



2018

BADISCHE STAATSBRAUEREI ROTHAUS AG



Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns.....	1
2. Die WIN-Charta	2
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	3
4. Unsere Schwerpunktthemen	4
Leitsatz 5 - Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."	6
Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."	8
Leitsatz 11 - Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."	10
Leitsatz 2 - Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."	12
5. Weitere Aktivitäten.....	14
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange.....	14
Umweltbelange.....	15
Ökonomischer Mehrwert.....	17
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	18
Regionaler Mehrwert.....	19
6. Unser WIN!-Projekt	21
7. Kontaktinformationen.....	22
Ansprechpartner	22
Impressum.....	22

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Seit 227 Jahren ist unsere Brauerei, die Badische Staatsbrauerei Rothaus AG, fest mit dem Schwarzwald verbunden. Heimat, Tradition und Moderne vereinen Brauerei und Region. 62 Jahre Tannenzäpfle erzählen ihre ganz eigene Erfolgsgeschichte.

Unsere Brauerei liegt mitten im Hochschwarzwald auf 1.000 Meter Höhe und ist damit Deutschlands höchstgelegene Brauerei. 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 vier Sorten Bier, zwei Sorten alkoholfreies Bier und unser Radler selbst her. Alle unsere Biere, insbesondere aber unsere Zäpfle-Familie und darin das Tannenzäpfle, genießen aufgrund der herausragenden Qualität, der auf Langfristigkeit ausgerichteten Geschäftspolitik und des engagierten Auftretens unserer Mitarbeiter ein sehr hohes Ansehen bei unseren Kunden. Darüber hinaus gibt es seit 2009 unseren Rothaus Black Forest Single Malt Whisky sowie diverse Sondereditionen. Destilliert wird der Whisky bei unserem Partner Kammer-Kirsch in Karlsruhe, da die Brauerei kein Brennrecht besitzt.

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.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: [01.08.2017]

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input checked="" type="checkbox"/> 2019	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input checked="" type="checkbox"/> 2018	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input checked="" type="checkbox"/> 2018 und 2019	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input checked="" type="checkbox"/> 2018	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Förderung der Bergwacht Schwarzwald e.V.

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: In 2018: 144 Helferstunden im Rahmen der Großveranstaltungen in Rothaus

Projektpate: Organisationsteam Rothaus Veranstaltungen

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE IN 2018

- Leitsatz 5 - Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."
- Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."
- Leitsatz 11 - Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE FÜR 2019

- Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."
- Leitsatz 2 - Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."

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 Umweltmanagements 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 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 begreifen wir, die im strukturschwachen Gebiet des Hochschwarzwaldes dringend benötigten Arbeitsplätze zur Verfügung zu stellen und abzusichern. 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 Erlebniswelt Rothaus sowie Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit unseren Partnern die Attraktivität der Region nachhaltig zu steigern.

Die Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter liegt uns besonders am Herzen. Daher unterstützen wir seit einiger Zeit unsere Mitarbeiter, wenn diese sich zur Anschaffung eines Dienstfahrrads („Jobrad“) bzw. zu einer Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio unserer Heimatregion entscheiden.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Außerdem haben wir erkannt, dass die konsequente interne Kommunikation relevanter Informationen rund um unser Unternehmen von großer Bedeutung für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter ist. Daher haben wir regelmäßige Kommunikationswege definiert, die diese allen unseren Mitarbeitern einheitlich zur Verfügung stellen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 5 - Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."

ZIELSETZUNG

Im Zielkonzept hatten wir beschrieben, dass wir eine der modernsten Brauereien Deutschlands sind und sich dies unter anderem bereits in sehr guten Energieverbrauchswerten verglichen mit der Branche ausdrückt. Als wichtiges Ziel hatten wir uns die weitere Reduktion des Einsatzes fossiler Brennstoffe als Ziel gesetzt, die wir durch die Installation einer Solarthermie-Anlage zur Prozesswärmegewinnung erreichen wollten, um unsere Flaschenwaschmaschinen mit Solarenergie beheizen zu können.

Außerdem wollten wir die energieaufwändige Arbeitsweise zur Herstellung unserer alkoholfreien Biere im Zuge des Projekts „Neue Flaschenabfüllanlage“ durch Optimierung der Prozesse bezüglich Energieeinsatz wesentlich verbessern.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Installation einer Solarthermieanlage mit etwa 1.000 m² Kollektorfläche, 50 m³ Energiespeicher und Anbindung relevanter Verbraucher (zwei Flaschenwaschmaschinen und Erzeugung von heißem Brauwasser).
- Installation eines Tunnelpasteurs mit Anbindung beider Flaschen-Abfüllanlagen zur Ermöglichung der verkaufsfertigen Abfüllung unserer alkoholfreien Biere in einem Anlagendurchgang.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die gesamte Solarthermieanlage wurde im Berichtszeitraum vollständig installiert. Mit der Inbetriebnahme Ende Oktober 2018 wurde die Installation erfolgreich abgeschlossen. Leider hatte es im Vorfeld aufgrund von Lieferschwierigkeiten einzelner Komponenten wiederholt Verzögerungen gegeben, so dass die Anlage erst in betriebsbereiten Zustand versetzt werden konnte, als der Winter im Hochschwarzwald langsam Einzug hielt. Einzelne sonnige Tage gaben allerdings trotz der jahreszeitlich geringeren Strahlungsintensität einen Eindruck, welches Potential durch die installierte Anlage erreicht werden kann. Konkrete Messergebnisse werden wir allerdings erst im kommenden Berichtszeitraum erhalten.

