NACHHALTIGKEITSBERICHT

BERICHTSZEITRAUM 2014 - 2016

Hopsteiner®

DEM KUNDEN VERPFLICHTET.

Hopfenhandel weltweit

Die Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH ist 100-prozentige Tochter der S. S. Steiner Inc., New York, USA. Dieser Nachhaltigkeitsbericht deckt die Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH sowie die Hopfenverarbeitungswerke der Hallertauer Hopfenveredelungsgesellschaft mbH ab.
Im Berichtszeitraum sind im Anteilsbesitz die Tochtergesellschaften HOPSTEINER España S.A. und die Brewpark S.A.S. in Frankreich hinzugekommen. Neben diesen Unternehmen umfasste unser Anteilsbesitz die bereits im Nachhaltigkeitsbericht 2013 genannten Unternehmen.

HOPSTEINER IM ÜBERBLICK

Statement der Geschäftsleitung Seite 5
Unternehmensstruktur Seite 6
Stakeholderdialog Seite 7
Über diesen Bericht Seite 7

UMFELD & RAHMEN

Wesentliche Aspekte Seite 8
Einflüsse, Chancen und Risiken Seite 9

KRITERIEN DER NACHHALTIGKEIT

Ökonomie und Produkte Seite 10–13
Umwelt Seite 14–18
Mitarbeiter Seite 19–23
Status Quo und Ziele Seite 24
Berichtsrahmen Seite 25

RAHMENDATEN

GRI-Inhaltsindex Seite 26–29
Impressum Seite 30

Hopsteiner®

DEM KUNDEN VERPFLICHTET.

Sehr geehrte Damen und Herren, sehr geehrte Geschäftspartner,

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

bewusste Ernährung liegt bei den Konsumenten in den vergangenen Jahren verstärkt im Trend, verbunden mit dem Wunsch nach regionalen Produkten. Hinzu kommt eine sich verändernde Kommunikation, die immer mehr durch soziale Medien bestimmt wird. Auch in der Getränkewirtschaft sind diese beiden Trends aktuell. Die Verbraucher informieren sich über die Herkunft und Qualität der eingesetzten Rohstoffe. Sie bevorzugen Regionalität und Transparenz und sie tauschen sich hierzu auf verschiedenen Plattformen und Foren aus.

Die Hopfenwirtschaft steht also vor Herausforderungen für die Zukunft, denen sie sich weder entziehen kann noch will. So sehen sich auch Hopfenproduzenten zunehmend stringenten gesetzlichen Vorschriften und Handlungsvorgaben zum Wohle von Mensch und Natur gegenüber. Dies betrifft sowohl den Pflanzenschutz, den bürokratischen Aufwand, die Personalbeschaffung und -qualifikation sowie den Einsatz von Kapital in neue Anlagen und Erntetechniken. Ebenso müssen sich die Verarbeiter und Vermarkter auf das sich kontinuierlich verändernde Verbraucherverhalten einstellen. Wichtig hierbei ist, Entwicklungen zu erkennen und Prozesse und langfristige Planungen derart zu gestalten, dass im Bedarfsfall schnell auf die Interessen der Partner reagiert werden kann.
Im Sinne einer nachhaltigen und langfristigen Weiterentwicklung der Hopsteiner-Unternehmensgruppe tragen wir diesen Trends Rechnung und haben zahlreiche Maßnahmen weiterentwickelt und gestartet, die unser Unternehmen auf die zukünftigen Jahrzehnte weiterhin erfolgreich ausrichten.

Einige Beispiele:

- Die Intensivierung unserer Aktivitäten im Bereich der europäischen Sortenzüchtung berücksichtigt insbesondere die veränderten Anforderungen der Kunden, den sichtbaren Klimawandel, die Erfordernisse des restriktiveren Pflanzenschutzes und die ökonomischen Anforderungen der Hopfenproduzenten.
- Um den Bezug von „Hopfen aus der Heimat" zu sichern, beziehen wir unsere Sorten aus dem regionalen Hopfenanbau der verschiedenen europäischen Länder. Die wesentliche Rolle kommt hier nach wie vor dem Erzeugermarkt Deutschland zu.
- Unser zeit- und umweltgemäßes Energiemanagement umfasst die Nutzung von Solarstrom für die Kühlhäuser und die Reduzierung des CO_2-Verbrauchs entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis hin zum Fuhrpark.

Sie sehen, Nachhaltigkeit bleibt ein großes Thema mit vielen Aktionsfeldern und spannenden Herausforderungen. Die Hopsteiner-Gruppe verfolgt diese Themen kontinuierlich und stets auf der Basis eines soliden, definierten Geschäftskonzepts. Die wichtigsten Informationen legen wir Ihnen nun mit unserer aktualisierten Ausgabe unseres Nachhaltigkeitsberichts vor.

Joachim Gehde
Geschäftsleitung

Pascal Piroué
Geschäftsleitung

Hopsteiner im Überblick

- S. S. Steiner Inc. New York, USA
  - Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH, Mainburg, D
    - Hallertauer Hopfenvere-delungsgesellschaft mbH Mainburg, Au, D
    - TOV HOPSTEINER, Spilka UA
    - Zatec Hop Company a.s. Prag-Saaz, CZ
    - Hopsteiner ESPAÑA, S.A. Villanueva de Carrizo, ES
    - Brewpark S.A.S Mardeuil, FR
  - Steiner Hops Limited Epping, UK
  - Steiner Hops (Zhuhai) Co., Ltd. Zhuhai, China
    - Jiuquan Steiner Hops Co. Ltd., Hopfenanbau, Einkauf, Verarbeitung, Lager und Verkauf Gansu Province, China
  - S. S. Steiner Inc. Yakima, USA
    - Golden Gate Hop Ranches, Züchtung/Produktion, Yakima Valley, USA
    - S. S. Steiner Inc. Produktion von Pellets, Yakima, USA
    - „HECA“ CO_2-Extraktion Downstream - Extraktion, Yakima, USA

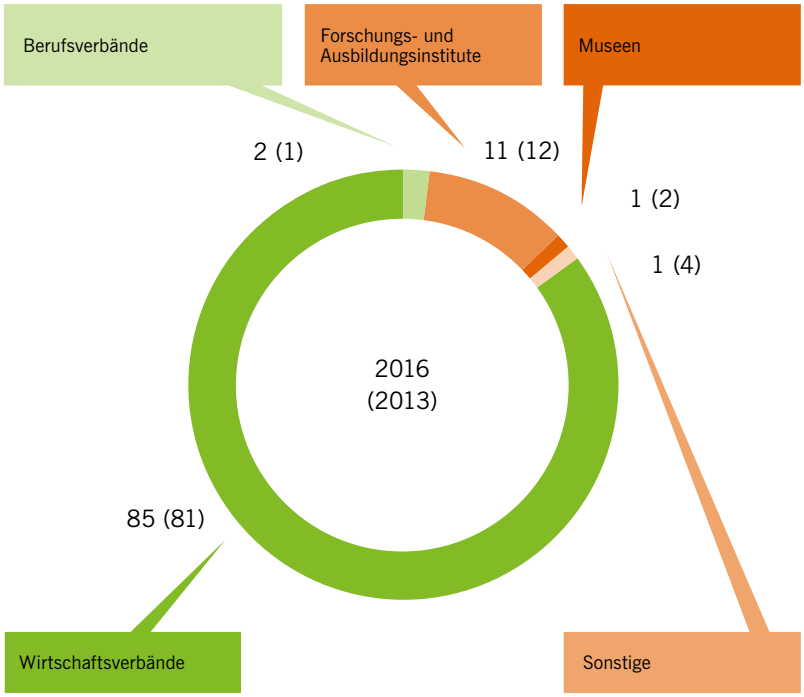
Bei unserer Tochtergesellschaft in der Ukraine, deren Anteil an unseren Aktivitäten im unteren einstelligen Prozentbereich liegt, wirkten sich die verbesserten Rahmenbedingungen sowie Veränderungen in der Unternehmensstruktur positiv aus.

■ Berichtsrahmen

Hopsteiner ist weltweit präsent: Mit Tochtergesellschaften an allen international bedeutenden Standorten der Hopfenerzeugung haben wir einen direkten Draht zu den Pflanzern.
Über unser weltumspannendes Vertriebs-Netzwerk sind wir auch im engen Kontakt mit allen Kunden, die Hopfenerzeugnisse einsetzen. Dies sind sowohl Brauereien als auch Unternehmen der Lebensmittelverarbeitung oder sonstiger Industrien, die Hopfenprodukte außerhalb der Bierherstellung einsetzen.

Neben unserer Präsenz auf den Rohstoff- und Absatzmärkten weltweit pflegen wir kontinuierlich einen wissenschaftlichen und fachlichen Austausch mit zahlreichen Gremien und Institutionen aus der Branche. Wir sind in relevanten Verbänden rund um die Hopfenbranche präsent und aktiv tätig, so zum Beispiel im Deutschen Hopfenwirtschaftsverband e.V. Unser Geschäftsführer Pascal Piroué ist aktuell in diesem Gremium zweiter Vorstand und beteiligt sich bei der Erarbeitung der Branchenpositionen. Überdies stehen wir in ständigem guten Kontakt mit den Forschungsinstituten der Bierbranche wie der TU München in Weihenstephan, der Versuchs- und Lehranstalt für Brauerei in Berlin e.V. (VLB) sowie verschiedenen anderen Forschungseinrichtungen weltweit.

BEITRAGSZAHLUNGEN AN VERBÄNDE UND FORSCHUNGSEINRICHTUNGEN (%)



Der Vorbericht ist unter www.hopsteiner.com/de/bewusstsein-fur-nachhaltigkeit zur Einsichtnahme und zum Download verfügbar.

Über diesen Bericht

Die Hopfenvermarktung ist eine auf langfristigen Erfolg angelegte Tätigkeit. Daher prägen andauernde, solide Geschäftsbeziehungen und Vereinbarungen unsere Aktivitäten. Viele der Informationen im Nachhaltigkeitsbericht haben kontinuierlich Bestand. Wir haben uns daher bereits bei der Erstellung des Erstberichts für einen dreijährigen Berichtsrhythmus entschieden. Da auch der Datenverlauf für diesen Zeitraum meist keine gravierende Veränderung aufzeigt, haben wir im aktuellen Bericht die Daten des Jahres 2016 mit den Werten des Jahres 2013 verglichen. Nur in den Fällen, in denen die jährlichen Zahlen deutliche Veränderungen aufweisen, haben wir den Verlauf der Daten seit 2012 in den aktuellen Bericht integriert. Das betrifft Informationen aus den Bereichen Ökologie sowie Mitarbeiter & Soziales.
Bestand haben insbesondere zahlreiche Informationen aus dem allgemeinen Teil des Erstberichts zu den Jahren 2012 und 2013. Deshalb verzichten wir im vorliegenden Bericht auf die erneute Darstellung dieser Informationen und verweisen in unserem GRI Content Index gemäß GRI G4 – Version Core – auf den Vorbericht.

