



**Nachhaltig handeln**  
in Unternehmen  
Klimawin BW

# Klimawin BW

**Bericht**

**2024**

**Badische Staatsbrauerei Rothaus AG**

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	4
2. Die Klimawin BW	5
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
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	7
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	7
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	8
4. Unsere Schwerpunktthemen	9
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	9
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	9
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	10
4.4 Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	11
5. Weitere Aktivitäten	12
6. Unser Klimawin BW-Projekt	18
6.1 Das Projekt	18
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	18
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	19
6.4 Ausblick	19
Impressum	20

# 1. Über uns

## 1.1 Unternehmensdarstellung

**Seit 233 Jahren ist unsere Brauerei, die Badische Staatsbrauerei Rothaus AG, fest mit dem Schwarzwald verbunden. Heimat, Tradition und Moderne vereinen Brauerei und Region. 68 Jahre Tannenzäpfle erzählen ihre ganz eigene Erfolgsgeschichte.**

Unsere Brauerei liegt mitten im Hochschwarzwald auf 1.000 Meter Höhe. Bereits seit 1791 pflegen wir die Passion für das Bierbrauen. Traditionelle Handwerkskunst, unser Rothaus-Brauverfahren, beste regionale Rohstoffe sowie kristallklares, weiches Wasser aus sieben eigenen Quellen sind die perfekte Basis für unsere frischen Qualitätsbiere, wie beispielsweise das beliebte Tannenzäpfle.

### Produkte

Produkte, die wir herstellen und vertreiben, sind neben unseren Getränken auch bei der Bierproduktion anfallende Nebenprodukte, die im Wesentlichen als Futtermittel eingesetzt werden, sowie das zur Verwertung abgegebene Wasser-Alkohol-Gemisch aus unserer Entalkoholisierungsanlage.

### Getränke

Wir stellen fünf Sorten Bier, drei Sorten alkoholfreies Bier bzw. Radler her. Alle unsere Biere, insbesondere aber unsere ZÄPFLE Familie mit dem beliebten Tannenzäpfle, genießen aufgrund der herausragenden Qualität, der auf Langfristigkeit ausgerichteten Geschäftspolitik und des engagierten Auftretens unserer Mitarbeitenden ein sehr hohes Ansehen bei unserer Kundschaft. Darüber hinaus gibt es seit 2009 unseren Rothaus Black Forest Single Malt Whisky sowie diverse Whisky Sondereditionen. Destilliert wird der Whisky bei unserem Partner Kammer-Kirsch in Karlsruhe, da wir kein Brennrecht mehr besitzen.

### Nebenprodukte Bierproduktion (Futtermittel, Alkohol aus Entalkoholisierung)

Bei der Herstellung unserer Bierspezialitäten fallen die Nebenprodukte Treber und Hefe an. Beides sind hervorragend geeignete Futtermittel, die in der Viehzucht eingesetzt werden.

Der Alkohol aus unserer Entalkoholisierungsanlage wird aus rechtlichen Gründen von einem Verwerter als Industriealkohol weiterverarbeitet.



## 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: 01.09.2017

#### 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	ja	ja
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	nein	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	nein
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	nein
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:

Neugestaltung eines eigenen Themenbereiches mit den Inhalten unserer einzelnen Klimamaßnahmen in unserer Zäpfle Heimat, sowie Anbringung von Besucherinformationstafeln auf dem Betriebsgelände zu unseren Klimaprojekten.

**Schwerpunktbereich:**

ökologische Nachhaltigkeit: ja

soziale Nachhaltigkeit: nein

**Art der Förderung**

finanziell: nein

materiell: nein

personell: ja



## 4. Unsere Schwerpunktthemen

### 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 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

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

### 4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Für uns in Rothaus als Hersteller reiner Naturprodukte hat der Schutz der Umwelt seit Jahrzehnten eine herausragende Bedeutung. Unsere Arbeit im Rahmen eines zertifizierten Umwelt- und Energiemanagements ist auf kontinuierliche Verbesserung in diesen Bereichen ausgerichtet; die Betrachtungen zu Energie und Emissionen spielen darin seit Langem eine wesentliche Rolle. Wir fühlen uns kommenden Generationen gegenüber verpflichtet, eine möglichst weitgehende Verschiebung unseres Energieeinsatzes hin zu regenerativer Energie zu erreichen, Emissionen zu reduzieren und damit einen Beitrag zum Schutz unserer Umwelt zu leisten. Unsere Anstrengungen in der Vergangenheit haben gezeigt, dass trotz modernster Betriebsausstattung die Energieeffizienz durch weitere Maßnahmen verbessert werden kann.

