Lieferanten. Damit sichern wir österreichische Arbeitsplätze und erzeugen heimische Wertschöpfung: 70 % des Malzes stammt aus österreichischer Braugerste, 70 % des Hopfens wird 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 & CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN**  
Durch den Einsatz von erneuerbaren Energien senken wir in der Produktion den Ausstoß von CO<sub>2</sub>-Emissionen.



- **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, nachhaltige 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 „BREW A BETTER WORLD“ umsetzen

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

FOKUS-BEREICHE	2020 ZIEL	2020 ERGEBNIS	ZIELERREICHUNG	HEINEKEN ZIEL
SCHUTZ DER WASSER- RESSOURCEN 	Reduktion des Frischwasserverbrauchs auf 3,19 hl Wasser/hl Bier	Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,09 hl Wasser/hl Bier  Brauerei Schwechat: 2,55 hl Wasser/hl Bier	✓	Reduktion des Wasserverbrauchs auf 2,9 hl/hl bis 2030
ENERGIE- UND CO <sub>2</sub> -REDUKTION 	Reduktion des Energieverbrauchs der Produktion auf 79,3 MJ/hl Bier	Energieverbrauch in der Produktion & Logistik von 98 MJ/hl Bier*	** 	CO <sub>2</sub> -neutrale Produktion bis 2030
	Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen in der Kühlung der Gastronomie-Kunden durch 100 % „Green Cooling“-Kühlschränke	Verwendung von 100 % „Green Cooling“-Kühlschränken	✓	50 % CO <sub>2</sub> -Reduktion bei Kühlschränken im Vergleich zu 2010
NACHHALTIGE BESCHAFFUNG 	Regionale Wertschöpfung	73 % der Wertschöpfung in Österreich	✓	50 % Wertschöpfung aus nachhaltigen Quellen
	95 % Einhaltung des HEINEKEN Supplier Codes	99 % 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

\*Seit dem Berichtsjahr 2020 werden die Brauerei Villach und die gesamte Logistik bei der Berechnung der Energiekennzahlen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt. Ein direkter Vergleich mit den Vorjahreszahlen ist daher nicht möglich.

\*\*Kein Vergleich Produktion & Logistik möglich.

\*\*\*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 „BREW 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 acht Brauereien, einer Spezialitätenbrauerei und zwei Spezialitäten-Manufakturen 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.

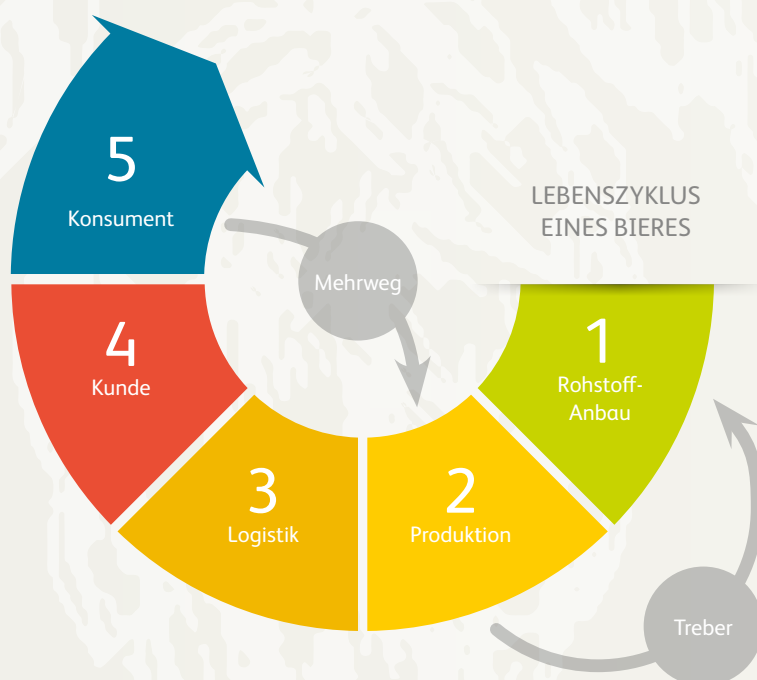
## 4. Nur beste Qualität für unsere Kunden

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 2.600 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.



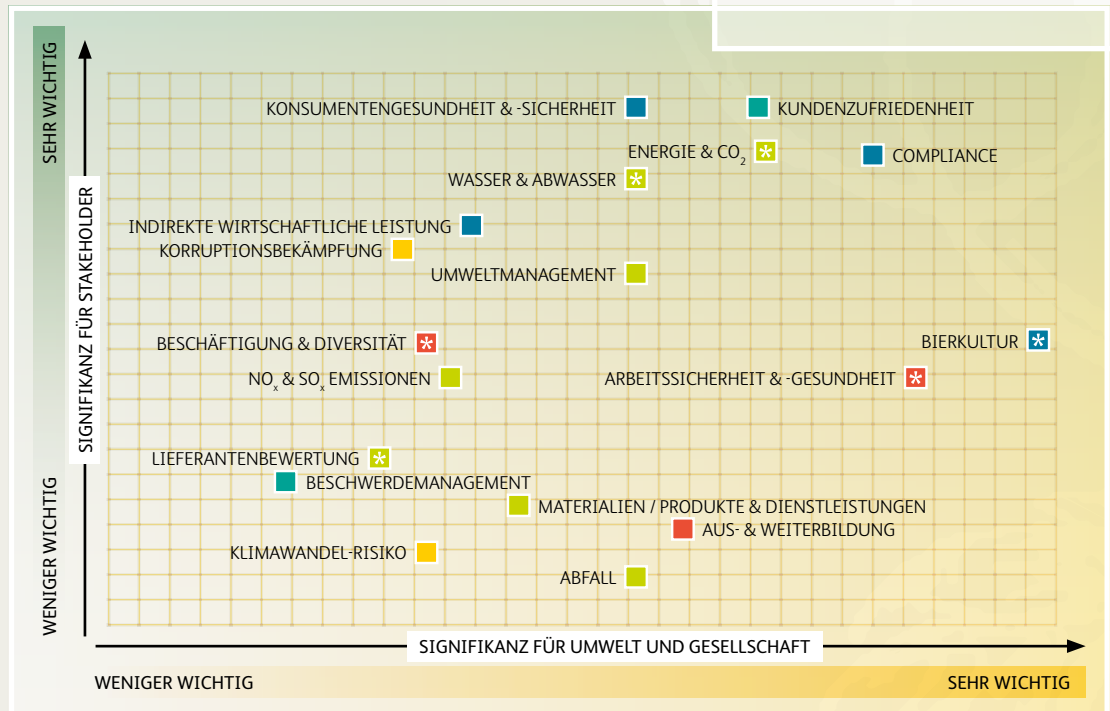


# Wesentlichkeitsmatrix

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 62) 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 „Brew 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 & CO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub> & SO<sub>x</sub> Emissionen, Wasser & Abwasser, Materialien / Produkte & Dienstleistungen, Abfall, Lieferantenbewertung
- **Zum Wohl unserer Mitarbeiter.** Beschäftigung & Diversität, Arbeitssicherheit & Mitarbeitergesundheit, Aus- & Weiterbildung
- **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. 2020 waren wir etwa bei den REWE Nachhaltigkeitswochen vertreten.



**„Wir wollen mit unseren vielfältigen Projekten, ob groß oder kleiner, nicht nur zur Erfüllung der Nachhaltigkeitsziele beitragen, sondern die großen Herausforderungen unserer Zeit sowie unsere Lösungsansätze dafür aufzeigen und vorleben, wie wir alle verantwortungsvoll und bewusster mit unserer Erde umgehen können.“**

**Gabriela Maria Straka,**  
*Director Corporate Affairs & CSR,  
 Mitglied des UN Global Compact  
 Steering Committees Austria,  
 Vorstandsmitglied respACT*

- 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 full-page photograph of a forest stream. The water is clear and reflects the surrounding green trees and the bright sunlight filtering through the canopy. Sunbeams are visible in the air above the water. The banks are covered in lush green foliage and some rocks are visible in the foreground.

Das natürliche  
Gleichgewicht

Zum Wohl der Umwelt





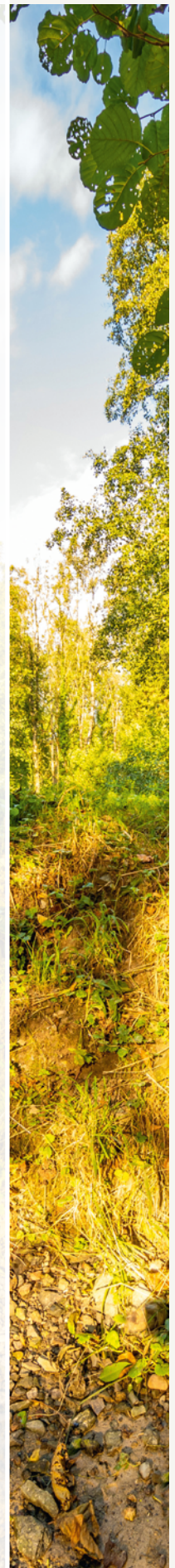
**BIER IST MEHR ALS EIN GETRÄNK –  
BIER IST EIN WICHTIGER TEIL DER  
LEBENSKULTUR. DIE BRAU UNION  
ÖSTERREICH ACHTET DAHER  
BESONDERS AUF IHRE ÖKOLOGISCHE  
VERANTWORTUNG.**

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 CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu minimieren. So setzt die Brau Union Österreich Umweltstandards für die gesamte Branche – national in Österreich und als Mitglied der HEINEKEN-Familie auch international.

Umweltmanagementsysteme ermöglichen uns, sämtliche Umweltthemen im Unternehmen systematisch anzugehen. Auch neu entstehende Aufgaben in diesem Bereich, wie etwa das Energieeffizienzgesetz, können in das bestehende System integriert werden. Acht 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- & CO<sub>2</sub>-Ausstoß
- Nachhaltige Beschaffung
- Schutz der Wasserressourcen



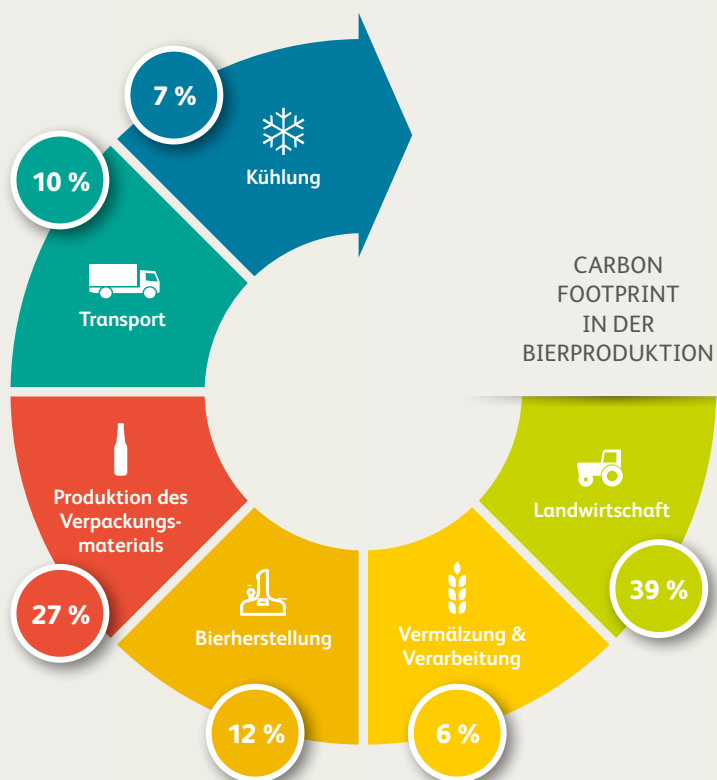


# Unser Carbon Footprint – so viel CO<sub>2</sub> verursacht die Bierproduktion

Als HEINEKEN-Familie haben wir ein CO<sub>2</sub>-Fußabdruck-Modell entwickelt, das die Treibhausgasemissionen\* entlang der gesamten Wertschöpfungskette erfasst.

So wollen wir die kritischen Größen unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ans Licht bringen. Die Berechnung orientiert sich an den Methoden des „Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard“ von WBCSD/WRI, die an die Besonderheiten der Braubranche angepasst wurden. Das Modell umfasst die sechs Phasen im Lebenszyklus eines Getränkes – vom Rohstoffanbau über den Brauprozess und den Transport bis hin zur Kühlung beim Kunden 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 40,7 kg CO<sub>2</sub>e\*\*\* pro Hektoliter Bier und damit deutlich unter dem durchschnittlichen Wert der HEINEKEN-Gruppe (66,2 kg CO<sub>2</sub>e/hl).



Der Vergleich zum Jahr 2017 (und somit zur letzten vollständigen Berechnung des Carbon Footprint) zeigt, dass der Carbon Footprint um 2,9 kg CO<sub>2</sub>e/ hl gesunken ist. Das liegt vor allem am Rückgang der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Bereich Verpackung (10,6 kg CO<sub>2</sub>e/hl) unter anderem durch einen Rückgang von Aluminium-Dosen im Verpackungsmix. Auch in der Distribution (4,1 kg CO<sub>2</sub>e/hl) und im Bereich der Kühlung (2,9 kg CO<sub>2</sub>e/hl) konnte eingespart werden.

Gemeinsam mit unseren Lieferanten, Kunden und auch z. B. im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen arbeiten wir laufend an Initiativen, um einen weiteren Rückgang der CO<sub>2</sub>-Emissionen zu erreichen.

Durch die Integration der Villacher Brauerei, der Hauptverwaltung in Linz und der gesamten Logistik ergibt sich im Vergleich zu 2019 ein großer Unterschied im spezifischen Energieverbrauch, bedingt durch die zusätzlichen Energieverbräuche ohne weitere hl an produziertem Bier (betrifft Standort Linz & Logistik). Die Entwicklung des spezifischen Energieverbrauchs in der Produktion (2019 vgl. 2020) ist in der Tabelle auf Seite 55 angeführt.

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

\*\* Scope 1- und 2-Emissionen werden jährlich erhoben und im Anhang ausgewiesen. Scope 3-Emissionen werden nur im Umfang des dreijährigen Carbon Footprints erhoben. Da die Scope 3-Emissionen für das Jahr 2020 zum Zeitpunkt der Veröffentlichung noch nicht vorliegen, werden hier die Werte für das Jahr 2019 angegeben.

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

Die Berechnung des Carbon-Footprint wurde 2019 durchgeführt.

# Reduktion von Energieeinsatz und CO<sub>2</sub>-Ausstoß durch Innovationen

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 10 % aller Emissionen entstehen laut Carbon-Footprint-Bericht im Transport. So richtet sich die Anzahl an tatsächlich eingesetzten LKWs nach unserem täglichen Verkaufsvolumen und wir investieren nur noch in emissionsarme EURO6-LKWs, während wir alte LKWs aus dem Verkehr ziehen. 2020 wurden 22 LKWs ausgeschieden und ebenso viele neue emissionsarme LKWs zugekauft. 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 zwei LKWs sowie in der Brauerei Puntigam drei LKWs mit Erdgasan-



trieb in Betrieb. Es ist vorgesehen, in den nächsten Jahren weitere LKWs mit Erdgas- oder Elektroantrieb anzuschaffen. Ebenso ersetzen wir laufend Gas- und Dieselstapler durch Elektrostapler. Derzeit weisen bereits 75 % unserer Stapler einen Elektroantrieb auf. Unsere „Car Policy“ legt überdies fest, dass Dienstfahrzeuge emissionsarm sein müssen. »»»

## SPEZIFISCHER VERBRAUCH – THERMISCHE ENERGIE\*

MJ/hl BIER



## SPEZIFISCHER VERBRAUCH – ELEKTRISCHE ENERGIE\*

kWh/hl BIER



\*Seit dem Jahr 2020 werden die Brauerei Villach, die gesamte Logistik (Energieverbrauch für Transport und Lager-/Bürobetrieb) und der Standort Linz bei der Berechnung der Energiekennzahlen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt. Ein direkter Vergleich mit den Vorjahreszahlen ist daher nicht möglich.

