NACHHALTIGKEITSBERICHT

Hopsteiner®

DEM BRAUER VERPFLICHTET.

Bewusstsein für Nachhaltigkeit

Zahlreiche unterschiedliche Einflüsse und Entwicklungen prägen das Leben in unserer modernen Welt. Die Auswirkungen sind global und stehen in engem Zusammenhang mit den Themen der Nachhaltigkeit.
Die wachsende Weltbevölkerung und die zunehmende Urbanisierung verlangen unter anderem solide und dynamische Versorgungskonzepte mit Energie, Wasser und sicheren Lebensmitteln. Dazu gehört es, unsere Ressourcen so sinnvoll wie möglich einzusetzen und mit Bedacht zu verbrauchen, um auch den nachfolgenden Generationen ihr Auskommen in einem lebenswerten Umfeld zu sichern. Diese Gesellschaftsaufgabe verlangt, dass alle Beteiligten ihre eigenen Aktivitäten hinterfragen und ständig nach neuen Wegen zur Schonung unserer Ressourcen suchen.

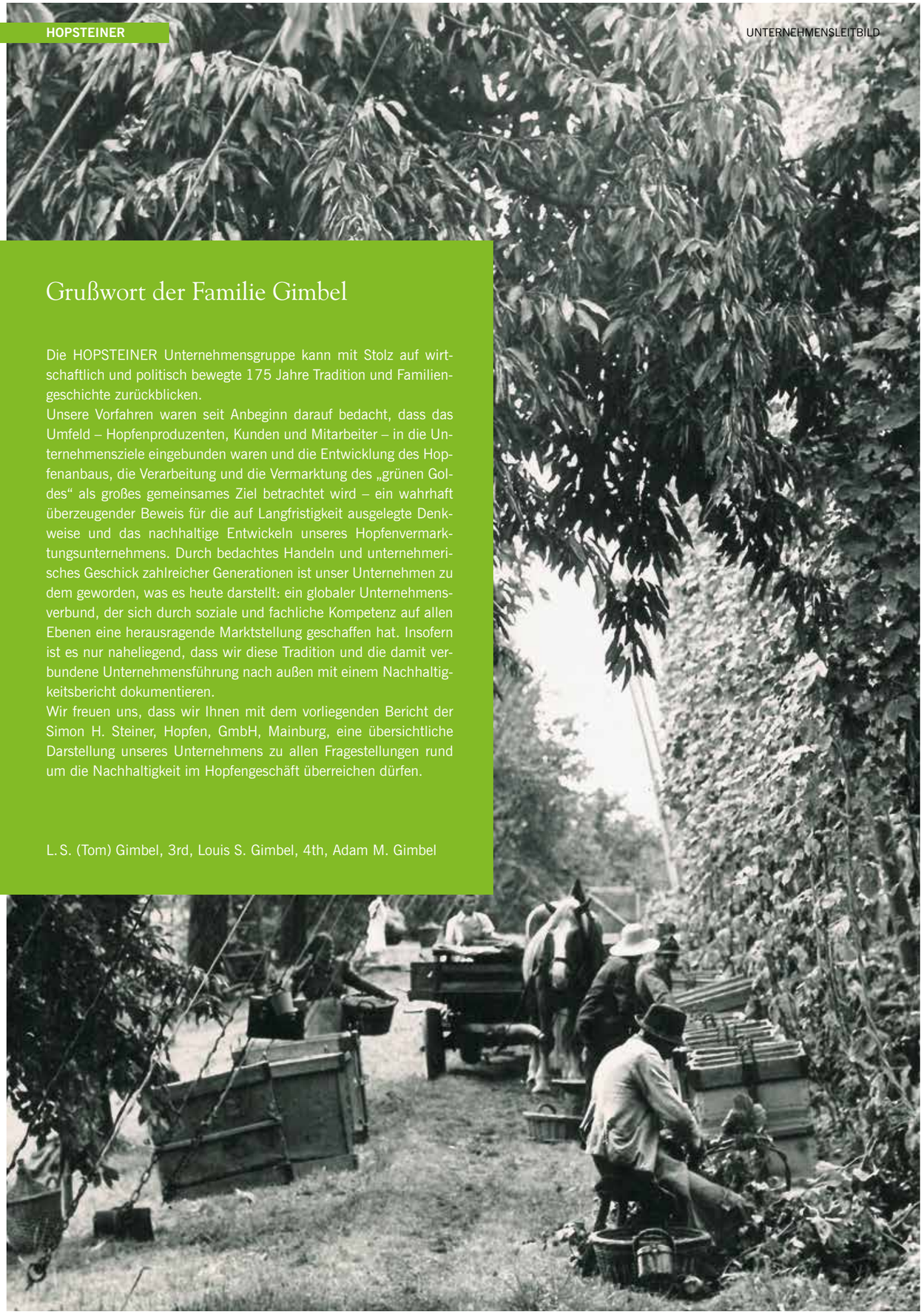
Diese Grundsätze gelten sowohl im Hopfenanbau wie auch in der Vermarktung und Verarbeitung des Rohstoffes.
Wir als eine der weltweit führenden Unternehmensgruppen in der Hopfenwirtschaft sind uns bewusst, dass wir in diesem Nachhaltigkeitsrahmen eine wichtige Rolle haben und demnach unser Handeln ökonomisch, ökologisch und sozial verträglich ausgerichtet sein muss.
Außerdem wollen wir sowohl unsere Kunden als auch unsere Lieferanten in die Verantwortung miteinbeziehen und stehen daher gerne für Fragen zur Nachhaltigkeit in der Hopfenwirtschaft zur Verfügung.
Wir haben uns bei den Initiativen EcoVadis und Sedex registriert, um unsere relevanten Aktivitäten transparent darzustellen.

1	Werte & Management	Unternehmensleitbild	Seite 6–7
		Code of Conduct	Seite 8–9
2	Unternehmen	Produkte	Seite 12–15
		Märkte	Seite 16–19
		Unternehmensstruktur	Seite 20–21
		Governance Structure	Seite 22–23
		Lieferkette	Seite 24–27
3	Umfeld & Rahmen	Einbindung der Stakeholder	Seite 30–31
		Wesentlichkeitsbetrachtung	Seite 32–33
		Einflüsse, Chancen & Risiken	Seite 34–35
4	Kriterien der Nachhaltigkeit	Ökonomie & Produkte	Seite 38–45
		Umwelt	Seite 46–49
		Mitarbeiter & Gesellschaft	Seite 50–53
		Zum Bericht	Seite 54–55
5	Rahmendaten	GRI-Inhaltsindex	Seite 58–61
		Impressum	Seite 62

Hopsteiner
DEM BRAUER VERPFLICHTET.

1 | Werte & Management

Unternehmensleitbild Seite 6–7
Code of Conduct Seite 8–9



Grußwort der Familie Gimbel

Die HOPSTEINER Unternehmensgruppe kann mit Stolz auf wirtschaftlich und politisch bewegte 175 Jahre Tradition und Familiengeschichte zurückblicken.
Unsere Vorfahren waren seit Anbeginn darauf bedacht, dass das Umfeld – Hopfenproduzenten, Kunden und Mitarbeiter – in die Unternehmensziele eingebunden waren und die Entwicklung des Hopfenanbaus, die Verarbeitung und die Vermarktung des „grünen Goldes“ als großes gemeinsames Ziel betrachtet wird – ein wahrhaft überzeugender Beweis für die auf Langfristigkeit ausgelegte Denkweise und das nachhaltige Entwickeln unseres Hopfenvermarktungsunternehmens. Durch bedachtes Handeln und unternehmerisches Geschick zahlreicher Generationen ist unser Unternehmen zu dem geworden, was es heute darstellt: ein globaler Unternehmensverbund, der sich durch soziale und fachliche Kompetenz auf allen Ebenen eine herausragende Marktstellung geschaffen hat. Insofern ist es nur naheliegend, dass wir diese Tradition und die damit verbundene Unternehmensführung nach außen mit einem Nachhaltigkeitsbericht dokumentieren.
Wir freuen uns, dass wir Ihnen mit dem vorliegenden Bericht der Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH, Mainburg, eine übersichtliche Darstellung unseres Unternehmens zu allen Fragestellungen rund um die Nachhaltigkeit im Hopfengeschäft überreichen dürfen.

L. S. (Tom) Gimbel, 3rd, Louis S. Gimbel, 4th, Adam M. Gimbel

Sehr geehrte Damen und Herren, sehr geehrte Geschäftspartner,

Kontinuität sowie ein auf langfristigen Erfolg ausgelegtes Handeln sind wichtige Elemente einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. Auf dieser Basis hat sich die Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH in den vergangenen rund 175 Jahren zu einem der führenden Hopfenhandelshäuser weltweit entwickelt und ist heute Garant für Qualität und Zuverlässigkeit.
Unsere wichtigsten Ressourcen sind unsere Mitarbeiter, denen wir vertrauen und deren fachliche und persönliche Kompetenz die Basis unseres Erfolgs ist. Im Umgang mit unseren Hopfenproduzenten, Lieferanten und Kunden setzen wir auf langfristige Bindung. Die Grundlagen unseres Handelns haben wir in einem Code of Conduct zusammengefasst, den wir allen Mitarbeitern und Lieferanten zugänglich gemacht haben (Näheres hierzu finden Sie auf Seite 9).

In all unseren Anlagen achten wir bei jedem Schritt darauf, dass unsere Produkte und Prozesse allen Anforderungen an ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit entsprechen. Dies betrifft hohe Qualitätsstandards von der Beschaffung der Rohware über die Verarbeitung bis hin zur Zertifizierung der Endprodukte.

Unser ambitioniertes Sortenzüchtungsprogramm leistet einen Beitrag zur Weiterentwicklung krankheitsresistenter Hopfensorten und trägt damit zur Reduzierung bei der Anwendung von Pflanzenschutzmitteln bei. Im Fokus stehen dabei auch Ertragsverbesserungen und innovative Sorten für neue Geschmacksprofile im Bier. Damit wird „gelebte“ Nachhaltigkeit, wie sie schon seit Jahrzehnten aus verantwortungsvollem und unternehmerischem Handeln praktiziert wird, messbar und vergleichbar.

Wir wenden die vierte Version (G4) der weithin verbreiteten und akzeptierten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) für unsere Berichterstattung an.
Wir entsprechen auf diese Weise dem Informationsbedürfnis unserer Geschäftspartner in einem transparenten und nachvollziehbaren Rahmen.

Joachim Gehde
Geschäftsleitung

Pascal Piroué
Geschäftsleitung

„Dem Gleichgewicht aus ökonomischen, ökologischen und sozialen Faktoren wird besonders in der Lebensmittelbranche hohe Aufmerksamkeit gewidmet.“

„Code of Conduct.“

Unsere Leitlinien für Mitarbeiter

Alle Mitarbeiter der HOPSTEINER Unternehmensgruppe bilden eine Gemeinschaft und treten sowohl nach innen als auch nach außen mit einem gemeinsamen Verständnis für Werte und Prinzipien auf. Dies schafft ein partnerschaftliches Verhältnis, bei dem unsere Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter sowie deren Umfeld miteinbezogen werden.
Wir pflegen eine respektvolle und faire Kommunikation und unterlassen jegliche diskriminierenden und beleidigenden Äußerungen und Wertungen sowie Belästigungen. Als selbstverständlich sehen wir die Einhaltung aller Konventionen und geltender Gesetze zum Schutz der Menschenrechte sowie die Prinzipien des United Nations Global Compact bzw. die Richtlinien der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO).
In allen Märkten berücksichtigen wir die ethischen Werte und das Selbstverständnis der einheimischen Geschäftspartner und respektieren deren individuelle kulturspezifischen Gepflogenheiten.

VERANTWORTUNGSVOLL HANDELN IST UNSERE SICHERE GRUNDLAGE

Wir halten alle gesetzlichen Regelungen an unseren Produktionsstandorten ein und fordern dies auch von unseren Partnern und Lieferanten. Dies umfasst auch die Einhaltung von jeweils geltenden Zoll- und Exportkontrollgesetzen.
Wir lehnen jede Form von Korruption ab sowie sämtliche Aktivitäten, welche die geltenden gesetzlichen Bestimmungen gegen Geldwäsche verletzen.
Fairness im Wettbewerb ist für uns unabdingbar, das heißt, wettbewerbswidrige Absprachen und ein möglicher Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung entsprechen nicht der Geschäftspolitik der HOPSTEINER Unternehmensgruppe und deren Geschäftspartner.

KLARE VERHALTENSWEISEN GARANTIEREN ZUVERLÄSSIGE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN

Unsere Entscheidungen bzw. alle Einkaufs-/Verkaufsaktivitäten basieren stets auf sachlichen Kriterien und sind nicht von persönlichen Interessen beeinflusst. Diese hohe Transparenz bezieht sich auch auf den Umgang mit Geschenken. Wir lehnen die Annahme und Gewährung von Anreizen finanzieller oder materieller Art grundsätzlich ab. Keinesfalls werden Geschenke oder sonstige Vorteile von uns erbeten oder deren Entgegennahme toleriert.
Geschenke von Geschäftspartnern und Vorteile anderer Art, die uns durch Geschäftspartner angeboten oder zugänglich gemacht werden und über ein übliches Maß des Ausdrucks von Gastfreundschaft hinausgehen, sind grundsätzlich abzulehnen. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Geschenke eine Geschäftsbeziehung in unzulässiger Weise beeinflussen oder sie die Gefahr mit sich bringen, dass die professionelle Neutralität angegriffen wird. Im Zweifelsfall ist die Geschäftsleitung zu informieren, um bei eventuellen Verstößen entsprechende Sanktionen ergreifen zu können.

NACHVOLLZIEHBARE GESCHÄFTSPROZESSE BRINGEN HOHES VERTRAUEN

Jeder Geschäftsprozess muss nachvollziehbar dokumentiert und gemäß den allgemein verbindlichen Regeln eines geordneten Geschäftsbetriebs durchgeführt werden. Alle Kontakte mit unseren internen und externen Partnern sind transparent und nachvollziehbar. Dadurch stellen wir sicher, dass Leistungen von Beratern, Agenten oder Vermittlern im Einklang mit gesetzlichen Regelungen honoriert werden. Informelle Absprachen ohne Dokumentation haben somit keinerlei Verbindlichkeit und werden als nicht existierend betrachtet.
Wir respektieren die Vertraulichkeit von Informationen und Geschäftsgeheimnissen und verwenden entsprechende Daten nur im Innenverhältnis für die Abwicklung des beiderseitigen Geschäftskontakts bzw. Arbeitsverhältnisses. Die Respektierung der Vertraulichkeit von Informationen und Geschäftsgeheimnissen ist grundlegender Bestandteil unserer Geschäftsbeziehungen.
Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass sie die geltenden Gesetze zum Schutz personenbezogener Daten beachten und anwenden.

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN SICHERT UNSEREN ERFOLG

Wir verarbeiten Naturstoffe und sichern dieses Geschäftskonzept langfristig. Daher bestehen wir in jeder Verarbeitungsstufe unserer Produkte auf einem verantwortungsvollen Umgang mit Rohstoffen und Ressourcen und halten zudem unsere Lieferanten an, dies in gleichem Maße zu verfolgen.
Wir optimieren unseren Ressourcenverbrauch durch effiziente Produktionsprozesse und arbeiten stets daran, den Verbrauch von Hilfs- und Betriebsstoffen zu optimieren bzw. zu reduzieren. Auch bei unseren Zulieferern unterstützen wir das umweltbewusste Denken in der Produktion und fördern mögliche schonende Produktions- und Ernteverfahren.

In ähnlicher Weise haben wir Handlungsgrundlagen für unsere Lieferanten formuliert, die Bestandteil eines Vertrags mit Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH werden. Somit gelten die Festlegungen zu einwandfreiem Handeln auch zu 100 Prozent für unsere Lieferantenbeziehungen.

2 | Unternehmen

Produkte	Seite 12–15
Märkte	Seite 16–19
Unternehmensstruktur	Seite 20–21
Governance Structure	Seite 22–23
Lieferkette	Seite 24–27

„Wir leben die Faszination Hopfen.“

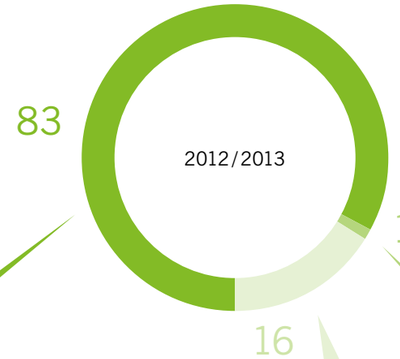
Hopfen ist unsere Passion

Unsere Begeisterung gilt dem Hopfen. Wir erzeugen hochwertige und innovative Hopfenprodukte für die globale Brauwirtschaft und verschiedenste Anwendungsgebiete in anderen Branchen.
Durch unsere Präsenz in allen wichtigen Anbauregionen der Welt verfügen wir über ein weltweites Netzwerk hochmoderner Verarbeitungsanlagen und Vertriebsbüros. So halten wir engen Kontakt zu unseren Geschäftspartnern – insbesondere unseren Lieferanten und Kunden. Besonders wichtig ist uns dabei die umfassende brautechnologische Beratung durch unsere Experten auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette.

Respekt und Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern und Geschäftspartnern sind die Grundlage unseres Handelns. Wir pflanzen, produzieren, handeln, beraten und forschen ganzheitlich im Sinne der Nachhaltigkeit und eines langfristigen Erfolges. Unseren Kunden und Lieferanten stehen wir mit unserer Erfahrung und unserer Innovationskraft zur Seite. Unser Erfolg basiert vor allem auf der Leistung unserer Mitarbeiter, die sich für unsere Ziele engagieren und denen wir ein flexibles und inspirierendes betriebliches Umfeld bieten.

Die HOPSTEINER Unternehmensgruppe bietet Hopfenprodukte in den unterschiedlichsten Verarbeitungsformen. Alle Veredelungsschritte erfolgen in eigenen Werken und werden durch unsere Qualitätskontrolle lückenlos überwacht.