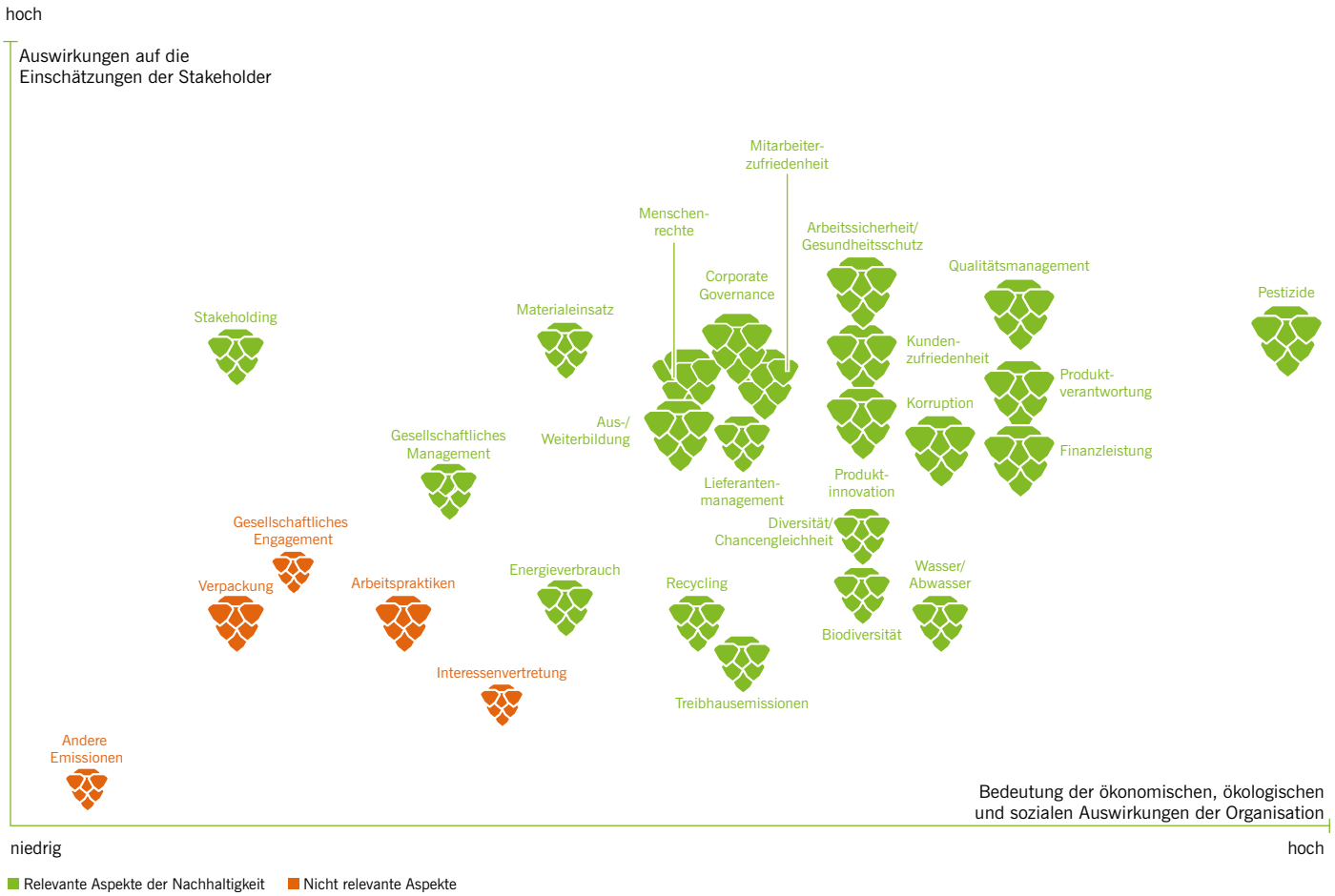
In einzelnen Themenfeldern haben wir die Darstellung der Informationen verbessert, indem wir beispielsweise die Einzelwerte in die Diagramme übernommen haben. Darüber hinaus haben wir auch einzelne Indikatoren vertieft dargestellt. Das betrifft

- die Informationen zu den einzelnen Abfallfraktionen und
- die Daten zur Weiterbildung der Mitarbeiter und zur Arbeitssicherheit

Wesentliche Aspekte unserer nachhaltigen Ausrichtung

Die in der ersten Auflage unseres Nachhaltigkeitsberichts dargestellten Aspekte sind unverändert gültig. Sowohl in der Einschätzung, welche Themen unsere Stakeholder für wesentlich halten, als auch in der internen Betrachtung der Aspekte sehen wir keinen Veränderungsbedarf. Der Prozess, wie die wesentlichen Aspekte ermittelt und positioniert wurden, ist im Vorbericht enthalten und kann dort eingesehen werden.

MATERIALITÄTSMATRIX*



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

HERAUSFORDERUNG	ANFORDERUNG (-5 / 0 / +5)		CHANCE
• Kundenforderungen nach nachhaltigem Handeln der Lieferanten mit Gefahr der Auslistung bei Nichteinhaltung	Nachweis für nachhaltiges Handeln **MASSNAHME** • Laufende Entwicklung von Maßnahmen, die nachhaltiges Handeln fördern • Fortschreibung des Nachhaltigkeitsberichts	• 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	• Aktive Mitarbeit als Verbandsvertreter in Gremien für Pflanzenschutz	• Starke Bindung der Lieferanten durch die Dienstleistung in der Beratung
• Hohe Investitionskosten in neue Sorten mit unsicherem Ergebnis	Schwankende Ernteerträge durch klimatische Bedingungen **MASSNAHME** • Entwicklung neuer leistungsstarker und robuster Hopfensorten (eigenes Züchtungsprogramm)	• Einführung neuer Sorten bei Kunden • Etablierung von internen Ressourcen für Brauversuche	• Alleinstellungsmerkmal durch eigene Hopfensorten • Zukunftssicherung des Hopfenanbaus in Europa
• 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
• Kosten übersteigen Aufwand	Ausrichtung des Vertriebs und der Logistik auf kleinere Verbrauchseinheiten **MASSNAHME** • Webshop • Anpassung der Standardverpackungsgrößen		• Erschließung eines Wachstumsmarkts im Trend
• Verlust des Kontakts zu den Hopfenpflanzern	Direkter Kontakt zu den Zukunftsbetrieben **MASSNAHME** • Hopsteiner PflanzerForum	• Verstärkung des Kontakts zu den expandierenden Betrieben, mit langfristiger Ausrichtung	• Kontakt zum Pflanzer wird gestärkt
• Produktrückholung • Nicht gesetzeskonform	Qualitätsanforderungen der Brauereien bezüglich Reinheit der Rohstoffe **MASSNAHME** • Lückenlose Rückstandskontrollen im Fertigprodukt • Laufende Anpassung und Verbesserung von Frühwarnsystem		• Höchste Produktsicherheit für den Kunden • Differenzierung zum Wettbewerb

„Verantwortungsvoll und leistungsstark."

Kontinuierlicher Blick auf das Ganze

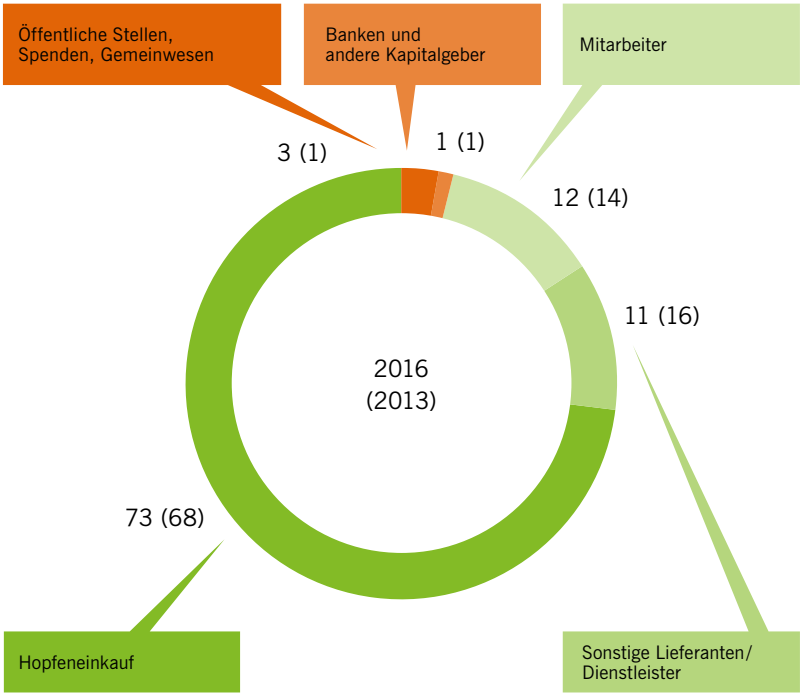
Die Rahmenbedingungen des globalen Hopfenmarkts veröffentlichen wir jährlich mit den aktuellen Ernteergebnissen in den „Entscheidungsdaten für den Hopfeneinkauf".
Aus den Erkenntnissen, die wir aus den Analysen des Hopfenmarktes und den Anforderungen unserer Partner ziehen, leiten wir zwei Handlungsstränge ab, um weiterhin langfristig wirtschaftliche Erfolge erzielen zu können.
Zum einen verfolgen wir ein eigenes Sortenzüchtungsprogramm. Hier werden neue Sorten mit hohen Resistenzen gegenüber Krankheiten und Schädlingen entwickelt. Erforderlich macht dies nicht zuletzt der Klimawandel, durch den die Pflanzen häufiger langen Trockenperioden ausgesetzt sind und höheren Temperaturen in den Sommermonaten standhalten müssen.
Und zum anderen richten wir unseren Vertrieb und die Logistik so aus, dass sie dem zunehmend kleinvolumigen Bedarf von Kunden im Microbrew-Bereich gut gerecht werden.
In der Produktentwicklung haben wir die Aromenforschung weiter intensiviert sowie die Kapazitäten in der Produktion und Logistik erhöht. Eine wesentliche Investition unserer gesamten Maßnahmen am Standort Mainburg in Höhe von 3,1 Millionen Euro war in den Jahren 2014 bis 2016 der Neubau einer Vacupack-Anlage zur Konfektionierung von Rohhopfen in 5-kg-Einheiten und ein Technikum für die Herstellung von Versuchssuden mit neuen Hopfensorten. Ebenso wurden die Einrichtungen zur Herstellung von Downstreamprodukten deutlich erweitert.
Neben dem Kapitaleinsatz für diese Handlungsfelder mussten wir auch gestiegene Rohstoffpreise berücksichtigen. Vor allem durch eine konsequente Einkaufs- und Verkaufspolitik konnten wir unsere nachhaltig solide Unternehmensposition weiter stärken.

Die Entscheidungsdaten für den Hopfeneinkauf stehen auf unserer Homepage zum Download bereit (https://www.hopsteiner.com/de/news/type/entscheidungsdaten-fur-den-hopfeneinkauf/).

Finanzleistung

Etwa drei Viertel unserer Wertschöpfung fließt an unsere Rohstofflieferanten, die Hopfenpflanzer. Weitere 23 Prozent der Aufwendungen werden für unsere Mitarbeiter, sonstige Lieferanten und Dienstleister eingesetzt. Die Werte liegen über die Jahre hinweg weitgehend in einem vergleichbaren Rahmen, wobei die Zahlen je nach Erntejahr variieren.