AUCH UNSERE BERUFSKRAFTFAHRER WERDEN MIT BLICK AUF DIE ENERGIEEFFIZIENZ GESCHULT – IM JAHR 2020 HABEN 403 MITARBEITER EIN TRAINING IN KOOPERATION MIT DER ÖAMTC FAHRTECHNIK ABSOLVIERT.



### Maßnahmen für unsere Ressourcen

Auch zum Schutz unserer wertvollen Ressourcen auf der Erde leistet die Brau Union Österreich einen wichtigen Beitrag. Dafür investieren wir laufend in alle unsere Standorte und sorgen für die ständige Optimierung unserer Wasser- und Energienutzung sowie für die Reduktion unseres Abfall- und Abwasseraufkommens. So kann beispielsweise durch die Nutzung von Abwärme aus dem Brauprozess, dem Einsatz von Sonnenenergie aus Photovoltaikanlagen, sowie der Erzeugung von Energie aus Reststoffen der Brauerei bereits an vielen unserer Standorte zu 100 % nachhaltig gebraut werden.

Wir suchen kontinuierlich nach neuen Möglichkeiten, um weniger und erneuerbare Ressourcen zu nutzen. Durch die Umstellung auf Recyclingetiketten bei Gösler konnte der CO<sub>2</sub>-Verbrauch der Etikettenproduktion um 20 % gesenkt und etwa 1.000 Bäume jährlich erhalten werden.

**LAUT AKTUELLEM BIERKULTURBERICHT DER BRAU UNION ÖSTERREICH IST FÜR MEHR ALS JEDEN ZWEITEN ÖSTERREICHER (63 %) BEI EINER NACHHALTIGEN BIERPRODUKTION DIE NUTZUNG ALTERNATIVER ENERGIEFORMEN WICHTIG. DIES WIRD IN ÖSTERREICHISCHEN BRAUEREIEN AUCH BEREITS GELEBT UND KONTINUIERLICH AUSGEBAUT.**

## Nachhaltige Beschaffung – worauf wir beim Einkauf achten

„Unser Ziel ist, bei den Rohstoffen Braugerste und Hopfen einen möglichst hohen Anteil aus Österreich zu beschaffen. Neben dem Hauptanbaugebiet Niederösterreich/Burgenland trachten wir danach, Braugerste auch bei Landwirten in Oberösterreich, Steiermark und Kärnten anzubauen. Diese geographische Streuung federt das Wetterrisiko etwas ab. Auch haben wir in den letzten Jahren den Anteil der Winterbraugerste deutlich erhöht. Die Winterbraugerste kommt im Vergleich zur Sommerbraugerste mit Frühjahrstrockenheit besser zurecht und bringt für den Landwirt auch einen höheren Hektarertrag.

Unseren Hopfen beschaffen wir im Regelfall zu über 90 % aus den österreichischen Anbaugebieten im Mühlviertel und in Leutschach. Dazu haben wir mehrjährige Lieferverträge mit den Hopfenbauern. Diese Lieferverträge bieten den Landwirten eine längerfristige Abnahmegarantie für ihren Hopfen.

Der Fokus auf heimische Rohstoffe führt zu kürzeren Transportwegen. Ein Umstand, der uns letztlich auch im Corona-Jahr 2020 bei der Sicherstellung einer kontinuierlichen Rohstoffversorgung sehr geholfen hat. Für uns bringt die enge Zusammenarbeit mit den Landwirten mehr Einblick in die landwirtschaftliche Produktion. Wir haben damit unser Ohr direkter am Geschehen und die Landwirte wissen als Erzeuger, was mit ihren Produkten geschieht.“

**Johann Jäger**, Raw Material Manager 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 2020 war es uns möglich, rund 70 % der Gerste aus Österreich zu beziehen. Die volle Deckung mit österreichischen Rohstoffen war aufgrund einer schlechten Ernte im Jahr 2019 schlichtweg nicht möglich. Bis zu 30 % der Gerste musste daher aus dem angrenzenden EU-Ausland importiert werden. Da die Ernte im Jahr 2020 weitaus erfolgreicher verlief, rechnet die Brau Union Österreich mit einer höheren österreichischen Rohstoff-Deckung im Jahr 2021.

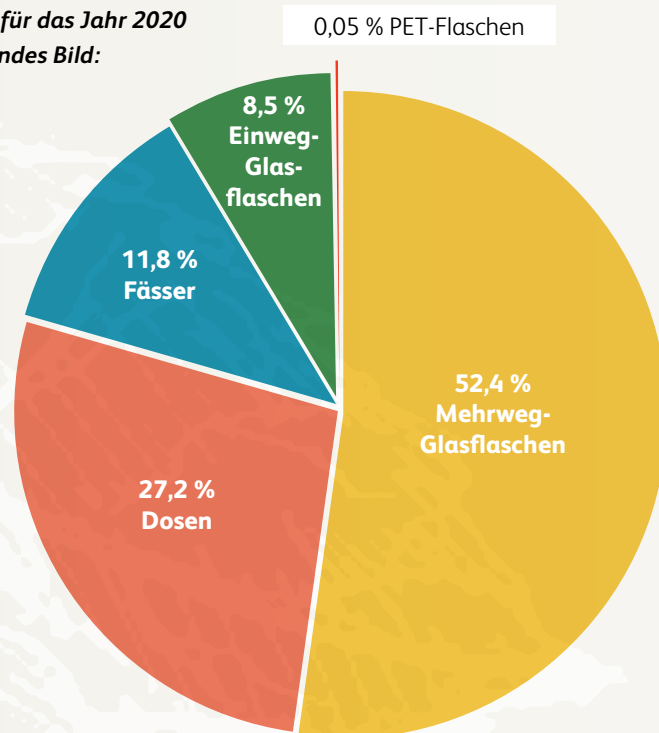
### Made in Austria

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.

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

Möglichst umweltfreundliche Varianten bzw. Recyclingmaterialien wählen wir für unsere Verpackung. Dies reduziert unseren Carbon Footprint entscheidend – denn Verpackungen sind mit 27 % die zweitgrößten Verursacher für CO<sub>2</sub>-Emissionen.

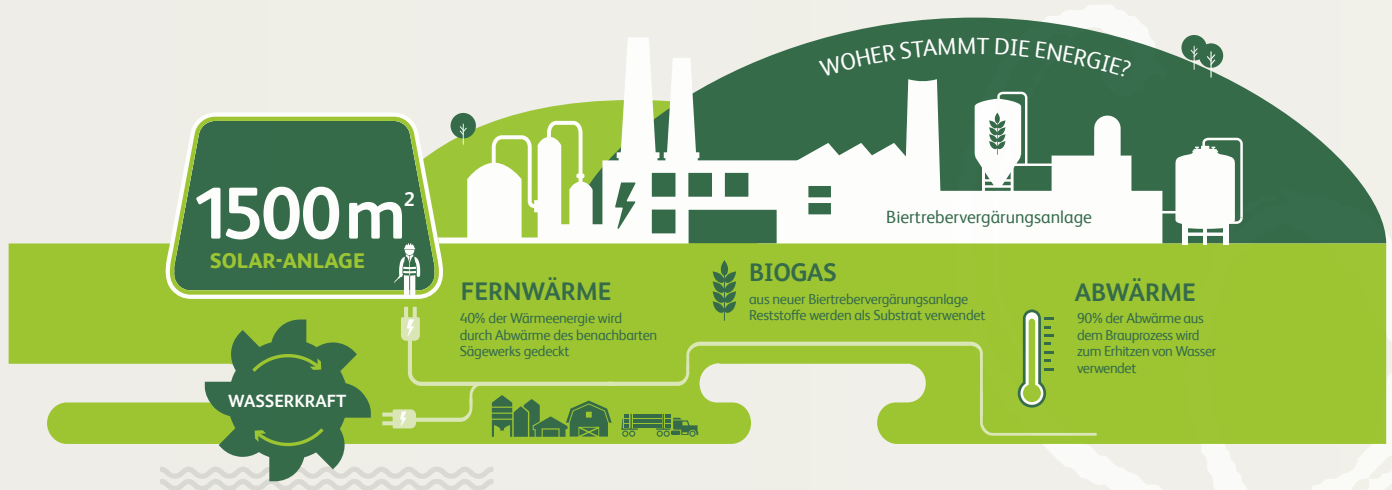
Der Verpackungsmix zeigt für das Jahr 2020 folgendes Bild:



Mehrweg-Glasflaschen haben mit **52,4 %** den größten Anteil am Verpackungsmix. An zweiter Stelle nach den Abfüllmengen in Hektolitern befinden sich unsere Dosen mit **27,2 %**, und an dritter Stelle unsere Fässer mit **11,8 %**. Der Rest teilt sich auf Einweg-Glasflaschen (**8,5 %**) und PET-Flaschen (**0,05 %**) auf. Somit gelangen über 64 % unserer Biere in umweltfreundlichen Mehrweggebinden (Mehrweg-Glasflaschen und Fässer) zu den Konsumenten. Nur 35,8 % 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 „Green Packaging“ Initiative streben wir effiziente Verpackungslösungen an und versuchen, Abfall zu vermeiden sowie eine geschlossene Kreislaufwirtschaft zu erreichen. Unsere Gösser Etiketten sind nun zu 100 % aus Recyclingpapier. Damit geht Gösser einen nachhaltigen Schritt und spart 43 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr, dies macht insgesamt 20 % der gesamten Etikettenproduktion im Jahr aus.

Mehr Einsatz von Recyclingmaterialien ist zudem der beste Weg zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft. So verzeichnen wir bei den unbedruckten Dosenfolien bereits einen 50 % Recyclinganteil. Beim Thema Recycling ist auch Gösser wieder Vorreiter und macht aus den alten Gösser Kisten durch Schreddern neue. Weiters achten wir in den Produktionsbetrieben auf eine sortenreine Abfallsammlung und legen darauf Wert, dass der gesammelte Abfall einer neuen Verwendung zugeführt wird. So zum Beispiel soll Glasbruch auf direktem Weg in den Glashütten unserer Lieferanten wieder verarbeitet werden. Ebenso legen wir unseren Fokus auf die Mehrweg-Kleinfflasche, hier nehmen wir als Brau Union Österreich freiwillig an der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen 2018-2030 – Förderungen von Mehrweggebinden – teil.



Als Großkunde der Österreichischen Post wurden auch 2020 die Sendungen der Brau Union Österreich CO<sub>2</sub>-neutral zugestellt, wie der TÜV Austria bestätigt. Das Unternehmen erhielt dafür zum wiederholten Male das Umweltschutz-Zertifikat der Post.

#### Maßnahmen bei unseren Kunden

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

#### Maßnahmen in der Produktion

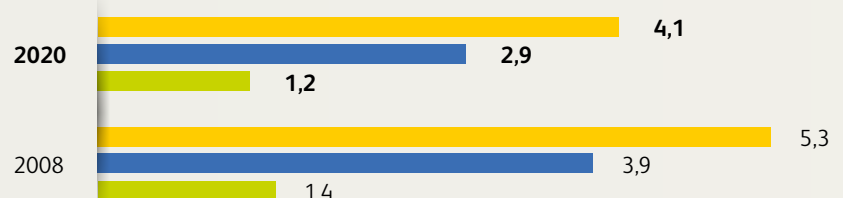
Seit dem Basisjahr 2008 konnten wir unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch um ca. 20 % je produziertem Hektoliter Bier reduzieren. Wir haben diese Verbesserung durch eine ganze Reihe von Energieeinsparungs- und Energieeffizienzmaßnahmen erreicht, die wir kontinuierlich und konsequent umgesetzt haben. Auch im Berichtsjahr 2020 konnten wir weitere Möglichkeiten zur Reduktion des

Energieverbrauchs identifizieren und konkrete Projekte an den Standorten umsetzen. Der spezifische Gesamtenergieverbrauch im Jahr 2020 beträgt 98 MJ je produziertem Hektoliter Bier. Im Vergleich zum HEINEKEN-Durchschnitt (84,7 MJ/hl Bier) zeigt sich heuer ein höherer Wert, da die Brauerei Villach und die gesamte Logistik in die Umweltdaten integriert wurden.\*\*

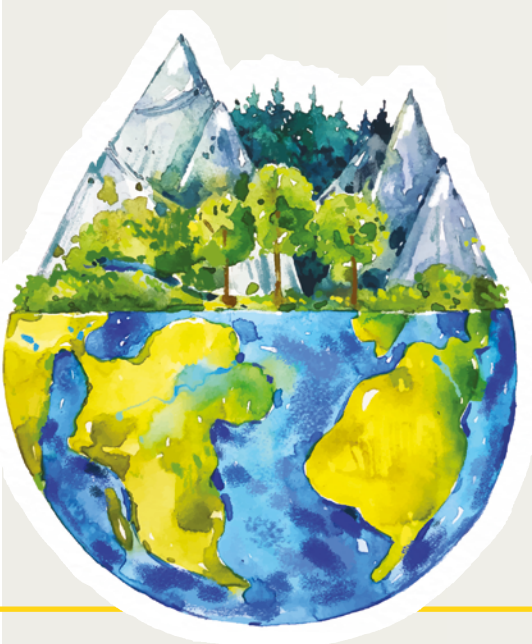
Dank des verstärkten Einsatzes von erneuerbaren Energien konnte nicht zuletzt in der Produktion der CO<sub>2</sub> Ausstoß auf rund 4 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier begrenzt werden. Dies entspricht einer Reduktion um rund 25 % seit 2008, wobei sich der Messwert aus direkten Emissionen (Verbrennung von fossilen Brennstoffen) wie auch indirekten Emissionen (Zukauf von Strom und Fernwärme aus fossilen Brennstoffen) zusammensetzt. Im Hinblick auf das HEINEKEN-2030-Ziel von 0 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier in der Produktion bewegen wir uns hier schon auf einem ziemlich guten Niveau. Im kommenden Jahr werden wir erneut Maßnahmen setzen, um sowohl die direkten Emissionen (rund 2,9 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier) als auch die indirekten Emissionen (rund 1,2 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier) weiter zu senken.

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

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



\*\*Seit dem Jahr 2020 werden die Brauerei Villach, die gesamte Logistik (Energieverbrauch für Transport und Lager-/Bürobetrieb) und der Standort Linz bei der Berechnung der Energiekennzahlen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt. Ein direkter Vergleich mit den Vorjahreszahlen ist daher nicht möglich.





## BEST PRACTICE

### Brauquartier Puntigam

In der Brauerei Puntigam wurde eine 7.000 m<sup>2</sup> große Photovoltaikanlage installiert. Mit Sonnenenergie aus dieser Anlage können nun 565 private Haushalte versorgt werden. Zudem nutzt die Brauerei Abwärme aus dem Brauprozess für die Energieerzeugung und ist dadurch besonders nachhaltig.



### Grüne Brauerei Göss

Seit September 2013 betreibt die Grüne Brauerei Göss eine rund 1.500 m<sup>2</sup> große Solaranlage die 2016 mit dem IEA SHC Solar Award für ihre herausragende Leistung im Bereich der Solarthermie ausgezeichnet wurde. Durch Reduktion des eigenen Energieverbrauchs, die Nutzung der Abwärme, die beim Brauprozess anfällt, sowie der Erzeugung von Energie aus Reststoffen der Brauerei, wird in der Brauerei Göss zu 100 % nachhaltig gebraut.



