

# ZUM WOHL! DER NACH- HALTIGKEITS- BERICHT 2016



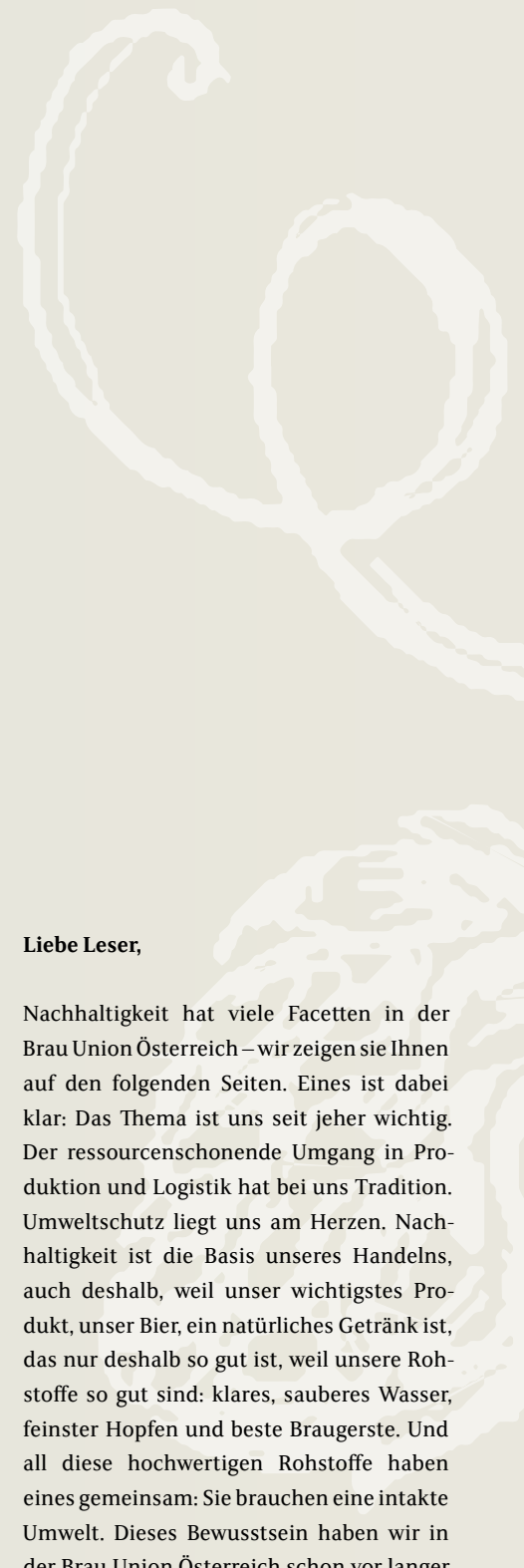
*Unsere österreichische Bierkultur.*

**BRÄU**UNION  
ÖSTERREICH



ZUM WOHL!  
DER NACH-  
HALTIGKEITS-  
BERICHT 2016

# VORWORT



## WARUM UNS NACHHALTIGKEIT SO WICHTIG IST

### **Liebe Leser,**

Nachhaltigkeit hat viele Facetten in der Brau Union Österreich – wir zeigen sie Ihnen auf den folgenden Seiten. Eines ist dabei klar: Das Thema ist uns seit jeher wichtig. Der ressourcenschonende Umgang in Produktion und Logistik hat bei uns Tradition. Umweltschutz liegt uns am Herzen. Nachhaltigkeit ist die Basis unseres Handelns, auch deshalb, weil unser wichtigstes Produkt, unser Bier, ein natürliches Getränk ist, das nur deshalb so gut ist, weil unsere Rohstoffe so gut sind: klares, sauberes Wasser, feinster Hopfen und beste Braugerste. Und all diese hochwertigen Rohstoffe haben eines gemeinsam: Sie brauchen eine intakte Umwelt. Dieses Bewusstsein haben wir in der Brau Union Österreich schon vor langer Zeit entwickelt.

Heute bauen wir dieses Bewusstsein Schritt für Schritt aus. 2016 haben wir an unseren Standorten und in unserer Logistik zahlreiche Aktivitäten mit positiven wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen vorangetrieben. Im Bereich



Created by Jannoon028 - Freepik.com

der Produktion etwa wurden 2016 große Projekte zur Ressourceneffizienz und zum Einsatz von alternativen Energien umgesetzt – die Biertrebervergärungsanlage in Göss und die wegweisenden Forschungsaktivitäten zur Geothermie in Zipf sind hier besonders hervorzuheben. Nachhaltigkeit ist universell: Auch externe Stakeholder wie Lieferanten werden in unsere Aktivitäten miteinbezogen.

„Brewing a Better World“ ist der Leitspruch 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.

Bier ist für uns mehr als nur ein Getränk – es ist ein wichtiger Teil unserer Lebenskultur. Als größtes Brauereiunternehmen Österreichs ist es für uns selbstverständlich, Maßnahmen zu setzen, die die Umwelt schützen, die Abfälle reduzieren, die österreichische Landwirtschaft fördern und die

Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter stärken. Schwerpunkte unseres Engagements sind: Wasser, CO<sub>2</sub>, nachhaltige Beschaffung und nicht zuletzt der verantwortungsvolle und bewusste Genuss.

Die „Grüne Brauerei Göss“ ist das Paradebeispiel für unser nachhaltiges Engagement – damit sind wir sogar weltweit Vorreiter. Die Ende 2015 eröffnete Biertrebervergärungsanlage sorgt im Vollbetrieb dafür, dass Gösser Bier weitestgehend nachhaltig gebraut wird. Für die „Grüne Brauerei Göss“ wurde die Brau Union Österreich im Jahr 2016 auch mit namhaften Preisen ausgezeichnet, etwa mit dem EU Sustainable Energy Award und dem EU Publikumspreis Citizens Choice Award. Die Brauerei wurde auch Energy Globe Gesamtsieger Steiermark und Gesamtsieger Österreich.

Darauf sind wir natürlich stolz, aber auf unseren Lorbeeren ausruhen, das entspricht uns in der Brau Union Österreich nicht. Wir werden weiterhin konsequent an all unseren Standorten und in all unse-

ren Unternehmensbereichen nachhaltige Maßnahmen setzen. Mit unseren Energieprojekten etwa wollen wir nicht nur den Energieverbrauch senken, sondern auch die Umstellung auf alternative Energiequellen ermöglichen und damit die Abhängigkeit von Öl und Gas reduzieren. Auch die Implementierung von internationalen Standards wie z. B. die Zertifizierung nach Prozessoptimierungssystemen trägt zu einer noch nachhaltigeren Arbeitsweise bei.

In dem vorliegenden Bericht erfahren Sie 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 die 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!

**Der Vorstand**

# INHALT

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Vorwort .....</b>                                                                  | <b>2</b>  |
| <b>Inhaltsverzeichnis .....</b>                                                       | <b>4</b>  |
| <br>                                                                                  |           |
| DIE BRAU UNION ÖSTERREICH AG 2016 .....                                               | 6         |
| Was uns leitet: unsere Vision und unsere Werte. ....                                  | 8         |
| „BREWING A BETTER WORLD“ – unsere Nachhaltigkeitsstrategie und ihre Dimensionen. .... | 9         |
| Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen. ....                      | 10        |
| Wie wir die Strategie „BREWING A BETTER WORLD“ umsetzen. ....                         | 14        |
| Vom Korn zum Kunden: die fünf Bereiche unserer Wertschöpfungskette. ....              | 15        |
| Die wesentlichen Bereiche unserer Nachhaltigkeitsstrategie. ....                      | 16        |
| <br>                                                                                  |           |
| <b>DAS NATÜRLICHE GLEICHGEWICHT. ZUM WOHL DER UMWELT. ....</b>                        | <b>18</b> |
| So viel CO <sub>2</sub> verursacht die Bierproduktion – unser Carbon Footprint. ....  | 21        |
| Worauf wir beim Einkauf achten. ....                                                  | 22        |
| Wasser ist unser wichtigster Rohstoff. Wir tun alles, um es zu schützen. ....         | 25        |
| Wie wir Energie einsparen und unseren CO <sub>2</sub> -Ausstoß reduzieren. ....       | 26        |
| Ausblick 2017 .....                                                                   | 29        |
| <br>                                                                                  |           |
| <b>DIE SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG. ZUM WOHL UNSERER MITARBEITER. ....</b>                   | <b>30</b> |
| Strategieorientiert, nachhaltig, fordernd und fördernd. ....                          | 33        |
| Wir garantieren Arbeitssicherheit und Gesundheit. ....                                | 34        |
| Ausblick 2017 .....                                                                   | 35        |
| <br>                                                                                  |           |
| <b>DIE QUALITÄT DER VIELFALT. ZUM WOHL UNSERER KUNDEN. ....</b>                       | <b>36</b> |
| Unser Auftrag: Begeisterte Kunden. ....                                               | 38        |
| Ausblick 2017 .....                                                                   | 40        |



|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>EIN TEIL DES GROSSEN GANZEN. ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT. ....</b> | <b>42</b> |
| Was wir der Gesellschaft zurückgeben. ....                          | 45        |
| Wie wir die österreichische Bierkultur stärken. ....                | 46        |
| Partnerschaften für die Zukunft. ....                               | 47        |
| Produktsicherheit und Gesundheit. ....                              | 48        |
| Ausblick 2017 .....                                                 | 48        |
| <b>UNSERE BRAUEREIEN .....</b>                                      | <b>50</b> |
| Brauerei Falkenstein/Lienz .....                                    | 50        |
| Brauerei Göss/Leoben – „Die Grüne Brauerei“ .....                   | 51        |
| Brauerei Puntigam/Graz .....                                        | 51        |
| Brauerei Wieselburg .....                                           | 52        |
| Brauerei Zipf .....                                                 | 52        |
| Brauerei Schwechat .....                                            | 52        |
| Brauerei Schladming .....                                           | 53        |
| Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen .....                 | 53        |
| <b>FAKTEN UND DETAILS ZU UNSEREM NACHHALTIGKEITSBERICHT .....</b>   | <b>54</b> |
| GRI-Index .....                                                     | 56        |
| <b>ANHANG .....</b>                                                 | <b>66</b> |
| <b>IMPRESSUM .....</b>                                              | <b>76</b> |



# DIE BRAU UNION ÖSTERREICH AG 2016

# 2.348

Mitarbeiter

# 8 Brauereien

# 32 Verkaufslager

# 55 Verkaufspartner

# 14 Biermarken

# über 100 Biersorten

# über 5 Mio. hl Bierabsatz

# Strongbow

seit 2015 im Sortiment

# rund 49.000 Kunden

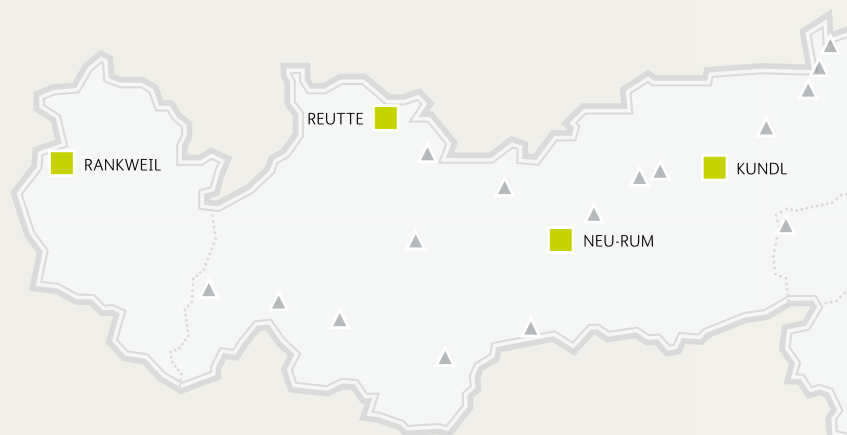
# rund 707 Mio € Umsatzerlöse

# 72 Mio. € Investitionen

## Unsere Absatzmärkte

Unsere Marken sind regional stark verankert, daher sind die jeweiligen Regionen in Österreich unser Hauptabsatzmarkt. Darüber hinaus wuchs der Exportbereich der Brau Union Österreich 2016 kontinuierlich. Besonders Gösser ist im Ausland gefragt: In Italien und in Deutschland wurden 2016 über 90.000 hl Gösser, gebraut in Österreich, verkauft – davon ca. 70.000 hl in Deutschland, überwiegend Gösser NaturRadler, und ca. 25.000 hl in Italien. In Russland wurden 2016 rund 470.000 hl Gösser und in Ungarn mehr als 120.000 hl in Lizenz gebraut.

-  BRAUEREIEN DER BRAU UNION ÖSTERREICH AG
-  VERKAUFLAGER
-  VERKAUFPARTNER
-  HAUPTSITZ DER BRAU UNION ÖSTERREICH



#### Unser nachhaltiges Engagement wurde 2016 mehrfach ausgezeichnet:

- **European Business Awards 2016** National Champion
- **CSR Corona 2016** für die Kooperation mit dem „Institut Suchtprävention, pro mente Oberösterreich“ zum Thema „Verantwortungsvoller Alkoholkonsum“, das sich an Jugendliche richtet
- **Umweltschutz-Zertifikat** der Österreichischen Post
- **GREEN BRANDS Austria 2016/2017 Siegel** als Unternehmen, das maßgeblich zum Umwelt- und Klimaschutz in Österreich beiträgt
- **Energy Globe 2016 Styria & Energy Globe 2016 Austria** für unser Vorzeigeprojekt „Grüne Brauerei Göss“
- **IEA SHC Solar Award** für unser Vorzeigeprojekt „Grüne Brauerei Göss“
- **EU Sustainable Energy Award 2016** für unser Vorzeigeprojekt „Grüne Brauerei Göss“
- **Ökoprofit Award 2016** für unser Engagement im Nachhaltigkeitsbereich am Standort Puntigam
- **klimaaktiv mobil** für unsere Projekte zur CO<sub>2</sub>-Reduktion

#### Unser Unternehmen im Porträt

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



# Was uns leitet: unsere Vision und unsere Werte.

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

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

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

**Die Basis unseres Handelns  
HEINEKEN Code of Business Conduct**



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

## **Wegweiser zum Erfolg**

### **Der HEINEKEN „Greenprint to Win“**

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

## **Sicherheit für alle**

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

## **Unternehmerisch handeln**

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

## **Gemeinsam stark**

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

## **Unbürokratisch und effizient**

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

## **Keep it simple!**

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

## **Erfolg durch Lernen**

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

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

**Wir als Brau Union Österreich haben unser Nachhaltigkeitsziel klar definiert: Die beste Bierkultur für die Zukunft schaffen und die österreichische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Herausforderungen gestalten, zum Wohl von allen.**

Gemäß der HEINEKEN-Strategie „Brewing a Better World“ setzen wir dieses Ziel um. Diese Strategie umfasst alle unsere Geschäftsbereiche, von den Rohstoffen auf den Feldern über unsere Produktionsstandorte bis hin zu unseren Kunden und Konsumenten.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie hat sechs Schwerpunkte mit jeweils anspruchsvollen Zielen:

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

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

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



# Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen.

## UNSERE ANKNÜPFUNGSPUNKTE



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



### VERANTWORTUNGSVOLLER KONSUM

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



### GESUNDHEIT UND ARBEITSSICHERHEIT

- Betriebliches Gesundheitsmanagement: Gesundheitsinitiative „Fit im Job“, Verhaltensprävention und Wiedereingliederung
- Safety Koordinatoren an allen Standorten – Reduzierung der Arbeitsunfälle auf ein Minimum



### PARTNERSCHAFTEN FÜR DIE ZUKUNFT

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



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



### PARTNERSCHAFTEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Kooperation mit der Lehrlingsinitiative „Amuse Bouche“ zum Thema Bierkultur und verantwortungsvoller Konsum
- Kooperation mit pro mente OÖ zum Thema Alkohol und Jugendliche: Produktion des Films „Too Fast“, welcher österreichweit in Schulen zur Aufklärung Jugendlicher im Umgang mit Alkohol verwendet wird

### BILDUNGSANGEBOTE FÜR MITARBEITER

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





### Sauberes Wasser & Sanitärversorgung:

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



### SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN

- Ziel ist es, den spezifischen Wasserverbrauch (hl Wasser/hl Bier) durch Effizienzmaßnahmen auf ein Minimum zu reduzieren. Seit 2008 konnten wir unseren spezifischen Wasserverbrauch um 43,9 % senken. Damit liegen wir mit 3,2 hl Wasser je hl Bier international im absoluten Spitzenfeld. Die HEINEKEN-Familie weist im Durchschnitt etwa 3,6 hl Wasser je hl Bier aus.
- Das verwendete Wasser stammt ausschließlich aus Österreich, zumeist aus Brauerei-eigenen Quellen und Tiefbrunnen.
- Das Nutzwasser in unseren Brauereien versuchen wir wieder in den natürlichen Kreislauf zurückzuführen. Dafür legt die branchenspezifische Abwasser-Emissionsverordnung klare Grenzwerte fest, die von uns intern und extern überprüft werden, mit dem Erfolg, dass es im ganzen Jahr 2016 keinerlei Abweichungen gab.



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



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

- Seit 2008 konnten wir unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch um mehr als 10 % reduzieren (Wärme -9,9 %, Strom -12,5 % je hl Bier). Erzielt haben wir diese Verbesserung durch eine ganze Reihe von Maßnahmen, die wir kontinuierlich und konsequent umgesetzt haben:
- Wir verwenden ausschließlich „grünen“ Strom.
- Kontinuierlicher Austausch fossiler Energien durch erneuerbare Energien
- Effizienzmaßnahmen in der Produktion, bei Verpackungen wie auch im Bereich Kühlung beim Kunden
- Kontinuierliche Messung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks & Berechnung des Product Environmental Footprint

#### Best Practice:

- **Grüne Brauerei Göss:** CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion durch Verwendung erneuerbarer Energien und Eigenproduktion von erneuerbaren Energien
- **Logistik:** Wir investieren nur noch in emissions-arme EURO6-LKW, während wir alte LKW aus dem Verkehr ziehen. Ebenso ersetzen wir laufend Gas- und Dieselstapler durch Elektro stapler. Am Standort Göss sind zwei LKW mit Erdgasantrieb in Betrieb.





### **Menschenwürdige Arbeit & Wirtschaftswachstum:**

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



### **Partnerschaften zur Erreichung der Ziele:**

Stärkung der Umsetzungsmittel und Wiederbelebung der globalen Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung



### **PARTNERSCHAFTEN FÜR DIE ZUKUNFT**

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

- Kooperation mit Arge Chance in Schwechat: Der Verein Arge Chance ist ein vom AMS Niederösterreich und Land Niederösterreich geförderter Sozialökonomischer Beschäftigungsbetrieb, der erwerbslosen Menschen aller Altersstufen Arbeitsplätze und Arbeitstrainingsplätze sowie soziale Betreuung auf Zeit bietet. Bereits seit fünf Jahren besteht eine Kooperation mit der Brauerei Schwechat. Hier bieten wir Menschen mit Beeinträchtigung eine sinnvolle Beschäftigung.



- Bierige Kooperation mit dem ORF: Die Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen braute 2016 das „ORF Fernsehgartenbier“. Dieses war gegen Spenden bei diversen ORF-Veranstaltungen, im Braugasthof und im Getränkeshop in Kaltenhausen erhältlich. Über den „Licht ins Dunkel“-Soforthilfefonds wurden mit dem Erlös Tennengauer Familien in Not unterstützt.



### **NACHHALTIGE BESCHAFFUNG**

Bei uns gilt das Prinzip „Made in Austria“. Rohstoffe beziehen wir überwiegend von langjährigen, regionalen Lieferanten. Damit sichern



wir österreichische Arbeitsplätze und erzeugen heimische Wertschöpfung: 82 % des Malzes aus österreichischer Braugerste, 93 % des Hopfens aus Österreich (Mühlviertel/Region Leutschach)



#### NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

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



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



#### SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN

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

##### **Best Practice:**

- In der **Brauerei Schwechat** wurde im Jahr 2016 eine neue Brauwasseraufbereitungsanlage (Arbeitsprinzip Umkehrosmose) realisiert.
- In der **Brauerei Puntigam** konnte durch Optimierung der bestehenden Bandschmieranlage sowohl der Wasserverbrauch als auch der Schmiermittelverbrauch reduziert werden. Durch ein neues Reinigungs- und Überwachungsprogramm wurde der Wasserverbrauch der Flaschenwaschmaschine reduziert.



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

- Dank des verstärkten Einsatzes von erneuerbaren Energien konnte in der Produktion der Ausstoß auf 2,93 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier begrenzt werden. Dies entspricht einer Reduktion um 45,3 % seit 2008. Im Hinblick auf das HEINEKEN-2020-Ziel von 6,4 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier bewegen wir uns hier schon auf gutem Niveau.