Im Zuge des Projektes „neue Flaschenabfüllanlage“ konnte ein Tunnelpasteur erfolgreich in die im Dezember 2017 abgenommene Flaschenabfüllanlage integriert werden. Durch die Integration entfiel ab diesem Zeitpunkt die energieaufwändige Behandlung unserer alkoholfreien Produkte in einem Kammerpasteur sowie der notwendige zweite Durchlauf durch unsere Abfüllanlagen zur endgültigen Ausstattung der Produkte mit Etiketten.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Beim Projekt Solarthermie steht die Bewertung wie oben beschrieben aktuell noch aus und kann erst im Laufe des Jahres 2019 ermittelt werden. Für das Projekt Integration eines Tunnelpasteurs wird eine detaillierte Bewertung der Energieeinsparung im Rahmen unseres Energiemanagements erfolgen. Als Indikator dient uns bereits jetzt die Zeit, die in 2018 notwendig war, um unsere alkoholfreien Produkte auf unseren Flaschenabfüllanlagen abzufüllen: hier waren in 2018 insgesamt 263 Betriebsstunden notwendig. Nach alter Produktionsweise wäre eine weitere Belegung unserer Abfüllanlagen zur beschriebenen Endausstattung unserer alkoholfreien Produkte in gleicher Höhe notwendig gewesen, was wiederum einen Stromverbrauch zum Betrieb der Anlagen von etwa 31.500 kWh erfordert hätte.

Darüber hinaus entfiel der innerbetriebliche Transport durch Stapler (Treibstoff) sowie die wesentlich energieaufwändigere Produktbehandlung in einem Kammerpasteur verglichen mit unserem neuen Tunnelpasteur.

- Eingesparte Belegung der Abfüllanlagen in Höhe von 263 Betriebsstunden in 2018, entsprechend einer Vermeidung von ca. 31.500 kWh an elektrischer Energie.

AUSBLICK

Mit dem Thema Energie und Emissionen werden wir uns in den nächsten Jahren nicht nur aus ökologischen Gesichtspunkten, sondern auch aus ökonomischen Gründen intensiv weiter beschäftigen. Wir werden die Bewertung der oben benannten Maßnahmen im Laufe von 2019 vervollständigen und weitere, wenn auch aktuell wesentlich kleinere Maßnahmen in diesem Leitthema realisieren. Die Möglichkeiten und Notwendigkeiten, die sich aufgrund der wesentlichen Veränderungen durch die Integration unserer neuen Anlagen ergeben haben, möchten wir zunächst in Ruhe ermitteln, bewerten und daraus dann neue Ziele ableiten. Insbesondere steht hier die optimale Ausnutzung der durch die Solarthermie und den integrierten Wärmespeicher in unserem Betrieb neu entstandenen Möglichkeiten im Fokus.

Wir werden diesen Leitsatz in 2019 zunächst nicht als Schwerpunktthema setzen, ihn aber entsprechend der Erkenntnisse in den folgenden Jahren mit Sicherheit erneut als Schwerpunktthema aufgreifen und dann neuerlich detailliert berichten.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."

ZIELSETZUNG

Im Zielkonzept 2018 hatten wir bereits erläutert, dass die Brauerei Rothaus branchenweit als eines der wirtschaftlich erfolgreichsten Unternehmen gilt. Dies versetzt uns in die Lage, über sinnvolle Investitionen sehr zügig zu entscheiden und diese umzusetzen. Daraus resultiert eine Vielzahl an Projekten, die grundsätzlich mit Firmen aus der unmittelbaren Region abgewickelt wurden und werden, wodurch Arbeitsplätze nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern darüber hinaus auch in den Betrieben des Hochschwarzwalds gesichert werden.

Wir wollten daher 2018 unverändert unsere Aufträge wann immer möglich und wirtschaftlich vertetbar in unserem Heimatland Baden-Württemberg vergeben und darüber hinaus Handwerker aus unserer Heimatregion bevorzugt beschäftigen. So investieren wir konsequent in den Standort und damit in die Arbeitsplatz- und Zukunftssicherung. In 2018 hatten wir uns zum Ziel gesetzt, mindestens 55% unseres gesamten Auftragsvolumens in Baden-Württemberg und über 90% in Deutschland zu vergeben.

