

---

## GEMEINWOHLBERICHT

Kompaktbilanz der  
Braucommune in Freistadt

---



# GEMEINWOHLBILANZ

## INHALT

### ALLGEMEIN

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Informationen zum Unternehmen     | 4 |
| Kurzpräsentation des Unternehmens | 5 |
| Produkte / Dienstleistungen       | 6 |
| Das Unternehmen und Gemeinwohl    | 7 |
| Testat                            | 8 |

## A

### LIEFERANT\*INNEN

|  |    |
|--|----|
| <b>A1</b> Menschenwürde in der Zulieferkette                   | 9  |
| <b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette   | 12 |
| <b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette      | 14 |
| <b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette | 16 |

## B

### EIGENTÜMER\*INNEN / FINANZPARTNER\*INNEN

|   |    |
|---|----|
| <b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln            | 17 |
| <b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln             | 19 |
| <b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung | 21 |
| <b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung                          | 23 |

## C

### MITARBEITENDE

|   |    |
|---|----|
| <b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz                     | 25 |
| <b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge                 | 30 |
| <b>C3</b> Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden         | 32 |
| <b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz | 35 |

## D

### KUND\*INNEN & MITUNTERNEHMEN

|  |    |
|--|----|
| <b>D1</b> Ethische Kundenbeziehung   | 38 |
| <b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern  | 41 |
| <b>D3</b> Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | 45 |
| <b>D4</b> Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz   | 48 |

## E

### GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

|  |    |
|--|----|
| <b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen | 51 |
| <b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen  | 57 |
| <b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen                                  | 60 |
| <b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung                    | 63 |

### WEITERS

|  |    |
|--|----|
| Ausblick: Kurzfristige Ziele   | 65 |
| Ausblick: Langfristige Ziele   | 66 |
| EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207) | 67 |
| Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohlbilanz                     | 67 |

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

|   |   |
|---|---|
| Firmenname  | Braucommune in Freistadt  |
| Rechtsform  | Commune   |
| Eigentums- und<br>Rechtsform                      | 149 Innenstadthausbesitzer*innen von Freistadt  |
| Website   | <a href="http://www.freistaedter-bier.at">www.freistaedter-bier.at</a>  |
| Branche   | Brauerei  |
| Firmensitz  | 4240 Freistadt, Brauhausstraße 2  |
| Gesamtanzahl der Mitarbeitenden                   | 55  |
| Vollzeitäquivalente                               | 44  |
| Saison- oder Zeitarbeitende                       | fallweise   |
| Umsatz  | 2018: € 17,2 Mio / 2019: € 19,1 Mio   |
| Tochtergesellschaften /<br>verbundene Unternehmen | <p>Die Braucommune in Freistadt ist ein unabhängiger Privatbetrieb im Besitz von 149 Innenstadt-Hausbesitzer*innen von Freistadt.</p> <p>Die Braucommune hält jeweils 100 % Anteile an folgenden GmbHs mit Sitz in 4240 Freistadt:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Freistädter Bier Produktions GmbH</li><li>• Freistädter Braugasthof GmbH</li></ul> |

## KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS

Freistädter Bier gibt es seit ca. 1220, der Gründung von Freistadt. Damals verlieh der Babenberger-Herzog Rudolf IV den Bürger\*innen von Freistadt das Recht, in ihren Häusern Bier zu brauen und es auch zu verkaufen. Bürger\*in war, wer häuslich sitzt, und somit gab es 149 brauberechtigte Bürgerhäuser in Freistadt. Im Jahr 1770 wurde von den Bürger\*innen außerhalb der Stadtmauern ein Grundstück gekauft, um dort ein gemeinsames Brauhaus/Brauerei zu errichten.

*Diese Kauf-Urkunde gilt als Gründungsurkunde der Braucommune in Freistadt. In den Jahren zwischen 1770 und 1780 wurde das monumentale Brauhaus errichtet.*

Seit 1780 wird hier am Betriebsstandort ohne Unterbrechung Freistädter Bier gebraut. Das Brauhaus selbst gilt heute als der bedeutendste barocke Industriebau Oberösterreichs und ist gemeinsam mit dem Altstadt-Ensemble von Freistadt denkmalgeschützt. Auch heute noch ist im Brauhaus unser Sudhaus – das Herz der Brauerei – untergebracht. Auf dem 20.000 m<sup>2</sup> großen Betriebsgrundstück wurde im letzten Jahrzehnt die gesamte Brauerei einer Frischzellenkur unterzogen. Sämtliche Produktionsanlagen wurden erneuert, Freistädter Bier wird mit modernsten Betriebsanlagen nach dem neuesten Stand der Technik gebraut.

Seit 2012 betreibt die Braucommune über eine Tochtergesellschaft in Eigenregie auch einen Gastronomiebetrieb im Brauhaus.

*Das Brauereigelände erstrahlt nicht nur in Glas, Beton und Edelstahl, es wurde auch der Kunst und Kultur entsprechend repräsentativer Platz eingeräumt.*

So sind wir stolz auf den „Brauer-Brunnen“ inmitten unseres Brauhofes, welcher von Prof. Arik Brauer für uns geplant und errichtet wurde. Neben zwei weiteren Kunstwerken am Gelände der Brauerei beherbergt das Brauhaus auch noch Ausstellungsräumlichkeiten des Vereins „Brauhausgalerie“.

Ebenfalls im Brauhaus untergebracht ist auch die „Bürgerkorpskapelle Freistadt“ mit ihrem Vereinslokal und deren Proberäumlichkeiten. Förderung von Kunst, Kultur und Musik ist für uns auch ein wertvoller Beitrag zum Gemeinwohl der Bewohner\*innen von Freistadt.

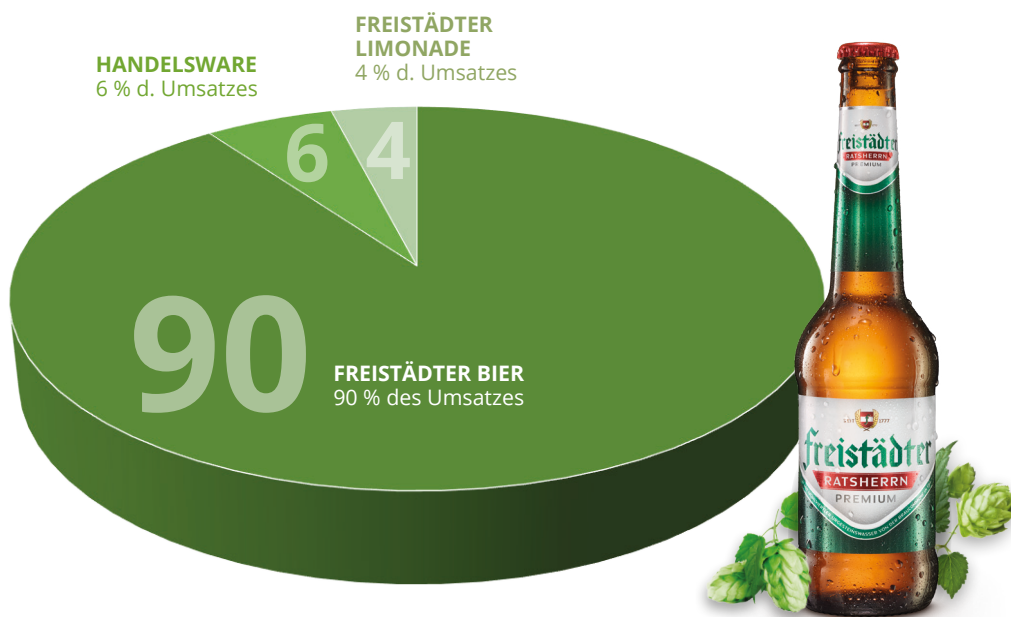
*Die Braucommune ist einer der ältesten Gewerbebetriebe des Bezirkes Freistadt und ein Leitbetrieb für die Stadt Freistadt.*

Das Geschäftsfeld der Braucommune erstreckt sich über das Mühlviertel und den Großraum Linz-Wels-Steyr. D.h. die Braucommune in Freistadt ist – auch aus Umweltgründen – nur regional tätig. Wir vertreten die Meinung, dass jede Region gutes Bier braut und so ist es auch nicht notwendig, dass wir unser Freistädter Bier rein zur Umsatzsteigerung kreuz und quer durch Österreich transportieren.

*Wir wollen damit aktiv zur Verringerung des Straßenverkehrs beitragen und so auch unsere eigene CO<sup>2</sup>-Bilanz bewusst Schritt für Schritt - im Sinne der Nachhaltigkeit - verbessern. So verstehen wir uns als kompetenter und verantwortungsvoller Partner für Handel, Gewerbe und Gastronomie.*

Unser Freistädter Bier kommt nicht in die Dose! Wir füllen unsere Biere und alkoholfreien Getränke größtenteils in Mehrweg-Glas-Flaschen und Fässern ab, eine geringe Menge Bier wird auch in Einweg-Glas abgefüllt. Plastikflaschen waren und sind für uns aus Umwelt- und Nachhaltigkeitsgründen noch nie Thema.

## PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN DER BRAUCOMMUNE IN FREISTADT



Der unabhängige Bestand der Braucommune, die Erzeugung von gutem Bier, die Schaffung und der Erhalt von Arbeitsplätzen in der Region sowie die Identitätsstiftung unserer Brauerei sind die Aufgaben, denen wir uns für die Braucommune und für Freistadt verpflichten.

“

***Wir pflegen einen respektvollen Umgang mit den Ressourcen der Natur. Der wertschätzende Umgang sowohl mit unseren Mitarbeitern als auch mit unseren Lieferanten ist Grundlage unseres Tuns.***

aus "Das Freistädter Biermanifest"



## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Die Commune als Rechtsform einer Gesellschaft ist die einzige und letzte ihrer Art in ganz Europa. Diese Rechtsform ist als solche auch im Firmenbuch eingetragen und kann auch als Vorläufer der Genossenschaften betrachtet werden. Somit ist auch der Commune- und Genossenschaftsgedanke ident und hatte damals wie heute den Gemeinwohlgedanken als höchstes Ziel der Unternehmenstätigkeit in den Vordergrund gestellt. An diesen Grundprinzipien hat sich über die Jahrhunderte nichts geändert.

Klar nach außen hin niedergeschrieben und festgehalten ist unser Bekenntnis im einzigartigen "Freistädter Biermanifest", das unser tägliches Tun und unsere Philosophie leitet. Es definiert das Bekenntnis zum verantwortungsvollen Umgang mit den Ressourcen der Natur sowie unseren Anspruch an qualitativ hochwertigen, regionalen und kontrollierten Zulieferprodukten. Weiters haben wir uns im Biermanifest dazu verpflichtet keine Gentechnik einzusetzen - in keinem Zusammenhang - auch nicht in der Zulieferkette.

Neben den Leitsätzen in Bezug auf die Rohstoffe und die Produktion haben wir uns aber auch der Transparenz und der Willkommenskultur verschrieben: Wir stehen zu dem, was wir tun, zeigen dies offen und laden Gäste ein, dies mit uns zu erleben. Als einer der größten Arbeitgeber in der Region sehen wir es auch als unsere Pflicht an, unseren Mitarbeitenden gegenüber einen respektvollen und dialogorientierten Umgang entgegenzubringen. Wir ermöglichen Gestaltungsfreiräume und legen Wert auf den Schutz der Würde und das Recht der Selbstbestimmung. Dies spiegelt sich u.a. auch im Projekt der inklusiven Beschäftigung von Mitarbeiter\*innen mit Behinderung wider.

Wir schätzen die Vielfalt als Reichtum und unterstützen zahlreiche gemeinnützige Vereine sowie soziale und kulturelle Institutionen und Firmen im Sinne des Gemeinwohls in Form von Geld- und/oder Sachspenden. Beispielhaft erwähnt seien an dieser Stelle: die Feuerwehr, Rotes Kreuz, Sportvereine, Kunst- und Kulturvereine, Sozialhilfverband, Lebenshilfe, ... Wir sind für die Gemeinschaft da!

Unsere Erstabgrenzung im Sinne der Gemeinwohlokonomie stellt auch den ersten Kontakt zur Gemeinwohlokonomie dar. Das heißt, dass es vorab keine GWÖ Aktivitäten bzw. GWÖ-Engagement im letzten Jahr vor Erstellung der Gemeinwohlabgrenzung gab.

Kontaktpersonen für die GWÖ  
GF Ewald Pöschko: [e.poeschko@freistaedter-bier.at](mailto:e.poeschko@freistaedter-bier.at)  
Andrea Wagner: [a.wagner@freistaedter-bier.at](mailto:a.wagner@freistaedter-bier.at)



*Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohlokonomie?*

*Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohlabgrenzung?*

*Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ?*



|                    |                           |                   |             |   |
|--------------------|---------------------------|-------------------|-------------|---|
| <b>Zertifikat:</b> | <b>Peerevaluation</b>     | Gemeinwohl-Bilanz | für         | <b>Braucommune in Freistadt</b>         |
|                    | <b>M5.0 Kompaktbilanz</b> | <b>2018/2019</b>  | Peergruppe: | <b>PG-OOE-19/20</b>                     |
| Begleiter*in       | <b>Isabella Klien</b>     |                   |             | Beteiligte Peergruppen Firmen           |
|                    |                           |                   |             | <b>Wiehag GmbH</b>                      |
|                    |                           |                   |             | <b>Saphenus Medical Technology GmbH</b> |

| Wert  | MENSCHENWÜRDE  | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT  | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT   | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG  |
|---|--|--|--|--|
| <b>A: LIEFERANT*INNEN</b>                             | <b>A1</b> Menschenwürde in der Lieferkette:<br><b>50 %</b>                                     | <b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:<br><b>60 %</b> | <b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:<br><b>60 %</b>  | <b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:<br><b>50 %</b> |
| <b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b> | <b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:<br><b>50 %</b>                           | <b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:<br><b>40 %</b>        | <b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:<br><b>80 %</b>                                  | <b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung:<br><b>30 %</b>                       |
| <b>C: MITARBEITENDE</b>                               | <b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz:<br><b>60 %</b>  | <b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge:<br><b>30 %</b>                | <b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:<br><b>30 %</b>                               | <b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:<br><b>30 %</b>  |
| <b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>             | <b>D1</b> Ethische Kund*innen bezeugen:<br><b>60 %</b>   | <b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern:<br><b>80 %</b>  | <b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:<br><b>70 %</b> | <b>D4</b> Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:<br><b>40 %</b>       |
| <b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>                   | <b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:<br><b>60 %</b> | <b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen:<br><b>60 %</b>                          | <b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen:<br><b>60 %</b>  | <b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:<br><b>30 %</b>  |

Testat gültig bis:  
**31. Mai 2022**

**BILANZSUMME:**  
**519**



# A

LIEFERANT\*INNEN

KOMPAKT-GEMEINWOHLBERICHT  
DER BRAUCOMMUNE IN FREISTADT

Berichtszeitraum 2018/2019

## A1 MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

50%  
BEWERTUNG

### Die wesentlichen Produkte/Rohstoffe für die Biererzeugung sind

#### WASSER

Quellfrisches Urgesteinswasser ist die Basis für Freistädter Bier. Unser Brauwasser aus unseren drei hauseigenen Tiefbrunnen und weiteren drei Quelfassungen am Fuße zu St. Peter ist derart rein, dass wir es ohne jegliche Wasseraufbereitung zum Brauen verwenden können.