ANTEILE DER PRODUKTE AM UMSATZERLÖS (%)



KONVENTIONELLE PRODUKTE

- Rohhopfen
- Pellets Typ 90
  Pellets Typ 45
- Extrakte
  Ethanol-Extrakt
  CO_2-Extrakt

ISOMERISIERTE PRODUKTE

Kettle-Produkte
- Iso-Pellets
- Isomerisierter Kettle-Extrakt

Downstream-Produkte
- Iso-Extrakt
- Reduzierte Iso-Extrakte

SPEZIELLE PRODUKTE

- Hopfenöle
  Aromaextrakt
- Lichtstabiler Kettle-Extrakt
  AlphaExtrakt
- Xanthohumol-/
  Polyphenol-Produkte

KONVENTIONELLE PRODUKTE

Konventionelle Hopfenprodukte basieren auf einer naturbelassenen Aufbereitung des Rohhopfens. Der geringste Anteil der Produktpalette entfällt auf Hopfendolden, der nur in wenigen Brauereien unverarbeitet eingesetzt wird. Durch die Verarbeitung des Rohhopfens zu Pellets verschiedener Bitterstoffgehalte (Typ 90/45) werden die wertgebenden Inhaltsstoffe des Hopfens homogenisiert, standardisiert und in kontinuierlich gleicher Qualität für den Brauprozess verfügbar gemacht. Dazu kommt eine deutlich einfachere Handhabung der Lagerung im Vergleich zu Rohhopfen, da das Volumen der Pellets Typ 90 etwa 75 Prozent und das Volumen des Typ 45 sogar um über 80 Prozent geringer ist als die vergleichbare Menge Rohhopfen. Pellets werden in eine licht- und gasdichte Folienverpackung sowie eine Sekundärverpackung aus Karton gepackt.
Auch die Ethanol- und CO_2-Extrakte bieten in Bezug auf das Lagervolumen und die Produkteigenschaften deutliche Vorteile. In der CO_2-Extraktion und der Ethanol-Extraktion lassen sich unterschiedliche Substanzgruppen des Hopfens herauslösen und homogenisiert als Extrakt im Brauprozess einsetzen.
Die Wahl des Extraktionsverfahrens richtet sich danach, welche Stoffgruppen des Hopfens im Extrakt enthalten sein sollen. Das Extraktionsverfahren mit überkritischem CO_2 löst die Bitter- und Aromastoffe aus dem Hopfen. Die Herstellung von Ethanol-Extrakt basiert auf der Gewinnung einer alkoholischen Lösung mittels eines Karussellextrakteurs und einer anschließenden schonenden Abdampfung des Alkohols.
HOPSTEINER bietet als einziges Unternehmen in der Branche die Ethanol-Extraktion in einer großtechnischen Anlage mit einer Kapazität von 1,5 bis 1,8 Tonnen Rohhopfen pro Stunde an. Die Brauereien erhalten im gelieferten Ethanol-Extrakt die Gesamtheit der Bitter- und Aromastoffe der sortentypischen Zusammensetzung. Die Extrakte werden in Dosen oder Großgebinde abgefüllt, letztere eignen sich zum Einsatz für automatische Dosieranlagen.

ISOMERISIERTE PRODUKTE

Durch Zugabe von Magnesiumoxid (MgO) bei der Pelletherstellung und einer nachgelagerten Wärmebehandlung (50 °C) von 10 bis 14 Tagen erfolgt eine Isomerisierung der Alphasäuren im Hopfenprodukt. CO_2-Extrakt wird mittels $MgSO_4$ bei einer Temperatur von 70 bis 80 °C innerhalb 1–2 Stunden isomerisiert.
Diese Iso-Produkte sind als Kettle-Produkte für den Einsatz im Sudhaus vorgesehen oder können nach weiterer Fraktionierung als Downstream-Produkte im Kaltbereich der Bierherstellung verwendet werden. Mit Iso-Produkten lassen sich beispielsweise die Bierbittere intensivieren oder eine verbesserte Licht- und/oder Schaumstabilität sowie eine effiziente Ausnutzung der eingesetzten Hopfenprodukte erzielen.

SPEZIELLE PRODUKTE

Neben den Hopfenprodukten zum Einsatz in der Brauerei stellen wir aus dem natürlichen Rohstoff Hopfen noch eine Reihe anderer Öle und Extrakte her, die ein weit über die Brauerei hinausgehendes Anwendungsspektrum haben. Diese Produkte verfügen über aromatisierende, selektiv antibakterielle oder stark antioxidative Wirkungen. Sie werden als Prozesshilfsmittel in industriellen Gärungsprozessen, als natürliche Aromen in Lebens- und Futtermitteln und als Antioxidantien zum Beispiel in Kosmetika eingesetzt. Darüber hinaus ist Hopfen seit Langem als Arzneipflanze mit traditionellen Anwendungen bekannt. Wir sind in der Lage, mit eigener Technologie das in den letzten Jahren stark erforschte Hopfenpolyphenol Xanthohumol in verschiedenen Spezifikationen anzubieten.

NATÜRLICHE HOPFENÖLE FÜR DIE BIERHERSTELLUNG

Die Gewinnung von sortenreinen Hopfenölen aus Pellets bietet eine zusätzliche Option für die Hopfengabe im Brauprozess. Durch den platzsparenden und effizienten Hopfen-Einsatz lässt sich die Nachhaltigkeit weiter verbessern, ohne dass dies mit Auswirkungen in technologischen Abläufen oder sensorischer Wahrnehmung verbunden wäre. Grundlage dafür ist die Destillation von Hopfenöl aus Hopfenpellets einer bestimmten Sorte. Bei der Öldestillation werden aus 5 Kilogramm Hopfenpellets (Volumen: ca. 10 Liter) etwa 50 Milliliter Hopfenöl gewonnen. Damit liegt das Volumen des Hopfenprodukts bei etwa 0,5 Prozent im Vergleich zur entsprechenden Pelletmenge. Der Platzbedarf für Transport und Lagerung wird somit deutlich verringert.

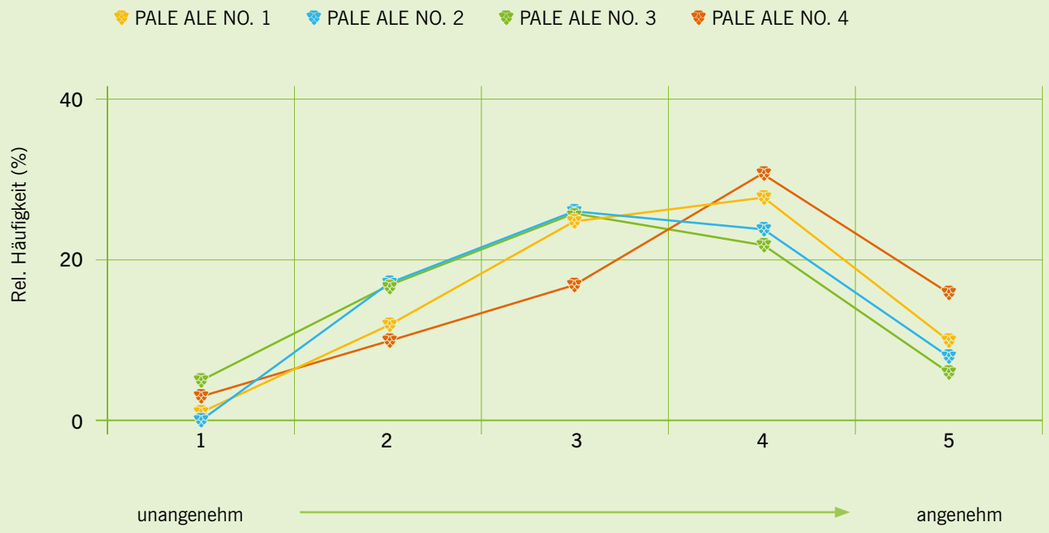
Mit diesem alternativen Hopfenprodukt wurde der Nachhaltigkeitsgedanke bei der Veredelung von Hopfen in eine neue Bahn gelenkt und des Weiteren wurden andere Optionen für eine komfortable und individuelle Hopfengabe geschaffen.

Im Rahmen der Fachmesse drinktec 2013 führten wir mit über 750 Testpersonen ein breit angelegtes Panel zur Wahrnehmung von Hopfenaroma im Bier durch. Die Verkostungsergebnisse haben eindeutig gezeigt, dass das Pale Ale No. 4 (siehe Grafiken Seite 15), bei dem die Hopfengabe mittels Hopfenöl erfolgte, eine hohe Akzeptanz hervorrief. Bei diesem Versuch stellte sich heraus, dass die eingesetzte US-Sorte Bravo sowohl bei der Hopfung mit Pellets als auch bei der Hopfengabe mit reinem Hopfenöl das gleiche Aromaprofil ergab, wenngleich der Gesamteindruck unterschiedlich war. Dies bedeutet, dass es nicht nur auf die Sortenwahl ankommt, sondern auch auf die verschiedenen Produktformen (Pellets, Hopfenöl), die bei der Kalthopfung eingesetzt werden können. In diesem Panel hatte die Verwendung von Hopfenöl beim Dry Hopping in Hinsicht auf Bittere, Aroma sowie Gesamteindruck am besten abgeschnitten.

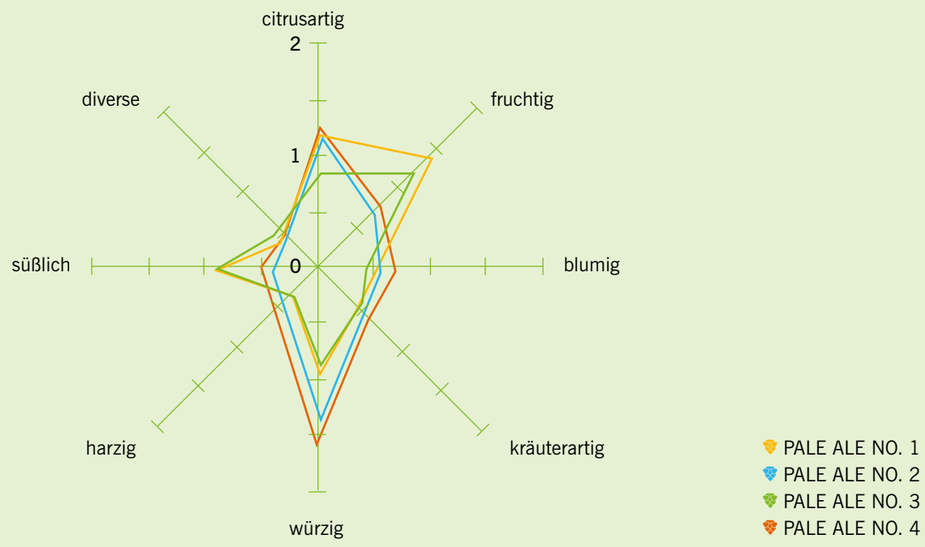
HOPFENGABE DER TESTBIERE IM VERKOSTUNGSVERSUCH

	SORTE	PRODUKT	MENGE
PALE ALE NO. 1	Mandarina Bavaria	Pellet Typ 90	300g/hl
PALE ALE NO. 2	Bravo	Pellet Typ 90	300g/hl
PALE ALE NO. 3	Smaragd	Pellet Typ 90	300g/hl
PALE ALE NO. 4	Bravo	Hopfenöl Typ Dry	2,4g/hl (unverdünnt)

BEWERTUNG DES GESAMTEINDRUCKS DER TESTBIERE



INTENSITÄT DER AROMAEINDRÜCKE AUS DEM VERKOSTUNGSPANEL



Das weltweite Netz der HOPSTEINER Gruppe

EPPING, UK
Steiner Hops Limited, Epping

Einkauf und Verkauf

ZATEC, TSCHECHIEN
Zatec Hop Company, Praha

Einkauf und Verkauf

Berichtsrahmen

JIUQUAN, CHINA

Hopfenanbau, Einkauf, Verarbeitung, Lager

WASHINGTON, OREGON UND IDAHO, USA
S. S. Steiner Inc. Yakima

Hopfenanbau, Einkauf, Verarbeitung und Lager

NEW YORK, USA
S. S. Steiner Inc., New York

Firmensitz, Verkauf

ZHUHAI, CHINA
HOPSTEINER Trdg. (Zhuhai) Co., Ltd. Zhuhai (Guangdong)

Hauptbüro, Verkauf

HALLERTAU, ELBE-SAALE UND TETTNANG, DEUTSCHLAND
Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH, Mainburg

Einkauf, Verarbeitung, Lager und Verkauf

Berichtsrahmen

ZHYTOMIR, UKRAINE
TOV HOPSTEINER, Spilka, Zhytomir

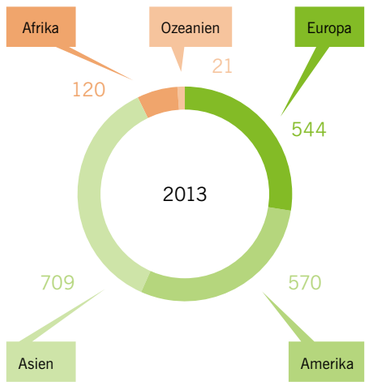
Hopfenanbau, Einkauf, Verarbeitung, Lager und Verkauf

Berichtsrahmen

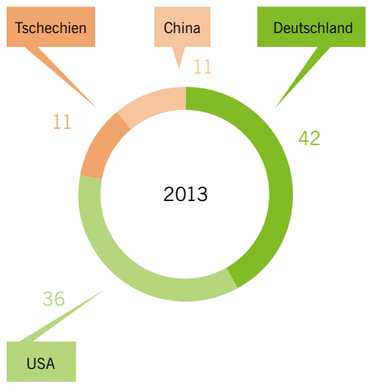
Weltweites Netz

Die im Unternehmen hergestellten Hopfenprodukte finden zu über 95 Prozent in der Brauwirtschaft Verwendung – unter 5 Prozent werden heute wegen ihrer antioxidativen und antibakteriellen Wirkung auch in anderen Industrien eingesetzt.
Ebenso gewinnt der Hopfen aufgrund seiner gesundheitsfördernden Inhaltsstoffe, wie zum Beispiel dem Xanthohumol, bei pharmazeutischen Anwendungen zunehmend an Bedeutung.
Dadurch beliefert HOPSTEINER einen internationalen Kundenkreis, der sowohl Konzerne als auch mittelständische und kleine Unternehmen auf allen Kontinenten umfasst.
Aufgrund der speziellen Anforderungen der Hopfenpflanze an Klima und Boden kommen nur wenige Regionen für den Hopfenanbau in Frage. Die weltweit größten Hopfenerzeugerländer sind Deutschland, USA, China und Tschechien, die etwa 85 Prozent der Alphasäureproduktion abdecken.
Entsprechend ist unsere Unternehmensgruppe in den bedeutenden Anbauregionen weltweit präsent, um möglichst lokal eine qualitativ hochwertige Verarbeitung und Lagerung des Hopfens zu gewährleisten.
In Abstimmung mit dem Hauptsitz in New York leitet die Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH alle Vermarktungs- und Verarbeitungsaktivitäten in Europa von ihrem Hauptsitz in Mainburg, Deutschland, aus. Die verbundenen Unternehmen in den verschiedenen Ländern unterstützen dabei den Einkauf, die Logistik und die Vermarktung in den jeweiligen Regionen.

BIERERZEUGUNG WELTWEIT (MIO. HL)



AUFTEILUNG DER ANBAUFLÄCHEN IN DEN HAUPTANBAULÄNDERN (%)



Hopfenanwendung außerhalb der Braubranche

DIE VIELFALT DES HOPFENS

Hopfen wird von den meisten Menschen ausschließlich mit Bier assoziiert – und tatsächlich wurde Hopfen in den vergangenen Jahrhunderten überwiegend zum Würzen von Bier verwendet. Daneben wissen Verbraucher oft auch, dass Hopfen beruhigend wirkt und das Einschlafen erleichtert.
In den vergangenen Jahren haben sich aber – weitgehend unbemerkt von der Öffentlichkeit – komplett neue Nutzungspotenziale für Hopfen herausgebildet. Dies geschah teilweise durch die systematische Nutzung schon älterer Beobachtungen, teilweise durch vertiefte Forschung zur Gewinnung neuer Erkenntnisse. Hieraus haben sich dann mit der Zeit vielfältige neue Anwendungen für Hopfen und einzelne Hopfenfraktionen ergeben, welche durch HOPSTEINER aktiv genutzt werden. Diese Einsatzmöglichkeiten kommen heute in den unterschiedlichsten Branchen jenseits der Bierbrauerei zum Tragen.

HOPFEN IN MEDIZIN UND KOSMETIK

Unterschiedlichen Hopfeninhaltsstoffen werden verschiedene heilende Wirkungen zugeordnet, die zu einem großen Teil von wissenschaftlichen Studien gestützt werden.
So wirken die Bitterstoffe (Alpha- und Betasäuren) stark antibakteriell gegen grampositive Bakterien wie zum Beispiel Tuberkelbakterien oder Helicobacter pylori, die mitverursachend für Gastritis und Magen-Darm-Geschwüre sind. Weiterhin sind diese Bitterstoffe sehr wirksam gegen einige dermatologische Keime, wie zum Beispiel die Erreger der Akne.
Den Hopfen-Polyphenolen werden verschiedenste positive Wirkungen zugeordnet; so wird ihnen eine Stärkung des Immunsystems, infektions- und entzündungshemmende Wirkung, prophylaktische Wirkung gegen Herz- und Kreislauferkrankungen und Diabetes („metabolisches Syndrom“) und schließlich auch eine Senkung des Krebsrisikos zugesprochen. Eine besondere Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang dem stark antioxidativen Xanthohumol (HOPSTEINER Xantho-Flav™) zu, einem in den letzten Jahren intensiv erforschten Hopfen-Prenylflavonoid.

HOPFEN IN DER BIOTECHNOLOGIE

Die antibakteriellen Eigenschaften von Hopfen sind schon seit Jahrhunderten bekannt. Diese werden heute gern zur Stabilisierung von Gärungsprozessen in der Biotechnologie eingesetzt. Ob es um die Produktion zum Beispiel von Bioethanol, Enzymen oder Hefen geht, unsere Produkte HOPSTEINER Beta Bio und HOPSTEINER Iso-Extrakt schützen und stabilisieren solche Prozesse zuverlässig und können häufig Antibiotika oder Chemikalien ersetzen.

HOPFEN IN DER LEBENSMITTELINDUSTRIE

Hopfenextrakte werden in der Lebensmittelindustrie zunehmend als Aromen eingesetzt. Neben der gewünschten sensorischen Wirkung der darin enthaltenen ätherischen Öle verhindern die Bitterstoffe auch das Wachstum grampositiver Lebensmittelschädlinge und dienen somit indirekt auch der Lebensmittelsicherheit.

