



Nachhaltig handeln  
in Unternehmen  
Klimawin BW

*Unser Bier braut Clemens Härle*

# Klimawin BW

Bericht

2024

Brauerei Clemens Härle

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>2</b>
<b>1. Über uns</b>	<b>3</b>
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	4
<b>2. Die Klimawin BW</b>	<b>5</b>
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	5
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	5
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	6
<b>3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement</b>	<b>7</b>
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	7
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	8
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b>	<b>9</b>
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	9
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	9
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	9
4.4 Leitsatz 5 – Produktverantwortung	12
4.5 Leitsatz 8 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	13
<b>5. Weitere Aktivitäten</b>	<b>15</b>
<b>6. Unser Klimawin BW-Projekt</b>	<b>17</b>
6.1 Das Projekt	17
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	17
6.3 Ausblick	17
<b>Impressum</b>	<b>18</b>

# 1. Über uns

## 1.1 Unternehmensdarstellung

Tradition und Innovation, Heimatverbundenheit und Weitsicht – diese Werte prägen die Härle'sche Brautradition in Oberschwaben seit dem Ende des 19. Jahrhunderts. Heute genauso wie vor über hundertfünfundzwanzig Jahren. Vier Brüder waren es, die diese Tradition begründeten. Einer von ihnen – Clemens Härle – legte im Jahre 1897 den Grundstein für unsere Leutkircher Brauerei. Seine Söhne, Enkel und Urenkel haben das Unternehmen zu einer der führenden und erfolgreichsten Brauereien im Allgäu und in Oberschwaben weiterentwickelt.

Heute sorgen rund 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unter der Leitung von Gottfried Härle und Esther Straub dafür, dass unsere Biere in höchster Qualität gebraut, stets pünktlich ausgeliefert und unsere zahlreichen Kunden in Gastronomie und Handel persönlich und zuverlässig betreut werden. In unserer Brauerei werden jährlich ca. 42.000 Hektoliter Bier und biologische Erfrischungsgetränke gebraut. Dieser Ausstoß verteilt sich auf insgesamt 15 verschiedene Sorten Bier, auf drei Biermischgetränke, zwei alkoholfreie Biere und auf fünf Sorten "SeeZüngle". Zwei Vertriebswege sind für die Brauerei von überragender Bedeutung: zum einen die Gastronomie mit etwa 270 Gaststätten im Allgäu, in Oberschwaben und am Bodensee; zum anderen der Getränkefachhandel, die Getränkemärkte und der Lebensmittelhandel.

Glaubwürdigkeit, Erfahrung und Begeisterung – das sind die Gründe für unseren Erfolg.



Bild. Jörn Lorenz

## 1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

## 2. Die Klimawin BW

### 2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der Klimawin BW bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

### 2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

#### 2.2.1 Klima und Umwelt

##### Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

##### Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

##### Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

##### Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

##### Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

#### 2.2.2 Soziale Verantwortung

##### Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

**Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden**

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

**Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen**

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

**2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance****Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze**

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

**Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert**

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

**Leitsatz 11 – Transparenz**

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

**Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation**

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

**2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg**

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter: [www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin](http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin)

# 3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 2010

## 3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	nein	nein
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	ja	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	ja	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	nein
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	nein

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunkt-setzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	nein	nein

## 3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Kinderhospiz Sankt Nikolaus, Bad Grönenbach		
<b>Schwerpunktbereich:</b>		
ökologische Nachhaltigkeit: nein	soziale Nachhaltigkeit: ja	
<b>Art der Förderung</b>		
finanziell: ja	materiell: nein	personell: nein

# 4. Unsere Schwerpunkt-themen

## 4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

### Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

### Leitsatz 5 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

### Leitsatz 7 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

## 4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Wir sind überzeugt davon, dass die drei Säulen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie und Soziales) untrennbar miteinander verbunden sind. So beziehen wir unsere Rohstoffe direkt von Landwirten aus der Region Allgäu- Oberschwaben. Kurze Wege schonen unsere Umwelt und langfristige Partnerschaften werden über direkte Wertschöpfungsketten gestärkt. Wir übernehmen Verantwortung für unser Wirtschaften: mit Blick auf unsere Region, auf Klima- und Umwelt und unsere Lieferanten.