Als weitere wichtige Aufgabe unseres Unternehmens sehen wir an, die im strukturschwachen Gebiet des Hochschwarzwaldes dringend benötigten Arbeitsplätze zur Verfügung zu stellen, zu sichern und einen regionalen Mehrwert darzustellen. Wir treffen deshalb Entscheidungen mit dem Ziel, langfristig den Betrieb in seinem Bestand und seiner Wirtschafts- und Investitionskraft für die Zukunft zu erhalten.

Durch Aufträge der Brauerei an heimische Unternehmen soll insbesondere die Wirtschaftskraft in der Region gestärkt werden. Um auch Einzelhandel, Gewerbe, Gastronomie und Hotellerie zu fördern, engagieren wir uns touristisch und versuchen, mit der Rothaus GenussWelt sowie Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit unseren Partnern die Attraktivität der Region nachhaltig zu steigern. Auch sind wir bestrebt, dem Schwarzwald in Form unserer Leuchtturmprojekte außerhalb unserer Heimat Strahlkraft zu verleihen. So entsteht durch die überregionale Aufmerksamkeit am Ende regionaler Mehrwert durch höhere Besucher- und Gästezahlen sowie homogenes Standortmarketing und ein gefestigter Tourismus.

Die beiden Schwerpunktthemen aus den Leitsätzen 1 "Klimaschutz" und 3 "Ressourcen und Kreislaufwirtschaft" werden aufgrund unserer Zielsetzung (Cradle to Gate bis 2030) die zentralen Themen der nächsten Jahre für Rothaus darstellen.

## **4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz**

### **4.3.1 Zielsetzung**

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

In einer Zeit, in der der Klimawandel eine dringliche globale Bedrohung darstellt, hat Rothaus einen ehrgeizigen Plan formuliert, um energieautark zu werden.

### **4.3.2 Ergriffene Maßnahmen**

- 2024 Inbetriebnahme einer weiteren PV-Anlage auf dem Dach des Lagerkellergebäudes (83 kWp)
- Seit 2008 unternehmen wir große Anstrengungen, Schritt für Schritt unseren CO<sub>2</sub>-Austoß zu reduzieren und Rothaus zukunftsfest zu machen. Im folgenden Anhang stellen wir die zentralen Meilensteine dar.

### **4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen**

Siehe beigefügten Anhang auf den beiden folgenden Seiten.

### **4.3.4 Indikatoren**

Siehe beigefügten Anhang auf den beiden folgenden Seiten.

### **4.3.5 Treibhausgasbilanz**

Siehe beigefügten Anhang auf den beiden folgenden Seiten.

#### **THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung**

Siehe beigefügten Anhang auf den beiden folgenden Seiten.

### **4.3.6 Ausblick**

Unser Ziel: Wir wollen die Klimaneutralität mit unseren Klimamaßnahmen erreichen und somit einen positiven Beitrag zum Klimaschutz leisten.

# Unsere Meilensteine auf dem Weg zu „Klimapositiv 2030“

Seit 2008 unternehmen wir große Anstrengungen, Schritt für Schritt unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren und Rothaus zukunftsfest aufzustellen.

**Unser Ziel: Bis Ende 2030 wollen wir über die Klimaneutralität hinausgehen und einen zusätzlichen positiven Beitrag zum Klimaschutz leisten, also klimapositiv werden.**

Wir haben unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen in unserem eigenen Betrieb und unserer Wertschöpfungskette bereits deutlich reduziert – um fast zwei Drittel gegenüber 2008 (Basisjahr).

Im Folgenden stellen wir die **zentralen Meilensteine** dar, die wir auf diesem Weg in unserem eigenen Betrieb (Scope 1 & 2) und entlang unserer Wertschöpfungskette (Scope 3) bereits umgesetzt und bis 2030 geplant haben.