**Natürlich und unbehandelt – bestens zum Bierbrauen.**

#### MALZ

Seit mittlerweile 25 Jahren pflegen wir freundschaftlichen und persönlichen Kontakt zu unseren Vertrags-Bäuer\*innen von der Erzeugergemeinschaft Zistersdorf im östlichen Weinviertel, die uns mit Braugerste beliefern. Unsere oberösterreichischen Bio-Bäuer\*innen hingegen versorgen und mit Bio-Gerste, die für unser Bio-Bier benötigt wird. Die Gerste wird nach der Ernte in den Silo-Anlagen unserer Vertrags-Bäuer\*innen gelagert und anschließend in den Mälzereien der Stadlauer Malzfabrik/Wien und Plohberger/Grieskirchen zu Braumalz veredelt. Geringe Mengen an Spezialmalzen (Sackware) beziehen wir auch noch von der Spezialitäten-Mälzerei Weiermann in Bamberg/Deutschland.

#### HOPFEN

Der Hopfen ist die Seele aller Sorten der Freistädter Biere. Daher kennen wir hier keine Kompromisse. Ausschließlich regionale Rohstoffe für regionales Bier – dafür stehen wir. 35 Hopfen-Bäuer\*innen versorgen uns mit den 13 verschiedenen Hopfen-Sorten (inklusive BIO-Hopfen) – und für ALLE gilt: **100 % aus dem Mühlviertel, 100 % aus kontrolliertem, naturnahem Anbau.** Nur so können wir eine gleichbleibende Qualität unserer hopfig anderen Biere garantieren.

#### HEFE

In der renommierten Doemens-Academy München liegt unser eigener, gut gehüteter Mühlviertler Hefestamm unter strengstem Verschluss. So viel Geheimniskrämerei muss sein, damit unser Freistädter Bier stets in derselben, gleich hohen Qualität ins Fass und in die Flasche kommt.

#### ENERGIE

**Strom:** Die in unserem Betrieb benötigte Strom-Energie beziehen wir von unserem regionalen Strom-Erzeuger LINZ-AG und stammt zu 100 % aus erneuerbaren Energiequellen. **Erdgas:** Die erforderliche Wärme-Energie gewinnen wir in unserem Heizwerk, welches wir im Zuge unserer Großinvestitionen der letzten Jahre von Öl auf Gas umgestellt haben.

# A

LIEFERANT\*INNEN



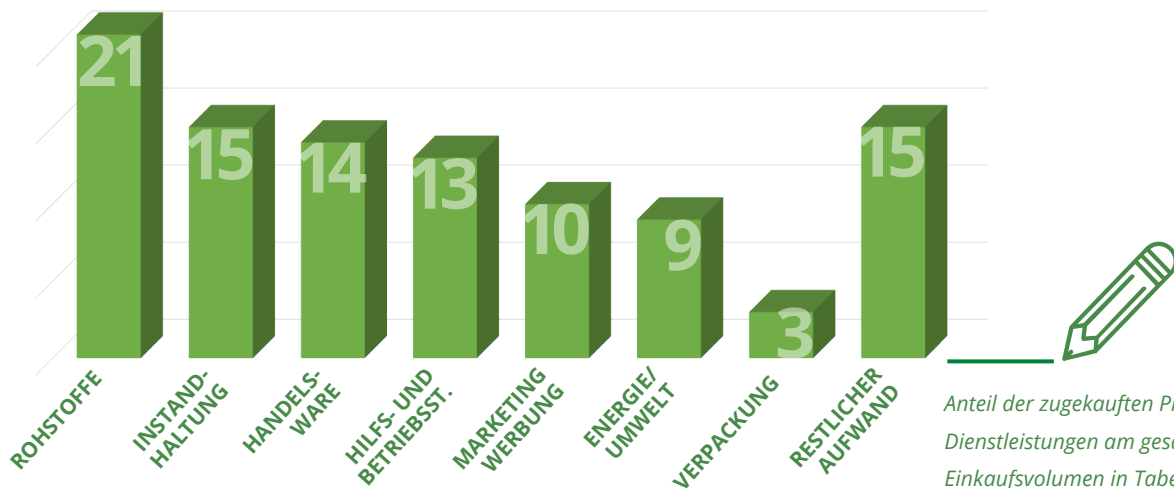
Durch unsere jahrzehntelange Partnerschaft und die Zusammenarbeit mit der Vielzahl unserer Bäuer\*innen und auch unserer Energielieferant\*innen sehen wir bei der Evaluierung unserer Zulieferkette keine sozialen Risiken. Die Menschenwürde in unserer Zuliefererkette würden wir sogar als über Standard bezeichnen.

Mit Ausnahme unserer BIO-Rohstoffe werden von unseren Lieferant\*innen für die Produkte und Rohstoffe keine Label oder Zertifizierungen verlangt, aber alle unsere Gersten- und Hopfen-Bäuer\*innen haben sich verpflichtet, nach den strengen Regeln des naturnahen, kontrollierten Anbaus ihre Felder zu bestellen und zu pflegen. Die Führung von Ackerschlags-Karteien sowie die natürliche Fruchtwechselfolge auf den Feldern wird auch aus eigenem Interesse an den Kulturen eingehalten.

*Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant\*innen ausgewählt? Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?*

*Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?*

### Anteil der zugekauften Produkte am Einkaufsvolumen in %



*Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform*

Da wir beinahe alle unsere Produkte und Dienstleistungen aus Österreich beziehen, insbesondere unsere Rohstoffe von unseren Vertrags-Bäuer\*innen im Weinviertel bzw. im Mühlviertel, kann davon ausgegangen werden, dass **alle unsere Produkte und Dienstleistungen unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt** wurden.

*Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden*

# A

LIEFERANT\*INNEN

## A1 MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine Veränderung



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Zusammenarbeit mit dem OÖ Bio-Getreide-Verband



### A1 Negativaspekt

#### Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette:

Da wir in unserer kleinen Struktur und der Regionalität unserer Zulieferkette alle Beteiligten persönlich kennen, können wir bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette der wesentlichen Lieferanten nicht verletzt wird.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Keine Veränderung

## A2 SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

60%  
BEWERTUNG

Unsere 250jährige Unternehmenskultur fordert und fördert seit jeher einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten, ansonsten würde es die Braucommune schon lange nicht mehr geben. Die langjährigen Partnerschaften mit unseren Getreide- und Hopfen-Bäuer\*innen bestätigen den solidarischen Umgang miteinander.

*Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?*

Wir freuen uns mit unseren Bäuer\*innen über eine gute, ertragreiche Ernte und wir leiden mit ihnen, wenn sie ein schlechtes Erntejahr haben, oder gar eine Missernte einfahren.

*Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?*

Durch unseren ständigen Austausch mit unseren Bäuer\*innen inklusive unserer Feldbesuche und der damit verbundenen Qualitätskontrolle werden Risiken und Missstände ausgeschlossen.



**Unsere wesentlichen Rohstoffe wie Gerste, Hopfen und Wasser tragen keine Label.** Wie schon weiter oben dargestellt, bestätigt die langjährige Zusammenarbeit mit unseren Gersten- und Hopfen-Bäuer\*innen einen fairen, gerechten und solidarischen Umgang miteinander.

*Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt*

Die Braucommune ist Bio-zertifiziert. Unsere Biersorte "Bio-Zwickl" hat 7 % Anteil am Gesamtbeerabsatz der Braucommune.

**Aufgrund unserer Lieferant\*innen-Struktur können wir von einem sehr hohen Anteil (nahe 100 %) ausgehen.**

*Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.*

# A

LIEFERANT\*INNEN

## A2 SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE



### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt**

Anspruchsgruppen, welche nicht unseren ethischen Grundsätzen entsprechen kommen für uns als Lieferant\*innen nicht in Frage.



### **Verbesserungspotenziale/Ziele**

- Bestbieter\*innen haben Vorrang gegenüber Billigstbieter\*innen
- Der Regionalität wird zukünftig noch mehr Vorrang eingeräumt



### **A2 Negativaspekt**

#### **Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen:**

Unser Unternehmen kann bestätigen, dass die Solidarität und die Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt und die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant\*innen nicht ausgenutzt wird, da seit Jahrzehnten eine langfristige persönliche Beziehung zu den Lieferant\*innen besteht. Missstände können so gut wie ausgeschlossen werden.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert**

Wir sehen in diesem Aspekt keinen Änderungsbedarf - für uns gibt es keine Alternativen.

## A3 ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

60%  
BEWERTUNG

Unsere wesentlichen Rohstoffe wie Gerste und Hopfen werden ausschließlich über unsere österreichischen Vertrags-Bäuer\*innen eingekauft. Österreichische Qualität bei den Rohstoffen steht bei uns an oberster Stelle bei den Anforderungskriterien.

*Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?*

Die langjährige persönliche Beziehung zu unseren Bäuer\*innen punktet bei der Auswahl gegenüber Mitbewerber\*innen oder Billig-Produzent\*innen. Übrige Produkte und Dienstleistungen werden so gut wie möglich bei regionalen Anbieter\*innen besorgt oder in Auftrag gegeben. Durch den ständigen Kontakt mit den Bäuer\*innen sind wir auch über ökologische Risiken immer voll im Bilde.

*Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?*

Naturnahe Bestellung der Anbauflächen, Regionalität und die damit verbundenen kurzen Transportwege der nicht unbedeutenden Tonnagen sind für uns wesentliche, ökologische Auswahlkriterien.

*Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant\*innen berücksichtigt?*

Dass die gelieferten Rohstoffe auch unseren Qualitätsstandards entsprechen, wird durch die hauseigene Qualitätskontrolle ebenso wie auch durch Feldkontrollen durch unabhängige Stellen sichergestellt.

Wir können vor allem bei den großen internationalen Braukonzernen feststellen, dass dort vorwiegend der billigste Preis für die Rohstoffe und die niedrigsten Kosten beim Brauprozess die wesentlichen Parameter darstellen. Von ökologischem Handeln wird dort meist nur für Marketingzwecke gesprochen. In der Realität haben ein gedeihliches Miteinander und Gemeinwohl-Orientierung keinen hohen Stellenwert. (Shareholder-Value, Bier in Dosen und Einweg-Glas in Plastik geschrumpft, etc).

*Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerber\*innen hinsichtlich ökologischem Einkauf?*

Die Braucommune war eine der ersten Brauereien Österreichs, die auch eine Biersorte in Bio-Qualität auf den Markt gebracht hat, was natürlich auch gleichzeitig eine höherwertige ökologische Alternative für die Biertrinker darstellt. Damit verbunden war und ist die ständige Kontrolle als Bio-Betrieb durch die AGES.

## A3 ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Dadurch, dass wir unsere Vertrags-Bäuer\*innen zu einem kontrollierten, naturnahen Anbau verpflichten, wird den Bäuer\*innen von uns auch ein höherer als der am Markt übliche Preis vertraglich zugesichert.

**Unsere Rohstofflieferant\*innen stellen zu 100 % eine höherwertigere Alternative zu anderen Lieferant\*innen dar.**



*Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind.*



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Wir haben unseren Bäuer\*innen die Zumischung von 20 % Wintergerste zugestanden, um sie bei der Bewältigung der zunehmend stärkeren Veränderungen der klimatischen Verhältnisse zu unterstützen und sie nicht alleine zu lassen. (Unser Vertragsanbau lautet auf „Sommer-Braugerste“)



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Ausdehnung der QM-Kriterien für ökologischen Einkauf auch auf alle anderen – über die Rohstoffe Hopfen und Malz hinausgehenden – Produkte und Dienstleistungen. Einkauf von Biogerste aus ÖÖ Anbaugebieten.



### A3 Negativaspekt

#### Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Die Braucommune in Freistadt kann bestätigen, dass keine Produkte oder Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Sensibilisierung auf den Einkauf von ökologisch nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen.

## A4 TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

50%  
BEWERTUNG

Durch die große Anzahl an Vertrags-Bäuer\*innen – wir benötigen mittlerweile knapp 3.000 Tonnen Braugerste – muss die Zulieferkette volle Transparenz an den Tag legen, damit auch die Nachverfolgbarkeit aller Zutaten im Bier – vom Acker der Bäuer\*innen bis zum Regal im Supermarkt – sichergestellt werden kann.

*Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?*

Für den Fall, dass Mängel durch unsere hauseigene Qualitätssicherung festgestellt werden, wird über den\*die Braumeister\*in die Zulieferkette rückverfolgt und mit den zuständigen Personen die Sachlage erörtert. Sanktionen mussten bislang von uns noch keine auferlegt werden.

*Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?*



Mit Ausnahme unserer BIO-Rohstoffe werden von unseren Lieferant\*innen für die Produkte und Rohstoffe **keine Label oder Zertifizierungen verlangt**.

*Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt.*

Durch die enge und langjährige Zusammenarbeit mit den größtenteils klein- und mittelständischen Bäuer\*innen und Unternehmen ist ein **transparenter und partizipativer Umgang aller Beteiligten miteinander gewährleistet**.

*Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.*



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Fortsetzung der über lange Jahre gepflegten Transparenz und Mitentscheidung.



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Erstellung von QM-Kriterien für den partizipativen Umgang in der Zulieferkette.



# B

EIGENTÜMER\*INNEN & FINANZPARTNER\*INNEN

KOMPAKT-GEMEINWOHLBERICHT  
DER BRAUCOMMUNE IN FREISTADT

Berichtszeitraum 2018/2019

## B1 ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

50%  
BEWERTUNG

Die Braucommune wurde zum Zeitpunkt ihrer Gründung im Jahr 1770 von den zuvor beschriebenen 149 Innenstadt-Hausbesitzer\*innen finanziert. Ihre Anteile wurden damals wie heute in „Eimern“ ausgedrückt. Der Eimer war das damals übliche Hohlmaß für Bier und beträgt heute umgerechnet 56 Liter.

***Die Eimer-Anteile an der Braucommune sind im Grundbuch am jeweiligen Haus festgeschrieben und können daher auch nicht verkauft werden. Die Braucommune ist folglich UNVERKÄUFLICH.***

Das Gesamtkapital der Braucommune in Freistadt beträgt sohin damals wie heute 6.390 Eimer. Anlässlich der Schilling-Eröffnungsbilanz nach dem 2. Weltkrieg wurden diese Eimer in Schilling-Währung umgerechnet, dasselbe passierte auch im Zuge der Euro-Einführung im Jahr 2000. In den jeweiligen Jahresbilanzen der Braucommune wird das Grundkapital nun mit umgerechnet € 403.951,95 ausgewiesen.