### Villacher Brauerei

Seit Anfang 2019 wandelt auf dem Dach der Villacher Brauerei eine 5.400 m<sup>2</sup> große Photovoltaikanlage Sonne in Strom um. Die Fläche, größer als ein Fußballfeld, deckt mehr als ein Drittel des Jahresenergiebedarfes der Brauerei ab. Jährlich werden so 18 Millionen Flaschen Villacher Bier durch Sonnenenergie erzeugt. Damit zählt die Villacher Brauerei zu den Top 8 Solar-Brauereien weltweit.

### Heizen mit Bier aus Schwechat

Mit dem innovativen Abwärmeprojekt der Brauerei Schwechat werden nicht nur 900 Wohnungen versorgt, sondern gleichzeitig auch rund 800 Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr eingespart. In Kooperation mit der EVN war es der Brau Union Österreich möglich, die im Brauprozess anfallende Abwärme über eine Wärmepumpe für Heizzwecke sowie für die

Warmwasserversorgung der anliegenden Wohnungen einzusetzen. Die Vorreiterrolle dieses Projekts für Energieeffizienz und nachhaltige Wärmeversorgung zeigte sich bereits nach kurzer Zeit: 2020 nominierte TRIGOS – die renommierteste Auszeichnung für verantwortungsvolles Wirtschaften in Österreich – das Abwärmeprojekt der Brauerei Schwechat in der Kategorie „Klimaschutz“.



### **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. Bei Bedarf kann ein Plan für Korrekturmaßnahmen zur Verbesserung der CSR-Leistung des Lieferanten erstellt werden. Im Jahr 2020 unterzeichneten 99 % unserer insgesamt 1.711 Lieferanten den HEINEKEN-Supplier Code. 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 126.612 Tonnen Abfall – wie etwa

Treber, Althefe, Karton, Glas, Dosen oder Gewerbemüll – erhöhte sich das Abfallvolumen im Jahr 2020, im Vergleich zum Vorjahr, um 3% 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 2020 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 sicherzustellen, sind alle unsere 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

## Schutz der Wasserressourcen: Wasserqualität als Gütesiegel

**„Nachhaltigkeit und Umweltschutz haben in der Brau Union Österreich einen hohen Stellenwert. Gerade in Zeiten des Klimawandels sind verantwortungsvolles Handeln und Präventivmaßnahmen ein Gebot der Stunde. Zahlreiche Projekte zur Ressourcenschonung und Reduktion des Carbon-Footprint wurden bereits umgesetzt oder befinden sich in der Umsetzungsphase.“**

**Dietmar Roher**, *Umweltschutzbeauftragter,  
Brau Union Österreich*

Kein Rohstoff ist beim Bierbrauen wichtiger als Wasser. Grund dafür: Bier besteht zu 90 % daraus. Unseres stammt ausschließlich aus Österreich – und aus brauereieigenen Tiefbrunnen und Quellen, mit Ausnahme unserer Brauereien in Schladming und Kaltenhausen. Zum Schutz der Wasserressourcen arbeiten wir kontinuierlich daran, unseren Verbrauch zu verringern und setzen dazu in allen unseren Brauereien Maßnahmen. So haben wir beispielsweise Wasserschutzgebiete eingerichtet und führen laufend strenge Qualitätskontrollen durch. Das gesamte Frischwasser in unserer Produktion entspricht der Verordnung „Wasser für den menschlichen Verbrauch“. Auch in unserer Strategie „Brew a better world“ ist der Schutz der Wasserressourcen als Schwerpunkt verankert.



Unsere Bemühungen zeigen Wirkung: Seit 2008 konnten wir unseren spezifischen Wasserverbrauch um über 46 % senken. Pro gebrauten Hektoliter Bier benötigen wir aktuell 3,1 Hektoliter Wasser. Dieser Wert ist im internationalen Vergleich sehr niedrig und wir liegen absolut im Spitzengebiet. Besonders ist hier die Brauerei Schwechat zu erwähnen, die sogar auf einen Spitzenwert von 2,55 hl Wasser/hl Bier kommt.

Die HEINEKEN-Familie weist im Durchschnitt etwa 3,35 hl Wasser/hl Bier aus. Das Nutzwasser in unseren Brauereien versuchen wir wieder in den natürlichen Kreislauf zurückzuführen. Dafür legt die branchenspezifische Abwasser-Emissionsverordnung klare Grenzwerte fest, die von uns intern und extern überprüft werden.

Das ist umso wichtiger, da manche unserer Brauereien in sensiblen Wassergebieten liegen. So grenzt Schwechat an den Nationalpark Donau-Auen,



Wieselburg an das Natura-2000-Erlaufaun-Gebiet und Göss besitzt sogar ein eigenes Quellschutzgebiet. Auch die Biodiversität im Lebensraum Wasser schützen wir, etwa mit Fischaufstiegs-hilfen an den Standorten Zipf (Redl) und Wieselburg (Erlauf).

**DIE SCHONUNG VORHANDENER WASSERRESSOURCEN IST FÜR EINE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG ESSENZIELL. DIESE MEINUNG TEILEN AUCH DIE ÖSTERREICHER: LAUT AKTUELLEM BIERKULTURBERICHT GEHÖREN FÜR ZWEI DRITTEL WASSERSPARENDE METHODEN BEI DER PRODUKTION SOWIE DIE EINSPARUNG VON WASSER ZU VERANTWORTUNGSVOLLEM UND NACHHALTIGEM BIERBRAUEN. REGIONALE ROHSTOFFE WIE WASSER ZU VERWENDEN, ZÄHLT SOGAR FÜR 82 % DER ÖSTERREICHER DAZU.**

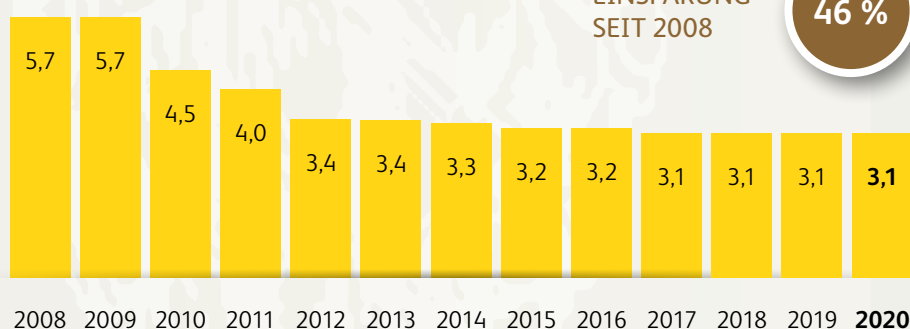
## BEST PRACTICE

### Recyclingpapier für Gösser

Mithilfe eines speziellen technischen Verfahrens, das in Zusammenarbeit mit der Firma MCC umgesetzt wurde, war es uns im Frühjahr 2020 möglich, alle Flaschen-Etiketten von Gösser auf 100 % Recyclingpapier umzustellen. Dadurch tragen wir zum Klimaschutz bei, denn bei der Produktion von Gösser Etiketten werden dadurch nicht nur 43 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr (20%) eingespart, sondern auch 1.000 Bäume pro Jahr erhalten. Ebenso erfreulich ist, dass wir durch die Verwendung von Recyclingpapier bei der Herstellung um 40 % weniger Wasser verbrauchen, das sind bis zu 3.900 m<sup>3</sup> Wasser pro Jahr. Die Recyclingetiketten werden nun schrittweise auch bei allen anderen Marken der Brau Union Österreich eingesetzt.

## SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH

hl Wasser / hl Bier



# Umgesetzte Maßnahmen 2020

## Projekte und Maßnahmen

Der Schwerpunkt unserer Aktivitäten für das Jahr 2020 lag auf einer weiteren Reduktion des Energieverbrauchs und des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes sowie abermals auf einer Steigerung der Energieeffizienz. Folgende Projekte und Maßnahmen wurden erfolgreich umgesetzt:

- **Ressourcenschonung:** Durch den Umstieg auf Recyclingetiketten bei Gösser werden nun 1.000 Bäume pro Jahr erhalten und der CO<sub>2</sub>-Verbrauch der Etiketten-Produktion um 20 % gesenkt.
- **Begrünung:** Durch Pflanzungen von jungen Bäumen wird bei den Brauereien Schwechat, Puntigam, Wieselburg, Zipf und Villach an die Zukunft gedacht. Je eine Silberlinde am Gelände der Brauerei Wieselburg, Schwechat und Puntigam



sorgen für eine verbesserte Luftqualität, dienen als Schattenspender und sind ein wichtiger Nahrungslieferant für Bienen und Hummeln. Die Brauereistandorte Villach und Zipf zieren seit Mai besonders widerstandsfähige Ahornbäume.

- **Erneuerbare Energien:** Die Brauerei Puntigam installierte 2020 eine Photovoltaik-Volleinspeiseanlage. Damit wird grüner Strom für rund 600 Haushalte erzeugt.

# Ausblick 2021

## Ambitioniertes Ziel bis 2030

Es ist unser erklärtes Ziel, die beste Bierkultur für die Zukunft zu schaffen und diese nach sozialen und ökologischen Herausforderungen zu gestalten. Als erstes Brauereiunternehmen spricht sich die HEINEKEN-Familie weltweit dafür aus, bis zum Jahr 2030 in der gesamten Produktion CO<sub>2</sub> neutral zu sein, bis 2040 sogar in der gesamten Wertschöpfungskette. Festgelegt ist diese Ambition unter anderem in unserer Nachhaltigkeitsstrategie „Brew a better world“.

## Brauen mit der Sonne

3.200 m<sup>2</sup> Dachfläche werden ab 2021 für die neue Photovoltaikanlage der Brauerei Wieselburg genutzt. Mit einer Gesamtleistung von 200.000 kWh pro Jahr kann damit Strom für rund 50 Einfamilienhaushalte erzeugt werden. Zusammen mit dem Eigenwasserkraftwerk können dann beinahe 25 % des Strombedarfes der Brauerei Wieselburg durch erneuerbare Energien abgedeckt werden.

- **Mit der Kraft der Sonne, braut auch die Brauerei Puntigam**  
Seit 2018 wird hier die Abwärme aus dem Brauprozess für die Wärmeversorgung von 800 Wohnungen genutzt. Weitere 600 Haushalte können seit kurzem über eine Photovoltaik-Volleinspeiseanlage versorgt werden. Doch Mitte 2021 wird die Brauerei auch ihren eigenen Energieverbrauch mit Sonnenenergie decken können: Durch den zusätzlichen Bau einer Eigenverbrauchsanlage mit einer Leistung von 300 kWp wird Energie für die Produktion und Abfüllung des Bieres erzeugt.
- **Ressourcen schonen durch Recycling**  
Derzeit verzeichnen wir bei unseren unbedruckten Dosenfolien einen 50% Recyclinganteil. Dieser Anteil wird zukünftig auf bedruckte Dosen- und Flaschenfolien ausgeweitet.
- **Kronenkorken ohne Zinn**  
Zinn wird in Entwicklungsländern in einem Verfahren abgebaut, das die Umwelt zerstört, viele Menschen durch Mineneinstürze tötet und teilweise Kinderarbeit erfordert. Um diesen Prozess nicht weiter zu unterstützen, wird die Brau Union Österreich ihre Kronenkorken in den nächsten Jahren aus TFS (zinnfreiem Stahl) herstellen.



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 2.600 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. So sind aktuell rund ein Viertel unserer Lehrlinge, die sich in der Ausbildung zum Brau- und Getränketechniker befinden, weiblich. In unserem Arbeitsalltag werden wir von einigen wichtigen Richtlinien geleitet – etwa der „Mitarbeiter- und Menschenrechte-Leitlinie“ der HEINEKEN-Familie, die sich an den Grundsätzen der International Labour Organization (ILO) orientiert (siehe [www.ilo.org](http://www.ilo.org)). Mit unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung, dem „Climate Survey“, erhalten wir wichtiges Feedback. 83 % aller Mitarbeiter haben im Jahr 2020 an dieser Umfrage teilgenommen, 94 % 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 sowie 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**
- **Mitarbeiterpartizipation**
- **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

**„Unser Unternehmen steht jetzt und zukünftig vor großen Herausforderungen. Die Anforderungen werden noch anspruchsvoller – andere, neue Fähigkeiten und Fertigkeiten sind gefragt und die Veränderungsgeschwindigkeit ist hoch.“**

*Andreas Weixlbaumer, People Manager Transformation & Learning*

## **Professionelle Organisationsentwicklung & Change Management**

Um bestmöglich und nachhaltig für die Zukunft gerüstet zu sein, legen wir einen Fokus auf das Erlernen neuer (digitaler) Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie auf den Umgang mit unternehmensweiten Veränderungen in der Brau Union Österreich.

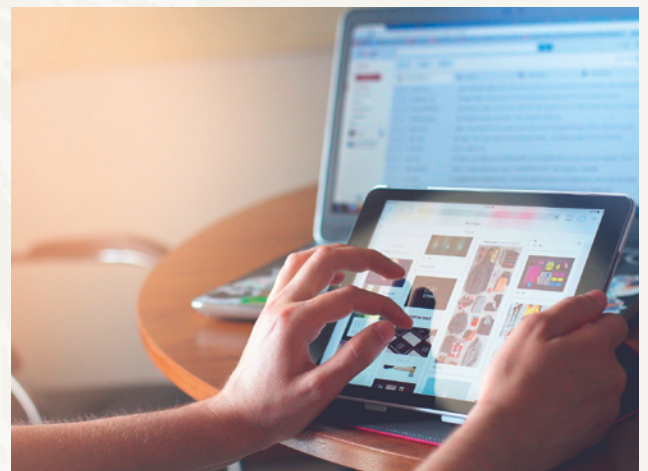
Wir machen es uns zur Aufgabe, mit hoch professionellem Change-Management die aktuell größten strategischen Transformationsprogramme gemeinsam mit dem Business- und den Linien-Verantwortlichen zu gestalten und voranzutreiben.

Darüber hinaus übernehmen wir mit einem schlagkräftigen Projektteam die Verantwortung für die Digitalisierung und Standardisierung unserer HR-Prozesse und tragen damit zur Modernisierung unseres Unternehmens bei.

## **Lernen neuer Fähigkeiten & Fertigkeiten**

Im Bereich „Learning“ legen wir einen Schwerpunkt auf die Weiterentwicklung digitaler, agiler und inklusiver Fähigkeiten der Mitarbeiter in der Brau Union Österreich. Vor allem im Zusammenhang mit COVID-19 ist uns ein umfangreiches und professionelles Online Weiterbildungs-Angebot besonders wichtig. Die erfolgreiche Umsetzung agiler Projekte und die Etablierung von SCRUM sind weiterhin essenzielle Ausbildungs-Meilensteine.

Speziell zum Thema Inklusion konnten wir die RE-Zertifizierung als „familienfreundlicher Arbeitgeber“ erreichen. Durch das aktive Karenzmanagement bleiben Karenzierte informiert und involviert. Das Brau Union Sommercamp wurde für die Kinder unserer Mitarbeiter neu eingeführt. Zudem wird die flexible Arbeitszeitgestaltung immer wichtiger und ein großer Schwerpunkt bleiben. Die neuen Homeoffice Möglichkeiten und die damit gewonnene Flexibilität leisten einen wertvollen Beitrag zur Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Privatleben.



# Umgesetzte Maßnahmen 2020

**Als Arbeitgeber für rund 2.600 Mitarbeiter sieht sich die Brau Union Österreich als Vorbild und Vorreiter für soziale Verantwortung.** Individuelle Weiterbildungsmaßnahmen sollen Anreize zum lebenslangen Lernen bilden und fördern die Aus- und Weiterbildung der gesamten Belegschaft. Im Jahr 2020 nahm im Durchschnitt jeder Mitarbeiter an beruflichen Weiterbildungsmaßnahmen im Ausmaß von rund 12 Stunden teil. Aufgrund der COVID-19 Pandemie kam es 2020 im Vergleich zu den Vorjahren zu einer geringeren Anzahl an Ausbildungsstunden.