## Meilensteine CO<sub>2</sub>-Emissionen im eigenen Betrieb (Scope 1)

Jahr	Projekt	Beschreibung	CO <sub>2</sub> -Effekt*
2008	Umstellung Wärmeenergie in der Produktion auf Holzhackschnitzelkessel	Ersetzt jährlich ca. 1,1 Millionen Liter Heizöl durch regenerative Biomasse aus regionalen Holzabfällen.	Reduktion rund 2.850 Tonnen CO <sub>2</sub> pro Jahr
2014	Errichtung Mehrweg-Flaschen-Sortieranlage	Wir haben uns bewusst gegen Einwegflaschen entschieden und sparen mit unserem Mehrwegsystem zukünftige Emissionen.	Ca. 50 Prozent Ersparnis zukünftiger CO <sub>2</sub> - Emissionen gegenüber Einwegsystem
2019	Solarthermieranlage	Eine Pionierleistung, die 300 MWh pro Jahr erzeugt.	Reduktion von rund 80 Tonnen CO <sub>2</sub> pro Jahr
2022 - 2024	E-Mobilität**	Alle 25 Dienst PKW wurden auf E-Antrieb umgestellt; 5 Elektro-LKW und 57 Elektro-Stapler im Einsatz.	Reduktion von rund 405 Tonnen CO <sub>2</sub> pro Jahr
2023	Anaerobe Zwischenstufe Betriebskläranlage	Einsparung von ca. 60.000 Litern Heizöl durch Reduzierung der Klärschlamm-trocknung.	Reduktion von rund 156 Tonnen CO <sub>2</sub> pro Jahr
2025	Umbau Dampfkesselanlage zur Biogasnutzung	Ab 2026 können ca. 120.000 Liter Heizöl für Prozessdampf durch Biogas aus der betriebseigenen Kläranlage ersetzt werden.	Reduktion von rund 312 Tonnen CO <sub>2</sub> pro Jahr



## Meilensteine CO<sub>2</sub>-Emissionen aus zugekaufter Energie (Scope 2)

Jahr	Projekt	Beschreibung	CO <sub>2</sub> -Effekt*
2016	Umstellung auf 100% Ökostrom	Seit 2016 beziehen wir regionalen Ökostrom.	Reduktion des CO <sub>2</sub> -Ausstoßes um ca. 4.500 Tonnen pro Jahr
2022	Einsatz Photovoltaikanlage	Erzeugung von 1.500 MWh pro Jahr, die wir zu 92 Prozent für unseren Eigenverbrauch nutzen. 2026 werden wir durch eine Batteriespeicheranlage den Anteil des Eigenverbrauchs unseres Stroms aus der PV-Anlage erhöhen.	Mit der PV-Anlage können wir ein Fünftel unseres Strombedarfs der gesamten Brauerei selbst abdecken.
2023	Anaerobe Zwischenstufe Betriebskläranlage	Einsparung von ca. 220.000 kWh Strom durch Reduzierung der Belüftung.	Kein zusätzlicher Co2 Effekt aber Einsparung Ökostrom

## Unser Ansatz für CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Lieferkette (Scope 3)

Nicht alle Emissionen entstehen in unserem direkten Einflussbereich. Besonders herausfordernd sind die sogenannten Scope-3-Emissionen, die vor allem bei unseren **Lieferanten** anfallen, wie bei der Herstellung von Malz. Diese Emissionen lassen sich nur **gemeinsam mit unseren Partnern verringern**.

Unsere Analysen haben außerdem gezeigt, dass ein **erheblicher Anteil unserer Scope-3-Emissionen in der Landwirtschaft** beim Einsatz von Düngemitteln für den Braugerstenanbau entsteht. Um hier wirksam gegenzusteuern, **arbeiten wir mit Branchenpartnern** wie dem Braumalzspezialisten IREKS, dem Landhandel BayWa und verschiedenen Düngerherstellern an **neuen Lösungen für CO<sub>2</sub>-reduzierten Braugerstenanbau**, darunter die Nutzung von Nitrifikationsinhibitoren.