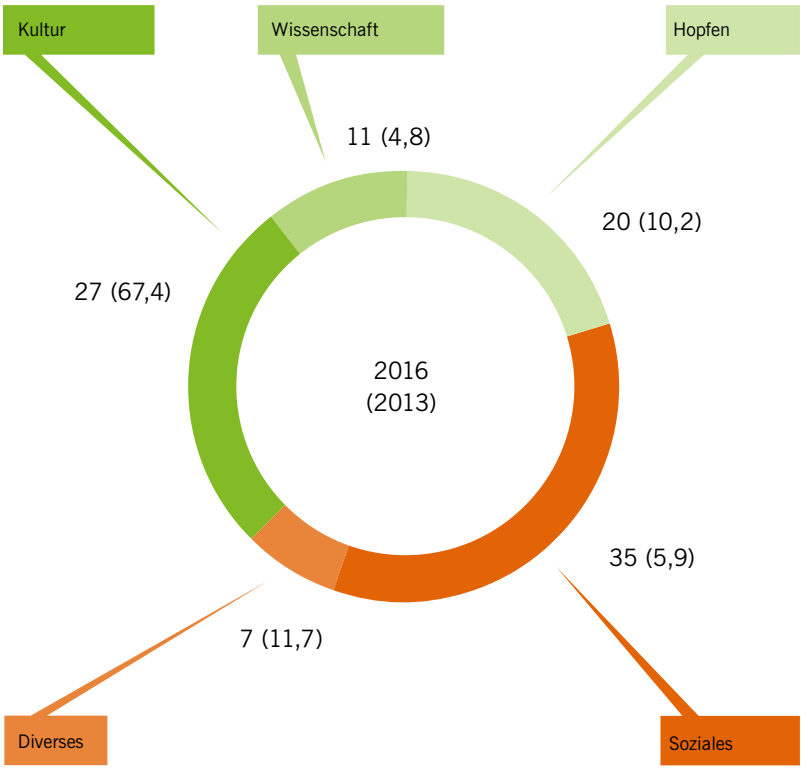
ÖKONOMISCHE LEISTUNG (%)



Spenden

Ausgewogenheit bei der Unterstützung von sozialen Projekten ist uns wichtig. Dennoch möchten wir uns den Spielraum, auch auf aktuelle neu an uns herangetragene Einzelprojekte zu reagieren, nicht einengen. Daher zeigen sich in der Grafik unterschiedliche Anteile der Schwerpunkte unser Spendenaktivitäten im Jahresvergleich.

SPENDENAKTIVITÄTEN NACH THEMENSCHWERPUNKTEN (%)

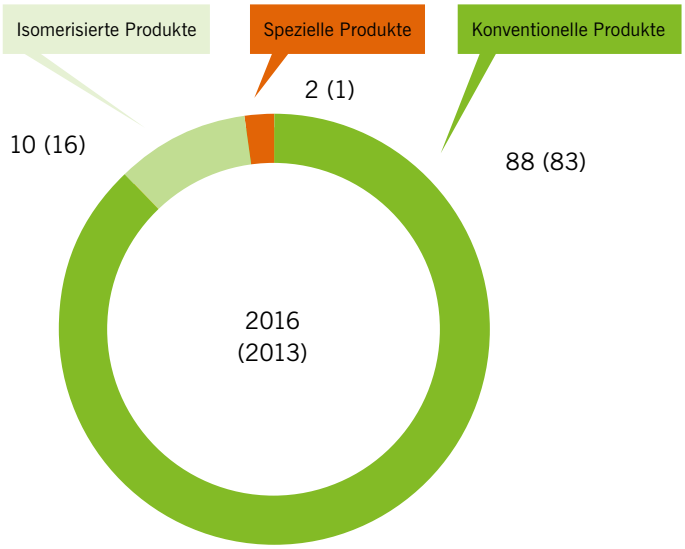


Produktsicherheit hat Top-Priorität

Hopfenforschung sichert die Hopfenerzeugung am Standort Deutschland. Unsere seit 2013 am Standort Mainburg komplementär zu dem US-amerikanischen Sortenzüchtungsprogramm aufgebaute Forschungsgruppe konnte schon erste vielversprechende Zuchtstämme identifizieren, die speziell auf den Anbau in Europa ausgerichtet sind. Ebenso ist das Sortenzüchtungsprogramm darauf ausgerichtet, den Erwartungen der Brauer im In- und Ausland zu entsprechen. Für einige Sorten erwarten wir, dass sie in drei bis vier Jahren marktreif sein werden.

Die engmaschigen Kontrollen unserer Produkte wirken auch in unser Beschwerdemanagement hinein: Gemäß unseren ISO-9001-zertifizierten Abläufen verfügen wir über standardisierte Prozesse zur Bearbeitung von Reklamationen und entsprechende, daraus abzuleitende, reaktive und präventive Maßnahmen. Die Quote der erfassten Beanstandungen liegt konstant bei unter 0,5 Prozent, bezogen auf die Anzahl der abgewickelten Verträge. Die Fehlermeldungen beziehen sich in den meisten Fällen auf fehlerhafte Verpackungen. Wir haben diese Hinweise aufgegriffen und in neue Verpackungstechnik investiert. Bei transportbedingten Schadensmeldungen treten wir stets in Austausch mit den beauftragten Transportunternehmen, um eine hohe Transportsicherheit zu gewährleisten.

ANTEIL DER PRODUKTE AM UMSATZERLÖS (%)



Mehr als 80 Prozent unserer Produktpalette entfallen auf konventionelle Hopfenprodukte. Das Qualitätskontrollsystem bei Hopsteiner ist lückenlos: Wir erfassen mit unseren zertifizierten Abläufen 100 Prozent aller Hopfenprodukte.

Durch unser Pflanzenschutzmittel-Monitoring stellen wir sicher, dass für unsere gesamten Produkte Rückstandsanalysen durchgeführt werden – in der Regel im Rohhopfen und spätestens im Fertigprodukt. 2014 konnten wir alle Partien von Rohhopfen akzeptieren – die Analysenwerte für Rückstände von Pflanzenschutzmitteln in der Rohware lagen durchgängig unter den geforderten Grenzwerten. In den Jahren 2015 und 2016 mussten wir jeweils lediglich eine Partie Rohhopfen wegen Grenzwertüberschreitungen zurückweisen.

Sämtliche von 2014 bis 2016 hergestellten Fertigprodukte entsprachen den gesetzlichen und kundenspezifischen Anforderungen an Höchstgehalte von Pflanzenschutzmitteln.

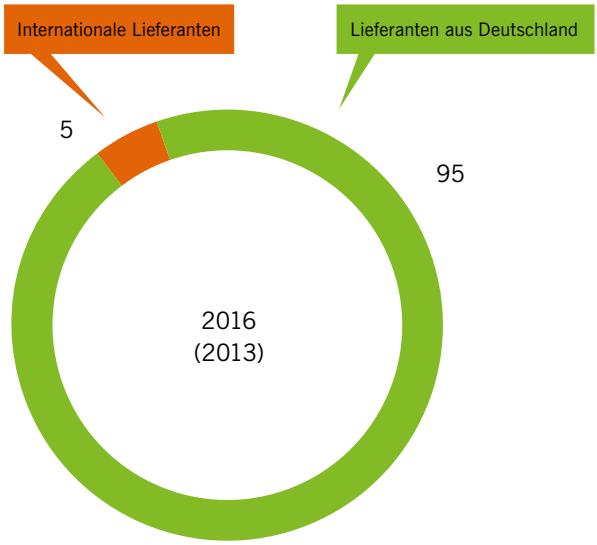
Hier verwurzelt

Durch die kontinuierliche Partnerschaft mit unseren Lieferanten und eine Absicherung durch langfristige Vorverträge sichern wir die hohe Qualität des Hopfens für unsere Kunden. Auch die Hopfenpflanzer haben großes Interesse, die zu erwartenden Erntemengen in Vorverträgen zu binden, da sie so für ihre Betriebe Investitionssicherheit schaffen. Die Kommunikation mit unseren Lieferanten erfolgt zunehmend über den Zugang zum Pflanzerportal auf unserer Website. Dort lassen sich betriebseigene Daten online pflegen, die somit stets aktuell für alle Beteiligten einsehbar sind.

Mit der genauen Dokumentation des Einsatzes von Pflanzenschutzmitteln für jede Partie Hopfen erreichen wir eine lückenlose Kontrolle unserer Rohware und Produkte. Im Vorbericht hatten wir die Teilnahme unserer Hopfenpflanzer an der SAI-Plattform (Sustainable Agriculture Initiative) als Pilotprojekt vorgestellt. Heute können wir für 51 Prozent unserer Liefermenge eine SAI-Zertifizierung vorweisen. Die Abdeckung wird sich nach unserer Einschätzung in den kommenden Jahren noch erweitern.

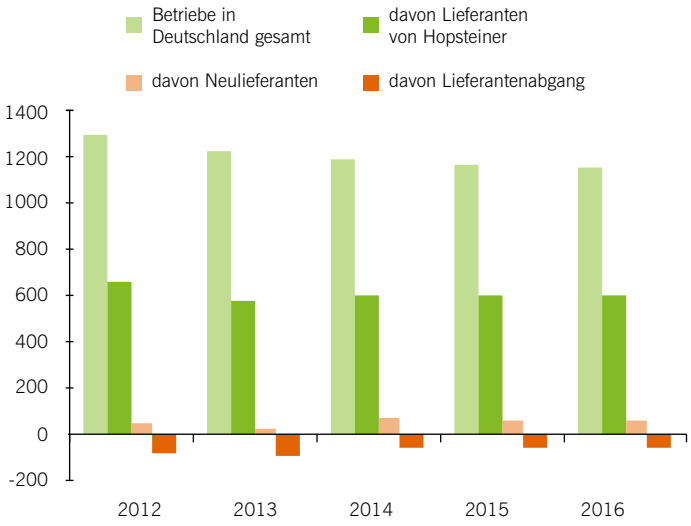
Ein Baustein zur Sicherung der Kommunikation in der Lieferkette sind unsere regelmäßigen Pflanzer-Foren. Die Informationsveranstaltungen decken die Kernthemen Pflanzenschutz, Wettertrends, Sicherstellung von Ernteergebnissen, Bewässerung, Markteinschätzung und Fragen zum Pflanzerportal ab. In dreijährigem Rhythmus bewerten wir unsere Lieferanten und prüfen auch vor Ort bei den Hopfenpflanzern die technischen und personellen Rahmenbedingungen. Künftig werden wir auch die Hilfs- und Betriebsmittel unserer Lieferanten in die Bewertung einbeziehen.

LIEFERANTENSTRUKTUR 2016 (%)



Wir setzen auf einen sehr beständigen und gut eingeführten Lieferantenpool sowohl auf der Rohstoffseite als auch bei sonstigen Lieferanten. Etwa 95 Prozent unserer Lieferanten stammen aus Deutschland, ein Anteil von 5 Prozent aus den internationalen Hopfenanbauregionen.

LIEFERANTENSTRUKTUR IN DEUTSCHLAND 2012 - 2016



Rund 50 Prozent der in Deutschland ansässigen Hopfenerzeuger gehören zu unserem Lieferantenkreis. Die Beendigung von Liefervereinbarungen ist überwiegend auf Betriebsaufgaben zurückzuführen.

„Hopfen, Natur und Ökologie im Einklang.“

Wir übernehmen Verantwortung

Der schonende Umgang mit Ressourcen ist nicht nur aus Kostenerwägungen für unsere Geschäftsaktivitäten wichtig. Das Einsparen von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen entspricht auch unserem Selbstverständnis – wie wir das in unserem Code of Conduct formuliert haben. Ökologisch effizientes Handeln umfasst für unser Unternehmen die kontinuierliche Überwachung aller Material- und Energiekennzahlen sowie die Entwicklung von gezielten Maßnahmen für eine verbesserte Ressourcen- und Energieeffizienz. Diese Maßnahmen zur Reduzierung der Verbräuche werden schrittweise umgesetzt.