## 4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

### 4.3.1 Zielsetzung

MOBILITÄT: Reduzierung der Fuhrparkemissionen

ENERGIE: Stromverbrauch verfolgen und managen

### 4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Investition in einen zweiten E-LKW (7,8t Iveco) für unseren Heimdienst
- Planungen eines modernen Energiemanagementsystems

### 4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

**MOBILITÄT:** Als Brauerei unterhalten wir einen eigenen Fuhrpark zur Auslieferung unserer Getränke. Seit 2023 fährt ein vollelektrischer 18 T. LKW für uns. Ein zweiter 7,8 t E-LKW wurde 2024 für den Heimdienst angeschafft. Damit werden die Fuhrparkemissionen weiter gesenkt.

**ENERGIE:** Bereits seit 2009 brauen wir unsere Biere und unser SeeZüngle hier am Standort einzig mit regenerativen Energien. Wärme aus Holzhackschnitzeln und Strom von PV-Modulen vom Dach sowie Ökostrom liefern uns die benötigte Energie.

Unsere Holzhackschnitzel bestehen aus Restholz der umliegenden Wälder. Seit Errichtung unserer Holzhackschnitzelanlage ist der Maschinenring Leutkirch, ein Zusammenschluss Leutkircher Landwirte, unser Partner. Die Anlage versorgt zudem ein kleines Nahwärmennetzwerk umliegender Gebäude wie beispielsweise unseren Brauereigasthof.

Etwa 30% unseres Strombedarfs decken wir über eigene PV-Module auf den Dächern unserer Gebäude. 2024 begannen wir, ein modernes Energiemanagementsystem zu planen, welches 2025/26 eingeführt werden soll. Das System soll nicht nur unsere Stromverbräuche verfolgen und ansprechend aufbereiten, sondern unter Einsatz von KI auch steuern und managen.

### 4.3.4 Indikatoren

Nutzung von regenerativer Energie

**Indikator 1:** Strom aus regenerativen Quellen

- Strom zu etwa 30% vom eigenen Dach
- Restlicher Strom: Ökostrombezug
- Ziele: ein Energiemanagementsystem wird die Energieverbräuche aufschlüsseln und den Stromverbrauch an Solarproduktion und Spot-Markt anpassen
- Entwicklung zum Basisjahr: wir halten an unserem regenerativen Energiebezug fest.

**Indikator 2:** E-Mobilität

- Kauf von 2 E-PKW
- Kauf eines zweiten E-LKW
- Möglichkeit des kostenlosen Ladens von E-Fahrzeugen für Mitarbeitende
- Ziele: unser Ziel ist es, mittelfristig einzig E-PKW im Fuhrpark zu haben und weitere E-LKW zu kaufen
- Entwicklung zum Basisjahr: zwei weitere Diesel-PKW sowie ein LKW wurden durch E-PKW und E-LKW ersetzt

### 4.3.5 Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1 und 2 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

#### Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangs-	Aktuelles	Verän-	Zielsetzung und -erreichung		
	bilanz 2022	Geschäfts- jahr 2024	derung gegenüber Referenz- jahr			
	THG- Emissionen in t CO <sub>2</sub> e	THG- Emissionen in t CO <sub>2</sub> e	+/- in t CO <sub>2</sub> e	Zieljahr	Reduk- tionsziel in t CO <sub>2</sub> e oder %	Ziel- erreichung in %
Direkte THG-Emissionen Scope 1	327	147,1	-204,5			
Indirekte THG-Emissionen Scope 2		-24,6				

#### THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Wie auch 2022 ist unser Fuhrpark unser größter Emittent. Durch den stetigen Umstieg auf elektrisch betriebene Fahrzeuge (PKW sowie LKW) reduzieren wie die Emissionen stetig. Der Ladestrom stammt von der eigenen PV, mithin 30% des Strombedarfs am Standort durch die PV gedeckt wird. Den weiteren Strombedarf decken wir über den Zukauf von Ökostrom ab.