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



#### SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN

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

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

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

Die Tabelle zeigt, welche Ziele wir uns bis 2020, aber auch für das Jahr 2016 gesteckt haben. Sie zeigt zudem, inwieweit wir unsere Ziele bereits erreichen konnten.

| FOKUS-BEREICHE                                                                                                      | 2016 ZIEL                                                                                                                | 2016 ERGEBNIS                                                                                                          | ZIELERREICHUNG | HEINEKEN 2020 ZIEL                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------|
| SCHUTZ DER WASSERRESSOURCEN<br>    | Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,25 hl Wasser/hl Bier                                                                | Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,18 hl Wasser/hl Bier<br>—<br>Brauerei Schwechat sogar auf 2,85 hl Wasser/hl Bier  | ✓              | Reduktion des Wasserverbrauchs auf 3,5 hl/hl      |
| CO <sub>2</sub> -REDUKTION<br>   | Reduktion des Energieverbrauchs der Produktion auf 82 MJ/hl Bier                                                         | Energiereduktion in der Produktion auf 80,2 MJ/hl                                                                      | ✓              | 20 % Energiereduktion in der Produktion           |
|                                                                                                                     | 2,05 % Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen im Vertrieb                                                             | 5,3 % Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen im Vertrieb                                                            | ✓              | 20 % CO <sub>2</sub> -Reduktion im Vertrieb       |
|                                                                                                                     | 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 |
| NACHHALTIGE BESCHAFFUNG<br>      | Regionale Wertschöpfung                                                                                                  | 84 % der Wertschöpfung in Österreich                                                                                   | ✓              | 50 % Wertschöpfung aus nachhaltigen Quellen       |
|                                                                                                                     | 85 % Einhaltung des HEINEKEN-Supplier Codes                                                                              | 86 % unserer Lieferanten haben den HEINEKEN-Supplier Code unterzeichnet, 84 % absolvierten das Supplier Code Programm* | ○              | 100 % Einhaltung des Supplier Codes               |
| VERANTWORTUNGS-VOLLER KONSUM<br> | Mindestens eine Kooperation im Bereich Verantwortungs-voller Konsum                                                      | Kooperation mit Pro Mente OÖ zum Thema „Jugendliche und Alkohol“                                                       | ✓              | Mindestens eine Kooperation zum Thema             |

MJ = Megajoule kWh = Kilowattstunde hl = Hektoliter

\*Das Supplier Code Programm dient zur Bestätigung der Einhaltung der im Supplier Code definierten Grundsätze, Werte und internen Risikobewertung. Potentielle High Risk Lieferanten werden eingeladen, ein EcoVadis Assessment zu durchlaufen. Ist das Ergebnis des Assessments ein Score <25 erfolgt ein Audit. 84 % unserer Lieferanten haben alle Bereiche des Supplier Code Programms absolviert.

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

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

## 1. Rohstoffe aus der Region

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

## 2. Nachhaltige Produktion

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

## 3. Umweltschutz in der Logistik

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

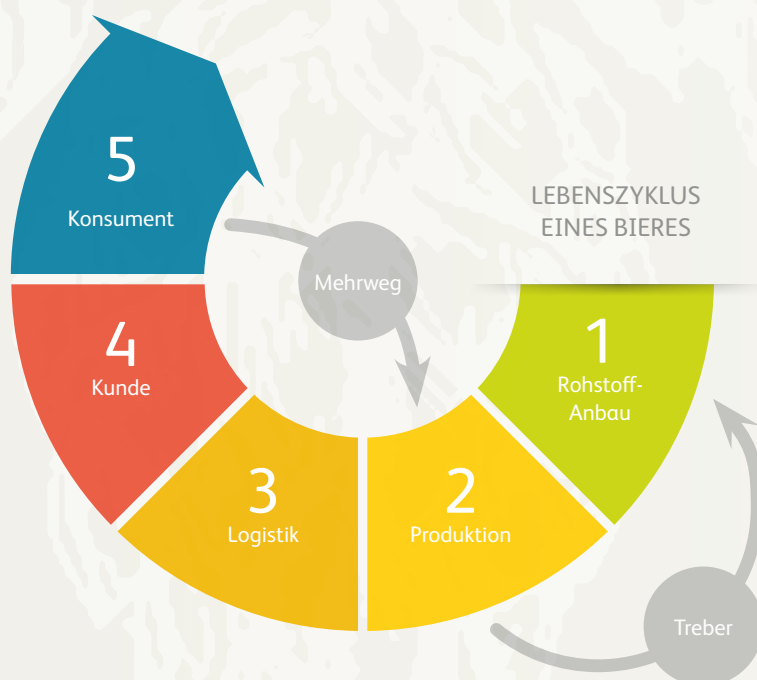
## 4. Nur beste Qualität für unsere Kunden

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

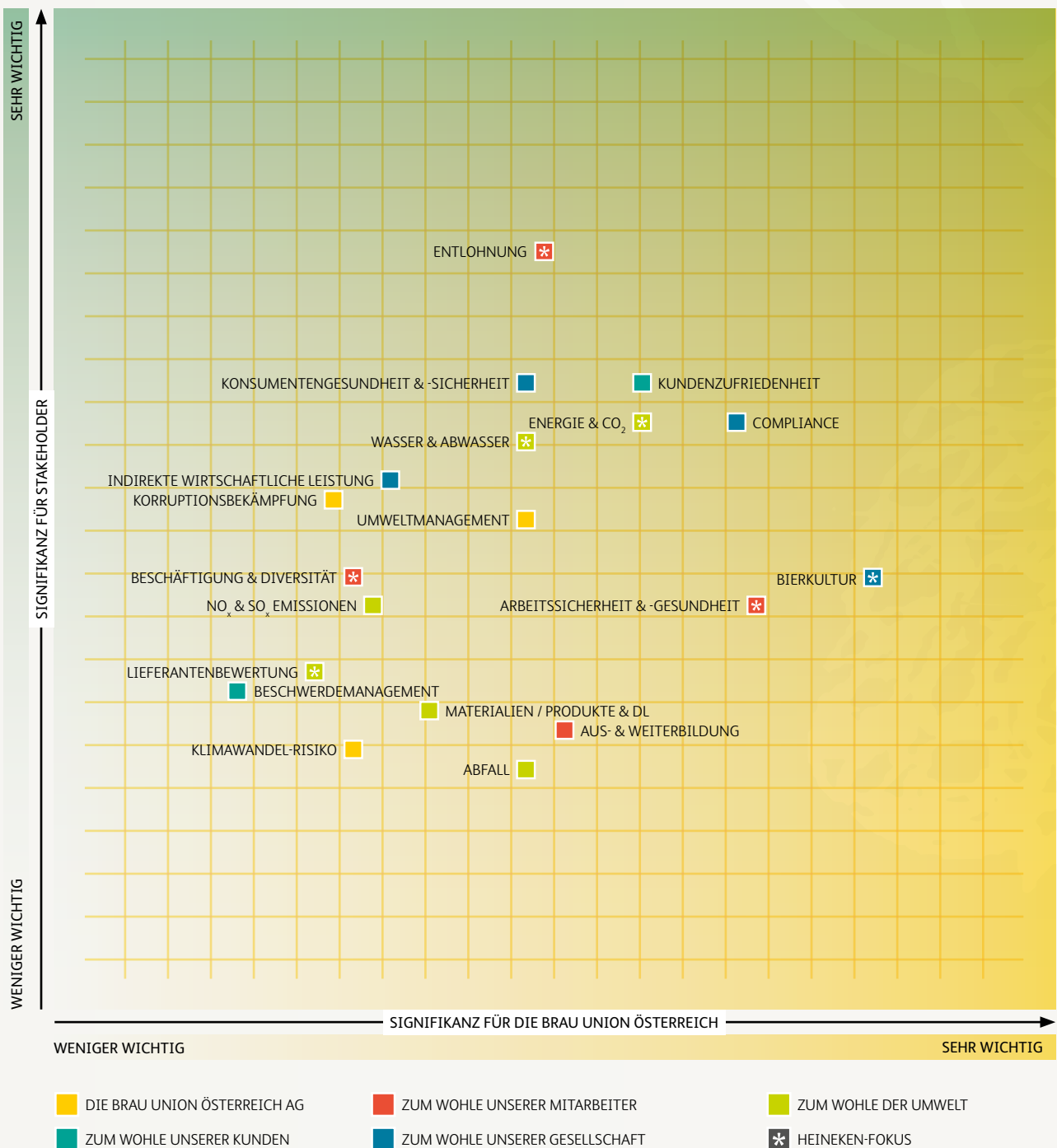
## 5. Beste österreichische Bierkultur

Wir stehen für die beste österreichische Bierkultur, mit klaren ökologischen Zielen und sozialer Verantwortung. Wir zahlen nicht einfach nur Steuern und schaffen Arbeitsplätze für unsere rund 2.300 Mitarbeiter, samt Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsvorsorge. Wir starten auch Initiativen, etwa um Mehrwegflaschen für die Konsumenten attraktiver zu machen.

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



# Die wesentlichen Bereiche unserer Nachhaltigkeitsstrategie.



Eine Materialitätsanalyse hat schon 2015 dabei geholfen, jene Themen aus unserem Kerngeschäft – Bierherstellung und -verkauf – festzulegen, auf die wir uns im Nachhaltigkeitsbericht konzentrieren. Dazu entstand in Zusammenarbeit mit ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. eine Shared-Value-Matrix (Anhang Seite 75), die den jeweiligen Stakeholdern unseres Unternehmens wesentliche Themen zuordnet. Diese Themen wurden in einem zweiten Schritt von unserem Nachhaltigkeitsteam mit Rücksicht auf die Anspruchsgruppen gewichtet und zuletzt von der Generaldirektion noch einmal geprüft. Die so entstandene finale Matrix behielt auch nach einer neuerlichen internen Prüfung 2016 ihre Gültigkeit.

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

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

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

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



DAS NATÜRLICHE GLEICHGEWICHT.  
ZUM WOHL DER UMWELT.





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

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

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

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

#### **UNSERE SCHWERPUNKTE IM UMWELTMANAGEMENT:**

**Nachhaltige Beschaffung / Schutz der Wasserressourcen / Reduktion von Energieeinsatz und CO<sub>2</sub>-Ausstoß**

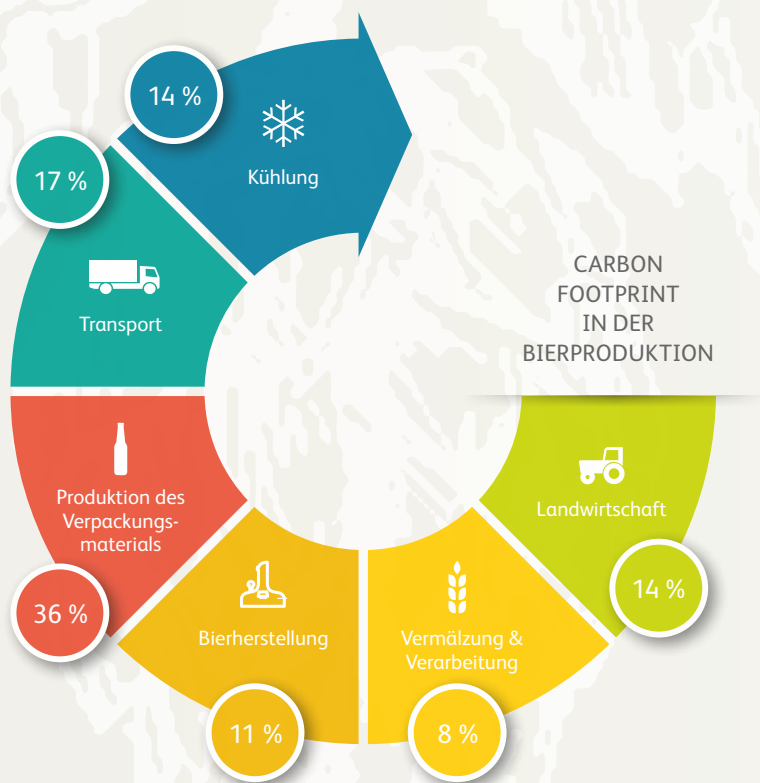
# So viel CO<sub>2</sub> verursacht die Bierproduktion – unser Carbon Footprint.

Gemeinsam mit anderen Unternehmen der HEINEKEN-Familie haben wir ein CO<sub>2</sub>-Fußabdruck-Modell entwickelt, das die Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette erfasst. So wollen wir die kritischen Größen unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ans Licht bringen. Die Berechnung orientiert sich an den Methoden des „Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard“ von WBCSD/WRI, die an die Besonderheiten der Braubranche angepasst wurden. Das Modell umfasst

die sechs Phasen im Lebenszyklus eines Getränkes – vom Rohstoffanbau über den Brauprozess und den Transport bis hin zur Kühlung beim Kunden. So wurden sowohl Scope 1 und Scope 2 als auch Scope 3 Emissionen in die Berechnung des Carbon Footprints einbezogen.\*

Der Carbon Footprint der Brau Union Österreich liegt bei 45,6 kg CO<sub>2</sub>e\*\* pro Hektoliter Bier und damit deutlich unter dem durchschnittlichen Wert der HEINEKEN-Familie (64,1 kg CO<sub>2</sub>e/hl).

Der Vergleich zum Jahr 2011 zeigt aber, dass der Carbon Footprint um 4,6 kg CO<sub>2</sub>e/hl gestiegen ist. Das liegt vor allem am Zuwachs der CO<sub>2</sub>e-Emissionen im Bereich des Verpackungsmaterials (+4,7 kg CO<sub>2</sub>e/hl) sowie in der Distribution (+3,4 kg CO<sub>2</sub>e/hl). Gemeinsam mit unseren Lieferanten und im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen arbeiten wir laufend an Initiativen, die wieder zu einem Rückgang der CO<sub>2</sub>e-Emissionen führen. Auf ähnliche Weise konnten wir bereits Emissionen aus der Vermälzung und Verarbeitung um 2,7 kg CO<sub>2</sub>e/hl senken.



\* Scope 1 und 2 Emissionen werden jährlich erhoben und im Anhang ausgewiesen. Scope 3 Emissionen werden nur im Umfang des dreijährigen Carbon Footprints erhoben und stehen nicht im Detail zur Verfügung. Die nächste Neuberechnung erfolgt für das Jahr 2017.

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

# Worauf wir beim Einkauf achten.



„Rund 85 bis 90 Prozent der Rohstoffe beziehen wir von lang-jährigen, regionalen Lieferanten. Das hält die Wege kurz, schont die Umwelt, trägt zur Wertschöpfung im Land bei und nicht zuletzt zur besten heimischen Qualität für unsere Biere.“

MMag Simon Steyrl, Leitung Einkauf,  
Brau Union Österreich

Der Einsatz nachhaltiger Rohstoffe aus Österreich hält die Transportwege kurz und schont die Umwelt. Außerdem sichern wir damit österreichische Arbeitsplätze und erzeugen heimische Wertschöpfung.

## „Made in Austria“

Unsere Hefe wird unter höchsten hygienischen Standards in Österreich vermehrt. So wie unser Brauwasser, das zur Gänze aus geschützten heimischen Quellen stammt. Mehr als 82 % unseres Malzes werden aus Braugerste österreichischen Ursprungs hergestellt, rund 93 % des Hopfens stammen ebenfalls aus Österreich.

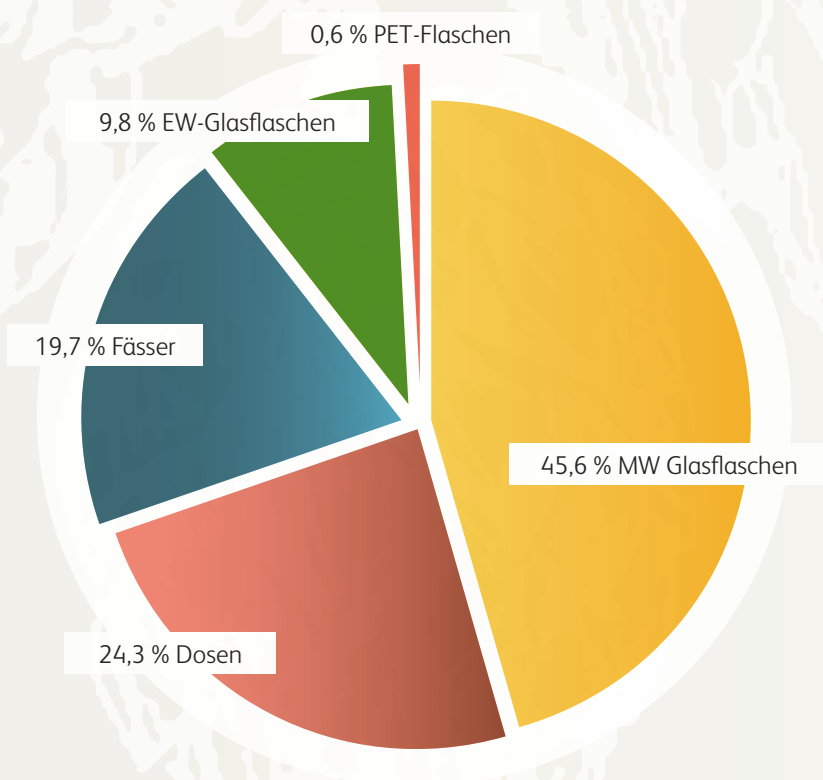
Unser Gösser Bier stellen wir sogar zu 100 % aus österreichischen Rohstoffen her, dafür wurde es auch mit dem rot-weiß-roten AMA Gütesiegel ausgezeichnet. Bio-Biergenuss mit 100 % österreichischen Rohstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau erhält man überdies von unserer Spezialitätenbrauerei Schladming.



## 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 36 % die größten Verursacher für CO<sub>2</sub>e-Emissionen.

Der Verpackungsmix zeigt für das Jahr 2016 folgendes Bild: Mehrweg-Glasflaschen haben mit 45,6 % den größten Anteil am Verpackungsmix. An zweiter Stelle nach den Abfüllmengen in Hektolitern befinden sich unsere Dosen mit 24,3 %, und an dritter Stelle unsere Fässer mit 19,7 %. Der Rest teilt sich auf Einweg-Glasflaschen und PET-Flaschen auf. Somit gelangen über 65 % unserer Biere in umweltfreundlichen Mehrweggebinden (Mehrweg-Glasflaschen und Fässer) zu den Konsumenten. Nur 34,7 % werden in Einweggebinden, Einweg-Glasflaschen, PET-Flaschen und Dosen abgefüllt. Um die Umweltauswirkungen der verwendeten Verpackungen möglichst gering zu halten, halten wir unsere Lieferanten an, den Sekundärrohstoffanteil zu erhöhen. Mit unserer



Initiative „Green Packaging“ verfolgen wir das Ziel, effizientere Verpackungslösungen zu finden. Mit Hilfe von Lebenszyklusanalysen arbeiten wir laufend an der Reduktion des Verpackungsgewichts. Das betrifft das Design genauso wie die Größe oder Herstellung der Verpackung.

So haben wir 2016 gemeinsam mit unseren Lieferanten Gewicht bei Flaschen, Dosendeckeln sowie bei Kartonagen eingespart. Alle Dosendeckel wurden auf CDL-Deckel umgestellt (Gewichtsreduktion von 10 %). Anstatt von einigen Kartons werden jetzt Trays verwendet (das spart in etwa 50 % Kartongewicht).

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



### **Brau Union Österreich unterstützt Mehrwegkampagne: Mehrweg-Hero gesucht**

Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt- und Wasserwirtschaft (BMLFUW) stellte auch 2016 die Mehrweg-Flasche wieder ins Rampenlicht. Nach dem erfolgreichen Start der Initiative „Sag's am Mehrweg“ wird die Kampagne nun unter dem Titel „Österreich sucht den Mehrweg-Hero“ fortgesetzt. Durch die Auszeichnung der fleißigsten Mehrweg-Heroes und mit coolen Sprüchen und Botschaften soll die smarte Mehrwegflasche – als ökologische Musterschülerin – wieder mehr Aufmerksamkeit erhalten. Unterstützt wird das Projekt auch von der Brau Union Österreich, die sich mit ihren Marken Gösser, Zipfer und Puntigamer an der Aktion beteiligt.

### **Wir prüfen unsere Lieferanten**

Alle Lieferanten, mit denen wir regelmäßige Geschäftsbeziehungen pflegen, müssen sich schriftlich zur Einhaltung der im Lieferantenkodex (HEINEKEN-Supplier Code) definierten Werte und Grundsätze zu Menschenrechten, Umwelt- und Arbeitsschutz verpflichten. Anhand einer internen Risikoanalyse werden Lieferanten in Risikogruppen eingeteilt. Lieferanten in einer hohen Risikogruppe durchlaufen ein Assessment von EcoVadis. Bei Bedarf kann ein Plan für Korrekturmaßnahmen zur Verbesserung der CSR-Leistung des Lieferanten erstellt werden. Im Jahr 2016 wurden 13 unserer 2.090 Lieferanten mit einem hohen Risiko eingestuft und haben das EcoVadis Assessment bereits erfolgreich absolviert. Die Nichtunterzeichnung oder Nichteinhaltung des Codes

kann zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehung führen.

### **Wie wir Abfall vermeiden**

An allen unseren Standorten haben wir „Environmental Teams“ gegründet. Deren Aufgabe ist es, als Teil unseres TPM-Prozesses (Total Productive Management) die Abfallmenge zu reduzieren, Wiederverwertungsmöglichkeiten zu finden und die korrekte Entsorgung der verbleibenden Abfälle sicherzustellen. Mit insgesamt 105.262,57 Tonnen Altstoffen – wie etwa Treber, Altheffe, Karton, Glas, Dosen oder Gewerbemüll – stieg das Abfallvolumen im Vergleich zum Vorjahr um 2,5 %. Grund dafür war die vergleichsweise höhere Produktionsmenge.

Alle Einwegverpackungen der Brau Union Österreich sind bei der Altstoff Recycling Austria AG lizenziert und werden nach der Sammlung stofflich oder thermisch verwertet. So konnten wir im Jahr 2016 erneut eine Recyclingquote\* von 100 % erreichen. Interne wie auch externe Audits stellen sicher, dass wir unseren Abfall gemäß Abfallwirtschaftsgesetz und Abfallnachweisverordnung entsorgen. Auch die Reste aus der Bierproduktion

werden vielfältig weiterverwendet. Ein Großteil der Biertreber und Hefe kommt als Futtermittel bzw. Düngemittel in der Landwirtschaft zum Einsatz. Um die beste Qualität dieser Futtermittel sicher zu stellen, sind sieben unserer Produktionsstandorte nach der AMA-Futtermittelrichtlinie Pastus+ zertifiziert.