Trotz der angespannten Situation durch die COVID-19 Pandemie engagierten wir uns im Jahr 2020 für eine hochwertige Lehrlingsausbildung. Nach einem österreichweiten Recruiting starteten im September 2020 32 Lehrlinge ihre Ausbildung bei der Brauerei Graz-Puntigam, Kaltenhausen, Leoben-Göss, Neu Rum, Linz, Schwechat, Villach, Wieselburg und Zipf. Durch ein vielfältiges Lehrangebot in den Bereichen Betriebslogistik, Brau- und Getränketechnik, Bürokauffrau/-mann, Elektrotechnik, Informationstechnologie, Labortechnik, Mechatronik, Prozesstechnik sorgen wir für Kontinuität im Fachkräftebereich. Denn rund 90 % der jungen Leute, die in der Brau Union Österreich eine Lehre abschließen, verbleiben auch im Unternehmen. Die Brau Union Österreich trägt für ihre hohen Ausbildungsstandards das ino Gütezeichen „Auszeichnung vorbildlicher Lehrbetrieb 2019–2022“.

**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 Lehrlingsausbildner haben die Möglichkeit, sich in einem internen Ausbildertraining jährlich weiterzuentwickeln.



**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 ausgezeichnete 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.

**Change Management & AGILE Development:** 2020 lag unser Schwerpunkt auf der aktiven Gestaltung und Unterstützung der größten Transformationsprojekte, vor allem in den Bereichen Gastronomie, Logistik & Finanzen. Zudem forcierten wir in wichtigen und komplexen Unternehmensprojekten das agile Projektmanagement und die Etablierung von SCRUM.

**Digitale Workshop Reihe „Führen im Home Office“; Online Coaching & Mentoring Schwerpunkt:** Dabei standen vor allem Themen wie Teamdynamik, soziale Faktoren, Verantwortlichkeiten sowie Tools und Regeln für die tägliche Arbeit im Fokus. Darüber hinaus bestand die Möglichkeit, Online Coachings und Mentoren Programme auf individueller Basis zu nutzen und dadurch Kompetenzen aufzubauen. Alle Programme und Möglichkeiten wurden von unseren Mitarbeitern sehr gut genutzt und werden daher auch zukünftig weitergeführt.



# Ausblick 2021

## **Change-Management & AGILE Development.**

Um eine nachhaltige Wirkung und einen kontinuierlichen Unternehmenserfolg sicherzustellen, setzen wir uns zum Ziel, 2021 die strategischen Veränderungsinitiativen und Transformationsprojekte weiter zu bündeln und zu verbessern. Dabei ist es besonders wichtig, die gesamte Belegschaft gut abzuholen, weiterhin interessante Karriereperspektiven zu schaffen und unsere Mitarbeiter weiterzuentwickeln. Der Ausbau agiler Arbeitsweisen sowie eine gestärkte Offenheit und Zuversicht gegenüber Veränderungen werden diese Entwicklungen unterstützen.

## **LEARNING**

Ab Herbst 2021 planen wir, aufgrund von COVID-19 abgesagte Trainings wie Kompetenz-Trainings, bierspezifische Ausbildungen und bereichsinterne Workshops nachzuholen. Insbesondere für unsere „First Line Manager“ Entwicklungsreihe ist eine Ausbildungsoffensive geplant. Darüber hinaus geht unser Talentmanagement Programm in eine neue Runde.

Mit dem Start des neuen Formats „Inclusive Leadership“, leisten wir zudem einen wesentlichen Beitrag, um inklusives Verhalten und die Diversität in der Brau Union Österreich gezielt zu fördern.

# Mitarbeiterpartizipation

Die Einbindung unserer Mitarbeiter in das aktuelle Geschehen der Brau Union Österreich ist uns ein wichtiges Anliegen. Daher bereiten unsere Mitarbeiter regelmäßig interessante Inhalte und Themen für die interne Kommunikation auf, die in unserem Mitarbeitermagazin „Prost!“ veröffentlicht werden. Ziel dabei ist es, die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen zu stärken, zu motivieren sowie Informationen über alle Standorte hinweg zu verbreiten. Jedes halbe Jahr erscheint das Magazin sowohl in gedruckter Form als auch online im Intranet. Überzeugen kann das Magazin neben seinem Mehrwert für das Unternehmen, auch durch sein ansprechendes Design. Im Jahr 2020 zeichnete die internationale Fachjury des Rats für Formgebung unsere „Prost!“ mit dem German Design Award in der Kategorie „Excellent Communications Design“ aus. Bestaunen konnte man unser Mitarbeitermagazin zudem in der Ausstellung „Excellent Communications Design & Excellent Architecture“ im Frankfurter Museum für Angewandte Kunst. Als 2 Meter große Projektion im digitalen Archiv konnte die Prost! hier durch Besucher begutachtet werden.

**„Der German Design Award ist eine internationale Anerkennung für uns und nach dem Econ Award für die beste interne Kommunikation im letzten Jahr eine weitere Bestätigung unserer Arbeit. Inhaltlich hat das gesamte Redaktions-team wesentlich Anteil am Erfolg.“**

**Gabriela Maria Straka, Director Corporate Affairs & CSR**



# Arbeitssicherheit und Gesundheit

„Das Jahr 2020 war davon geprägt, unsere Mitarbeiter gegen COVID-19 zu schützen. Durch umfangreiche Maßnahmen und ein COVID Präventionskonzept im gesamten Unternehmen konnten wir die Gesundheit unserer Mitarbeiter sicherstellen und schwerwiegende gesundheitliche Beeinträchtigungen abwenden.“

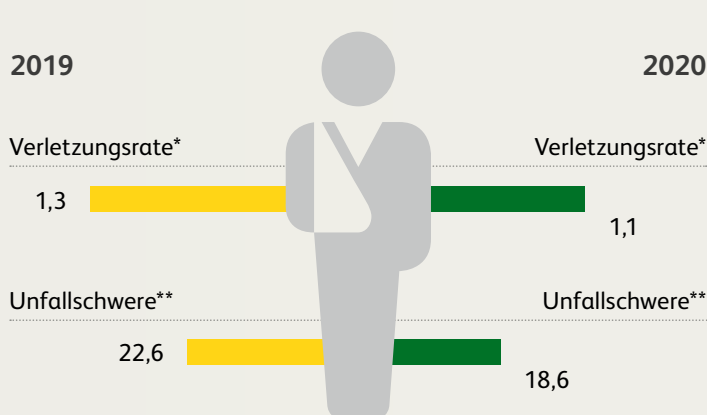
Andreas Neubauer, Health & Safety Manager

**BESONDERS WÄHREND DER COVID-19 PANDEMIE STEHT DIE SICHERHEIT UNSERER MITARBEITER AN ERSTER STELLE. DURCH REGELMÄSSIGE UPDATES ZU VORSCHRIFTEN UND VERHALTENSWEISEN DURCH UNSER FACHPERSONAL, IST ES UNS MÖGLICH, DIE AUSBREITUNG DES CORONA VIRUS EINZUSCHRÄNKEN UND EIN SICHERES ARBEITSUMFELD FÜR UNSERE MITARBEITER ZU SCHAFFEN.**

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. Dabei soll durch eine gesunde Ernährung, Bewegung, Entspannung, Sicherheit, aber auch soziale Kontakte und einer positiven Lebenseinstellung, die individuelle Gesundheit jedes Einzelnen gefördert werden.

Durch unsere Sicherheitsprogramme sorgen wir für ein sicheres Arbeitsumfeld und einen reibungslosen Ablauf. Diese umfassen u.a. eine jährliche Sicherheitsschulung im e-Learning, sowie eine anschließende elektronische Wissensüberprüfung. Zusätzlich werden in der Brau Union Österreich Risiko- und Gefahrenanalysen (LMRA) sowie Vorortschulungen für unser eigenes Personal, aber auch bei Partnerfirmen durchgeführt. Die Einhaltung der Arbeitsstättenverordnung (AstV) sowie des Arbeitnehmer-Innenschutzgesetzes (AschG) werden laufend durch unsere Sicherheitsfachkraft und unsere Arbeitsmediziner überprüft.

Zudem finden in unseren Abteilungen regelmäßig Begehungen durch unsere Sicherheitsfachkräfte statt; dabei wird u. a. eine Evaluierung der Bildschirmarbeitsplätze durchgeführt. Zu unseren weiteren arbeitsmedizinischen Angeboten gehören betriebliche Impfungen, wöchentliche Trainings zur Aufrechterhaltung des Stütz- und Bewegungsapparates, präventive Untersuchungen (z. B. Gehörtest) sowie die individuelle Betreuung unserer Mitarbeiter zu verschiedensten Gesundheitsfragen.



\* Unfälle/100 FTE (bezogen auf den Jahresdurchschnitt)

\*\* Ausfallstage/100 FTE (bezogen auf den Jahresdurchschnitt)

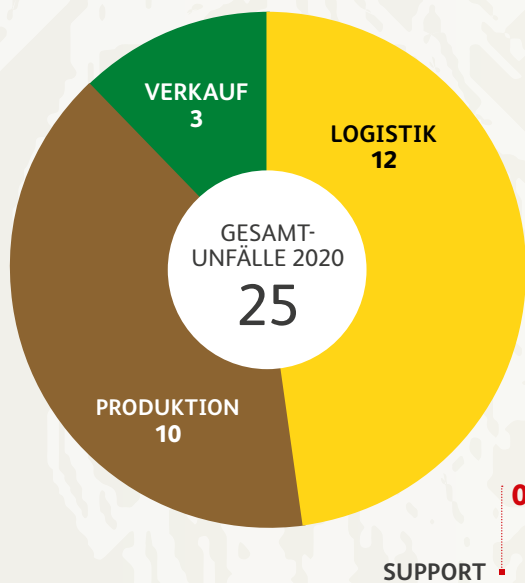
Im Jahr 2020 kam es in der Brau Union Österreich zu keinem arbeitsbedingten Todesfall, jedoch zu 25 Unfällen (inkl. leichten und schweren Unfällen). Im Vergleich zum Vorjahr mit 33 Unfällen konnte die Verletzungsrate um 15,6 % und die Unfallschwere um 17,7 % gesenkt werden. Die Senkung der Verletzungsrate ist unter anderem auch auf den coronabedingten Rückgang der Lieferungen an unsere Kunden in 2020 zurückzuführen. Unser oberstes Ziel ist es, die Arbeitsunfälle an allen Standorten auf null zu reduzieren und damit auch Ausfallstage zu vermindern. Für Arbeitssicherheit und Gesundheit sind alle Führungskräfte verantwortlich. Um eine Unterstützung aller Unternehmensbereiche in den



Bereichen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz zu gewährleisten, wurde eine neue Sicherheitsabteilung im Bereich Human Resources gegründet. Ziel dieser neuen Struktur mit Safety & Health-Spezialisten ist, gemeinsam mit Führungskräften und Mitarbeitern vor Ort, an den Standorten eine verhaltensbasierte Sicherheitskultur aufzubauen bzw. weiterzuentwickeln.

Die Sicherheitsbeobachtungen durch die Mitarbeiter selbst sowie durch Vorgesetzte und deren Analyse erleichtern es, Unfallursachen zu klären und Maßnahmen zu setzen, um Unfälle zu vermeiden. Außerdem wurden unternehmensweit die HEINEKEN „Life Saving Rules“ implementiert und die Mitarbeiter und Führungskräfte entsprechend geschult. Für die vorbildlichen Maßnahmen im Bereich des Zustellfuhrparks wurde die Brau Union Österreich 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-Abbiege-Systemen ausgestattet. Dies schützt nicht nur Fußgänger und Radfahrer in Kreuzungsbereichen, sondern erleichtert auch unseren Bierführern die Auslieferung, insbesondere im Stadtverkehr.



# Umgesetzte Maßnahmen 2020

**Logistik:** Start von Pilotprojekten in jeder Logistikregion zur Evaluierung der Verkehrssituation, um Vorfälle mit Staplern und Fußgängern zu vermeiden. Teilnahme am HEINEKEN „CoE – Center of Excellence für Fork Lift Safety“.

**Auftragnehmer – Sicherheit:** Begleitung und Kontrolle von Auftragnehmer-Tätigkeiten von großen Projekten durch lokale Safety Spezialisten.

**„Management of Change“:** Digitale Systemunterstützung durch das HEINEKEN System „One2Improve“ für die Vorbereitung und Nachverfolgung bei der Im-

plementation von Änderungen (neue Maschinen, Arbeitsprozesse, etc.) und Bewertung der Auswirkung auf Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter.

**Psychische Belastungen:** Erarbeiten von Maßnahmen aus der Evaluierung psychischer Belastungen in der Logistik sowie Erweiterung des Netzwerkes für psychologische Unterstützung.

**Prozesssicherheit:** Erreichung des HEINEKEN Zieles von 100 % Compliance für Prozesssicherheits-Standards. Ein Schwerpunkt wird auf die Aufzeichnung und Nachverfolgung der Meldungen aus den Warnsystemen für CO<sub>2</sub> und NH<sub>3</sub> gesetzt.

**„The12Rules.com“:** Neues globales Reportingsystem für Unfälle, Erste-Hilfe Fälle und Beinaheunfälle an allen Standorten etabliert und eingeführt.

## Ausblick 2021

**Unsere Sicherheitsstrategie setzen wir auch 2021 mit vielfältigen Maßnahmen fort.**

### Logistik:

- Ein Onboarding Programm für Saisonarbeitskräfte und Neu-Mitarbeiter, um sicher in die Saison zu starten
- Evaluierung der Verkehrssituation an jedem Standort, um Vorfälle mit Staplern und Fußgängern zu vermeiden

### Auftragnehmer-Sicherheit

- Zusammenführen aller zugänglichen Informationen von Auftragnehmer-Tätigkeiten in einer Datenbank und Verbesserung der Zusammenarbeit mit den beteiligten Abteilungen

### Safety Leadership

- Weiterentwicklung und Erneuerung des „verhaltensbasierten Sicherheitssystems“ im Unternehmen
- Ausweiten und integrieren des Safety Leadership Trainings bei Trainings für Führungskräfte

### Verkehrssicherheit

- Forcierung der „Smart Driver App“ und des „SafeDrivePod“ in der Organisation, um ein sicheres Verhalten im Verkehr zu stärken
- Erhöhung der Mindeststandards für die Sicherheitsausstattung von LKWs und PKWs

### Psychische Belastungen

- Evaluierung psychischer Belastungen im Bereich Technik/Produktion
- „G’sund im Job“ – Trainingsreihe für Führungskräfte und Erweiterung des psychologischen Netzwerkes

### Risikoreduzierung

- Nachverfolgung des Risk Registers und aller Vorfälle mit hohem Potenzial
- Durchführung von Bow-Tie-Analysen im Bereich der Produktion, Auftragnehmer-Sicherheit, Safety Leadership und Verkehrssicherheit



Die Qualität der Vielfalt

Zum Wohl unserer Kunden





„Unser Ziel ist es, den österreichischen Biermarkt – durch nachhaltiges Handeln jetzt und für die Zukunft – weiterzuentwickeln. Dabei schaffen wir durch beste Innovationen, wie etwa bei alkoholfreien und regionalen Produkten, sowohl für Kunden als auch Shopper und Konsumenten Mehrwerte.“

Markus Kapl, *Director Geschäftsfeld Lebensmittelhandel*

Unsere rund 49.000 Kunden in Gastronomie und Lebensmittelhandel können auf beste Qualität und auf individuelles 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: Während wir im Jahr 2019 durchschnittlich 12,35 Lieferungen pro Tag und Mitarbeiter durchführten, waren 2020 aufgrund der COVID-19 Pandemie kaum Lieferungen möglich. Dennoch sind wir auch in schweren Zeiten für unsere Kunden da: Mit über 1 Millionen Euro unterstützten wir unsere Gastronomiepartner bei der Wiedereröffnung und führten bei über 20.000 Schankanlagen eine kostenlose Serviceleistung durch.