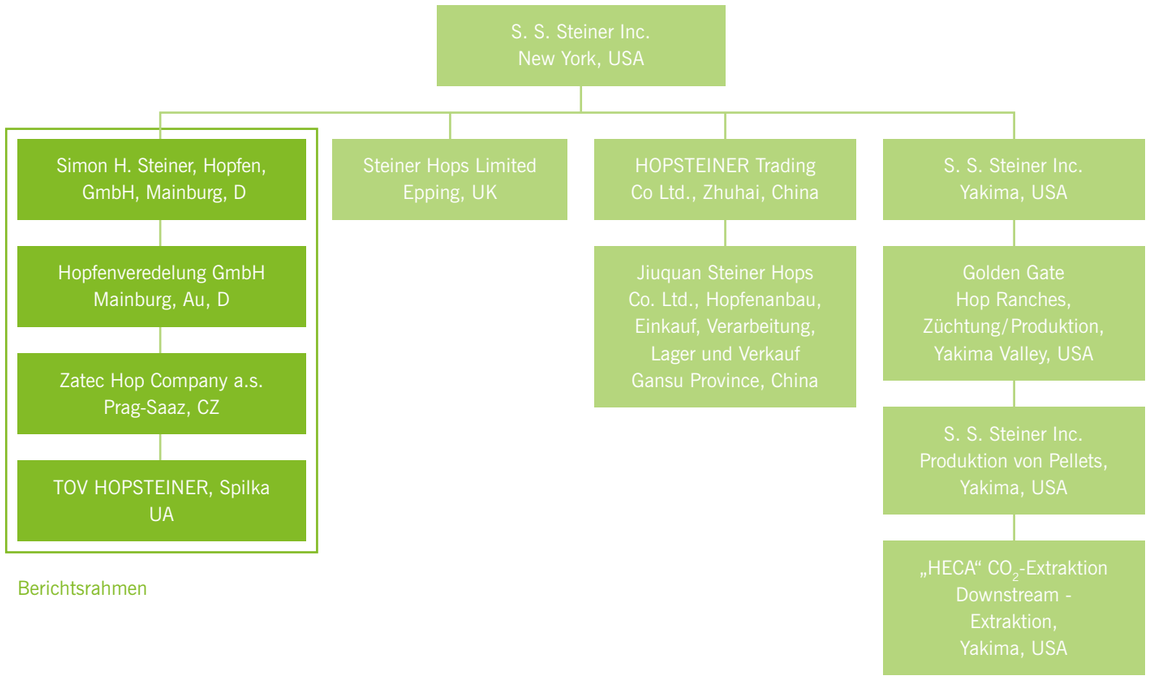
HOPFEN IN DER FUTTERMITTELINDUSTRIE

Auch in Futtermitteln hat der Hopfen inzwischen eine gewisse Tradition. Das Hopfenaroma wird von verschieden Tieren gern angenommen und wirkt z.T. appetitanregend. Darüber hinaus werden positive Effekte auf den Magen-Darm-Trakt von Tieren berichtet.

DIE REISE GEHT WEITER …

Neben den traditionellen Anwendungsfeldern tun sich immer wieder neue Anwendungen auf, die erforscht werden. Unser F&E-Bereich wirkt hierbei aktiv mit und unterstützt die Forschungsarbeit von Universitäten und Forschungsinstituten mit ihrem Anwendungswissen, der Analytik und natürlich unseren Produkten.

„Hopfenhandel in erfahrenen Händen.“



Berichtsrahmen

Solides Fundament

Die Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der S. S. Steiner Inc., New York, USA.
Dieser Nachhaltigkeitsbericht informiert über alle Aktivitäten der deutschen Gesellschaft und ihrer direkt verbundenen Unternehmen (Produktionsstandorte der Hallertauer Hopfenveredelungsgesellschaft mbH [HHV] in Mainburg und Au sowie Teilbereiche der Tochtergesellschaften Zatec Hop Company in Tschechien und den landwirtschaftlichen Betrieb TOV, Spilka [Ukraine]). Die Tochtergesellschaften PERMAHOP Hopfenprodukte GmbH, Au, sowie die Sebastian Klotz GmbH, Mainburg, haben keine operativen Geschäftsaktivitäten und werden daher im Organigramm nicht aufgeführt.

VERÄNDERUNGEN IM ANTEILSBESITZ UND IN OPERATIVEN STRUKTUREN

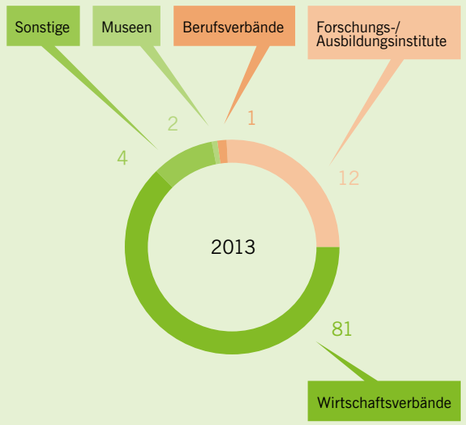
Im Jahr 2013 hat die Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH die verbliebenen Anteile des Agrarbetriebs STOV „Spilka“ im Distrikt Chudniv/Ukraine von der Beteiligungsgesellschaft TOV HOPSTEINER übernommen mit dem Ziel, den Standort weiterzuentwickeln. Der Betrieb umfasst eine landwirtschaftliche Nutzfläche von rund 3.000 Hektar und erzeugt neben etwa 70 Hektar Hopfen auch Getreide für den ukrainischen Markt. Leider werden die Restrukturierungsmaßnahmen durch die aktuellen politischen Ereignisse überlagert.

Mit einem Investitionsvolumen von rund 5 Mio. € wurden am Standort Mainburg die Kühllagerkapazitäten weiter ausgebaut, die mit diesem Neubau zur Stärkung des deutschen Hopfens beitragen. Die Vergrößerung des Hochregalkühllagers um 7.250 Paletten-Stellplätze für Produkte erhöht das Einlagerungsvolumen um ca. 7.500 Tonnen Rohhopfenäquivalent, was einer Bierproduktion von annähernd 110 Mio. Hektoliter Bier bzw. dem Jahresbedarf der Bundesrepublik Deutschland entspricht. Die Baumaßnahmen wurden im November 2013 abgeschlossen.

Branchenweite Kommunikation

Die Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH setzt seit jeher auf einen intensiven Dialog mit allen wichtigen Experten innerhalb der Brauereibranche und anderen Anwendergruppen. Als Mitglied in zahlreichen Verbänden und Vereinen wirken wir maßgeblich bei aktuellen Entwicklungen sowie Trends mit und fördern den wissenschaftlichen Austausch rund um das Thema Hopfen. Wichtigste Einrichtungen in diesem Netzwerk sind der Deutsche Hopfenwirtschaftsverband e. V., die Gesellschaft für Hopfenforschung e. V., die Versuchs- und Lehranstalt für Brauereien, die TU Weihenstephan sowie der Deutsche Braumeister- und Malzmeister-Bund. Seit Jahrzehnten stellen die Geschäftsführer des Unternehmens die Vorstandschaft im Deutschen Hopfenwirtschaftsverband und haben auch eine führende Rolle in der Gesellschaft für Hopfenforschung.

AUFTEILUNG DER GESAMTEN BEITRAGSZAHLUNGEN AN VERBÄNDE UND FORSCHUNGSEINRICHTUNGEN (%)



Die Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH entspricht mit der Darlegung der unternehmensrelevanten Informationen im Bundesanzeiger den im Handelsgesetzbuch § 325 Abs. 2a und im GmbH-Gesetz § 12 festgelegten Regelungen.

© Erik Khatkov / iStockphoto LP

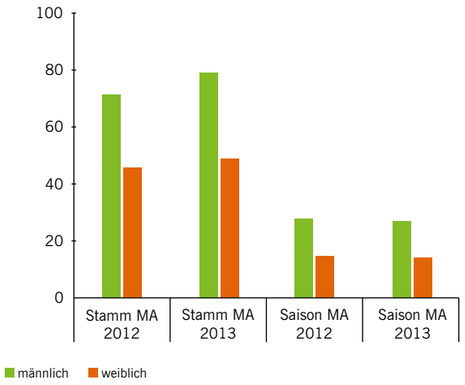
Direkter Draht

Klare Strukturen und kurze Entscheidungswege sind wesentliche Bestandteile in unserem Tagesgeschäft.
Mit der global ausgerichteten Unternehmensführung, welcher sowohl Mitglieder der Inhaberfamilie als auch angestellte Direktoren angehören, erarbeiten wir zukunftsorientierte Strategien in allen wirtschaftlich, ökologisch und sozial bedeutsamen Aufgabenfeldern.
Eine kompetente Führungsebene sorgt auf allen technischen, kaufmännischen und administrativen Handlungsfeldern für entsprechende Entscheidungskompetenz.
Direkt in diese Führungsebene ist auch die Position der Nachhaltigkeitsbeauftragten eingebunden, die alle Themen zu einer nachhaltigen Unternehmenskonzeption bündelt und diese direkt an die Geschäftsleitung berichtet. Mit der Einführung der Nachhaltigkeitsberichterstattung und der Erhebung der hier notwendigen Informationen wurden mit allen Fachbereichen die Inhalte und Strategien für zukunftsorientierte Unternehmensaktivitäten gemeinsam erarbeitet.
Durch das konsequente Einbinden aller Mitarbeiter in die wichtigen Entscheidungsprozesse wird eine nachhaltige und auf Langfristigkeit ausgelegte Unternehmensentwicklung sichergestellt.

Starke Teams

Mit unserem Stamm an erfahrenen Fachkräften und der Ergänzung der Belegschaft in beiden Produktionsbetrieben mit qualifizierten Saisonarbeitskräften während der Hauptverarbeitungsphase haben wir leistungsfähige Prozesse geschaffen, die dem Saisoncharakter unserer Handels- und Veredelungsprozesse entsprechen. Im Bereich der Saisonarbeitskräfte greifen wir in den Betriebsstätten in Mainburg und Au auf ein Netzwerk erfahrener Mitarbeiter zurück, die uns schon lange unterstützen und die Arbeitsschritte in der Hopfenveredelung verinnerlicht haben.
Für den Standort Ukraine wurde im Berichtszeitraum – soweit es die politischen Umstände erlaubten – ein umfangreiches Restrukturierungsprogramm begonnen, sodass wir für diesen Bericht auf die Darstellung von Mitarbeiterzahlen verzichten.

DIE MITARBEITERSTRUKTUR NACH VERTRAGSART UND GESCHLECHT (MITARBEITERANZAHL)

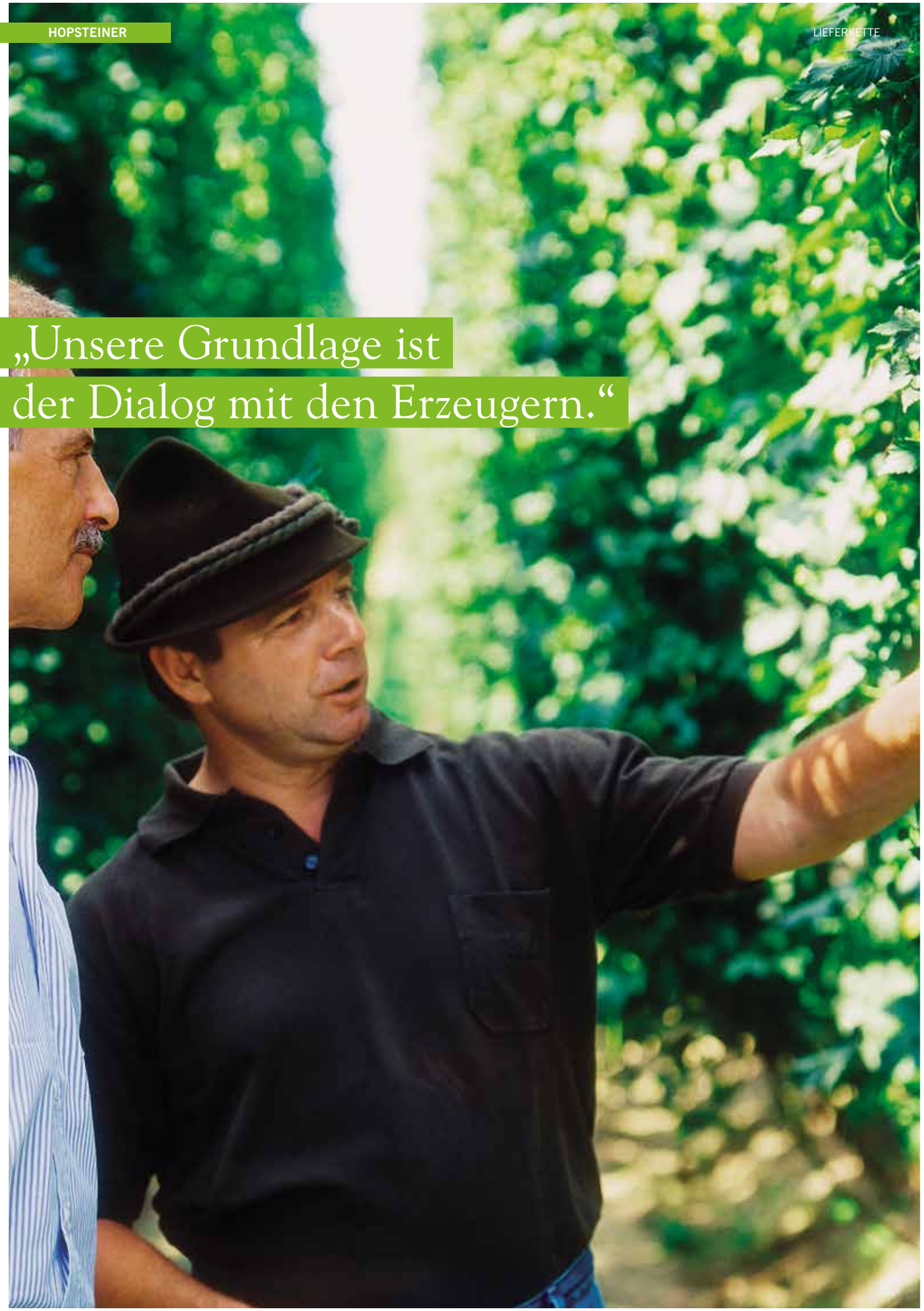


Die Hopfenverarbeitung ist ein Saisongeschäft. Unser Betrieb richtet sich nach den Erntephasen der einzelnen Hopfensorten, die im Spätsommer gegen Ende August beginnen. Danach herrscht bei der Hopfenanlieferung und -einlagerung Hochbetrieb. Ab dieser Zeit binden wir unsere erfahrenen Saisonarbeitskräfte ein, denn nur so können wir eine rasche Abwicklung des Wareneingangs sicherstellen und zeitig mit der Verarbeitung des Hopfens beginnen.

STATEMENT DER NACHHALTIGKEITSBEAUFTRAGTEN ANDREA SCHMID

„Nachhaltiges Handeln ist für uns ein Grundprinzip im Hopfengeschäft: nur mit langfristigen Perspektiven können wir das Naturprodukt Hopfen in kontinuierlich hoher Qualität anbieten. Da es sich in unserem Umfeld nicht gegen die Natur wirtschaften lässt, sind Ökologie und Ökonomie eng miteinander verbunden.
Auch unsere Kunden tragen das Thema der Nachhaltigkeit seit einiger Zeit verstärkt an uns heran und interessieren sich für unsere Ziele und Maßnahmen in diesem Bereich. Es werden konkrete Fragen zu den bezogenen Produkten gestellt sowie Angaben zum herstellungsbedingten Energieverbrauch und CO_2-Ausstoß abgefragt. Darüber hinaus werden Informationen über die Erzeugung des Hopfens und über nachhaltige Kultivierungsstrategien gewünscht. Wir tragen diese Fragestellung über unseren eigenen Geschäftsansatz hinaus zur Erzeugerseite und unterstützen dadurch ein breites Bewusstsein zu den Fragen der Nachhaltigkeit im Hopfenanbau.
Bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts haben wir unsere Mitarbeiter in die systematische Betrachtung unserer Geschäftsaktivitäten miteinbezogen. Durch diese Vorgehensweise ist die Thematik im Unternehmen vertikal verankert. Die griffige Darstellung von Trends sowie Daten zu positiven und negativen Aspekten geben uns genaue Hinweise auf Verbesserungspotenzial. Mit dieser direkten Vergleichbarkeit liegt der Nutzen für die Mitarbeiter klar auf der Hand.“

Andrea Schmid
Nachhaltigkeitsbeauftragte
Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH

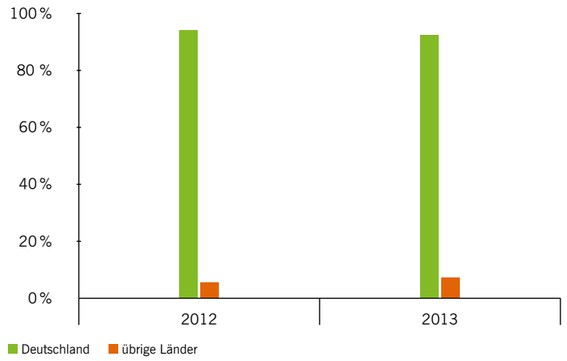


„Unsere Grundlage ist der Dialog mit den Erzeugern.“

Enge Bindung

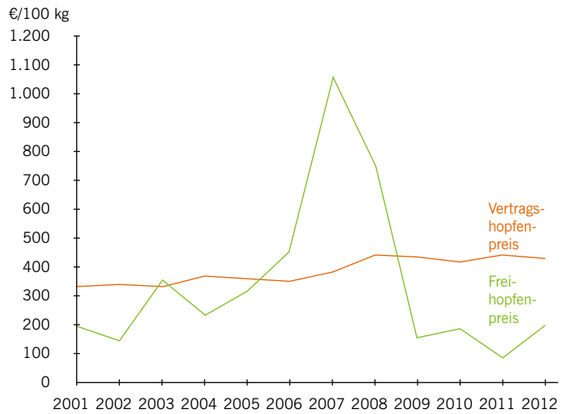
Rund drei Viertel unserer ökonomischen Leistung entfallen auf den Hopfeneinkauf. Der größte Anteil des eingekauften Hopfens kommt aus Deutschland, die anderen wesentlichen Anbauländer, aus denen die Hopfen bezogen werden, sind Tschechien, Slowenien und Polen.