2016 unterstützten wir unter anderem die Initiative „Ö3 Wundertüte“. Dabei wurden rund 250 Mobiltelefone samt Zubehör, die aus dem Inventar des Unternehmens ausgeschieden wurden, gespendet. Die Initiative „Ö3 Wundertüte“ ermöglicht nicht nur eine umweltgerechte und gesetzeskonforme Entsorgung der Mobiltelefone. Der Erlös aus der Verwertung der Geräte fließt in die Soforthilfefonds von Licht ins Dunkel und der Caritas und kann so direkt für Menschen in Not eingesetzt werden.

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

### **BEST PRACTICE**

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

**Dosensammelaktion.** Beim FM4 Frequency Festival engagierte sich Zipfer auch im Jahr 2016 wieder mit der Dosentausch-Aktion für eine saubere Umwelt. Im Rahmen dieser Aktion wurden rund 60.000 Dosen gesammelt und der Stadtverwaltung St. Pölten zur Wiederverwertung übergeben.

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



„Wir setzen auf brauereieigenes Wasser – das stellt sowohl die einwandfreie Qualität des verwendeten Wassers als auch die Versorgung sicher.“

*Dietmar Roher, Umweltschutzbeauftragter*

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

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

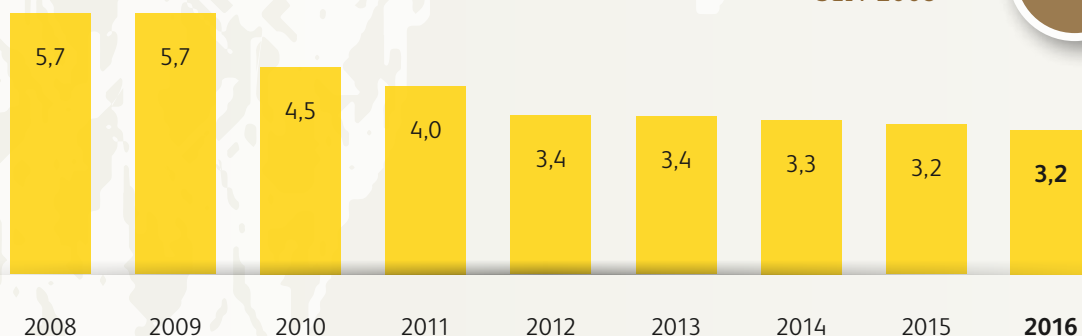
Wir arbeiten zudem kontinuierlich daran, unseren Wasserverbrauch zu verringern und setzen dazu in allen Brauereien Maßnahmen. Seit 2008 konnten wir unseren spezifischen Wasserverbrauch um 43,9 % senken. Damit liegen wir mit 3,2 hl Wasser je hl Bier international im absoluten Spitzenfeld. Die HEINEKEN-Familie weist im Durchschnitt etwa 3,6 hl Wasser / hl Bier aus.

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

verordnung klare Grenzwerte fest, die von uns intern und extern überprüft werden, mit dem Erfolg, dass es im ganzen Jahr 2016 keinerlei Abweichungen gab. Das ist umso wichtiger, da manche unserer Brauereien in sensiblen Wassergebieten liegen. So grenzt Schwechat an den Nationalpark Donau-Auen, Wieselburg an das Natura-2000-Erlaufauen-Gebiet und Göss besitzt sogar ein eigenes Quellschutzgebiet.

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

**SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH**  
hl Wasser / hl Bier



**EINSPARUNG  
SEIT 2008**

**43,9 %**

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

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

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

## **Maßnahmen beim Transport**

Um kurze Transportwege zu erzielen, haben wir unsere Logistik regional organisiert und versuchen, wann immer möglich, Wege einzusparen. Denn ganze 17 %

## **BEST PRACTICE**

### **Senkung des Chemikalien- und Wasserverbrauchs**

In der Brauerei Schwechat haben wir im Jahr 2016 eine neue Brauwasseraufbereitungsanlage in Betrieb genommen. Sie arbeitet nach dem Prinzip der Umkehrosmose und senkt den Chemikalienverbrauch erheblich. Die Wasseraufbereitung der Brauerei kommt nun gänzlich ohne Salzsäure aus. In der Brauerei Puntigam konnten wir durch die Optimierung der Bandschmieranlage sowohl den Wasser- als auch den Schmiermittelverbrauch reduzieren. Ein neues Reinigungs- und Überwachungsprogramm senkt den Wasserverbrauch der Flaschenwaschmaschine.



**Auch unsere Berufskraftfahrer werden mit Blick auf die Energieeffizienz geschult** – mindestens alle fünf Jahre steht für sie ein Spritfahrtraining im Rahmen der gesetzlichen C95-Ausbildung an. Unsere „Car Policy“ legt überdies fest, dass Dienstfahrzeuge emissionsarm sein müssen.

aller Emissionen entstehen laut Carbon Footprint Bericht im Transport. So richtet sich die Anzahl an tatsächlich eingesetzten LKW nach unserem täglichen Verkaufsvolumen und wir investieren nur noch in emissionsarme EURO6-LKW, während wir alte LKW aus dem Verkehr ziehen. Ebenso ersetzen wir laufend Gas- und Dieselstapler durch Elektrostapler. Um auch bei alternativen Antriebsquellen am Puls der Zeit zu bleiben und Erkenntnisse für weitere Investitionen in diesem Bereich zu sammeln, haben wir in der Brauerei Göss zudem zwei LKW mit Erdgasantrieb in Betrieb.

#### Maßnahmen bei unseren Kunden

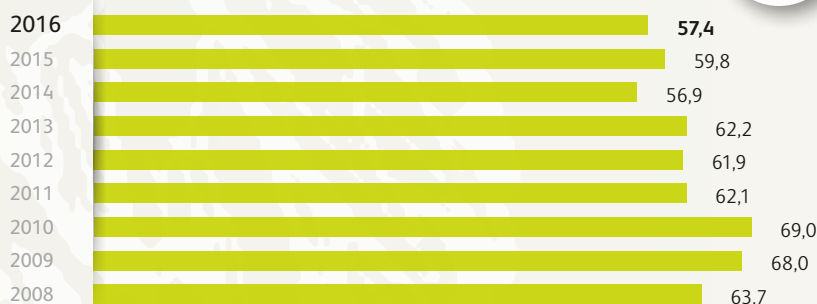
Mit der „Green Cooling Initiative“ setzen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten für Kühlschränke auf innovative Kühltechnik. Dadurch entsprechen heute 100 % unserer Kühlgeräte, die bei unseren Kunden im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie eingesetzt werden, unserer internen „Green Cooling“ Richtlinie,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

#### SPEZIFISCHER VERBRAUCH – THERMISCHE ENERGIE\*

MJ/hl BIER

Einsparung seit 2008

9,9 %

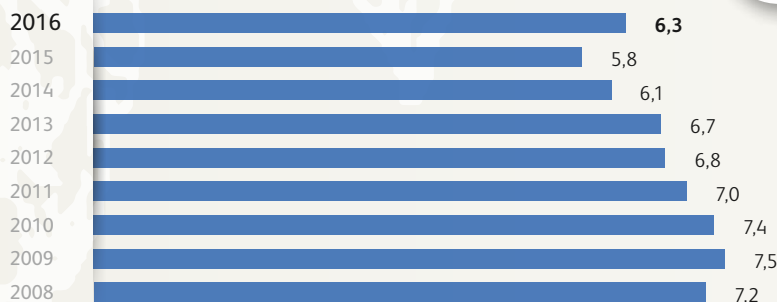


#### SPEZIFISCHER VERBRAUCH – ELEKTRISCHE ENERGIE\*

kWh/hl BIER

Einsparung seit 2008

12,5 %



### Maßnahmen in der Produktion

Seit dem Basisjahr 2008 konnten wir unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch um mehr als 10 % reduzieren (Wärme -9,9 %, Strom -12,5 % je Hektoliter Bier). Erzielt haben wir diese Verbesserung durch eine ganze Reihe von Energieeinsparungs- und Energieeffizienzmaßnahmen, die wir kontinuierlich und konsequent umgesetzt haben.

Auch im Berichtsjahr 2016 konnten wir weitere Möglichkeiten zur Reduktion des Energieverbrauchs identifizieren und durch konkrete Projekte an den Standorten unseren spezifischen Gesamtenergieverbrauch abermals auf 80,2 MJ je Hektoliter Bier senken. Im Vergleich zum HEINEKEN-Durchschnitt (91 MJ/hl Bier) zeigt sich, dass wir hier im internationalen Spitzenfeld liegen.

Dank des verstärkten Einsatzes von erneuerbaren Energien konnte nicht zuletzt in der Produktion der Output auf 2,93 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier begrenzt werden. Dies entspricht einer Reduktion um 45,3 % seit 2008, wobei sich der Messwert aus direkten Emissionen (Verbrennung von fossilen Brennstoffen) wie auch indirekten Emissionen (Zukauf von Strom und Fernwärme aus fossilen Brennstoffen) zusammensetzt. Im Hinblick auf das HEINEKEN-2020-Ziel von 6,4 kg CO<sub>2</sub>e/hl Bier bewegen wir uns hier schon auf einem ziemlich guten Niveau. Im kommenden Jahr werden wir

erneut Maßnahmen setzen, um sowohl die direkten Emissionen (2,27 kg CO<sub>2</sub>e / hl Bier) als auch die indirekten Emissionen (0,66 kg CO<sub>2</sub>e / hl Bier) weiter zu senken.

### Planung 2017: Stakeholder Round Table zur Abwasseranlage Göss

Offenheit und Transparenz ist der Brau Union Österreich wichtig. Im November 2016 startete die Planungsphase für eine Informationsveranstaltung über die Abwasseranlage der Brauerei Göss. Anlass dazu war eine Bürgerinitiative von Anrainern der Brauerei, die durch den Betrieb der Anlage eine Verschlechterung

der Lebensqualität befürchteten. Als Termin für die Veranstaltung wurde der 17. Jänner 2017 fixiert. Seitens Montanuniversität Leoben konnten Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr.-Ing. Markus Lehner, Leiter des Lehrstuhls für Verfahrenstechnik des industriellen Umweltschutzes an der Montanuniversität Leoben, und Assistenzprofessor Dipl.-Ing. Dr. mont. Markus Ellersdorfer für einen Fachvortrag gewonnen werden. Auch DI Dr. Michael Resch, Geschäftsführer des Reinhaltungsverbandes Leoben, wird sich im Rahmen der Informationsveranstaltung den Fragen der Anwesenden stellen.

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

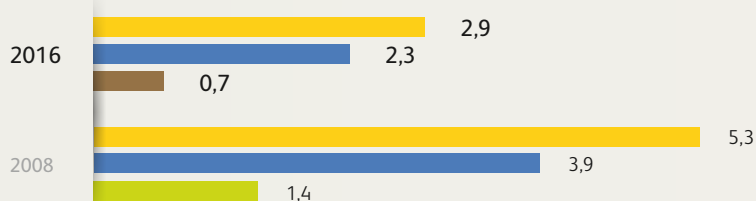
Einsparung seit 2008

10,6 %

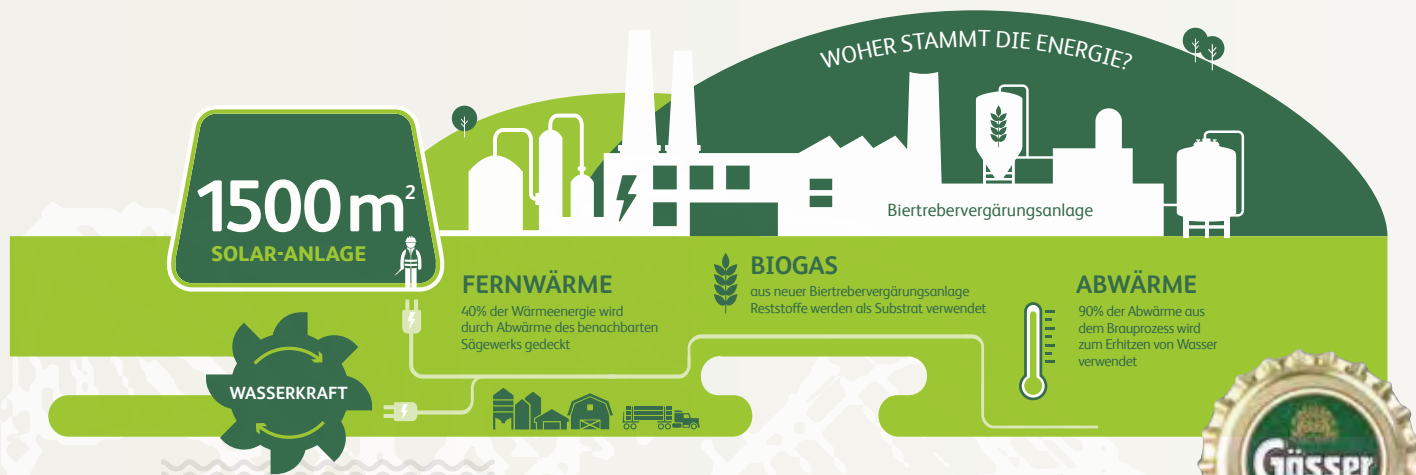


#### CO<sub>2</sub>-AUSSTOSS kg CO<sub>2</sub>/hl BIER

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



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



## AUSBLICK 2017

Der Schwerpunkt unserer Aktivitäten für das Jahr 2017 wird auf einer weiteren Reduktion des Energieverbrauchs und des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes liegen sowie abermals auf einer Steigerung der Energieeffizienz. Geplant sind etwa:

- Das Projekt „Brauquartier Puntigam“: Rund 800 Wohnungen sowie Büros, Geschäftslokale und ein Kindergarten im neuen „Brauquartier Puntigam“ sollen mit Abwärme aus dem Gärprozess der Brauerei Puntigam versorgt werden.
- Das Abwärmeprojekt Schwechat: Biogene Gärwärme aus der Brauerei Schwechat wird rund 900 Wohnungen auf den Schwechater „Brauereigründen“ heizen.
- Logistik: Zusammenarbeit mit Frächtern (für den Nachschub), die EURO6-LKW und Leichtauflieger einsetzen.
- Geothermie Zipf: Konzeptionsphase wird weitergeführt.
- Projekte, um Energiesysteme weiter zu verbessern und vermehrt auf CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion zu setzen. Diese werden an allen Standorten forciert.



## BEST PRACTICE

### Grüne Brauerei Göss

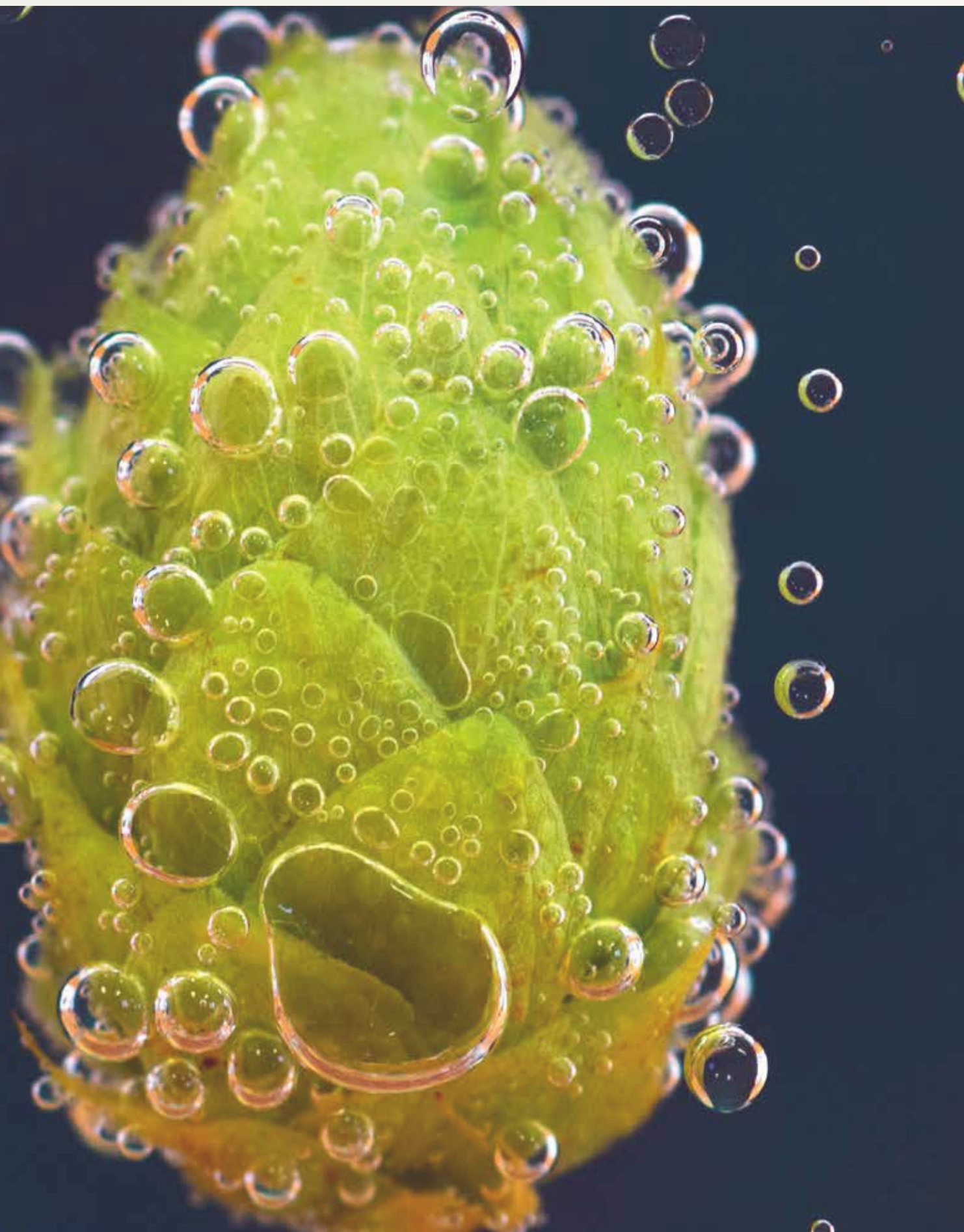
Die „Grüne Brauerei Göss“ in Leoben ist DAS Vorzeigeprojekt in der HEINEKEN-Familie und weltweit die erste Großbrauerei überhaupt mit einer 100 % nachhaltigen Bierproduktion. Gemeinsam mit dem steirischen Partner BDI-BioEnergy International wurde dort etwa 2015 eine Biertrebervergärungsanlage realisiert, die Mitte 2016 in Vollbetrieb gegangen ist. Daneben werden in der Brauerei Göss nachhaltige Energie aus der Abwärme des benachbarten Holzverarbeitungsbetriebs Mayr-Melnhof erzeugt und Solarstrom eingesetzt. Die Solaranlage, die rund 1.500 m<sup>2</sup> Fläche umfasst, wurde im Jahr 2013 in Betrieb genommen und erzeugt einen Teil der im Sudhaus benötigten Wärme für den Brauvorgang. Nicht nur, dass Gösser weltweit die erste „grüne“ Großbrauerei ist – laufende Investitionen halten sie zudem immer am neuesten Stand der Technik und machen die Produktion ständig noch effizienter. Dafür wurde die Brauerei Göss bereits mehrfach ausgezeichnet: mit dem Energy Globe Austria, dem EU Sustainable Energy Award inkl. EU-Publikumspreis oder dem IEA SHC Solar Award für den Einsatz von Solarenergie.

Ein Video zur Grünen Brauerei Göss finden Sie unter <https://youtu.be/oHmNo0J5PrU>



DIE SCHLÜSSEL  
ZUM ERFOLG.  
ZUM WOHL  
UNSERER  
MITARBEITER.







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

Wir sind mehr als 2.300 Mitarbeiter, die unser Bier brauen, es vermarkten, verkaufen und liefern. Die Brau Union Österreich ist sich der Verantwortung gegenüber diesen Menschen bewusst. Daher bieten wir neben einer Bezahlung gemäß und in vielen Fällen über dem Kollektivvertrag diverse zusätzliche Incentives, Weiterbildungsmöglichkeiten und Leistungen zur Gesundheitsvorsorge. Der Zentralbetriebsrat sowie die Betriebsräte an den jeweiligen Brauereistandorten vertreten die wirtschaftlichen, sozialen, gesundheitlichen und kulturellen Interessen der gesamten Belegschaft im Unternehmen.



Wir lehnen jede Form der Diskriminierung strikt ab und fördern dagegen Vielfalt und Chancengleichheit. In unserem Arbeitsalltag werden wir dabei von einigen wichtigen Richtlinien geleitet – etwa der „Mitarbeiter- und Menschenrechte-Leitlinie“ der HEINEKEN-Familie, die sich an den Grundsätzen der International Labour Organization (ILO) orientiert (siehe [www.ilo.org](http://www.ilo.org)).

Mit unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung, dem „Climate Survey“, erheben wir, wie zufrieden unsere Mitarbeiter heute sind und an welchen Stellen wir noch nachbessern können. 83 % aller Mitarbeiter haben an dieser Umfrage im Jahr 2016 teilgenommen, und es zeigt sich, dass 90 % der Befragten mit ihrem Arbeitgeber zufrieden sind und dies auch mit Stolz in die Öffentlichkeit tragen.

