



2019

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 2 - Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."	4
Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."	6
5. Weitere Aktivitäten	9
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	9
Umweltbelange	10
Ökonomischer Mehrwert	13
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	14
Regionaler Mehrwert	15
6. Unser WIN!-Projekt	18
7. Kontaktinformationen	20
Ansprechpartner	20
Impressum	20

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Seit 228 Jahren ist unsere Brauerei, die Badische Staatsbrauerei Rothaus AG, fest mit dem Schwarzwald verbunden. Heimat, Tradition und Moderne vereinen Brauerei und Region. 63 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 ein 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 Industrialkohol 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.

Zur besseren Lesbarkeit nutzen wir im folgenden Text vereinfachte Formulierungen/Bezeichnungen (Beispiel: Mitarbeiter, Vorgesetzter, Kollegen). Die gewählte Form schließt alle Geschlechter (männlich, weiblich, divers) ein und soll nicht wertend oder diskriminierend verstanden werden.

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"/> 2020	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input checked="" type="checkbox"/> 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"/> 2020	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Initiative gegen Insektensterben

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|---|--------------------------------------|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Energie und Klima | <input type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige
Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: In 2019: Drei Insektenhotels, Nistkästen und rund ein Hektar Blühwiese

Projektpate: Bereich Technik und Unternehmenskommunikation Rothaus

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE FÜR 2019

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

ZIELSETZUNG

Die Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter liegt uns besonders am Herzen. Daher hatten wir uns im Jahr 2019 zum Ziel gesetzt, weiterhin an unseren Angeboten festzuhalten und unsere Mitarbeiter entsprechend zu beraten und zu informieren. 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 zu stellen. 2019 haben wir uns so zum Ziel gesetzt, unseren Newsletter zu optimieren und diesen zur Zeitung weiterzuentwickeln.

Wir haben das Jahr 2019 zudem genutzt, um auf dem bereits Erreichten aufzubauen, unsere Arbeit in diesem Bereich zu intensivieren und sinnvolle Wege zu identifizieren, die zur Optimierung des Mitarbeiterwohlbefindens beitragen. Uns ist bewusst, dass nur zufriedene und motivierte Mitarbeiter bereit sind, sich überdurchschnittlich für unser Unternehmen und die Qualität der hergestellten Biere zu engagieren.

Darüber hinaus haben wir uns zum Ziel gesetzt, das studentische Projekt „Apfelkiste“ zu implementieren und unseren Mitarbeitern bei einer gesunden und ausgewogenen Ernährung zu unterstützen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir unterstützten auch in 2019 unsere Mitarbeiter, wenn sie sich zur Anschaffung eines Dienstfahrrads („Jobrad“) bzw. zu einer Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio entschieden haben. Außerdem forcierten und informierten wir nach wie vor über „Jobrad“ und den Fitnessstudio-Zuschuss im Mitarbeiter-Newsletter.
- Es fand die Entwicklung des Mitarbeiter-Newsletter zur Mitarbeiter-Zeitung mit erhöhtem Mehrwert statt.
- 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-

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

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 bisherigen Angebote wurden nach wie vor im Unternehmen forciert. Dabei können die Mitarbeiter bei besonders geschulten Kollegen jeweils detaillierte und konkrete Informationen sowie eine umfassende Beratung erhalten.
- Der Mitarbeiter-Newsletter wurde der Mitarbeiterstruktur angepasst und ab 2019 im tatsächlichen Zeitungsformat angeboten sowie persönlich verteilt. Die Themen werden übersichtlich und sorgfältig aufbereitet sowie mit aussagekräftigem Bildmaterial komplettiert. Der Aufwand für dieses Vorhaben hat sich sowohl finanziell als auch personell stark erhöht, jedoch sind wir davon überzeugt, dass dieses Format aktuell für unsere Mitarbeiter den größten Nutzen und einen gesteigerten Mehrwert hat. Daher halten wir daran fest und werden das Projekt auch im kommenden Jahr fortsetzen.
- Das Projekt „Apfelkiste“ wurde erfolgreich implementiert. Die Mitarbeiter machen rege davon Gebrauch, so dass seit Start des Projekts knapp fünf Tonnen Äpfel verbraucht wurden. Durch den großen Erfolg und die positive Annahme werden wir auch weiter daran festhalten und einen Beitrag zu einer gesunden, ausgewogenen Ernährung leisten. Die Äpfel werden darüber hinaus ausschließlich regional bezogen. Sie kommen von den Obstbauern am Bodensee.
- Den Mitarbeitern wurde Zugriff auf die Plattform Corporate Benefits verschafft, so dass man nun bei Anschaffungen jeglicher Art auf Rabatte, Vorteile und Sonderkonditionen zurückgreifen kann.
- 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 für das Jahr 2019.