So betrafen unsere Aktivitäten im Berichtszeitraum insbesondere die Inbetriebnahme einer Photovoltaikanlage zur Stromerzeugung sowie eine verbesserte Technik bei der CO_2-Extraktion, um den Einsatz von CO_2 zu reduzieren. Beide Maßnahmen haben sich positiv auf unsere Energiebilanz ausgewirkt.

Die Entwicklung beim Einsatz von Verpackungsmaterialien muss differenziert betrachtet werden. Als Hauptursache für die Verbrauchssteigerung beim Verpackungsmaterial sehen wir die Umstellung von 60-kg-Kartons und 20-kg-Kartons. Grund dafür sind immer mehr länderspezifische Höchstgrenzen für Lastgewichte als Arbeitsschutz-Maßnahme. Geringere Kartongrößen bieten aber auch flexiblere Versandoptionen und wir können so den Bedürfnissen unserer Kunden besser entsprechen. Ein weiterer Grund ist der erheblich gestiegene Hopfenbedarf der MicroBrewer, die aufgrund ihrer meist breiten Produktpalette kleinere Gebindeeinheiten nachfragen.

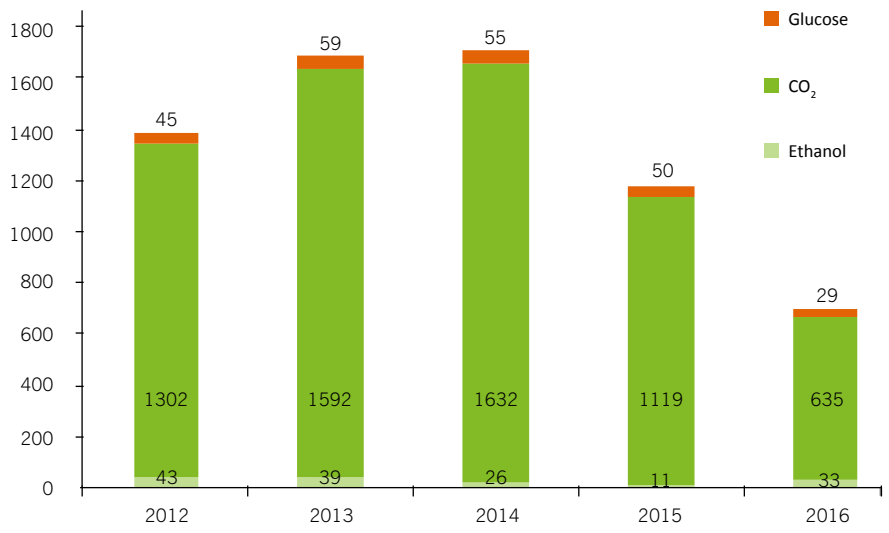
Seit 2016 sind unsere beiden Verarbeitungswerke in Mainburg und in Au in der Hallertau gemäß ISO 50001:2011 für Energiemanagementsysteme zertifiziert. Im Zuge der jährlichen Überwachungsaudits werden die Ziele zur Optimierung des Energiebedarfs bewertet und neu festgelegt.

Rohstoff- und Materialeinsatz

Unser Mengengerüst für Rohhopfen sowie für Prozess- und Verpackungsmaterialien unterliegt insgesamt keinen größeren Schwankungen. Wie schon im Vorbericht dargestellt, liegt der Anteil von Rohhopfen beim Materialeinsatz kontinuierlich bei etwa 83 Prozent, dazu kommt ein Anteil von etwa 11 Prozent für Prozessmaterialien.

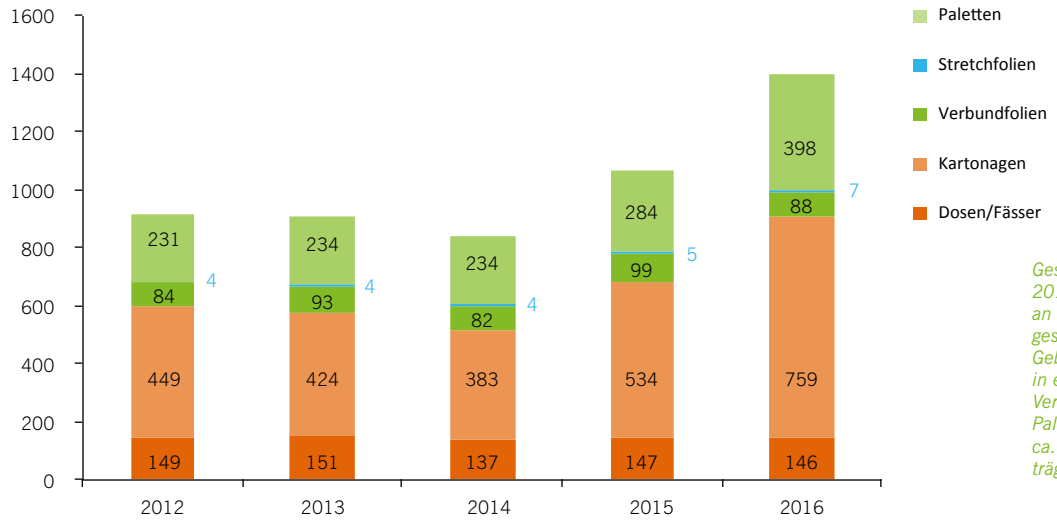
Ca. 6 Prozent unseres gesamten Materialeinsatzes entfällt auf Verpackungsmaterialien. Wir beziehen unsere Materialien zu 100 Prozent aus externen Quellen und haben für die Mengenermittlung die Abrechnungen mit unseren Lieferanten und den Ver-/Entsorgern zugrunde gelegt.

PROZESSMATERIALIEN GESAMT (t)



Mit der Inbetriebnahme der CO_2-Rückgewinnung im Jahr 2015 konnten wir den CO_2-Verbrauch unserer Extraktionsanlage in 2016 um über 60 % im Vergleich zu 2014 reduzieren. Die Werte der weiteren Prozessmaterialien Glucose und Ethanol weisen die übliche Schwankungsbreite der einzelnen Verarbeitungsjahre auf.

VERPACKUNGSMATERIALIEN GESAMT (t)

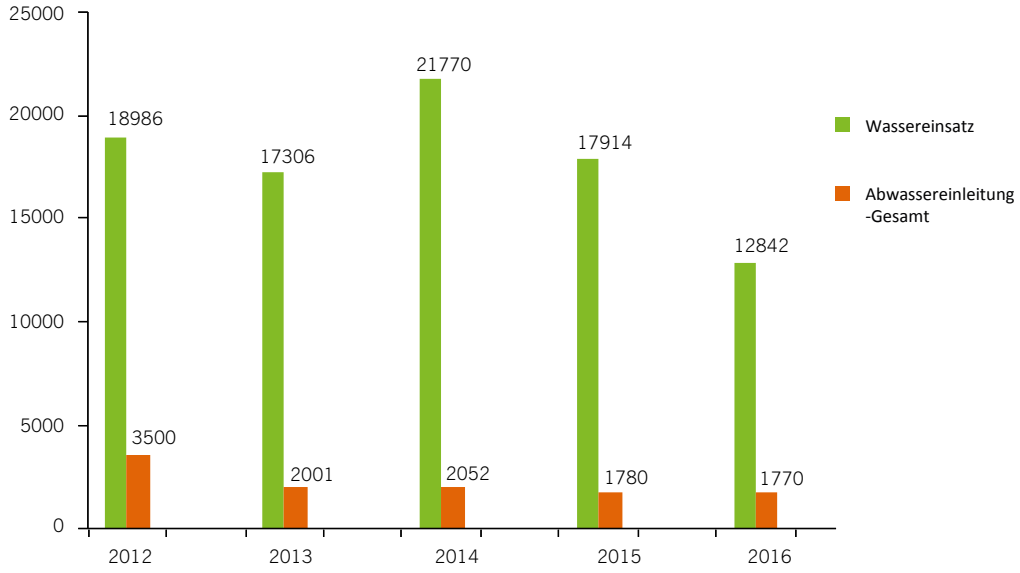


Gestiegene Verarbeitungsmengen seit 2013 zeigen sich im Mehrverbrauch an Verpackungsmaterial. Auch die gestiegene Nachfrage nach kleineren Gebindegrößen wirkt sich seit 2015 in einem schrittweisen Anstieg der Verbrauchsdaten bei Kartonagen und Paletten aus. Zusätzlich wurden 2016 ca. 30 Prozent mehr Einzelversandaufträge als im Jahr 2013 abgewickelt.

Weitere Umweltdaten im Überblick

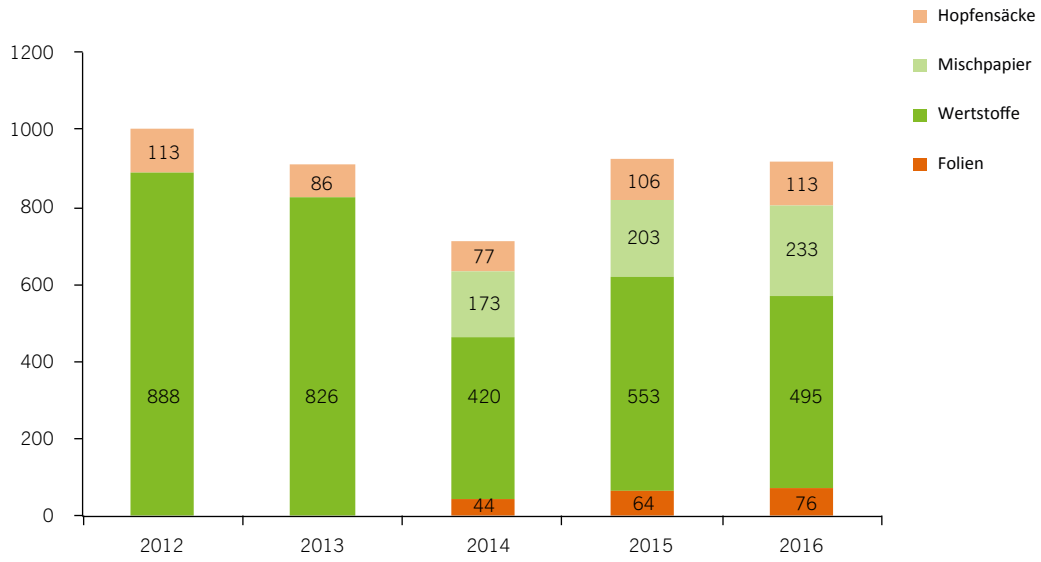
Der Wasserbedarf für unsere Produktionsabläufe im Jahr 2016 beträgt 12.842 m³. Die während der Arbeitsprozesse anfallenden Abwässer werden in unserer hauseigenen Kläranlage gereinigt. Die Schadstoffkonzentration wird täglich gemessen. Die mit den Behörden vereinbarte Schmutzfracht von 2.200 mg CSB/l (chemischer Sauerstoffbedarf) in 24 Stunden wird hierbei im Durchschnitt um über 50 Prozent unterschritten. Entstehende Abfälle werden getrennt gesammelt: Wir unterscheiden dabei die Fraktionen Papier, Kunststofffolien und gemischte Wertstoffe, die durch ein geeignetes Entsorgungsunternehmen der Verwertung zugeführt werden. Organische Abfälle werden kompostiert. Das von den Landwirten eingesetzte Verpackungsmaterial der Hopfenballen wird in vollem Umfang (100 Prozent) wertstofflich recycelt. Die Laborchemikalien und Laborglas werden gesondert an ein Spezialentsorgungsunternehmen abgegeben.