Gerade als verantwortungsvoller Produzent alkoholischer Getränke nehmen wir das Thema eines verantwortungsvollen Alkoholkonsums sehr ernst. Unsere Ansprüche an uns selbst sind dabei sehr hoch: So gibt es in der Brau Union Österreich bereits seit 2007 interne Richtlinien zum Alkoholkonsum am Arbeitsplatz – mit Informationen, aber auch mit Hilfsangeboten für Mitarbeiter mit Alkoholproblemen. Die Einhaltung der Richtlinien wird laufend kontrolliert und wir setzen auch Maßnahmen wie den „**Enjoy Responsibly Day**“, um unsere Belegschaft über einen verantwortungsvollen und vorbildlichen Umgang mit Alkohol zu informieren – zum Wohl unserer Mitarbeiter und ihrer Familien.

Strategieorientiert,  
nachhaltig, fordernd  
und fördernd.

„Mit einer strategischen Personal- und Organisationsentwicklung (POD) wollen wir die Brau Union Österreich bei Entwicklungsprozessen unterstützen, Veränderungen aktiv mitgestalten und mit zielgerichteten Maßnahmen die Kompetenzen aller Mitarbeiter für bestehende und zukünftige Aufgaben fördern.“

Angelika Mascherbauer, POD Manager

#### Aus- und Weiterbildung 2016

Die Brau Union Österreich fördert die Aus- und Weiterbildung der gesamten Belegschaft. Im Jahr 2016 nahm im Durchschnitt jeder Mitarbeiter an beruflichen Weiterbildungsmaßnahmen im Ausmaß von 16,3 Stunden teil.

Auch auf eine hochwertige Lehrlingsausbildung legt die Brau Union Österreich seit jeher großen Wert. Das bestätigen die hohe Übernahmequote der Lehrlinge in ein fixes Anstellungsverhältnis, die erfolgreichen Lehrabschlüsse sowie die gute Reputation unserer ausgebildeten Lehrlinge am Arbeitsmarkt. 2016 konnten wir 40 Lehrlingen einen Ausbildungsplatz bieten, diese werden von 50 Lehrlingsausbildnern während der gesamten Lehrzeit betreut. Darüber hinaus veranstalten wir für alle Lehrlinge jährlich ein zweitägiges Lehrlingstraining. Oberstes Ziel dieser „Lehrlingsakademie“ ist es, die jungen Mitarbeiter in der Weiterentwicklung ihrer sozialen und persönlichen Kompetenzen zu unterstützen. Je nach Lehrjahr werden dabei unterschiedliche Themen behandelt. Die Brau Union Österreich wurde für ihre hohen Ausbildungsstandards 2016 mit dem **ineo Gütezeichen** ausgezeichnet.



## Schwerpunkte in der Personal- und Organisationsentwicklung 2016.

#### Veränderungen gestalten

Die Fähigkeit eines Unternehmens, Strategien umzusetzen und sich flexibel an Veränderungen anzupassen, hängt in hohem Maße von seiner Struktur ab. „Wie können wir aus den strategischen Zielen organisatorische Anforderungen ableiten?“ ist eine der zentralen Fragen, die uns beschäftigen. Unser Ziel ist es, Veränderungsprozesse zu initiieren sowie aktiv mitzugestalten und für Führungskräfte dabei „Challenger“ und Sparringspartner zu sein.

#### Fähigkeiten entwickeln

Wissen und entsprechendes Verhalten sind wesentliche Erfolgsfaktoren, um gute Arbeit leisten zu können. Die Basis für die Erweiterung des eigenen Wissens ist die HEINEKEN-Lernphilosophie (70/20/10): Zu 70 % on the job, zu 20 % near the job (z. B. durch die Mitarbeit an einem abteilungsübergreifenden Projekt) und zu 10 % off the job (Seminare, Fachtagungen, Lehrgänge). Unser Verhalten orientiert sich an den HEINEKEN-Verhaltensregeln.

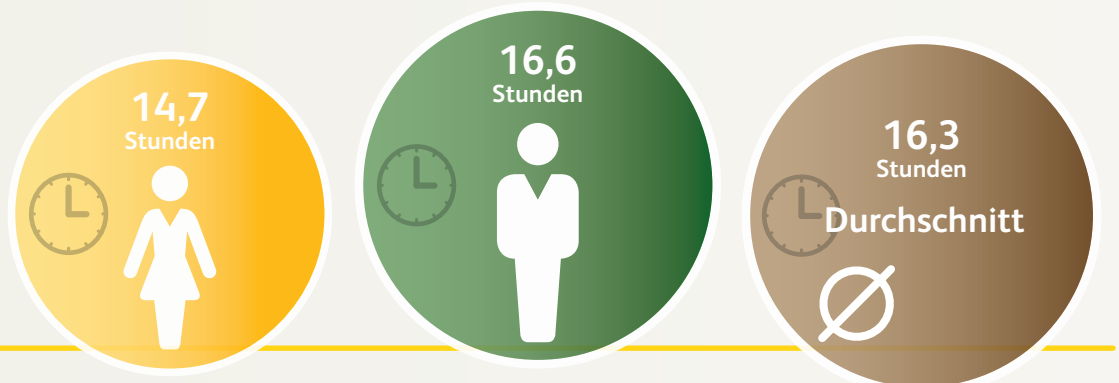
#### Führungskräfte fördern

Einen besonderen Schwerpunkt bildet die Entwicklung von Führungskräften und qualifiziertem Führungsnachwuchs. Für sie bieten wir eine Reihe von Trainingsangeboten auch im Rahmen der HEINEKEN-Gruppe an.

#### Talente managen

Die Identifikation von engagierten Talenten und ihre systematische Förderung stellt sicher, dass wir heute und in Zukunft das beste Team haben. Mit ihrer Förderung nutzen wir Entwicklungspotenziale im Unternehmen und verbessern die individuelle Nachfolgeplanung.

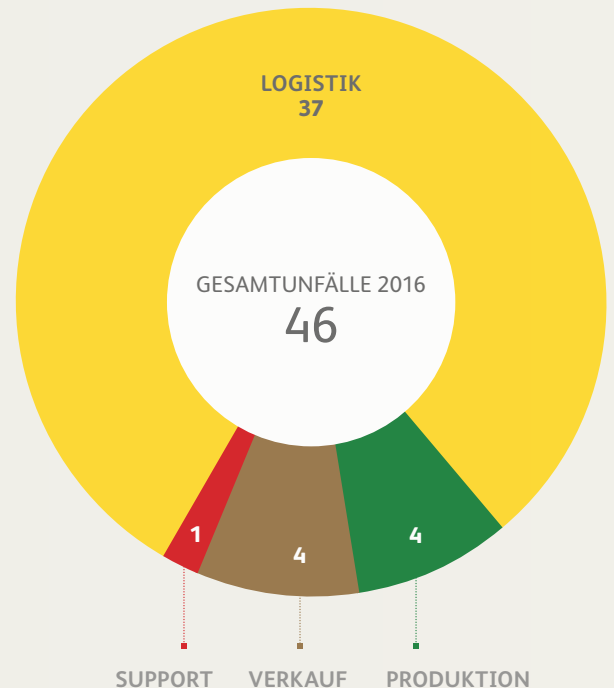
Aus- und  
Weiterbildung 2016  
in Stunden  
nach Geschlecht



# Wir garantieren Arbeitssicherheit und Gesundheit.

„Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist unser höchstes Gut. ‚Null Unfälle‘ ist und bleibt unser Ziel. Um diesem näher zu kommen, schaffen wir mit aller Konsequenz an all unseren Standorten ein möglichst gesundes und sicheres Arbeitsumfeld.“

Christian Gejer, Health & Safety Manager



Unser Geschäftserfolg und unsere nachhaltige Entwicklung hängen vom Wohlbefinden und der Motivation unserer Mitarbeiter ab. Mit Projekten zum Thema „Fit im Job“ stellen wir sicher, dass diese sowohl physisch als auch psychisch in der Lage sind, ihren Aufgaben mit Freude und Engagement nachzukommen. Unsere Sicherheitsprogramme sorgen für ein sicheres Arbeitsumfeld und einen reibungslosen Ablauf.

Unser oberstes Ziel ist es, die Arbeitsunfälle an allen Standorten auf null zu reduzieren und damit auch Ausfallstage zu vermindern. Im Jahr 2016 kam es zu keinen arbeitsbedingten Todesfällen, jedoch zu 46 Unfällen (inkl. leichten und schweren Unfällen).

Für Arbeitssicherheit und Gesundheit sind alle Führungskräfte verantwortlich, unterstützt durch unser SHE (Safety, Health & Environment)-Committee. Die Einhaltung aller Richtlinien und Vorgaben wird durch regelmäßige Begehungen vor Ort überprüft.

Außerdem setzen wir jedes Jahr zielgruppenorientierte Projekte um. 2016 lag unser Schwerpunkt auf „Safety in Secondary Distribution“. Die Sicherheitsbeobachtungen durch Vorgesetzte erleichtern es, Unfallursachen zu klären und Maßnahmen zu setzen, um Unfälle zu vermeiden. Zudem haben wir 2016 verstärkt auf Sicherheit in der Produktion und Logistik gesetzt.

## Maßnahmen 2016

- Kontinuierliche Maschinensicherheitsüberprüfungen in der Produktion
- Einführung einer einheitlichen Dokumentation für Contractoren/Auftragnehmer
- Fokus auf „Safety in Secondary Distribution“
- Ernennung der „Road Safety Officers“: Ein Safety Officer ist jeweils für 50 Fahrzeuge verantwortlich.



**Beim Thema Mitarbeitergesundheit konzentrieren wir uns auf drei Bereiche:**

▪ **Verhaltensprävention**

**Gesund führen:** Führung als gesundheitsrelevantes Thema erkennen. Führungskräfte dafür sensibilisieren, ausbilden und dabei unterstützen

**Gesunder Arbeitsplatz:** psychische und körperliche Belastungen am Arbeitsplatz evaluieren

▪ **Förderung der Fitness und Gesundheit**

Die Fitness und Gesundheit unserer Mitarbeiter ist uns wichtig. Seit 2005 stellen wir das Thema Betriebliche Gesundheitsförderung unter der Marke „Fit im Job“ (FIJ) in den Mittelpunkt der Aktivitäten als attraktiver Arbeitgeber, begleitet von einem umfassenden Maßnahmenpaket. An allen Standorten der Brau Union Österreich gibt es etwa FIJ-Ansprechpartner sowie Health & Safety Specialists. Sie alle stehen in ständigem Kontakt mit den Kollegen vor Ort.

▪ **Wiedereingliederung**

**nach einem Langzeitkrankenstand**

Nach einer schweren Erkrankung wieder arbeiten zu gehen, ist eine große Herausforderung. Unser Betriebliches Eingliederungsmanagement begleitet Mitarbeiter in dieser schwierigen Phase und bietet frühzeitige, gezielte und individuell abgestimmte Unterstützungsmaßnahmen für einen gelungenen Wiedereinstieg.

**AUSBLICK 2017**

Für 2017 sind weitere Aktivitäten im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheit geplant. Der Fokus liegt dabei verstärkt auf der Kommunikation und Vermittlung unserer „HEINEKEN Life Saving Rules“ – einem Regelwerk zum Thema Arbeitssicherheit. Laufende Schulungen zum sicheren Be- und Entladen von LKW sollen die Sicherheit der Mitarbeiter im Fuhrpark weiter erhöhen. Darüber hinaus werden wir in unserer internen Wissensplattform „ONE2Learn“ einen Informationsbereich zu Safety & Health integrieren und Schulungen via E-Learning anbieten.

Auch eine neue Safety-Struktur ist geplant. Zusätzlich zum Health & Safety-Manager werden zwei regionale Safety-Koordinatoren sowie ein Safety- & Health-Specialist an jedem Brauereistandort gemeinsam die Sicherheitsthemen vor Ort bearbeiten und die Projekte vorantreiben.

2015

2016

Verletzungsrate\*

Verletzungsrate\*

1,6

2,0

Unfallschwere\*\*

Unfallschwere\*\*

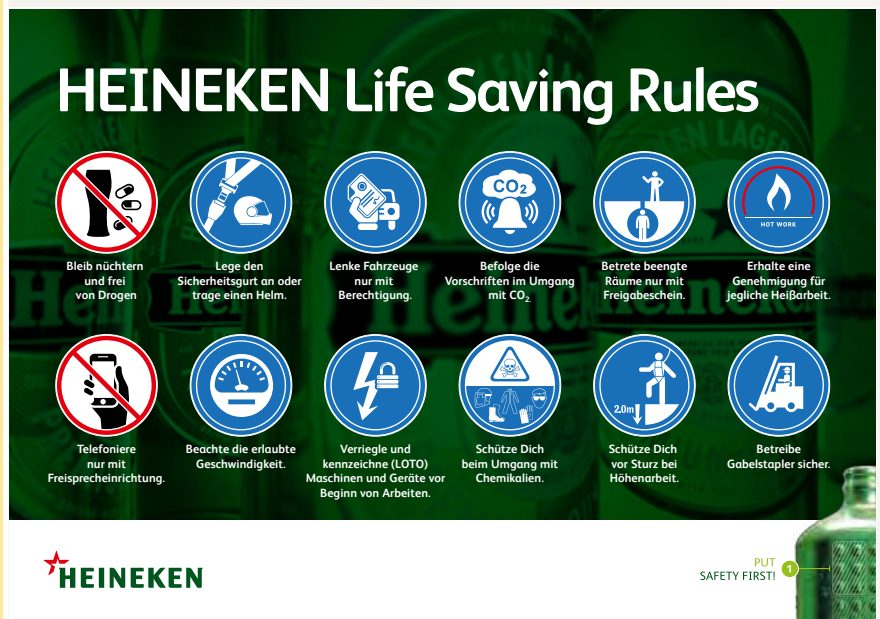
40,0

45,0

\* Unfälle / 100 FTE \*\* Ausfallstage / 100 FTE

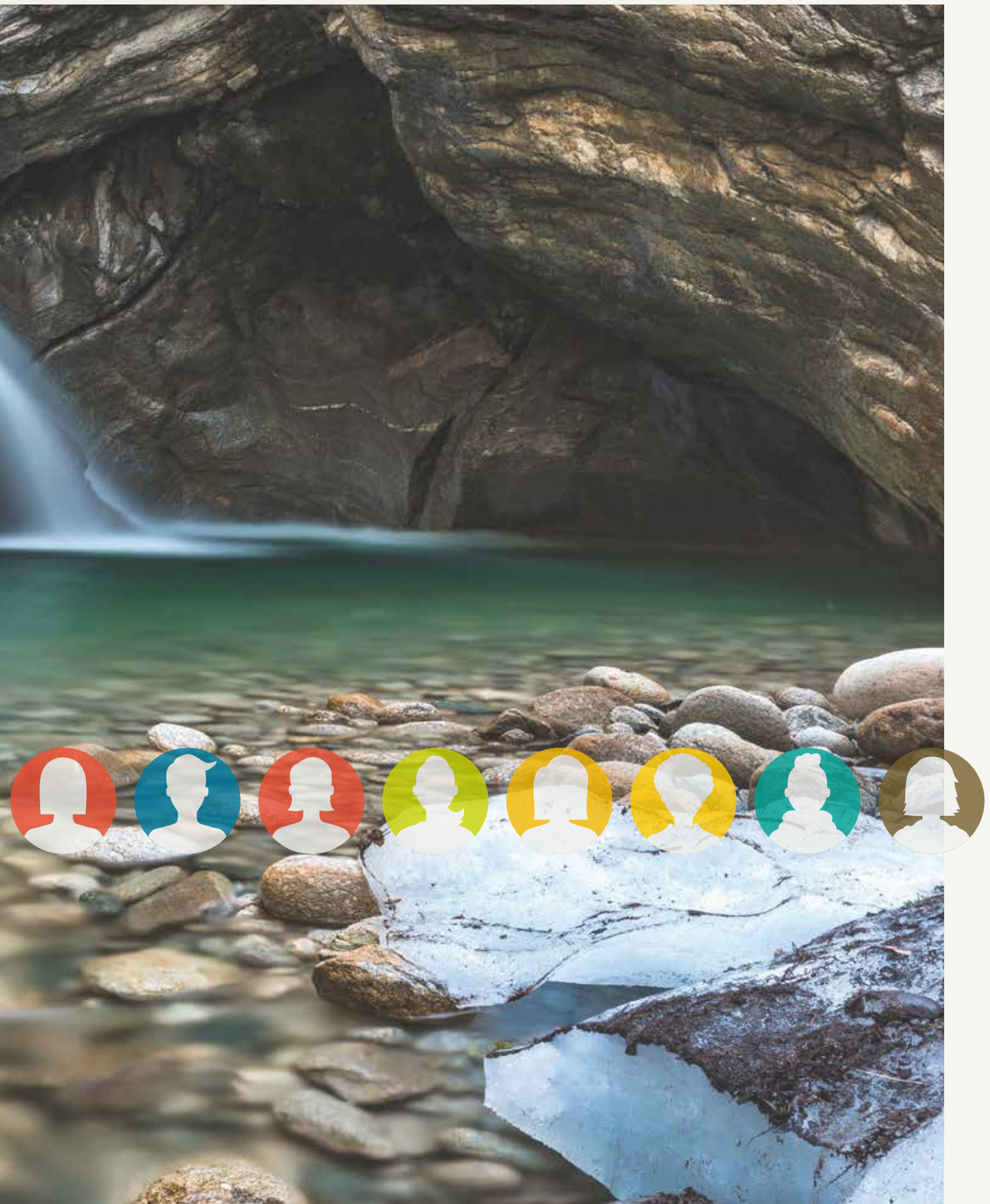
**SHE (Safety Health Environment) Schwerpunkt 2016/2017**

Aufgrund der Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung sowie der Evaluierung der körperlichen Belastungen der Bierführer haben wir den SHE-Schwerpunkt 2016/17 auf die Gesundheitsförderung im Zustellfuhrpark gelegt. Um von den Ergebnissen zu sinnvollen Maßnahmen zu kommen, haben wir einen Workshop mit Bierführern aus allen Regionen, dem betrieblichen Gesundheitsmanagement, den Safety-Koordinatoren und einem Sportwissenschaftler abgehalten. Dabei haben wir den gesamten Prozess des Bierführers – vom Einstellen des Sitzes bis zum Aufladen des Leergutes – durchleuchtet und Anleitungen entwickelt, wie die Arbeit sicherer und gesundheitsschonender ausgeführt werden kann. Das Ergebnis des Workshops kann sich sehen lassen: Ein Video macht allen bestehenden und künftigen Bierführern die Anleitungen, Tipps von Kollegen für Kollegen sowie Aufwärm- und Ausgleichsübungen für zu Hause sichtbar.



DIE QUALITÄT  
DER VIelfALT.  
ZUM WOHL  
UNSERER  
KUNDEN.







**Egal ob Gastronomie oder Lebensmittelhandel:** Jeder unserer rund 49.000 Kunden kann auf beste Qualität vertrauen – und auf individuellen Service. Die Nähe zum Kunden zeichnet die Brau Union Österreich aus. Österreich ist der Hauptabsatzmarkt, aber auch außerhalb des Landes sind wir erfolgreich, etwa mit dem Gösser NaturRadler, unserem Exportschlager Nummer eins.

## Unser Auftrag: Begeisterte Kunden

Kunden und Konsumenten stehen bei der Brau Union Österreich im Mittelpunkt. Wir pflegen langfristige, vertrauensvolle Beziehungen. Unsere Marken kommunizieren wir klar und transparent und wir punkten mit dem dichtesten Versorgungsnetz sowie der schnellsten Schanktechnik Österreichs. Bei Kundenbesuchen erheben wir immer wieder die Kundenzufriedenheit. Und wir sind stets für unsere Kunden da: Mit durchschnittlich 12 Lieferungen pro Tag waren wir 2016 immer dort, wo wir gerade gebraucht wurden. So sorgen wir für die beste Qualität vor Ort.

**„Unser Anspruch ist es, nicht nur den heimischen Biermarkt erfolgreich weiterzuentwickeln, sondern auch das Segment Cider nachhaltig in Österreich zu etablieren.“**

**Viktor Gillhofer,**  
*Leitung Geschäftsfeld Lebensmittelhandel*





„Unser Ziel ist es, die Qualität des Fassbieres in der Gastronomie laufend zu verbessern, um nachhaltig die Bierkultur und damit auch die Wirtshauskultur zu festigen.“

**Andreas Hunger,**  
*Leitung Geschäftsfeld Gastronomie*



## Marktführer und Innovationsführer

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

**Unsere Arbeit wird bestimmt durch unsere Category Vision: Neues entdecken. Vielfalt genießen. Werte schaffen.**

Mit unserer Category Vision schaffen wir eine Win-win-Situation für Konsumenten, Kaufleute und Kunden. Wir nehmen unsere Rolle als Category Leader ernst und wollen dem Konsumenten den Einkauf so leicht und erfreulich wie möglich machen. Darüber hinaus tragen wir zum Wachstum unserer Kunden bei – durch innovative Produkte, Know-how in der Kategorieweiterentwicklung von Bier und Cider sowie der Auswertung von Daten über Bedürfnisse von Konsumenten und Shoppern.