INDIKATOREN:

- Von rund 238 Mitarbeitern nutzen über 2/3 das Angebot: 167 Mitarbeiter haben ein Jobrad (Vorjahr: 106), sieben Mitarbeiter nutzen das Fitnessstudio (Vorjahr: 14). Die Beliebtheit des Jobrads ist folglich enorm gestiegen.
- Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit liegt bei Rothaus bei knapp 16 Jahren (Vorjahr: 17 Jahre). Dieser gleichbleibend 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 informieren.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Im Jahr 2020 werden wir unsere Zeitung für Mitarbeiter weiterhin den Bedürfnissen anpassen und ausarbeiten, damit relevante Informationen anschaulich und verständlich dem Arbeitnehmer zum Nutzen und zur Unterstützung im Arbeitsalltag aufbereitet werden.
- Wir wollen weiter Angebote und Themen definieren, die einen großen Mehrwert für unsere Mitarbeiter darstellen.

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

ZIELSETZUNG

Die Brauerei Rothaus gilt branchenweit als eines der wirtschaftlich erfolgreichsten Unternehmen. 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 2019 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.

Auch wollten wir 2019 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 2019 vorgesehen, nach wie vor konsequent auf Braugerste aus ausschließlich integriert-kontrolliertem bzw. vergleichbaren Anbauformen aus Baden-Württemberg und den unmittelbar angrenzenden, süddeutschen Braugerstengebieten zu setzen.

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

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.
- Umsetzung von „Leuchtturmprojekten“

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir fühlen uns als regionale Brauerei mit unserer Heimat, dem Schwarzwald und Baden-Württemberg, seit jeher stark verwurzelt. Deshalb wollten wir die Erlebniswelt Rothaus auch in Stuttgart zum Leben

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

erwecken. Wie geplant wurde daher im Mai 2019 die erste Schwarzwald-Botschaft der Brauerei Rothaus außerhalb des Hauptsitzes im Hochschwarzwald eröffnet. Auf insgesamt 850 Quadratmetern finden im Rothaus im Gerber in Stuttgart bis zu 250 Gäste Platz. Ebenso gibt es eine Terrasse. Die Räumlichkeiten sind modern aber gemütlich zugleich, spiegeln den Schwarzwald in all seinen Facetten und machen ihn erlebbar. Die Gäste erwartet ein ganz besonderes Zusammenspiel aus Interieur, regionalen Speisen, Veranstaltungen und natürlich den Rothaus-Bieren. Man hat sich dabei konsequent der Regionalität verschrieben: Von der Milch bis zum Fleisch – alle Produkte kommen aus dem Schwarzwald. So stellt das Rothaus im Gerber ein ganzheitliches Genusserlebnis dar.

Bis Ende 2019 konnten zahlreiche Gäste begrüßt werden. Darüber hinaus fanden Veranstaltungen statt, die den Schwarzwald in seiner Vielfalt und Diversität zeigen und spiegeln. So fand ein Abend unter dem Motto „Wilde Wälder“ mitten in der Großstadt statt. Hier hat man die wilden Wälder des Schwarzwalds erlebt und konnte kulinarische Schätze aus Feld, Wald und Flur mit passender Getränkebegleitung und einem tollen Rahmenprogramm genießen. Mit dem großen „Spektakel“ wurde die Schwarzwälder Liebesgeschichte von Speck, Bier und bester Unterhaltung präsentiert. Auch das Thema Whisky wurde beim Whisky Dining betrachtet, denn Rothaus Biere und Rothaus Whiskys haben mehr Gemeinsamkeiten als man denkt. Beim „Maidle Abend“ wiederum stand das Treffen mit Freundinnen und die Begegnung mit Schwarzwälder Persönlichkeiten, starken Frauen, im Mittelpunkt.