Jahr	Projekt	Beschreibung	CO <sub>2</sub> -Effekt*
2022	Optimierung Malzlieferanten	Umstellung der Energieversorgung (Lieferanten).	Durch die Umstellung der Energieversorgung können unsere Lieferanten ihre Emissionen im Energiebereich deutlich reduzieren
2025	CO <sub>2</sub> -reduzierter Braugerstenanbau	Nutzung von Nitrifikationsinhibitoren im Braugerstenanbau.	Projekte mit Braumalspezialisten IREKS, Landhandel BayWa und Düngerherstellern zu neuen Lösungen für CO <sub>2</sub> -reduzierten Braugerstenanbau, darunter die Nutzung von Nitrifikationsinhibitoren.
2029	Windpark Rothaus	Kauf zweier Windenergieanlagen (WEA) auf unserem eigenen Gelände.	Kompensation von 11.000 Tonnen CO <sub>2</sub> möglich; Nutzung für die Kompensation von Restemissionen in Scope 3***

### Wie geht es weiter?

Mit dem geplanten **Bau zweier Anlagen eines Windenergieparks** setzen wir unseren Weg konsequent fort. Indem wir grüne Energie in unseren Windanlagen produzieren werden, können wir nicht nur unsere Restemissionen ausgleichen, sondern auch anderen Unternehmen über die Nutzung von Ökostrom helfen, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu senken.

Insgesamt werden wir mehr als **40 Millionen Euro** aus eigenen Mitteln investieren, um unser ambitioniertes Ziel der Klimapositivität bis 2030 zu erreichen.

**Damit zeigt Rothaus jeden Tag, dass Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit miteinander vereinbar sind.**

\* Die Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen bezieht sich auf das Referenzjahr in der linken Spalte

\*\* Elektrifizierung der gesamten Logistik bis 2030 geplant

\*\*\* Annahme



## **4.4 Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft**

### **4.4.1 Zielsetzung**

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

Von der Rohstoffgewinnung bis zur Bierflasche, die die Brauerei verlässt, möchte Rothaus klimaneutral produzieren. Mit diesem "Cradle to Gate" Ansatz soll in Zukunft konsequent der CO<sub>2</sub> Ausstoßes vor Ort vermieden werden.

### **4.4.2 Ergriffene Maßnahmen**

- Einweihung und Inbetriebnahme im Juli 2024 der eigenen eActros 400-Flotte mit insgesamt 5 Elektro-LKWs. Diese ersetzen 5 konventionell getriebene LKW in Rothaus und Umkirch.
- Anschaffung von 2 weiteren 7-t Stapler mit elektrischem Antrieb, mit diesen wurden weitere Dieselstapler substituiert.
- Konzeptentwicklung für die optimale Nutzung des Biogases in der Brauerei. Im Bereich der ehemaligen Kläranlage soll nun neben der nötigen Gasaufbereitung ein ca. 2.000 Kubikmeter Gasspeicher aufgebaut werden.

### **4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen**

- Durch die Maßnahme der „Anaerobstufe“ im Jahr 2023 erhielten wir im Jahr 2024 eine Reduktion unseres Heizölbedarfs auf der Kläranlage von ca. 100.000 l; dies entspricht einer jährlichen Reduktion unseres CO<sub>2</sub>-footprints um etwa 270 t. Weiter wurden ca. 20.000 kWh/ Monat an elektrischer Energie eingespart.

### **4.4.4 Indikatoren**

- Siehe Anhang auf den beiden vorherigen Seiten.

### **4.4.5 Ausblick**

Dieses Schwerpunktthema wird aufgrund unserer Zielsetzung (Cradle to Gate) eines der zentralen Themen in den nächsten Jahren für Rothaus darstellen.

- Im Jahr 2025 soll die Konzeptumsetzung zur optimalen Nutzung des Biogases erfolgen mit den nötigen Bau- und Montagearbeiten.
- Für das Jahr 2025 sind weitere energetische Gebäudesanierungen geplant.
- Unser Ziel: Wir wollen die Klimaneutralität mit unseren Klimamaßnahmen erreichen und somit einen positiven Beitrag zum Klimaschutz leisten.