#### **Solidarität als Zeichen an die Gastronomie**

Die Corona Pandemie und die damit einhergehenden staatlichen Sperren waren im Jahr 2020 vor allem für unsere Gastronomiebetriebe eine wesentliche Belastung. Neben dem Wegfall sämtlicher Einnahmen, blieben fixe Ausgaben wie Miete oder Pacht weiterhin zu bezahlen. Wir setzten dabei ein solidarisches Zeichen und verzichteten bei Gastronomen, die in Eigengaststätten der Brau Union Österreich eingemietet sind oder einen Pachtvertrag haben, von Mitte März bis Ende April auf Miet- und Pachtzahlungen. Durch unsere Hilfe war es zahlreichen Partnern möglich, ihren Betrieb aufrechtzuerhalten und ihre Mitarbeiter weiterhin im Unternehmen zu beschäftigen.

#### **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.

#### **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 unseren Kunden.



### 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, wir 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 CO<sub>2</sub> aus: Das Bier, das sich in einem separaten Schutzbehälter befindet, wird mit Luft aus dem Fass gedrückt, ohne dass es aber mit Luft in Berührung kommt. Für die 8-Liter-Fässer gibt es eine Recycling-Vereinbarung mit der ARA. Auch bei Events handeln wir ökologisch sowie sozial verantwortungsvoll und verwenden, wo möglich, Mehrwegbecher. Aufgrund der Corona-Pandemie und dem Ausfall aller Veranstaltungen, wurden im Jahr 2020 keine Mehrwegbecher durch die Brau Union Österreich genutzt.

### BEST PRACTICE

**Auch 2020** haben wir unser Angebot mit vielen neuen Innovationen erweitert. Neben regionalen und saisonalen Bieren, wie z. B. dem Linzer Bier, dem Zipfer Kellerbier und dem Wieselburger Zwickl liegt ein besonderer Fokus auch auf die Weiterentwicklung von alkoholfreien Bieren und natürlich gebrauten alkoholfreien Getränken. Ganz nach unserer Initiative „natürlichALKOHOLFREI“ möchten wir damit den verantwortungsbewussten Genuss fördern.

**„Unsere Vision ist beste Fassbier-Qualität in allen österreichischen Gastronomie-Betrieben. Dabei möchten wir alle unsere Kunden und Partner unterstützen. Mit unserem Theken-Zapfsystem BLADE garantieren wir nach dem Anzapfen 30 Tage beste Bierqualität. Damit wird die Fassbierqualität, die Bierkultur und die Wirtshauskultur gleichermaßen gestärkt.“**

*Andreas Hunger, Director Geschäftsfeld Gastronomie*



# Umgesetzte Maßnahmen 2020

**NEUESTE STUDIE\*: Nachhaltige Bierkultur für die Zukunft.** Der jährliche österreichische Bierkulturbericht der Brau Union Österreich zeigt, welche Anforderungen die österreichischen Biertrinker an ihr Bier haben. Wie zum Beispiel im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit. 2020 ist für 82 % der österreichischen Biertrinker die Verwendung regionaler Rohstoffe wichtig und für 67 % nachhaltiges Brauen. Aber auch die Herkunft des Bieres ist bedeutend: 75 % sind für eine österreichische Marke aus einer österreichischen Brauerei.

\*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.

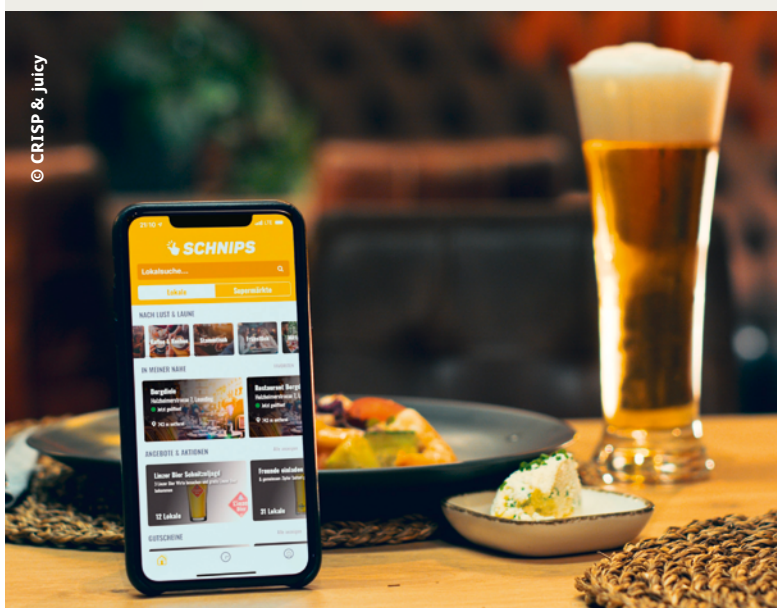
## Kostenloser Schankservice

Laut unseres aktuellen Bierkulturberichts, ist für beinahe 79 % der Österreicher eine saubere Zapfanlage in der Gastronomie wichtig. Dafür ist es wesentlich, dass die Schankanlage ordnungsgemäß funktioniert und sorgfältig gereinigt ist. Um unsere Gastronomiepartner nach den Schließungen durch die COVID-19 Pandemie dabei unter die Arme zu greifen und eine einwandfreie Schankhygiene sicherzustellen, boten wir 2020 kostenlose Schank-

services an. Dabei sorgte die Brau Union Österreich für die Reinigung und Wiederinbetriebnahme von insgesamt über 20.000 Schankanlagen – davon 5.000 in der Region Ost, fast 9.000 in der Region West und 6.000 in der Region Süd. Dieser Aufwand für Anfahrten und Arbeitszeit entspricht in ganz Österreich einem Wert von über einer Million Euro, die die Brau Union Österreich übernahmen.

**„Perfekt gezapftes Fassbier gibt es nur in der Gastronomie und Biergenießer freuen sich schon jetzt darauf. Sie sollen auch beste Qualität erhalten, was nur bei sorgfältiger Reinigung und Pflege der Zapfanlage gewährleistet ist. Mit unserem Beitrag helfen wir in dieser schwierigen Zeit unseren Kunden, möglichst rasch ohne weitere Belastungen den Betrieb wieder aufnehmen zu können.“**

**Gerhard Leitner,** Verkaufsleiter der Region West



## „Schnips“ App

Nach einem harten Jahr der Corona Pandemie, entwickelten wir 2020 unsere neue App „Schnips“, die Wiener Gastronomen bei der Wiedereröffnung unterstützt und einen Anreiz für Konsumenten bietet. So erhält jeder Appnutzer nicht nur ein kostenloses Seiterl, sondern kann die App auch für die Suche nach neuen Lokalen, neuen Gerichten, gemütlichen Gastgärten sowie aktuellen Angeboten nutzen. Auch die Gastronomen profitieren langfristig von der App: Mit „Schnips“ ist kontaktloses Bestellen und Bezahlen im Lokal möglich. Zusätzlich ist es Lokalen im ersten Jahr kostenlos möglich, eigene Werbung zu schalten, in der Lokalsuche via Schnips gefunden zu werden und an Promotions der Brau Union Österreich teilzunehmen. Die dabei anfallenden Kosten im Wert von 70.000 Euro übernimmt die Brau Union Österreich für die Gastronomen.

### 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 sieben 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 Biogas-erzeugung verwendet.



## Ausblick und Innovationen 2021

- **Gösser spendiert 10.000 Biere:** Zur Feier der Wiedereröffnung der Gastronomie wird Gösser 2021 10.000 Bestellungen, egal welcher Gösser Sorte übernehmen. Zurückerstattet werden die Kosten von bis zu 10 Gösser Genussmomenten.

**Um dem Trend zu einem bewussten, gesunden Lebensstil und verantwortungsvollem Biergenuss gerecht zu werden, sorgen wir auch 2021 weiterhin für alkoholfreie Alternativen in unserer Produktpalette:**

- **Gösser NaturRadler 0,0:** 2021 erweitern wir unser Sortiment um die erfrischende Sommeredition des Gösser NaturRadler 0,0 in der Sorte Himbeer-Rhabarber. Ohne künstliche Zusatzstoffe oder Süßungsmittel wird der alkoholfreie Radler auch natürlich und gesundheitsbewusst überzeugen.
- **Puntigamer Pr0,0st:** Durch das alkoholfreie Bier sorgen wir 2021 für verantwortungsvollen Genuss untertags. Dank einer einzigartigen Technologie wird der Alkohol schonend entzogen, dennoch bleibt der vollmundige und ausgewogene Geschmack des Puntigamer Pr0,0st erhalten.
- **Wieselburger 0,0 %:** Mit der neuen alkoholfreien Sorte Wieselburger 0,0 % lässt sich 2021 zu jeder Tageszeit verantwortungsbewusst und genussvoll auf das Leben anstoßen. Durch frisches Hopfenaroma ist das alkoholfreie Bier süffig und angenehm zu trinken.
- **Zipfer HOPS 0,0 Kola Zitron:** Neben den drei Varianten Zitrone, Maracuja und Bitter Orange, wird die Vielfalt der Hopfenlimonade Zipfer HOPS 0,0 2021 um die Sorte Kola Zitron reicher. Als Alternative zur klassischen Cola-Limonade, überzeugt das Zipfer HOPS 0,0 Kola Zitron mit 40 % weniger Zucker und ist das passende Getränk für unsere gesundheitsbewussten Kunden.

## Innovationen 2020

**2020 haben wir wieder eine Vielzahl an Bieren auf den Markt gebracht.**

- **SOL** – einem Lagerbier mit lateinamerikanischem Geschmackserlebnis – liefert mit 4,2 % Alkoholgehalt und einem frischen, malzig-fruchtigen Geschmack einen leichten und unbeschwerten Biergenuss.
- Anlässlich des 250-jährigen Bestehens der Brauerei Wieselburg, entwickelten wir die neue Sorte **Wieselburger Zwickl**, die an das traditionelle und echte Brauhandwerk erinnern soll. Mit einem Alkoholgehalt von 5 % überzeugt das Zwickl mit einer fruchtig-hopfigen Note.
- Aufgrund des großen Interesses wird das **Linzer Bier** sowie das ungefilterte **Kellerbier** aus der Brauerei Zipf nun einem breiteren Publikum zugänglich gemacht.





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 2.600 Arbeitsplätze. Wir tragen Verantwortung für unsere Mitarbeiter und bieten einen sicheren Arbeitsplatz und Weiterentwicklungsmöglichkeiten.

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/our-company/how-we-run-our-business/code-conduct>



**Verantwortungsvoller und alkoholfreier Konsum**

**Bereits zum 12. Mal gab die Brau Union Österreich eine Studie zur österreichischen Bierkultur 2020 beim market Marktforschungsinstitut in Auftrag. Ziel der Studie ist es, eine Bestandsaufnahme zum Thema Bier in Österreich zu erhalten sowie potenzielle Trends zu identifizieren. Die Ergebnisse zeigen folgende Entwicklungen:**

- **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, beinahe gleich oft wird allerdings der Gusto auf ein Bier, ohne dass man Alkohol trinken möchte, genannt. Derzeit greift jeder Vierte gerne zu alkoholfreiem Bier; der Trendverlauf zeigt hier seit Jahren eine steigende Nachfrage. Mit der markenübergreifenden Initiative „natürlichALKOHOLFREI“ 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 verantwortungsbewusstem Konsum.**
- **Wirft man einen näheren Blick auf die Geschlechterverteilung der Biertrinker, merkt man: Beinahe die Hälfte (39 %) der Frauen in Österreich konsumieren regelmäßig Bier. Zusätzlich legen Frauen im Geschlechtervergleich mehr Wert auf eine verantwortungsvolle und nachhaltige Bierproduktion.**
- **Aus den Umfrageergebnissen der Studie wurden 2020 zudem erstmals fünf Biertrinker-Typen ermittelt: Mehr als ein Drittel (38 %) der Österreicher sind Genießer; umweltbewusst (26 %) und preisbewusst (23 %) sind etwa je ein Viertel. Jeder zehnte Österreicher ist ein markentreuer Traditionalist, 3 % zählen zu den neugierigen Probierern.**



### **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 2020

### **Schutzmasken für das Rote Kreuz**

5.000 Schutzmasken überreichte die USA 2020 als Spende der Brau Union Österreich. Da alle unsere Standorte bereits mit Masken ausgestattet waren, stellten wir die wiederverwendbaren Stoffmasken Rotkreuz-Mitarbeitern der Team Österreich Tafel zur Verfügung. Diese sammeln überschüssige, einwandfreie Lebensmittel und verteilen sie über die Tafel-Ausgabestellen. Durch die erhöhten Hygienebestimmungen an den Ausgabestellen während der COVID-19 Pandemie, war die Spende der Brau Union Österreich eine wertvolle Unterstützung.

### **Hilfe zur Selbsthilfe**

Mit der zunehmenden Nachfrage nach alkoholfreien Bieren sammeln sich große Alkoholmengen an, die im Brauprozess dem Bier entzogen werden. Um das Rote Kreuz während der Covid-19 Pandemie zu unterstützen, spendete die Brauerei Wieselburg 2020 4.000 Liter Alkohol. Genutzt wurde das Ethanol zur Herstellung von dringend benötigtem Desinfektionsmittel für Hände, das speziell bei Einsätzen in der Krisenzeit gebraucht wurde.

### **Hilfe für das Österreichische Bundesheer**

Seit 2018 besteht zwischen dem Militärkommando Oberösterreich und der Brau Union Österreich eine Partnerschaft im „Netzwerk für Katastropheneinsatz in Oberösterreich“. Als verantwortungsvoller Partner leisteten wir auch 2020 während der COVID-19 Krise einen wichtigen Beitrag: Mit einer 4.000 Liter Alkohol-Spende unterstützte die Brauerei Wieselburg das Österreichische Bundesheer bei der Desinfektionsmittel-Herstellung. Das Desinfektionsmittel nutzten die Soldaten, die zur Unterstützung des Gesundheitswesens und der Lebensmittelversorgung eingesetzt wurden.

### **„Ö3 Wundertüte“**

Die Initiative „Ö3 Wundertüte“ wurde auch 2020 wieder unterstützt. Dabei wurden rund 20 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 2021

### ▪ **Vorreiter in der Nachhaltigkeit bleiben**

2021 wird wieder ein großes Augenmerk auf einen verantwortungsvollen Umgang mit der Gesellschaft gelegt. Für die zahlreichen herausragenden Projekte und Initiativen im Nachhaltigkeitsbereich wird die Brau Union Österreich mit dem German Brand Award 2021 in der Kategorie „Brand Corporate Social Responsibility“ prämiert. Dieser reichweitenstärkste Preis im deutschsprachigen Raum wird jährlich an Unternehmen und Produkte verliehen, um deren herausragende Markenführung zu honorieren.

### ▪ **Verantwortung für unsere Lehrlinge**

Die Lehrlingsinitiative Amuse Bouche bleibt auch 2021 ein zentrales Anliegen. Starker Fokus liegt dabei auf der Lehrlingsausbildung. Um Ausbildungsdefizite durch die Corona-bedingten, temporären Schließungen der Gastronomie und Hotellerie auszugleichen, wird 2021 der „Amuse Bouche Wettkampf der Top-Lehrlinge“ stattfinden. Während des mehrtägigen Vorbereitungskurses, können junge Menschen praxisnah von Experten aus der Wiener Gastronomie und Hotellerie lernen und eine optimale Vorbereitung auf die Lehrabschlussprüfung erhalten. Die Brau Union Österreich wird als langjähriger Partner von Amuse Bouche auch 2021 die Challenge und die Ausbildung der Lehrlinge im Bereich Getränke- und Bierkultur unterstützen.