Die Ziele im Bereich Rohstoffe und Auftragsvolumen wurden vollständig erreicht bzw. übertroffen. Dies zeigen folgende Indikatoren:

INDIKATOREN

- 2019 konnten wir unsere ambitionierten Ziele erneut übertreffen: 61,4% (Vorjahr: 59,4%) der Aufträge wurden in Baden-Württemberg und 99,1% (Vorjahr 96,9%) in Deutschland vergeben.
- In 2018 und auch in 2019 wurden unsere Biere sowohl zu 100% aus Aromahopfen aus den beiden Anbaugebieten Tettnang 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, intensivem Maße weiterführen.

Auch im Jahr 2020 werden unsere „Leuchtturmprojekte“ fortgeführt und erweitert. Hinzu kommt, dass in Offenburg eine Zäpfle Bar geplant wird, die wie das Rothaus im Gerber den Menschen eine Plattform bieten wird, den Schwarzwald vor Ort zu erleben.

Am vielfältigen Veranstaltungsprogramm soll im Rothaus im Gerber auch weiterhin festgehalten werden, da die Besucher hierbei intensiv mit dem Schwarzwälder Lebensgefühl in Berührung kommen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE FÜR 2020

- **Leitsatz 5 – Energie und Emissionen**
- **Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert**

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

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Wir legen 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, Urlaubsregelungen sowie 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 nach wie vor auf hohem Niveau (16 Jahre).

Ausblick:

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

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Schwerpunktthema 2019

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Als erfolgreiches, regional verwurzelttes Unternehmen erzeugen wir durch unsere konsequente Haltung im Hinblick auf Qualität, Herstellungsprozesse und Umweltschutz ein großes Interesse insbesondere bei jungen Menschen. Zudem steht Rothaus für Werte die den jungen Generationen wichtig sind. Um die Relevanz dieser Werte aufzuzeigen, öffnen wir uns daher besonders Studierenden und laden zu Spezialführungen zu den jeweiligen Studienschwerpunkten wie beispielsweise Getränketechnologie, oder Marketing ein, damit sie für ihren beruflichen Lebensweg notwendige Praxiserfahrung sammeln können. Darüber hinaus war unser Alleinvorstand in seiner Rolle als Branchenexperte an verschiedenen Hochschulen und Universitäten (Konstanz, Furtwangen, Freiburg) bei hochschulinternen Vorträgen vor Ort, um wertvolle Einblicke in die Welt unserer der Marken- und Unternehmensführung zu geben.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Fachlich hochqualifizierte Mitarbeiter aus dem Bereich Technik (z.B. Labor, Arbeitssicherheit, Technologie, Brautechnik, etc.) leiteten zahlreiche Studentengruppen innerhalb von Exkursionen zu den jeweiligen Schwerpunkten durch die Brauerei.
- Darüber hinaus hielt unser Alleinvorstand mehrere Vorträge an Hochschulen und Universitäten in Baden-Württemberg.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Anwesenheit der Studierenden vor Ort zeigte die hohe Relevanz von praxisorientierten Lehrinhalten. Die begleitenden Dozenten bekräftigten dies stets. Das große Interesse der Studenten sowie die Möglichkeit unserer hochqualifizierten Mitarbeiter sehr spezifisch auf die jeweiligen Lehrinhalte des Studiums und vor allem auf Fragen und konkrete Anwendungen einzugehen, brachten den Studierenden einen großen Mehrwert. Auch bei den Vorträgen unseres Alleinvorstands zeigte sich eine ähnliche Situation: Die jeweiligen Lehrstuhlinhaber unterstützten in Sachen Organisation die Vorträge und informierten entsprechend ihre Studierenden, da sie den Mehrwert und die Praxisrelevanz vor Augen hatten. Die hohe Zahl an Besuchern bestätigte den Ansatz, Einblicke aus der Unternehmens- und Markenführung zu spiegeln und so proaktiv auf den Berufsalltag vorzubereiten.