GEOGRAFISCHE AUFTEILUNG IM EINKAUF VON ROHHOPFEN



HOPSTEINER hält kontinuierlich engen Kontakt mit den Erzeugern und betreut diese schon während der Wachstumsphase des Hopfens. Dies ist einerseits wichtig, um frühzeitig Prognosen über die Erntequalität und -mengen zu erhalten und andererseits auch nötig, um lückenlose Informationen über den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln zu sichern. Die Betriebe sind mit standardisierten Verträgen über mehrere Jahre als Zulieferer an uns gebunden. Diese Partnerschaft bringt für beide Seiten einen Nutzen: Der Erzeuger verfügt über eine Abnahmegarantie und verlässliche betriebswirtschaftliche Rahmenbedingungen – HOPSTEINER erhält Rohware in bestmöglicher Qualität in einem verbindlich definierten Preisgefüge.

PREISGEFÜGE IM JAHRESVERLAUF FÜR VERTRAGSHOPFEN UND FREIHOPFEN



Unser Unternehmensbereich für den Hopfeneinkauf spielt eine wesentliche Rolle in unserem Geschäftskonzept: Die agronomisch hochqualifizierten Mitarbeiter sind Ansprechpartner für die rund 600 Vertrags-Pflanzer und weiteren rund 100 Partner wie Erzeugergemeinschaften, Genossenschaftsbetriebe und Händler, mit denen HOPSTEINER in Geschäftsbeziehung steht. Ferner ist dieser Bereich auch eine wesentliche Schnittstelle für die Hopfenverarbeitung, da nur die enge Verzahnung zwischen Rohstoffbereitstellung und Verarbeitung die Qualität der Hopfenprodukte sichert, für die wir bei unseren Kunden einstehen.
Auch die Beziehungen zu unseren Kunden basieren auf langfristigen Vertragsmodellen. Damit erhalten die Brauereien Planungssicherheit für einen der zentralen Rohstoffe ihrer Bierproduktion und können bei Bedarf die erforderlichen Mengen für ihre Braustätten abrufen. Den Hopfenvermarktern fällt somit die Rolle der Rohstoffsicherung zu, die erforderlichenfalls auch durch Umverteilung zwischen den Kunden und Austauschoptionen gewährleistet wird.

UNTERSCHIEDLICHE VERARBEITUNGSSTUFEN

Wesentlich für uns ist die Wertschöpfung in den eigenen Verarbeitungsbetrieben. Mit der Herstellung von konventionellen Hopfenprodukten wie Pellets und Extrakten, isomerisierten Hopfenprodukten und Downstream-Produkten bieten wir unseren Kunden die ganze Bandbreite moderner Hopfungsvarianten für eine präzise Dosierung des Hopfens im Brauereibetrieb oder bei alternativen Anwendungen.
In unseren Verarbeitungsbetrieben ist der Einkauf der benötigten Materialien (Verpackung, Energie etc.) und Dienstleistungen zentral organisiert. Die Beschaffung erfolgt bei ausgewählten, innerhalb unseres Qualitätsmanagement-Prozesses bewerteten und qualifizierten Lieferanten. Entspricht die Spezifikation und Leistungsfähigkeit des Lieferanten den internen Anforderungen, streben wir eine Zusammenarbeit mit langfristigen Rahmenverträgen an. Wir greifen für die Lieferungen von Hilfs- und Betriebsstoffen sowie für weitere Dienstleistungen auf einen Lieferantenpool von bewährten Unternehmen zurück, wobei wir eine Präferenz für Unternehmen aus der Region haben. Bedeutsam für unsere Verarbeitungsprozesse sind insbesondere die Lieferanten von Alkohol und CO_2 sowie die Zulieferer von Verpackungsmaterial.

LAGERLOGISTIK UND RÜCKVERFOLGUNG

Mit einer Lagerkapazität von 15.000 Tonnen Rohhopfenäquivalent lagern wir in unserem Hochregalkühllager sowohl Produkt als auch Rohware ein. Mit unserer Lagerkapazität können wir unsere Kunden schnell gemäß den vertraglichen Absprachen beliefern.
Eine permanente Temperaturaufzeichnung sowie die laufende Überwachung des Sauerstoffgehalts in den Hochregallägern ist eine strikte Vorgabe. Dies dient nicht nur dem Qualitätserhalt unserer Rohwaren und Produkte durch die Vermeidung von Oxidation, sondern auch dem Feuerschutz. Da Rohhopfen bei einem hohen Feuchtegehalt die Gefahr zur Selbstentzündung birgt, wird vor der Einlagerung ein Schnelltest zur Bestimmung der Feuchte im Ballen durchgeführt. Darüber hinaus ist dies auch eine Maßnahme zur Qualitätssicherung, um Verderb der Rohware zu vermeiden.
Nur mit klaren Informationen ist der Weg des Rohhopfens vom Landwirt zum Produkt und weiter zum Kunden in beide Richtungen nachvollziehbar. Das Track & Trace-Konzept umfasst alle Daten über den Rohhopfen. Dies sind die Spritzmittelnorm, der Alphasäuren- und Wassergehalt, die Hopfenbonität und eventueller Schädlingsbefall. Weiter deckt das Konzept die Verfolgung des fertigen Produkts ab: Welche Brauereien wurden beliefert? Welche Fertigprodukt- und Pestizidanalysen wurden durchgeführt?
Mit einer nachvollziehbaren Datenverfolgung auf der Basis von Rechnungsnummer oder Vertragsnummer weisen wir mit unserem Trackingverfahren alle Produktionsschritte durch die Verarbeitungs- und Ballennummer nach.

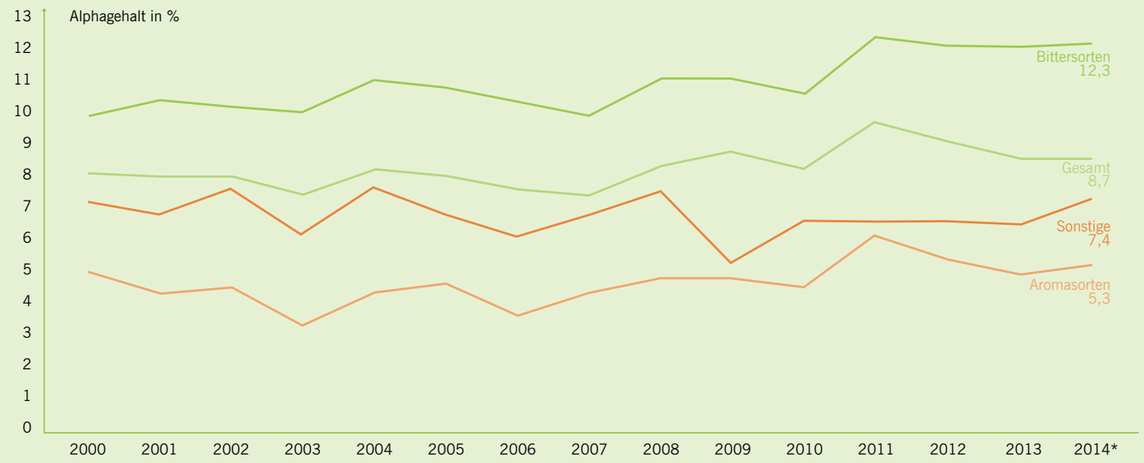
UNSER ZIEL – PLANUNGSSICHERHEIT

Hopfen ist ein Naturprodukt. Unterdurchschnittliche Erträge sowie schwache Alphasäuremengen aufgrund ungünstiger Witterungsbedingungen kennzeichneten die Marktsituation auf dem Hopfenmarkt des Jahres 2013. Den schlechten Ernteergebnissen des Jahres 2013 stehen vergleichsweise gute Erträge aus den Jahren 2009 bis 2012 gegenüber. Die Grafik (Seite 27 unten) zeigt eindrücklich die witterungsbedingten Ernteschwankungen der Jahre 1999 bis 2013.

Stellschrauben für die verfügbare Hopfenmenge einer Ernte sind primär Flächenveränderungen, das Umlegen auf ertragreichere Sorten und der Alphasäuregehalt der geernteten Sorten. Wesentlichen Einfluss auf die Erntemenge haben jedoch die Witterungsbedingungen während der Wachstumsphase. Die Marktentwicklung und die verfügbare Hopfenmenge eines Jahrgangs wird auch künftig wesentlich hiervon bestimmt.
Um eine bessere Planungsgrundlage zu erreichen, wird ein Vorvertragssystem mit den Erzeugern praktiziert. Die Pflanzer erhalten dabei einen Vorvertrag, welcher an die Erntemenge und – bei bestimmten Sorten und Vertragsmodellen – an den Alphasäuregehalt gekoppelt ist. Rund 60 bis 80 Prozent der Erntemenge sind in der Regel branchenweit über Vorverträge abgesichert. Ein entsprechendes Vertragssystem auf der Abnehmerseite bietet auch hier Sicherheit in Bezug auf die verfügbare Hopfenmenge und -qualität. Der Hopfenvermarkter als Verarbeiter und Veredler der Rohware mit Lagerkapazitäten bis über die jeweilige Jahresernte hinaus sorgt auf der Produzentenseite und der Abnehmerseite für einen bestmöglichen Ausgleich, um die Marktbedingungen sicher gestalten zu können.

* Schätzung

ENTWICKLUNG DER ALPHASÄURENGEHALTE 2000 BIS 2014



Die witterungsbedingten Schwankungen der Ernteerträge lassen sich an den Alphasäurengehalten der einzelnen Erntejahre nachvollziehen.

* Schätzung

3 | Umfeld & Rahmen

Einbindung der Stakeholder Seite 30–31
Wesentlichkeitsbetrachtung Seite 32–33
Einflüsse, Chancen & Risiken Seite 34–35

„Wir bleiben in Kontakt.“

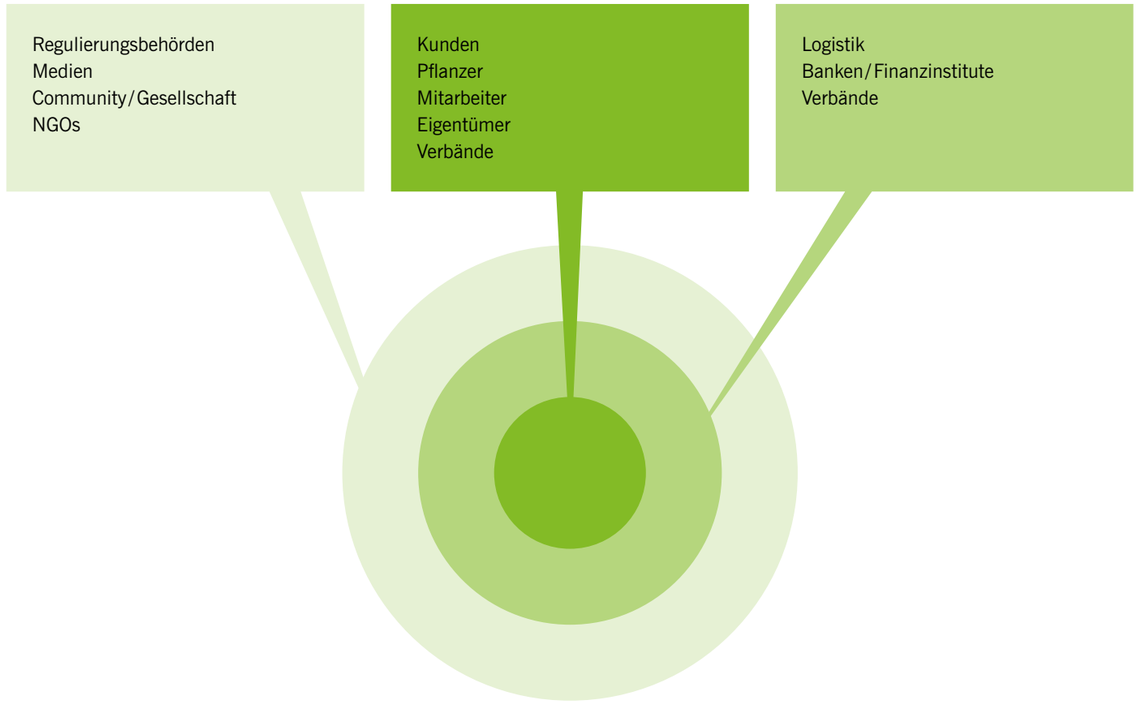
STAKEHOLDER / KOMMUNI-KATIONSMITTEL	SYMPOSIUMS-VORTRÄGE	HOPSTEINER FORUM	MESSE-TEILNAHMEN	FÜHRUNGEN	ERGEBNIS FÜR DIE STAKEHOLDERGRUPPE
Geschäftsleitung	X	X	X		– Kontinuierliche Information zu Unternehmensaktivitäten – Präsenz der Eigentümer in Außenbeziehungen
Pflanzer	X	X	X	X	– Marktentwicklung und Auswirkung auf den Anbau – Informationen über Sortenpolitik – Pflanzerorientierte Beratung
Kunden	X	X	X	X	– Information über Marktentwicklung – Datengrundlagen zur Qualitätssicherung – Erkenntnisse zur Sortenpolitik
Mitarbeiter		X	X		– Breite Information über Geschäftskonzepte
Weitere Lieferanten			X		– Enge Einbindung in Geschäftsstrategien – Information über Geschäftskonzept
Medien	X		X	X	– Präsenz in der Berichterstattung – Aufmerksamkeit für branchenspezifische Rahmenbedingungen – Streuung techn. Entwicklungen und Information über neue Produkte / Anwendungen

Kontinuierliche Kommunikation

Alle Entscheidungsträger im Unternehmen stehen in engem Kontakt mit zahlreichen Interessengruppen, die für die Unternehmensentwicklung bedeutsam sind. Im Rahmen der Erarbeitung des Nachhaltigkeitsberichts wurden in Workshops die Stakeholdergruppen im Einzelnen untersucht. Dabei standen folgende Fragestellungen im Vordergrund:

- Welche der einzelnen Gruppen werden durch die Aktivitäten von HOPSTEINER wesentlich einbezogen?
- Wie beeinflussen diese wiederum das Geschäftskonzept und dessen -erfolg?

Mit all diesen Interessengruppen pflegen wir einen regelmäßigen Austausch. Diese regelmäßige Kommunikation ist schon seit Bestehen des Unternehmens Bestandteil unseres Selbstverständnisses und damit auch ein entscheidender Erfolgsfaktor. Neben dem Kontakt zu Pflanzern, Kunden, Mitarbeitern und Eigentümern, die unseren täglichen Geschäftsbetrieb prägen, bieten wir allen Stakeholdergruppen regelmäßig Gelegenheiten zur Mitwirkung an einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung. Dies geschieht beispielsweise über Veranstaltungen des HOPSTEINER Forums, welches gezielt auf die Interessen der einzelnen Stakeholdergruppen ausgerichtet ist. Selbstverständlich nehmen wir auch an zahlreichen Veranstaltungen in einzelnen Verbandsgremien teil bzw. gestalten diese aktiv, um einen kontinuierlichen Austausch mit den verschiedenen Interessengruppen zu pflegen. Auch mit der Präsenz auf Messen für Getränketechnologien wie zum Beispiel der drinktec in München im Jahr 2013 haben wir die Gelegenheit geschaffen, sich über die aktuellen Entwicklungen bei HOPSTEINER zu informieren.



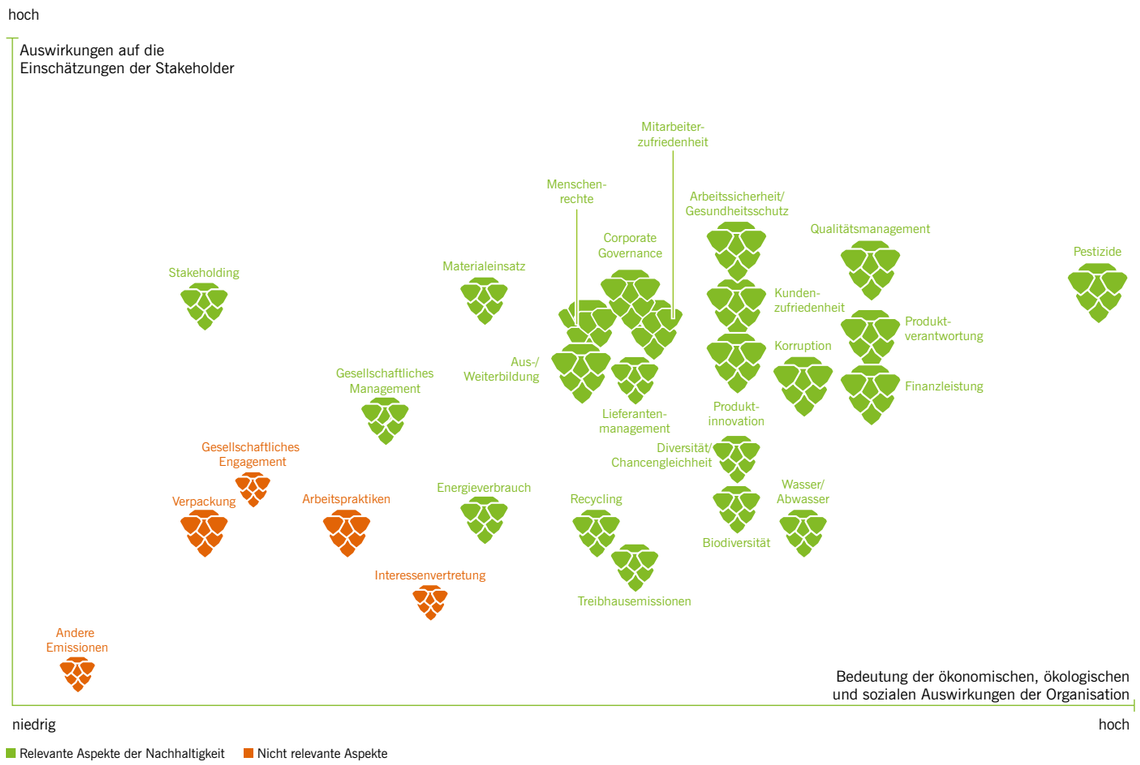
- Starker Einfluss durch und auf Stakeholder
- Mittlerer Einfluss durch und auf Stakeholder
- Geringer Einfluss durch und auf Stakeholder

„Wir behalten den Überblick.“

Wo stehen wir und was ist für uns wichtig?