WASSEREINSATZ (m³)



Der Löwenanteil des Wasserverbrauchs fällt auf den Kühlturm der Ethanolextraktion. Die hier von 2012 bis 2016 um über 50 % reduzierte Verarbeitungsmenge zeigt sich in einem deutlich geringeren Wassereinsatz.

ABFÄLLE NACH ABFALLART (m³)



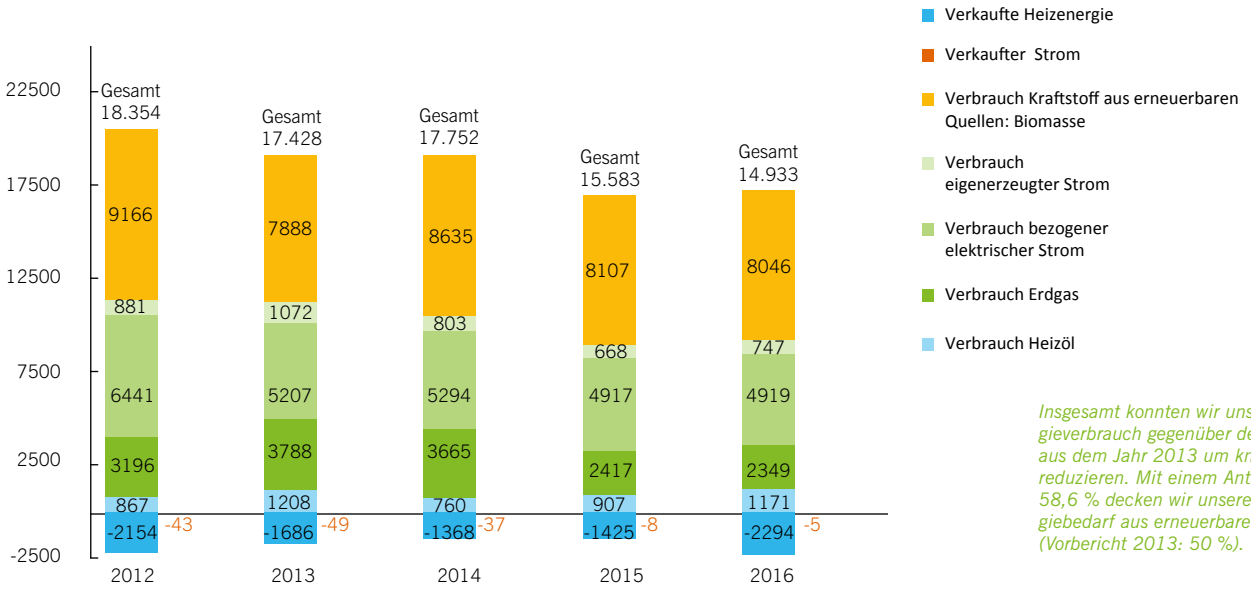
Die für den Berichtszeitraum verbesserte Auflistung der Abfallarten haben wir für die Jahre 2012 und 2013 zusammengefasst dargestellt. Die Abfallart Wertstoffe führt unser Entsorger getrennt den jeweiligen Aufbereitungswegen zu. Ein Großteil der Materialien wird in Kompostierungsanlagen verwertet. Die Werte für Laborglas und Laborchemikalien lagen im Jahr 2016 bei 6,6 m³ bzw. 8.565 Liter. Diese Werte lagen auch in den Vorjahren in einem ähnlichen Rahmen, da wir Jahr für Jahr in einem ähnlichen Umfang Analyseverfahren durchführen.

Verbesserter Energieverbrauch

Unser Energieverbrauch wird zu 53,6 Prozent über unser Biomasseheizkraftwerk am Standort Mainburg gedeckt. Damit konnten wir gegenüber dem Vorbericht aus dem Jahr 2013 eine Verbesserung von über acht Prozentpunkten beim Einsatz erneuerbarer Energieträger erzielen.

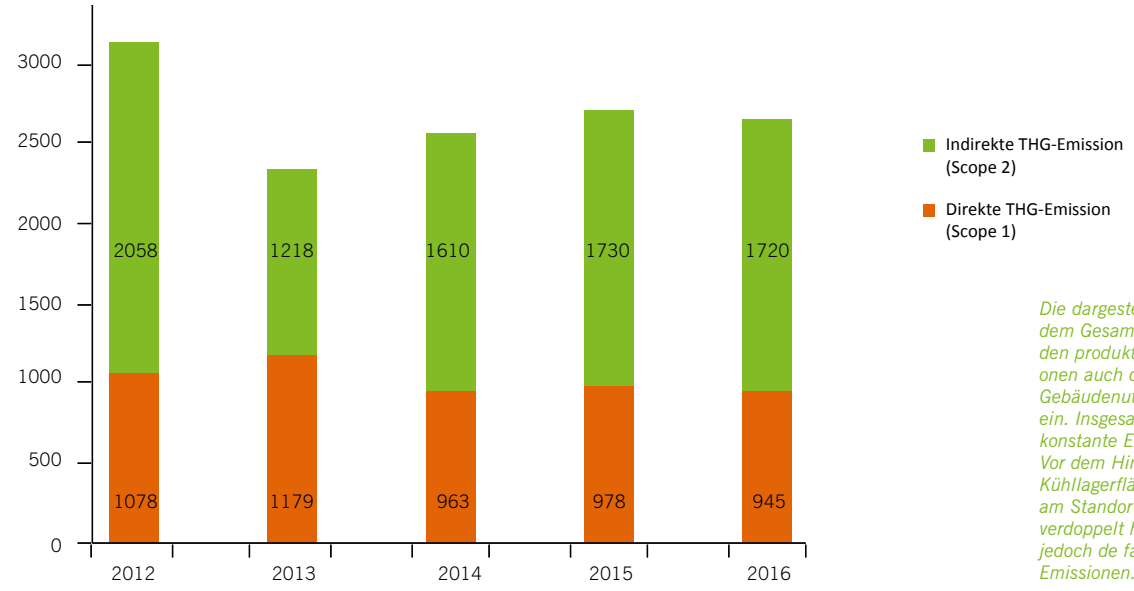
Die wichtigste Einzelmaßnahme für die nachhaltige Energieversorgung ist die Errichtung einer Photovoltaik-Anlage am Standort Mainburg, die eine Reduzierung des Stromfremdbezugs von 5,5 Prozent gegenüber 2013 erbrachte. Höhere Energieeffizienz konnten wir auch durch die sukzessive Umrüstung der Beleuchtung auf LED-Technik, Verbesserung der Kältetechnik und die Optimierung der Förderluftanlagen erreichen.

ENERGIEVERBRAUCH - HEIZENERGIE UND STROM NACH ENERGIETRÄGER (MWh PRO JAHR)



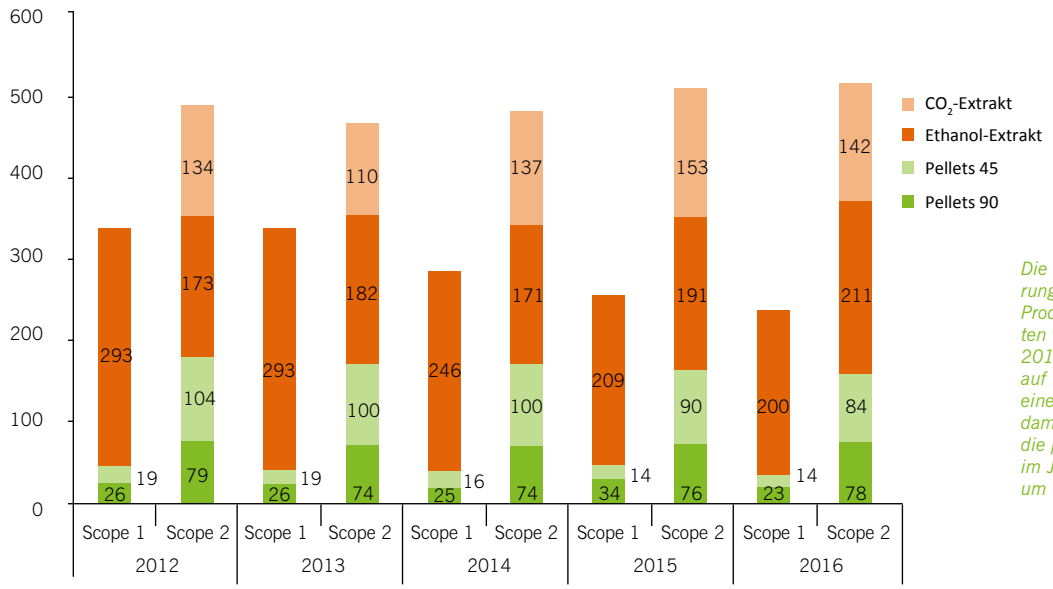
Insgesamt konnten wir unseren Energieverbrauch gegenüber dem Vorbericht aus dem Jahr 2013 um knapp 14 % reduzieren. Mit einem Anteil von 58,6 % decken wir unseren Energiebedarf aus erneuerbaren Quellen (Vorbericht 2013: 50 %).

CO_2-EMISSIONEN, SCOPE 1 & SCOPE 2 AUS DEM GESAMTBETRIEB (t)



Die dargestellten Emissionen aus dem Gesamtbetrieb schließen neben den produktionsbedingten Emissionen auch die Emissionen aus der Gebäudenutzung sowie des Fuhrparks ein. Insgesamt zeigt sich, dass wir konstante Emissionswerte verursachen. Vor dem Hintergrund, dass wir unsere Kühllagerfläche im Hochregallager am Standort Mainburg Ende 2013 verdoppelt haben, entspricht dies jedoch de facto einer Reduzierung der Emissionen.

SCOPE-1- UND SCOPE-2-EMISSIONEN (kg CO_2/t Produkt)



Die Grafik zeigt deutlich die Reduzierung der Scope-1-Emissionen bei der Produktgruppe CO_2-Extrakt. Dort konnten wir unseren Wert aus dem Jahr 2013 von 293 kg pro Tonne Produkt auf 200 kg verringern. Das entspricht einer Reduzierung auf 68 Prozent des damaligen Werts. Insgesamt konnten die produktbezogenen CO_2-Emissionen im Jahr 2016 im Vergleich zu 2013 um 52 Tonnen reduziert werden.

„Wir entwickeln uns weiter“

© Erik Khalitov / iStockphoto LP

Unsere Personalpolitik setzt auf Kontinuität und langfristige Motivation unserer Mitarbeiter.