Ausblick:

- Wir wollen auch 2020 daran festhalten Studierenden vor Ort in Rothaus eine Plattform zum Sammeln praxisrelevanter Informationen zu geben. Auch wird unser Alleinvorstand weiterhin an Hochschulen und Universitäten aus erster Hand relevante Einblicke in eine ökonomisch aber ökologisch nachhaltige Unternehmensführung geben.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Neben der Reduktion des Energieeinsatzes und der 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. Im Jahr 2019 wollten wir den Direkttausch mit verschiedenen Brauereien in deutlich größerem Umfang realisieren. Dieser Direkttausch birgt durch Wegfall von Umwegen beim Transport ein großes Potential zur Ressourcenschonung gegenüber dem branchenüblichen Tausch über Dienstleistungsunternehmen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Aufbau einer Flaschentausch-Partnerschaft zu verschiedenen relevanten Getränkeherstellern zur Steigerung der Anzahl getauschter Flaschen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Von 2017 auf 2018 war bereits eine Verdreifachung von 1,7 Mio. Flaschen auf 5,1 Mio. Flaschen realisiert worden. In 2019 konnten anderen Getränkeherstellern durch den Betrieb unserer Sortieranlage etwa 10,8 Mio. Flaschen direkt und sortenrein zur Wiederverwendung bereitgestellt werden. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber 2018 von 112% bzw. 5,7 Mio. Flaschen.

Ausblick:

- Das erreichte hohe Niveau für die Direktauschquote versuchen wir in den kommenden Jahren zu halten.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Im Jahr 2019 war dieser Leitsatz nicht als Schwerpunktthema benannt. Dennoch konnten wir beispielsweise das für uns wichtige Projekt Solarthermie im vergangenen Jahr weiterführen und eine wesentliche Reduktion des Energieeinsatzes im Bereich der Flaschenabfüllanlagen realisieren.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Inbetriebnahme der kompletten Solarthermieanlage, sowohl auf Erzeuger- als auch auf Verbraucherseite
- Endgültige Stilllegung der Abfüllanlage 1, vollständiger Übergang der Produktion auf die modernen energiesparenden Abfüllanlagen 3 und 4

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Jahr 2019 konnten nach vollständiger Inbetriebnahme 268 MWh an Wärmeenergie mit Hilfe der Solarthermieanlage gewonnen werden.
- Durch bereits umgesetzte Optimierungsmaßnahmen nach ersten Erfahrungen mit der Anlage erwarten wir für 2020 eine Steigerung der Erträge auf stabil über 300 MWh jährlich.

Ausblick:

- Für 2020 haben wir diesen Leitsatz 5 „Energie und Emissionen“ als Schwerpunktthema erneut aufgegriffen. Wir werden in der Fassabfüll-Anlage eine technische Lösung zur Nutzung von Abwärme aus dem dort anfallenden warmen Abwasser installieren.
- Darüber hinaus werden wir in Zusammenarbeit mit der Hochschule Rottenburg eine Potentialanalyse zu Energieeffizienz und Klimaneutralität über den gesamten Betrieb durchführen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Weiter unterstützen wir das Institut PTW der TU Darmstadt beim Kopernikus-Projekt „SynErgie“. Hierbei wird erforscht, wie energieintensive Produktionsprozesse an eine schwankende Energieversorgung angepasst werden können.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Als Hersteller alkoholischer Produkte sind wir uns der Verantwortung gegenüber unseren Kunden stets 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 Kosten und Mühen zum Erreichen des bestmöglichen Geschmacks bei deren Herstellung scheuen.

Im Jahr 2019 wollten wir daher die Kampagne „Don’t drink and drive“ erneut 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“.
- Wir unterstützen weiterhin die Kampagne DRINK RESPONSIBLY.
- Auch 2019 führten wir regionale sowie überregionale Kampagnen (Radio und Plakat) zu unseren alkoholfreien Bieren durch.
- Unsere alkoholfreien Biere wurden verstärkt im Rahmen von klassischer Kommunikation und von einigen Sponsorings beworben.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- In gesamt Baden-Württemberg fanden zu unserem alkoholfreien Hefeweizen großflächige Werbungen statt, wie zum Beispiel Plakatierungen, Riesenposter, Videos an Haltestellen des öffentlichen Nahverkehrs. Darüber hinaus wurde ein ganzheitlicher Marketingansatz verfolgt und ebenso Online-Bannerwerbung sowie Radiowerbung geschaltet. Eine Plakatierung fand so auch besonders in den Regierungsbezirken Freiburg, Lörrach, Weil und Offenburg (Dreiländer-Eck) in Marktnähe statt.
- Allein durch unsere Plakatierungen wurden in BaWü 81% der Zielgruppe erreicht. Dies bedeutet, dass 24,4 Millionen Menschen im Zeitraum der Plakatkampagnen mit unserem Bier in Kontakt gekommen sind.
- Die Radiospots wurden auf regionalen Sendern wie SWR3, big FM, Antenne 1 oder Radio Energy ausgestrahlt. Hier kamen 33,4 Millionen in Kontakt mit unserer Werbung zum alkoholfreien Bier.
- Beispielsweise die Oldtimer Rallye Schwarzwald Classic, das Freiburger E-Sport Team sowie viele weitere Veranstaltungen und Partnerschaften im Rahmen des Sponsorings wurden strikt mit alkoholfreiem Bier unterstützt, bzw. in deren Rahmen ausschließlich mit alkoholfreiem Bier geworben.