Drei der 149 Besitzer\*innen-Häuser der Innenstadt von Freistadt stehen derzeit im Besitz von Banken (Volksbank, VKB und Raiffeisenbank), die dadurch zu den Mitbesitzern der Braucommune gehören. **Nachdem eine vorbildliche Eigenkapitalausstattung vorhanden ist, sehen wir die Zusammenarbeit mit herkömmlichen Banken in Ordnung, obwohl diese nicht ethisch nachhaltig agieren.** So ist es verständlich, dass wir mit unseren drei Besitzerbanken alle unsere Bankgeschäfte abwickeln. Ganz im Sinne der gemeinsamen Sache und des gemeinsamen Interesses übernehmen die beteiligten Besitzerbanken somit die Finanzierung des eigenen Unternehmens, der eigenen Brauerei. Dasselbe gilt auch für die Veranlagung der Beiträge für die Abfertigung-Neu unserer Mitarbeiter\*innen.

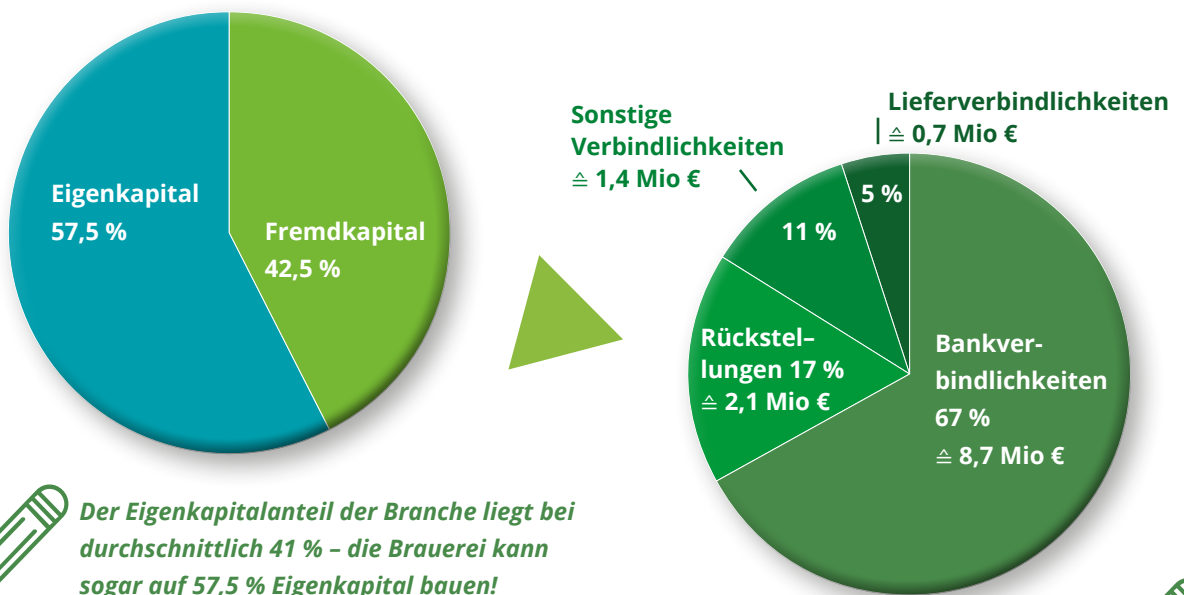
***Da seit Jahrzehnten die erwirtschafteten Gewinne in den Betrieb reinvestiert werden, erübrigt sich die Frage nach anderen Formen der Geldanlage für die Braucommune.***

Der Gemeinwohlgedanke als höchstes Ziel der Unternehmenstätigkeit wurde bereits erwähnt. Dahingehend beobachten und schätzen wir auch die Bestrebungen unserer Besitzerbanken in Sachen Nachhaltigkeit und CSR. So ist es für uns sehr erfreulich, dass die Raiffeisenlandesbank OÖ beispielsweise lt. WWF "richtungsweisend" agiert im Bereich: Gesellschaftliches Engagement & Interessenvertretung. Grund dafür ist die Mitgliedschaft in fünf Initiativen und Verbänden, bei denen Nachhaltigkeit oder Umweltschutz explizites (Teil-)Ziel ist sowie das aktive Engagement in zwei Initiativen (Quelle: WWF Rating des Österreichischen Retailbankings 2019 "Nachhaltigkeit im Österreichischen Retailbanking").

## B1 ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Übrigens, da es im Gründungsjahr der Braucommune, 1770 noch keine Banken in Freistadt gab, hat die Braucommune über Jahrzehnte hinweg – auch im Sinne des Gemeinwohls – Geldgeschäfte mit den Freistädter Bürger\*innen abgewickelt. Erst nach der Gründung der ersten „echten“ Sparkasse im Jahr 1866 in Freistadt hat die Braucommune ihre Bankgeschäfte eingestellt.

### Gliederung Eigenkapital - Fremdkapital der Braucommune in Freistadt:



*Der Eigenkapitalanteil der Branche liegt bei durchschnittlich 41 % – die Brauerei kann sogar auf 57,5 % Eigenkapital bauen!*

*Gliederung des Fremdkapitals in % d. Fremdkapitals und Mio €*



#### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Die Eigenkapitalquote der Braucommune in Freistadt übersteigt den Branchendurchschnitt beachtlich!



#### Verbesserungspotenziale/Ziele

Ziel ist es, die Eigenkapitalquote weiterhin auf stabilem Hoch halten. Aus derzeitiger Sicht sind keine Verbesserungen notwendig.

## B2 SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

40%  
BEWERTUNG

Wir haben in den letzten 10 Jahren den gesamten Brauereibetrieb modernisiert und in allen Produktionsabteilungen stark investiert. Somit stellen sich in der Produktion in den kommenden Jahren keine wesentlichen Zukunftsausgaben.

Allerdings planen wir derzeit die Errichtung einer neuen Betriebsstätte für unsere Logistik und werden mit Baubeginn 2020 an der Autobahnabfahrt Freistadt-Süd ein neues Logistikzentrum mit einem Investitionsaufwand von 8 Mio. Euro errichten.

Die dafür nötigen Finanzmittel sind gesichert und werden über unsere Hausbank und über EU-Fördermittel abgedeckt. Unsere 149 Eigentümer\*innen – wir nennen sie Brauinteressent\*innen – stellen das Gemeinwohl der Braucommune und den langfristigen, unabhängigen Bestand als Privat-Brauerei in den Vordergrund. Die erwirtschafteten Gewinne werden zum größten Teil in den Betrieb reinvestiert.

Auszug aus den Statuten der Braucommune in Freistadt (§ 2): "Zweck der Gesellschaft ist die Bierbrauerei im Sinne der althergebrachten Tradition. Die Gesellschaft ist verpflichtet, für anhaltend gute Biere zu sorgen und durch gute Geschäftsgebarung den bestmöglichen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu erreichen."

*Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?*

*Welche Ansprüche stellen die Eigentümer\*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?*

## B2 SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Erneuerungs- und Erweiterungsinvestitionen im Bereich Flaschenabfüllung und Lagerkeller



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Digitalisierung unserer Ablaufprozesse nach Industrie 4.0, speziell im Bereich und im Rahmen unseres Neubau-Projektes „Logistikzentrum“.



### B2 Negativaspekt

#### Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Die Braucommune in Freistadt kann bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage stets fair erfolgt.

Die getätigten strategischen Ausgaben der letzten 10 Jahre haben sich auf 30 Mio. Euro belaufen, daher ist der Gesamtbedarf an Zukunftsausgaben auf die zuvor genannten 8 Mio. Euro für das Logistikzentrum begrenzt.

Die Braucommune in Freistadt mit der Rechtsform „Commune“ ist auch gesetzlich zu **keiner Veröffentlichung ihrer Bilanzen verpflichtet**. Als unabhängiges Privatunternehmen gehen wir mit unseren wesentlichen Kennzahlen nicht in die Öffentlichkeit. Daher wird auch für die Gemeinwohlbilanz davon Abstand genommen.



*Verpflichtende Indikatoren zur sozialen Haltung im Umgang mit Geldmitteln*

## B3 SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG

80%  
BEWERTUNG

Da wir in den letzten 10 Jahren beinahe den gesamten Betrieb und die damit verbundenen maschinellen Anlagen erneuert haben, sind wir derzeit mit unserer Produktion absolut am Stand der Technik. D.h. unsere Produktionsprozesse sind in der Frage nach Rohstoff- und Energieverbrauch, ebenso wie auch Abwasser- oder Luftreinhaltung im Wesentlichen optimiert.

*Welche Investitionen  
wurden / werden konkret  
vorgenommen?*

Das gleiche gilt auch für unseren Fuhrpark, wo unsere LKW-Flotte nicht älter als 10 Jahre ist und somit alle LKW die strengsten EU-Abgasnormen erfüllen.



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Im Jahr 2018 wurde die gesamte Flaschenabfüllanlage mit einer Kapazität von 24.000 Flaschen/Stunde erneuert. Auch bei dieser Großinvestition wurde ein großes Augenmerk darauf gelegt, dass mit dieser neuen Anlage unser ökologischer Fußabdruck vermindert wird. (Wasser- und Stromverbrauch, Abwasser, etc.)

Aber auch die sozial-ökologischen Auswirkungen auf die betroffenen Mitarbeiter\*innen in unserem Unternehmen konnten dadurch wesentlich verbessert werden.

Im Jahr 2019 haben wir auf unseren Hallendächern eine Photovoltaik-Anlage mit einer Leistung von 200 kWp installiert. Der daraus produzierte Strom kann zu 100 % im eigenen Betrieb verwendet werden. Es ergeben sich dadurch keine Einspeisungen ins Netz, das Optimum ist erreicht.

Ebenfalls im Jahr 2019 wurden im gesamten Betrieb sämtliche Beleuchtungskörper auf LED-Technik umgestellt bzw. ausgetauscht. Alleine die Anzahl der getauschten Leuchtstoffröhren betrug 620 Stück. Der Tausch dieser Röhren trägt zu einer beachtlichen Stromeinsparung und Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks in unserem Betrieb bei.

## B3 SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVЕРWENDUNG



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Für 2020/21 planen wir neben der Errichtung unseres neuen Logistikzentrums auch noch diverse Energie-Rückgewinnungs-Projekte. Speziell geht es uns hier um die Nutzung von Restwärme und -Energie in der Produktion. Dadurch werden wir auch hier noch mehr an Ressourcen einsparen und damit die ökologische Nachhaltigkeit unseres Unternehmens noch weiter vorantreiben.



### B3 Negativaspekt

#### Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Die Braucommune in Freistadt kann bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Kein Verbesserungspotenzial erkennbar.

Wie oben erwähnt sind im Zuge der Neuerrichtung des Logistikzentrums 2020/2021 auch Investitionen in eine noch bessere ökologische Nachhaltigkeit der Braucommune in Freistadt geplant. Was allerdings den Sanierungsbedarf betrifft sind **keine Investitionen erforderlich**, da in den letzten 10 Jahren im Bereich Produktionsanlagen **Sanierungsmaßnahmen in Höhe von 30 Mio. € getätigt** wurden. Die neuen und modernsten Produktionsanlagen entsprechen sämtlichen aktuellen ökologischen Ansprüchen und beeinflussen unsere Gesamt-Ökobilanz nachhaltig positiv. **Fond-Veranlagungen liegen keine vor.**



*Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf, Realisierung der ökologischen Investitionen, Finanzierte Projekte, Fonds-Veranlagungen*

# B

EIGENTÜMER\*INNEN & FINANZPARTNER\*INNEN

KOMPAKT-GEMEINWOHLBERICHT  
DER BRAUCOMMUNE IN FREISTADT

Berichtszeitraum 2018/2019

## B4 EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

30%  
BEWERTUNG

Die Eigentümer\*innen an der Braucommune in Freistadt sind seit 250 Jahren jene 149 Innenstadt-Hausbesitzer\*innen, denen im Jahr 1363 (schriftlich bestätigt) das Braurecht verliehen wurde. Eben diese 149 Freistädter Hausbesitzer\*innen haben im Jahr 1770 die Braucommune gegründet und an dem heutigen Standort ein Brauhaus errichtet, um hier deren Bier für den Eigenverbrauch zu brauen.

*Wer sind die Eigentümer\*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?*

Diese 149 Eigentümer\*innen haben ursprünglich in Eigenverwaltung die Brauerei geleitet. Bei den sogenannten Brauhauswahlen wurden von den 149 Besitzer\*innen (jedes Haus hat eine Stimme) ein 24-köpfiges Verwaltungsgremium und ein\*e Vorsitzende\*r gewählt. In dieser Struktur wurden bis 1987 die Geschäfte geführt, was aber damals beinahe zum Konkurs geführt hätte.

**Heute wird die Braucommune-Gruppe von einem Geschäftsführer und drei Prokurist\*innen geleitet. Die Besitzerinteressen werden von einem sechsköpfigen Verwaltungsrat (Aufsichtsrat) und einem Vorstand (Aufsichtsratsvorsitzende\*r) vertreten.**

Die Braucommune als Rechtsform einer Gesellschaft wird vom Bundesministerium für Finanzen wie eine juristische Person gesehen. Das heißt die Haftung der Besitzer\*innen beschränkt sich auf den Besitz an der Braucommune / dem Brauhaus und deren Anlagevermögen. Die Brauinteressent\*innen haben keinerlei finanzielle Verpflichtungen wie z.B. Beteiligung an einer Kapitalerhöhung.

**Die „Commune“ als Rechtsform einer Gesellschaft ist mittlerweile weltweit einzigartig.**

Die Mitentscheidung am Unternehmen wird durch den Verwaltungsrat und dem Vorstand gewährleistet, beide Gremien werden alle drei Jahre von der Summe der Brauinteressent\*innen gewählt. Die Geschäfte werden aber vom Geschäftsführer geleitet. Wobei wesentliche Entscheidungen vom Geschäftsführer gemeinsam mit dem Verwaltungsrat getroffen werden. Weitere Formen der Mitentscheidung sind aufgrund der Statuten der Braucommune und der Einzigartigkeit der Gesellschaft nicht vorgesehen.

*Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?*

## B4 EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

Die Eigentümer\*innen-Struktur ist ja im Grundbuch seit 250 Jahren festgeschrieben. Die Statuten der Braucommune in Freistadt wurden jedoch in den letzten Jahren an die Gegebenheiten und Erfordernisse der heutigen Zeit angepasst. Erst dadurch wurde die Einsetzung einer voll verantwortlichen Geschäftsführung – mit Geschäftsführer und Prokurist\*innen – im Sinne des Handelsrechtes ermöglicht.

Veränderungen in der Besitzerstruktur sind aufgrund der Statuten der Braucommune nicht möglich. Die Braucommune in Freistadt ist unabhängig, unverkäuflich und vor fremden Übernahmen und jeglichen Beteiligungen immun.