Auch wollten wir in 2018 nach wie vor ausschließlich Hopfen aus den süddeutschen Regionen Tettngang am Bodensee sowie der Hallertau in Bayern zum Brauen unserer Biere einsetzen. Weiter hatten wir für 2018 vorgesehen, nach wie vor konsequent auf Braugerste aus ausschließlich integriert-kontrolliertem bzw. vergleichbaren Anbauformen aus Baden-Württemberg und den unmittelbar angrenzenden, süddeutschen Braugerstegebieten zu setzen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Investitionen in den Standort und Zukunftssicherung der Region durch regionale Vergabe der Aufträge.
- Erneute Abschlüsse für langjährige, sichere Lieferverträge mit Blick in die Zukunft, sowohl für unsere Hopfen als auch unsere Gerstenmalze.
- Absicherung des partnerschaftlichen, fairen Verhältnisses zu unseren Landwirten.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Ziele wurden vollständig erreicht. Dies zeigen folgende Indikatoren:

INDIKATOREN

- In 2018 konnten wir unsere ambitionierten Ziele, mindestens 55% unseres gesamten Auftragsvolumens in Baden-Württemberg und über 90% in Deutschland zu vergeben, deutlich übertreffen. Wir konnten 59,4% in Baden-Württemberg und 96,9% unseres Auftragsvolumens in Deutschland vergeben.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- In 2018 wurden unsere Biere sowohl zu 100% aus Aromahopfen aus den beiden Anbaugebieten Tettang und der Hallertau als auch mit 100% Braugerste aus Baden-Württemberg und den unmittelbar angrenzenden süddeutschen Braugerstengebieten gebraut.

AUSBLICK

Unsere Rohstoffpolitik sowie unser Regionalkonzept zum Thema Beschaffung und Baumaßnahmen wollen wir in gleichem, intensiven Maße weiterführen.

Entsprechend unserer gewonnenen Erkenntnisse und der formulierten Ziele werden wir den Leitsatz 7 ein weiteres Mal für 2019 als Schwerpunktthema aufgreifen.

Als neues Ziel für das Jahr 2019 setzen wir uns die Realisierung von „Leuchtturmprojekten“.

Das erste Leuchtturmprojekt wird das „Rothaus im Gerber“ in der Landeshauptstadt Stuttgart sein. Mit diesem Restaurant wollen wir im Stadtkaufhaus Gerber ein neues gastronomisches Highlight in Stuttgart schaffen. Ein modern interpretiertes Wirtshauskonzept, das sowohl junges als auch altes Publikum begeistern soll. Das „Rothaus im Gerber“ soll ein geselliges Restaurant werden, authentisch eingerichtet und mit angenehmer Atmosphäre ausgestattet, in dem die Besucher köstliche Speisen aus hochwertigen Produkten aus dem Schwarzwald genießen können. Eine noch stärkere Wahrnehmung unserer Heimat auch über die Grenzen des Schwarzwalds hinweg soll so generiert, implementiert und gleichzeitig der Tourismus in der Region gestärkt werden, indem über das Gastronomieprojekt Interesse erzeugt und die Attraktivität des Schwarzwalds als Reiseziel weiter gesteigert wird.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 11 - Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."

ZIELSETZUNG

2018 hatten wir uns zum Ziel gesetzt, mit unserer Rothaus Erlebniswelt, der angeschlossenen Gastronomie sowie verbundenen Partnerschaften insbesondere in den vergangenen Jahren für eine kontinuierliche und nachhaltige Entwicklung des Tourismus in unserer Heimat zu sorgen. Darüber wollten wir einen Beitrag zur Steigerung der Attraktivität unserer Region leisten, die Übernachtungszahlen erhöhen und einen Mehrwert für Tourismusbetriebe, Hotellerie und Gastronomie erreichen.

Wir wollten in 2018 gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung der Besucherzahlen unserer Rothaus Erlebniswelt um 10% und darüber hinaus eine positive Entwicklung der Übernachtungszahlen in unserer Heimatregion - in Grafenhausen und dem Rothauser Land - von 5% erreichen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Initiierung des PUR-Fanwochenende.
- Durchführen von Großveranstaltungen wie den Rothaus Mudiator oder das Food Truck Festival.
- Implementierung der Spezial-Brauereiführungen zum Thema Umwelt und Nachhaltigkeit.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Zusammen mit Hochschwarzwald Tourismus wurde im vergangenen Jahr ein einmaliges Event für Fans der Band PUR auf die Beine gestellt: Von einer Gondelfahrt auf den Feldberg, über eine Schifffahrt auf dem Schluchsee und der exklusiven Live-Vorstellung des neuen Albums in den Hallen der Brauerei konnten die Teilnehmer aus ganz Deutschland den Schwarzwald kennenlernen.

Auch bei unseren Großveranstaltungen wie dem Sportereignis für die ganze Familie, dem Rothaus Mudiator, sowie dem Internationalen Food-Truck Festival, das nun bereits seit vielen Jahren einen ganz besonderen Besuchermagnet darstellt, konnten tausende Besucher nach Rothaus und in die nahe Umgebung gebracht werden.

Auch unsere Brauereiführungen erfreuen sich großer Beliebtheit und die Brauerei mit der Erlebniswelt Rothaus ist als Ausflugsziel für die meisten Schwarzwald-Urlauber nicht mehr wegzudenken.