#### AUSBLICK 2017

Wir werden unser Kundenservicecenter weiter optimieren, um unsere Kunden noch besser betreuen zu können. Wir werden stärker darauf achten, auch bei Event-Werbemitteln auf Nachhaltigkeit zu setzen. Unsere Projekte „Category Leadership“ bzw. „Category Vision“ werden wir 2017 weiter forcieren – die drei Bereiche Konsument, Shopper und Kunde werden verstärkt in den Fokus gesetzt. Das neue Zapfsystem „BLADE“ soll es ermöglichen, nur mit Luftdruck zu zapfen, sodass kein CO<sub>2</sub> benötigt wird. Die BLADE-Fässer (Easy KEG) werden außerdem recycelbar sein. Darüber hinaus werden wir 2017 das Segment Cider in Österreich weiter etablieren und bei unseren Innovationen auf alkoholreduzierte bzw. alkoholfreie Produkte setzen.



# Individueller Service

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

## Kundenservice bedeutet für uns:

- dass wir unseren Kunden das Bestellen so einfach wie möglich machen. Wir rufen zu vereinbarten Zeiten an und lassen uns Bestellungen per Fax oder E-Mail schicken.
- dass wir bei Bedarf innerhalb von 24 Stunden liefern.
- dass unsere Kunden individuelle Werbemittel online erstellen können.

Unser Schankservice begleitet unsere Kunden von der Planung bis hin zur fachgerechten Montage, Inbetriebnahme und laufenden Wartung. Unsere Schankanlagen sind effizient und energiesparend – dank Innovationen wie der CoolFlow Technology (CFT), die den Schankverlust minimiert und gleichzeitig CO<sub>2</sub> einspart.

Auch bei Events handeln wir ökologisch und sozial verantwortungsvoll. So verwenden wir beispielsweise bei mehrtägigen Veranstaltungen Mehrwegbecher. Mit der Marke Zipfer haben wir 2016 zum dritten Mal am FM4 Frequency Festival eine erfolgreiche Dosensammelaktion durchgeführt.

## BEST PRACTICE

### Wir setzen Gastronomen die Krone auf

In Kooperation mit dem Gourmet-Führer Gault&Millau ehren wir Gastronomen mit der „Bierkrone“. Jedes Jahr erhält ein Gastronom pro Bundesland Österreichs bedeutendste Bierauszeichnung für sein besonderes Engagement für die Bierkultur und die typische österreichische Küche.

## BEST PRACTICE

### Spezialitäten und Trends

Mit unseren Craft-Bieren (z. B. Hofbräu Kaltenhausen), regionalen Spezialitäten (z. B. Puntigamer Frei Radler, Puntigamer Zwei Radler, Reininghaus Jahrgangspils, Zipfer Meisterwerke Pale Ale und Pils) sowie nationalen Spezialitäten (z. B. Gösser Brauschätze Helles und Dunkles Stifts-Zwickl) liefern wir ein breites Angebot an Innovationen. Alkoholfreie Biere und Radler erfreuen sich immer größerer Beliebtheit und auch unser Cider liegt im Trend.

## BEST PRACTICE

### Neues Schankanlagen- und Zapfsystem

Die Brau Union Österreich hat mit dem Z1 Unlimited ein High-End-Schankanlagensystem entwickelt. Es ermöglicht die perfekte Abstimmung zwischen den Füll-, Dosier- und Kassensystemen. Das neue Zapfsystem CoolFlow Technology liefert eine konstant exzellente Bierqualität über einen längeren Zeitraum – bei weniger Wartungsaufwand und mehr Energieeffizienz. Schon das erste gezapfte Bier pro Tag ist perfekt.

### Mehrweganteil gestiegen

Getrieben durch Tank- und Fassbier konnte 2016 der Mehrweganteil beim Bier in der Gastronomie auf über 90 % gesteigert werden.



EIN TEIL  
DES GROSSEN  
GANZEN. ZUM  
WOHL DER  
GESELLSCHAFT.







Nachhaltig zu handeln bedeutet zum Wohl der Gesellschaft zu handeln. Unser Unternehmenserfolg soll den Menschen um uns herum helfen, sich zu entwickeln und zu wachsen.

**Zum Wohl der Gesellschaft zu handeln, bedeutet für uns von der Brau Union Österreich:**

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



## Was wir der Gesellschaft zurückgeben.

Rund 2.300 Menschen arbeiten bei der Brau Union Österreich – in vielen Regionen unseres Landes. Wir geben den Menschen Arbeit und Brot und viele Möglichkeiten der Weiterentwicklung. Dazu kommt: 2.300 Arbeitsplätze, das bedeutet rund 21 Millionen Euro an Lohnsteuer, die wir zum Staatshaushalt beitragen. Dazu kamen im Jahr 2016 rund 99,8 Millionen Euro an Biersteuer.

Soziales Engagement ist uns wichtig: Wir haben im Jahr 2016 rund 16.500 Euro an karitative Einrichtungen, wie etwa „pro mente“, gespendet.

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 Commercial Communication“.



(siehe <http://www.theheinekencompany.com/about-us/business-conduct>)

# Wie wir die österreichische Bierkultur stärken.

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

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

Immer wieder betonen wir die Bedeutung des verantwortungsvollen Umgangs mit Alkohol, etwa auf den Gösser-Bannern im Wintersport und den Puntigamer-Bannern beim Fußball. Die Marke Gösser als Partner des ÖSV war auch in der Saison 2016/17 bei Schirennern mit den CSR-Banden „Vernünftig genießen“ präsent. Unsere Marken Zipfer, Gösser und Puntigamer heben auf den Etiketten die jeweilige Website mit Tipps für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol hervor.

Nähere Infos unter:

<http://www.goesservernuenftiggeniessen.at> <sup>1</sup>

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

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



1



2



3

Heineken verwendet auf der Verpackung das „Enjoy Responsibly“-Logo und Desperados verweist mit „Drink responsibly“ auf weitere Informationen auf [www.desperados.com](http://www.desperados.com). Heineken betreibt außerdem eine eigene Marketingkampagne zum Thema „Enjoy Heineken Responsibly“. Zudem ist die HEINEKEN-Familie und damit auch die Brau Union Österreich Mitglied der Initiative „Global Beer Responsibility Day“. Gemeinsam mit AB InBev und Carlsberg haben wir uns verpflichtet, auch 2016 einen Tagesevent im Zeichen des verantwortungsvollen Umgangs mit Alkohol zu veranstalten.

**„Wir sind das größte Brauereiunternehmen Österreichs – deshalb tragen wir große gesellschaftliche Verantwortung. Diese leben wir mit unseren Initiativen und Aktivitäten für einen verantwortungsvollen Biergenuss.“**

**Andreas Stieber,**  
Leitung Marketing

## Produktentwicklung mit Verantwortung

Wir bieten den Konsumenten verstärkt Produkte an, die den verantwortungsvollen Bierkonsum fördern. 2016 lag unser Schwerpunkt erneut auf der Entwicklung von alkoholreduzierten und alkoholfreien Bieren. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die Brau Union Österreich bietet heute acht alkoholreduzierte und acht alkoholfreie Biere an. Das alkoholfreie Gösser Kracherl Holunder und der Puntigamer Frei Radler zählten 2016 zu den Top-Innovationen.

In unserem Bierkulturbericht 2016 war Nachhaltigkeit Schwerpunktthema. Eine repräsentative Umfrage lieferte interessante Ergebnisse über die österreichische Bierkultur. Das Ergebnis der Umfrage zeigt eindeutig, dass Nachhaltigkeit bei den Österreichern einen großen Stellenwert hat. Der Bericht ist online unter <http://www.brauunion.at/bierkultur/bierkulturbericht/>

Uns ist es wichtig, dass unsere Kunden und Konsumenten verstehen, wie wir arbeiten: So bieten wir etwa Brauereiführungen an, Besuche in den Braumuseen und speziell in Kaltenhausen eine Biersommelier-Ausbildung. Mittlerweile haben wir in den sechstägigen Kursen über 100 Biersommeliers ausgebildet. Der Abschluss dieser fundierten Ausbildung berechtigt zur Führung der Berufsbezeichnung „Biersommelier/Biersommelière“ sowie des Biersommelier-Zeichens.

Nähere Infos unter <http://www.kaltenhausen.at/bierkultur/biersommelier-ausbildung/>



# Partnerschaften für die Zukunft.

„Wir legen Wert  
auf die langfristige  
Qualität unserer  
Beziehungen – in allen  
Bereichen unserer  
täglichen Arbeit.“

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



# Produktsicherheit und Gesundheit

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

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

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

## BEST PRACTICE

### Schlüsselanhänger aus Kronenkorken

Jugend am Werk entwickelt Lebensperspektiven in der Behindertenintegration. 2016 haben „Jugend am Werk Steiermark“ und das Projekt „Re-Use-Design“ mit der Brau Union Österreich eine Kooperation gestartet: Menschen mit Beeinträchtigung fertigen aus Kronenkorken unserer Marken sowie aus Stoffresten einer regionalen Trachtenfirma Schlüsselbänder, die als Kundengeschenke verwendet werden. So haben knapp ein Dutzend Menschen mit Beeinträchtigung eine sinnvolle Beschäftigung.



## AUSBLICK 2017

**Vorreiter in der Nachhaltigkeit bleiben**  
Auch 2017 wird großes Augenmerk auf einen verantwortungsvollen Umgang mit der Gesellschaft gelegt. So soll die Zusammenarbeit mit diversen Stakeholdern weiter forciert werden, um im Nachhaltigkeitsbereich Vorreiter der Brauindustrie zu bleiben. Auch bei den Innovationen wird es 2017 Neuigkeiten geben.



Wir lernen von unseren Partnern aus Wissenschaft und Forschung und tauschen uns regelmäßig mit Kunden und Konsumenten aus. Wir achten auf eine gute Kommunikation mit Lieferanten, Wirtschaftstreibenden, Vertretern der Politik und Medien und mit sonstigen Meinungsführern. Über positives Feedback freuen wir uns und auch über konstruktive Kritik – wir nutzen diese, um unsere Produkte und unsere Arbeitsabläufe kontinuierlich zu verbessern. Auf Veranstaltungen, Podiumsdiskussionen und Fachvorträgen informieren wir über aktuelle Neuheiten und holen Rückmeldungen ein. 2016 waren wir etwa beim Regal Branchentreff, Cash Handelsforum und bei den REWE Nachhaltigkeitswochen vertreten.

Die Zusammenarbeit mit österreichischen Universitäten und Fachhochschulen ist uns wichtig. Gerne betreuen wir relevante wissenschaftliche Arbeiten. So sind wir immer auf dem

neuesten Stand der Technik und können gezielt Innovationen vorantreiben. Neue Ideen setzen wir oft auch mit externen Partnern um. So arbeiten wir zum Beispiel in Göss mit der **Firma BDI – BioEnergy International** – eng zusammen, um das reibungslose Funktionieren der Biertrebervergärungsanlage zu garantieren. In Zipf evaluieren wir gemeinsam mit der RAG, der Rohöl Aufsuchungs-GmbH, die Geothermie-Nutzung im Brauprozess.

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

- Wirtschaftskammer Österreich
- Verband der Brauereien Österreichs
- ÖGI – Österreichisches Getränkeinstitut
- IV – Industriellenvereinigung Österreichs
- MAV – Markenartikel-Verband

#### BEST PRACTICE

##### **Kooperation mit „alpha nova“ in Graz**

alpha nova in Graz unterstützt Menschen mit Beeinträchtigung in der beruflichen Integration. Im Rahmen einer Kooperation mit alpha nova beschäftigt die Brauerei Puntigam Menschen mit Beeinträchtigung.

##### **Kooperation mit dem Diakoniewerk Schladming:**

Das Diakoniewerk ermöglicht Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung individuelle und bedürfnisorientierte Beschäftigungsmöglichkeiten. Als Projektpartner des Diakoniewerks Schladming bietet die Brauerei Schladming Menschen mit Beeinträchtigung eine sinnvolle Beschäftigung, sie nehmen am beruflichen Arbeitsleben teil und haben eine geordnete Tagesstruktur.

#### BEST PRACTICE

**Kooperation mit „assista Soziale Dienste“ Vöcklabruck**  
assista entwickelt Lebensperspektiven in der Integration von Menschen mit Beeinträchtigung. 2016 hat assista mit der Brauerei Zipf eine Kooperation gestartet, die vier Menschen, die es am Arbeitsmarkt schwer haben, eine sinnvolle integrative Beschäftigung ermöglicht.

##### **Kooperation mit „Arge Chance“ in Schwechat**

Der Verein Arge Chance ist ein vom AMS und Land Niederösterreich geförderter sozialökonomischer Beschäftigungsbetrieb, der erwerbslosen Menschen Arbeitsplätze, Arbeitstraining sowie soziale Betreuung auf Zeit bietet. Seit fünf Jahren besteht eine Kooperation mit der Brauerei Schwechat – Menschen mit Beeinträchtigung finden hier eine sinnvolle Beschäftigung.

# UNSERE BRAUEREIEN

## BRAUEREISTANDORTE DER BRAU UNION ÖSTERREICH AG

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



### BRAUEREI FALKENSTEIN/LIENZ

**30 Mitarbeiter**  
**55.000 hl Ausstoß**

#### ZUM WOHL DER UMWELT

- Träger des rot-weiß-roten AMA-Gütesiegles – Verwendung von Leutschacher Hopfen, 100 % österreichischer Gerste und Wasser aus dem hauseigenen Brunnen
- Verbesserung der Wärmerückgewinnung bei der Kochung. Nach Umbauarbeiten kann nun der Pfannenkunstkondensator mit Kaltwasser beschickt werden, was die Effizienz stark verbessert.

#### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Stärkung der österreichischen Bierkultur durch Bier-Innovationen



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

**155 Mitarbeiter**  
**1 Mio. hl Ausstoß**

### ZUM WOHL DER UMWELT

- 2016 wurde der Vollbetrieb der Biertrebervergärungsanlage erreicht. Der Brauprozess erfolgt nun CO<sub>2</sub>-neutral.
- Inbetriebnahme der Dosenabfüllanlage erspart LKW-Transporte – ein Gewinn für die Umwelt.
- Nutzung nachhaltiger Energie aus der Abwärme des benachbarten Holzverarbeitungsbetriebs Mayr-Melnhof
- Die rund 1.500 m<sup>2</sup> große Solaranlage liefert umweltfreundliche Energie für den Braubetrieb im Sudhaus. Dafür wurde die Brauerei Göss mit dem IEA SHC Solar Award 2016 ausgezeichnet.
- Träger des rot-weiß-roten AMA-Gütesiegels – Verwendung ausschließlich heimischer Rohstoffe wie Hopfen aus Leutschach in der Südsteiermark und Wasser aus dem eigenen Quellschutzgebiet.



### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Bewerbung von verantwortungsvollem Bierkonsum – „Vernünftig genießen“
- Alkoholfreie Innovation 2016: Gösser Kracherl Holunder – alkoholfreies Gösser Bier mit fruchtiger Holunderblütenlimonade und einem Schuss Zitrone.
- Kooperation mit verschiedenen Partnern wie Montanuniversität Leoben, dem benachbarten Sägewerk Mayr-Melnhof, dem Biogas-Anlagenbauer BDI, etc.

## BRAUEREI PUNTIGAM/GRAZ

**335 Mitarbeiter**  
**982.000 hl Ausstoß**

### ZUM WOHL DER UMWELT

- Verwendung von 15.000 Jahre altem Thermalwasser aus zwei Tiefbrunnen, Hopfen aus Leutschach in der Südsteiermark und vorwiegend österreichischer Gerste
- Ökoprotit-Partner der Stadt Graz
- Einbau neuer Gär-Tanks und Investition in moderne Sudhaussteuerung
- Inbetriebnahme zwei neuer Druckluftkompressoren: Strom einsparung von 3 %/Jahr



### ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Alkoholfreie und alkoholreduzierte Innovationen 2016: Puntigamer Frei Radler – alkoholfreies Biermischgetränk aus 50 % Grapefruit-Limonade und 50 % alkoholfreiem Bier – und Puntigamer Zwei Radler – 60 % Grapefruit-Limonade und 40 % Vollbier mit nur 2 % Alkohol

# BRAUEREI WIESELBURG

**196 Mitarbeiter**  
**970.000 hl Ausstoß**

## ZUM WOHL DER UMWELT

- Stärkung von Mehrweggebinden durch Bügelverschlussflasche
- Brauwasser aus brauereieigenen Brunnen, für das Malz wird zum überwiegenden Teil zweizeilige Sommerbraugerste aus Niederösterreich verwendet
- Investition in eine moderne Kombi-Flaschen-abfüllanlage und BrewLock-Anlage (innovative Fasstechnologie für 8 l-Fässer bzw. 20 l-Fässer)



## ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Partnerbetrieb von „So schmeckt Niederösterreich“, einer Initiative der Energie- und Umweltagentur Niederösterreich

# BRAUEREI ZIPF

**178 Mitarbeiter**  
**1 Mio. hl Ausstoß**

## ZUM WOHL DER UMWELT

- Austausch von zwei Maischgefäßen im Sudhaus
- Neubau der Siloanlage reduziert lange Transportwege
- Austausch der Hallenbeleuchtung auf energiesparende LED-Leuchten mit Linsenoptik und Einteilung in Beleuchtungskreise



## ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Partnerschaft mit Amuse Bouche: Zipfer unterstützt beim Wettkampf der Top-Lehrlinge gastronomische Nachwuchstalente

# BRAUEREI SCHWECHAT

**283 Mitarbeiter**  
**1 Mio. hl Ausstoß**

## ZUM WOHL DER UMWELT

- Niedriger Wasserverbrauch – spezifischer Verbrauch von 2,85 hl Wasser/hl Bier
- 2016 wurde der Tunnelpasteurbetrieb (Vereinheitlichung der Programme) optimiert und damit Primärenergie eingespart
- Inbetriebnahme einer neuen Brauwasser-aufbereitungsanlage (Arbeitsprinzip Umkehrosmose): Der Betrieb Schwechat kommt seither ohne Salzsäure, die für die Wasseraufbereitung nötig war, aus.
- Marktführer im Dosensegment: 2015 wurde eine Materialreduktion von 10 % beim Deckelgewicht der Dose durchgeführt. Die leichtere Verpackung hat sich am Markt bewährt und wurde deshalb 2016 als fixer Standard im Dosensegment eingeführt.



## ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Erfindung des untergärigen Lagerbieres durch Anton Dreher 1841. Das 2015 eingeführte Jubiläumsbier „Schwechater Wiener Lager“ ist seit 2016 in der ausgewählten Gastronomie sowie im Lebensmittelhandel erhältlich

# BRAUEREI SCHLADMING

**26 Mitarbeiter**  
**30.000 hl Ausstoß**

## ZUM WOHL DER UMWELT

- Verwendung von größtenteils regionalem Hopfen aus Leutschach, Gerste aus Österreich und Wasser aus dem kristallinen Urgestein der Schladminger Tauern
- Laufende Energieeffizienzmaßnahmen – etwa Erneuerung der Isolierung von Kühlleitungen und der Dampfleitung, Einsatz von Zeitschaltungen, ...
- Biergenuss zertifiziert mit dem BIO-Austria-Siegel: Schladminger BioZwickl und Schladminger Schnee Weiße Bio



## ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

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

# Spezialitäten-Manufaktur HOFBRÄU KALTENHAUSEN

**67 Mitarbeiter**

## ZUM WOHL DER UMWELT

- Produktion weitgehend manuell
- Verwendung von bestem unbehandeltem Wasser, Hopfen aus dem Mühlviertel und fast ausschließlich österreichischer Gerste
- Erneuerbare Energie von benachbartem Wasserkraftwerk
- 2017: Anstreben der HACCP-Zertifizierung

## ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

- Ausbildungsstätte für Biersommeliers (laufende Kursangebote das ganze Jahr über)
- Spezialitäten-Manufaktur für besondere Bierspezialitäten – z.B. Einführung Witbier nach belgischer Brauart
- Bierige Kooperation: Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen braute 2016 das „ORF Fernsehgartenbier“ und unterstützte somit Tennengauer Familien in Not



# FAKTEN UND DETAILS ZU UNSEREM NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2016.

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2016 ist der Nachhaltigkeitsbericht der Brau Union Österreich und wurde nach den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) G4 – die Option „In Übereinstimmung / In Accordance Core“ erstellt. Wir möchten unseren Lesern einen Einblick geben, wie wir unser zentrales Anliegen, die beste Bierkultur für die Zukunft zu schaffen und die österreichische Bierkultur nach sozialen und ökologischen Herausforderungen zu gestalten, erreichen wollen.

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

## Berichtsumfang

Dieser Nachhaltigkeitsbericht publiziert Daten der Brau Union Österreich AG im Berichtszeitraum 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2016. Die ökologischen Kennzahlen beziehen sich nur auf unsere Produktionsstandorte – also unsere Brauereien, da wir an den Bürostandorten keine signifikanten ökologischen Auswirkungen feststellen konnten. Folgende Brauereien werden auf Grund ihrer Größe im Bericht mit Umweltkennzahlen erwähnt: die fünf Großbrauereien Göss/Leoben, Puntigam/Graz, Schwechat, Wieselburg und Zipf sowie unsere zwei Spezialitätenbrauereien Falkenstein/Lienz und Schladming. Über die Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen werden auf Grund ihrer geringen Größe keine ökologischen Kennzahlen berichtet. Die sozialen Kennzahlen beziehen sich neben unseren Produktionsstandorten auch auf unsere Bürostandorte und Verkaufslager.

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

## Berichtssysteme

- Kennzahlen zum Thema Arbeitssicherheit werden quartalsweise über das globale System ARISO (Accident Reporting Investigation Software) an HEINEKEN berichtet.
- Ökologische Kennzahlen und deren Validierung findet man im BCS (Business Comparison System). Jeden Monat werden hier von den Produktionsstandorten Umweltdaten erhoben und berichtet.