Das Eigenkapital der Braucommune in Freistadt liegt gemäß der besonderen Struktur der „Commune“ **zu 100 % bei den 149 Innenstadt-Hausbesitzer\*innen von Freistadt** und ist seit jeher untrennbar mit dem Haus und dem Hausbesitz verbunden.

*Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?*



*Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent*



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine Änderungen



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Braucommune bleibt unverändert Braucommune.  
Wir bleiben unabhängig!



### B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Die Braucommune kann bestätigen, dass seit 1770 keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind und dass aufgrund unserer Statuten auch keine Übernahmen erfolgen werden bzw. möglich sind.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Kein Verbesserungspotenzial erkennbar.





MITARBEITENDE

## C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

60%  
BEWERTUNG

Ein Unternehmen kann nur durch wertschätzende Zusammenarbeit zwischen Unternehmensführung, Mitarbeitenden, Lieferanten und Kund\*innen erfolgreich geführt werden. Dessen sind wir uns bewusst und deshalb praktizieren wir dies im täglichen Arbeitsalltag in Form des eigenen "Commune-Kodex".

*Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?*

**Erst wenn der Mitarbeitende eine sinnstiftende Tätigkeit in seinem Wirken erkennt, ist auch die Geschäftsführung mit der Situation zufrieden.**

Der Arbeitsplatz als reines Mittel zum Zweck, nämlich zum Aufbringen des Familieneinkommens, ist überholt und nicht unser Ansatz als Arbeitgeber. Vielmehr möchten wir dazu beitragen, dass jede\*r Mitarbeitende seine\*ihre persönlichen Stärken optimal einsetzen kann, sich selbst als wertvollen Teamplayer erkennt, gerne zu uns in die Arbeit kommt und die Arbeitsstelle dadurch auch einen positiven Beitrag zum Leben und zum Sein beiträgt.

Mit Ausnahme der Mitarbeiter\*innen der Produktion, die bereits ein sehr hohes kollektivvertragliches Entgelt (16 Monatslöhne) genießen, werden alle Mitarbeitenden über Kollektiv bezahlt.

**Wir sind Teamplayer und nehmen unsere Mitarbeitenden sehr gerne mit auf den gemeinsamen Weg in die Zukunft.** Daher ist es uns auch ein besonderes Anliegen, unser Team proaktiv zu informieren über die aktuellen Agenden der Braucommune. Die Informationswege sind vielfältig und reichen von Stammtischen, Monats-Infos und alljährlichen Mitarbeiter\*innen-Gesprächen über "Frühstück-mit-mir" (dem Geschäftsführer), Grillfesten und Happy Hour ab 16.00 Uhr bis hin zu den Klassikern wie Betriebsausflügen, Eisstockturnieren, Weihnachtsfeiern u.v.m..

So wird der gegenseitige Austausch auf unterschiedlichsten Ebenen praktiziert, die Mitarbeitenden fühlen sich wertgeschätzt und respektiert. Außerdem können sie sich bei der Fülle an Möglichkeiten auch untereinander gut vernetzen, was zu ausgesprochen hohem Teamspirit innerhalb der Braucommune führt.



MITARBEITENDE

## C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

Vergünstigtes Mittagessen in unserem Braugasthof, freie Getränke inklusive Kaffee sowie Rabatte beim Einkauf im Braushop und bei den Getränken ist für unsere Mitarbeitenden selbstverständlich obligat.

Die Möglichkeit einer ausgeglichenen Work/Life-Balance wird unter anderem auch durch ein flexibles Arbeitszeitmodell ermöglicht, welches schon vor zwei Jahrzehnten eingeführt wurde.

**Uns liegt aber nicht nur das psychische Wohl unserer Mitarbeitenden am Herzen, natürlich sind für uns auch sichere und gesundheitsfördernde Arbeitsplätze wesentlich.** Daher ist ein\*e eigens geschulte\*r Mitarbeiter\*in für die Arbeitssicherheit in unserem Unternehmen verantwortlich. Gemeinsam mit dem\*der Arbeitsmediziner\*in werden die Arbeitsplätze alljährlich in Hinblick auf Sicherheit und Ergonomie einer Evaluierung unterzogen. So sind die Büros unserer Mitarbeitenden alle tageslicht- und frischluftdurchflutet, die Büroausstattung besteht aus hochwertigen Büromöbeln, verstellbaren Bildschirmen und Fußstützen bei Bedarf. **Punkto Sicherheit am Arbeitsplatz haben wir im Berichtszeitraum lediglich von zwei geringfügigen Verletzungen aufgrund Unachtsamkeit zu berichten.**

*Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?*



*Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle*

Aber auch unsere Mitarbeitenden in Produktion und Logistik profitieren von unserem Einsatz für beste Arbeitsbedingungen: Beispielsweise werden im Flaschen-Abfüllbereich Lärmschutzmaßnahmen für die Mitarbeiter\*innen angewendet.

Oder: Um den Kisten- und Fass-Transport in die Lager oder Keller unserer Kund\*innen möglichst rückschonend gewährleisten zu können, sind alle LKW mit einem elektrischen Gabelhubwagen ausgestattet. Zur einfacheren Belieferung von Gastrokellern haben wir elektrische „Treppensteiger“ angeschafft. Außerdem werden alle neu anzuschaffenden LKW mit den neuesten Assistenzsystemen ausgestattet. (z.B. Abbiege-Assistent)

# C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

**Neben der psychischen und physischen Gesundheit ist für uns auch Fort- und Weiterbildung ein wesentlicher Faktor zur Steigerung der Mitarbeiter\*innen-Zufriedenheit.** Jede\*m Mitarbeiter\*in steht in der Braucommune in Freistadt die Möglichkeit frei, sich in seiner Tätigkeit und seinem Fachwissen weiterzuentwickeln. Sehr gerne unterstützen und ermutigen wir unsere Mitarbeitenden dazu und haben entsprechende Angebote erarbeitet:

Neben der **eigenen Lehrlingsakademie "Job-up"**, die sich nicht nur auf die fachliche, sondern auch auf die persönlichkeitsbildende Weiterbildung konzentriert, übernimmt die Braucommune beispielsweise ebenso die Kosten für **nachfolgende Fortbildungen**:

- immer wiederkehrende Kraftfahrer-Schulungen
- Ausbildung Biersommelier / Biersommelière
- Meisterkurse unserer Abteilungsleiter\*innen
- WIFI-Kurse für Buchhaltung, EDV, Verkauf
- Hauseigene Fachseminare
- QM-Seminare
- Besuche von Fachmessen und -veranstaltungen

Freiwilligkeit ist uns wichtig. Deswegen möchten wir auch in diesem Bereich niemanden verpflichten oder unter Druck setzen, sondern lediglich die Möglichkeiten aufzeigen und anbieten. Jede\*r, der\*die sich weiterbilden möchte, wird von uns die Möglichkeit dazu bekommen. **Um hier keinen Druck auf Mitarbeitende aufzubauen, führen wir bewusst keine detaillierten Aufzeichnungen der einzelnen Mitarbeiter\*innen über die Nutzung der Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen.**

Je nach Eintrittsalter des Mitarbeitenden kann größtenteils davon ausgegangen werden, dass sie\*er auch bis zur Pensionierung bei uns bleibt. **Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt 11,5 Jahre** und spiegelt somit die hohe Mitarbeiter\*innen-Zufriedenheit wider. Ein Fluktuationsproblem kennen wir nicht, ebensowenig wie einen übermäßig hohen Krankenstandskonsum (**4,2 % Krankenquote**). Im Krankheitsfall ist es ausdrücklicher Wunsch der Führungsebene, dass sich die Mitarbeitenden genügend Zeit zum Auskurieren nehmen, insofern gibt es hier keinen Druck eventuell noch krank in den Betrieb zu kommen. **Die Tage, an denen Mitarbeitende krank arbeiten schätzen wir mit 0 ein.**



*Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene*



*In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden*



*Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit, Gesundheits-/Krankenquote, Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen*

## C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

Dies sind für uns in Summe Indikatoren, dass wir einen achtsamen Umgang mit unseren Mitarbeiter\*innen pflegen. **Unsere Frauenquote beträgt aktuell 31 % (17 weibliche und 38 männliche Mitarbeitende).**

**In unserem Unternehmen herrscht ein Arbeitsklima der Toleranz und des gegenseitigen Respekts. Spezielle Maßnahmen zur Förderung von Diversität gibt es nicht.** Dies ist bei uns aufgrund unserer persönlichen Einstellung auch nicht nötig. **Somit stellen Gesinnung, Religion, sexuelle Orientierung etc. für uns niemals Einstellungskriterien für neue Mitarbeiter\*innen dar.**

Alle Arbeitsplätze sind barrierefrei erreichbar. Das ist uns wichtig, denn wir leben Inklusion. **Wir beschäftigen zwei Menschen mit körperlichen oder psychischen Einschränkungen.** Im Rahmen einer Kooperation mit den Einrichtungen der „Lebenshilfe“ und der „Lebenswelt“ in unserer unmittelbaren Umgebung finden aber noch mehr Menschen mit Behinderung bei uns ein sinnvolles Beschäftigungsangebot.

### ALTERSSTRUKTUR DER MITARBEITER\*INNEN:

0-19 Jahre: 0 MA  
20-39 Jahre: 11 MA  $\hat{=}$  20 %  
40-59 Jahre: 35 MA  $\hat{=}$  64 %  
60+ Jahre: 9 MA  $\hat{=}$  16 %

40-59 JAHRE

64%

20-39 JAHRE

20%

60+ JAHRE

16%



*Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Geschlecht.*

*Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden*



*Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf körperliche / psychische Einschränkungen.*



*Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Alter*

**Karenzierte Elternteile können jederzeit, zeitlich beliebig wieder ins Berufsleben einsteigen.** Das wird individuell auch so praktiziert. (vorwiegend Teilzeit) Auch die Möglichkeit von „Home-office“ in der erweiterten Karenzzeit wurde bereits in Anspruch genommen. **Die Karenzzeit für Männer wird mittlerweile auch gut genutzt und beträgt durchschnittlich zwei Monate. Im Beobachtungszeitraum lag die Karenzzeit der Mütter bei 16 Monaten.**



*Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten*



MITARBEITENDE

# C1

## MENSCHENWÜRDE

### AM ARBEITSPLATZ



#### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Start 3-Jahres-Programm "Fit2Work", gemeinsam mit dem BBRZ
- Neues „Schallender“ (Mitarbeiter\*innen-Aufenthaltsraum) wurde eingerichtet
- Erneuerung sämtlicher Bürostühle
- Die Bürobeleuchtung wurde erneuert und entspricht den neuesten gesetzlichen Bestimmungen
- Neue, kostenlose Arbeitskleidung inkl. Sicherheitsschuhe für alle
- Vorstellung neuer Mitarbeiter\*innen inkl. Kennenlernen des Betriebes.



#### Verbesserungspotenziale/Ziele

- Fitness-Center Mitgliedschaft für alle Mitarbeiter\*innen
- Obstkorb in allen Abteilungen
- Deutliche Verbesserung der Arbeits- und Gesundheits-Situation durch das BBRZ-Programm „Fit2Work“.



#### C1 Negativaspekt

##### Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Wir bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

#### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Kein Verbesserungspotenzial erkennbar.



MITARBEITENDE

## C2 AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE



Im Unternehmen der Braucommune kommen zwei Kollektivverträge zur Anwendung, nämlich jener des Handels und der der Brauindustrie. Mit Ausnahme der ohnehin schon sehr hohen Kollektivvertragslöhne der Brauer (16 Monatslöhne) werden alle unsere Mitarbeiter\*innen im Handels-KV übertariflich bezahlt. Zusätzlich zur monatlichen Entlohnung kommen alle Mitarbeitenden in den Genuss der freiwilligen Sozialleistungen der Braucommune. **Damit wird ein lebenswürdiger Verdienst sichergestellt.**

Wir haben vor Jahren in Absprache mit dem Betriebsrat sämtliche Prämien-systeme in unserem Unternehmen abgeschafft und dafür den Basislohn entsprechend erhöht. Wir gehen davon aus, dass jeder Mitarbeitende bemüht ist, seinen bestmöglichen Beitrag zum Erhalt seines Arbeitsplatzes zu leisten.

Die Anwesenheitszeiten werden für alle Mitarbeiter\*innen über ein elektronisches Zeiterfassungssystem erfasst. Die anfallenden Arbeiten werden gemeinsam in Teams abgearbeitet.

Überstunden sind in unserem Unternehmen nicht die Norm, sind nicht erwünscht und kommen auch kaum vor. Unsere Arbeitsplanung achtet darauf, dass die Arbeiten in der Basis-Arbeitszeit erledigt werden können. Es gibt auch ein Arbeitszeitmodell, welches eine bestmögliche Freiheit in Verbindung mit maximaler Flexibilität im Betrieb ermöglicht.

Wir legen großen Wert darauf, dass in den einzelnen Abteilungen der Grad der Selbstorganisation möglichst hoch ist. Allerdings ist es für die Arbeitsabläufe nötig, dass sich die einzelnen Teams entsprechend aufeinander abstimmen, damit der Betriebsablauf nicht behindert wird.

Durch unser langjähriges Arbeitszeitmodell wird die Möglichkeit der persönlichen Work-Life-Balance stark gefördert und unterstützt. Speziell bei den Mitarbeitenden mit Kinderbetreuungspflichten wird unternehmensseitig auf die Arbeitszeitverteilung Rücksicht genommen. Auf diese Weise soll jede\*r Arbeitnehmer\*in – natürlich in betrieblicher Abstimmung – Arbeit, Familie und Freizeit bestmöglich vereinbaren können.



*Standortabhängiger  
"lebenswürdiger Verdienst"*

*Welche Möglichkeiten gibt es in  
der Organisation, den Verdienst  
selbstorganisiert zu bestimmen?*

*Wie werden Arbeitszeiten in  
der Organisation erfasst und  
Arbeitslasten verteilt?*

*Welche Rolle spielen Über-  
stunden für den Erfolg der  
Organisation?*

*Welche Möglichkeiten gibt es in  
der Organisation, die Arbeitszeit  
selbstorganisiert zu bestimmen?*

*Welche Maßnahmen gibt es in  
der Organisation, um eine Work-  
Life-Balance zu gewährleisten?*



MITARBEITENDE

## C2 AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Im direkten Vergleich mit anderen Branchen in der Region wird in unserem Lohn- und Gehaltsschema jedenfalls ein lebenswürdiger Verdienst geboten. **Der Medianverdienst in der Braucommune in Freistadt liegt im Berichtszeitraum bei € 2.690,- wobei die innerbetriebliche Spreizung bei 1:3,21 liegt.**

**Bei uns gilt unternehmensweit die 38,5 Stunden Woche.** Dass diese Wochenarbeitszeit von den Mitarbeiter\*innen generell gut eingehalten werden kann zeigt sich in den niedrigen **Unternehmens-Gesamtüberstunden von 139,25 im gesamten Jahr 2019.**



*Höchst- und Mindestverdienst  
(innerbetriebliche Spreizung)  
Medianverdienst*

*Unternehmensweit definierte  
Wochenarbeitszeit  
Tatsächlich geleistete Überstunden*



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Es wird verstärkt darauf geachtet, dass jede\*r Mitarbeiter\*in den Urlaubsanspruch im Laufe des Jahres auch entsprechend einplant.