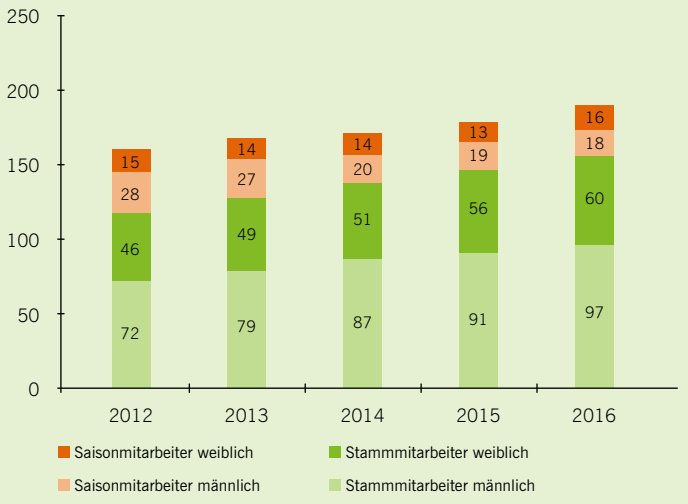
Erfolgreich als Team

Der unternehmerische Erfolg von Hopsteiner ist verknüpft mit der Einbindung unserer Mitarbeiter bei der Formulierung und Umsetzung der Unternehmensziele.
Mit einer leistungsgerechten Entlohnung und einer familienfreundlichen Arbeitsatmosphäre sowie bedarfsgerechten Arbeitsplatzgestaltung und Arbeitszeitmodellen für Voll- und Teilzeittätigkeiten binden wir unsere Mitarbeiter langfristig an unser Unternehmen. Wir legen Wert auf eine faire und gleichberechtigte Behandlung aller Mitarbeiter. Eine geringe Fluktuation und ein umfangreiches Fachwissen unserer Mitarbeiter hat für uns einen sehr hohen Stellenwert. Durch passgenaue Fortbildung über alle Ebenen hinweg setzen wir auf kontinuierliche Entwicklung des Mitarbeiterwissens.
Gegenwärtig bestimmt ein erhöhter Anteil an Mitarbeitern, die kurz- und mittelfristig das Rentenalter erreichen, unsere Aktivitäten: In einem Umfeld von knappen Fachkräften legen wir besonderen Wert auf den Aufbau von Nachwuchsmitarbeitern, um einen reibungslosen Generationenwechsel zu gewährleisten. Die geschlechterunabhängige Einbindung von Mitarbeitern ist uns dabei wichtig.

UNSERE MITARBEITER – EIN BLICK AUF DIE ZAHLEN

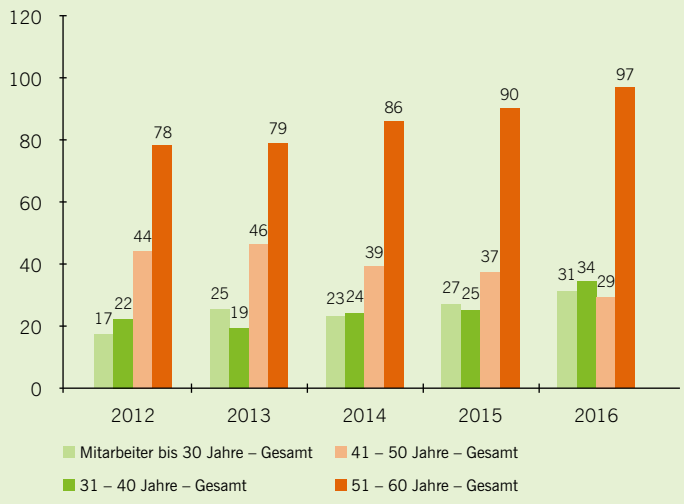
Erfahrene Fachkräfte und die Einbindung von qualifizierten Saisonarbeitskräften garantieren eine bedarfsgerechte Leistungsfähigkeit während der Ernte und Verarbeitungszeit. Im Jahr 2016 beschäftigten wir insgesamt 191 Mitarbeiter. Der Anteil weiblicher Mitarbeiter lag im Jahr 2016 bei 39,8 Prozent.

GESAMTZAHL DER BESCHÄFTIGTEN NACH VERTRAGSART UND GESCHLECHT (MITARBEITERANZAHL)



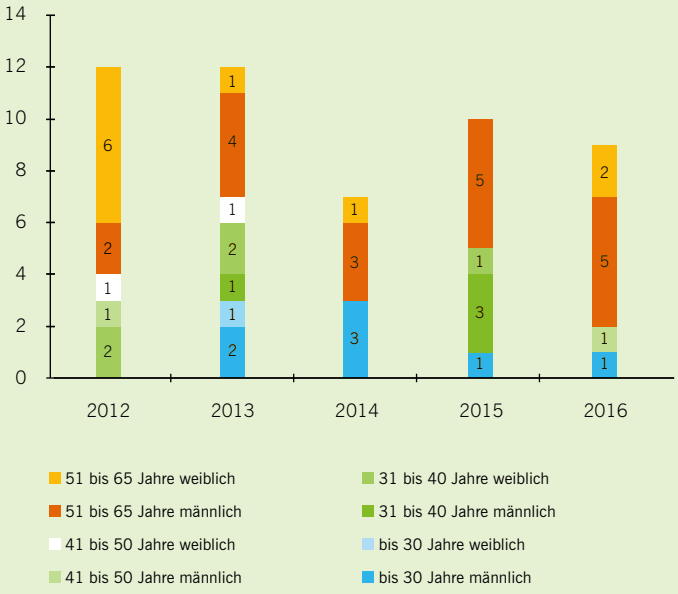
Unser Führungsteam besteht aus zwei Geschäftsführern sowie neun Bereichsleitern. In dieser Führungsebene sind derzeit zwei weibliche Führungskräfte tätig. Eine Erhöhung dieses Anteils ist wünschenswert – jedoch vor dem Hintergrund der langjährigen Betriebszugehörigkeiten unserer Mitarbeiter nicht ohne weiteres umsetzbar.

MITARBEITERSTRUKTUR NACH ALTERSGRUPPEN



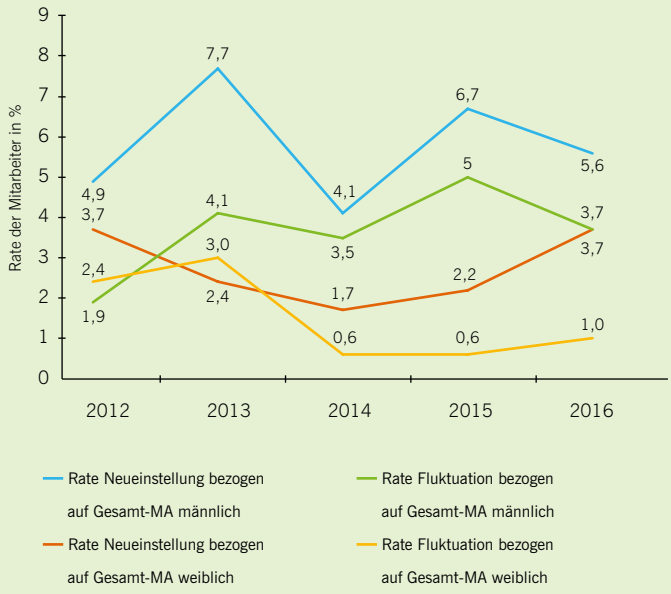
Seit 2012 haben wir den Anteil an Mitarbeitern unter 40 Jahren kontinuierlich gesteigert: Im Jahr 2016 sind 34 % der Mitarbeiter unter 40 Jahre alt, im Vergleich zu 24 % im Jahr 2012.

AUSTRITTE NACH ALTERSGRUPPE



Von 2012 bis 2016 stieg der Anteil der Austritte älterer Mitarbeiter von 66,6 % auf 77,7 % an.

RATE DER NEU EINGESTELLEN MITARBEITER UND FLUKTUATIONSRATE NACH GESCHLECHT 2012 – 2016

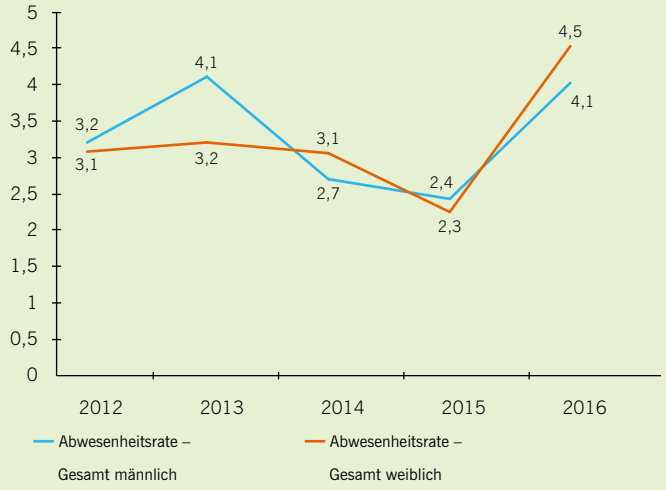


Um die derzeit bereits absehbaren Austritte aus Altersgründen aufzufangen, liegt die Rate der Neueinstellungen im 5-Jahres-Rückblick kontinuierlich über der Fluktuationsrate.

Gesund und sicher arbeiten

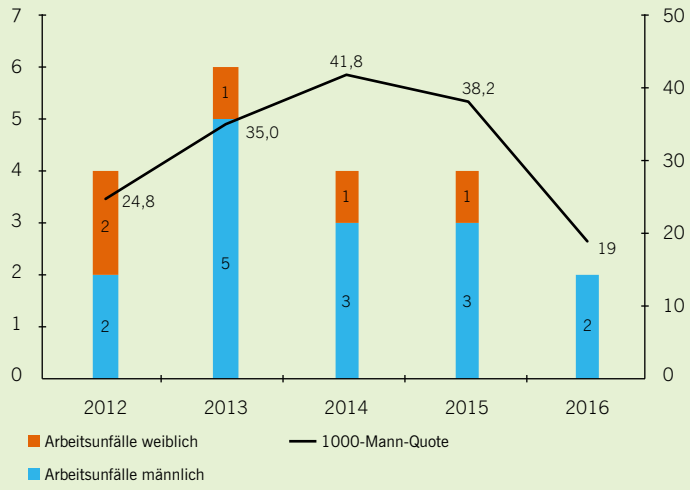
Gemäß den gesetzlichen Vorgaben und den Regeln der Berufsgenossenschaft haben wir einen Sicherheitsbeauftragten benannt, der die Maßnahmen zur Arbeitssicherheit überwacht. Der Sicherheitsbeauftragte legt die notwendigen Maßnahmen zur Arbeitssicherheit fest und kontrolliert deren Einhaltung.
Unser Ziel ist es, „Null“ Arbeitsunfälle zu erreichen. Im Verlauf des Berichtszeitraums konnten wir die Unfallzahlen reduzieren. Die Maßnahmen dazu haben wir im ersten Nachhaltigkeitsbericht bereits aufgeführt: Durch intensive und jährliche Schulungen rund um den Stapler- und Ladeverkehr haben wir Unfallschwerpunkte in diesem Aktionsfeld entschärft. Derzeit konzentrieren wir uns auf die Unterweisung von Mitarbeitern bei „Arbeiten in der Höhe“ – ein Ergebnis unserer Analysen von Unfällen und „Beinahe-Unfällen“. In Zusammenarbeit mit der Berufsgenossenschaft NGG führen wir regelmäßige Betriebsbegehungen mit Gefährdungsbeurteilungen und Unfallanalysen durch. Darüber hinaus arbeiten wir für die regelmäßigen Vorsorgeuntersuchungen für alle Mitarbeiter eng mit unserem betriebsärztlichen Dienst zusammen.

ABWESENHEITSRATE, NACH GESCHLECHT



Die Abwesenheitsrate bewegt sich in einer Spanne zwischen 2,3 und 4,5 %; der Anstieg im Jahr 2016 lässt sich mit der gestiegenen Anzahl an Mitarbeitern in der Altersgruppe 51 bis 65 Jahre in Zusammenhang bringen.

ARBEITSUNFÄLLE NACH GESCHLECHT



Es wurden in den Jahren 2012 bis 2016 keine Fälle von Berufskrankheiten gemeldet, die aus der Tätigkeit bei Hopsteiner resultieren. In diesem Zeitraum sind auch keine arbeitsbedingten Todesfälle aufgetreten.