- Das globale Green Gauge Berichtssystem ermöglicht es uns, unsere Leistung im Umwelt- und Sozialbereich quartalsweise mit unseren Fokuszielen zu vergleichen. Dies zeigt unterjährig, in welchen Bereichen noch Verbesserungsbedarf besteht.
- Andere Berichtssysteme, die uns zur Verfügung stehen, sind das CLM (Contract Lifecycle System), die EcoVadis-Plattform des Supplier Codes sowie SAP für Mitarbeiter-relevante Informationen.
- Die alljährliche HEINEKEN Annual Sustainability Survey sowie zusätzliche Informationen der einzelnen Abteilungen liefern die restlichen Daten.

### Zuverlässigkeit der Daten

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

Unser globales HEINEKEN-Audit-Team prüft zudem jährlich den gesamten Berichtsprozess und führt auch lokale Validierungsaudits durch. Darüber hinaus werden von den Fachabteilungen im Bereich des Supply Chains, Verkaufslagerüberprüfungen, sowie ICFR Tests (Internal Controls Over Financial Reports) vollzogen, um die Zuverlässigkeit der Prozesse zu überprüfen, mit dem schlussendlichen Ergebnis korrekte Daten gewährleisten zu können.

### Richtigkeit der Daten

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

### Definitionen

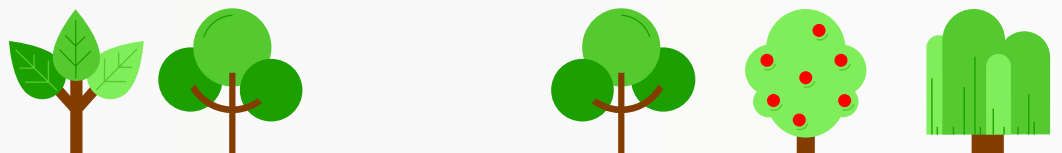
Die Brau Union Österreich und HEINEKEN sammeln Daten in Übereinstimmung mit den Richtlinien und Definitionen der Global Reporting Initiative (GRI) G4.

- 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.



# Allgemeine Standardangaben

| G4-Indikatoren        | Beschreibung                                                       | Seitenverweis / direkte Antwort                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Aussagenungen                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| STRATEGIE UND ANALYSE |                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-1                  | Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers                        | Vorwort, <i>Seite 2</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-2                  | Zentrale Auswirkungen, Chancen und Risiken                         | Vorwort, <i>Seite 2–3</i><br>Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6–7</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Nicht vollständig.<br>Die Brau Union Österreich berichtet in Übereinstimmung - Kern. Daher sind die Angaben zum Indikator G4-2 nur als Zusatzinformation zu sehen.                                                                         |
| ORGANISATIONSPROFIL   |                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-3                  | Name des Unternehmens                                              | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-4                  | Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen                   | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6–7</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-5                  | Hauptsitz des Unternehmens                                         | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6–7</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-6                  | Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt                          | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6–7</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-7                  | Eigentumsverhältnisse und Rechtsform                               | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6–7</i><br><br>Die Brau Union Österreich AG ist eine Aktiengesellschaft, deren Hauptgesellschafter die HEINEKEN International B.V. ist.<br>Unser Unternehmen umfasst neben den Brauereien und Verkaufslagern die Kärntner Brau- und Getränke GmbH, die Schladminger Brau GmbH (zu 90 %), die Brau Union Österreich Management GmbH, die Erste Alpenländische Volksbrauerei Schladming reg. Gen.m.b.H sowie HEINEKEN d.o.o. |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-8                  | Wesentliche Märkte                                                 | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6–7</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-9                  | Größe des Unternehmens                                             | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6–7</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Nicht vollständig. Gesamtkapitalisierung. Die Brau Union Österreich ist nicht börsennotiert – somit besteht keine Publizitätspflicht. Wir berichten unsere jährlichen Umsatzerlöse, nicht aber die aufgeschlüsselte Gesamtkapitalisierung. |
| G4-10                 | Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis, Geschlecht und Regionen | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 6</i><br>Anhang, <i>Seite 64</i><br><br>Die Brau Union Österreich beschäftigt nur in geringem Maße gesetzlich als freiberuflich anerkanntes Personal oder Personal von Vertragspartnern – dies passiert nur im Zuge von Events, nicht aber im alltäglichen Geschäft. In der Brauerei-Branche bestehen keine bedeutenden Schwankungen bezüglich der Anzahl der Arbeitnehmer.                                                |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-11                 | Anteil der Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen               | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, <i>Seite 32</i><br><br>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.                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-12                 | Beschreibung der Lieferkette                                       | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 15</i><br>Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 24</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                            |
| G4-13                 | Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum                        | Es gab im Berichtszeitraum keine signifikanten Änderungen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                            |

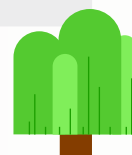


#### ORGANISATIONSPROFIL

|       |                                                     |                                              |
|-------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| G4-14 | Umsetzung des Vorsorgeprinzips                      | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 20-29</i>      |
| G4-15 | Unterstützung externer Initiativen                  | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 8-13</i> |
| G4-16 | Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen | Zum Wohl der Gesellschaft, <i>Seite 49</i>   |

#### ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE & GRENZEN

|       |                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| G4-17 | Liste der konsolidierten Unternehmen                                | Die Brau Union Österreich, <i>siehe G4-7</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| G4-18 | Vorgehensweise zur Festlegung der Berichtsinhalte                   | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 16-17</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| G4-19 | Sämtliche wesentliche Aspekte                                       | <p>Die Brau Union Österreich, <i>Seite 16-17</i><br/>Anhang, <i>Seite 75</i></p> <p>Folgende Aspekte aus dem GRI-Index sind für die Brau Union Österreich wesentlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen</li> <li>Klimawandel-Risiko</li> <li>Lokale Beschaffung</li> <li>Materialien</li> <li>Produkte und Dienstleistungen</li> <li>Energie</li> <li>Emissionen</li> <li>Transport</li> <li>Wasser</li> <li>Abwasser und Abfall</li> <li>Compliance</li> <li>Gleichbehandlung</li> <li>Lieferantenbewertung</li> <li>Beschwerdeverfahren</li> <li>Beschäftigung</li> <li>Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</li> <li>Vielfalt und Chancengleichheit</li> <li>Aus- und Weiterbildung</li> <li>Gleicher Lohn für Frauen und Männer</li> <li>Lokale Gemeinschaften</li> <li>Korruptionsbekämpfung</li> <li>Kundengesundheit und Sicherheit</li> <li>Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</li> <li>Kundenzufriedenheit</li> </ul> |
| G4-20 | Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens                      | Abgesehen von den Personalkennzahlen befinden sich alle Aspekte sowohl innerhalb als auch außerhalb der Organisation.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| G4-21 | Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens                      | Abgesehen von den Personalkennzahlen befinden sich alle Aspekte sowohl innerhalb als auch außerhalb der Organisation.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| G4-22 | Neudarstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten | Zusätzlich zu den durch unseren Mutterkonzern für wesentlich erachteten Themen beschäftigen wir uns mit speziell für die Brau Union Österreich wichtigen Themen – siehe Materialitätsmatrix.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| G4-23 | Wichtige Änderungen des Berichtsumfangs und der Aspektgrenzen       | Zusätzlich zu den durch unseren Mutterkonzern für wesentlich erachteten Themen beschäftigen wir uns mit speziell für die Brau Union Österreich wichtigen Themen – siehe Materialitätsmatrix.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |



# Allgemeine Standardangaben

G4-Indikatoren Beschreibung

Seitenverweis / direkte Antwort

Auslassungen

## EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN

|       |                                                      |                                                                          |
|-------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| G4-24 | Eingebundene Stakeholdergruppen                      | Zum Wohl der Gesellschaft, <i>Seite 47</i><br>Anhang, <i>Seite 75</i>    |
| G4-25 | Verfahren zur Ermittlung und Auswahl der Stakeholder | Zum Wohl der Gesellschaft, <i>Seite 47–49</i><br>Anhang, <i>Seite 75</i> |
| G4-26 | Ansatz für Stakeholdereinbindung und Häufigkeit      | Zum Wohl der Gesellschaft, <i>Seite 47–49</i><br>Anhang, <i>Seite 75</i> |
| G4-27 | Zentrale Themen und Anliegen der Stakeholder         | Zum Wohl der Gesellschaft, <i>Seite 47–49</i><br>Anhang, <i>Seite 75</i> |

## BERICHTSPROFIL

|       |                                                        |                                                                       |
|-------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| G4-28 | Berichtszeitraum                                       | Kalenderjahr 2016, 1. Januar 2016 – 31. Dezember 2016                 |
| G4-29 | Datum des letzten Berichts                             | Sept. 2016                                                            |
| G4-30 | Berichtszyklus                                         | jährlich                                                              |
| G4-31 | Ansprechpartner für Fragen zum Bericht                 | Impressum, <i>Seite 76</i>                                            |
| G4-32 | Option der Übereinstimmung mit GRI und gewählter Index | Fakten und Details zu unserem Nachhaltigkeitsbericht, <i>Seite 54</i> |
| G4-33 | Externe Prüfung des Berichts                           |                                                                       |

Für den Nachhaltigkeitsbericht 2015 haben wir unsere Angaben und Kennzahlen durch ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. extern überprüfen lassen. Der Bericht 2016 wurde nach den gleichen Vorgaben und Kriterien erstellt. In diesem Jahr führen wir keine gesonderte externe Prüfung durch.

## UNTERNEHMENSFÜHRUNG

|       |                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| G4-34 | Führungsstruktur inklusive höchstem Kontrollorgan | <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. Operativ wird die Brau Union Österreich von den Vorstandsmitgliedern DI Dr. Markus Liebl als Vorsitzender (bis 31.12.2017, ab 01.01.2018 DI Dr. Magne Setnes) und Mag. Rob Kleinjan vertreten. Im Berichtsjahr tätige Mitglieder des Aufsichtsrates waren: Dr. Ludwig Beurle (bis 31.12.2017, ab 01.01.2018 DI Dr. Markus Liebl), Dkfm. Dr. Wolfgang Berger-Vogel, Mag. Wolf Müller, Mag. Walter Scherb, Erich Heiss und Johann Greimel.</p> <p>Für die Nachhaltigkeitsagenden sind unsere Vorstandsmitglieder verantwortlich, das siebenköpfige Management-Team ist für die Zielerreichung im Nachhaltigkeitsbereich verantwortlich.</p> |
|-------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## ETHIK UND INTEGRITÄT

|       |                  |                                            |
|-------|------------------|--------------------------------------------|
| G4-56 | Berichtszeitraum | Die Brau Union Österreich, <i>Seite 54</i> |
|-------|------------------|--------------------------------------------|



# Spezifische Standardangaben

G4-Indikatoren Beschreibung

Seitenverweis / direkte Antwort

## KATEGORIE WIRTSCHAFT

### ASPEKT – WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

|         |                                                                                                                       |                    |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| DMA     |                                                                                                                       | Vorwort, Seite 2–3 |
| G4-EC 2 | Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen für die Aktivitäten der Organisation | Vorwort, Seite 2–3 |

### ASPEKT – INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

|         |                                                                     |                                        |
|---------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| DMA     |                                                                     | Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 44–49 |
| G4-EC 8 | Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen | Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 44–49 |

### ASPEKT – BESCHAFFUNG

|         |                                                                       |                                     |
|---------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| DMA     |                                                                       | Zum Wohl der Umwelt, Seite 49       |
| G4-EC 9 | Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten | Die Brau Union Österreich, Seite 14 |

## KATEGORIE ÖKOLOGIE

### ASPEKT – MATERIALIEN

|         |                                                       |                                                   |
|---------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| DMA     |                                                       | Zum Wohl der Umwelt, Seite 20, 22                 |
| G4-EN 1 | Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen     | Zum Wohl der Umwelt, Seite 22<br>Anhang, Seite 66 |
| G4-EN 2 | Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz | Anhang, Seite 67                                  |

### ASPEKT – ENERGIE

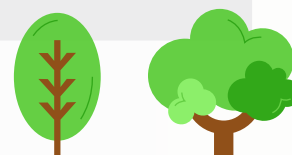
|         |                                             |                                                                                        |
|---------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                             | Zum Wohl der Umwelt, Seite 16, 27–28                                                   |
| G4-EN 3 | Energieverbrauch innerhalb der Organisation | Zum Wohl der Umwelt, Seite 27–28<br>Anhang, Seite 67–68                                |
| G4-EN 5 | Energieintensität                           | Zum Wohl der Umwelt, Seite 27–28<br>Anhang, Seite 68                                   |
| G4-EN 6 | Verringerung des Energieverbrauchs          | Zum Wohl der Umwelt, Seite 26–29<br>Unsere Brauereien, Seite 50–53<br>Anhang, Seite 68 |

### ASPEKT – WASSER

|         |                                                                   |                                                                                     |
|---------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                                                   | Zum Wohl der Umwelt, Seite 20, 25                                                   |
| G4-EN 8 | Gesamtwasserentnahme nach Quelle                                  | Zum Wohl der Umwelt, Seite 25<br>Unsere Brauereien, Seite 50–53<br>Anhang, Seite 70 |
| G4-EN 9 | Durch die Wasserentnahme wesentlich beeinträchtigte Wasserquellen | Zum Wohl der Umwelt, Seite 25<br>Anhang, Seite 70                                   |

### ASPEKT – EMISSIONEN

|          |                                                    |                                                       |
|----------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                    | Zum Wohl der Umwelt, Seite 20–21, 26                  |
| G4-EN 15 | Direkte THG-Emissionen (Scope 1)                   | Zum Wohl der Umwelt, Seite 21, 28<br>Anhang, Seite 69 |
| G4-EN 16 | Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2) | Zum Wohl der Umwelt, Seite 21, 28<br>Anhang, Seite 69 |



# Spezifische Standardangaben

G4-Indikatoren Beschreibung

Seitenverweis / direkte Antwort

## KATEGORIE ÖKOLOGIE

### ASPEKT – EMISSIONEN

|          |                                                                          |                                                                    |
|----------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| G4-EN 18 | Intensität der THG-Emissionen                                            | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 27–28</i><br>Anhang, <i>Seite 69</i> |
| G4-EN 19 | Reduzierung der THG-Emissionen                                           | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 26–29</i>                            |
| G4-EN 21 | NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> und andere signifikante Luftemissionen | Anhang, <i>Seite 69</i>                                            |

### ASPEKT – ABWASSER UND ABFALL

|          |                                                                        |                                                                                                                                                                         |
|----------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                        | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 20, 25</i>                                                                                                                                |
| G4-EN 22 | Gesamt volumen der Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 25</i><br>Anhang, <i>Seite 70</i>                                                                                                         |
| G4-EN 23 | Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode              | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 24</i><br>Anhang, <i>Seite 70</i>                                                                                                         |
| G4-EN 24 | Gesamtzahl und -volumen signifikanter Verschmutzungen                  | Uns sind keine signifikanten Verschmutzungen im Berichtszeitraum gemeldet worden.<br>Informationen werden über das HEINEKEN-Business Comparison System (BCS) gesammelt. |

### ASPEKT – PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

|          |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                    |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                      | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 20, 25</i>                                                                                                                                           |
| G4-EN 27 | Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 23–28</i>                                                                                                                                            |
| G4-EN 28 | Prozentsatz der zurückgenommenen verkauften Produkte und deren Verpackungsmaterialien nach Kategorie | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 22</i><br>Anhang, <i>Seite 66</i><br><br>Insgesamt werden 65,3 % unserer Produkte in Mehrwegverpackungen (Mehrweg-Glasflaschen und Fässer) verkauft. |

### ASPEKT – COMPLIANCE

|          |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                                          | Um die Produkte der Brau Union Österreich vertreiben zu können, müssen wir alle nationalen Vorschriften erfüllen. Dafür verantwortlich ist unsere Rechtsabteilung, die direkt an die Geschäftsführung berichtet. Sie kümmert sich um die Erfüllung aller Richtlinien und Gesetze, sowie die Bearbeitung von Beschwerden in Bezug auf Nichteinhaltung von Vorschriften. |
| G4-EN 29 | Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften | Die Brau Union Österreich hat im Berichtszeitraum keine Bußgelder oder nicht monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften erhalten.<br>Informationen werden über das HEINEKEN Business Comparison System (BCS) gesammelt.                                                                                                               |

### ASPEKT – TRANSPORT

|          |                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                                                                                                                                       | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 26–27</i>                                                                                                                                                                                              |
| G4-EN 30 | Erhebliche ökologische Auswirkungen durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch den Transport von Mitgliedern der Belegschaft | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 26–27</i><br><br>Die ökologischen Auswirkungen interner Geschäftsreisen sowie das Pendeln zur und von der Arbeit unserer Mitarbeiter werden als vernachlässigbar angenommen und daher nicht berichtet. |



## ASPEKT – BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE

|          |                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                       | Zum Wohl der Umwelt, Seite 24                                                                                                                                                                                                                                             |
| G4-EN 32 | Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden                                 | Zum Wohl der Umwelt, Seite 24<br>Anhang, Seite 71<br><br>Alle neuen Lieferanten erhalten unseren Lieferantenkodex, der auch ökologische Kriterien enthält. Die Nichtunterzeichnung oder Nichteinhaltung des Kodex kann zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehung führen. |
| G4-EN 33 | Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen | Zum Wohl der Umwelt, Seite 19–24                                                                                                                                                                                                                                          |

## ASPEKT – BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE

|          |                                                                                                                                               |                                                                                     |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                                               | siehe G4-EN 29                                                                      |
| G4-EN 34 | Anzahl der Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden | Im Berichtszeitraum gab es keine Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen. |

## KATEGORIE GESELLSCHAFT

## UNTERKATEGORIE ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG

## ASPEKT – BESCHÄFTIGUNG

|         |                                                                                                                                                                                           |                                                               |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                                                                                                                                                                           | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, Seite 32                        |
| G4-LA 1 | Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region                                                                       | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, Seite 32<br>Anhang, Seite 72    |
| G4-LA 2 | Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden, nach Hauptgeschäftsstandorten | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, Seite 32–35<br>Anhang, Seite 73 |
| G4-LA 3 | Rückkehrate an den Arbeitsplatz und Verbleibsrate nach der Elternzeit nach Geschlecht                                                                                                     | Anhang, Seite 73                                              |

## ASPEKT – ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

|         |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                                                                                                                                                              | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, Seite 32, 34                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| G4-LA 5 | Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist                                                                       | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, Seite 32<br><br>100 % der Belegschaft der Brau Union Österreich werden durch unsere Betriebsräte vertreten.                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| G4-LA 6 | Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, Seite 32<br>Anhang, Seite 73                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| G4-LA 7 | Arbeiter mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung                                                                                  | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, Seite 34<br><br>Die Mitarbeiter der Brau Union Österreich sind in verschiedenen Bereichen durch ihre Beschäftigung gefährdet.<br>Produktion: Lärm, Geruch, Hitze, Kälte, teilweise Explosionsgefahr, ...<br>Logistik: Gefahr im Straßenverkehr, Verletzungen durch schweres Heben/Tragen<br>Verkauf/Büro: stundenlanges Sitzen – Beeinträchtigung der Wirbelsäule, Beeinträchtigung der Sehkraft |



# Spezifische Standardangaben

G4-Indikatoren Beschreibung

Seitenverweis / direkte Antwort

## KATEGORIE GESELLSCHAFT

### UNTERKATEGORIE ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG

#### ASPEKT – AUS- UND WEITERBILDUNG

|          |                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                     | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, <i>Seite 32-33</i>                                                                                                                                                                                                                                |
| G4-LA 9  | Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung                                                  | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, <i>Seite 33</i><br>Anhang, <i>Seite 74</i>                                                                                                                                                                                                        |
| G4-LA 10 | Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen                                                           | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, <i>Seite 33</i>                                                                                                                                                                                                                                   |
| G4-LA 11 | Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten | Jeder Mitarbeiter der Brau Union Österreich 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 Ende des Jahres überprüft. |

#### ASPEKT – VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

|          |                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                   | Vielfalt und Chancengleichheit sind für die Brau Union Österreich ein wichtiges Thema. Als Teil der internationalen HEINEKEN-Familie toleriert die Brau Union Österreich keine Art von Diskriminierung und orientiert sich an der Europäischen Konvention für Menschenrechte. Unser Verhaltenskodex, basierend auf dem UN Global Compact, gilt für alle unsere Mitarbeiter und beinhaltet das Thema Anti-Diskriminierung. Über unsere eigens eingerichtete „Speak-Up Leitlinie“ wird Fehlverhalten aufgedeckt und bearbeitet. |
| G4-LA 12 | Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter | Anhang, <i>Seite 74</i><br><br>Bei der Brau Union Österreich beschäftigen wir größtenteils österreichische Staatsbürger und nur wenige Minderheiten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

#### ASPEKT – GLEICHER LOHN FÜR FRAUEN UND MÄNNER

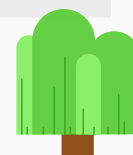
|          |                                                                                                        |                                                                                      |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                        | Zum Wohl unserer Mitarbeiter, <i>Seite 32</i>                                        |
| G4-LA 13 | Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern | Die Brau Union Österreich macht keinen Unterschied nach Geschlecht in der Bezahlung. |

#### ASPEKT – BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

|          |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                                | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 24</i>                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| G4-LA 14 | Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden                      | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 24</i><br>Anhang, <i>Seite 71</i><br><br>Alle neuen Lieferanten erhalten unseren Lieferantenkodex, der auch Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken enthält. Die Nichtunterzeichnung oder Nichteinhaltung des Kodex kann zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehung führen. |
| G4-LA 15 | Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen | Zum Wohl der Umwelt, <i>Seite 24</i><br>Anhang, <i>Seite 71</i>                                                                                                                                                                                                                                              |