WEITERE AKTIVITÄTEN

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 2019

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Durch das Nutzen nachhaltiger Innovationen wollen wir ökonomische und ökologische Belange wann immer möglich optimal kombinieren. Neben ökologischen Alternativen zur Energiegewinnung stellen für uns auch mögliche Effizienzverbesserungen durch fortschreitende Digitalisierung eine gute Möglichkeit dar. Daher halten wir weiterhin daran, fest Potentiale im Bereich Digitalisierung zu identifizieren, daraus Projekte zu generieren und sinnvoll umzusetzen bzw. in die Unternehmensabläufe zu implementieren.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Solarthermie-Anlage zur Prozesswärmegewinnung wurde 2019 vollständig in den Betrieb integriert.
- Im Bereich Einkauf erzielten wir Fortschritte im Bereich papierlose Bearbeitung des Arbeitsablaufs.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Solarthermieanlage zeigte 2019 ihre volle Leistung in der laufenden Produktion.
- Die Möglichkeiten digitaler Workflows wurden in unserem ERP-System in 2019 weiter ausgebaut.
- Der Prozess beim Erstellen einer digitalen Bedarfsmeldung wurde optimiert.

Ausblick:

- Das Projekt „Digitalisierung Lieferscheine“ wurde initiiert und soll 2020 final umgesetzt werden. Dabei geht es u.a. auch darum, den bisherigen Prozess unter hohem Papierverbrauch neu aufzusetzen und papierlos zu gestalten.

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.

Auch 2019 wurden von uns unverändert keine Mittel in spekulative Geschäfte eingebracht, insbesondere im Bereich von Rohstoffen bzw. Lebensmitteln. Außerdem haben 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. Dies macht uns unabhängig von den Finanzmärkten. So können wir in unseren Investitionsentscheidungen einen langfristigen, nachhaltigen Ansatz verfolgen.

Ausblick:

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

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.

2019 hatten wir es uns als Ziel gesetzt, den Bereich Einkauf zentral zu organisieren und die Kartellrechtsschulungen weiterzuführen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Gezielte Abfrage der Kenntnis relevanter Compliance-Vorgaben im Rahmen der Internen Audits 2019.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Rahmen der internen Audits konnte die Kenntnis der Compliance-Vorgaben und deren konsequente Einhaltung bestätigt werden.

Ausblick:

- Regelmäßige Kartellrechtsschulung mindestens alle zwei Jahre.
- Jährliche Überprüfung verschiedener Unternehmensbereiche durch unabhängige Wirtschaftsprüfer.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Mit unserer Rothaus Erlebniswelt, der angeschlossenen Gastronomie sowie verbundenen Partnerschaften insbesondere in den vergangenen Jahren haben wir für eine kontinuierliche und nachhaltige Entwicklung des Tourismus in unserer Heimat gesorgt. So möchten wir mit unseren Maßnahmen dazu beitragen, die Attraktivität unserer Region zu stärken, die Übernachtungszahlen erhöhen und einen Mehrwert für Tourismusbetriebe, Hotellerie und Gastronomie erreichen.

Mit der 2019 getroffenen Entscheidung, die Erlebniswelt Rothaus zu erweitern, investieren wir weiterhin in den Standort und schaffen Mehrwerte für die Besucher. So sollte durch die Weiterentwicklung eine Optimierung der gegebenen Veranstaltungslocation für Firmen, private Feierlichkeiten aber auch Eigenveranstaltungen forciert werden.