# 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 Gösser-Bannern im Wintersport und Puntigamer- oder Zipfer-Bannern beim Fußball. Die Marke Gösser als Partner des ÖSV war auch in der Saison 2020 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. So beispielsweise trägt jede Flasche der Brauerei Villach und Schleppe eine Aufschrift mit „Don't drink and drive“ sowie ein durchgestrichenes Symbol einer schwangeren Frau. Die Marken Zipfer, Gösser und Puntigamer heben auf den Etiketten die jeweilige Website mit Tipps für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol hervor.

### Nähere Infos unter:

<https://www.goesser.at/vernuenftig-geniessen/>  
<https://www.puntigamer.at/vernuenftig-samma/>  
<http://www.zipfer.at/zipfer/verantwortung.html>  
<https://www.theheinekencompany.com/our-company/how-we-run-our-business/code-conduct>

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

**„Der Trend zu gesundheitsbewusstem Konsum hält weiter an. Wir erweitern daher laufend unser Angebot an natürlichen alkoholfreien Produkten. Mittlerweile bieten wir eine Palette an etwa 20 unterschiedlichen alkoholreduzierten bzw. alkoholfreien Bieren und Biermischgetränke. Mit unserer Vielfalt in diesem Bereich sprechen wir explizit Erwachsene an und unterstützen damit auch einen verantwortungsvollen Genuss untertags. Im Umfeld von Sportsponsorings und Events ist die alkoholfreie Kategorie besonders relevant, weshalb wir diese Plattformen in dem Zusammenhang ganz besonders nutzen.“**

**Michael Wallner**, *Director Geschäftsfeld 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. Der Abschluss dieser fundierten Ausbildung berechtigt zur Führung der Berufsbezeichnung „Biersommelier/Biersommelière“ sowie des Biersommelier-Zeichens. Während wir 2019 in den sechstägigen Kursen 263 Biersommeliers ausbilden konnten, war die Durchführung der Kurse im Jahr 2020 aufgrund der Corona-Pandemie nicht möglich. Nähere Infos zur Biersommelier-Ausbildung unter <http://www.kaltenhausen.at/bierkultur/biersommelier-ausbildung/>



# Brauereistandorte und Spezialitätenmanufakturen 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 jahrhundertelange 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.

- Spezialitätenmanufaktur Hofbräu Kaltenhausen
- Spezialitätenmanufaktur Kaltenhauser Botschaft Fünfhaus, Wien
- Spezialitätenbrauerei Schleppe, Klagenfurt
- Brauerei Falkenstein, Lienz
- Brauerei Göss, Leoben
- Brauerei Puntigam, Graz
- Brauerei Schladming
- Brauerei Schwechat
- Brauerei Villach
- Brauerei Wieselburg
- Brauerei Zipf



Ausführliche Informationen finden Sie online unter [www.brauunion.at](http://www.brauunion.at)

## Spezialitätenmanufaktur HOFBRÄU KALTENHAUSEN



Gegründet 1475, ist die Brauerei in Kaltenhausen die Älteste Salzburgs. Klarstes Felsquellwasser von den Barmsteinen und unterirdische Kalträume begünstigten in Kaltenhausen die Herstellung und Lagerung von Bier in besonderer Weise. Seit 2011 widmet sich der Standort mit einer feinen Spezialitäten-Manufaktur und einem Schulungszentrum ganz der Bierkultur.

- Handwerkliche Bierherstellung
- Verwendung von bestem unbehandeltem Wasser, Hopfen aus dem Mühlviertel und fast ausschließlich österreichischer Gerste
- Erneuerbare Energie von benachbartem Wasserkraftwerk
- Ausbildungsstätte für Bersommeliers (laufende Kursangebote das ganze Jahr)
- Regionaler Arbeitgeber mit besonders vielen langjährigen Mitarbeitern
- In Kaltenhausen wurde eine E-Tankstelle installiert, bei der E-Bikes und E-Autos während des Besuchs des Braugasthofes aufgeladen werden können.

## Spezialitätenmanufaktur KALTENHAUSER BOTSCHAFT Fünfhaus Wien



Seit 1475 steht das Hofbräu Kaltenhausen für kreatives Brauhandwerk und feinste Spezialitäten-Biere. Nun war es an der Zeit, den nächsten Schritt zu gehen und unsere Brauphilosophie mit der „KALTENHAUSER BOTSCHAFT FÜNFHAUS“ über die Grenzen Salzburgs hinauszutragen.

Auch in der neu errichteten und im September 2019 eröffneten kleinen aber feinen Brauerei in Wien Fünfhaus widmen wir uns unserer Leidenschaft, innovative Rezepte zu entwickeln und diese mit sorgfältig ausgewählten Rohstoffen in erstklassige Biere voller Geschmack und Persönlichkeit zu verwandeln. In der Produktion wurde von Beginn an auf Ökostrom von Wien Energie gesetzt, um auch hier einen nachhaltigen Beitrag zu leisten.

Gemeinsam mit dem BRAUHOFF WIEN wird das Thema Bier für alle Biergenießer und Bierinteressierten hier auf einzigartige Weise zu einem Gesamterlebnis.

Feinste Biere von Hand gebraut, Brauereiführungen, Bierverkostungen und Brautage nehmen die Besucher auf eine spannende Reise durch die Welt des Bieres mit.

## Spezialitätenbrauerei SCHLEPPE, Klagenfurt



Diese mittlerweile über 400 Jahre alte Brautradition, gekoppelt mit Qualität und ständiger Innovation, machen die Schleppe Brauerei zu dem was sie heute ist – zu einer anerkannten Spezialitätenbrauerei. Mit der Revitalisierung entwickelte sich die Schleppe Brauerei zu einem Zentrum des besonderen Brauhandwerks in Kärnten. Für innovative Entdecker bietet Schleppe den besonderen Biergenuss.

Seit 2001 spezialisiert sich die Schleppe Brauerei auf das Brauen besonderer, saisonaler Bierspezialitäten. Neben dem klassischen Schleppe Märzen werden auch Bierspezialitäten, wie der Schleppe Bock, der Doppelbock, das Schleppe Oktoberbräu und viele andere saisonale Spezialitäten gebraut.

Die Grundstücke rund um den Schornstein der Brauerei wurden weiterentwickelt, sodass 2005 die Eröffnung des Schleppe Businessparks gefeiert wurde. Klagenfurt hat durch die Investitionen der Brauerei ein neues Stadtviertel erhalten, die „Schleppe Kurve“. 2020 wurde auf dem Dach der Schleppe Brauerei eine 500 m<sup>2</sup> große Photovoltaikanlage installiert.

Heute ist die Schleppe mehr als eine Spezialitätenbrauerei. Mit einem umfassenden Sortiment an Bierspezialitäten und alkoholfreien Getränken ist die Schleppe ein wichtiger Partner für die Gastronomie und Veranstalter.



## Brauerei FALKENSTEIN, Lienz



Da sich vor allem der Flaschenanteil kontinuierlich erhöht, gibt es seit 2017 eine neue Abfüll- und Etikettieranlage. Für die

Erneuerung der Transportbänder wurde die Flaschenabfüllhalle erweitert, 18.000 Flaschen können so pro Stunde abgefüllt werden.

- Verwendung von Leutschacher Hopfen, 100 % österreichischer Gerste und Wasser aus dem hauseigenen Brunnen.
- 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.

## Brauerei GÖSS



Durch zahlreiche Initiativen wird in der Grünen Brauerei Göss 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 Biertreibervergärungsanlage gewonnen wird.
- Weitere rund 5–10 % liefert Biogas aus der Abwasserreinigungsanlage.
- 100 % des Strombedarfs werden aus erneuerbaren Quellen gedeckt, gleichzeitig werden 90 % der Abwärme aus dem Brauprozess wiederverwendet.
- Bepflanzung von jungen Rotbuchen für verbesserte Luftqualität

Bereits seit 2013 betreibt die Brauerei Göss eine rund 1.500 m<sup>2</sup> große Solaranlage und wurde 2016 dafür mit dem IEA SHC Solar Award für ihre herausragende Leistung im Bereich der Solarthermie ausgezeichnet.

## Brauerei PUNTIGAM



Auch am Gelände der Brauerei Puntigam werden nachhaltige Projekte umgesetzt. Ein Vorzeigebispiel ist die Brauerei Puntigam. Seit 2018 ermöglicht ein innovatives Konzept, die Abwärme aus dem Brauprozess für die Wärmeversorgung von 800 Wohnungen des benachbarten Brauquartier Puntigam zu nutzen. Nun soll am Standort auch mit der Kraft der Sonne gebraut werden.

- Brauquartier: die Brauerei nutzt die Abwärme aus dem Brauprozess für die Energieerzeugung und ist dadurch besonders nachhaltig, rund 800 Wohnungen, Büros und Geschäftsflächen werden so mit Wärme versorgt. Das Brauquartier Puntigam ist ein gelungenes Projekt in Richtung 100 % grüne Energie für die Kunden zu liefern und dass möglichst aus der Region und mit Rücksicht auf die Menschen.
- In der Brauerei Puntigam wurde eine 7.000 m<sup>2</sup> große Photovoltaik-Anlage installiert. Mit Sonnenenergie aus dieser Anlage können nun 565 private Haushalte versorgt werden. 3.156 Module wurden auf einer Gesamtdachfläche von rund 14.000 m<sup>2</sup> installiert.
- Geplant ist im 2. Schritt eine Eigenverbrauchsanlage, welche Strom für die Nutzung der Brauerei selbst liefern soll. Der Baustart ist im 2. Quartal 2021 geplant. Die Anlage mit einer Leistung von 300 kWp und 790 Modulen wird ca. 300.000 kWh/Jahr erzeugen und direkt in der Brauerei für Produktion und Abfüllung des Bieres verwendet werden.

## Brauerei SCHLADMING



Die Grüne Brauerei Schlading ist eine regionale Spezialitätenbrauerei und wurde auf ein neues Energiekonzept umgestellt.

- Seit Dezember 2018 ist die Brauerei an das Schladinger 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.
- Seit Mitte des Jahres 2019 wird zur Gänze mit grüner Energie gebraut.
- Bio-Biergenuss mit 100 % österreichischen Rohstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau gibt es in den Sorten BioZwickl und Schladinger Schnee Weiße.
- Am „Insa Bier“ brauten Mitarbeiter mit viel Liebe zum Detail und mit besten Rohstoffen. Der ausgezeichnete Geschmack wurde bereits mehrfach prämiert und es wird auch eine Sonderausstellung dazu geben.



## Brauerei SCHWECHAT



Mit dem innovativen Abwärmeprojekt der Brauerei Schwechat werden rund 800 Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr eingespart. Für diese Vorreiterrolle nominierte 2020 TRIGOS die Brauerei für verantwortungsvolles Wirtschaften in Österreich.

- Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs auf unter 2,70 hl/ hl Bier
- Reduktion des Extraktverlusts unter technologisches Limit

- Einsatz eines Treberblowers anstelle von klassischem Kompressor zur Senkung des Stromverbrauchs
- Kontinuierliche Umrüstung der Beleuchtung auf LED- System (Produktion und Logistik)
- Optimierung der Kälteanlage durch Einsatz eines Ammoniak Trockners zur Reduktion des Stromverbrauches
- Reduktion der thermischen Energie im Sudhaus durch verbessertes Kochsystem
- Energieeinsparung bei der Wärmeversorgung der Brauerei (Temperaturabsenkung am Wochenende)
- Einsparung von Primärenergie bei der Bier- vorwärmung an der Dosenabfüllanlage
- Absenkung der Temperatur im Bereich Folienschrumpftunnel Dosentray
- Umstieg auf Recycling-Folie bei Tray Verpackung
- Erstellung eines Baumkatasters zur sicheren Pflege und Erhaltung des Grünraums
- Für 2021 sind weitere E-LKW „E-drive“ (16 Tonnen) für die Belieferung des Großraums Wien vorgesehen
- Die Errichtung von Photovoltaik-Anlagen auf dem neuen Distributionszentrum ist für Ende 2022 geplant
- Umstieg auf emissionsfreie, fahrerlose Transportsysteme für Dosenlinie angedacht

## Brauerei VILLACH



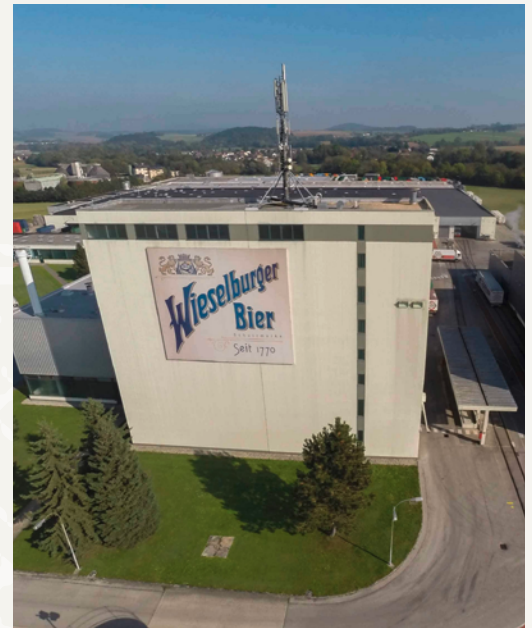
Seit Anfang 2019 wandelt auf dem Dach der Villacher Brauerei eine 5.400 m<sup>2</sup> große Photovoltaikanlage Sonne in Strom um. Die Fläche, größer als ein Fußballfeld, deckt mehr als ein Drittel des Jahresenergiebedarfes der Brauerei ab. In Bier berechnet, werden jährlich 18 Millionen Flaschen Villacher Bier durch Sonnenenergie erzeugt. Damit zählt die Villacher Brauerei zu den Top 8 Solar-Brauereien weltweit.

- Durch die Erneuerung der Filtersteuerung wurden die Reinigungsprogramme überarbeitet und weiters der Wasserverbrauch reduziert
- Durch die Übersiedlung der Verwaltung in ein anderes Gebäude konnten die genutzten Flächen reduziert werden. Dadurch und durch die bessere Wärmedämmung des Gebäudes wird Heizwärme eingespart.
- Fortsetzung und Erweiterung des Projekts „Kärntner Braugerste“, Ziel: Klimaschutz durch Regionalität.
- Um die Energieeffizienz zu verbessern, ist ein neuer Druckluftkompressor mit besserem Wirkungsgrad geplant, der auch durch Luftkühlung wassersparend ist

# Brauerei WIESELBURG

Auf dem Dach der Logistikhalle der Brauerei Wieselburg wird eine neue Photovoltaikanlage errichtet. 3.200 m<sup>2</sup> Dachfläche stehen zur Verfügung um ca. 200.000 kWh pro Jahr zu erhalten, das entspricht 5 % des gesamten Strombedarfes der Brauerei Wieselburg.

- Laufende Optimierungen punkto Energieverbrauch z. B. durch Modernisierung Heizung Block A\_B und Verwendung der abgegebenen Wärme aus dem Sudhaus für die Fußbodenheizung etc.
- Laufende Reduktion des Stromverbrauchs durch die geplante Photovoltaikanlage auf dem Dach des Block C
- Geplante und umgesetzte Umweltprojekte wie Fischaufstiegshilfe nach neuesten ökologischen Kriterien, Aufforstung Wald im Bereich Zu- und Ablauf des Kraftwerks, Baumbepflanzung am Brauereigelände



# Brauerei ZIPF



Die Brauerei wurde 1858 in Zipf gegründet und steht für einzigartigen Biergenuss. Seinen besonderen Charakter und die aromatische Hopfennote verdankt das Bier der Verwendung von Rohstoffen höchster Qualität und der speziellen Hopfung nach ursprünglicher Art. Seit jeher braut die Brauerei Zipf mit frischem Naturhopfen.