#### ASPEKT – BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

|          |                                                                                                                                       |                                                                                               |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                                       | siehe G4-EN 29                                                                                |
| G4-LA 16 | Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden | Es wurden in der Berichtsperiode keine Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken eingereicht. |



## UNTERKATEGORIE MENSCHENRECHTE

## ASPEKT – GLEICHBEHANDLUNG

|         |                                                                         |                                                                                                                                                             |
|---------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                                                         | Die Brau Union Österreich, Seite 8                                                                                                                          |
| G4-HR 3 | Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen | Die Brau Union Österreich, Seite 8<br><br>Es wurden in der Berichtsperiode keine Diskriminierungsvorfälle über unsere interne Speak-Up Leitlinie berichtet. |

## ASPEKT – BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTE

|          |                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                              | Zum Wohl der Umwelt, Seite 24                                                                                                                                                                                                                                               |
| G4-HR 10 | Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden                                       | Zum Wohl der Umwelt, Seite 24<br>Anhang, Seite 71<br><br>Alle neuen Lieferanten erhalten unseren Lieferantenkodex, der auch Menschenrechtskriterien enthält. Die Nichtunterzeichnung oder Nichteinhaltung des Kodex kann zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehung führen. |
| G4-HR 11 | Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen | Zum Wohl der Umwelt, Seite 71                                                                                                                                                                                                                                               |

## ASPEKT – BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTSVERLETZUNGEN

|          |                                                                                                                                                      |                                                                                                              |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA      |                                                                                                                                                      | siehe G4-EN 29                                                                                               |
| G4-HR 12 | Anzahl der Beschwerden in Bezug auf menschenrechtliche Auswirkungen, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden | Es wurden in der Berichtsperiode keine Beschwerden in Bezug auf menschenrechtliche Auswirkungen eingereicht. |

## UNTERKATEGORIE GESELLSCHAFT

## ASPEKT – LOKALE GEMEINSCHAFTEN

|         |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                                                                                                                                         | Zum Wohl der Umwelt, Seite 22<br>Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 47                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| G4-SO 1 | Prozentsatz der Geschäftsstandorte, bei denen Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden | Zum Wohl der Umwelt, Seite 22–24<br>Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 48–49<br><br>An allen 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. Für 2017 ist geplant, eigene Brau Union Österreich Roundtables an einigen der größeren Standorte (Göss, Puntigam, Schwechat, Wieselburg und Zipf) zu veranstalten, um die lokale Gemeinschaft noch besser einbinden zu können. Bei großen Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen werden zuvor die Implikationen für Umwelt und Gesellschaft abgeklärt. |
| G4-SO 2 | Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften                                   | Es wurden uns im Berichtszeitraum keine erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf lokale Gemeinschaften berichtet.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |



# Spezifische Standardangaben

G4-Indikatoren Beschreibung

Seitenverweis / direkte Antwort

## KATEGORIE GESELLSCHAFT

### UNTERKATEGORIE GESELLSCHAFT

#### ASPEKT – KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

| DMA     |                                                                                                                                             | Die Brau Union Österreich, Seite 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| G4-SO 3 | Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken | <p>Die Brau Union Österreich, Seite 8</p> <p>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 das Fraud Risk Register mit 29 Risiken bildet, die auf Wahrscheinlichkeit des Eintritts und der Wirkung geprüft werden. Es wird darauf geachtet, alle Standorte miteinzubeziehen und das Register kontinuierlich zu bearbeiten.</p> <p>Folgende Risiken sind auf Grund ihrer hohen Eintrittswahrscheinlichkeit und großen Wirkung zu nennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Unterschlagung Vollgutware</li> <li>– Manipulation mit Leergebinde</li> <li>– „Black-List Kunden“</li> </ul> |
| G4-SO 4 | Informationen und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung                                                         | <p>Die Brau Union Österreich, Seite 8</p> <p>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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| G4-SO 5 | Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen                                                                                        | Im Berichtsjahr gab es keine Korruptionsfälle.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

#### ASPEKT – COMPLIANCE

| DMA     |                                                                                                                                   | siehe G4-EN 29                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| G4-SO 8 | Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften | Die Brau Union Österreich hat im Berichtszeitraum keine Bußgelder oder nicht monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und -vorschriften erhalten. Informationen werden über das HEINEKEN Business Comparison System (BCS) gesammelt. |

#### ASPEKT – BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

| DMA      |                                                                                                                                | Zum Wohl der Umwelt, Seite 24                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| G4-SO 9  | Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden        | <p>Zum Wohl der Umwelt, Seite 24<br/>Anhang, Seite 71</p> <p>Alle neuen Lieferanten erhalten unseren Lieferantenkodex, der auch Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft enthält. Die Nichtunterzeichnung oder Nichteinhaltung des Kodex kann zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehung führen.</p> |
| G4-SO 10 | Signifikante aktuelle und potenzielle negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette sowie ergriffene Maßnahmen | Zum Wohl der Umwelt, Seite 22–24                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

#### ASPEKT – BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

| DMA      |                                                                                                                                                        | siehe G4-EN 29                                                                                                 |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| G4-SO 11 | Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden | Es wurden in der Berichtsperiode keine Beschwerden in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft eingereicht. |



## UNTERKATEGORIE PRODUKTVERANTWORTUNG

## ASPEKT – KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT

|         |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                                                                                                                                                                                                                | Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 48                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| G4-PR 1 | Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln                                                  | Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 48                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| G4-PR 2 | Gesamtzahl der Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit, dargestellt nach Art der Folgen | Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 48<br><br>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. |

## ASPEKT – KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 48                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| G4-PR 3 | Art der Produkt- und Dienstleistungsinformationen, die durch die Verfahren der Organisation für Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) erforderlich sind, sowie Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, die solchen Informationspflichten unterliegen | Zum Wohl der Gesellschaft, Seite 48<br><br>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. |
| G4-PR 4 | Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) und Dienstleistungen, dargestellt nach Art der Folgen                                                                         | In der Berichtsperiode wurden keine Vorfälle gemeldet.<br><br>Der HEINEKEN-„Labelling requirements Standard“ enthält auch freiwillige Kennzeichnungsvorgaben, wie zum Beispiel Angaben zum verantwortungsvollen Konsum. In diesem Bereich gibt es noch Aufholbedarf.                                                                                                       |
| G4-PR 5 | Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit                                                                                                                                                                                                                                                      | Die Brau Union Österreich führt ca. alle zwei Jahre Umfragen zum Thema Kundenzufriedenheit durch. Die letzte war im Jahr 2015, die nächste folgt im Jahr 2017.                                                                                                                                                                                                             |

## ASPEKT – COMPLIANCE

|         |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMA     |                                                                                                                                                                       | siehe G4-EN 29                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| G4-PR 9 | Geldwert der erheblichen Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen | Die Brau Union Österreich hat im Berichtszeitraum keine Bußgelder oder nicht monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen erhalten. Informationen werden über das HEINEKEN-Business Comparison System (BCS) gesammelt. |



## ZUM WOHL DER UMWELT

### EN1 EINGESETZTE MATERIALIEN NACH GEWICHT ODER VOLUMEN

| Rohstoffe (t) | Göss   | Puntigam | Schwechat | Wieselburg | Zipf   | Falkenstein | Schladming | Gesamt |
|---------------|--------|----------|-----------|------------|--------|-------------|------------|--------|
| Hopfen        | 60,2   | 25,9     | 34,5      | 32,1       | 67,6   | 3,7         | 2,8        | 226,8  |
| erneuerbar    | 100 %  | 100 %    | 100 %     | 100 %      | 100 %  | 100 %       | 100 %      | 100 %  |
| Gerste / Malz | 18.500 | 12.400   | 12.400    | 14.300     | 17.900 | 1.000       | 600        | 77.100 |
| erneuerbar    | 100 %  | 100 %    | 100 %     | 100 %      | 100 %  | 100 %       | 100 %      | 100 %  |

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

| Primärverpackung (hl) | Göss/<br>Schladming | Puntigam   | Schwechat    | Wieselburg | Zipf       | Falkenstein | Gesamt hl    | Anteil % |
|-----------------------|---------------------|------------|--------------|------------|------------|-------------|--------------|----------|
| MW-Glasflasche 0,5 l  | 363.685,90          | 660.383,39 |              | 539.978,10 | 939.454,93 | 29.817,50   | 2.533.319,82 | 47,40 %  |
| EW-Glasflasche 0,5 l  | 0,00                | 13.172,32  |              | 12.775,56  |            |             | 25.947,88    | 0,49 %   |
| MW-Glasflasche 0,33 l | 8.873,36            | 0,00       |              | 10.409,55  | 2.539,38   |             | 21.822,29    | 0,41 %   |
| EW-Glasflasche 0,33 l | 0,00                | 345.815,45 |              | 102.289,75 |            |             | 448.105,20   | 8,38 %   |
| EW-Glasflasche 0,25 l | 0,00                | 5.824,98   |              | 0,00       |            |             | 5.824,98     | 0,11 %   |
| PET 0,5 l             |                     | 8.497,04   |              |            |            |             | 8.497,04     | 0,16 %   |
| PET 0,4 l             |                     | 1.905,02   |              | 11.274,34  |            |             | 13.179,36    | 0,25 %   |
| PET 0,33 l            |                     | 6.319,99   |              |            |            |             | 6.319,99     | 0,12 %   |
| Dose 0,5 l            | 115.279,68          |            | 1.115.049,96 |            |            |             | 1.230.329,64 | 23,02 %  |
| Dose 0,33 l           | 237,12              |            | 42.989,03    |            |            |             | 43.226,15    | 0,81 %   |
| Fass David            | 10.592,40           |            |              | 21.464,40  |            |             | 32.056,80    | 0,60 %   |
| BT-Fass               | 0,00                |            |              | 33.717,92  |            |             | 33.717,92    | 0,63 %   |
| Fass 20 l             | 27.287,20           |            |              | 44.883,80  |            | 8.871,40    | 81.042,40    | 1,52 %   |
| Fass 25 l             | 3.896,25            |            |              | 18.632,50  | 56.723,75  |             | 79.252,50    | 1,48 %   |
| Fass 30 l             | 40.318,50           |            |              | 2.624,40   | 3.570,30   | 1.014,60    | 47.527,80    | 0,89 %   |
| Fass 40 l             | 10,40               |            |              | 0,00       |            | 5,60        | 16,00        | 0,00 %   |
| Fass 50 l             | 348.285,50          |            |              | 162.730,00 | 210.593,50 | 13.150,00   | 734.759,00   | 13,75 %  |

Da nicht alle unsere Brauereien über Abfüllstationen verfügen bzw. manche Brauereien die Abfüllung bestimmter Verpackungseinheiten der Brau Union Österreich übernehmen, sind die abgefüllten Mengen nur auf die Brauereien Göss, Puntigam, Schwechat, Wieselburg, Zipf und Falkenstein aufgeteilt. Die angegebenen Werte beziehen sich auf die Abfüllmenge in Hektolitern in den verschiedensten Gebindetypen. Es werden hier nicht die Einkaufsdaten verwendet, da diese auf Grund der verwendeten Mehrweg-Gebinde ein falsches Bild vermitteln würden.

| Gebindetyp (hl)                                    | hl          | Anteil % |
|----------------------------------------------------|-------------|----------|
| MW-Gebinde (Mehrweg-Glasflasche, Fass)             | 3.563.514,5 | 66,67 %  |
| EW-Gebinde (Einweg-Glasflasche, PET-Flasche, Dose) | 1.781.430,2 | 33,33 %  |

| Verpackungsmix  | hl          | Anteil % |
|-----------------|-------------|----------|
| MW-Glasflaschen | 2.555.142,1 | 47,80 %  |
| EW-Glasflaschen | 479.878,1   | 8,98 %   |
| PET-Flaschen    | 27.996,4    | 0,52 %   |
| Dosen           | 1.273.555,8 | 23,83 %  |
| Fässer          | 1.008.372,4 | 18,87 %  |

## EN2 ANTEIL DER SEKUNDÄRROHSTOFFE AM GESAMTMATERIALEINSATZ

Die Rohstoffe, die wir für die Bierproduktion verwenden – Hopfen, Gerste und Wasser – sind erneuerbare, natürliche Ressourcen und können nicht wiederverwendet werden. Informationen zum Anteil der Sekundärrohstoffe in unseren Verpackungen bekommen wir von unseren Lieferanten. Bei Glasflaschen liegt der Anteil bei 54 % (Weißglas bis zu 41 %, Braunglas bis zu 51 % und Grünglas bis zu 67 %). Auch bei den Dosen achten wir darauf, möglichst Recyclingmaterial zu verwenden. In Österreich liegt die Recyclingquote von Dosen bei 71 %. Bei PET-Flaschen liegt der Recyclinganteil laut Lieferant bei 57 %. Zum Recyclinganteil von Fässern liegen uns leider keine Zahlen vor.

## EN3 ENERGIEVERBRAUCH INNERHALB DER ORGANISATION & EN6 VERRINGERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS

|                                                  | Göss         | Puntigam     | Schwechat    | Wieselburg   | Zipf         | Falkenstein | Schladming  | Gesamt        |
|--------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|---------------|
| <b>Gesamtenergieverbrauch (MJ)</b>               |              |              |              |              |              |             |             |               |
| 2016                                             | 86.558.562,2 | 72.523.762,8 | 82.769.074,0 | 89.451.795,6 | 79.755.091,4 | 7.794.494,4 | 5.273.795,0 | 424.126.575,4 |
| 2015                                             | 77.982.367,6 | 82.296.782,0 | 83.807.381,7 | 85.323.525,8 | 81.988.930,0 | 7.841.655,0 | 4.969.322,0 | 420.908.879,0 |
| 2014                                             | 74.106.215,2 | 78.020.237,2 | 82.415.884,0 | 83.109.264,2 | 78.015.325,6 | 7.796.518,6 | 4.509.698,2 | 407.973.143,0 |
| Veränderung 2015–2016                            | 11,00 %      | - 8,85 %     | - 0,57 %     | 4,84 %       | -2,72 %      | - 0,60 %    | 6,13 %      | 0,76 %        |
| <b>Gesamtverbrauch thermische Energie (MJ)</b>   |              |              |              |              |              |             |             |               |
| 2016                                             | 64.147.943,0 | 50.615.484,0 | 61.020.034,0 | 65.260.404,0 | 56.348.165,0 | 5.834.784,0 | 3.855.017,0 | 307.081.831,0 |
| 2015                                             | 57.863.945,0 | 56.610.754,0 | 61.895.490,0 | 62.118.853,0 | 58.418.110,0 | 5.864.985,0 | 3.686.120,0 | 306.458.257,0 |
| 2014                                             | 54.480.628,0 | 54.979.096,0 | 62.013.478,0 | 61.455.671,0 | 55.511.416,0 | 5.844.235,0 | 3.337.639,0 | 297.622.163,0 |
| Veränderung 2015–2016                            | 10,86 %      | - 10,59 %    | - 1,41 %     | 5,06 %       | - 3,54 %     | - 0,51 %    | 4,58 %      | 0,20 %        |
| <b>Gesamtverbrauch elektrische Energie (kWh)</b> |              |              |              |              |              |             |             |               |
| 2016                                             | 6.225.172,0  | 6.085.633,0  | 6.041.400,0  | 6.719.831,0  | 6.501.924,0  | 544.364,0   | 394.105,0   | 32.512.429,0  |
| 2015                                             | 5.588.451,0  | 6.375.300,0  | 5.929.376,0  | 6.445.743,0  | 6.547.450,0  | 549.075,0   | 356.445,0   | 29.025.740,0  |
| 2014                                             | 5.451.552,0  | 6.400.317,0  | 5.667.335,0  | 6.014.887,0  | 6.251.086,0  | 542.301,0   | 325.572,0   | 30.653.050,0  |
| Veränderung 2015–2016                            | 11,39 %      | - 4,54 %     | 1,89 %       | 4,25 %       | - 0,70 %     | - 0,86 %    | 10,57 %     | 2,27 %        |

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.

\* 2015 wurden die Energiezahlen für Puntigam (elektrische und thermische Energie) komplett neu berechnet. Die Zahlen aus den Vorjahren sind daher nur bedingt vergleichbar. Aus dieser Neuberechnung ergibt sich auch ein neuer Gesamtverbrauch – auch hier ist ein Vergleich mit den Vorjahren nicht möglich. Wir betreiben am Standort Puntigam ein eigenes Blockheizkraftwerk. Dieses wird mit Erdgas betrieben – daraus entstehen sowohl Wärmeenergie als auch elektrische Energie.

Im Berichtsjahr wurde dieser Verbrauch wie folgt ausgewiesen:

Der Gasverbrauch wird dem thermischen Energieverbrauch zugeschrieben, die daraus entstehende Wärme bzw. Strom werden nicht separat ausgewiesen.

| Thermische Energie – nach Art der Quelle (2016)   | Anteil am Gesamtverbrauch (%) | Gesamtverbrauch an thermischer Energie (MJ) |
|---------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------|
| Erneuerbare thermische Energie (Biogas, Biomasse) | 20,3 %                        | 62.350.056                                  |
| Gasförmige Kraftstoffe                            | 76,5 %                        | 235.040.575                                 |
| Flüssige Kraftstoffe                              | 3,2 %                         | 9.691.200                                   |
| Gesamte thermische Energie                        | 100,0 %                       | 307.081.831*                                |
| * davon importierte, erneuerbare Energie          |                               | 61.103.002                                  |



## Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

| Elektrische Energie – nach Art der Quelle (2016) | Anteil am Gesamtverbrauch (%) | Gesamtverbrauch an elektrischer Energie (kWh) |
|--------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------|
| Selbst erzeugte erneuerbare Energie              | 4,0 %                         | 1.315.788                                     |
| Importierte erneuerbare Energie (Öko-Zertifikat) | 86,5 %                        | 28.117.841                                    |
| Selbst erzeugte nicht erneuerbare Energie        | 9,5 %                         | 3.078.800                                     |
| <b>Gesamte elektrische Energie</b>               | <b>100,00 %</b>               | <b>32.512.429</b>                             |
| Export elektrische Energie                       |                               | 3.955.772                                     |

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.

### EN5 ENERGIEINTENSITÄT – SPEZIFISCHER ENERGIEVERBRAUCH

|                                                           | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Vergleich<br>HEINEKEN N.V.<br>Mittelwert 2016 | Veränderung<br>2015–2016 |
|-----------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------------------------------------------|--------------------------|
| Spezifischer Verbrauch –<br>thermische Energie<br>MJ/hl   | 63,7 | 68   | 69   | 62,1 | 61,9 | 62,2 | 56,9 | 59,8 | 57,4 | 63                                            | -9,9 %                   |
| Spezifischer Verbrauch –<br>elektrische Energie<br>kWh/hl | 7,2  | 7,5  | 7,4  | 7    | 6,8  | 6,7  | 6,1  | 5,8  | 6,34 | 7,8                                           | -12,5 %                  |
| Spezifischer<br>Gesamtenergieverbrauch<br>MJ/hl           | 89,8 | 95   | 95,4 | 87,4 | 86,3 | 86,5 | 79,0 | 80,6 | 80,2 | 91                                            | -10,6 %                  |

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.

Im Berichtsjahr 2015 wurden die Energiezahlen für Puntigam (elektrische und thermische Energie) komplett neu berechnet, wodurch auch die Gesamtverbräuche verändert wurden. Die hier angeführten spezifischen Verbräuche der Vorjahre sind folglich nur bedingt vergleichbar - es wird nur der Vergleich mit dem Basisjahr 2008 ausgewiesen.

### EN8 GESAMTWASSERENTNAHME NACH QUELLE (m³)

|                       | Göss      | Puntigam  | Schwechat | Wieselburg | Zipf      | Falkenstein | Schlading | Gesamt      |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| 2016                  | 323.029,0 | 328.978,0 | 290.716,0 | 332.236,0  | 320.949,0 | 23.324,0    | 12.464,0  | 1.631.696,0 |
| 2015                  | 306.593,0 | 316.171,0 | 299.691,0 | 316.016,0  | 355.393,0 | 22.223,0    | 11.564,0  | 1.627.651,0 |
| 2014                  | 295.420,0 | 324.477,0 | 295.238,0 | 320.728,0  | 397.663,0 | 21.707,0    | 10.422,0  | 1.665.655,0 |
| 2013                  | 304.333,0 | 346.809,0 | 316.696,0 | 303.562,0  | 399.713,0 | 24.011,0    | 11.009,0  | 1.706.133,0 |
| Veränderung 2015-2016 | 5,36 %    | 4,05 %    | - 2,99 %  | 5,13 %     | - 9,69 %  | 4,95 %      | 7,78 %    | 0,25 %      |

Der Großteil des Wassers für die Versorgung der Brau Union Österreich stammt aus eigenen Quellen, nur die Brauerei Schlading und die Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen beziehen ihr Wasser von der jeweiligen Stadt.

Unsere eigenen Quellen besitzen alle Trinkwasserqualität, die Quelle in Puntigam/Graz sogar Thermalwasserqualität.

|                                                        | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Vergleich<br>HEINEKEN N.V.<br>Mittelwert 2016 | Veränderung<br>2008–2016 | Veränderung<br>2015–2016 |
|--------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Spezifischer<br>Wasserverbrauch<br>hl Wasser / hl Bier | 5,7  | 5,7  | 4,5  | 4,1  | 3,4  | 3,4  | 3,3  | 3,2  | 3,18 | 3,6                                           | -44,21 %                 | -0,63 %                  |

# EN15 DIREKTE TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN INKLUSIVE GWP (SCOPE 1) (kg CO<sub>2</sub>e)

|      | Göss         | Puntigam     | Schwechat    | Wieselburg   | Zipf         | Falkenstein | Schladming | Gesamt        |
|------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|------------|---------------|
| 2015 | 1.918.462,60 | 1.764.939,80 | 3.426.679,30 | 1.900.534,00 | 3.222.232,00 | 442.299,70  | 279.736,60 | 12.954.884,10 |
| 2016 | 147.819,34   | 1.900.293,33 | 3.394.169,59 | 2.223.039,50 | 3.233.814,66 | 456.306,25  | 300.266,84 | 11.655.709,52 |

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.