INDIKATOREN

Indikator 1: Übernachtungszahlen

- Im Vergleich zu 2017 konnte eine Steigerung der Besucherzahlen unserer Rothaus Erlebniswelt um 8% erreicht werden. Das anvisierte Ziel von 10% wurde damit nur leicht verfehlt. Die Zahlen bezüglich der Entwicklung der Übernachtungen in unserer Heimatregion – in Grafenhausen und dem Rothauser Land – liegen erst im April/Mai 2019 vor. Diese reichen wir nach.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Indikator 2: Zahlen zu den Events und Führungen

- Zu unseren Großveranstaltungen wie dem Rothaus Mudiator und dem Food Truck Festival konnten wir insgesamt rund 20.000 Teilnehmer und Besucher aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Frankreich in Rothaus begrüßen.
- Zum PUR-Fanwochenende reisten rund 300 Fans aus ganz Deutschland an.
- Insgesamt konnten sechs Nachhaltigkeitsführungen realisiert werden.

AUSBLICK

Mit der geplanten Erweiterung der Erlebniswelt Rothaus werden wir auch weiterhin in den Standort investieren und Mehrwerte für die Besucher schaffen. Auch werden wir uns im Zuge dessen mit energetischen Verbesserungen und sonstigen Modernisierungen befassen. So wird durch die Weiterentwicklung eine Optimierung der gegebenen Veranstaltungslocation für Firmen, private Feierlichkeiten aber auch Eigenveranstaltungen forciert.

Ebenso wird das Portfolio unsrer Brauereiführungen erweitert werden und die bisher erfolgreichen Nachhaltigkeitsführungen fortgeführt. Insgesamt kommt so die Strahlkraft der Maßnahmen und Aktivitäten der gesamten Region zugute, leistet einen relevanten Beitrag für Tourismus und sowie für den Wirtschaftsfaktor, sowohl auf regionaler als auch auf nationaler Ebene.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 2 - Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."

ZIELSETZUNG

Die Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter liegt uns besonders am Herzen. Daher hatten wir uns in 2018 zum Ziel gesetzt, unsere bereits aktiven Angebote in diesem Bereich aufrecht zu erhalten.

Außerdem haben wir erkannt, dass die konsequente interne Kommunikation relevanter Informationen rund um unser Unternehmen von großer Bedeutung für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter ist. Daher haben wir regelmäßige Kommunikationswege definiert, um diese allen unseren Mitarbeitern einheitlich zur Verfügung stellen zu können.

Wir wollen das Jahr 2019 nutzen, um auf dem bereits Erreichten aufzubauen, unsere Arbeit in diesem Bereich zu intensivieren und sinnvolle Wege im Zuge der Optimierung und Förderung des Mitarbeiterwohlbefindens zu erweitern. Uns ist bewusst, dass nur zufriedene und motivierte Mitarbeiter bereit sind, sich überdurchschnittlich für unser Unternehmen und die Qualität der hergestellten Biere zu engagieren.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir unterstützten auch in 2018 unsere Mitarbeiter, wenn diese sich zur Anschaffung eines Dienstfahrrads („Jobrad“) bzw. zu einer Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio entschieden haben. Außerdem forcierten und informierten wir über „Jobrad“ und den Fitnessstudio-Zuschuss im Mitarbeiter-Newsletter.
- Vorstellen von Mitarbeitern im Newsletter, die sich z.B. über Jobrad ein E-Bike angeschafft haben.
- Entwicklung des Mitarbeiter-Newsletter zur Mitarbeiter-Zeitung mit erhöhtem Mehrwert.
- Seit Start des Prämienverfahrens durch die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe in 2014 regelmäßige Teilnahme im Bereich Arbeitsschutz im Rahmen unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements. Seither haben wir jährlich eine Auszeichnung für unsere Bemühungen erhalten, da wir hier wesentlich mehr Investitionen tätigen als es gesetzlich gefordert ist. Das Prämienverfahren für Präventionsmaßnahmen umfasst folgende Bereiche: Arbeitsschutz-Organisation, Aus- und Fortbildung, Transport und Verkehr, Arbeitssicherheit sowie Gesundheit und Ergonomie.
- Seit 2014 Führung von Zielgesprächen mit allen Mitarbeitern auf allen Ebenen, um die Grundlage für ein fokussiertes und strukturiertes Arbeiten zu schaffen.
- Regelmäßige Schulungen in allen Bereichen.
- Einführung eines systematischen betrieblichen Verbesserungsvorschlagswesens.
- Unterstützungskasse zur Aufbesserung der Altersrenten.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die bisher ergriffenen Maßnahmen führten in der Vergangenheit zu einer ständig wachsenden Beliebtheit und sorgten dafür, dass die von Rothaus initiierten Programme gut angenommen wurden. Dies zeigen auch die folgenden Indikatoren.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN:

- Von rund 246 Mitarbeitern nutzen über 1/3 das Angebot: 106 Mitarbeiter haben ein Jobrad, 14 Mitarbeiter nutzen das Fitnessstudio.
- Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit liegt bei Rothaus bei 17 Jahren. Dieser hohen Zahl korrespondierend verzeichnen wir zahlreiche Arbeitsjubilare, die 25, 40 oder sogar 50-jährige Betriebszugehörigkeit aufweisen.