## 5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erweiterung PV-Anlage.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>siehe Leitsätze 1+3 /Schwerpunktthemen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>siehe Leitsätze 1+3 /Schwerpunktthemen.</li> </ul>
Leitsatz 04 – Biodiversität	„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unser Insektenhotel wurde mit neuem Material bestückt.</li> <li>weitere Maßnahmen siehe Leitsatz 3 / Schwerpunktthema.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Insektenvielfalt wird durch das Insektenhotel gefördert und gestärkt.</li> <li>siehe Leitsätze 1+3 /Schwerpunktthemen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Blühwiese 2025</li> </ul>
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	<p>„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir unterstützen den maßvollen Genuss alkoholhaltiger Produkte und setzen uns für eine weitere gesellschaftliche Anerkennung der alkoholfreien Varianten ein, auch indem wir keine Kosten und Mühen zum Erreichen des bestmöglichen Geschmacks bei der Herstellung scheuen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wir sind nach wie vor Teil der bundesweiten Kampagne "Don't drink and drive".</li> <li>Wir unterstützen weiterhin die Kampagne "DRINK RESPONSIBLY".</li> <li>Auch im Jahr 2024 führten wir regionale und überregionale Kampagnen (Social Media, Online und Print) zu unseren alkoholfreien Bieren durch.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nach wie vor werden wir verantwortungsbewusst und gewissenhaft mit dem Thema zu den alkoholfreien Bieren umgehen und Marketingmaßnahmen in Sachen alkoholfreien Bieren auch bei den jüngeren Zielgruppen forcieren.</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<p>„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mindestens Einhaltung der üblichen hohen Sozialstandards unseres Bundeslandes bzw. möglichst Übertreffen dieser Standards.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tariflich festgelegte Löhne.</li> <li>Urlaubsregelungen</li> <li>Haustrunk.</li> <li>Strikte Sicherheitsregelungen am Arbeitsplatz, regelmäßige Schulung.</li> <li>Externe und firmeninterne Schulungen und Weiterbildungen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anteilige Auszahlung einer Inflationsprämie.</li> <li>Traditionell geringe Fluktuation.</li> <li>Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit liegt bei Rothaus bei 13,8 Jahren.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nach wie vor wird daran festgehalten die üblichen, hohen Sozialstandards unseres Bundeslandes einzuhalten bzw. diese zu übertreffen.</li> </ul>
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<p>„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Angebot Jobrad und Fitnessstudio aufrechterhalten.</li> <li>Einheitlicher Informationsfluss für alle MA (Newsletter und Pressespiegel).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden nach wie vor, bei der Anschaffung eines Dienstfahrrads, bzw. zu einer Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio.</li> <li>Führung von Zielgesprächen mit allen Mitarbeitenden.</li> <li>Projekt Apfelkiste</li> <li>Mittagsmenü für unsere Mitarbeitenden im haus-eigenen Brauereigasthof zu gesonderten Konditionen.</li> <li>Betriebsgrillfest 2024 für alle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Traditionell geringe Fluktuation.</li> <li>Jährliche Auszeichnungen im Bereich Arbeitsschutz im Rahmen unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements durch die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wir wollen an unseren Angeboten im beschriebenen Umfang festhalten und unsere Mitarbeitenden entsprechend beraten und informieren.</li> <li>Weiterführung Leadership in 2025.</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		<p>Mitarbeitenden und Rentner der Brauerei Rothaus und der Rothaus GenussWelt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Durch- und Fortführung Leadership-Seminar für die Führungskräfte.</li> <li>▪ Digitale Ausgabe der Mitarbeiterzeitung.</li> <li>▪ Veröffentlichung eines mtl. Medienbericht für alle Mitarbeitenden.</li> <li>▪ Mitarbeitertarif an den e-Ladesäulen der Brauerei.</li> </ul>		
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Individuelle Besuche für Schüler*innen und Studierende (Vermittlung von Qualitätsgedanken).</li> <li>▪ Besuch von verschiedenen Berufsinformationstagen in der Region.</li> <li>▪ Instagram Account auf Social Media für unsere jüngere Zielgruppe und Auszubildenden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Das Feedback der Studierenden, Schüler*innen und Lehrkräfte, Dozent*innen ist weiterhin durchweg positiv, so dass eine weitere Zusammenarbeit auch in der Zukunft fortgeführt wird.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir wollen auch in 2025 an unseren bisherigen Maßnahmen und Aktivitäten festhalten und stets auf der Suche nach entsprechender Anpassung und Optimierung sein.</li> </ul>
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir vergeben unverändert unsere Aufträge wann immer möglich und wirtschaftlich vertretbar in unserer Heimatregion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Durchschnittlich beschäftigten wir in 2024 219 Mitarbeitende und davon 13 Auszubildende.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir fühlen uns dazu verpflichtet, den Erfolg langfristig und nachhaltig zu gestalten und damit die Zukunft des Unternehmens</li> </ul>



Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		<p>Baden-Württemberg.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir vergeben darüber hinaus Handwerkern aus unserer Heimatregion bevorzugt die Aufträge. So investieren wir konsequent in unsren Standort.</li> <li>Es wurden insgesamt 7 Neueinstellungen getätigt und unsere Auszubildenden wurden zunächst befristet übernommen.</li> </ul>	<p>(Kopfzahl per 31.12.2024)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir investieren konsequent in den Standort, um damit Arbeitsplätze zu sichern.</li> <li>Unverändert auch im Jahr 2024 haben wir ausschließlich Hopfen aus den süddeutschen Regionen Tettwang am Bodensee sowie der Hallertau in Bayern bezogen.</li> <li>Wir setzen weiterhin auf REGIO-Anbau und den unmittelbar angrenzenden, süddeutschen Brauergestegebieten.</li> </ul>	<p>und der Arbeitsplätze zu sichern. Daher achten wir stets darauf regelmäßige Investitionen zu tätigen.</p>
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<p>„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Unser Ziel war und ist es immer noch regional vor Ort präsent zu sein, Vereine und soziale Einrichtungen zu unterstützen, um das Gemeinwohl zu stärken.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktive Nutzung unserer E-Ladestationen für Elektroautos bei der Rothaus GenussWelt und der Brauerei (Besucher- und Mitarbeiterparkplätze).</li> <li>Unser Gasthof, die Rothaus GenussWelt ist immer noch für zahlreiche Touristen und Gäste Dreh- und Angelpunkt im Schwarzwald.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere Vereine in der Region können durch unsere Unterstützung viele soziale Projekte finanzieren.</li> <li>Sowohl Einheimische als auch andere Gäste und Besuchende können den Schwarzwald in der GenussWelt intensiv erleben. Durch unsere Brauereibesichtigung und unser Besuchermuseum der "Zäpfle-Heimat" mit dem Fokus auf unsere Klimamaßnahmen,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wir werden Abläufe stets hinterfragen und überarbeiten, um so ökonomisch vor allem auch so ökologisch nachhaltig wie möglich arbeiten.</li> <li>Dieser Leitsatz ist für uns mehr als nur ein Satz. Dieser wird von uns tagtäglich gelebt - mit Leidenschaft und Ambition, unsere Region noch weiter nachhaltig zu machen und für unsere Gäste von nah und fern</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
			erhalten die Besuchenden einen besonderen Blick auf die Wichtigkeit des Klimaschutzes.	attraktiver zu gestalten.
Leitsatz 11 – Transparenz	„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gezielte Abfrage der Kenntnis relevanter Compliance-Vorgaben im Rahmen der internen Audits.</li> <li>▪ Unsere Kartellrechtsschulungen wurden weitergeführt.</li> <li>▪ All unsere Prozesse sind so ausgelegt, dass wichtige Entscheidungen grundsätzlich von einer Kontrollinstanz geprüft und freigegeben werden müssen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Im Rahmen der internen Audits konnten die Kenntnis der Compliance-Vorgaben und deren konsequente Einhaltung bestätigt werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Regelmäßige Kartellrechtsschulung.</li> <li>▪ Jährliche Überprüfung verschiedener Unternehmensbereiche durch unabhängige Wirtschaftsprüfer und externen Auditoren.</li> </ul>
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.“	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unsere Mitarbeitenden haben den klaren Auftrag umzudenken und Ideen mitzubringen.</li> <li>▪ Um die Mitarbeitenden stetig auf dem Laufenden zu halten, gibt es wiederkehrend die Mitarbeiterzeitung und unsere Aushänge am Schwarzen Brett.</li> <li>▪ Der Betriebsrat ist für das Unternehmen ein wichtiges Bindemitglied. Die</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wir arbeiten sehr stark an den Punkten Wertschätzung und Vertrauen. Erfahrungen haben gezeigt, dass wir nur gemeinsam zum Ziel kommen, um einen positiven Beitrag für den Klimaschutz zu leisten</li> <li>▪ Durch das Engagement des ganzen Rothaus-Teams in jedem einzelnen Bereich schaffen wir es, unsere Traditionsmarke</li> </ul>	Wir halten weiterhin an unseren Leitsätzen fest.