Im Vergleich zum Vorjahr 2023 sind unsere THG-Emissionen um 11,7% rückläufig (Arbeitswege von Mitarbeitenden, Fuhrpark, Wärme, Strom, Speisen und Getränke, Papier, Abfall und (Ab)Wasser).

#### THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Ausgangsbilanz erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

#### THG-Bilanz – Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

**Mobilität:** der Austausch von Dieselfahrzeugen (2 PKW, 1 7,8 t LKW) in E-Fahrzeuge wird schrittweise umgesetzt. Dieser Austausch wird 2025 fortgesetzt. Aufgrund der gestiegenen Nutzung von E-Fahrzeugen stieg unser Strombedarf um 4% im Vergleich zum Vorjahr. Im Vergleich dazu sank der Bedarf an Kraftstoffen um 16% im Vergleich zu 2023.

Durch das Angebot an Mitarbeitende, ihre E-Fahrzeuge kostenlos am Standort zu laden führt zu einer stetig wachsenden Anzahl an privaten E-Fahrern im Mitarbeitendenkreis.

#### 4.3.6 Ausblick

Ende 2024 begannen wir mit der Planung eines Energiemanagementsystems, welches die Energieströme nicht nur aufzeigt, sondern auf Veränderungen aufmerksam macht und Verbräuche steuert.

2025/2026 werden wir einen weiteren E-LKW anschaffen und einen Diesel-LKW ersetzen können.

### 4.4 Leitsatz 5 – Produktverantwortung

#### 4.4.1 Zielsetzung

Ziel ist es, den Anteil an von Bioland zertifizierten Rohstoffen zu erhöhen.

#### 4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- Neue Getränke aus unserem Haus sind stets aus biologisch zertifizierten Rohstoffen. 2024 haben wir ein alkoholfreies untergäriges Bio- Bier eingeführt.
- Umstellung unserer Biere aus konventionellen Rohstoffen auf biologisch zertifizierte Rohstoffe
- Wir beziehen unsere Rohstoffe direkt von Landwirten aus Allgäu- Oberschwaben. Diese kurzen, direkten Wertschöpfungsketten in der Region machen unsere Lieferketten transparent und überschaubar.

#### 4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Über 63% unserer Biere und 100% unserer Erfrischungsgetränke werden derzeit aus biologisch zertifizierten Rohstoffen aus Allgäu- Oberschwaben gebraut. Wir konnten von 2023 auf 2024 einen Zuwachs von 2,6% bei unseren Bio-Getränken verzeichnen - und das bei negativen Branchenkennzahlen.

#### 4.4.4 Indikatoren

##### Indikator 1: Bioland-Zertifikate unserer Lieferanten

- Über 63% unserer Biere werden aus zertifiziert biologischen Rohstoffen gebraut
- Ziel ist es, diesen Anteil sukzessive zu erhöhen

#### 4.4.5 Ausblick

Die hohe Qualität unserer Produkte und der sukzessive Ausbau an biologisch angebauten Rohstoffen aus der Region Allgäu-Oberschwaben ist eines unserer Kernengagements, an denen wir festhalten.

- Ein weiteres alkoholfreies Bio-Bier wird 2025 eingeführt werden und den Anteil an biologisch zertifizierten Bieren - und damit den Bedarf an regionalen Bio-Rohstoffen - erhöhen.

### 4.5 Leitsatz 8 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

#### 4.5.1 Zielsetzung

Ziel ist, dass sich Mitarbeitende bei der Arbeit wohl fühlen. Ob Mann oder Frau; ob in Produktion, Fuhrpark oder Kontor; ob Aushilfe oder Führungskraft. Zudem fördern wir aktiv Gleichberechtigung.