AUSBLICK:

- Wir wollen weiterhin an unseren Angeboten im beschriebenen Umfang festhalten und unsere Mitarbeiter entsprechend beraten und informiert.
- In 2019 werden wir unseren Newsletter optimieren und diesen zur Zeitung weiterentwickeln.
- Darüber hinaus wollen wir die gesunde und ausgewogene Ernährung unserer Mitarbeiter fördern. Daher soll in Rothaus eine „Apfelkiste“ implementiert werden, die allen unseren Mitarbeitern zugänglich ist. Das Projekt wurde von einer Studentin im Rahmen ihrer Bachelorarbeit (Titel „Erstellung eines Konzeptes zur Förderung des Obstkonsums am Beispiel Apfel in der Badischen Staatsbrauerei Rothaus AG“) bereits im vergangenen Jahr betrachtet und zur Umsetzung vorbereitet.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Schon heute legen wir größten Wert auf die Einhaltung der hohen Sozialstandards unseres Bundeslandes und setzen diese konsequent in unserer Brauerei um. Unser Ziel ist es, mindestens die Einhaltung der üblichen hohen Sozialstandards unseres Bundeslandes zu gewährleisten bzw. diese möglichst zu übertreffen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Tarifvertraglich festgelegte Löhne und Urlaubsregelungen sowie von Haustrunk.
- Strikte Sicherheitsregelungen am Arbeitsplatz sowie deren jeweilige, regelmäßige Schulung.
- Externe und firmeninterne Schulung und Weiterbildung; fachspezifisch und allgemein.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Traditionell geringe Fluktuation.
- Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit liegt bei Rothaus bei 17 Jahren.

Ausblick:

- Nach wie vor wird daran festgehalten, die üblichen, hohen Sozialstandards unseres Bundeslandes einzuhalten bzw. diese zu übertreffen.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Schwerpunktthema

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Als erfolgreiches, regional verwurzelt Unternehmen erzeugen wir durch unsere konsequente Haltung bezüglich Qualität und Umweltschutz eine große Begeisterung insbesondere bei jungen Menschen. Jedes Jahr geben wir daher mehreren Studenten die Möglichkeit, ihre Studien-, Bachelor oder Masterarbeiten aus unterschiedlichsten Themenbereichen in unserem Unternehmen zu erstellen und somit für ihren beruflichen Lebensweg notwendige Praxiserfahrung zu sammeln. So hatten wir in 2018 das Ziel definiert, mindestens einen interessierten Studenten zum Thema „Nachhaltiges Wirtschaften – WinCharta“ aufzunehmen und diesen bei der Erstellung der Studienarbeit aus diesem Themenkomplex zu unterstützen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben in 2018 eine Studentin zum oben genannten Thema eingestellt und sie bei der Erstellung Ihrer Bachelor-Arbeit unterstützt (Thema: „Umwelt- und Energiemanagementstrategie – Überarbeitung der Umweltkennzahlen bezüglich deren Aussagekraft, Datenherkunft und Integration in Berichte.“).

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Ziel der Arbeit war, die Leistung der Brauerei im Bereich Nachhaltigkeit in Zahlen erfassbar zu machen. So wurde die bisherige Umweltbilanz erweitert zu einer sogenannten Nachhaltigkeitsbilanz, die neben ökologischen Aspekten auch ökonomische und soziale Aspekte berücksichtigt. Resultat ist ein integratives Nachhaltigkeitscontrolling-System, das zur Weiterentwicklung unserer Prozesse und der Steuerung unserer Arbeit in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit wichtige Informationen liefert.
- Nach der Entwicklung des Controlling-Systems wurde eine Datenerhebung für das Geschäftsjahr 2017 durchgeführt. Es hat sich gezeigt, dass Rothaus nicht nur im Umweltschutz, sondern auch beim Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit, der Mitarbeiterzufriedenheit und der Stärkung der regionalen Wirtschaft viel leistet.

Ausblick:

- Wir wollen weiterhin Studierenden die Möglichkeit bieten, in unserem Unternehmen ihre Studienarbeiten aus verschiedenen Themenfeldern zu schreiben und so Praxiserfahrung zu sammeln.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Neben der Reduktion des Energieeinsatzes und der ausgestoßenen Emissionen spielt die Ressourceneffizienz eine entscheidende Rolle für unsere Brauerei. In diesem umfassenden Feld wollten wir in 2018 durch die Installation einer eigenen Flaschen-Sortieranlage den Problemen, die aufgrund der fortschreitenden Individualisierung der Glasflaschen durch unsere Wettbewerber entstanden sind, begegnen. In 2018 hatten wir geplant, durch die Inbetriebnahme unserer Sortieranlage die Voraussetzungen zu schaffen, den Direkttausch mit verschiedenen Brauereien in größerem Umfang zu realisieren. Dieser Direkttausch birgt durch Wegfall von Umwegen beim Transport ein großes Potential zur Ressourcenschonung gegenüber dem branchenüblichen Tausch über Dienstleistungsunternehmen.