- Senkung von Emissionen durch die Inbetriebnahme eines neuen Gas-Dampfkessels
- Überarbeitung und Neuausrichtung Abfallwirtschaft
- Nutzung der Kälteenergie des Abfüllbieres zur Raumkühlung und gleichzeitige Biervorwärmung für die Flaschenabfüllung, um die Kondenswasserbildung an den Flaschen zu verhindern

- Erneuerung der Fischaufstiegshilfe zur Überwindung der Wehr für die Entnahme von Kühlwasser aus der Redl
- Errichtung einer Rückführung von Regenwasser über Versickerungsbecken ins Erdreich – 1. Teilabschnitt für den südöstlichen Bereich der Brauerei wurde bereits fertiggestellt
- Optimierung Altölentsorgung – Unterflurtank wurde stillgelegt
- Erneuerung von Aggregaten zur Druckluft-erzeugung und Rückgewinnung der Abwärme für Heizung der Abfüll- und Logistikhallen
- Durch Optimierungen bei den Reinigungsschritten konnten die Spülwässer bei den Tankreinigungen deutlich gesenkt werden
- Geplante Aktivitäten sind die Errichtung einer kieselgurfreen Bierfiltration über einen Biermembranfilter, die Errichtung einer Photovoltaik-Anlage auf dem Hallendach einer Logistikhalle und Neubau einer Photovoltaik-Carport Lösung mit 11 E-Ladestellen
- Weiters ist die Fertigstellung des Retentionsprojektes zur Versickerung von Regenwasser aus dem Betriebsgelände in Planung sowie die Umsetzung des neuen Verkehrskonzepts für mehr Sicherheit am Schulweg zur Zipfer Volksschule



# ÜBER DIESEN BERICHT

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2020 ist bereits der elfte Nachhaltigkeitsbericht der Brau Union Österreich und wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards, Option „Kern“, erstellt. 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 2020 bis 31. Dezember 2020. Ab dem Berichtsjahr 2020 wird nun jährlich ein Nachhaltigkeitsbericht der Brau Union Österreich publiziert. Prinzipiell wird hauptsächlich auf das Jahr 2020 Bezug genommen, es werden aber auch Daten und Informationen aus den Vorjahren dargestellt. Alle Daten für 2020 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 Großbrauereien Göss/Leoben, Puntigam/Graz, Schwechat, Wieselburg, Villach und Zipf. Über unsere Spezialitäten-Manufakturen/Brauereien (Kaltenhausen, Kaltenhausen/Fünfhaus, Schleppe) werden aufgrund ihrer geringen Größe keine ökologischen Kennzahlen berichtet.

Der Standort Villach und die gesamte Logistik wurde 2020 erstmals in die Daten miteinbezogen. Dadurch ergibt sich ein Anstieg der absoluten und spezifischen Indikatoren, wodurch eine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren nicht mehr gegeben ist. 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 „Brew 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 unseren Fokuszielen vergleichen und noch unterjährige Verbesserungen durchführen. Alle angegebenen Daten im Bericht werden von den jeweils abteilungsinternen Experten und Verantwortlichen auf lokaler Ebene geprüft und schlussendlich vom globalen HEINEKEN Audit Team 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen miteinbezogen.
- Im Berichtsjahr 2020 erfolgte die Umstellung der GRI Indikatoren aus der Reihe GRI 403 (2016) auf die aktuell gültige Version GRI 403 (2018). Die Managementansätze und quantitativen Indikatoren wurden dementsprechend angepasst.

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



## ZUM WOHL DER UMWELT

### 301-1 EINGESETZTE MATERIALIEN NACH GEWICHT ODER VOLUMEN

Erneuerbare Rohstoffe (t) (2020)	Gesamt
Hopfen	336
Malz aus Gerste	88.454

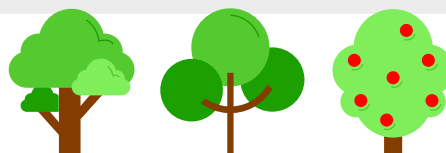
Im Bereich der eingesetzten Materialien beschränken wir uns auf unsere verwendeten Rohstoffe und Primärverpackungen.

Primärverpackung (hl) (2020)	Gesamt hl	Anteil %
MW-Glasflasche	2.985.564	51,44 %
EW-Glasflasche	19.848	0,34 %
MW-Glasflasche	55.863	0,96 %
EW-Glasflasche	469.353	8,09 %
EW-Glasflasche	2.693	0,05 %
PET 0,5 l	0	0,00 %
PET 0,4 l	1.690	0,03 %
PET 0,33 l	942	0,02 %
Dose 0,5 l	1.560.026	26,88 %
Dose 0,33 l	20.615	0,36 %
Fass David	16.579	0,29 %
BT-Fass	0	0,00 %
Blade/Brewlock Fass	41.318	0,71 %
Fass 20 l	43.431	0,75 %
Fass 25 l	46.103	0,79 %
Fass 30 l	43.721	0,75 %
Fass 40 l	1.333	0,02 %
Fass 50 l	494.496	8,52 %

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) (2020)	hl	Anteil %
MW-Gebinde (Mehrweg-Glasflasche, Fass)	3.728.408	64,24 %
EW-Gebinde (Einweg-Glasflasche, PET-Flasche, Dose)	2.075.167	35,76 %

Verpackungsmix (2020)	hl	Anteil %
MW-Glasflaschen	3.041.427	52,41 %
EW-Glasflaschen	491.895	8,48 %
PET-Flaschen	2.632	0,05 %
Dosen	1.580.641	27,24 %
Fässer	686.981	11,84 %





## 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 73 % und bei PET-Flaschen bei 59 %. Zum Recyclinganteil von Fässern liegen uns leider keine Zahlen vor.

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

	2019	2020
<b>Gesamtenergieverbrauch (MJ)</b>		
	458.775.822	563.703.661
Veränderung 2019–2020 in Prozent		+18,6
<b>Gesamtverbrauch thermische Energie (MJ)</b>		
	331.295.477	421.889.232
davon Dampfverbrauch (MJ)	289.109.971	293.293.194
davon Heizenergie (MJ)	27.181.710	32.605.071
Veränderung 2019–2020 in Prozent		+21,5%
<b>Gesamtverbrauch elektrische Energie (kWh)</b>		
	35.411.207	39.392.897
davon Kühlenergie (MJ)	8.074.199	8.178.363
Veränderung 2019–2020 in Prozent		+10,1%

Seit dem Jahr 2020 werden die Brauerei Villach und die gesamte Logistik bei der Berechnung der Energiekennzahlen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt.

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 (2020)	Anteil am Gesamtverbrauch (%)	Gesamtverbrauch an thermischer Energie (MJ)
Erneuerbare thermische Energie (Biogas, Biomasse)	15,5 %	70.332.126
*davon zugekaufte, erneuerbare Energie		65.443.234
*davon selbst erzeugte, erneuerbare Energie		4.888.892
Gasförmige Kraftstoffe	67,7 %	306.717.972
Flüssige Kraftstoffe	16,7 %	75.716.816
Gesamte thermische Energie	100,0 %	452.767.172
Verkaufte thermische Energie		30.877.940



Elektrische Energie – nach Art der Quelle (2020)	Anteil am Gesamtverbrauch (%)	Gesamtverbrauch an elektrischer Energie (kWh)
Selbst erzeugte erneuerbare Energie	3,3 %	1.343.098
Zugekaufte erneuerbare Energie (Öko-Zertifikat)	96,5 %	39.744.613
Selbst erzeugte nicht erneuerbare Energie	0,2 %	88.000
<b>Gesamte elektrische Energie</b>	<b>100,0 %</b>	<b>41.175.711</b>
Verkaufte elektrische Energie		1.782.814

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.

Seit dem Jahr 2020 werden die Brauerei Villach und die gesamte Logistik bei der Berechnung der Energiekennzahlen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt.

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

	2019	2020	Veränderung 2019–2020
Spezifischer Verbrauch – thermische Energie MJ/hl	57,88	73,81	+27,5 %
Spezifischer Verbrauch – elektrische Energie kWh/hl	6,19	6,85	+10,7 %
Spezifischer Gesamtenergieverbrauch MJ/hl	80,16	97,98	+22,1 %

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.

Seit dem Jahr 2020 werden die Brauerei Villach und die gesamte Logistik bei der Berechnung der Energiekennzahlen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt.

### 303-3 GESAMTWASSERENTNAHME (m³)

	2019	2020	Veränderung 2019–2020
Gesamtwasserentnahme (m³)	1.771.588	1.775.763	0,24%

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.

	2019	2020	Veränderung 2019–2020
Spezifischer Wasserverbrauch hl Wasser / hl Bier	3,09	3,09	0,00 %





## Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

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

	2019	2020
Direkte Treibhausgas-Emissionen (kg CO <sub>2</sub> e)	10.357.721	16.524.097

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

Seit dem Jahr 2020 werden die Brauerei Villach und die gesamte Logistik bei der Berechnung der Treibhausgas-Emissionen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt.

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

	2019	2020
Indirekte Treibhausgas-Emissionen (kg CO <sub>2</sub> e)	7.334.771	7.112.459

Seit dem Jahr 2020 werden die Brauerei Villach und die gesamte Logistik bei der Berechnung der Treibhausgas-Emissionen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt.

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

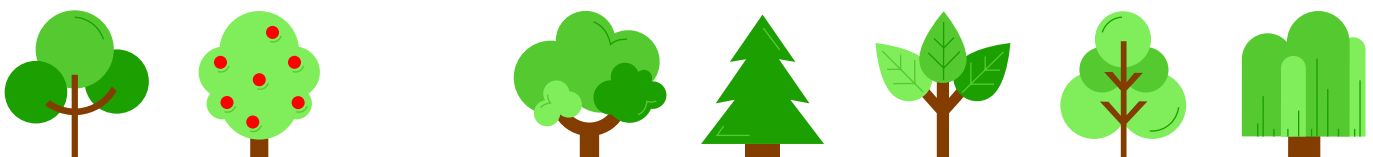
	2019	2020	Veränderung 2019–2020
Direkte THG-Emissionen kg CO <sub>2</sub> e/hl Bier	1,8	2,9	58,9 %
Indirekte THG-Emissionen kg CO <sub>2</sub> e/hl Bier	1,3	1,2	-3,4 %
Gesamt THG-Emissionen kg CO <sub>2</sub> e/hl Bier	3,1	4,1	33,1 %

Seit dem Jahr 2020 werden die Brauerei Villach und die gesamte Logistik bei der Berechnung der Treibhausgas-Emissionen berücksichtigt, wodurch sich der signifikante Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ergibt.

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

	2019	2020
NO <sub>x</sub> Emissionen (kg)	30.479,50	26.199,50
SO <sub>x</sub> Emissionen (kg)	531,50	351,40
NH <sub>3</sub> in Verwendung (kg)	44.601,00	48.072,00
NH <sub>3</sub> -Verluste (kg)	505,00	580,0
HC-basierte Kühlmittel (kg)	690,00	720,0
HC-basierte Kühlmittel-Verluste (kg)	91,00	21,00
kg R11-Äquivalente	–	–
Tonnen CO <sub>2</sub> -Äquivalente	331,5	80,53

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



## 306-1 GESAMTVOLUMEN DER ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT

	2019	2020
<b>Gesamtvolumen an Abwasser (m³)</b>	1.386.168	1.331.674
<b>Qualität des Abwassers</b>		
Organische Belastung des Abwassers (t CSB)	3.446	3.070
Stickstoffgehalt (kg N)	–	–
Phosphorgehalt (kg P)	–	–
Schwebstoffanteil (t SS)	–	–
<b>Einleitungsort des Abwassers</b>		
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

	2019	2020
<b>Gesamte Beiprodukte, Verpackung und Industrieabfall (t)</b>	122.357	126.345
Nicht rezyklierter Abfall (%)	0,0 %	0,0 %
<b>Gesamter Klärschlamm (t)</b>	161	170
Nicht rezyklierter Klärschlamm (%)	0,0 %	0,0 %
<b>Gesamter gefährlicher Abfall (t)</b>	52	96
Nicht rezyklierter gefährlicher Abfall (%)	0,0 %	0,0 %
<b>Gesamtabfall (t)</b>	122.570	126.612

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) 2019	Anteil am Gesamt- gewicht (%) – 2019	Gesamtgewicht (t) 2020	Anteil am Gesamt- gewicht (%) – 2020
Wiederverwendung	0,42	0,00 %	422,34	0,33 %
Menschliche Ernährung	–	0,00 %	–	0,00 %
Futtermittel	99.416,03	82,17 %	101.892,14	80,48 %
Materialien	5.795,89	3,49 %	5.891,00	4,65 %
Kompost / Düngemittel	3.602,99	2,98 %	3.493,72	2,76 %
Energie (Biogas)	1.913,80	1,58 %	2.080,88	1,64 %
Verbrennung mit Energiegewinnung	11.840,27	9,79 %	12.831,50	10,13 %
Verbrennung mit Wärme Gewinnung	–	0,00 %	–	0,00 %
Deponierung	0,12	0,00 %	–	0,00 %
<b>Gesamt</b>	<b>122.569,51</b>	<b>100 %</b>	<b>126.611,57</b>	<b>100 %</b>

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

	2019	2020
Bestehende Lieferanten*	1.673	1.711
Lieferanten mit bestätigter Abweichung	–	–
Lieferanten mit Unterschrift	1.640	1.695
Rate der Unterzeichnung	98 %	99 %
Lieferanten, bei denen eine Lieferanten-Risiko-Analyse durchgeführt wurde	1.673	1.711
Rate der Lieferanten mit Risiko-Analyse	100 %	100 %

\* 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

	2019	2020*
<b>Gesamtbelegschaft</b>	2.534	2.535
Vollzeit	2.255	2.214
Teilzeit	279	367
männlich	2.035	2.043
weiblich	499	538
unter 30 Jahren	408	396
30–50 Jahre	1.070	1.111
über 50 Jahren	1.056	1.074

\* Stichtag 31.12.2020

GESAMTBELEGSCHAFT  
(JAHRES DURCHSCHNITT 2020)  
NACH BUNDESLAND UND VERTRAG

Burgenland	26
Kärnten	247
Niederösterreich	604
Oberösterreich	747
Salzburg	100
Steiermark	678
Tirol	167
Vorarlberg	12
Befristet	63
Unbefristet	2.518

### Neu eingestellte Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht & Einstellungsrate

	2018	2019	2020
unter 30 Jahren	79	101	66 (-53 %)
zwischen 30–50 Jahre	87	87	81 (-7 %)
über 50 Jahren	10	17	58 (71 %)
männlich	115	156	149 (-5 %)
weiblich	61	49	56 (13 %)
<b>Gesamt neu eingestellte Mitarbeiter</b>	<b>176</b>	<b>205</b>	<b>205 (0 %)</b>

### Ausgeschiedene Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht & Ausstiegsrate

	2018	2019	2020
unter 30 Jahren	47	43	33 (-30 %)
zwischen 30–50 Jahre	47	68	36 (-89 %)
über 50 Jahren	69	93	123 (24 %)
männlich	116	159	147 (-8 %)
weiblich	47	45	45 (0 %)
<b>Gesamt ausgeschiedene Mitarbeiter</b>	<b>163</b>	<b>204</b>	<b>192 (-6 %)</b>





## 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
- Dienstaltersonderzahlung (nach einem Betriebsjahr)
- gesetzlicher Anspruch auf Karenz
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Sozial-, Kranken- und Pensionsversicherung
- Pensionskasse (nach fünf Betriebsjahren)
- Vergünstigungen beim Getränkekauf
- usw.