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Ständige Kontrolle der Urlaubs- und Zeitausgleichskonten  
Einführung eines Gleitzeit-Modells.



### C2 Negativaspekt

#### Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Kein Verbesserungspotenzial erkennbar.



MITARBEITENDE

## C3 ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN

30%  
BEWERTUNG

Alle unsere Mitarbeitenden haben die Möglichkeit in unserer hauseigenen Gastronomie ein 2gängiges Mittagsmenü einzunehmen. Das Unternehmen stützt den Menüpreis um den von der Finanz maximal erlaubten Höchstbetrag von € 4,40.

Zur Auswahl stehen von Montag bis Freitag sowohl ein Fleischgericht als auch ein vegetarisches Menü. Mit diesem Angebot an fleischlosen Mittagsmenüs möchten wir im Sinne einer gesunden Ernährung unsere Mitarbeiter\*innen anregen, diese Alternativen kennen- und lieben zu lernen.

Denn wir sehen uns nicht nur als Dienstgeber sondern auch als Ideengeber. Und als solcher möchten wir dazu beitragen, dass fleischlose Ernährung auch am privaten Speiseplan aufgegriffen wird.

In diesem Zusammenhang sei erwähnt, dass Regionalität natürlich auch im Gastrobereich für die Braucommune in Freistadt wesentlich ist. Das heißt, dass auch unsere Gastronomie-Küche bestrebt ist, die benötigten Lebensmittel soweit möglich aus der unmittelbaren Region (OÖ) zuzukaufen. Nachdem unser Speisenangebot vielfältig ist, kann auf den Zukauf von nicht unmittelbar regionalen Lebensmitteln – also aus dem restlichen Österreich – nicht verzichtet werden. **Der Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft wird auf 30 % geschätzt.**



*Anteil der Verpflegung aus  
ökologischer Herkunft*

Kaffee ist für die Mitarbeiter\*innen im gesamten Betrieb kostenlos. Wir beziehen die Bohnen von einem Freistädter Röster, der von sich aus großen Wert auf Direktbezug der Rohbohnen und Fair Trade legt.





MITARBEITENDE

## C3 ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN

Freistadt im Mühlviertel ist durch seine geografische Lage als wirtschaftliches Hinterland einzustufen. Das öffentliche Verkehrsnetz ist – mit Ausnahme in Richtung Süden/Linz – nicht flächendeckend ausgebaut und somit nicht immer mit den Dienstzeiten unserer Mitarbeiter\*innen vereinbar, da der Arbeitsbeginn zum Teil um 6 Uhr morgens ist.

Die meisten unserer Mitarbeiter\*innen sind in der unmittelbaren Umgebung von Freistadt beheimatet und viele nutzen daher sinnvollerweise das Fahrrad, um zum Dienort der Braucommune zu gelangen. Von betrieblicher Seite stellen wir dafür gerne Fahrradabstellplätze und eine E-Bike Ladestation zur Verfügung.

Nichtsdestotrotz sind unsere Mitarbeiter\*innen dennoch größtenteils – wie "am Land" üblich – auf den PKW angewiesen. **Die Anreise zum Arbeitsplatz erfolgt zu ca. 70 % mit dem Auto, der Rest benützt dafür ein Rad oder geht zu Fuß.** Es freut uns aber berichten zu können, dass sich mitarbeiterintern bereits Fahrgemeinschaften gebildet haben.

E-Mobilität ist eines unserer Herzensthemen. Diese Begeisterung für umweltschonende Motorisierung möchten wir auch gerne an unsere Mitarbeiter\*innen weitergeben. Daher steht – je nach Verfügbarkeit – unser E-Mobil den Mitarbeiter\*innen auch privat zum Ausprobieren zur Verfügung. Außerdem nehmen unsere LKW-Fahrer\*innen jährlich an speziellen Trainings zur treibstoffsparenden Fahrweise teil.

**Wir schätzen, dass die Mitarbeitenden unsere ökologischen Betriebsangebote zu 50 % nützen.**



*Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß*



*Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %*



MITARBEITENDE

## C3 ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Einführung eines fleischlosen Mittags-Menüs
- Elektro-Auto steht allen Mitarbeiter\*innen zum Kennenlernen zur Verfügung
- Elektro-Tankstelle am Betriebsgelände für Autos und E-Fahrräder
- Neue Dusch- und Umkleieräumlichkeiten für Job-Radfahrer\*innen
- Überdachte Fahrrad-Abstellplätze



### Verbesserungspotenziale/Ziele

- "Gesundes zwischendurch": Frische Obstkörbe für alle Abteilungen
- Betriebliche, finanzielle Unterstützung beim Ankauf eines Fahrrades, um damit in die Arbeit zu fahren (Aktion „Job-Rad“).



### C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Die Braucommune kann bestätigen, dass im gesamten Unternehmen weder die Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Verwenden statt Verschwenden: Evaluierungsprozess zur Weiterverwendung überschüssiger Lebensmittel zugunsten sozial bedürftiger Mitmenschen über den Partner Sozialhilfeverband.



MITARBEITENDE

## C4 INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

30%  
BEWERTUNG

Wir sind in unserer Unternehmensgruppe 125 Mitarbeitende. Trotz unserer ausgesprochen dialogorientierten Kommunikationsphilosophie muss festgehalten werden, dass nicht jede strukturelle oder wirtschaftliche Entscheidung und Entwicklung für den\*die einzelne\*n Mitarbeiter\*in relevant oder von Interesse ist.

Nichtsdestotrotz ist es uns ein Anliegen sämtliche Fragen, die an die Geschäftsführung gerichtet werden, ehrlich und kompetent zu beantworten, sei es vom Geschäftsführer oder auch von den Prokurist\*innen oder Abteilungsleiter\*innen.

Außerdem erhält jede\*r Mitarbeiter\*in mit dem Lohnzettel eine sogenannte „Monats-Info“. In dieser vom Geschäftsführer persönlich verfassten Info werden alle für Belegschaft des Unternehmens relevanten Fakten, Neuigkeiten und Informationen schriftlich berichtet.

Einmal jährlich lädt der Geschäftsführer abteilungsweise zu einem „Frühstück mit mir“ ein. Bei diesem zweistündigen Frühstück haben wiederum alle die Möglichkeit, ihre Fragen direkt an den Geschäftsführer zu richten. Und schließlich bekommen alle Mitarbeiter\*innen alljährlich auch den Geschäftsbericht des Unternehmens persönlich überreicht, um auch hier über die aktuelle wirtschaftliche und strategische Ausrichtung des Unternehmens informiert zu sein.

Der Geschäftsführer wird von den gewählten Besitzer-Vertreter\*innen = Verwaltungsrat, ausgewählt und eingestellt. Die Prokurist\*innen werden vom Geschäftsführer gemeinsam mit dem Verwaltungsrat ernannt. Abteilungsleiter\*innen werden vom Geschäftsführer gemeinsam mit den Prokurist\*innen ernannt.

Abberufungen erfolgen in derselben Konstellation.

*Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?*

*Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?*

## C4 INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

Unternehmensentscheidungen erfolgen meist im Team. Das Team ist die Führungsgruppe der Braucommune und besteht aus dem Geschäftsführer und den drei Prokurist\*innen.

Wir vertrauen auf eine flache Hierarchie. Beginnend bei der Abteilungsleitung, die einen guten Draht zu den anvertrauten Basismitarbeiter\*innen pflegt, über die Prokurist\*innen, die wiederum in enger Absprache mit den Abteilungsleiter\*innen agieren, bis hin zum Geschäftsführer, der sich regelmäßig sowohl mit den Prokurist\*innen als auch den Abteilungsleiter\*innen austauscht. So gewährleisten wir eine demokratische und konsensuale Mitbestimmung der Mitarbeitenden.

Der derzeitige Geschäftsführer ist seit 32 Jahren im Unternehmen. Dass er großen Wert auf ein offenes, transparentes und ehrliches Miteinander legt spiegelt sich in der Unternehmensphilosophie wider. So wurde in dieser Zeit die Unternehmens-Transparenz gegenüber den Mitarbeiter\*innen wesentlich erhöht und dem Wunsch der Mitbestimmung der Mitarbeiter\*innen so gut wie möglich Rechnung getragen.

**Der Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten liegt beim Führungsteam geschätzt bei 95 %. Bei allen anderen Mitarbeitenden bei geschätzten 40 %.**

**Der Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeiter\*innen legitimiert werden liegt bei 0 %.**

**Der Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung im Team getroffen werden liegt bei ca. 80 %**

*Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?*



*Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten*

*Anteil der Führungskräfte, die über Mitwirkung/Anhörung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden.*

*Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden.*



MITARBEITENDE

## C4 INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Einführung „Frühstück mit mir“ (Geschäftsführer)
- Änderung und Verbreiterung der Organisations-Struktur (Prokurist\*innen)



### Verbesserungspotenziale/Ziele

4 x jährlich, Einladung zu einem „Bier um 4“ (Alle sind willkommen, um mit dem Geschäftsführer bei einem Bier über firmenrelevante Dinge reden zu können.



### C4 Negativaspekt

#### Verhinderung des Betriebsrates

Unser Unternehmen kann bestätigen, dass keine Verhinderung eines möglichen Betriebsrates vorliegt.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Keine Veränderung.

# D

KUND\*INNEN & MITUNTERNEHMEN

KOMPAKT-GEMEINWOHLBERICHT  
DER BRAUCOMMUNE IN FREISTADT

Berichtszeitraum 2018/2019

## D1 ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

60%  
BEWERTUNG

Die Braucommune in Freistadt ist einer der ältesten Gewerbebetriebe des Bezirkes Freistadt. Wir sprechen vom Jahr 1770 als Gründungsjahr, die Gründungsurkunde liegt im Tresor der Braucommune auf. Im Jahr 2020 feiern wir 250 Jahre Braucommune. Alleine schon daran erkennt man, dass unsere Kundenbeziehungen langfristig ausgelegt werden.

Unsere Außendienst-Mitarbeiter\*innen kennen alle unsere Kunden\*innen persönlich und besuchen sie auch in regelmäßigen Abständen. Sie wissen, wann der kundenseitige Ansprechpartner Geburtstag hat, wie es etwaigen Kindern geht und ob Nachwuchs ins Haus steht.

Persönliches und langjähriges Miteinander, verbunden mit gegenseitigem Vertrauen, ist die Ausgangsbasis für unsere Kundenbeziehung.

So ist es nicht verwunderlich, dass sich potenzielle Neukund\*innen zumeist direkt mit uns in Verbindung setzen, bzw. anfragen, ob und wie sie für ihre Gastronomie oder ihren Handelsbetrieb Freistädter Bier bekommen können.

Die Braucommune ist ein regionaler Gewerbebetrieb mit dem einzigen Standort in Freistadt, also ohne Filialen oder Franchisepartnern. Wir liefern unsere Produkte zum größten Teil nur „rund um den Schornstein“. In unserem Fall bedeutet dies eine klare Begrenzung des Liefergebietes ins Mühlviertel und den Großraum Linz-Wels-Steyr. Uns ist dabei klar, dass wir durch den Verzicht auf österreichweite Lieferung auch auf erhebliche Umsätze verzichten, dafür bekommen unsere Kund\*innen stets frisches Bier direkt aus der Brauerei, vollkommen unbehandelt und nicht pasteurisiert oder anderwärtig haltbar gemacht.

Diesen unverwechselbaren „Geschmack der Region“ gereicht zum einzigartigen Kundennutzen.

## D1 ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

Preislich betrachtet führen wir eine einheitliche Brutto-Preisliste wo jede\*r Kunde\*in – unabhängig von seiner Größe – demselben Rabattschema unterliegt. Egal ob Groß- oder Kleinbetrieb, Gastronomie, Hotellerie, Handel, Vereine, Festveranstalter oder Privatperson - alle bekommen die gleichen Konditionen. **Somit gibt es auch keine sozialen Preisstaffeln.**

Erschwerten Zugang zu unseren Bieren haben lediglich Minderjährige und das ist auch im Sinne des Gesetzgebers.

In unserem Liefergebiet sind wir in allen Lebensmittelgeschäften gelistet, in der Gastronomie entscheidet der\*die Wirt\*in selbst darüber, ob er\*sie den Gästen unser Bier anbietet oder der Regionalität und Nachhaltigkeit weniger Bedeutung zugemessen und den Gästen die Biersorte eines internationalen Konzerns einschenkt wird.

**Die Braucommune in Freistadt gibt jährlich ca. 3 % des Umsatzes für Marketing und Werbung aus**, wobei unsere Werbebudgets niemals für Preisaktionen verwendet werden. Wir werben ausschließlich für die Marke. Dank unserer kontinuierlichen und strukturierten Marketingstrategie ist die Marke Freistädter Bier am regionalen Zielmarkt zwar bereits sehr gut angenommen, positiv besetzt und gelernt, dennoch braucht es aber natürlich ständige Weiterentwicklung der Corporate Identity (inkl. Corporate Design on- und offline, Corporate Communication, Branding) sowie Anpassung an die Markt- und Zielgruppenentwicklungen.

Unsere Verkaufsmitarbeiter\*innen sind gemeinsam mit den Mitarbeitenden der Auslieferung (Fahrer\*innen) unsere direkte Verbindung zum Kunden und stellen somit wichtige kundenseitige Repräsentant\*innen des Betriebes dar. Diese Schlüsselfunktion würdigen wir unternehmensseitig mit ausgesprochen guter finanzieller Entschädigung. „Der Kunde ist König.“ lautet das Credo, das unsere Verkäufer\*innen und Fahrer\*innen täglich umsetzen.



*Übersicht der Budgets im  
Marketing, Verkauf, Werbung:  
Ausgaben für Maßnahmen bzw.  
Kampagnen*

# D1 ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

Wir gehen davon aus, dass jede\*r Mitarbeiter\*in mit Freude und mit vollem Einsatz seinen Job erledigt. Jede\*r auf seine individuelle Art, der eine vielleicht erfolgreicher, der andere aber genauso bemüht, so gut er\*sie eben kann. Jeder Mensch ist anders und das ist gut so. **Aus diesen Gründen gibt es bei uns in der Braucommune keine umsatz- oder erfolgsabhängigen Zahlungen oder Prämien. Aus denselben zuvor angeführten Gründen gibt es in unserem Unternehmen auch keine Umsatzvorgaben für das Verkaufsteam.**

Da wir nicht davon ausgehen, dass es bei uns **benachteiligte Kund\*innen-Gruppen gibt, wird dieser Umsatzanteil wohl gegen 0 gehen.**



*Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile*

*Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein*

*Umsatzanteil des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund\*innen-Gruppen gekauft wird.*



## Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Barrierefreier Zugang im gesamten Betrieb
- Hotline für Kund\*innen bei Problemen oder außerordentlichen Bedarf
- Vermeidung von Kundenbindungen über Lieferverträge



## Verbesserungspotenziale/Ziele

Qualitative Steigerung der Kundenbeziehung durch noch besseres Schulungsangebot seitens der Brauerei.