Weiter hatten wir in 2018 erkannt, dass im Abwasser unserer Brauerei aufgrund des Temperaturniveaus ein Potential liegt, das wir möglicherweise zur Einsparung von Heizenergie nutzen können.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In 2018 konnte durch den Betrieb unserer Sortieranlage die technische Voraussetzung geschaffen werden, den Direkttausch von Sortierglas mit anderen Brauereien und Getränkeherstellern zu intensivieren. Durch Analysen der Sortierglaszusammensetzung wurden bezüglich Flaschentausch interessante Unternehmen identifiziert; Anstrengungen zum Aufbau entsprechender Beziehungen wurden durch deren gezielte Ansprache gesteigert.
- Für das Projekt „Absenkung Temperaturniveau Abwasser“ wurden in 2018 verschiedene Techniker unserer Brauerei ausgewählt und mit der Aufgabe betraut, Vorschläge hinsichtlich dem definierten Ziel auszuarbeiten. Unter Anderem wurde in diesem Zug ein Techniker von seinen eigentlichen Aufgaben in definierten Zeiträumen entbunden und in „fremden“ Abteilungen eingesetzt, um Prozesse hinsichtlich des Energieeinsatzes gezielt zu hinterfragen. Durch diesen Ansatz wurden mehrere Möglichkeiten erkannt, deren Bewertung hinsichtlich Realisierbarkeit, Aufwand und Potential in Teilen bereits stattgefunden hat bzw. nun im weiteren Verlauf ansteht.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Insgesamt konnte in 2018 die Anzahl der sortenrein abgegebenen Flaschen auf etwa 5,1 Mio. gesteigert werden. Dies entspricht gegenüber 2017 in etwa einer Verdreifachung des Volumens.
- Durch das Projekt „Absenkung Temperaturniveau Abwasser“ wurden in 2018 beispielsweise Ansatzpunkte insbesondere im Bereich der Flaschen- und der Fassabfüllung ermittelt.

Ausblick:

- Der weitere Ausbau des Direkttauschs von Sortierglas wird in 2019 vorangetrieben werden. Unsere eigenen Bemühungen werden neben der seit Jahren zu beobachtenden Verringerung von Logistikkapazitäten und der zunehmend schwerer werdenden Neuglasbeschaffung insbesondere während der Hochsaison dieses Vorhaben unterstützen.
- Wir werden eine detaillierte Messung der Abwasserströme und -temperaturen gemeinsam mit den Anlagelieferanten sowohl in unserer Fassabfüllanlage als auch an unseren Flaschenwaschmaschinen durchführen. Dadurch soll ermittelt werden, inwiefern eine sinnvolle Installation gestaltet werden kann, mit deren Hilfe die Abwassertemperatur abgesenkt und gleichzeitig Primärenergie eingespart werden kann.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Schwerpunktthema

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Als Hersteller alkoholischer Produkte sind wir uns der Verantwortung gegenüber unseren Kunden bewusst. Wir unterstützen daher den maßvollen Genuss alkoholhaltiger Produkte und setzen uns für eine weitere gesellschaftliche Anerkennung der alkoholfreien Varianten ein, auch indem wir keine Mühen zum Erreichen bestmöglichen Geschmacks bei deren Herstellung akzeptieren.

WEITERE AKTIVITÄTEN

In 2018 wollten wir daher die Kampagne „Don't drink and drive“ unterstützen und darüber hinaus den Anteil an alkoholfreien Bieren durch gezielte Maßnahmen erhöhen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Nach wie vor sind wir Teil der bundesweiten Initiative „Don't drink and drive“.
- Unterstützung der Kampagne DRINK RESPONSIBLY.
- Initiierung und Durchführung von regionalen sowie überregionalen Kampagnen (Radio und Plakat) zu unseren alkoholfreien Bieren.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Plakatierungen fanden beispielsweise in den Regierungsbezirken Freiburg, Lörrach, Weil und Offenburg (Dreiländer-Eck) in Marktnähe statt.
- 85% der 20-69 Jährigen sind beispielsweise in Stuttgart durchschnittlich 18 x mit dem Plakat in Kontakt gekommen. Dies entspricht einer Reichweite von 62.000 Kontakten. Von April bis Juni 2018 wurden auf SWR3 immer werktags Spots zu unseren alkoholfreien Bieren ausgestrahlt.
- Vom Deutschen Brauerbund wurde ein Promoset angefordert, um dies bei unseren Großveranstaltungen aufstellen zu können und so die Besucher zu einer Auseinandersetzung mit dem Thema verantwortungsvoller Alkoholkonsum zu bringen.