#### 4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Vier - Tage - Woche für Produktion und Fuhrpark
- Integration von Geflüchteten in die Belegschaft und Unterstützung bei bürokratischen Anfragen der Ausländerbehörde sowie des Alltags.
- Nutzung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes für die Einstellung eines Bierfahrers aus Tunesien 2024/2025, nachdem die Integration des Fahrers aus der Türkei 2023 gelungen ist.
- Vermietung betriebseigener Wohnung bevorzugt an Mitarbeitende
- Mitglied bei „Brauer mit Leib und Seele“, um Fortbildungen für unsere Mitarbeitenden zu organisieren
- Engagement für mehr Frauen in Selbstständigkeit, in Führung und Handwerk durch die Geschäftsführung

#### 4.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Wir bilden aus: zwei junge Männer und eine junge Frau lernen derzeit den Beruf Brauer und Mälzer. Auf politischer und gesellschaftlicher Bühne setzt sich die Geschäftsführung für mehr Frauen in handwerklichen Ausbildungen und Berufen ein.

Flache Hierarchien, ehrliche Wertschätzung und offene Kommunikation bei Mitarbeitertreffs und Betriebsversammlungen prägen ein modernes Arbeitsklima. Als produzierendes Unternehmen setzen wir auf Sinnvermittlung, um unsere Mitarbeitenden zu motivieren. Flexible Arbeitszeiten unterstützen Frauen dabei, Arbeit und Familie kombinieren zu können.

Da wir auf Fortbildungen großen Wert legen, organisiert die Geschäftsleitung diese in Kooperation mit den „Brauer mit Leib und Seele“. So können alle Mitarbeitendengruppen an Fortbildungsangeboten partizipieren.

#### 4.5.4 Indikatoren

##### **Indikator 1:** Gleichberechtigung

- Einstellung von weiblichen Auszubildenden und Frauen in Aushilfe, Handwerk und Verwaltung
- An drei Terminen machte sich unsere Geschäftsführung an Schulen (Gymnasium, Wirtschaftsschule) für Gleichberechtigung, Frauen im Handwerk/ in Ausbildung und Frauen in der Selbstständigkeit stark

##### **Indikator 2:** Inanspruchnahme des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes

- Einstellung eines Bierfahrers aus Tunesien 2024/ 2025 zur Verstärkung unseres Teams
- Dem Arbeitskräftemangel mit neuen Wegen begegnen

#### 4.5.5 Ausblick

Die Nutzung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes zur Einstellung eines Bierfahrers aus Tunesien konnte 2024 aufgrund der Untätigkeit der Behörden nicht erfolgreich beendet werden. Wir setzen uns politisch für eine ordnungsgemäße und zeitnahe Umsetzung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes ein.