## D1 Negativaspekt

### Unethische Werbemaßnahmen

Die Braucommune kann bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.

## Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Kein Bedarf vorhanden



## D2 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

80%  
BEWERTUNG

Die Braucommune kooperiert seit nunmehr 30 Jahren intensiv mit den beiden Nachbarbrauereien im Mühlviertel (Schlägl, Hofstetten). Aus dieser Kooperation heraus wurde der Verein „**BIERVIERTEL**“ gegründet. Die Ziele des Vereins Bierviertel liegen in der Zusammenarbeit der drei Brauereien, was auch den gemeinsamen gegenseitigen Vertrieb unserer Biere beinhaltet. Neben gemeinsamen Auftritten bei Veranstaltungen, Bierverskostungen, Bierevents und auch Schulungen für Kund\*innen und eigene Mitarbeiter\*innen werden in regelmäßigen Abständen auch eigene gemeinsame Biere gebraut wie zB "Cuvee". Und last not least sind wir mit dem Bierviertel auch ein wichtiger touristischer Bestandteil und Magnet für die Region und dem Biertourismus als solchem. (Bierweltregion, Bierherbst)

*Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?*

Eine weitere etwas jüngere Kooperation unter acht privaten, unabhängigen Brauereien in ganz Österreich ist die Zusammenarbeit in der Gruppe der „**CULTURBRAUER**“. Unser Kulturauftrag: „Wir CulturBrauer sind eine Gemeinschaft unabhängiger Privatbrauereien aus Österreich. Wir leben und kämpfen für höchste Bierkultur. Eine Kultur, die über das Brauen von einzigartigen Bieren hinausgeht, voller Bewusstsein und echtem Engagement für unsere Region, die Natur und die Menschen, die darin leben. Das ist unsere Überzeugung, das ist unser Auftrag!“

Gemeinsame Aktivitäten am Markt, gegenseitiger Vertrieb unserer Biere und Hilfestellung bei Fragen und Problemen aller Art kennzeichnen die uneigennützigte Solidarität untereinander.



*Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?*

**Wir schätzen den gesamten Zeitaufwand für die Arbeit in unseren Kooperationen mit ca. 300 Std / Jahr ein. Davon entfallen etwa 70 % an "Culturbrauer", 20 % an "Bierviertel" und 10 % an "OÖ Tourismus".**

## D2 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

### Wir kooperieren mit folgenden Unternehmen der gleichen Zielgruppe:

- Brauerei Hofstetten, 4113 St. Martin: 0,26 % d. Zeit / Umsatz
- Stiftsbrauerei Schlägl, 4160 Aigen-Schlägl: 0,14 % d. Zeit / Umsatz
- Bierbrauerei Schrems, 3943 Schrems: 0,17 % d. Zeit / Umsatz
- Privatbrauerei Zwettl, 3910 Zwettl: 0,09 % d. Zeit / Umsatz

### Kooperationen mit Unternehmen der gleichen Branche mit anderer Zielgruppe bzw. gleicher Branche und anderer regionaler Zielgruppe bestehen keine und belaufen sich daher auf 0 %.

Die Braucommune in Freistadt ist eine von insgesamt vier österreichischen Brauereien, die zertifiziertes Mitglied in der Vereinigung der „**Slow Brewer**“ ist. Das Slow-Brewing-Gütesiegel ist das konsequenteste Gütesiegel am internationalen Biermarkt. Es bewertet sowohl die Brauerei als auch dessen Bier, wobei nicht nur der konstant herausragend gute Geschmack, sondern auch der gesamte Herstellungsprozess einer strengen Kontrolle von externen und unabhängigen Expert\*innen erfolgt. Diese Qualitätskontrollen erfolgen nicht nur einmalig bei Zertifizierung, sondern sind monatlich verpflichtend einzuhalten.

Das Slow-Brewing-Institut kontrolliert neben den technischen Produktionskriterien vor allem auch die Fairness und Transparenz des Unternehmens am Markt. Ehrenhaftes Unternehmertum ist Voraussetzung für die Aufnahme als Mitglied und die Zertifizierung der Brauerei. Die Unternehmenskultur als solche wird von den Prüfer\*innen im Rahmen ihrer Möglichkeiten ebenfalls beobachtet und bewertet.

### Die Braucommune ist durch den Geschäftsführer im Lenkungsausschuss des Verbandes der Brauereien Österreichs vertreten.

Der\*Die Braumeister\*in bringt sein\*ihr Wissen im technischen Ausschuss des Brauereiverbandes ein. **Damit leisten wir im Rahmen unserer Möglichkeiten einen aktiven Beitrag zur Erhöhung der gesetzlichen ökologischen, sozialen und qualitativen Standards innerhalb der Brauerbranche. Responsible Lobbying erfolgt über die CulturBrauer-Gruppe und auch über die Slow-Brewer-Vereinigung.**



Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen.

Unternehmen der gleichen Branche in gleicher/anderer Region, mit anderer Zielgruppe.



Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)?

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards.

## D2 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN



**An gleiche oder andere Branchen wurden im Berichtszeitraum keine Arbeitskräfte weitergegeben um sie zu unterstützen. Das ist in unserer Branche weder üblich noch nötig. Somit ist die Summe der dafür aufgewendeten Finanzmittel gleich 0.**

*Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an andere Unternehmen weitergegeben?*

Eine weitere Kooperation besteht mit der Zwettler Brauerei, die während unserer Bauarbeiten für die neue Flaschenabfüllanlage für uns Bier abgefüllt hat.

*Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...*

**Somit können wir berichten, dass wir an Unternehmen gleicher Branche Aufträge in der Höhe von 11,5 % im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge weitergegeben haben.**

*... der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?*

**Im Beobachtungszeitraum wurden an Mitunternehmen anderer Branchen keine Aufträge vergeben, um diese kurzfristig zu unterstützen.**

*... anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?*

**Ebenso wurden keine direkten Finanzmittel an Unternehmen - weder gleicher Branche noch anderer Branche - weitergegeben, um diese zu kurzfristig zu unterstützen.**

*Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen gleicher bzw. anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?*

# D

KUND\*INNEN & MITUNTERNEHMEN

KOMPAKT-GEMEINWOHLBERICHT  
DER BRAUCOMMUNE IN FREISTADT

Berichtszeitraum 2018/2019

## D2 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN



### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt**

Auf Initiative der Braucommune wurde der Verein „BierWeltRegion-Mühlviertel“ gegründet. Dieser Verein besteht aus Brauereien, Gastronomen und Beherbergungsbetrieben aus dem gesamten Mühlviertel mit dem Zweck der biertouristischen Vermarktung unserer Region.



### **Verbesserungspotenziale/Ziele**

Noch stärkere Vernetzung der unabhängigen Brauereien Österreichs.



### **D2 Negativaspekt**

#### **Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern**

Die Braucommune kann bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern verzichtet wird.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert**

Wir wehren uns gegen eine weitere Monopolisierung des österreichischen Biermarktes durch den internationalen Heineken-Konzern.

## D3 ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Bier ist ein jahrtausende altes Nahrungs- und Genussmittel, welches einzig und alleine aus Wasser, Hopfen und Malz gebraut wird. Wir verarbeiten dafür ausschließlich Rohstoffe aus der österreichischen Landwirtschaft und verzichten bewusst auf ausländische Rohstoffe für unseren Brauvorgang, da es aus unserer und auch aus der Sicht der Gemeinwohlökonomie nicht sinnvoll wäre.

Dadurch, dass wir mit unseren Rohstofflieferant\*innen (ausschl. österreichische Bäuer\*innen), **Anbauverträge** über Gerste und Hopfen aus kontrolliertem, naturnahen Anbau machen, werden die ökologisch-negativen Auswirkungen aus unserer Produktion gegenüber anderen Brauereien schon deutlich reduziert.

Durch die von uns gelebte Regionalität, den **Verzicht von Einwegverpackungen** in Form von Dosen oder PET-Flaschen und auch die weitgehende **Vermeidung von Plastik** bei unseren Umverpackungen (Karton anstatt Plastik) wird schon jetzt unser CO<sup>2</sup>-Footprint niedrig gehalten und damit auch die Entsorgung des anfallenden Abfalls reduziert.

Unser **alljährliches Green-Event** unterstreicht unsere Bemühungen dahingehend nach außen und zeigt auch der breiten Öffentlichkeit, dass uns die Themen Nachhaltigkeit und Ökologie am Herzen liegen.

Die Energieeffizienz spiegelt sich auch im Einsatz der **Photovoltaik-Anlage** wider, genauso wie im Prozess der **Wärmerückgewinnung** in der Produktion.

Die Themen Konsistenz, Effizienz und Suffizienz finden in unserem Geschäftsmodell vor allem in der Verwendung von **Mehrwegglas** ihren Niederschlag. Die prozentuelle Verteilung von Mehrweg- zu Einwegglas, das hauptsächlich für Sonderproduktionen verwendet wird, liegt bei 98 zu lediglich 2 %.

Wir gehen davon aus, dass die bei uns in Verwendung stehenden Mehrwegglasflaschen einen ca. 60fachen Umlauf machen, bevor sie aus optischen oder auch qualitativen Gründen ausgeschieden bzw. durch Neuglas ersetzt werden.

70%  
BEWERTUNG

*Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?*

*Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?*

## D3 ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Unsere Gastronomie-Bierfässer sind selbstverständlich **Pfandfässer**, die Getränkebinde für den stationären Handel natürlich ebenso. Der Verschluss unserer Flaschen ist recyclebar.

Ebenso erwähnenswert ist die Tatsache, dass bei unserem Mehrwegglas in der Logistik **keine zusätzlichen Leerwege** anfallen. Da wir ausschließlich regional agieren wird bei der Auslieferung an unsere Kund\*innen das Leergut Zug-um-Zug mitgenommen. Wir vermeiden somit Leerkilometer, was wiederum den CO<sup>2</sup>-Ausstoß massiv reduziert und unsere Klimabilanz positiv beeinflusst.

Generell wird bei uns im Produktionsprozess – auch durch unsere Slow-Brewing-Philosophie – auf **Qualität statt Quantität** gesetzt.

Hier beschäftigen wir uns unter anderem auch damit, wie wir unsere Effizienz aus Sicht der ökologischen Aspekte steigern können. (Verringerung des Frischwasserbedarfes, Senkung des Energieeinsatzes etc.). **Verankert wurden diese Kernwerte in unserem „Freistädter Bier Manifest“.**

In unserem Weiterbildungsangebot "Freistädter Bierakademie" wird **Genuss mit Verantwortung gelehrt und gelebt**. In der Ausbildung zum Biersommelier / zur Biersommelière und zum BierCoach wird jedem Teilnehmenden die Bedeutung von „die Dosis macht das Gift!“ nahegebracht und verdeutlicht. Im Modul „Bierkulinarium“ wird Foodpairing und Essen mit Bierbegleitung vorgestellt und zelebriert und bei den Bierverskostungen wird ebenfalls auf die Sinnhaftigkeit von Qualität vor Quantität hingewiesen.

**Der maßvolle Konsum von Bier wird in der Kommunikation mit Kund\*innen dadurch gefördert, dass wir in der Werbung keine Mengenangebote fördern und dass der Biergenuss und nicht die Menge im Vordergrund steht.**

*Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?*

*Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?*

*Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund\*innen gefördert?*

# D

KUND\*INNEN & MITUNTERNEHMEN

KOMPAKT-GEMEINWOHLBERICHT  
DER BRAUCOMMUNE IN FREISTADT

Berichtszeitraum 2018/2019

## D3 ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN



### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt**

Förderung des Bewusstseins der eigenen Mitarbeiter\*innen in Bezug auf den Nutzen hoher Qualitätssicherungsstandards.



### **Verbesserungspotenziale/Ziele**

Weitere Sensibilisierung unserer Mitarbeiter\*innen auf Einsparungspotenziale in den Bereichen Energie und Abfall.



### **D3 Negativaspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen**

Die Braucommune kann bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert**

Keine

## D4 KUND\*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

40%  
BEWERTUNG

Das Geschäftsmodell der Braucommune ist auf Ehrlichkeit und Offenheit aufgebaut. Bei uns passiert nichts hinter verschlossenen Türen. Alle Bereiche unseres Betriebes sind öffentlich zugänglich. Prinzipiell hat jede\*r die Möglichkeit mit dem Geschäftsführer persönlich zu sprechen oder per Mail zu kontaktieren. Dasselbe gilt auch für die Prokurist\*innen, die Assistent\*innen der Geschäftsführung bis hin zum\*er einzelnen Basis-Mitarbeiter\*in.

Die Wünsche und Erwartungen unserer Kund\*innen sind uns wichtig. "DER ÖSTERREICHISCHE MARKENMONITOR: BIER 2018" des anerkannten market Institut für Markt-, Meinungs-, und Mediaforschung, Linz im Jahr 2018 zum Thema Biermarken Österreichs bescherte uns sogar den Sieg als "Sympathischste Biermarke OÖs". Außerdem erhielten wir den Market Quality Award 2018 und waren Sieger der Kategorie Preis-Leistungsverhältnis. Dieses überdurchschnittlich gute Abschneiden liegt sicher auch an unserer Philosophie, dass wir uns für die Wünsche unserer Kund\*innen interessieren, dass wir den direkten Kontakt zu unseren Kund\*innen suchen und sie uns am Herzen liegen.

Insofern werden auch unsere Mitarbeiter\*innen im Verkauf unternehmensseitig dahingehend gebrieft, offene Ohren für die Wünsche und Anregungen unserer Kund\*innen zu entwickeln. Auf diesem Weg erhalten wir wertvolle Rückmeldungen zu unserem Produkt-Portfolio, Anregungen für neue Produkte oder Verbesserungswünsche bestehender Produkte.

Die an uns getragenen Kund\*innen-Wünsche werden intern besprochen und nach Umsetzbarkeit evaluiert. Auf Basis dieser Rückmeldungen konnten wir bereits viele Weiterentwicklungen realisieren, beispielsweise:

- Im Produkt-Segment der **Freistädter Limonaden** haben wir eine Reduzierung des Zuckeranteils um 50 % bewirkt. Dies geschah auf Impuls und unter Mitwirkung von Kund\*innen.
- Auch dem Wunsch nach **kleineren Verpackungseinheiten** wurde insofern entsprochen, als wir vermehrt den Einsatz von 0,33 l Flaschen anstatt der üblichen 0,5 l Flasche unterstützen. Dasselbe gilt auch für die kleineren Verpackungseinheiten in 6er oder 12er Kartons anstatt der Kiste mit 20 bzw. 24 Flaschen Inhalt.
- Auf den Wunsch nach **weniger Alkohol** wurde schon vor längerer Zeit durch unsere Biersorte „Midium“ – einem Leichtbier – reagiert.

*Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund\*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?*



*Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund\*innen entstanden sind.*



## D4 KUND\*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

Direkte Mitspracherechte bei den Bierrezepten haben die Kund\*innen verständlicherweise keine. Hier ist die Möglichkeit einer Mitsprache nicht gegeben, da Braukunst mit langjähriger Erfahrung, alten Rezepturen und einschlägigem Fachwissen verbunden ist. Und die jeweilige Rezeptur ist und bleibt Betriebsgeheimnis.

Die Informationen über unsere Produkte sind sowohl über das Internet, als auch über die entsprechenden Informationen auf den Bieretiketten öffentlich zugänglich. Wir gehen hier im Vergleich zu Branchenkollegen einen Weg, der wesentlich mehr an Informationen freigibt, als dies von Gesetztes wegen nötig wäre.

Wir können somit bestätigen, dass bei **100 %** unserer Freistädter-Biere und Freistädter Limonaden **die Inhaltsstoffe ausgewiesen** sind.

Wie in der gesamten österreichischen Braubranche Usus veröffentlichen auch wir bei unseren Bieren **keine Preisbestandteile**. Die Produktion von Bier ist äußerst komplex und anlagenintensiv und bei fehlendem betriebswirtschaftlichem Verständnis würden derartige Angaben bloß für Irritationen sorgen.



*Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen.*

*Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).*

## D4 KUND\*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Möglicherweise **die** Bierinnovation des Jahres: unser „Imperator“, der erste „-ator“ Österreichs, einem besonderen Starkbier zur besonderen Zeit und dies in 3 verschiedenen Variationen:

- Als Imperator filtriert in der 0,33l Langhals-Mehrweg-Glasflasche
- Als Elixier, unfiltriert in der 0,75l Bügelverschluß-Flasche und
- Als Hopfsecco, mit Champagner-Hefe in einer zweiten Gärung zu „Prosecco“ vergoren.

Freistädter Limonade: Zuckergehalt um 50% verringert



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Systematische Erfassung des Kundenfeedbacks bei der Einführung von neuen Produkten.



### D4 Negativaspekt

#### Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Die Braucommune kann bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund\*innen oder Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckmäßigen Verwendung der Produkte entstehen.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Keine

## E1

**SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG  
DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

Unser Freistädter Bier der Braucommune in Freistadt ist weit mehr als nur ein Getränk. Es befriedigt die nachfolgend angeführten Grundbedürfnisse nach M. Max-Neef und M. Rosenberg wie folgt:

**1. Grundbedürfnis nach Lebenserhaltung, Gesundheit und Wohlbefinden**

Bier ist das älteste Kulturgetränk der Menschheit. Seit 10.000 Jahren wird – beginnend in der Region Mesopotamien – im Zweistromland zwischen Euphrat und Tigris, Bier gebraut. Bier ist ein Lebens- und Genussmittel und ist als solches sehr eng mit Brot verwandt. Daher spricht man bei Bier ja auch vom flüssigen Brot, da es so wie Brot im Wesentlichen ja auch nur aus Getreide und Wasser besteht. (Siehe auch Gebrüder Grimm: „Heute back ich, morgen braue ich, übermorgen ...“) Bier ist somit genauso natürlich und wertvoll für die Lebenserhaltung und die Gesundheit der Menschen wie auch Brot.

Dies wird auch von der Weltgesundheits-Organisation (WHO) dahingehend bestätigt, als dass der Konsum von täglich 1 l Bier eher als gesundheitsfördernd einzustufen ist. Durch den geringen Alkoholgehalt und den Hopfen, als natürliches Würzmittel, wirkt der Genuss von Bier entspannend für den Körper und steigert somit das Wohlbefinden des Menschen. Natürlich macht auch hier die Dosis das Gift, ein Zuviel an Alkohol birgt negative gesundheitliche Folgen.

**2. Bedürfnis nach Schutz und Sicherheit**

Da sich in dem Produkt Bier keine für den menschlichen Organismus schädlichen, Stoffe bilden können, gilt Bier als das sicherste, gesündeste und unbedenklichste Getränk weltweit. Das wurde auch schon im Mittelalter erkannt, indem man auch den Kindern Bier gereichte, da es durch das Abkochen im Produktionsprozess frei von Keimen war, was man damals vom Wasser nicht behaupten konnte. (Siehe: Geschichte vom „lieben Augustin“ in Wien.) Unsere ausschließlich österreichischen Vertragsbäuer\*innen liefern uns qualitativ hochwertigstes Getreide aus kontrolliertem, naturnahem Anbau, dasselbe gilt auch für den Hopfen. Für die Gärung verwenden wir unseren hauseigenen Hefestamm – selbstredend natürlich und frei von Gentechnik. Durch die heutigen,

## E1

**SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG  
DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

hygienischen Standards in den Brauereien und den – im Vergleich zu anderen Lebensmitteln – wenigen Zutaten bietet Bier eine kaum zu überbietende Lebensmittel-Sicherheit.

**3. Bedürfnis nach Zuneigung und Liebe**

Bier kann auch als „soziales Gleitmittel“ verstanden werden, denn Bier ist ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation unter den Menschen und in der Gesellschaft. Schon in der Urzeit der menschlichen Geschichte, war Bier ein fester Bestandteil bei Orgien, Symposien und Opferfesten. Im alten Ägypten wurden Priester für ihre Seelsorge, für Hochzeiten und Begräbnisse etc. mit Bier bezahlt. So wie auch heute bei Familienfesten, Musikveranstaltungen, Feuerwehrbewerben, dem gesamten kulturellen Leben das Lebens- und Genussmittel Bier nicht wegzudenken ist. („Gehen wir auf ein Bier.“) In unserem Kulturkreis begleitet uns Bier von der Wiege bis zur Bahre.

**4. Bedürfnis nach Verständnis und Einfühlung**

Um die Qualität und die damit verbundene Wertschätzung für das Produkt Bier zu verstehen, wird von uns in der Kommunikation immer wieder auch auf die natürlichen Rohstoffe und den umweltschonenden Herstellungsprozess hingewiesen. Nur so reift das Verständnis der Allgemeinheit für die immense Bedeutung unserer österreichischen Getreide- und Hopfenbäuer\*innen und deren Beitrag zu unserer Lebensqualität.

**5. Bedürfnis nach Teilnahme und Geborgenheit**

Die Teilnahme am sozialen Leben in Form eines Feierabend-Bieres, sei es mit Freund\*innen, Nachbar\*innen oder Arbeitskolleg\*innen ist Teil unseres gemeinsamen Lebens. Wir würden es durchaus auch als „Kult“ bezeichnen, wenn sich eine Gruppe von Menschen auf ein Bier trifft und damit innere Geborgenheit verspürt. Die Teilnahme am öffentlichen Leben, sei es im Sportverein oder auch im örtlichen Wirtshaus am Stammtisch ist ohne das Genussmittel „Bier“ kaum vorstellbar.

## E1

**SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG  
DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN****6. Bedürfnis nach Muße und Erholung**

Schon die Klosterfrau – Elisabeth von Bingen – hat im 12. Jahrhundert n. Chr. unter anderem auch Bier als Trägersubstanz für ihre Kräuter verwendet. Sie wusste, dass der mäßige Konsum von Bier beruhigend auf den Menschen wirkt. Der im Bier verhältnismäßig geringe Anteil an Alkohol, verbunden mit der beruhigenden Wirkung des Hopfens (in Abendtee-Mischungen ist auch Hopfen) fördert die Muße und ermöglicht in vielen Fällen auch erst eine gesunde Erholungsphase nach stressbedingter Arbeitsbelastung. Aber auch hier gilt der Satz: „Die Dosis macht das Gift!“

**7. Bedürfnis nach kreativem Schaffen**

Die Braucommune unterstützt durch Zurverfügungstellen von Räumlichkeiten für den Verein „Brauhaus-Galerie“ ebenso wie auch für die Proberäume und das Vereinslokal der „Bürgergarde-Musikkapelle der Stadt Freistadt“ das kreative Schaffen in der Gesellschaft der Stadt Freistadt. Prof. Arik Brauer hat für uns einen „Brauerbrunnen“ geschaffen, ebenso wie auch ein 56 m<sup>2</sup> großes Glasrelief im Sudhaus. Am Kundenparkplatz befindet sich unsere „Energie-Sonnenblumen“, ein Metall-Kunstwerk von Bildhauer Konrad Feichtinger. Das sind wunderschöne Beiträge wo wir unter dem Titel „Kunst und Kultur im Brauhaus“ kreatives Schaffen fördern und unterstützen.

Selber kreativ schaffen können unsere Gäste beim Bierakademie-Modul "Bierbrauen live", wo sie ihr eigenes und einzigartiges Bier inkl. einem eigenen kreativen Namen brauen können.

**8. Bedürfnis nach Identität und Sinn**

Bierbrauen und die Stadt Freistadt haben eine gemeinsame Geburtsstunde. Wir gehen davon aus, dass es die Stadt Freistadt seit 1220 gibt und ebenso wird auch seit nunmehr 800 Jahren in Freistadt Bier gebraut. Freistädter Bier ist die älteste Gewerbecarke der Stadt und gibt daher seit Jahrhunderten den Bewohner\*innen von Freistadt und auch der Stadt selber Identität und Sinn.

## E1

**SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG  
DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

Dies wird auch dann sichtbar, wenn die Bürger von Freistadt und Umgebung auf Besuch oder auch in den Urlaub „*ihr Freistädter*“ mitbringen, um den Gästen und Freunden damit zu sagen: „Da komme ich her.“ Freistädter Bier kommt aus Freistadt, das ist ein sichtbares Zeichen für die Identität des Produktes und die jahrhundertlang gelebte Brau-Tradition.

**9. Bedürfnis nach Freiheit und Autonomie**

Die Braucommune in Freistadt wurde im Jahr 1770 von den freien Bürger\*innen der Stadt Freistadt gegründet. Heute, 250 Jahre später ist die Braucommune in Freistadt so frei, unabhängig, ungebunden und unverkäuflich wie eh und je.

Wir sind eine „Independent Brewery“ und handeln vollkommen autonom für uns, unsere Kund\*innen und unsere 149 Besitzerhäuser der Innenstadt von Freistadt. Unsere Produkte / Freistädter Biere sind keine Luxusartikel. Bier ist für uns ein Lebens- und Genussmittel, welches für jeden Menschen – gleich wie Brot – immer verfügbar und preislich leistbar sein soll. Bier ist durch nichts ersetzbar!

**Bier ist so alt, wie die Menschheit.**

Manche Forscher\*innen gehen sogar davon aus, dass die Menschen nur deshalb sesshaft wurden, um Bier zu brauen. Brot und Bier begleiten die Menschheit von Anbeginn. Brot ist gesund, dem wird niemand widersprechen. Folglich gilt dasselbe auch für Bier!

Die Braucommune braut ihre Biere ausschließlich nach den strengen Regeln der „Slow-Brewing-Gemeinschaft“. Die strenge Auswahl der Rohstoffe, verbunden mit langsamen Brauen und langer Lagerung, verbessert die Produktqualität und verbessert die, in der heutigen Zeit immer wichtiger werdende Bekömmlichkeit von Bier bzw. Getreideprodukten.

## E1

**SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG  
DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

Die Braucommune leistet seit Jahrhunderten durch die Schaffung und den Erhalt von gesicherten Arbeitsplätzen auf dem Land, abseits von Ballungszentren, einen wichtigen Beitrag zum sozialen Frieden und der Verhinderung von Armut in Freistadt und Umgebung.

Zu dem Erreichen der UN-Entwicklungsziele tragen wir auch dadurch bei, dass wir ein zu 100 % österreichisches Unternehmen sind und wir sohin unsere Unternehmensgewinne auch ordentlich und vollständig in Österreich versteuern. Damit tragen wir Verantwortung für unser Sozial- und Bildungssystem und den Erhalt der Infrastruktur unseres Landes.

Mit der Bierproduktion und der damit verbundenen Abnahme von großen Mengen an österreichischer Braugerste und Mühlviertler Hopfen tragen wir auch einen wesentlichen Beitrag zum Erhalt der kleinstrukturierten österreichischen Landwirtschaft und dem bäuerlichen Leben bei.

**Die Anteile der Nutzenart in % d. Gesamtumsatzes:**

- **Erfüllte Bedürfnisse**  
decken zu 80 % die Grundbedürfnisse  
decken zu 20 % Statussymbol/Luxus
- **Dienen der Entwicklung**  
der Menschen zu 50 %  
der Erde / Biosphäre zu 30 %  
der UN-Entwicklungsziele zu 20 %
- **Nutzen der Produkte**  
Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen zu 70 %  
Hemmender/Pseudo-Nutzen zu 20 %  
Negativnutzen zu 10 %



*Verpflichtende Indikatoren:  
Anteil der Nutzenart  
in % des Gesamtumsatzes*

## E1

**SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG**  
DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt**

Erweiterung des Angebotes auf alkoholärmere Biere

**Verbesserungspotenziale/Ziele**

- Ausbau der PV-Stromerzeugung
- Optimierung der Energieverbräuche durch intelligente Steuerungen
- Förderung von Biodiversität durch die Zusammenarbeit mit dem ooe-Biogetreide-Verband.

**E1 Negativaspekt****Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen**

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert**

Keine



## E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

60%  
BEWERTUNG

Die Braucommune in Freistadt hat im Berichtszeitraum 2018/19 jährlich einen materiellen Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens in der Höhe von jeweils € 1,9 Mio geleistet.

Durch die großen Investitionen der letzten Jahre haben wir im Berichtszeitraum aus EU-Geldern eine Förderung für technologische Innovationen und neue IT-Lösungen in der Höhe von insgesamt € 0,7 Mio erhalten.

Freistädter Bier engagiert sich gesellschaftlich vor allem im Vereinswesen der Stadt Freistadt, insbesondere beim Roten Kreuz, der Freiwilligen Feuerwehr, dem Sportverein sowie in den beiden Musikkapellen der Stadtgemeinde Freistadt. Die Unterstützung und Förderung von Kunst und Kultur hat auch in der Austragung der oberösterreichischen Landesausstellung in Freistadt/Brauhaus ihren Niederschlag gefunden.

Ein wichtiger Partner für die Kulturszene in Freistadt sind wir auch für die Local-Bühne Freistadt (Kleinkunst, Film, Kultur, Vorträge) und die Theaterzeit Freistadt (Theaterproduktionen, -workshops etc.)

Einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag leisten wir auch darin, als wir beeinträchtigten Menschen der Institutionen Lebenshilfe Freistadt und Lebenswelt Schenkenfelden in mehreren Abteilungen sinnvolle Arbeitsbeschäftigungen anbieten.