Ausblick:

- Nach wie vor werden wir verantwortungsbewusst und sorgfältig mit dem Thema umgehen und die oben genannten Kampagnen weiter unterstützen bzw. fortführen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Schwerpunktthema

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Durch das Nutzen nachhaltiger Innovationen wollen wir ökonomische und ökologische Belange wann immer möglich optimal kombinieren. Neben Innovationen zur Energiegewinnung stellen für uns auch mögliche Effizienzverbesserungen durch fortschreitende Digitalisierung eine gute Möglichkeit dar.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Aufbau einer Solarthermie-Anlage zur Prozesswärmegewinnung.
- Digitalisierung der Prozesse im Bereich Einkauf, papierlose Bearbeitung des Arbeitsablaufs.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Solarthermieranlage wurde in 2018 installiert und in Betrieb genommen.
- Die Möglichkeiten digitaler Workflows wurden in unserem ERP-System in 2018 weiter ausgebaut.

Ausblick:

- Auch im Bereich unserer eigenen Logistik und der Feste und Veranstaltungen wollen wir in 2019 noch weitergehend auf eine papierlose Lieferabwicklung und Kommunikation zu unseren Kunden umstellen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Traditionell ist das solide und faire Wirtschaften mit langjährigen Partnern in allen Bereichen einer unserer Erfolgsgaranten; diesen Grundsatz beziehen wir auch auf den in Teilen undurchsichtigen und mit unethischen Produkten renditeversprechenden Finanzmarkt. Als produzierendes Unternehmen sehen wir unsere Chancen und Risiken im operativen Geschäft. Finanzentscheidungen treffen wir daher mit der Maßgabe, Risiken für unseren operativen Geschäftsbetrieb zu minimieren.

In 2018 wollten wir unverändert keine Mittel in spekulative Geschäfte einbringen, insbesondere im Bereich von Rohstoffen bzw. Lebensmitteln. Außerdem wollten wir unsere Geldgeschäfte bei Banken der Region mit nachvollziehbarem Anlageverhalten belassen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Kurz- und mittelfristige Liquiditätsplanung
- Investitionsplanung
- Kosten- und Ertragsplanung

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Investitionen finanzieren wir aus eigenen Mitteln, was uns unabhängig von den Finanzmärkten macht. Dies erlaubt uns, in unseren Investitionsentscheidungen einen langfristigen, nachhaltigen Ansatz zu verfolgen.

Ausblick:

- Unsere Planungs- und Steuerungsinstrumente entwickeln wir kontinuierlich fort, um ein langfristiges Wachstum sicherzustellen und auf Veränderungen proaktiv reagieren zu können.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Alle unsere Prozesse sind so ausgelegt, dass wichtige Entscheidungen grundsätzlich von einer Kontrollinstanz geprüft und freigegeben werden müssen. Darüber hinaus kommunizieren wir unsere strengen Compliance-Richtlinien sowie das aktuelle Kartellrecht regelmäßig in geeigneten Veranstaltungen.

In 2018 hatten wir uns deshalb zum Ziel gesetzt, im Rahmen des Internen Audits die Einhaltung unserer Compliance-Richtlinie zu überprüfen und das Bewusstsein für deren Inhalte aufzufrischen. Weiter sollte eine neuerliche konsequente Schulung zum Kartellrecht für alle Führungskräfte, sowie insbesondere alle Vertriebsmitarbeiter im Jahr 2018 durchgeführt werden.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Gezielte Abfrage der Kenntnis relevanter Compliance-Vorgaben im Rahmen der Internen Audits 2018.
- Durchführen einer Kartellrechtsschulung sowohl für alle Führungskräfte als auch alle Vertriebsmitarbeiter.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Rahmen der Internen Audits konnte die Kenntnis der Compliance-Vorgaben und deren konsequente Einhaltung bestätigt werden.
- Die Schulung für die Führungskräfte wurde durch einen externen, auf Kartellrecht spezialisierten Anwalt durchgeführt, die der Vertriebsmitarbeiter durch unseren Juristen im Haus.

Ausblick:

- Installation einer zentral organisierten Einkaufsabteilung.
- Weiterführung der jährlichen Kartellrechtsschulung.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Schwerpunktthema

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Als Unternehmen versuchen wir, durch eine vorbildliche und moderne Gestaltung der Arbeitsplätze sowie den Einsatz modernster Technik bei gleichzeitig traditionellen Produktionsverfahren für unsere Mitarbeiter die Vorteile erlebbar zu machen, die die Bereitschaft zum Wandel beinhaltet. Wir begreifen unsere gut ausgebildeten und motivierten Fachkräfte als wichtige Quelle für Vorschläge zur sinnvollen

WEITERE AKTIVITÄTEN

Verbesserung aller unserer Prozesse und fördern daher die aktive Mitarbeit an unserem betrieblichen Vorschlagswesen durch Auslobung einer Prämie.