Eine auf langfristigen Erfolg und Nachhaltigkeit ausgelegte Unternehmensführung bezieht alle Partner der Lieferkette mit ein. In einer intensiven Analyse haben wir bei einem Strategie-Workshop die wesentlichen Aspekte unserer Geschäftsaktivitäten durch die Abteilungsleiter und Geschäftsleitung intern betrachtet. Weiterhin wurden hierbei die Ergebnisse unseres regelmäßigen Austauschs mit den einzelnen Interessengruppen ausgewertet, sodass deren Erwartungen und Interessen in den Prozess eingeflossen sind. Basis für diese Ausarbeitung war eine umfassende Liste aller GRI-Aspekte sowie branchenspezifischer Punkte. Diese wurden anhand einer Punkteskala von 1 bis 10 priorisiert und durch die Geschäftsleitung validiert. Es wurden bewusst keine Informationen ausgelassen, um Vollständigkeit zu gewährleisten. Diese Aspekte betrachteten wir genauer auf ihre ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen. Hierbei haben wir die Leistung von HOPSTEINER im größeren Zusammenhang einer nachhaltigen Entwicklung betrachtet.
Mit der Darstellung und Priorisierung der mittel- und langfristigen Aspekte in der Materialitätsmatrix haben wir eine klare Einordnung aller innerhalb und außerhalb des Unternehmens relevanten Themen herausgearbeitet. Die Übersicht der Indikatoren stellt diese Themen mit ihren jeweiligen internen oder externen Auswirkungen vor. Die Berichterstattung umfasst sechs Themenkreise zu den Schwerpunkten der Pflanzer- und Lieferantenpolitik sowie drei Themenkreise, welche Pflanzer und Kunden gleichermaßen betreffen. Weitere fünf Themenkreise beziehen sich auf interne Aufgabenstellungen der Unternehmensführung und Mitarbeiter.

MATERIALITÄTSMATRIX*



* Die Größe des Symbols steht für die (strategische) Relevanz für das Unternehmen.

„Zukunftsorientiert aufgestellt.“

Vorausschauend handeln

Unser langjährig erfolgreiches Geschäftsmodell basiert auf einer konsequenten Nutzung unserer Chancen und unseres Entwicklungspotenzials. Bestandteil unseres Risikomanagements ist es, die Zukunftsfähigkeit all unserer Optionen und Aktivitäten zu prüfen. Dabei beobachten wir langfristige Trends ebenso wie kurzfristige Entwicklungen, die unsere Geschäftsstrategien beeinflussen könnten. Finanz- bzw. Preisrisiken federn wir ab durch langfristige vertragliche Bindungen sowohl auf der Einkaufs- als auch auf der Verkaufsseite.

Darüber hinaus erkennen wir regulatorische Risiken sowie Risiken in der künftigen Gestaltung und Produktqualität, die durch Vorgaben des Gesetzgebers entstehen könnten. Wir haben die Chancen und Risiken in einer Übersicht dargestellt und Handlungsfelder für unsere unternehmerischen Aktivitäten abgeleitet.

Die Grafik rechts bietet einen Überblick über die wichtigsten Gefahren und Chancen. Wir haben dies verknüpft mit den Maßnahmen, die wir für die einzelnen Aufgaben eingeleitet haben. Mit der Zahlenskala von -5 bis +5 geben wir wieder, ob wir das einzelne Thema eher den Gefahren oder den Chancen zurechnen. Oft steckt in einer Herausforderung auch eine Chance, sodass wir in einzelnen Stichworten auch fließende Grenzen sehen zwischen einem Wert in der Minusskala und in der Plusskala.

HERAUSFORDERUNG	ANFORDERUNG (-5 … 0 … +5)	CHANCE
• Kundenforderungen nach nachhaltigem Handeln der Lieferanten mit Gefahr der Auslistung bei Nichteinhaltung	Nachweis für nachhaltiges Handeln **MASSNAHME** Einführung einer Nachhaltigkeitsberichterstattung gemäß GRI G4 Kontinuierliche Kontrolle der Nachhaltigkeitsperformance	• Differenzierung zum Wettbewerb
• Eingeschränkte Liefersicherheit in Länder mit niedrigeren Rückstandshöchstmengen	Schwierigkeit bei der effektiven Schädlingsbekämpfung und Ernte-sicherung durch restriktive gesetzgeberische Vorgaben beim Einsatz von Pflanzenschutzmitteln **MASSNAHME** Enge Begleitung der Hopfenpflanzer bei der gezielten Durchführung von Pflanzenschutzmaßnahmen	• Starke Bindung der Lieferanten durch die Dienstleistung in der Beratung
• Hohe Investitionskosten in neue Sorten mit unsicherem Ergebnis	Schwierigkeit bei der effektiven Schädlingsbekämpfung und Erntesicherung durch restriktive gesetzgeberische Vorgaben beim Einsatz von Pflanzenschutzmitteln **MASSNAHME** Entwicklung neuer leistungsstarker und robuster Hopfensorten (eigenes Züchtungsprogramm)	• Alleinstellungsmerkmal durch eigene Hopfensorten • Generierung von Erlösen durch Lizenzvergabe
• Keine kostendeckende Marktdurchdringung	Innovationskraft der Brauereibranche und Entwicklung neuer Biersorten **MASSNAHME** Angebot neuer Hopfensorten mit charakteristischen Aromakomponenten zur Erschließung neuer Kundenkreise	• Erschließung neuer Märkte und Kundenkreise • Positive Wahrnehmung von Hopfen
• Verlust des Kontakts zu den Hopfenpflanzern	Direkter Kontakt zu den Zukunftsbetrieben **MASSNAHME** HOPSTEINER PflanzerForum	• Kontakt zum Pflanzer wird gestärkt
• Produktrückholung • Nicht gesetzeskonform	Qualitätsanforderungen der Brauereien bezüglich Reinheit der Rohstoffe **MASSNAHME** Rückstandskontrolle	• Höchste Produktsicherheit für den Kunden • Differenzierung zum Wettbewerb

4 | Kriterien der Nachhaltigkeit

Ökonomie & Produkte	Seite 38–45
Umwelt	Seite 46–49
Mitarbeiter & Gesellschaft	Seite 50–53
Zum Bericht	Seite 54–55

„Verantwortungsvoll und leistungsstark.“

Kontinuierlicher Blick auf das Ganze

Bei allen Entscheidungen sind wir als Unternehmensführung darauf bedacht, ein Gleichgewicht zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Anforderungen zu wahren.
Dabei gilt es, wirtschaftlich ehrgeizige Ziele in einem Umfeld umzusetzen, in dem traditionelle, ländlich geprägte Geschäftsgebaren auf der Einkaufsseite mit den hochprofessionellen Ansprüchen global operierender Abnehmer zu vereinen sind.

In Abstimmung mit der Konzernmuttergesellschaft in den USA werden Ziele und die dafür zur Verfügung stehenden Ressourcen definiert. Regelmäßig wird gemeinsam in einem Review die qualitative und quantitative Erreichung überprüft.

Ein übergeordnetes Controlling stellt laufend Daten über die einzelnen Bereiche und deren Kennzahlen zur Verfügung, die es der Unternehmensführung erlauben, Abweichungen zu erkennen und auf Veränderungen rasch zu reagieren.

Zu den Key Performance Indicators (KPI) gehören Daten aus der Finanzleistung, der Produktion, den Rohstoffmärkten, dem Kundenabsatz, dem Lieferantenmanagement sowie dem Qualitätsmanagement. Zusätzlich nimmt die Verantwortung für die Reinheit und die lebensmittelrechtliche Unbedenklichkeit in unserer Branche eine besonders bedeutsame Position ein. Ein spezielles Augenmerk gilt der lückenlosen Überprüfung von Pestizidrückständen.

Unsere Verpflichtung, mit dem Naturprodukt Hopfen auf allen Ebenen verantwortungsvoll umzugehen, spiegelt sich in der Priorisierung der Aspekte Materialeinsatz und Lieferantenmanagement wider. Wir pflegen seit vielen Jahren einen engen Kontakt zu unseren Lieferanten und binden diese in unser Nachhaltigkeitskonzept mit ein. Das bedeutet, dass wir über die Aspekte der Rohstoffqualität und über die gegebenen Anforderungen im ständigen Dialog mit unseren Lieferanten stehen. Mit langfristig angelegten Partnerschaften verwirklichen wir eine hohe Sicherheit unserer Geschäftsbeziehungen.

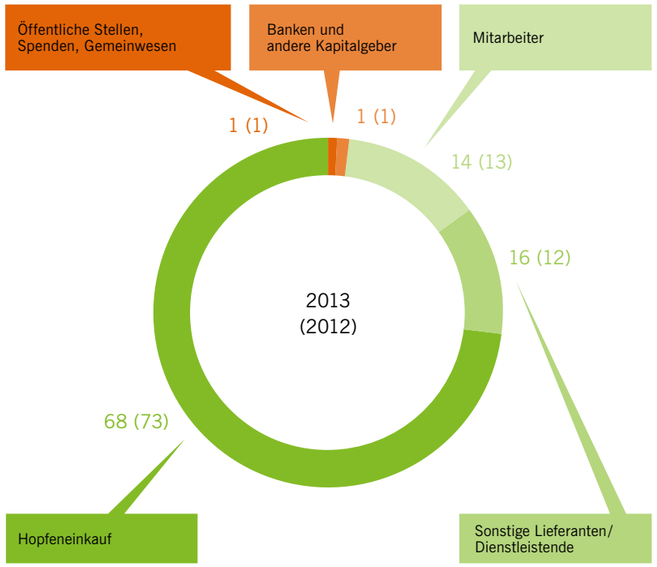
Bei den Aspekten Soziales und Gesellschaft liegen die Schwerpunkte unseres unternehmerischen Handelns auf der langfristigen Sicherung der Beschäftigung und der Förderung unserer Mitarbeiter sowie der Sicherheit am Arbeitsplatz. Durch die Einbeziehung aller Mitarbeiter in die Planung und Entwicklung unserer Aktivitäten wertschätzen wir deren Sachkenntnis und profitieren davon im täglichen Betriebsgeschehen. Mit Weiterbildungsmaßnahmen fördern wir unsere Mitarbeiter bei Qualifizierungen im jeweiligen Aufgabengebiet. Es ist für uns eine Selbstverständlichkeit, Beschäftigungen in allen Bereichen auf Langfristigkeit auszulegen. So bilden wir seit Jahren auch in verschiedensten Unternehmensbereichen junge Mitarbeiter gemäß den Richtlinien der IHK in kaufmännischen und technischen Berufen aus. Darüber hinaus gewähren wir laufend Praktikanten ein interessantes Umfeld, in dem sie ihre ersten beruflichen Erfahrungen sammeln und einen Einblick in unser Unternehmen gewinnen können. Ein ständiger Austausch und ein vertrauensvolles Miteinander stehen dabei im Vordergrund.

Finanzleistung

SOLIDE AUFGESTELLT

Der größte Teil der gesamten ökonomischen Leistung floss in den Jahren 2012 und 2013 an die Hopfenpflanzer, die uns mit dem Rohstoff Hopfen beliefern. Einen weiteren Schwerpunkt unserer wirtschaftlichen Daten mit einem Anteil von 13 bzw. 14 Prozent in den Berichtsjahren bilden die Leistungen an unsere Mitarbeiter, die eine maßgebliche Rolle im Wertschöpfungsprozess unseres Unternehmens einnehmen.

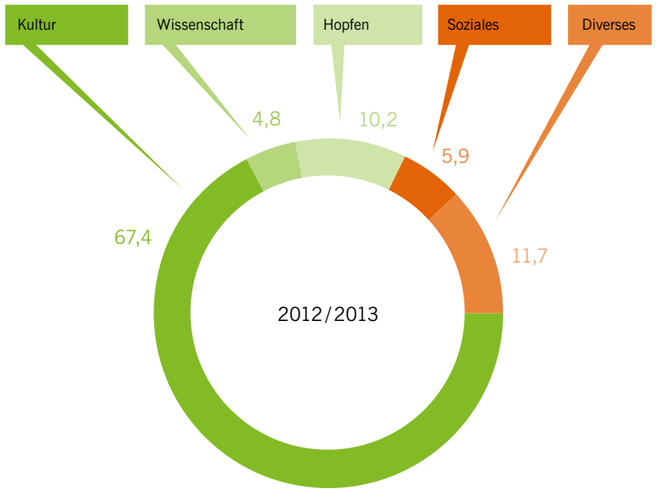
ÖKONOMISCHE LEISTUNG (%)



Spenden

Die Gemeinschaft ist uns wichtig: Mit Förderbeiträgen und Spenden unterstützen wir kulturelle und soziale Projekte in der Region. Dabei nehmen wir Bezug auf unsere Unternehmensstandorte sowie auf unsere Historie. Ebenso wichtig ist uns die Förderung von Aktivitäten rund um das Thema Hopfen.

SPENDENAKTIVITÄTEN NACH THEMENSCHWERPUNKTEN (%)



Produktsicherheit hat Top-Priorität

Qualitätsmanagement, Produktverantwortung und Pflanzenschutz sind bei HOPSTEINER untrennbar miteinander verknüpft. Auf diesen 3 Säulen beruht ein durchgängiges System für die Sicherheit aller unserer Hopfenprodukte. In enger Zusammenarbeit mit unseren Erzeugern verfolgen wir bei allen Schritten der Hopfenproduktion und -veredelung die Vorgaben unseres Qualitätsmanagementsystems gemäß ISO 9001:2008.
Das in unserem Qualitätsmanagementsystem verankerte HACCP-Konzept integriert als Eigenkontrollsystem verschiedene Stufen von der Rohwarenannahme bis zur Fertigprodukt-Herstellung. Für jeden Prozessschritt sind Art und Wahrscheinlichkeit der Risiken definiert sowie entsprechende Maßnahmenpläne hinterlegt.

ERTRAGSSICHERUNG MIT PFLANZENSCHUTZMITTELN

Zur Sicherung des Ertrags werden – wie bei zahlreichen anderen landwirtschaftlichen Erzeugnissen auch – Pflanzenschutzmittel unterschiedlichster Art eingesetzt. Diese Mittel werden durch den Gesetzgeber in Bezug auf die Wirkstoffart und -menge und die Häufigkeit der Anwendung bzw. die Wartezeit bis zur Ernte streng reglementiert und kontrolliert. Unsere Aufgabe als Hopfenvermarkter ist es – im Sinne unserer Kunden – eine durchgängige Kontrolle der Rohhopfenqualität zu gewährleisten, welche garantiert, dass die von uns vermarkteten Produkte den Vorgaben des Gesetzgebers entsprechen. Dies schließt einen Nachweis der Einhaltung der Grenzwerte von Pflanzenschutzmitteln mit ein sowie Untersuchungen zu Umweltbelastungen durch Schwermetalle oder Nitrate im Hopfen.

Um dieses Sicherheitsnetz realisieren zu können, arbeiten wir mit den Hopfenpflanzern eng zusammen und binden diese konsequent in unser Qualitätsmanagementsystem mit ein. Bestes Beispiel dafür ist unser erweitertes Konzept zur Rückstandskontrolle.

BAUSTEINE FÜR HÖCHSTE PRODUKTSICHERHEIT

BLATTSCREENING

- *Probenahme bei den Pflanzen zu verschiedenen Zeitpunkten in der Wachstumsphase*
- *Materialuntersuchung gemäß Analyseverfahren für Bioprodukte*

ROHHOPFEN-SCREENING

- *Auswertung Blattscreening und Spritzmittelinformation*
- *Umfangreiche Analyse von ca. 600 Wirkstoffen, sowie weiteren Schadstoffen wie z. B. Schwermetalle, Nitrat und Mykotoxine*
- *Probenahme und Laboruntersuchungen*
- *Plausibilitätsprüfung in Verbindung mit Blattscreening sowie Befallssituation und Pflanzenschutzmittelbögen*
- *Feststellung der relevanten Wirkstoffe für Produktanalysen*
- *Zusätzliche Analyse durch die Neutrale Qualitätsfeststellung*
- *Aufbewahrung von Rückstellmustern über 5 Jahre*

FERTIGPRODUKTANALYSE

- *Analyse aller vermarkteten Verarbeitungsprodukte auf die relevanten Wirkstoffe*
- *Analyse von Mischmustern auf Radionuklide*
- *Maßnahmenplan gemäß Qualitätsmanagementsystem bei Grenzwertüberschreitungen*

- *Enge Kontrolle der Erzeuger*
- *Analyse von etwa 30 % des Rohhopfenvolumens*
- *Analyse von 100 % der verarbeiteten Produkte durch die Endkontrolle*
- *Präzise Grundlagen für Risikobewertung innerhalb der gesamten Produktionsprozesse*

QUALITÄT IST STEUERBAR

Wir betrachten den kompletten Kultivierungsprozess des Hopfens inklusive aller Verarbeitungsschritte. Wir stützen uns mit unserem HACCP-Konzept auf eine 100-prozentige Herkunftsdokumentation und Ausgangsanalytik für all unsere Produkte, die wir durch die Verfolgung der einzelnen Control Points erreichen. Im Ergebnis verfügen wir damit über zahlreiche Fakten zur Produktqualität, die wir auswerten und die in unseren Maßnahmenplan einfließen.