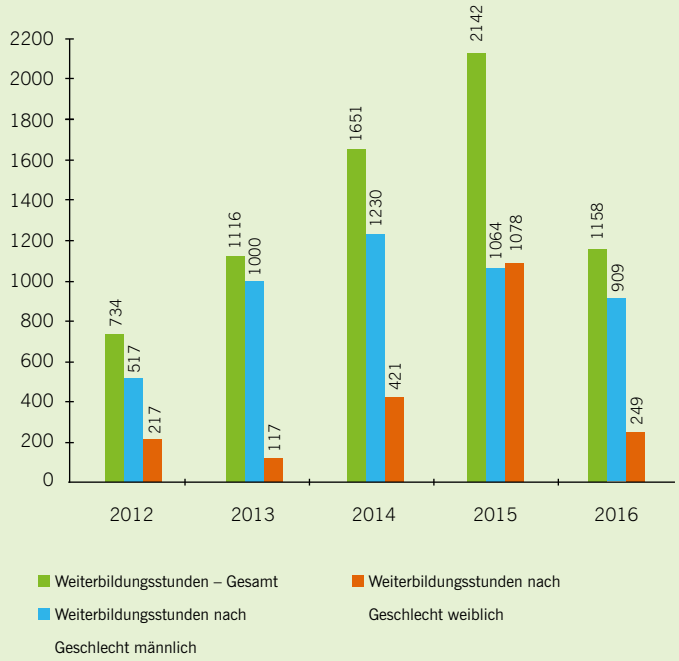
Stets aktuelles Wissen

Die Entwicklungsmaßnahmen für unsere Mitarbeiter werden nach Aufgabe und Qualifikation festgelegt. Dazu gehören Weiterbildungsmaßnahmen, die die Kompetenzen unserer Mitarbeiter bei der Ausübung ihrer betrieblichen Aufgaben stetig verbessern. Darüber hinaus setzen wir auf die langfristige Entwicklung eines Teams an Spezialisten. Dies hat dazu geführt, dass wir vor allem in den Kernbereichen wie dem brautechnischen Kundenservice, der Pflanzerbetreuung und dem Hopfeneinkauf, aber auch in der Forschung und Entwicklung, eine herausragende Marktstellung besitzen. Die geschlechtsunabhängige Förderung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist für uns eine Selbstverständlichkeit.

Die Weiterbildungsaktivitäten für unsere Mitarbeiter werden von den Bereichsverantwortlichen definiert, auf der Basis regelmäßiger Entwicklungsgespräche. Das Weiterbildungsbudget wird in Konsequenz daraus situationsbezogen in unsere Budgetplanung eingestellt.

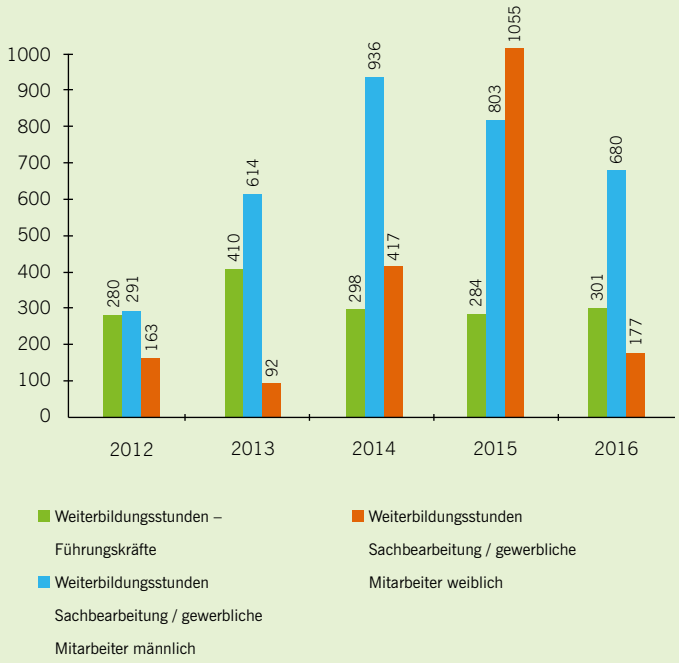
Für die Berufsbilder „Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Einzelhandel“ sowie „Laborant/Laborantin“ bieten wir jedes Jahr entsprechende Ausbildungsplätze für Schulabgänger an. Zukünftig soll das Ausbildungsprogramm auch auf technische Berufe ausgedehnt werden, was durch Investitionen z.B. in Werkstattausrüstung gefördert wird. Ein erster technischer Ausbildungsplatz soll im Jahr 2018 angeboten werden.

WEITERBILDUNGSSTUNDEN NACH GESCHLECHT



Kontinuierlich über die Jahre hinweg erreichen wir ein Niveau von ca. 1.100 Weiterbildungsstunden; die Spitzenwerte in den Jahren 2014 und 2015 basieren auf einer längerfristigen Weiterbildung einzelner Mitarbeiter; nach deren Abschluss stellte sich der Wert wieder bei rund 1.100 Stunden ein.

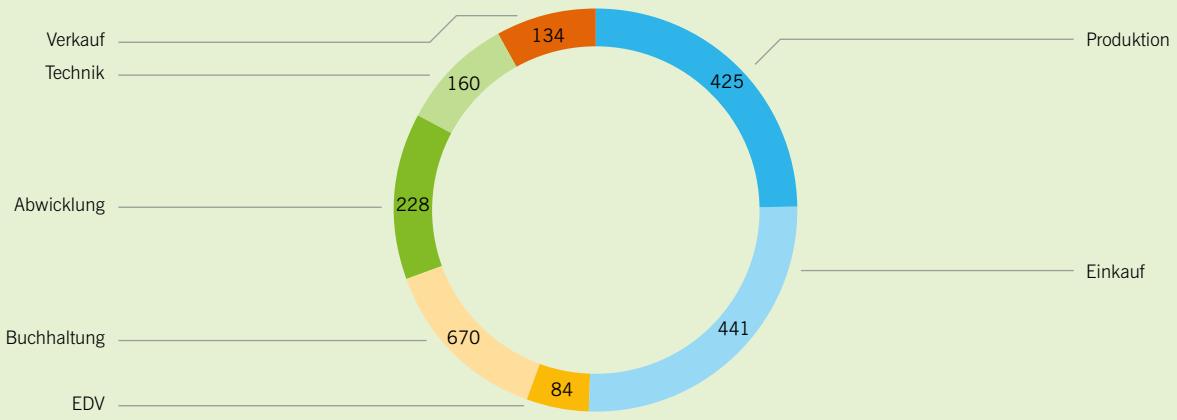
WEITERBILDUNGSSTUNDEN NACH KATEGORIE



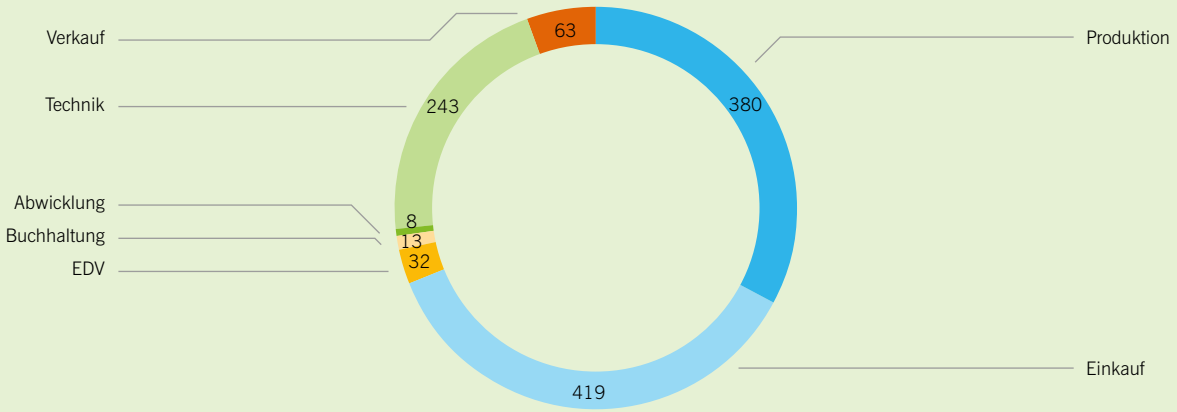
Gemäß unserem Weiterbildungsplan haben wir die Schulung im Bereich der Sachbearbeitung in den vergangenen Jahren intensiviert. Die Schulung unserer Führungskräfte bleibt kontinuierlich etwa auf einem Niveau von ca. 290 Stunden pro Jahr.

Aufgrund der flachen Hierarchien in unserem Unternehmen unterteilen wir die Weiterbildungsstunden nur nach Führungskräften und Mitarbeiter. Im Bereich Mitarbeiter sind alle Schulungen für die Sachbearbeiterebene und Mitarbeiter im gewerblichen Bereich abgedeckt.

WEITERBILDUNGSSTUNDEN NACH BEREICH IM JAHR 2015, ABSOLUTE ZAHLEN



WEITERBILDUNGSSTUNDEN NACH BEREICH IM JAHR 2016, ABSOLUTE ZAHLEN



Zum Bericht

STATUS QUO UND ZIELE

Mit der ersten Veröffentlichung unseres Nachhaltigkeitsberichts im Jahr 2014 haben wir eine solide Datengrundlage geschaffen, um die diversen Bereiche unseres Unternehmens und ihren jeweiligen Einfluss auf nachhaltiges Wirtschaften darzustellen. Das anhaltend hohe Interesse und die Erwartungshaltung unserer Kunden sowie diverser Stakeholder an nachhaltigem, unternehmerischem Handeln unterstreicht die Notwendigkeit einer regelmäßigen Aktualisierung dieses Berichts.
Der vorliegende Bericht über den Zeitraum 2014 bis 2016 zeichnet ein aktuelles Bild zu unserem kontinuierlich nachhaltigen Handeln und neu implementierten Maßnahmen sowie zu unseren weiteren Zielen und künftigen Herausforderungen.