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		<p>Instanz bringt proaktiv Vorschläge und Aktionen in den Arbeitsalltag mit ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Als Unternehmen versuchen wir, durch eine vorbildliche und moderne Gestaltung der Arbeitsplätze sowie den Einsatz modernster Technik bei gleichzeitig traditionellen Produktionsverfahren die Vorteile einer Anstellung bei Rothaus erlebbar zu machen. Wir begreifen unsere gut ausgebildeten und motivierten Fachkräfte als wichtige Quelle für Vorschläge zur sinnvollen Verbesserung aller unserer Prozesse und fördern daher die aktive Mitarbeit an unserem betrieblichen Vorschlagswesen durch Auslobung einer Prämie.</li> </ul>	<p>zukunftsorientiert zu gestalten und uns doch treu zu bleiben.</p>	

## 6. Unser Klimawin BW-Projekt

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

### 6.1 Das Projekt

Neugestaltung eines eigenen Themenbereiches mit den Themen zu unseren Klimamaßnahmen in unserem interaktiven Besuchermuseum der Zäpfle Heimat, sowie Anbringung von Besucherinformationstafeln auf dem Betriebsgelände zu unseren Klimaprojekten.



### 6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Dieser neu gestaltete Themenbereich, in unserer interaktiven Ausstellung der Zäpfle Heimat, gibt unseren Gästen ein tieferes Verständnis für unsere Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und macht dieses Ziel für sie greifbar und erlebbar. Im Mittelpunkt steht unser Bier, unsere Geschichte und das Ziel einen positiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Im vergangenen Jahr wurde unsere Brauereibesichtigung mit dem Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit neugestaltet. Um dieses Thema zu verdeutlichen und für die Besuchenden sichtbar zu machen, wurden neue Informationstafeln zu unseren erreichten Meilensteinen und künftigen Projekten auf dem Betriebsgelände (innen & außen) angebracht. Diese ermöglichen, dass sich alle Besuchenden ob mit oder ohne Brauereibesichtigung einen Einblick über unser Nachhaltigkeitsziel verschaffen können.

**Umfang der Förderung:** Keine Angaben.

### **6.3 Ergebnisse und Entwicklungen**

Wir sind fest davon überzeugt, dass diese Veränderungen nicht nur die Brauereibesichtigung und das Erlebnis für die Tagesbesucher aufwerten, sondern auch unsere Verpflichtung für eine nachhaltigere Zukunft unterstreicht.

### **6.4 Ausblick**

Wir werden weiterhin Zeit investieren, um die Wichtigkeit des Klimaschutzes weiterzugeben und vorzuleben, gegenüber unseren Mitarbeitenden und Besucher\*innen.

Wir sehen uns hier als Unternehmen in einer besonderen Verantwortung.



**Nachhaltig handeln**  
in Unternehmen  
Klimawin BW

# Impressum09

## Herausgeber

Badische Staatsbrauerei Rothaus AG  
Rothaus 1  
79865 Grafenhausen-Rothaus / Hochschwarzwald  
Telefon: +49 7748 522 0  
E-Mail: [info@rothaus.de](mailto:info@rothaus.de)  
Internet: <https://www.rothaus.de/>

## Ansprechperson

Vorstandsbüro

## Stand

19.11.2025