Pflanzer
- Kontinuierliche Kontrolle während der Wachstumsphase
- Verlängerte Wartezeiten vor der Ernte, ggf. über die gesetzlichen Empfehlungen hinaus bei ausgewählten Wirkstoffen
- Auswertung der Pflanzenschutzmittelbögen
- Sperrung oder Zurückweisung von Partien bei Grenzwertüberschreitung

Verarbeitungsbetrieb
- Externe Audits
- Auflagen an Lieferanten
- Rückstellmuster

Kunden
- Lot-Kennzeichnung zur eindeutigen Identifikation aller Chargen
- Produkt-Rückverfolgbarkeit gemäß Verordnung (EG) Nr. 178/2002
- Produkt-Rückrufstrategie gemäß Qualitätsmanagementsystem

PRODUKTE

KONVENTIONELLE PRODUKTE

Rohhopfen

Pellets Typ 90
Pellets Typ 45

CO_2-Extrakt
Ethanol-Extrakt

ISOMERISIERTE PRODUKTE

Kettle-Produkte
Isomerisierte/stabilisierte Pellets

Isomerisierter Kettle-Extrakt (IKE, PIKE)

Downstream-Produkte
Iso-Extrakt
Konzentriertes RHO (reduzierte Iso-Alphasäuren),
Konzentriertes Tetra (Tetra-Hydro-Iso-Alphasäuren),
RHO-Iso-Extrakt 10 %
RHO-Iso-Extrakt 35 %
Tetra-Iso-Extrakt 10 %

SPEZIELLE PRODUKTE

Lichtstabiler Kettle-Extrakt
AlphaExtrakt

Hopfenöle
- Typ Dry
- Typ Nobel
- Typ Nobel Plus

Aroma-Extrakt

Beta Bio
Xantho-Flav Extrakt

WISSEN, WAS LOS IST

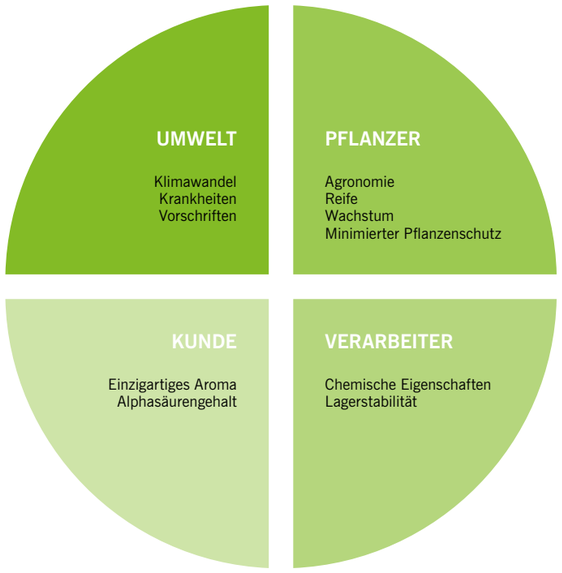
Die intensive Betreuung unserer Hopfenpflanzer und Fertigprodukt-Lieferanten schlägt sich auch in den Ergebnissen unserer Qualitätskontrolle im Wareneingang nieder. So haben wir in den Jahren 2012 und 2013 insgesamt nur drei Partien wegen Rückständen von Pflanzenschutzmitteln zurückweisen müssen. Wir sehen dies als Bestätigung dafür, dass ein engmaschiges Prüfsystem und die lückenlose Kontrolle aller Rohhopfenpartien dauerhaft für alle Beteiligten in der Lieferkette hohe Sicherheit bringt. Und: Nur eine Partie Hopfenpellets kam wegen Überschreitung der Grenzwerte nicht zur Auslieferung. Im Bereich der Dokumentation von Chargen- und Produktdaten verzeichneten wir in den Berichtsjahren keine Beanstandungen.

Sortenentwicklung für eine moderne und nachhaltige Hopfenwirtschaft

Ziel unserer Forschung und Züchtung ist es, wettbewerbsfähige Hopfensorten für einen effizienten sowie ressourcenschonenden Hopfenanbau zu entwickeln und diese auf den relevanten Märkten zu etablieren. Die konkreten Züchtungsziele richten sich nach den Anforderungen unserer Kunden, aber auch nach agronomischen Aspekten. Dabei sind standortbedingte und regionale klimatische Gegebenheiten zu berücksichtigen. Es stehen sowohl entsprechende Sorteneigenschaften, wie Resistenzen oder Toleranzen in Bezug auf Krankheiten, als auch der Ertrag im Vordergrund. Die Züchtungsarbeit verläuft nach definierten Methoden der traditionellen Kreuzungszüchtung sowie durch markergestützte Selektion, die sich regelmäßig an neuesten wissenschaftlichen und technischen Erkenntnisse orientiert. Das Spektrum der Züchtungsmethoden wird kontinuierlich erweitert und angepasst. Die gezielte Auswahl des Erbmaterials von Pflanzen durch Kreuzungen ausgewählter Elternpflanzen mit anschließender Selektion in der Nachkommenschaft begann vor etwa 15 Jahren bei HOPSTEINER in den USA. Inzwischen hat sich der Methoden-Mix der modernen Pflanzenzüchtung erheblich erweitert. Einen großen Stellenwert hat für uns die Genomforschung, welche die molekularen Grundlagen der Merkmalsausprägung analysiert. Aus den Ergebnissen der Genomforschung lassen sich neue Verfahren der molekularen Markertechnologie ableiten, wobei sich die Hopfenzüchtung von HOPSTEINER nicht mit gentechnisch veränderten Organismen (GVO) beschäftigt. Damit ist und bleibt auch in Zukunft die Herausforderung für unsere Pflanzenzüchter, durch Züchtungsfortschritt sicherzustellen, dass sich die Flächenproduktivität weiter erhöht und der Einsatz von Pestiziden weiter reduziert. Wir wollen unser Kerngeschäft absichern und über neue Sorten zusätzliche Märkte erschließen und Marktanteile gewinnen.

Aus der Züchtungsarbeit in den USA entstanden die Hochalphasorten Apollo, Bravo und Super Galena sowie die Aromasorten Delta, Calypso und Lemondrop. Durch die Erweiterung des HOPSTEINER Zuchtprogramms am Standort Mainburg im Jahr 2013 sind auch für den europäischen Hopfenanbau in Zukunft leistungsstarke Sorten zu erwarten.

ANFORDERUNGEN AN DIE HOPFENZÜCHTUNG



Hier verwurzelt

Rund 90 Prozent unseres Hopfens beziehen wir von deutschen Lieferanten. Da sich der Hopfenanbau in Deutschland auf wenige Gebiete beschränkt, betrachten wir den deutschen Markt als unseren lokalen Heimatmarkt. Mit unseren Produktionsstätten in Mainburg und Au generieren wir etwa 95 Prozent unserer Wertschöpfung.

Der deutsche Hopfen-Erzeugermarkt ist schon seit einigen Jahren von einer kontinuierlichen Konsolidierung geprägt. Auch in den Jahren 2012 und 2013 setzte sich diese Entwicklung fort. So gaben in diesen beiden Jahren 6 bzw. 4,9 Prozent der insgesamt rund 1.200 Betriebe ihre Hopfenanbautätigkeit auf. Auch für HOPSTEINER bedeutete dies eine Restrukturierung des Lieferanten-Pools. Rund 50 Prozent der deutschen Hopfenanbaubetriebe stehen mit uns in einer Lieferbeziehung. Insgesamt verzeichneten wir für die Jahre 2012 und 2013 einen Rückgang der Lieferantenanzahl für Hopfen um 11,6 Prozent. Gleichzeitig blieb unser Marktanteil in Deutschland auf annähernd gleichem Niveau, da wir die Abnahmemengen bei einzelnen Lieferanten parallel dazu erhöhen konnten.

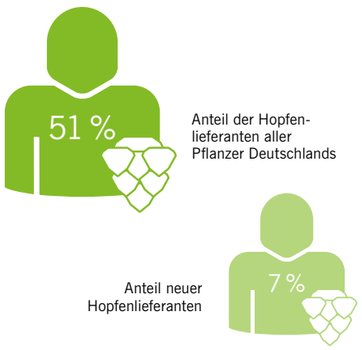
Hinsichtlich der Lieferantenauswahl haben wir unsere Aktivitäten beim Qualitätsscreening verstärkt. Dies umfasst unter anderem die Qualitätseingangskontrolle der Rohhopfen, Auswertung der Bonitur und Alphawerte, Kontrolle der Pflanzenschutzangaben, stichprobenartiges Blattscreening während der Vegetation, stichprobenartige Rückstandskontrolle der Rohhopfen, Hoflagerbewertung, Einhaltung der Vertragsvorgaben und Treue zur Firma.

Das Thema Nachhaltigkeit im Hopfenanbau gewinnt zunehmend an Bedeutung. Viele Brauereien wollen in Zukunft nicht nur Hopfen mit bester Qualität, sondern gleichzeitig auch aus nachhaltiger Produktion. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, hat die deutsche Hopfenwirtschaft den Auftrag an den Hopfenring vergeben, ein Nachhaltigkeitskonzept im Sinne einer Branchenlösung zu entwickeln. Hierzu wurde Anfang 2013 eine Arbeitsgruppe geschaffen, bei der auch die Firma HOPSTEINER vertreten ist. Grundlage für dieses System ist die sogenannte SAI-Plattform, in der die Bereiche als ökologische, ökonomische und soziale Säulen der Nachhaltigkeit festgelegt sind. In Deutschland ist ein Großteil der aufgestellten Kriterien bereits gesetzlich geregelt. Die verbliebenen Punkte müssen von den einzelnen Landwirten anhand eines Selbstchecks erfasst werden. Im Rahmen eines Pilotprojekts führen seit Anfang 2014 einige Landwirte diesen Selbstcheck durch. Geplant ist, dass im Oktober 2014 eine Internetplattform für alle Betriebe freigeschaltet wird.

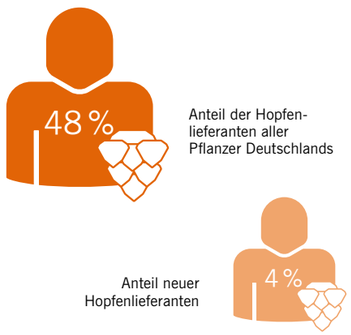
Unsere Einkäufer werden die Lieferanten laufend über den aktuellen Status der Branchenlösung informieren und falls notwendig unterstützend zur Seite stehen. Für das im Jahr 2014 gestartete Pilotprojekt haben wir mehrere Lieferanten ausgewählt, um zunächst das System zu testen, aber auch um die Pflanzer zu sensibilisieren. Für die Zukunft ist es wünschenswert, dass möglichst viele Pflanzer auf freiwilliger Basis daran teilnehmen.

Seit vielen Jahren sind wir nicht mehr nur als reiner Hopfenvermarkter tätig. So begann unser Unternehmen 1917 in Tettnang mit einem eigenem Hopfenanbau, der allerdings in den 70er Jahren wieder eingestellt wurde. 1940 kamen Hopfenfarmen in den USA hinzu. Hiermit konnten und können wir Erfahrungen als Pflanzer sammeln und an die Hopfenlieferanten weitergeben. Wir haben ein starkes Einkaufsteam und fördern mit hoher Präsenz vor Ort einen engen Kontakt zu den Pflanzern. Auf dieser Vertrauensbasis beraten wir die Pflanzer, sei es im Hinblick auf den Anbau oder das Marktgeschehen. Nicht zuletzt deshalb haben wir auch das Pflanzerforum ins Leben gerufen. Im Rahmen dieses Forums halten wir Informationsveranstaltungen ab, bei denen aktuelle Themen auf dem Hopfenmarkt und Neuerungen präsentiert werden. Des Weiteren möchten wir verstärkt auf die Interessen der Pflanzer eingehen und bieten daher Fachvorträge und Themen für den gesellschaftlichen Rahmen (wie zum Beispiel Bierbraukurse) an. Die durchwegs positive Resonanz zeigt uns, dass das Interesse daran groß ist und wir damit auf dem richtigen Weg sind. Ziel ist es, mit den genannten Maßnahmen die Pflanzer stärker an uns zu binden und gegenseitiges Vertrauen zu schaffen.

2012



2013



KUNDENZUFRIEDENHEIT

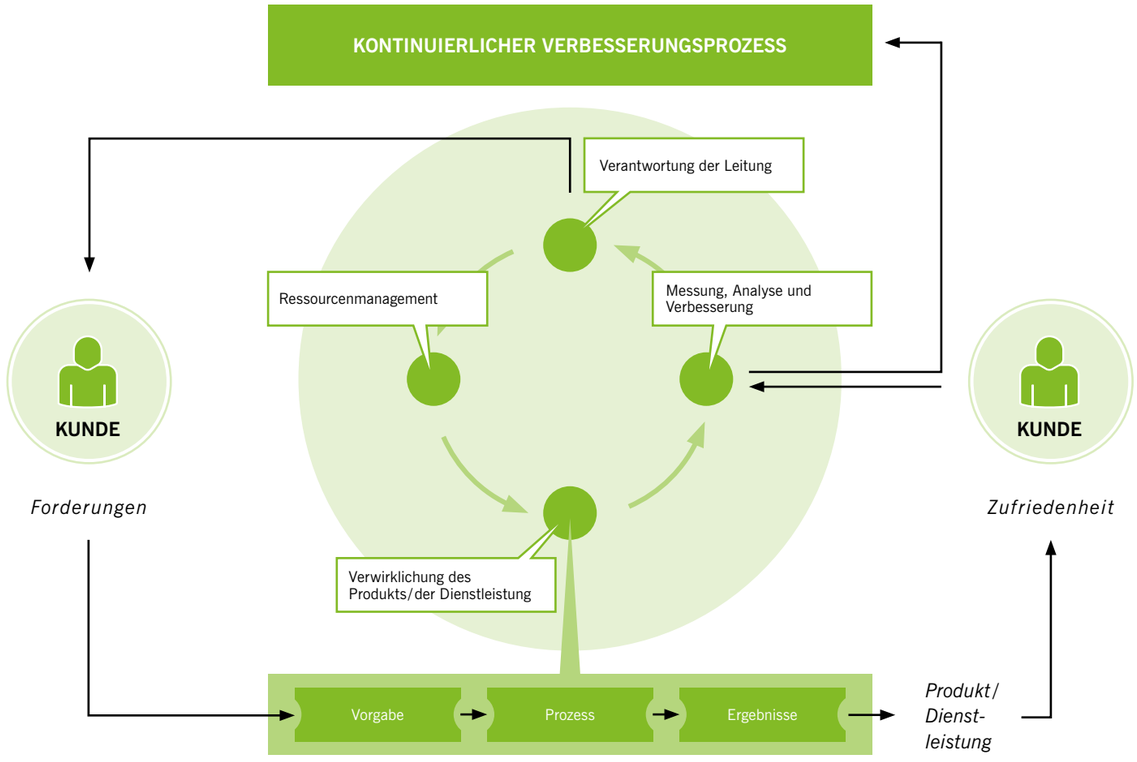
Der langfristige Geschäftserfolg der HOPSTEINER Unternehmensgruppe basiert auf einer Selbstverpflichtung und dem Leitspruch „Dem Kunden verpflichtet“. Dies ist in unserer Qualitätspolitik tief verwurzelt und sichert uns ein international erfolgreiches Handeln.

Ein Zitat von L. S. (Tom) Gimbel, 3rd, CEO und Gesellschafter der Unternehmensgruppe, besagt: „Es ist das oberste Ziel von HOPSTEINER, Brauereien auf der ganzen Welt mit Hopfen und Hopfenprodukten von höchster Qualität, zum bestmöglichen Preis und mit fachkundigem Service und technischer Unterstützung zu versorgen.“

Um genau dieser Verpflichtung nachzukommen und dieses übergeordnete Ziel zu überprüfen, hat sich HOPSTEINER entschlossen, im Herbst 2014 erstmalig eine Kundenzufriedenheitsanalyse in Zusammenarbeit mit dem Centrum für Marktforschung der Universität Passau durchzuführen.

Inhalte dieser Untersuchung, die neben Fragen zu den Produkten auch die Servicequalität mit in die Studie einbezieht, werden die Ermittlung der Bedürfnisse und Erwartungen eines internationalen Kundenkreises sein. Auch die Wertigkeit unserer Dienstleistungen rund um das Produkt selbst wird in dieser Initiative überprüft, denn je mehr Gewicht auf ein Kriterium gelegt wird, desto wichtiger ist die Erfüllung der Erwartung. Eine hohe Servicequalität ist bei uns Teil der Unternehmensphilosophie und wird täglich gelebt.

Es ist unsere Pflicht, Verbesserungspotenziale zu erkennen und entsprechend zu handeln. Durch die Zusammenarbeit mit einem externen erfahrenen Partner sowie einer gemäß Datenschutzgesetz anonymen Auswertung erwarten wir ehrliche Angaben sowie konstruktive Verbesserungsansätze. Denn wir fühlen uns „dem Kunden verpflichtet“.



„Hopfen, Natur und Ökologie im Einklang.“

ROHSTOFF- UND MATERIALEINSATZ

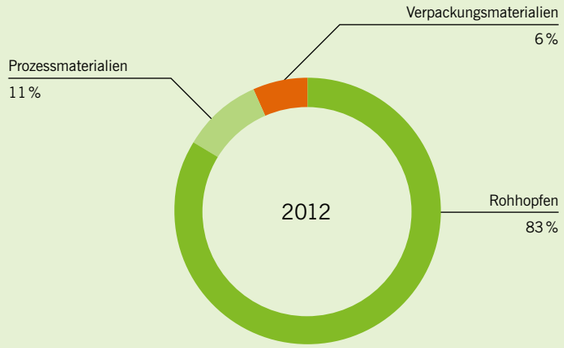
Der Rohstoff Hopfen hat für uns als Hopfenvermarkter höchste Priorität. In unseren Veredelungsprozessen konzentrieren wir uns darauf, die wesentlichen Substanzen – Aroma- und Bitterstoffe – für unsere Kunden herauszulösen.

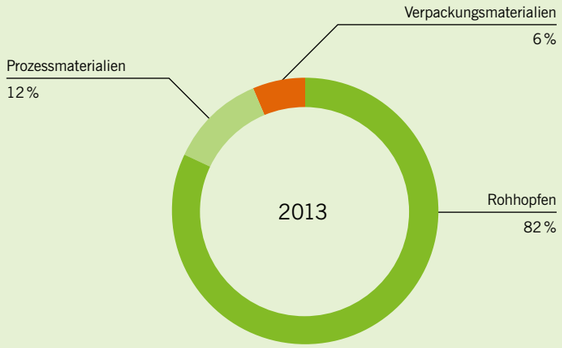
Etwa 12 Prozent unseres Materialeinsatzes bestehen aus nicht recycelbaren Verbrauchsstoffen. Dies sind vor allem Prozessstoffe, die bei den Extraktionsverfahren sowie bei der Herstellung von isomerisierten bzw. Downstream-Produkten benötigt werden.
Unsere Kunden erhalten den Rohstoff Hopfen in kompakten und ressourcenschonenden Verpackungseinheiten. Außerdem nutzen wir Recycling-Systeme, um zu gewährleisten, dass unsere Kunden Verpackungsstoffe umweltgerecht entsorgen können. Ebenfalls werden gebrauchte Materialien abhängig vom Verschmutzungsgrad und der Sortenreinheit wertstofflich oder energetisch verwertet. Nur rund 6 Prozent unseres Materialeinsatzes entfallen auf Verpackungsmaterialien. Die eingesetzten Materialien stammen zu 100 Prozent aus externen Quellen.

HOPSTEINER wurden in den Berichtsjahren keinerlei Bußgelder oder nicht monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im Umweltbereich auferlegt.