So blicken wir im Bereich der Energieversorgung weiterhin auf eine positive Entwicklung zurück. Neben einem deutlich geringeren Energieverbrauch im Jahr 2016 im Vergleich zum vorherigen Berichtszeitraum über die Jahre 2012 und 2013, wurde auch der Einsatz von Biomasse als erneuerbarer Energieträger gesteigert. Diesen Trend setzen wir konsequent fort und sehen auch für die Zukunft die Notwendigkeit, alle Einsparpotenziale weiter auszuschöpfen. Hierbei ist das in den beiden Produktionsstandorten eingeführte Energiemanagementsystem, welches 2016 erfolgreich gemäß ISO 50001:2011 zertifiziert wurde, ein wichtiges Instrument.
Bei baulichen und technischen Investitionen orientieren wir uns stets an der Frage, wie wir hohe Energieeffizienz, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit optimal miteinander verbinden. Für das neue Rohhopfen-Kühllager, das am Standort Elsendorf bis 2019 entstehen wird, ist beispielsweise auch eine Energieversorgung mittels einer groß ausgelegten Photovoltaikanlage vorgesehen.
Die in den letzten Jahren stark an Fahrt aufnehmende Craftbier-Bewegung außerhalb der USA hat auch Einfluss auf unsere Vertriebswege und die logistischen Anforderungen. Dies macht sich in einer deutlichen Zunahme der jährlichen Versandaufträge bemerkbar. Durch einen Launch des Webshops im Jahr 2015 lassen sich die verstärkt nachgefragten Kleinmengen gut abwickeln. Aber auch bei Großkunden ist eine flexible Auftragsabwicklung und ggf. der Versand in mehreren Teillieferungen notwendig. Diese Tatsache schlägt sich in einem erhöhten Bedarf an Verpackungsmaterial, wie z.B. Paletten, Kartonagen und Stretchfolien nieder.
Wie bereits im Vorbericht erwähnt, ist die Personalsituation sowohl in den beiden Betriebsstätten in Au und Mainburg als auch im Handelshaus durch langjährige, erfahrene Mitarbeiter und eine äußerst geringe Fluktuation geprägt. Um weiterhin langfristig von der Fachkompetenz und der Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter zu profitieren, setzen wir auf eine sozial- und familienverträgliche Personalpolitik, welche die erforderliche Flexibilität aufweist, um den Mitarbeitern eine Arbeitszeit nach Maß zu ermöglichen. Gerade im Personalbereich sehen wir durch den zunehmenden Fachkräftemangel und eine anhaltend niedrige Arbeitslosenquote eine der großen Hauptherausforderungen für die kommenden Jahre. Wir begegnen dieser Situation durch die eigene Ausbildung von Nachwuchsmitarbeitern sowie eine vorausschauende Nachfolgeplanung.

Nach der Analyse der Kundenzufriedenheit im Jahr 2015 haben wir Ende 2017 die Zufriedenheit der Lieferanten unter die Lupe genommen. Erfreulicherweise zeigte sich hier ein ähnliches Bild wie auf der Kundenseite: Zukunftsorientiert, partnerschaftlich, und leistungsstark waren die herausragenden Attribute, die uns zugesprochen wurden. Die bereits erwähnte geringe Fluktuation sowie flache Hierarchien und ein daraus resultierendes Feedback im Gespräch mit unseren Mitarbeitern lassen auf ein überdurchschnittliches Maß an Zufriedenheit schließen. Eine objektive Messung der Mitarbeiterzufriedenheit wird daher als Ziel nicht weiter priorisiert.
Das im Jahr 2013 etablierte Hopsteiner-Zuchtprogramm für die deutschen bzw. europäischen Anbaugebiete wird ebenfalls den langfristigen und nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens sicherstellen. Eine Vielzahl an gesetzlich begründeten Restriktionen beim Einsatz von chemischen Pflanzenschutzmitteln sowie die sich wandelnden klimatischen Bedingungen machen neue, resistente und klimatisch angepasste Hopfensorten nötig. Erste erfolgreiche Anbau- und Brauversuche für Versuchssorten in einem ersten Züchtungsstadium konnten bereits erfolgsversprechend bewertet werden und so ist mit einer breiteren Einführung der neu entwickelten Sorten in den Hopfenanbau Anfang der 2020er Jahre zu rechnen.
Abschließend sehen wir die fortschreitenden Möglichkeiten der Digitalisierung von Prozessen (Smart Factory) sowie die Weiterentwicklung von neuen Geschäftsmodellen rund um den Hopfen als Zukunftsaufgabe. Eines dieser Projekte ist das Pflanzerportal, das in den letzten 18 Monaten entwickelt wurde. Damit haben unsere Lieferanten Zugriff auf die Lieferhistorie, das Qualitätspanel und ihren Vertragsstand. Unseren Einkäufern bietet das Pflanzerportal die Möglichkeit, Einkaufsverträge vor Ort beim Pflanzer digital zu erfassen und direkt in unser Warenwirtschaftssystem einzuspielen.
Mit Fokus auf die Produktion und die innerbetrieblichen Abläufe blicken wir auf interessante Entwicklungsmöglichkeiten, die dem stetigen Technologiefortschritt Rechnung tragen.

BERICHTSRAHMEN

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht der Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH wurde anhand der Sustainability Reporting Guidelines von Global Reporting Initiative (GRI), Version G4 nach dem „Core“-Level erstellt. Der Bericht deckt die Jahre 2014 bis 2016 ab. Die nächste Ausgabe haben wir für das Jahr 2020 geplant. Darüber hinaus nehmen wir ein jährliches Update unserer wesentlichen Kennzahlen vor, welches wir auf Anfrage gerne bereitstellen.

Die gelieferten Daten und Informationen zur Produktion (sofern nicht anderweitig angegeben) beziehen sich auf die 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 unser Nachhaltigkeitsbeauftragter Andreas Kühnel jederzeit unter der E-Mail-Adresse akuehnel@hopsteiner.de gern zur Verfügung.

GRI-Inhaltsindex

KATEGORIE	ASPEKT	TITEL
Allgemeine Angaben	Strategie und Analyse	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers
		Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen
	Organisationsprofil	Name der Organisation
		Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen
		Hauptsitz der Organisation
		Anzahl der Länder, in denen die Organisation operiert
		Eigentumsverhältnisse und Rechtsform
		Belieferte Märkte
		Größe der Organisation
		Gesamtzahl der Mitarbeiter nach Arbeitsvertrag und Geschlecht
		Prozentsatz der von Kollektivvereinbarungen erfassten Arbeitnehmer
		Lieferkette
		Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraums
		Darstellung des Vorsorgeansatzes
		Extern entwickelte wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Chartas und Initiativen, die von der Organisation unterstützt werden
		Mitgliedschaften in Verbänden
	Wesentliche Aspekte und Grenzen	Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss aufgeführt sind
		Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung von Aspekten
		Wesentliche Aspekte
		Abgrenzung der wesentlichen Aspekte innerhalb der Organisation
		Abgrenzung der wesentlichen Aspekte außerhalb der Organisation
		Auswirkung jeder Neuformulierung gegenüber Informationen aus früheren Berichten und Gründe für die Neuformulierung
		Wichtige Änderungen in Umfang und Grenzen der Aspekte zu früheren Berichtszeiträumen
	Einbindung von Stakeholdern	Liste der eingebundenen Stakeholdergruppen
		Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder
		Ansatz zur Einbindung der Stakeholder
		Wichtigste Themen und Anliegen aus der Einbindung der Stakeholder
	Berichtsprofil	Berichtszeitraum
		Datum des vorhergehenden Berichts
		Berichtszyklus
		Ansprechpartner für Fragen zum Bericht
		„In Übereinstimmung“-Option und GRI Index
		Externe Prüfung des Berichts
	Unternehmensführung	Führungsstruktur der Organisation
		Prozess zur Delegation von Vollmachten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen an Führungskräfte und Beschäftigte
	Ethik und Integrität	Verhaltenskodex

INDIKATOR	REFERENZ IM BERICHT 2014	2016	ABGEDECKT	TEILWEISE ABGEDECKT
G4-1		Seite 5	●	
G4-2		Seite 5 Seite 8 - 11 Seite 24	●	
G4-3		Umschlag Innenseite vorne Umschlag Rückseite außen Seite 6	●	
G4-4	Seite 12 - 14		●	
G4-5		Umschlag Innenseite vorne Seite 6 Umschlag Rückseite außen	●	
G4-6	Seite 16 - 17	Umschlag Innenseite vorne	●	
G4-7		Umschlag Innenseite vorne Seite 6	●	
G4-8	Seite 18 - 19	Seite 7	●	
G4-9		Seite 6 Seite 20 - 21	●	
G4-10		Seite 20 - 21	●	
G4-11	Seite 51		●	
G4-12	Seite 25 - 27	Seite 13	●	
G4-13		Seite 10 Seite 15	●	
G4-14	Umschlag Innenseite vorne Seite 7	Seite 5 Seite 10	●	
G4-15	Umschlag Innenseite vorne	Seite 13	●	
G4-16		Seite 7	●	
G4-17		Seite 6	●	
G4-18		Seite 8 - 9	●	
G4-19		Seite 8	●	
G4-20		Seite 8	●	
G4-21		Seite 8	●	
G4-22		Seite 8	●	
G4-23		Seite 6 Seite 8	●	
G4-24	Seite 30 - 31		●	
G4-25	Seite 30 - 31		●	
G4-26	Seite 30 - 31		●	
G4-27		Seite 5 Seite 9 - 10 Seite 12 - 13 Seite 19	●	
G4-28		Seite 7	●	
G4-29		Seite 7	●	
G4-30		Seite 7	●	
G4-31		Seite 25	●	
G4-32		Seite 25 Seite 26 - 29	●	
G4-33		wird nicht angewendet		
G4-34	Seite 23		●	
G4-35	Seite 23		●	
G4-56	Seite 9		●	

KATEGORIE	ASPEKT	TITEL
Indikatoren	Managementansatz	
	Wirtschaftliche Indikatoren	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert
		Ausgabenanteil für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten
	Ökologische Indikatoren	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen
		Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz
		Energieverbrauch innerhalb der Organisation
		Verringerung des Energieverbrauchs
		Gesamtwasserentnahme nach Quelle
		Prozentsatz und Gesamtvolumen des wieder zugeführten und wiederverwendeten Wassers
		Direkte THG-Emissionen (Scope 1)
		Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)
		Intensität der Treibhausgasemissionen
		Gesamtvolumen der Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort
		Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode
		Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen
		Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden
		Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen
	Gesellschaftliche Indikatoren	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region
		Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht
		Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie
		Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren
		Prozentsatz und Gesamtzahl der signifikanten Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten
		Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln
		Gesamtzahl der Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit
		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
		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
		Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit
		Geschäftsstandorte, bei denen Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden

INDIKATOR	REFERENZ IM BERICHT 2014	2016	ABGEDECKT	TEILWEISE ABGEDECKT
G4-DMA	Seite 5 Seite 41 - 43	Seite 10 Seite 14 Seite 19 Seite 24	●	
G4-EC1	Seite 25 - 26	Seite 11 - 12	●	
G4-EC9	Seite 44	Seite 11 Seite 13	●	
G4-EN1		Seite 15	●	
G4-EN2		Seite 15 Seite 17	●	
G4-EN3		Seite 17	●	
G4-EN6		Seite 17		●
G4-EN8		Seite 16	●	
G4-EN10		Seite 16	●	
G4-EN15		Seite 17	●	
G4-EN16		Seite 17	●	
G4-EN18		Seite 18	●	
G4-EN22		Seite 16	●	
G4-EN23		Seite 16	●	
G4-EN27	Seite 40 - 41 Seite 42 - 43	Seite 12 - 13	●	
G4-EN32		Seite 13		●
G4-EN33	Seite 42 - 44	Seite 12 - 13	●	
G4-LA1		Seite 20	●	
G4-LA6		Seite 21		●
G4-LA9		Seite 22 - 23		●
G4-LA12		Seite 21		●
G4-HR1	Seite 9			●
G4-PR1	Seite 41 - 43	Seite 12	●	
G4-PR2		Seite 12	●	
G4-PR3	Seite 41 - 43		●	
G4-PR4		Seite 12	●	
G4-PR5		Seite 24		●
G4-SO1		Seite 6 Seite 11		●

Impressum

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

Vertreten durch die Geschäftsführer
Joachim Gehde
Pascal Piroué
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.com/de

VERANTWORTLICH
Pascal Piroué, Joachim Gehde
Mitglieder der Geschäftsleitung

REDAKTION
Andreas Kühnel
Christine Kastner
Susanne Blüml, pr-büro

GESTALTUNG
kloetzldesign GmbH

FOTOS
Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH
iStockphoto LP

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

185-189 High Street, Epping, Essex CM16 4BL, 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