# EN16 INDIREKTE TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN (SCOPE 2) (kg CO<sub>2</sub>e)

|      | Göss         | Puntigam     | Schwechat    | Wieselburg  | Zipf         | Falkenstein | Schladming | Gesamt       |
|------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|------------|--------------|
| 2015 | –            | 2.295.128,00 | –            | –           | –            | –           | –          | 2.295.128,00 |
| 2016 | 1.956.015,01 | 1.800.746,57 | - 187.016,78 | - 61.829,02 | - 126.636,27 | - 12.677,21 | - 5.921,00 | 3.362.681,29 |

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

# EN18 INTENSITÄT DER TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN (SCOPE 1 UND SCOPE 2) & EN19 REDUZIERUNG DER THG-EMISSIONEN

|                                                          | 2008 | 2015 | 2016 | Vergleich HEINEKEN N.V.<br>Mittelwert 2015 | Veränderung<br>2008–2016 | Veränderung<br>2015–2016 |
|----------------------------------------------------------|------|------|------|--------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Direkte THG-Emissionen<br>kg CO <sub>2</sub> e/hl Bier   | 3,9  | 2,4  | 2,27 |                                            | - 41,79 %                | - 5,42 %                 |
| Indirekte THG-Emissionen kg<br>CO <sub>2</sub> e/hl Bier | 1,4  | 0,5  | 0,66 |                                            | - 52,86 %                | 32 %                     |
| Gesamt THG-Emissionen kg<br>CO <sub>2</sub> e/hl Bier    | 5,3  | 2,9  | 2,93 | 6,5                                        | - 44,72 %                | 1,03 %                   |

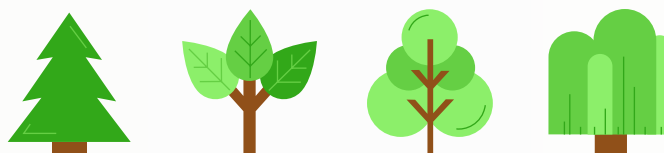
Da die CO<sub>2</sub>e-Emissionen für 2015 neu berechnet wurden, werden nur die Werte für das Basisjahr 2008 wie auch 2015 und das Berichtsjahr 2016 ausgewiesen.

# EN21 NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub> UND ANDERE SIGNIFIKANTE LUFTEMISSIONEN

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

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

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



## Anhang – Zahlen, Daten, Fakten

### EN22 GESAMTVOLUMEN DER ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT

|                                            | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         |
|--------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Gesamtvolumen an Abwasser (m³)</b>      | 2.712.584,00 | 1.202.740,00 | 1.171.223,00 | 1.169.447,00 |
| <b>Qualität des Abwassers</b>              |              |              |              |              |
| Organische Belastung des Abwassers (t CSB) | 2.696,50     | 2.588,40     | 2.530,30     | 2.626,10     |
| Stickstoffgehalt (kg N)                    | 13.220,00    | –            | –            | –            |
| Phosphorgehalt (kg P)                      | 4.209,00     | –            | –            | –            |
| Schwebstoffanteil (t SS)                   | 11,2         | –            | –            | –            |
| <b>Einleitungsort des Abwassers</b>        |              |              |              |              |
| Oberflächenwasser                          | 1 %          | 0 %          | 0 %          | 0 %          |
| Aufbereitungsanlage                        | 99 %         | 100 %        | 100 %        | 100 %        |

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

### EN23 GESAMTGEWICHT DES ABFALLS NACH ART & ENTSORGUNGSMETHODE

|                                                                | 2013      | 2014      | 2015       | 2016       |
|----------------------------------------------------------------|-----------|-----------|------------|------------|
| <b>Gesamte Beiprodukte, Verpackung und Industrieabfall (t)</b> | 97.840,88 | 95.741,72 | 101.261,01 | 103.652,03 |
| Nicht rezyklierter Abfall (%)                                  | 0,00 %    | 0,00 %    | 0,00 %     | 0,00 %     |
| <b>Gesamter Klärschlamm (t)</b>                                | 15,49     | 141,80    | 119,96     | 131,49     |
| Nicht rezyklierter Klärschlamm (%)                             | 0,00 %    | 0,00 %    | 0,00 %     | 0,00 %     |
| <b>Gesamter gefährlicher Abfall (t)</b>                        | 67,37     | 67,11     | 78,55      | 85,68      |
| Nicht rezyklierter gefährlicher Abfall (%)                     | 0,03 %    | 0,00 %    | 0,00 %     | 0,00 %     |
| <b>Gesamtabfall (t)</b>                                        | 98.224,43 | 97.403,68 | 102.733,23 | 105.262,57 |

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)<br>2015 | Anteil am Gesamt-<br>gewicht (%) – 2015 | Gesamtgewicht (t)<br>2016 | Anteil am Gesamt-<br>gewicht (%) – 2016 |
|----------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------|
| Wiederverwendung                 | –                         | 0,00 %                                  | –                         | 0,00 %                                  |
| Menschliche Ernährung            | –                         | 0,00 %                                  | –                         | 0,00 %                                  |
| Futtermittel                     | 92.863,80                 | 90,39 %                                 | 83.612,10                 | 79,43 %                                 |
| Materialien                      | 5.597,10                  | 5,45 %                                  | 8.516,78                  | 8,09 %                                  |
| Kompost / Düngemittel            | 2.301,90                  | 2,24 %                                  | 2.482,62                  | 2,36 %                                  |
| Energie (Biogas)                 | 1.449,10                  | 1,41 %                                  | 10.651,07                 | 10,12 %                                 |
| Verbrennung mit Energiegewinnung | 521,30                    | 0,51 %                                  | –                         | 0,00 %                                  |
| Verbrennung mit Wärmegewinnung   | –                         | 0,00 %                                  | –                         | 0,00 %                                  |
| Deponierung                      | –                         | 0,00 %                                  | –                         | 0,00 %                                  |
| <b>Gesamt</b>                    | <b>102.733,20</b>         | <b>100 %</b>                            | <b>105.262,57</b>         | <b>100 %</b>                            |

EN32, LA14, HR10, SO9 LIEFERANTENBEWERTUNG ANHAND VON ÖKOLOGISCHEN AUSWIRKUNGEN, KRITERIEN IM HINBLICK AUF ARBEITSPRAKTIKEN, VON MENSCHENRECHTSKRITERIEN, KRITERIEN IN BEZUG AUF AUSWIRKUNGEN AUF DIE GESELLSCHAFT

|                                                                                    | 2015    | 2016  |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
| Bestehende Lieferanten                                                             | 2.104   | 2.090 |
| Lieferanten, die mit dem Supplier Code nicht konform gehen                         | –       | –     |
| Lieferanten mit bestätigter Abweichung*                                            | 2       | –     |
| Lieferanten mit Unterschrift                                                       | 2.095   | 1.798 |
| Rate der Unterzeichnung                                                            | 99,60 % | 86 %  |
| Lieferanten, bei denen eine Lieferanten-Risiko-Analyse durchgeführt wurde          | 2.104   | 2.405 |
| Rate der Lieferanten mit Risiko-Analyse                                            | 100 %   | 100 % |
| Gesamtanzahl der Lieferanten, die laut EcoVadis Assessment ein hohes Risiko tragen | 18      | 20    |
| Gesamtzahl der Lieferanten, die das EcoVadis Assessment abgeschlossen haben        | 16      | 13    |
| Rate der riskanten Lieferanten, die das EcoVadis Assessment abgeschlossen haben    | 89 %    | 65 %  |

\* Lieferanten, die hier aufscheinen, haben aus bestimmten internen Gründen nicht an dem Eco-Vadis Assessment teilgenommen.



## ZUM WOHL DER MITARBEITER

LA1 GESAMTZAHL UND RATE NEU EINGESTELLTER MITARBEITER SOWIE PERSONALFLUKTUATION NACH ALTERSGRUPPE, GESCHLECHT UND REGION

|                          | 2015         | 2016         |
|--------------------------|--------------|--------------|
| <b>Gesamtbelegschaft</b> | <b>2.228</b> | <b>2.348</b> |
| Vollzeit                 | 2.030        | 2.137        |
| Teilzeit                 | 198          | 211          |
| männlich                 | 1.814        | 1.922        |
| weiblich                 | 414          | 426          |
| unter 30 Jahren          | 308          | 310          |
| 30–50 Jahre              | 1.016        | 1.062        |
| über 50 Jahren           | 904          | 976          |

\* Stichtag 31.12.2016

GESAMTBELEGSCHAFT  
(JAHRES DURCHSCHNITT 2016)  
NACH BUNDESLAND

|                  |     |
|------------------|-----|
| Burgenland       | 26  |
| Kärnten          | 132 |
| Niederösterreich | 607 |
| Oberösterreich   | 676 |
| Salzburg         | 91  |
| Steiermark       | 611 |
| Tirol            | 157 |
| Vorarlberg       | 12  |

| Neu eingestellte Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------------------------------------|------|------|------|------|
| unter 30 Jahren                                        | 105  | 240  | 82   | 59   |
| zwischen 30–50 Jahre                                   | 99   | 101  | 47   | 98   |
| über 50 Jahren                                         | 6    | 21   | 3    | 39   |
| männlich                                               | 152  | 258  | 87   | 154  |
| weiblich                                               | 58   | 104  | 45   | 42   |
| Gesamt neu eingestellte Mitarbeiter                    | 210  | 362  | 132  | 196  |

| Ausgeschiedene Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------------------------------|------|------|------|------|
| unter 30 Jahren                                      | 47   | 192  | 37   | 40   |
| zwischen 30–50 Jahre                                 | 63   | 65   | 47   | 51   |
| über 50 Jahren                                       | 76   | 69   | 45   | 65   |
| männlich                                             | 134  | 234  | 86   | 115  |
| weiblich                                             | 52   | 92   | 43   | 41   |
| Gesamt ausgeschiedene Mitarbeiter                    | 186  | 326  | 129  | 156  |

Die Fluktuationsrate der Mitarbeiter der Brau Union Österreich betrug im Berichtsjahr 6,6 % und ist somit im Vergleich zu 2015 gestiegen (0,8 %).



## LA2 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.

Folgende Leistungen stehen unter anderem zur Verfügung:

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

## LA3 RÜCKKEHRRATE UND VERBLEIBSRATE NACH KARENZ

|                                                                                                                                 | männlich | weiblich |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| Gesamtanzahl der Beschäftigten mit Anspruch auf Karenz                                                                          | 1.922    | 426      |
| Gesamtanteil der Beschäftigten mit Anspruch auf Karenz                                                                          | 100 %    | 100 %    |
| Gesamtzahl der Beschäftigten, die Karenz in Anspruch genommen haben                                                             | 4        | 26       |
| Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach Beendigung wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind                                 | 4        | 18       |
| Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach Beendigung wieder an Arbeitsplatz zurückgekehrt sind und 12 Monate nachher noch da waren | 4        | 15       |
| Rückkehrrate                                                                                                                    | 100 %    | 58 %     |
| Verbleibsrate                                                                                                                   | 100 %    | 83 %     |

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.

## LA6 ART DER VERLETZUNG & VERLETZUNGSRATE, BERUFSKRANKHEITEN, AUSFALLSTAGE, ABWESENHEIT UND ARBEITSBEDINGTE TODESFÄLLE

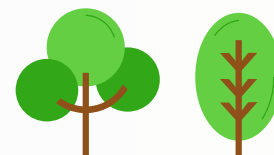
| 2016                       | Support   | Logistik   | Verkauf   | Produktion | Gesamt       |
|----------------------------|-----------|------------|-----------|------------|--------------|
| Arbeitsbedingte Todesfälle | 0         | 0          | 0         | 0          | 0            |
| Schwere Unfälle            | 1         | 31         | 4         | 2          | 38           |
| Leichte Unfälle            | 0         | 6          | 0         | 2          | 8            |
| <b>Gesamtunfälle</b>       | <b>1</b>  | <b>37</b>  | <b>4</b>  | <b>4</b>   | <b>46</b>    |
| <b>Ausfallstage</b>        | <b>13</b> | <b>907</b> | <b>54</b> | <b>47</b>  | <b>1.021</b> |

|                 | 2015 | 2016 | Veränderung 2015–2016 |
|-----------------|------|------|-----------------------|
| Verletzungsrate | 1,6  | 2    | +25 %                 |
| Unfallschwere   | 40   | 45   | +12,5 %               |

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 rund 70 Leasing-Mitarbeiter.

Verletzungsrate = Unfälle/100 FTE

Unfallschwere = Ausfallstage/100 FTE



## LA9 DURCHSCHNITTliche JÄHRLICHE STUNDENANZAHL AN AUS- UND WEITERBILDUNG PRO MITARBEITER

| Stunden nach Geschlecht pro Mitarbeiter (h) | 2015 | 2016 |
|---------------------------------------------|------|------|
| männlich                                    | 19,2 | 16,6 |
| weiblich                                    | 13,9 | 14,7 |
| Durchschnitt                                | 18,2 | 16,3 |

| Stunden nach MA-Kategorie pro Mitarbeiter (h) |      |       |
|-----------------------------------------------|------|-------|
| Senior Management                             | 14,2 | 11,44 |
| Mittleres Management                          | 20,5 | 24,01 |
| Andere Mitarbeiter                            | 18,1 | 11,96 |

| Gesamtstunden aller Mitarbeiter (h) | 42.632 | 38.203,4 |
|-------------------------------------|--------|----------|
| männlich                            | 36.503 | 31.928,4 |
| weiblich                            | 6.129  | 6.275    |

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

## LA12 ZUSAMMENSETZUNG DER KONTROLLORGANE UND AUFTEILUNG DER MITARBEITER NACH KATEGORIE

|                   | 2014     |          | 2015     |          | 2016     |          |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Senior Management | männlich | weiblich | männlich | weiblich | männlich | weiblich |
| unter 30 Jahre    | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| 30–50 Jahre       | 3        | 0        | 2        | 0        | 3        | 0        |
| über 50 Jahre     | 4        | 0        | 5        | 0        | 5        | 0        |

| Mittleres Management |    |    |    |    |    |    |
|----------------------|----|----|----|----|----|----|
| unter 30 Jahre       | 0  | 4  | 4  | 3  | 9  | 8  |
| 30–50 Jahre          | 57 | 14 | 57 | 14 | 87 | 29 |
| über 50 Jahre        | 45 | 1  | 46 | 1  | 75 | 9  |

| Andere Mitarbeiter |     |     |     |     |     |     |
|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| unter 30 Jahre     | 187 | 97  | 207 | 94  | 203 | 90  |
| 30–50 Jahre        | 834 | 169 | 774 | 169 | 780 | 163 |
| über 50 Jahre      | 653 | 124 | 719 | 133 | 760 | 127 |



## G4-19 SÄMTLICHE WESENTLICHE ASPEKTE &amp; G4-27 WICHTIGSTE THEMEN &amp; ANLIEGEN FÜR STAKEHOLDER

| Stakeholder       | Anliegen                                                      | GRI / Brau Union Österreich Aspekt     | G4-Performance Indikator / Brau Union Österreich Kennzahl            | Aspekt aus Wesentlichkeitsanalyse                                         |
|-------------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Eigentümer        | Gewinn                                                        | Wirtschaftliche Leistung               |                                                                      |                                                                           |
|                   | Einhaltung der HEINEKEN-Zielvorgaben                          | Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen | G4-EC8                                                               | Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen                                    |
| Kunden            | Qualität, Flexibilität, Preis-Leistungs-Verhältnis            | Kundenzufriedenheit                    | G4-PR5                                                               | Kundenzufriedenheit                                                       |
|                   | Produktdeklaration der Inhaltsstoffe                          | Produktkennzeichnung                   | G4-PR3, PR4, PR9                                                     | Konsumentengesundheit und -sicherheit                                     |
|                   | Gesundheitsaspekte                                            |                                        |                                                                      | Compliance                                                                |
|                   | Transparenz in Sachen Nachhaltigkeit                          |                                        |                                                                      |                                                                           |
|                   | Biologische Rohstoffe                                         | Produkte & Dienstleistungen            | G4-EN27                                                              | Materialien, Produkte und Dienstleistungen                                |
| Mitarbeiter       | Arbeitsplatzstabilität                                        | Beschäftigung                          | G4-LA1, LA2, LA3                                                     | Beschäftigung und Diversität                                              |
|                   | Vielfalt & Chancengleichheit                                  | Vielfalt & Chancengleichheit           | G4-LA12, HR3                                                         | Beschäftigung und Diversität                                              |
|                   |                                                               | Gleichbehandlung                       |                                                                      | Compliance                                                                |
|                   | Aus- & Weiterbildung                                          | Aus- & Weiterbildung                   | G4-LA9, LA10, LA11                                                   | Aus- und Weiterbildung                                                    |
|                   | Arbeitssicherheit und Gesundheit                              | Arbeitssicherheit und -gesundheit      | G4-LA5, LA6, LA7                                                     | Arbeitssicherheit und Gesundheit                                          |
|                   | Lohnniveau                                                    | Gleicher Lohn für Frauen & Männer      | G4-LA13                                                              | Entlohnung                                                                |
| Lieferanten       | Lokale Beschaffung / Regionalität                             | Lokale Beschaffung                     | G4-EC9                                                               | Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen                                    |
|                   | Supplier-Code-Verpflichtungen                                 | Lieferantenbewertung                   | G4-EN32, EN33, LA14, LA15, LA15, HR10, HR11, SO9, SO10               | Lieferantenbewertung                                                      |
| Umwelt            | Langfristige Partnerschaften                                  |                                        |                                                                      |                                                                           |
|                   | Reduktion des Energieverbrauchs & CO <sub>2</sub> -Emissionen | Energie Emissionen Transport           | G4-EN3, EN4, EN6<br>G4-EN15, EN16, EN17, EN18, EN19, EN21, G4-EN30   | Energie & CO <sub>2</sub> Emissionen (NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> ) |
|                   | Schutz der Wasserressourcen                                   | Wasser                                 | G4-EN8, EN9                                                          | Wasser & Abwasser                                                         |
|                   | Abfallreduktion                                               | Abwasser & Abfall                      | G4-EN22, EN23                                                        | Wasser & Abwasser Abfall                                                  |
|                   | Klimawandel                                                   | Klimawandelrisiko                      | G4-EC2                                                               | Klimawandel-Risiko                                                        |
|                   | Umweltfreundliche Materialien                                 | Materialien                            | G4-EN1, EN2                                                          | Materialien, Produkte und Dienstleistungen                                |
|                   | Umweltmanagement & Umweltkosten                               | Umweltmanagement                       | G4-DMA                                                               | Umweltmanagement                                                          |
| Gesetzgeber/Staat | Transparenz über signifikante Rechtsurteile & Strafzahlungen  | Compliance                             | G4-EN29, SO8                                                         | Compliance                                                                |
|                   | Korruptionsprävention                                         | Korruptionsbekämpfung                  | G4-SO3, SO4, SO5                                                     | Korruptionsbekämpfung                                                     |
|                   | Beschwerdemanagement                                          | Beschwerdemanagement                   | G4-EN34, LA16, HR12, SO11                                            | Beschwerdemanagement                                                      |
|                   | Fairer Wettbewerb                                             | Indirekte Wirtschaftliche Auswirkungen | EC8                                                                  | Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen                                    |
|                   | Beschwerdemanagement Biersteuer                               |                                        |                                                                      |                                                                           |
| Gesellschaft      | Suchtprävention                                               | Kundengesundheit und -sicherheit       | G4-PR1, PR2                                                          | Konsumentengesundheit und -sicherheit                                     |
|                   | Übergewicht                                                   | Lokale Gemeinschaften                  | G4-SO1                                                               | 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-Aspekten zugeordnet werden können und wie sich daraus unsere wesentlichen Aspekte laut Materialitätsanalyse ableiten.

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

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

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

BRAU UNION ÖSTERREICH AKTIENGESellschaft

FN 77559 h, Landesgericht Linz, Sitz Linz

Anschrift: Poschacherstraße 35, 4021 Linz, Austria

Telefon: +43 732/69 79-0

Fax: +43 732/65 44 54

E-Mail: [office@braunion.com](mailto:office@braunion.com)

Web: [www.braunion.at](http://www.braunion.at)

UID-Nr: ATU 23232106

### Projektleitung:

Mag. Dr. Gabriela Maria Straka, EMBA

### Gestaltung:

hufnagl/poex

### Druck:

gugler GmbH, [www.gugler.at](http://www.gugler.at)

### Papier:

Munken Pure Rough (Umschlag: 300 g/m<sup>2</sup>, Kern: 120 g/m<sup>2</sup>)

## KONTAKT

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

Leitung Kommunikation/PR & CSR

Pressesprecherin

Diplom-Biersommelière

Mitglied des UN Global Compact Steering Committees Austria

Weiterführende Informationen

[nachhaltigkeit.braunion.at](http://nachhaltigkeit.braunion.at)



HEINEKEN N.V. Sustainability Report

[www.theheinencompany.com/sustainability](http://www.theheinencompany.com/sustainability)