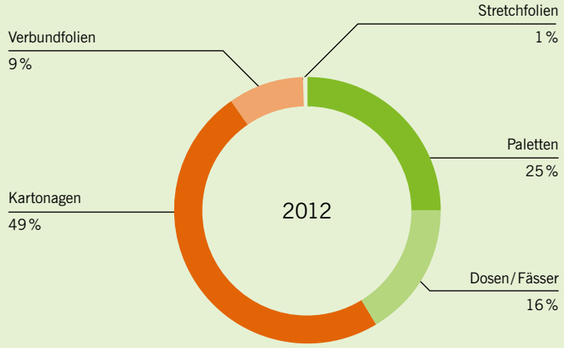
Alle berichteten Daten wurden aus unseren Abrechnungen mit den Lieferanten ermittelt.

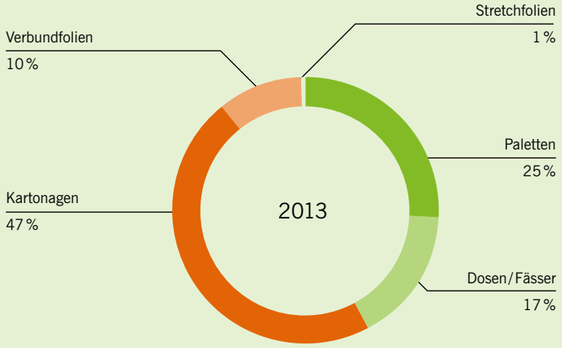
MATERIALEINSATZ



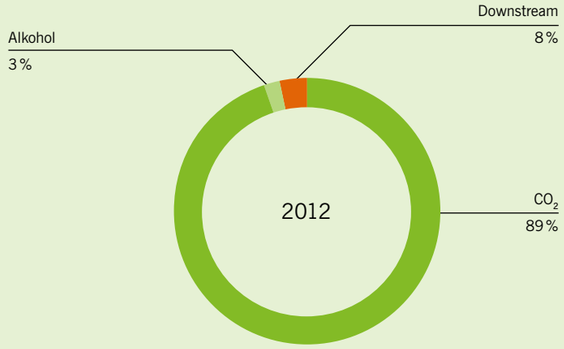


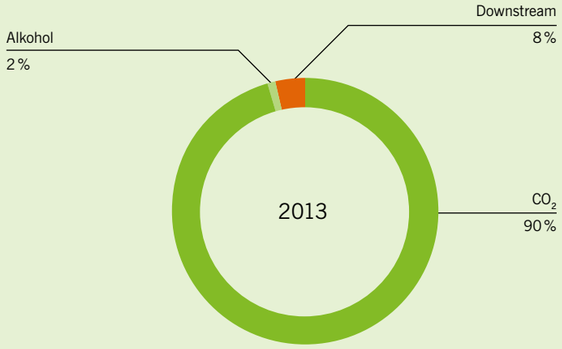
VERPACKUNGSMATERIALIEN





PROZESSMATERIALIEN



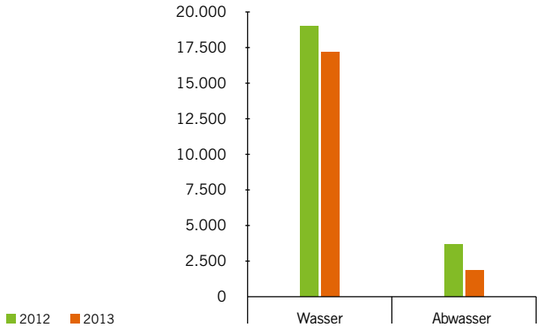


Einzelne Umweltdaten im Überblick

WASSEREINSATZ

HOPSTEINER setzt für die einzelnen Produktionsverfahren Wasser aus der kommunalen Versorgung ein. Alle relevanten Produktionsbereiche sind an eine hauseigene Kläranlage angebunden, in der ein Abbau der Schmutzfracht durch aerobe Bakterien stattfindet. Das Abwasser wird daher aufbereitet, bevor es in die kommunale Entsorgung eingeleitet wird.

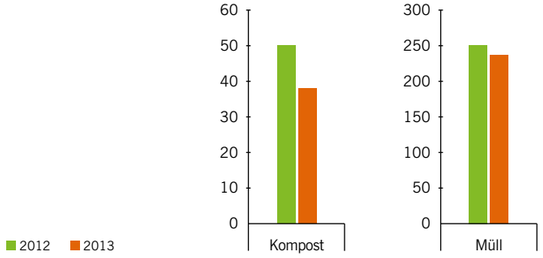
WASSEREINSATZ (m^3)

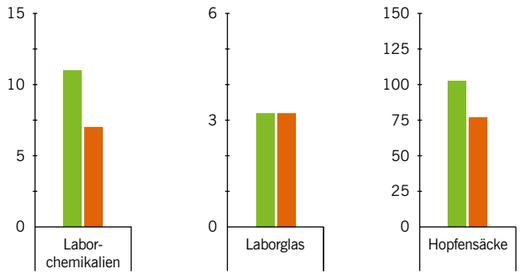


RESTSTOFFE UND ABFALLENTSORGUNG

Ein schlüssiges Konzept zur Entsorgung aller Reststoffe und Abfälle ist heute unabdingbar. Dazu gehört eine Minimierung des Volumens unserer Abfälle sowie eine Trennung wiederverwertbarer Stoffe. Bei der Entsorgung unserer Abfall- und Reststoffe wird geprüft, ob für die Abfallfraktion eine geeignete Option zur Wiederverwendung mit vertretbaren Kosten existiert.
Insbesondere die Hopfensäcke – die Verpackung des angelieferten Rohstoffes Hopfens – werden in vollem Umfang dem wertstofflichen Recycling zugeführt und wiederverwertet. Die Fraktionen Müll und Kompost werden von den örtlichen Entsorgungsdienstleistern aufgenommen und im Rahmen des kommunalen Müllentsorgungskonzepts aufbereitet bzw. entsorgt.

RESTSTOFFE UND ABFALLENTSORGUNG (t)





Energieverbrauch – hoher Anteil erneuerbarer Ressourcen

Mit einem Anteil in Höhe von etwa 50 Prozent an erneuerbaren Energieträgern betreiben wir unsere Produktionsabläufe höchst ressourceneffizient. Unser eigenes Biomasseheizwerk am Standort Mainburg deckt nahezu 90 Prozent unseres Wärmebedarfs ab und versorgt gleichzeitig auch benachbarte Betriebe im Gewerbegebiet Mainburg. In der Produktionsstätte Au erfolgt die Wärmeversorgung über den Energieträger Heizöl. Der Energiebedarf für Kühlleistung und Dampferzeugung ist in den Verbrauchsdaten enthalten. Für die Dampferzeugung nutzen wir unser Kesselhaus des Blockheizkraftwerks.
Ein wichtiger Punkt bei der Darstellung der Verbrauchsdaten und deren Vergleich ist die Betrachtung des Kalenderjahres bei der Bilanzierung der Verbrauchswerte. Die Verarbeitung der Hopfenernte 2012 erfolgt auch über den Stichtag des Jahreswechsels 2012/2013 hinaus. Damit sind die Verbrauchswerte eines Kalenderjahres nicht allein auf ein Erntejahr zu beziehen. Ein Erntejahr mit niedrigeren Erträgen – wie etwa 2013 – ist daher nicht unmittelbar in der Energiebilanz sichtbar.

KENNZAHLEN DES ENERGIEVERBRAUCHS

	ART	2012	2013
Verbrauch nicht erneuerbarer Energieträger	Heizöl	867 MWh	1.208 MWh
	Erdgas	3.170 MWh	3.788 MWh
Verbrauch erneuerbarer Energieträger	Biomasse	9.166 MWh	7.888 MWh
Verbrauch bezogener elektrischer Strom		6.441 MWh	5.207 MWh
Verbrauch Strom aus Eigenerzeugung		881 MWh	1.072 MWh
Verkauf Heizenergie aus Eigenerzeugung		2.154 MWh	1.686 MWh
Verkauf Strom		43 MWh	47 MWh
Gesamtenergieverbrauch		**18.327 MWh**	**17.430 MWh**

CO_2-EMISSIONEN

Jegliche Verarbeitungs- und Veredelungsprozesse sind mit Emissionen verbunden: auch die Hopfenveredelung. Unser Bericht deckt die direkten und indirekten CO_2-Emissionen ab (Scope 1 und Scope 2), die wir beginnend mit der Berichtsperiode 2012 zur Verfügung stellen. Für das Jahr 2012 lag der Wert an CO_2-Emissionen insgesamt bei 3.136 Tonnen. Der Wert an direkten THG-Emissionen belief sich auf 1.078 Tonnen, während die indirekten THG-Emissionen bei 2.058 Tonnen lagen. Im Jahr 2013 lagen die Werte der direkten THG-Emission bei 1.179 Tonnen sowie die indirekten Emissionen bei 1.170 Tonnen, wodurch aufgrund von geringeren Produktionsmengen eine Gesamtmenge von 2.398 Tonnen resultierte.
Bezogen auf die Tonne Produkt unterscheiden wir bei der Darstellung unserer Scope-1- und Scope-2-Emissionen nach den Hauptproduktgruppen unseres Produktprogramms. Bei der Herstellung der Extrakt-Varianten kommt Dampf aus dem eigenen Kesselhaus zum Einsatz, der als CO_2-neutral nicht in die Berechnung einfließt.
Neben den produktionsbezogenen Emissionen entstehen bei der Nutzung unserer Dienstwagen CO_2-Emissionen in Höhe von 158 Tonnen, die im Jahr 2013 erstmals erhoben wurden und den Scope-1-Werten zugerechnet werden. Bei den Scope-2-Werten ist die Versorgung unserer Gebäude mit 17,99 Kilogramm pro Tonne Produkt CO_2-Emissionen enthalten (2012: 20,21 kg/t Produkt).

Die Berechnung unserer direkten und indirekten CO_2-Emissionen beruht weitestgehend auf Echtdaten vom Versorger bzw. der eigenen Anlagen. Lagen einzelne Werte zum Zeitpunkt der Berichtserstellung nicht vor, so wurden diese auf Basis qualifizierter Annahmen hochgerechnet. Die für die Berechnung notwendigen Emissionsfaktoren stammen aus Defra 2013.

SCOPE-1- UND SCOPE-2-EMISSIONEN (kg/t PRODUKT)

„Wir entwickeln uns weiter.“

Erfolgreich als Team

Insgesamt haben wir im Berichtsjahr 2012 161 Mitarbeiter beschäftigt – im Jahr 2013 waren 169 Arbeitnehmer für uns tätig. Das Team besteht zu etwa 2/3 aus männlichen und zu etwa 1/3 aus weiblichen Mitarbeitern. Der Zwei-Jahres-Rückblick zeigt, dass wir schrittweise begonnen haben, unser Team zu verjüngen. Mit dem Erreichen des Rentenalters schieden einige langjährige Mitarbeiter aus. Durch Neueinstellungen insbesondere von Mitarbeitern aus der Altersgruppe bis 30 Jahre haben wir dies kompensiert und uns zukunftsorientiert aufgestellt.

GESUND UND SICHER ARBEITEN

Neben der hohen Kontinuität in unserer Mitarbeiterstruktur legen wir viel Wert auf Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Im Jahr 2012 verzeichneten wir insgesamt nur vier Arbeitsunfälle, die sich in gleichem Verhältnis auf männliche und weibliche Mitarbeiter verteilten. Im Jahr 2013 wurden sechs Arbeitsunfälle notiert, davon waren fünf männliche Mitarbeiter und eine weibliche Mitarbeiterin betroffen. Damit lag die 1000-Mann-Quote für 2012 bei 24,84 und für 2013 bei 35,0. Die Zahlen decken die meldepflichtigen Arbeitsunfälle ab, kleinere Vorkommnisse werden nicht erfasst. Die Vergleichsgröße der Berufsgenossenschaft für das Jahr 2012 liegt bei 23,32; für das Jahr 2013 liegt noch keine Vergleichszahl vor.
Die Abwesenheitsrate der Mitarbeiter lag bei männlichen Mitarbeitern im Jahr 2012 bei 3 Prozent bzw. 4 Prozent im Jahr 2013 und bei weiblichen Mitarbeitern bei jeweils 3 Prozent. Es wurden keine Arbeitsunfähigkeitsfälle verzeichnet, die aus der Tätigkeit bei HOPSTEINER resultierten.

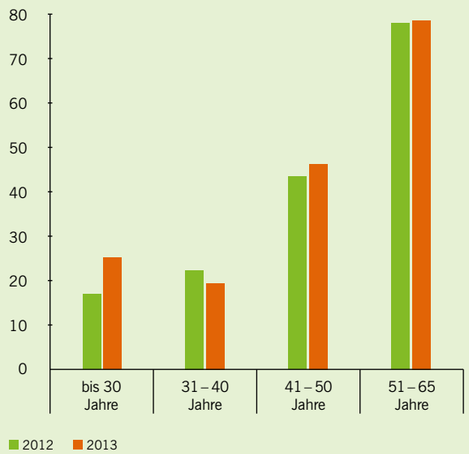
In regelmäßigen Schulungen geben wir unseren Mitarbeitern Unterstützung zur Einhaltung einer gesundheitsschonenden Arbeitshaltung sowie zur korrekten Durchführung von Erste-Hilfe-Maßnahmen. Diese Kurse sind Bestandteil unseres Schulungsprogramms und werden auf gewerbliche Mitarbeiter, Sachbearbeiter sowie Führungskräfte ausgedehnt. Um eine Verbesserung der Arbeitssicherheit und eine Verringerung der Unfallzahlen zu erreichen, wurde im Jahr 2013 eine Betriebsanweisung zur Sicherung bei Ladetätigkeiten für die Produktionsstätten Au und Mainburg implementiert.

Unsere Mitarbeiter werden gemäß einem innerbetrieblichen Entlohnungssystem fair und leistungsgerecht entlohnt. HOPSTEINER ist nicht durch einen Arbeitgeberverband repräsentiert.

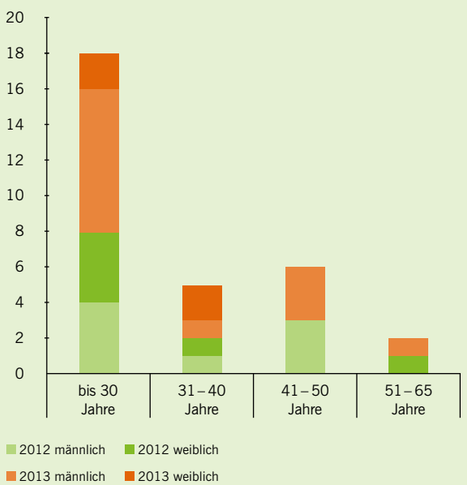
STETS AKTUELLES WISSEN

Neben gesundheitsbezogenen Schulungen sorgen wir für eine zielgerichtete Weiterbildung unserer Mitarbeiter. Die Themenbereiche in den Schulungen decken sämtliche Betriebsbereiche ab. Bei der Planung und Auswahl der Schulungsprogramme orientieren wir uns an dem im Geschäftsbetrieb erforderlichen Bedarf der Mitarbeiter sowie an den Entwicklungsanforderungen, die wir in den einzelnen Bereichen und für die einzelnen Mitarbeiter sehen. Die Steigerung der Schulungsaktivitäten im Jahr 2013 zeigt, dass durch den Eintritt neuer Mitarbeiter vor allem in der Altersgruppe bis 30 Jahre eine erhöhte Nachfrage an Schulungsmaßnahmen entstand. Ein Anteil von mehr als 2/3 am gesamten Schulungsvolumen wurde den gewerblichen Betrieben zugeordnet.
Neben dem hohen Maß an Arbeitssicherheit bei gleichzeitig hoher Produktqualität und den damit verbundenen Schulungen haben wir eine Erweiterung und Verbesserung unseres Dienstleistungsspektrums geplant. Durch eine systematische Handlungsweise und Planung wird der Schulungsbedarf entsprechend ermittelt und konsequent umgesetzt.