## 401-3 RÜCKKEHRRATE UND VERBLEIBSRATE NACH KARENZ

Karenzzeit 2020	männlich	weiblich
Gesamtanzahl der Beschäftigten mit Anspruch auf Karenz	2.035	500
Gesamtanteil der Beschäftigten mit Anspruch auf Karenz	100 %	100 %
Gesamtzahl der Beschäftigten, die Karenz in Anspruch genommen haben	26	41
Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach Beendigung wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind	20	20
Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach Beendigung wieder an Arbeitsplatz zurückgekehrt sind und 12 Monate nachher noch da waren	18	17
Rückkehrrate	76,9 %	48,8 %
Verbleibsrate	85,0 %	76,9 %

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.

## 403-9 ART DER VERLETZUNG & VERLETZUNGSRATE, BERUFSKRANKHEITEN, AUSFALLSTAGE, ABWESENHEIT UND ARBEITSBEDINGTE TODESFÄLLE

Arbeitsunfälle 2020	Support	Logistik	Verkauf	Produktion	Gesamt
Todesfälle	0	0	0	0	0
Unfälle mit mehr als 6 Monaten Ausfallszeit	0	0	0	0	0
Schwere Unfälle	0	10	3	9	22
Leichte Unfälle (< 3 Tage)	0	2	0	1	3
<b>Gesamtunfälle</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>25</b>
Ausfallstage	0	179	26	261	466

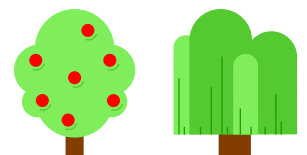
  

	2019	2020	Veränderung 2019–2020
Verletzungsrate	1,35	1,14	-15,6 %
Unfallschwere	22,6	18,6	-17,7 %
Rate der Todesfälle	0	0	0 %
Rate der Unfälle mit mehr als 6 Monaten Ausfallszeit	0	0	0 %
Rate der gesamten Verletzungen	8,7	7,3	-16,6 %

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 (bezogen auf den Jahresdurchschnitt)

Unfallschwere = Ausfallstage/100 FTE (bezogen auf den Jahresdurchschnitt)



## Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

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

Stunden nach Geschlecht pro Mitarbeiter (h)	2018	2019	2020
männlich	19,2	15,0	12,5
weiblich	22,0	54,9	9,9
Durchschnitt	19,7	22,9	12,0

Stunden nach MA-Kategorie pro Mitarbeiter (h)			
Senior Management	3,6	0,7	9,4
Mittleres Management	31,1	32,3	17,9
Andere Mitarbeiter	19,2	22,5	29,6

Gesamtstunden aller Mitarbeiter (h)	49.173	57.947	30.286
männlich	38.469	30.546	25.327
weiblich	10.704	27.401	4.959

Hier werden sowohl die Stunden an Aus- und Weiterbildung der Brau Union Österreich Mitarbeiter als auch die der Leasing-Mitarbeiter miteinbezogen. Im Jahr 2020 kam es aufgrund der COVID-19 Pandemie zu einer Reduktion der Schulungsstunden.

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

	2018		2019		2020	
Senior Management	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
unter 30 Jahre	0	0	0	0	0	0
30–50 Jahre	4	0	5	0	6	0
über 50 Jahre	7	0	7	0	7	1

Mittleres Management						
unter 30 Jahre	18	15	18	16	12	12
30–50 Jahre	101	47	104	54	118	56
über 50 Jahre	81	9	86	10	82	12

Andere Mitarbeiter						
unter 30 Jahre	248	97	275	99	256	102
30–50 Jahre	746	179	734	173	722	179
über 50 Jahre	803	139	806	147	832	138





# Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

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

Stakeholder	Anliegen	GRI / Brau Union Österreich Aspekt	GRI Standards Indikatoren	Aspekt aus Wesentlichkeitsanalyse
Eigentümer	Gewinn	Wirtschaftliche Leistung	102-7	
	Einhaltung der HEINEKEN-Zielvorgaben	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	203-2	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
Kunden	Qualität, Flexibilität, Preis-Leistungs-Verhältnis	Kundenzufriedenheit	102-43, 102-44	Kundenzufriedenheit
	Produktdeklaration der Inhaltsstoffe Gesundheitsaspekte Transparenz in Sachen Nachhaltigkeit	Produktkennzeichnung	416-2, 417-1, 417-2	Konsumentengesundheit und -sicherheit  Compliance
	Biologische Rohstoffe	Produkte & Dienstleistungen	301-1, 301-2	Materialien, Produkte und Dienstleistungen
Mitarbeiter	Arbeitsplatzstabilität	Beschäftigung	401-1, 401-2, 401-3	Beschäftigung und Diversität
	Vielfalt & Chancengleichheit	Vielfalt & Chancengleichheit Gleichbehandlung	405-1, 406,1	Beschäftigung und Diversität Compliance
	Aus- & Weiterbildung	Aus- & Weiterbildung	404-1, 404-2, 404-3	Aus- und Weiterbildung
	Arbeitssicherheit und Gesundheit	Arbeitssicherheit und -gesundheit	403-1 bis 403-7 (2018) und 403-9 (2018)	Arbeitssicherheit und Gesundheit
	Lohnniveau	Gleicher Lohn für Frauen & Männer	405-2	Entlohnung
Lieferanten	Lokale Beschaffung / Regionalität	Lokale Beschaffung	204-1	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
	Supplier-Code-Verpflichtungen Langfristige Partnerschaften	Lieferantenbewertung	308-1, 414-1	Lieferantenbewertung
Umwelt	Reduktion des Energieverbrauchs & CO <sub>2</sub> -Emissionen	Energie Emissionen	302-1, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-4	Energie & CO <sub>2</sub> Emissionen (NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> )
	Schutz der Wasserressourcen	Wasser	303-1 (2018), 303-2 (2018), 303-3 (2018)	Wasser & Abwasser
	Abfallreduktion	Abwasser & Abfall	306-1, 306-2, 306-3	Wasser & Abwasser Abfall
	Klimawandel	Klimawandelrisiko	201-2	Klimawandel-Risiko
	Umweltfreundliche Materialien	Materialien	301-1, 301-2	Materialien, Produkte und Dienstleistungen
	Umweltmanagement & Umweltkosten	Umweltmanagement		Umweltmanagement
Gesetzgeber/Staat	Transparenz über signifikante Rechtsurteile & Strafzahlungen	Compliance	307-1, 419-1	Compliance
	Korruptionsprävention	Korruptionsbekämpfung	205-1, 205-2, 205-3	Korruptionsbekämpfung
	Beschwerdemanagement	Beschwerdemanagement		Beschwerdemanagement
	Fairer Wettbewerb Beschwerdemanagement Biersteuer	Indirekte Wirtschaftliche Auswirkungen	203-2	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
Gesellschaft	Suchtprävention	Kundengesundheit und -sicherheit	416-2	Konsumentengesundheit und -sicherheit
	Übergewicht	Lokale Gemeinschaften	413-2	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen
	Bewahrung & Förderung der heimischen Bierkultur	Bierkultur	Brau Union Österreich -interner Indikator: Anzahl der Biersommeliers	Bierkultur

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

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

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

# 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, 46–51	
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 und Verkaufslagern auch Beteiligungen an der Schladminger Brau GmbH und der Erste Alpenländische Volksbrauerei Schladming reg. Gen.m.b.H.
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, 59	
GRI 102-9	Lieferkette	8–9, 22	
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		Keine Änderungen
GRI 102-11	Vorsorgesatz und Vorsorgeprinzip	4–5, 11–14	
GRI 102-12	Externe Initiativen	12–13, 17, 43–44	
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensgruppen	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	<p>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 (bis 31.5.2020), Dolf van den Brink (ab 1.6.2020). Operativ wird die Brau Union Österreich von den Vorstandsmitgliedern DI Dr. Magne Setnes (1.1.-31.3.2020), danach Klaus Schörghofer, Luc van Haastrecht, MSc) vertreten. Im Berichtsjahr tätige Mitglieder des Aufsichtsrates waren: DI Dr. Markus Liebl, Mag. Wolf Müller (bis 8.10.2020), Mag. Walter Scherb, Johann Greimel und Gerald Klapal. Für die Nachhaltigkeitsagenden sind unsere Vorstandsmitglieder verantwortlich, das siebenköpfige Management-Team ist für die Zielerreichung im Nachhaltigkeitsbereich verantwortlich.</p>	
------------	------------------	---	--

## EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN

GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	17, 62	
GRI 102-41	Tarifverträge	<p>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.</p>	
GRI 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	16, 62	
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	16–17, 62	
GRI 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	16, 62	



# 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	52	
GRI 102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	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, Villach, Wieselburg und Zipf. Über unsere Spezialitäten-Manufakturen/Brauereien (Kaltenhausen, Kaltenhausen/Fünfhaus, Schleppe) werden aufgrund 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		Umstellung von GRI 403 (2016) auf GRI 403 (2018)
GRI 102-50	Berichtszeitraum	52	1. Jänner 2020 bis 31. Dezember 2020
GRI 102-51	Datum des letzten Berichts		Oktober 2020
GRI 102-52	Berichtszyklus	52	Jährlich
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	73	
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	52	Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit GRI-Standards: Option Kern erstellt.
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	63–72	
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	14, 22–23, 26–27	
<b>GRI 301: Materialien 2016</b>			
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	53	
GRI 301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	54	

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

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	14, 19–21, 24, 28	
<b>GRI 302: Energie 2016</b>			
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	54	
GRI 302-3	Energieintensität	55	
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	21, 54–55	

## NO<sub>x</sub> & SO<sub>x</sub> EMISSIONEN

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	14, 19–21	
<b>GRI 305: Emissionen 2016</b>			
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	20, 24, 56	
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	20, 24, 56	
GRI 305-4	Intensität der THG-Emissionen	24, 56	

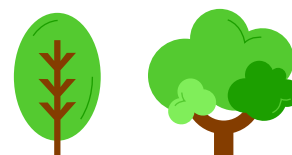
## WASSER & ABWASSER

<b>GRI 303: Wasser 2018</b>		14, 26–27	
GRI 303-1	Wechselwirkungen von Wasser als gemeinsame Ressource	26–27	
GRI 303-2	Management der Auswirkungen der Wasserableitung	26–27	
GRI 303-3	Wasserentnahme	27, 55	



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

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
<b>ABFALL</b>			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	26	
<b>GRI 306: Abwasser und Abfall 2016</b>			
GRI 306-1	Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	57	
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	26, 57, 58	
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.
<b>LIEFERANTENBEWERTUNG</b>			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	26	
<b>GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016</b>			
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	14, 26, 58	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.
<b>GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016</b>			
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	14, 26, 58	Siehe auch GRI 308-1
<b>BESCHWERDEMANAGEMENT</b>			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	38	
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

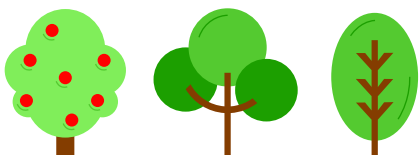
Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seite / Quelle	Anmerkungen und Auslassungen
------	---------------------------------------	----------------	------------------------------

## KUNDENZUFRIEDENHEIT

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	38–40	
Eigener Indikator	Innovationen Schanktechnik	38–39, 40	

## BESCHÄFTIGUNG & DIVERSITÄT

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	30	
<b>GRI 401: Beschäftigung 2016</b>			
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	59	
GRI 401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	60	
GRI 401-3	Elternzeit	60	
<b>GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016</b>			
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	61	Hinsichtlich weiterer Diversitätsindikatoren ist zu sagen, dass die Brau Union Österreich großteils österreichische Staatsbürger und nur wenige Minderheiten beschäftigt.
<b>GRI 406: Gleichbehandlung 2016</b>			
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen		Es wurden in der Berichtsperiode keine Diskriminierungsvorfälle über unsere interne Speak-Up Leitlinie berichtet.



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

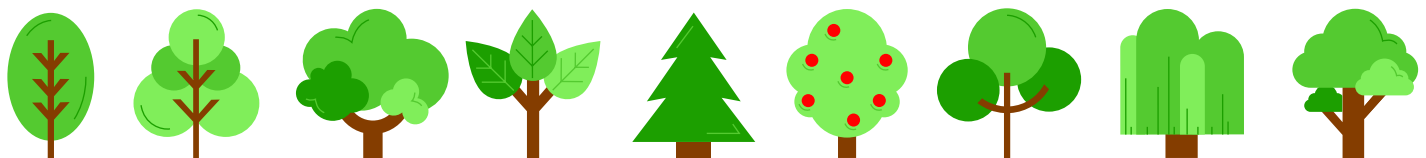
Code      Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe      Seite / Quelle      Anmerkungen und Auslassungen

## ARBEITSSICHERHEIT & -GESUNDHEIT

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	14, 30, 34–36	
<b>GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018</b>			
GRI 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	34–36	
GRI 403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	34–36	
GRI 403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	34–36	
GRI 403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	30, 34–35	
GRI 403-5	Mitarberschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	34–36	
GRI 403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	34–36	
GRI 403-7	Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	34–36	
GRI 403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	60	Unfälle von Leih- und Vertragsarbeitern sind in den Raten der Mitarbeiter miteinbezogen.

## AUS- UND WEITERBILDUNG

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	30–31	
<b>GRI 404: Aus- und Weiterbildung</b>			
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	32, 61	
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.



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

Code      Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe      Seite / Quelle      Anmerkungen und Auslassungen

## INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	43	
<b>GRI 203: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen</b>			
GRI 203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	43–44	
<b>GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016</b>			
GRI 204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	14, 23	

## COMPLIANCE

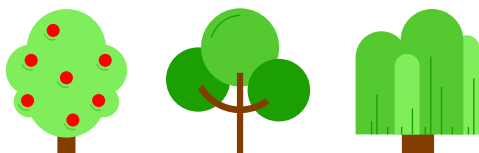
GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	43	
<b>GRI 307: Umwelt-Compliance 2016</b>			
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutz-gesetzen und -verordnungen		Die Brau Union Österreich hat im Berichtszeitraum keine Bußgelder oder nicht monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften erhalten. Informationen werden über das HEINEKEN Business Comparison System (BCS) gesammelt.
<b>GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016</b>			
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	38–39, 41	
<b>GRI 416: Kundengesundheit und Sicherheit 2016</b>			
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	40, 43	
Eigener Indikator	Bierspezialitäten	40–41	





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

Code      Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe      Seite / Quelle      Anmerkungen und Auslassungen

## KLIMAWANDEL-RISIKO

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	14, 16, 20, 21	
<b>GRI 201: Wirtschaftliche Leistungen 2016</b>			
GRI 201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	4–5, 14	

## KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

GRI 103-1–103-3	Managementansatz 2016	10, 16	
<b>GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016</b>			
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- & Wettbewerbstrainings 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	16, 19	
Eigener Indikator	Brauereien mit einem Umweltmanagementsystem	46–51	



# 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	45	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](http://www.brauunion.at)

UID-Nr.: ATU23232106

### **Mag. Dr. Gabriela Maria Straka, EMBA:**

Director Corporate Affairs & CSR

Pressesprecherin

Diplom-Biersommelière

Mitglied des UN Global Compact Steering Committees Austria

Vorstandsmitglied RespACT

[g.straka@brauunion.com](mailto:g.straka@brauunion.com)

Tel.: +43732/6979-2670

### **Projektleitung, Redaktion:**

Michaela Eichhorn

[www.denkstatt.eu](http://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 2020 ausschließlich als PDF verbreitet.

### **Stand:**

Oktober 2021

Satz- und Druckfehler vorbehalten.



Weiterführende Informationen  
[nachhaltigkeit.brauunion.at](http://nachhaltigkeit.brauunion.at)



HEINEKEN N.V. Sustainability Report  
[www.theheinekencompany.com/sustainability](http://www.theheinekencompany.com/sustainability)