# 5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
<b>Leitsatz 02 – Klimaanpassung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sicherstellung des regionalen Rohstoffbezugs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ landwirtschaftlicher Austausch über Sortenanbau in Zeiten des Klimawandels</li> <li>▪ Stetiges Netzwerken mit Landwirtschaft, um Bezug zu sichern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ loyales Netzwerk aus regionalen Landwirten</li> <li>▪ Sichere Rohstoffversorgung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verstärktes Netzwerken</li> </ul>
<b>Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einsatz von Recyclingprodukten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Treber an Landwirte</li> <li>▪ Verwendung von Glas-Mehrweg, Recycling-Kisten und Altpapier-Etiketten</li> <li>▪ Sixpacks aus Wellpappe aus Recyclingmaterial, welches wiederum recycelt werden kann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 100% Glas-Mehrwegquote bei Bierflaschen</li> <li>▪ Wir verwenden für unsere Sixpacks Wellpappe aus Recyclingmaterial, welches wiederum recycelt werden kann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trotz Preisdrucks halten wir an unserer hohen Mehrweg- und Recyclingquote fest</li> </ul>
<b>Leitsatz 04 – Biodiversität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Biodiversität fördern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ grünes Betriebsgelände (wenig Versiegelung, Mischhecken, Fassadenbegrünung etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ tierreiches Betriebsgelände (Eichhörnchen, Igel, Storch, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mitarbeitendenparkplatz mit Benjeshecke umzäunen</li> </ul>
<b>Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Als Familienunternehmen stehen wir für persönlich und langjährige Beziehungen zu Lieferanten und Kunden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wir pflegenloyale, partnerschaftliche Beziehungen und stellen diese über kurzfristige finanzielle Einsparungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ein loyales Netz aus Lieferanten und Kunden gibt uns Stabilität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir halten an loyalen Partnerschaften fest</li> </ul>
<b>Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir arbeiten nach dem Leitsatz "verantwortungsvolles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir denken in regionalen Netzwerken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Starke Position mit starkem Netzwerk in Allgäu- Ober schwaben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir halten am verantwortungsvollen Wirtschaften in der Region fest</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	Wirtschaften in der Region"			
<b>Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sicherung der Brauerei über Generationen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nachfolge in 5. Generation</li> <li>▪ Anhänger des Postwachstums</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leitung der Brauerei in fünfter Generation dank ungewöhnlicher Nachfolge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wir definieren uns weiterhin als Familienunternehmen, das in Generationen denkt</li> </ul>
<b>Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir tragen zur positiven Entwicklung von Allgäu-Oberschwaben bei</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wir beziehen Rohstoffe direkt bei Landwirten</li> <li>▪ Wir arbeiten mit regional ansässigen Handwerkern und Lieferanten zusammen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ loyales und starkes Netzwerk in der Region</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wir sichern weiterhin die Zukunft vieler kleiner und mittelständischer Unternehmen durch die gemeinsame Zusammenarbeit</li> </ul>
<b>Leitsatz 11 – Transparenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unser Unternehmen hat ein Gesicht</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ hohes Engagement der Geschäftsführung Gottfried Härtle &amp; Esther Straub</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ persönliche Bekanntheit</li> <li>▪ nahbares Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unterstützung von Gremien und Initiativen durch die Geschäftsführung</li> </ul>
<b>Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transformation mit und durch andere Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Austausch mit anderen Unternehmen (z.B. über das Klimabündnis BW)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundene Unternehmen zu Transformation anhalten</li> <li>▪ Eigene Projekte (auch nach dem Vorbild anderer) anstoßen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Netzwerk und Austausch bei Bereitschaft zu Transformation verstärken</li> </ul>

# 6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

## 6.1 Das Projekt

Wir fördern das Kinderhospiz Sankt Nikolaus in Bad Grünenbach, das Familien mit unheilbar und lebensverkürzend erkrankten Kindern während der Krankheits-, Sterbe- und Trauerphase begleitet.

## 6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Wir spendeten an das Kinderhospiz als Zeichen unserer Unterstützung. Beschlossen wurde dies gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden, als da der 14.-jährige Sohn eines Bierfahrers bei einem Unfall ums Leben kam.

**Umfang der Förderung:** 750 €

## 6.3 Ausblick

Derzeit steht noch nicht fest, ob wir das Kinderhospiz wieder mit einer Spende unterstützen.



*Unser Bier braut Clemens Härtle*



Nachhaltig handeln  
in Unternehmen  
Klimawin BW

# Impressum

## Herausgeber

Brauerei Clemens Härtle  
Am Hopfengarten 5  
88299 Leutkirch  
Telefon: +49 7561 98 28 0  
E-Mail: [info@haerle.de](mailto:info@haerle.de)  
Internet: [www.haerle.de](http://www.haerle.de) & [www.seezungle.de](http://www.seezungle.de)

## Ansprechperson

Esther Straub

## Stand

17.11.2025