Als Ziel für 2018 hatten wir uns gesetzt, das betriebliche Vorschlagswesen in der anstehenden Betriebsversammlung prominent darzustellen und den besten Verbesserungsvorschlag zu prämiieren, um darüber die Motivation zur Mitwirkung weiter anzufachen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Forcieren des Themas im Rahmen des Mitarbeiter-Newsletters.
- Prämierung der besten Vorschläge.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Durch unseren Mitarbeiter-Newsletter wurde vermehrt dazu aufgerufen, sich in das Verbesserungsvorschlagswesen einzubringen. Dazu haben wir ein entsprechendes Formular in unser Integriertes Managementsystem eingefügt, mit dem jeder Mitarbeiter seinen Vorschlag kurz aufschreiben und an seinen Vorgesetzten zur weiteren Abstimmung und Weiterverfolgung geben kann. Der beste Vorschlag im Jahr wird entsprechend belohnt.

Aufgrund der vielfältigen Themen war letztlich in der Betriebsversammlung 2018 auf eine intensive Darstellung des Verbesserungsvorschlagswesen verzichtet worden. Nachdem mittlerweile die großen Bau- und Anlagenprojekte erfolgreich abgeschlossen sind, soll nun in der anstehenden Betriebsversammlung in 2019 ein Aufruf zur regen Beteiligung an alle Mitarbeiter durch den Vorstand erfolgen.

Letztlich unterstützen uns die bisher eingegangenen Vorschläge insbesondere in unserem Bestreben, den Energieeinsatz in unserer Brauerei zu minimieren. Außerdem waren die zur Umsetzung der Ansätze notwendigen Maßnahmen in mehreren Fällen vergleichsweise gering. So wurde ein weiterer, wichtiger Beitrag zur Ressourcenschonung erreicht.

Ausblick:

- Am Verbesserungsvorschlagswesen halten wir nach wie vor fest und forcieren dieses über den Aufruf zur Beteiligung durch den Vorstand im Rahmen der Betriebsversammlung 2019 sowie über Informationen in unserer neu gestalteten Mitarbeiter-Zeitung.
- Um die Sensibilität aller Mitarbeiter noch weiter zu erhöhen, wird es auf der Betriebsversammlung 2019 außerdem einen Fachvortrag für alle Mitarbeiter zum Thema Fehlerkultur geben.

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Förderung der Bergwacht Schwarzwald e.V.

Die bestehenden Strukturen der Bergwacht in der Region sollen durch unser Win!-Projekt gestärkt werden, da die Bergwacht insbesondere angesichts der steigenden Besucherzahlen in unserer Ski- und Wanderregion eine sehr wichtige und unersetzliche Funktion übernimmt: nämlich den Rettungsdienst abseits der Straßen und Siedlungen im unwegsamen Gelände des Schwarzwaldes. Sie betreut zahlreiche Skipisten, Loipen, Sessel- und Seilbahnen in der Region.

Dabei leistet der Verein den Aufwand für den laufenden Betrieb bislang in großem Umfang selbst. Teure Ausrüstungsgegenstände, Sanitätsmaterial und modernes technisches Material stellen äußerst wichtige Voraussetzungen für die Leistungsfähigkeit der ehrenamtlich arbeitenden Mitglieder dar.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Neben den regelmäßigen Spenden wurde die Bergwacht in 2018 zu den Großveranstaltungen der Brauerei herangezogen, um die Sicherheit der Besucher zu gewährleisten. Wir gingen davon aus, dass sich ein jährlicher Aufwand von bis zu 100 Helferstunden ergeben würde.

Dadurch sollte sich neben einer lukrativen Einnahmequelle auch eine Plattform vor einem großen Publikum eröffnen, um die positive Arbeit des Vereins attraktiv darstellen zu können und Interesse für diese zu wecken.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wie geplant wurde die Bergwacht Schwarzwald e.V. bei Veranstaltungen der Brauerei herangezogen. So waren beim zweitägigen Food Truck Festival vom 8. bis 9. September 2018 vier Helfer und ein Einsatzfahrzeug für insgesamt 64 Stunden im Einsatz. Dank der sehr guten Organisation vorab und der ebenso professionellen Umsetzung vor Ort kam es zu keinerlei Zwischenfällen. Sicherheit und Unterstützung war durch die Präsenz und Expertise der Bergwacht aber zu jedem Zeitpunkt gegeben. Auch im Zuge des Hindernislaufs „Mudiator“ am 29. September 2018 war die Bergwacht Schwarzwald e.V. mit insgesamt 10 Personen und drei Fahrzeugen vor Ort, um das Gelände abzusichern sowie im Ernstfall präsent zu sein. Insgesamt wurden 80 Stunden geleistet.

Das gesetzte Ziel von 100 Helferstunden wurde damit übertroffen.

AUSBLICK

Auch in 2019 möchten wir an der Unterstützung der Bergwacht Schwarzwald e.V. festhalten. Die Bergwacht wird erneut zu den Großveranstaltungen der Brauerei herangezogen werden, um die Sicherheit der Besucher zu gewährleisten.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Jennifer Maurer

Leiterin PR und interne Kommunikation

Telefon: +49 7748 522 1410

Email: jennifer.maurer@rothaus.de

Impressum

Herausgegeben am 31.01.2019 von

Badische Staatsbrauerei Rothaus AG

Telefon: +49 7748 522 0

Fax: +49 7748 522 79

E-Mail: info@rothaus.de

Internet: www.rothaus.de