Die Braucommune ist der größte, nicht öffentliche Arbeitgeber in Freistadt. Sie ist im Besitz von 149 Freistädter Innenstadt-Hausbesitzer\*innen. Der **Eigennutzen** an unseren Aktivitäten liegt in der Mitgestaltung und Mithilfe an der lebenswerten Stadt Freistadt, sowohl für die Besitzer\*innen, für die Bewohner\*innen und auch für die touristischen Gäste in Freistadt.

*Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens?*

*Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen andererseits?*

*Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?*

*Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?*

**Wenn es der Stadt gut geht, geht es auch uns gut und umgekehrt.**

## E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Kultureinrichtungen sind meistens durch Ehrenamtlichkeit und hohes Engagement geprägt, begleitet von ständigen Geldsorgen. Diese erfahren durch die öffentliche Hand immer weniger an Unterstützung. Wenn wir, als einer der Leitbetriebe der Stadt/Region diese Kulturinitiativen nicht auch unterstützen würden, wären viele davon zum Scheitern verurteilt. Wir sehen unseren Auftrag darin, kulturelles Engagement zu unterstützen und damit den kulturinteressierten Menschen ein lebenswertes Umfeld sicherzustellen.

Die Braucommune in Freistadt, mit der Commune als einzigartige Rechtsform einer Gesellschaft in ganz Europa, wird durch einen, von den Besitzervertreter\*innen eingesetzten Geschäftsführer vertreten. Dieser führt gemeinsam mit drei Prokurist\*innen das Unternehmen. Die gesamte Führungsmannschaft ist in keiner Weise an den wirtschaftlichen Erfolgen des Unternehmens beteiligt, hat daher auch kein Interesse daran, durch **Korruption, Lobbyismus oder illegitimer Steuervermeidung** die Gewinne des Unternehmens nach oben zu korrigieren und damit höhere Tantiemen zu erhalten. Zudem wird der alljährliche Jahresabschluss der Braucommune durch einen **unabhängigen Wirtschaftstreuhänder** auf seine Richtigkeit und Plausibilität überprüft.

*Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuer-  
vermeidung oder Korruption  
und negativer Lobbyismus nicht  
begünstigt bzw. verhindert wird?*

### Verpflichtende Indikatoren

|   |             |
|---|-------------|
| Jährlicher Umsatz   | € 19,1 Mio. |
| Netto-Abgabenquote (in % d. Umsatzes)*  | 14 %        |
| Relative Netto-Abgabenquote (in % d. Umsatzes)                                  | 78 %        |
| Freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen<br>(in % d. Gesamtjahresarbeitszeit) | ca. 2 %     |



*Verpflichtende Indikatoren*

\* Wie erwähnt wurde die Braucommune im Berichtszeitraum auf den neuesten technologischen und ökologischen Stand gebracht, was die Nachhaltigkeit des Betriebes wesentlich gestärkt hat. Für diese Investitionen konnten € 700.000,- an Subventionen geltend gemacht werden. Das ist auch der Grund, weshalb die Netto-Abgabenquote im Betrachtungszeitraum ausgesprochen niedrig ausfällt.

## E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Engagement bei kulturellen Veranstaltungen der Stadt Freistadt im Rahmen der 800 Jahr Feier der Stadt
- Engagement im Bereich Biertourismus für Freistadt, dem Mühlviertel und dem Bundesland Oberösterreich.



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Vermehrte Unterstützung von zivilgesellschaftlichen Aktivitäten in unserer Region.



### E2 Negativaspekt

#### Illegitime Steuervermeidung

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Keine



### E2 Negativaspekt

#### Mangelnde Korruptionsprävention

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Keine

## E3

**REDUKTION**  
ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN60%  
BEWERTUNG

Man braucht beim Brauprozess einen hohen Einsatz an Energie in Form von:

- Strom
- Wasser
- Erdgas

Sowohl der Strom- als auch der Gasverbrauch sind proportional abhängig von der Menge des gebrauten Bieres. Hingegen schlagen sich im Herstellungsprozess der Bierproduktion sehr geringe Werte in Bezug auf Emissionen, Lärm und Abfall nieder, was daher mit geringen negativen Auswirkungen auf die Umwelt einhergeht.

Durch die relativ neuwertigen Produktionsanlagen sind wir in der Lage, verhältnismäßig geringe Emissionen je Hektoliter Bier zu produzieren. Abfälle gibt es in der Produktion kaum, die Reste, die bei der Biererzeugung anfallen, die sogenannten „Trebern“ werden an heimische Bäuer\*innen abgegeben, welche diese als eiweißreiches Viehfutter verwenden.

Unsere Abwässer werden in der brauereieigenen Abwasseranlage vorgereinigt und erst danach in das örtliche Kanalisations-System eingeleitet.

Durch die Investitionen der letzten Jahre ist es uns gelungen, den Frischwasser-Verbrauch pro Liter abgefülltes und verkaufsfähiges Bier von ursprünglich acht Liter auf nunmehr weniger als fünf Liter zu senken.

Wir freuen uns, dass wir im Berichtszeitraum eine 200 kWp Photovoltaik-Anlage in Betrieb genommen haben. Den damit selbst erzeugten Strom können wir zur Gänze – ohne Einspeisung ins Netz – innerbetrieblich verwenden.

*Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?*

## E3

## REDUKTION

## ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Aus unseren betrieblichen Herstellungs- und Arbeitsprozessen ergeben sich im Berichtszeitraum 2019 nachfolgende Umweltdaten

**Umweltdaten**

|                            |                        |
|----------------------------|------------------------|
| Transporte                 | 493.000 km             |
| Treibstoffverbrauch        | 125.000 Liter          |
| Stromverbrauch             | 1,9 Mio. kWh           |
| Gasverbrauch               | 245.000 m <sup>3</sup> |
| Heizenergie                | 1.027.000 kWh          |
| Verbrauch Trinkwasser      | 75.000 m <sup>3</sup>  |
| Chemikalienverbrauch*      | 130.000 kg             |
| Papierverbrauch            | 31.000 kg              |
| Verbrauchsmaterialien      | 275.000 kg             |
| Kunstlichteinsatz in Lumen | 3.545.000 lm           |
| Schadstoffemissionen       | 225 kg                 |

*Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?*



*Verpflichtende Indikatoren*

\*Der Chemikalienverbrauch resultiert in erster Linie aus dem Verbrauch für die Natronlauge der Flaschen-Waschmaschine (ca. 100.000 kg). Den restlichen, wesentlich kleineren Teil mit ca. 30.000 kg stellt der Reinigungs- und Desinfektionsmittel-Bedarf dar.

## E3

## REDUKTION

## ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt**

- Ankauf eines ersten Elektro-Autos
- 200 kWp Photovoltaik-Anlage
- Elektrischer Strombezug aus 100 % erneuerbaren Energiequellen
- Umverpackungen aus Karton anstatt Plastik
- Einführung eines hauseigenen Qualitätsmanagements.

**Verbesserungspotenziale/Ziele**

- Umweltmanagement und Reporting
- Umstellung auf kompostierbare Einweg-Becher (anstatt Plastik)
- Umstellung von Plastik- auf Papier-Tragtaschen
- Optimierung des Logistik-Verkehrs unter Einsetzung neuester IT-Technologien und -Standards im Sinne von Industrie 4.0

**E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen  
sowie unangemessene Umweltbelastungen**

Die Braucommune kann bestätigen, dass sie nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert**

Keine

## E4 TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

30%  
BEWERTUNG

Die Braucommune ist ein offener, transparenter Produktionsbetrieb. Wir sind angreifbar und stehen nicht nur im Rahmen von Betriebsführungen für Fragen und Antworten zur Verfügung.

Wir pflegen eine enge Kooperation mit den Vertreter\*innen der Stadtgemeinde und treten bei größeren Bauvorhaben bereits im Vorfeld mit unseren Nachbar\*innen in Kontakt, um über die bevorstehenden geplanten Investitionen zu berichten und eventuellen Zweifeln oder unbegründeten Ängsten proaktiv entgegenwirken zu können.

Es ist durchaus so, dass Entscheidungen der Geschäftsführung durch die Gespräche mit den Nachbar\*innen/Berührungsgruppen in jede Richtung beeinflusst werden können. Ergebnisse aus diesen Dialogen werden selbstverständlich umgesetzt.

Die endgültige Entscheidung – unter Einhaltung sämtlicher gesetzlicher Auflagen – liegt jedoch bei uns. Wir tragen schließlich auch die Verantwortung für das Wohlergehen des Betriebes und damit auch das gesamte Risiko. Eine echte Mitentscheidung des gesellschaftlichen Umfelds ist eine Herausforderung.

Der **Anteil der Mitentscheidung** in den einzelnen Berührungsgruppen richtet sich nach der Art des anstehenden Projektes. Bei technischen Projekten wird die Mitentscheidung eher gering ausfallen, bei allgemeinen öffentlichen Projekten entsprechend groß.

**Es ist beabsichtigt, dass unser erster Gemeinwohlbericht in einer geeigneten Art und Form der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird.**

*Wie können Bürger\*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?*



*Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen*

*Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichtserstattung*

## E4 TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG



### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Blumenwiese und Blüten-Sträucher
- Bienenstock am Betriebsgelände.



### Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir haben nicht nur angenehme Nachbar\*innen, dennoch gehen wir immer wieder freundschaftlich auf sie zu und suchen den Dialog mit ihnen.



### E4 Negativaspekt

#### Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Die Braucommune kann bestätigen, dass sie keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

### Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Keine



## AUSBLICK

### KURZFRISTIGE ZIELE

Es ist für uns eine Ehre, wenn wir unsere GWÖ-Bilanzierung künftig in unserer Unternehmenskommunikation verankern, verwenden und uns anhand dieser Basis weiterentwickeln können.

Es wird für uns notwendig sein, dass wir zur besseren Steuerung und Kontrolle des Ressourcenverbrauchs und dessen Reduzierung betriebsinterne Kennzahlen einführen und erfassen.

Wir werden Verbesserungspotenziale, die im Rahmen von Team-Meetings zu Tage treten formulieren und abarbeiten.

Durch die Erstellung der ersten Gemeinwohlbilanz ergeben sich Fragestellungen, welche bisher noch nie Thema waren. Diese Fragen regen zum Nachdenken an und werden unsere Prozesse und Produktionsabläufe zukünftig beeinflussen.

Insbesondere werden wir bis zur nächsten GWÖ-Bilanzierung auch weitere leitende Mitarbeiter\*innen in die GWÖ-Ideologie einführen und somit die Verbreitung des neuen Gedankengutes weiter vorantreiben.

*Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?*

## AUSBLICK

### LANGFRISTIGE ZIELE

Die Braucommune in Freistadt soll als eine der ersten Brauereien Österreichs und als einer der ersten Betriebe in Oberösterreich bei der Verbreitung der GWÖ eine Vorreiterrolle einnehmen.

*Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?*

Die Welt befindet sich in stetigem und immer schnellerem Wandel. Dem muss man sich stellen - mit all seinen Annehmlichkeiten und Herausforderungen. Die sogenannte "New World" ist mittlerweile auch in Österreich angekommen, unsere Generation ist die der Digital-Natives mit Virtual Reality und Künstlicher Intelligenz, den Smart Homes und der globalen Wissens- und Konsumkultur. Gerade in diesen schnelllebigen, künstlichen und virtuellen Gesellschaften gewinnt aber die Gegenbewegung der "Neo Ökologie" mit dem verstärkten Bewusstsein für Regionalität ebenso stark an Bedeutung. Die Menschen möchten mit gutem Gewissen konsumieren, möchten ehrliche und ECHTE Produkte, von denen sie wissen WO, WIE und VON WEM sie produziert wurden. Sie legen Wert auf Ressourcenschonung und eine nachhaltige Lebensweise.

Genau dieser Ansatz ist es auch, der uns als Braucommune in Freistadt dazu bewogen hat, eine Gemeinwohlbilanz zu erstellen. Wir sehen die Neo Ökologie nicht als Trenderscheinung sondern fix in unserer Firmenphilosophie verankert, möchten dahingehend langfristig an uns und unserem ökologischen Fußabdruck arbeiten, gemeinsam Ziele entwickeln und umsetzen - Für uns, unsere Kund\*innen und Partner\*innen und für die gemeinsame Zukunft. Denn wir sind der Meinung, dass wir speziell im unserem Braugewerbe mit seiner jahrhundertealten Tradition hier eine Vorreiterrolle übernehmen müssen, wie Tradition mit Moderne zukunftsfähig gelingen kann. Wir möchten gemeinsam in eine neue, nachhaltige und ehrliche Zukunft gehen. Partnerschaftlich und mit gutem Gewissen den nächsten Generationen gegenüber.

Die Gemeinwohlökonomie soll das gesamte Unternehmen strukturell neu ausrichten, denn mit der langfristigen Umsetzung der neu gewonnenen Aspekte wollen wir unsere Unternehmenskultur auf Mitarbeiter\*innen-Ebene so verankern, dass die in der GWÖ-Bilanz definierten Ziele verinnerlicht und auch täglich gelebt werden.

Die in der Braucommune gelebte und durch die Gemeinwohlökonomie geprägte Unternehmenskultur wird für uns in der Braucommune so auch langfristig einen Beitrag zum sozialen Frieden leisten.

## EU KONFORMITÄT: OFFENLEGUNG

### VON NICHT-FINANZIELLEN INFORMATIONEN (EU COM 2013/207)

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES

### DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Unsere erste Gemeinwohlbilanz wurde in mehreren Workshops im Zeitraum zwischen Sept. 2019 bis Feb. 2020 unter der Leitung von Isabella Klien (zert. GWÖ-Beraterin) gemeinsam mit nachfolgenden Unternehmen erarbeitet:

- ✓ WIHAG, Altheim
- ✓ Saphenus, Wien
- ✓ GWÖ, Oberösterreich



Eine große Bereicherung bei den Workshops waren die Führungen in den teilnehmenden Unternehmen, da dadurch die Gemeinwohlokonomie für uns richtig lebendig und greifbar wurde.

Den krönenden Abschluss bildete der Peer-Evaluierungsworkshop am 20. Mai 2020 in der Braucommune in Freistadt

Folgende Personen waren bei der Erstellung der ersten Gemeinwohlbilanz der Braucommune in Freistadt involviert:

Inhalt: Dipl.-BW Ewald Pöschko, MBA; Geschäftsführer  
Andrea Wagner, Assistentin der Geschäftsführung  
Ramona Kitzmüller, Lektorat & Gestaltung  
Keine weiteren Personen oder Stakeholder

Die Gemeinwohlbilanz wurde für den Zeitraum 2018/2019 erstellt.  
Die dafür aufgewendeten Arbeitsstunden betragen ca. 150 Stunden.

Einzelne Aspekte der Gemeinwohlbilanz wurden schon im Laufe der Berichterstellung allen Mitarbeiter\*innen informativ kommuniziert.

Der endgültige Gemeinwohlbericht wird allen Mitarbeiter\*innen in einer grafisch aufbereiteten Form überreicht und kommentiert.