Ebenso war für 2019 unser Ziel, das Portfolio unserer Brauereiführungen zu erweitern und die bisher erfolgreichen Nachhaltigkeitsführungen fortzuführen. Insgesamt kommt so die Strahlkraft der Maßnahmen und Aktivitäten der gesamten Region zugute, leistet einen relevanten Beitrag für Tourismus und stellt einen entscheidenden Wirtschaftsfaktor dar.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Durchführen von Großveranstaltungen wie den Rothaus Wintergrillen, Rothaus Mudiator, das Badische Oktoberfest oder das Food Truck Festival.
- Ausbau der Spezial-Brauereiführungen zum Thema Umwelt und Nachhaltigkeit.
- Ausbildung des Erlebniswelt-Personals zu Biersommeliers (Start; Ende Ausbildung erste Runde 2020)

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 2019 realisierten wir neue Formate wie das große Rothaus Wintergrillen ebenso wie sehr beliebte Wiederholungsveranstaltungen wie das Sportereignis für die ganze Familie, dem Rothaus Mudiator, das Internationale Food-Truck Festival, das nun bereits seit vielen Jahren einen ganz besonderen Besuchermagnet darstellt oder das Badische Oktoberfest, das mittlerweile auch außerhalb der unmittelbaren Heimatregion enorm an Strahlkraft gewonnen hat.
- Auch unsere Brauereiführungen erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit, so dass die Brauerei mit der Erlebniswelt Rothaus als Ausflugsziel für die meisten Hochschwarzwald-Urlauber nicht mehr wegzudenken ist. Zusammen mit dem neu gestalteten Museum „Zäpfle Heimat“, in dem die Geschichte der Brauerei und unsere Heimatregion Hochschwarzwald anschaulich und informativ für den Besucher dargestellt wird.
- Dazu haben wir mit der fachlich fundierten Ausbildung zum „Rothaus Biersommelier“ begonnen. Hierbei werden interessierte Mitarbeiter aus dem Brauereigasthof und der Brauerei durch Coachings und Seminare geschult. Sie werden in Zukunft ganz besondere Ansprechpartner für unsere Kunden und Gäste sein.

Ausblick:

- Für 2020 haben wir diesen Leitsatz 11 „Regionaler Mehrwert“ als Schwerpunktthema aufgegriffen.
- Um unsere Erlebniswelt Rothaus für unsere Gäste und Besucher noch attraktiver zu gestalten und uns im Sinne des Standortmarketings sowohl für den gesamten Hochschwarzwald als auch für steigende Übernachtungs- und Gästezahlen zu engagieren, werden wir im Laufe des Jahres 2020 Umbauarbeiten und Modernisierungen vornehmen. Auch die Möglichkeit, Unternehmen und Institutionen Tagungen auf dem Brauereigelände anzubieten, soll durch die Erweiterung und Renovierung der vorhandenen Räumlichkeiten erhöht werden. Daher wählen wir diesen Punkt als Schwerpunktthema für die nächste Berichterstattung, um ausführlich auf die Umbaumaßnahmen und deren Mehrwert eingehen zu können.
- Zudem sollen die Brauereiführungen noch attraktiver gestaltet werden. Die Gästeführer werden besonders geschult und darüber hinaus sollen weitere mögliche Führungsformate identifiziert und implementiert werden. Auch sollen verstärkt Synergien im Rahmen von Partnerschaften effizienter genutzt werden, beispielsweise eine intensiviertere Zusammenarbeit mit dem Bereich Sponsoring. In diesem Zusammenhang können z.B. Brauereiführungen beworben oder besondere Aktionen wie Ausflüge für Vereine umgesetzt werden.