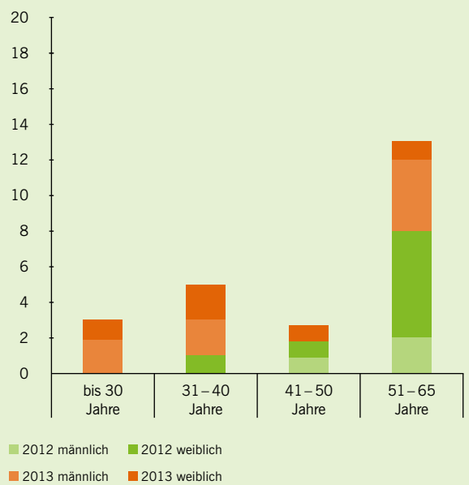
MITARBEITERSTRUKTUR NACH ALTERSGRUPPEN



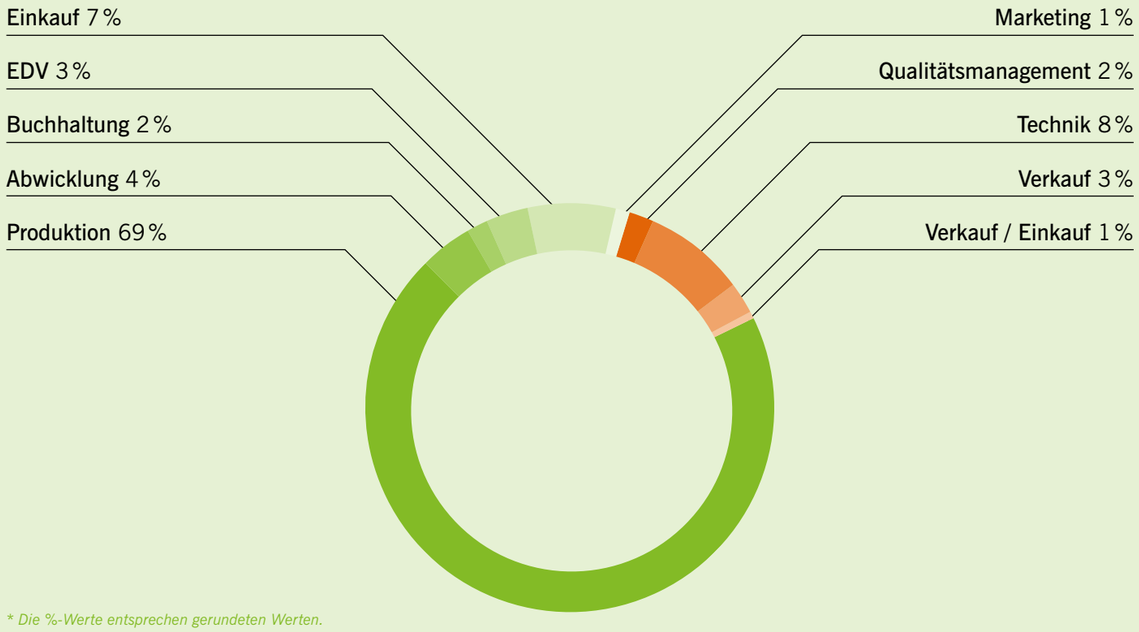
MITARBEITER-EINTRITTE NACH ALTERSGRUPPEN



MITARBEITER-AUSTRITTE NACH ALTERSGRUPPEN



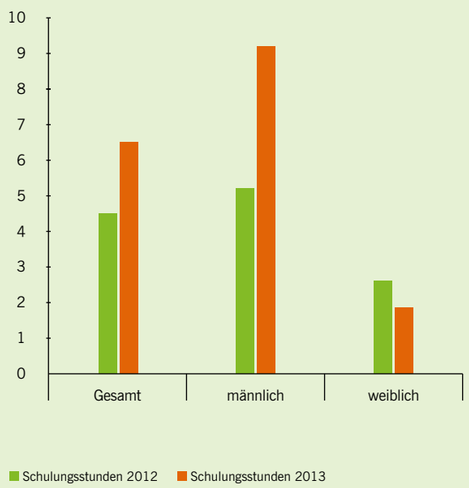
AUFTEILUNG DER SCHULUNGSSTUNDEN IN DEN JAHREN 2012 UND 2013 AUF THEMENGEBIETE

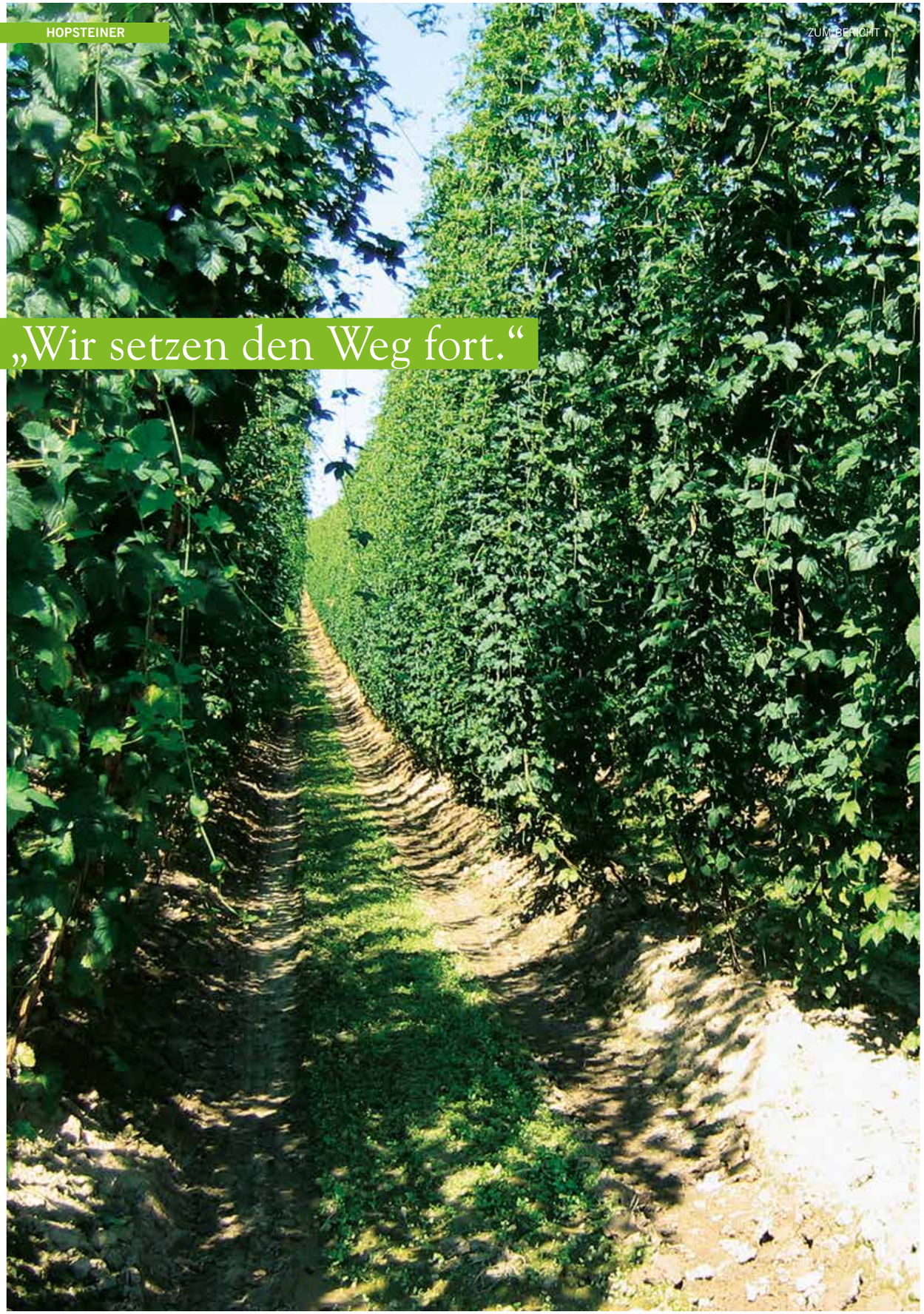


** Die %-Werte entsprechen gerundeten Werten.*

DURCHSCHNITTLICHE ANZAHL DER SCHULUNGSSTUNDEN PRO MITARBEITERKATEGORIE

DURCHSCHNITTLICHE ANZAHL DER SCHULUNGSSTUNDEN PRO MITARBEITER





„Wir setzen den Weg fort.“

Zum Bericht

STATUS QUO UND ZIELE

Ziel ist es, der wachsenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsfragen und den damit verbundenen Anfragen aus unserem Kundenkreis der Brauwirtschaft mit einem eingehend recherchierten und nach international anerkannten Regeln ausgearbeiteten Dokument Rechnung zu tragen.

Für die Berichtserstellung haben wir anhand von mehr als 230 Indikatoren aus dem GRI-Leitfaden G4 das gesamte Unternehmen konsequent auf seine sozialen, ökologischen und ökonomischen Leistungsparameter durchleuchtet und dabei alle Funktionen in der Verarbeitung und Vermarktung von Hopfen und Hopfenprodukten berücksichtigt.

Dieser erste Bericht versteht sich primär als Bestandsaufnahme aller relevanten qualitativen und quantitativen Messgrößen, aus der sich dann entsprechende Überlegungen, Zielsetzungen und Maßnahmen für die Zukunft ableiten. Dabei war während der Erhebungsphase für alle Beteiligten festzustellen, dass man in der Vergangenheit bei allen Entscheidungen bereits einen „Spirit“ der Nachhaltigkeit als Maßstab ansetzte, ohne ihn jedoch explizit so zu definieren.

Themen wie Compliance-Kultur, Respektierung der Menschenrechte, Fortbildung und die enge Einbindung unserer Lieferanten in unsere qualitätssichernden Maßnahmen sind für uns seit vielen Jahrzehnten genauso selbstverständlich wie die Nutzung und den Ausbau von regenerativen Energiequellen.

Allerdings haben wir festgestellt, dass die Begrifflichkeit der Nachhaltigkeit zunächst hausintern erst einer näheren Aufklärung bedurfte und die Einbindung aller Entscheidungsträger über alle Abteilungen hinweg genauso wichtig für das Gelingen dieses Projekts war wie das qualifizierte und professionelle Projektmanagement der beauftragten Mitarbeiter.

Eine weitere Erkenntnis war, dass zukünftig ein intensiveres und strukturierteres Auseinandersetzen mit den Themen Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit nötig ist, um messbare und über einen längeren Zeitraum vergleichbare Ergebnisse zu erhalten.

Ebenso werden wir uns dem Thema Lieferantenaudits außerhalb der reinen Hopfenerzeugung intensiver zuwenden.

Parallel laufen natürlich weiterhin und nicht zuletzt auch aus Gründen der Kostenoptimierung Maßnahmen zur energetischen Effizienzsteigerung und Reduzierung von Treibhausgasen, zum Beispiel durch die Planung einer Photovoltaikanlage am Standort Mainburg. Des Weiteren soll der Anteil an nicht recyclebarem Abfall reduziert werden.

In der nächsten Ausgabe werden wir das Erreichte mit unseren Zielsetzungen abgleichen und daraus ableiten, wo besonderer Handlungsbedarf besteht. In jedem Fall haben wir in der Wesentlichkeitsbetrachtung (Seite 33) bereits heute feststellen können, dass wir in den wichtigen und für unsere Leistungserstellung relevanten Themen bereits ein sehr hohes Niveau erreicht haben.

ÜBER DIESEN BERICHT

Der vorliegende erste und umfassende Nachhaltigkeitsbericht der Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH wurde anhand der neuesten Sustainability Reporting Guidelines von Global Reporting Initiative (GRI), Version G4 nach dem „Core“-Level erstellt. Der Bericht deckt die Jahre 2012 und 2013 ab. Die nächste Ausgabe haben wir für das Jahr 2017 geplant. Darüber hinaus sehen wir ein jährliches Update unserer wesentlichen Kennzahlen vor, welches wir auf Anfrage gerne bereitstellen werden.

Am Schluss des Berichts steht eine Liste der veröffentlichten Indikatoren zur Verfügung, die angibt, wo die von den Leitlinien GRI G4 vorgesehenen Informationen innerhalb des Dokuments zu finden sind.
Die gelieferten Daten und Informationen zur Produktion (sofern nicht anderweitig angegeben) beziehen sich auf die Gruppenunternehmen Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH, Mainburg, sowie auf die Hallertauer Hopfenveredelungsgesellschaft mbH (HHV) Mainburg und Au.
Die Daten wurden von den verantwortlichen Mitarbeitern der einzelnen Bereiche ausgearbeitet und überprüft. Der Abschnitt, der die wirtschaftlichen Ergebnisse betrifft, wurde aufgrund von Daten aus der konsolidierten Geschäftsbilanz der Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH erstellt.

Für nähere Rückfragen steht Ihnen Andrea Schmid jederzeit unter der E-Mail-Adresse aschmid@hopsteiner.de gern zur Verfügung.

5 | Rahmendaten

GRI-Inhaltsindex Seite 58–61
Impressum Seite 62

GRI-Inhaltsindex

KATEGORIE	ASPEKT	TITEL	INDIKATOR	REFERENZ IM BERICHT	ABGEDECKT	TEILWEISE ABGEDECKT
Allgemeine Angaben	Strategie und Analyse	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	G4-1	Seite 7	●	
		Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen	G4-2	Umschlag Innenseite vorn Seite 14–15 Seite 34–35 Seite 55	●	
	Organisationsprofil	Name der Organisation	G4-3	Seite 7, Seite 20 Umschlag Rückseite außen	●	
		Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	G4-4	Seite 12–14	●	
		Hauptsitz der Organisation	G4-5	Seite 16 Seite 55 Umschlag Rückseite außen	●	
		Anzahl der Länder, in denen die Organisation operiert	G4-6	Seite 16–17	●	
		Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	G4-7	Seite 16–17 Seite 20–21	●	
		Belieferte Märkte	G4-8	Seite 18–19	●	
		Größe der Organisation	G4-9	Seite 38–39 Seite 46 Seite 50	●	
		Gesamtzahl der Mitarbeiter nach Arbeitsvertrag und Geschlecht	G4-10	Seite 22 Seite 51	●	
		Prozentsatz der von Kollektivvereinbarungen erfassten Arbeitnehmer	G4-11	Seite 51	●	
		Lieferkette	G4-12	Seite 25–27	●	
		Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraums	G4-13	Seite 20–21	●	
		Darstellung des Vorsorgeansatzes	G4-14	Umschlag Innenseite vorn Seite 7 Seite 34	●	
		Extern entwickelte wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Chartas und Initiativen, die von der Organisation unterstützt werden	G4-15	Umschlag Innenseite vorn Seite 44	●	
		Mitgliedschaften in Verbänden	G4-16	Seite 21	●	
	Wesentliche Aspekte und Grenzen	Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss aufgeführt sind	G4-17	Seite 20–21	●	
		Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung von Aspekten	G4-18	Seite 32–33	●	
		Wesentliche Aspekte	G4-19	Seite 33	●	
		Abgrenzung der wesentlichen Aspekte innerhalb der Organisation	G4-20	Seite 33	●	
		Abgrenzung der wesentlichen Aspekte außerhalb der Organisation	G4-21	Seite 33	●	
		Auswirkung jeder Neuformulierung gegenüber Informationen aus früheren Berichten und Gründe für die Neuformulierung	G4-22	Nicht anwendbar	●	
		Wichtige Änderungen in Umfang und Grenzen der Aspekte zu früheren Berichtszeiträumen	G4-23	Nicht anwendbar	●	
	Einbindung von Stakeholdern	Liste der eingebundenen Stakeholdergruppen	G4-24	Seite 30–31	●	
		Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	G4-25	Seite 30–31	●	
		Ansatz zur Einbindung der Stakeholder	G4-26	Seite 30–31	●	
		Wichtigste Themen und Anliegen aus der Einbindung der Stakeholder	G4-27	Seite 30–31 Seite 35 Seite 42 Seite 44 Seite 50	●	
	Berichtsprofil	Berichtszeitraum	G4-28	Seite 55	●	
		Datum des vorhergehenden Berichts	G4-29	Seite 55	●	
		Berichtszyklus	G4-30	Seite 55	●	
		Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	G4-31	Seite 55	●	
		„In Übereinstimmung“-Option und GRI Index	G4-32	Seite 55 Seite 58–61	●	
		Externe Prüfung des Berichts G4-33 nicht anwendbar	G4-33			
	Unternehmensführung	Führungsstruktur der Organisation	G4-34	Seite 23	●	
		Prozess zur Delegation von Vollmachten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen an Führungskräfte und Beschäftigte	G4-35	Seite 23	●	
	Ethik und Integrität	Verhaltenskodex	G4-56	Seite 9	●	

KATEGORIE	ASPEKT	TITEL	INDIKATOR	REFERENZ IM BERICHT	ABGEDECKT	TEILWEISE ABGEDECKT
Indikatoren	Managementansatz		G4-DMA	Seite 38	●	
	Wirtschaftliche Indikatoren	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	G4-EC1	Seite 39 Seite 25–26	●	
		Ausgabenanteil für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten	G4-EC9	Seite 39 Seite 44	●	
	Ökologische Indikatoren	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	G4-EN1	Seite 46–47	●	
		Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz	G4-EN2	Seite 26 Seite 46–47	●	
		Energieverbrauch innerhalb der Organisation	G4-EN3	Seite 46–47	●	
		Verringerung des Energieverbrauchs	G4-EN6	Seite 48–49		●
		Gesamtwasserentnahme nach Quelle	G4-EN8	Seite 48–49	●	
		Prozentsatz und Gesamtvolumen des wieder zugeführten und wiederverwendeten Wassers	G4-EN10	Seite 48–49	●	
		Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	G4-EN15	Seite 49	●	
		Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	G4-EN16	Seite 49	●	
		Intensität der Treibhausgasemissionen	G4-EN18	Seite 49		●
		Gesamtvolumen der Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	G4-EN22	Seite 48	●	
		Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	G4-EN23	Seite 48–49	●	
		Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	G4-EN27	Seite 40–41 Seite 42–43	●	
		Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften	G4-EN29	Seite 46	●	
		Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	G4-EN32	Seite 44–45	●	
		Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	G4-EN33	Seite 42–43 Seite 44	●	
	Gesellschaftliche Indikatoren	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	G4-LA1	Seite 51–52		●
		Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht	G4-LA6	Seite 51		●
		Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	G4-LA9	Seite 51–53		●
		Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren	G4-LA12	Seite 52		●
		Prozentsatz und Gesamtzahl der signifikanten Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten	G4-HR1	Seite 9 Seite 44		●
		Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln	G4-PR1	Seite 41–43	●	
		Gesamtzahl der Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit	G4-PR2	Seite 42	●	
		Art der Produkt- und Dienstleistungsinformationen, die durch Verfahren der Organisation für Information über und die Kennzeichnung von Produkten erforderlich sind, sowie Prozentsatz der Produkt- und Dienstleistungskategorien, die solchen Informationspflichten unterliegen	G4-PR3	Seite 41–43	●	
		Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Informationen über und die Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen, dargestellt nach Art der Folgen	G4-PR4	Seite 42	●	
		Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	G4-PR5	Seite 45		●
		Geschäftsstandorte, bei denen Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden	G4-SO1	Seite 21 Seite 39		●

Impressum

HERAUSGEBER
Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH
Auhofstraße 18
84048 Mainburg
Germany

Vertreten durch die Geschäftsführer
Joachim Gehde
Pascal Piroué
Heinz-Jürgen Cooberg
Werner Sellmer
Louis S. Gimbel 3rd
Louis S. Gimbel 4th

Tel. +49 (0) 8751 8605-0
Fax +49 (0) 8751 8605-80

info@hopsteiner.de
www.hopsteiner.de

VERANTWORTLICH
Pascal Piroué, Joachim Gehde
Mitglieder der Geschäftsleitung

REDAKTION
Alexander Feiner

GESTALTUNG
kloetzldesign GmbH

FOTOS
Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH
iStockphoto LP

DRUCK
Böhm & Partner Druckerei GmbH

PAPIER
LumiSilk PEFC-zertifiziert

AUFLAGE
1. Auflage, 2014
1.000 Stück

Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH.

Auhofstraße 18, 84048 Mainburg, Germany
Tel. +49 (0) 8751 8605-0 | Fax +49 (0) 8751 8605-80
info@hopsteiner.de

S. S. Steiner, Inc.

655 Madison Avenue, New York, N.Y., 10065, USA
Tel. +1 212 838-8900 | Fax +1 212 593-4238
sales@hopsteiner.com

Steiner Hops Limited

319 A High Street, Epping, Essex CM16 4DA, England
Tel. +44 (0) 1992 572 331 | Fax +44 (0) 1992 573 780
enquiries@hopsteiner.co.uk

Steiner Asia

Hopsteiner Trading (Zhuhai) Co., Ltd.
Suite 15 C, Jiu Chang Building, No. 8, Hai Zhou Road, Ji Da District,
Zhuhai, Guangdong, China 519015
Tel. +86 756 322-3340 | Fax +86 756 322-3345
info@hopsteiner.com.cn

www.hopsteiner.com