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 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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Als Ziel für 2019 hatten wir uns gesetzt, das betriebliche Vorschlagswesen in der anstehenden Betriebsversammlung prominent darzustellen, in diesem Rahmen innerhalb eines Fachvortrags für das Thema zu sensibilisieren und in der neuen Zeitung für Mitarbeiter darüber zu informieren.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Implementierung in die Mitarbeitergespräche: Vorgesetzte und Mitarbeiter sprechen regelmäßig über Verbesserungsvorschläge.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Auf der Betriebsversammlung in 2019 ist ein Aufruf zur regen Beteiligung an alle Mitarbeiter durch den Alleinvorstand erfolgt. Auch fand auf der Betriebsversammlung 2019 auf Vorschlag des Betriebsrats ein Fachvortrag von Peter Brandl zum Thema Fehlerkultur statt: „Warum Piloten versagen und Unternehmen Fehler machen.“

Ausblick:

- Am Verbesserungsvorschlagswesen halten wir nach wie vor fest und forcieren dieses über den Aufruf zur Beteiligung durch den Vorstand im Rahmen der Betriebsversammlung 2020 sowie über Informationen in unserer Zeitung für Mitarbeiter.
- Um die Sensibilität aller Mitarbeiter noch weiter zu erhöhen, wird es auch auf der Betriebsversammlung 2020 einen Fachvortrag für alle Mitarbeiter geben, der sich mit dem Thema Digitalisierung beschäftigt und so zum verstärkten Einbringen ins betriebliche Vorschlagswesen animieren soll.

6. Unser WIN!-Projekt

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

RÜCKBLICK

Bisher wurde die Bergwacht Schwarzwald e.V. von uns gefördert, Wie auch in den Vorjahren werden wir dieses Engagement fortsetzen und die Bergwacht auch weiterhin bei unseren Veranstaltungen hinzuziehen. 2019 war die Bergwacht beispielsweise mit einem eigenen Stand bei unserem Food Truck Festival mit über 20.000 Besucher vertreten um nicht nur für die Sicherheit der Gäste zu sorgen, sondern gleichzeitig über ihre wertvolle Arbeit zu informieren und Interesse für ihren Verein zu generieren.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Initiative gegen Insektensterben

Unsere Brauerei hat ihren Standort mitten in der Natur im Hochschwarzwald, fernab von großflächig betriebener Landwirtschaft oder Industrie. Wir schätzen unsere Natur und sind dankbar für die Quellen, die uns die Grundlage für unsere Produkte geben. Als Hersteller reiner Naturprodukte haben wir größtes Interesse an der Bewahrung unserer Umwelt und fühlen uns einem nachhaltigen Wirtschaften seit jeher verpflichtet. Dazu gehört auch die Stärkung und der Schutz der umliegenden Flächen des weitläufigen Brauereigeländes.

Für das Gleichgewicht der Ökosysteme sind Insekten unentbehrlich. In den letzten Jahrzehnten gehen ihre Bestände allerdings dramatisch zurück.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

2019 ging es um die Installation von mehreren Insektenhotels, Nistkästen und das Vergrößern der Flächen für Blühwiesen. In diesem Zusammenhang wird mit dem NABU, Ortsgruppe Grafenhausen zusammengearbeitet, der teilweise an den Projekten mitwirkt und mit ihrer Expertise zur Seite steht.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

2019 wurden daher zunächst mehrere Insektenhotels erbaut und errichtet. Der NABU Grafenhausen sorgte eigenhändig für das geeignete Innenleben. Ein Rothaus-Mitarbeiter, gleichzeitig NABU-Vorstand Grafenhausen, trug dabei einen großen Teil zum Entstehen der Hotels bei. Bereits kurz nach Installation der Hotels wurden fünf verschiedene Insektenarten gesichtet. Auf dem Gelände gibt es insgesamt drei Hotels sowie einen Nistkasten für Falken sowie zahlreiche Nistkästen für andere Vogelarten. Auf dem Brauereigelände existiert knapp ein Hektar Blühwiesen, die eine weitere Grundlage für die Insektenvielfalt darstellen.

UNSER WIN!-PROJEKT

AUSBLICK

2020 wollen wir sowohl den Anteil an Blühwiesen sowie unsere Bestrebungen in Sachen Insektenhalt ausbauen. Dazu werden wir weitere 10% an Flächen zur nachhaltigen Begrünung erschließen sowie mindestens drei weitere Insektenhotels und Nistkästen installieren.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Jennifer Maurer

Leiterin PR und interne Kommunikation

Telefon: +49 7748 522 1410

Email: jennifer.maurer@rothaus.de

Impressum

Herausgegeben am 31.01.2020 von

Badische Staatsbrauerei Rothaus AG

Telefon: +49 7748 522 0

Fax: +49 7748 522 79

E-Mail: info@rothaus.de

Internet: www.rothaus.de

