

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2012/2013





INHALT

- 01
ÜBER UNSER UNTERNEHMEN
- 02
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE BEI JOH. BARTH & SOHN
- 03
NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT BEI JOH. BARTH & SOHN
- 04
WERTSCHÖPFUNGSKETTE UND LIEFERANTEN
- 05
PRODUKTE UND KUNDEN
- 06
MITARBEITER
- 07
GESELLSCHAFT
- 08
STAKEHOLDER DIALOG
- 09
ÜBER DIESEN BERICHT

” VORWORT LIEBE GESCHÄFTSPARTNER UND FREUNDE UNSERES UNTERNEHMENS,



vor genau 300 Jahren, im Jahr 1713 wurde der Begriff Nachhaltigkeit erstmalig von Carl von Carlowitz, Oberberghauptmann am kursächsischen Hof in Freiberg formuliert. Der „Erfinder der Nachhaltigkeit“ forderte 1713 in seinem Werk „Sylvicultura oeconomica“, dass immer nur so viel Holz geschlagen werden sollte, wie bei planmäßiger Aufforstung durch Säen und Pflanzen wieder nachwachsen konnte und gilt deshalb als Schöpfer des forstwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsbegriffes.

Der Begriff Nachhaltigkeit blieb lange vergessen und fand erst gegen Ende des 20. Jahrhunderts Eingang in die gesellschaftliche Diskussion.

Für uns heißt Nachhaltigkeit, unsere ökonomische Leistung unter den Bedingungen von Umwelt- und Sozialverträglichkeit zu realisieren. Wir sind dabei fest davon überzeugt, dass nachhaltiges Wirtschaften zur langfristigen Wertsteigerung unseres Unternehmens beiträgt. Wir wollen als Gesellschafter unsere Verantwortung nicht nur für die Unternehmung und deren Mitglieder, sondern auch für Umwelt und Gesellschaft übernehmen. Unser Nachhaltigkeitsbericht trägt in idealer Weise zur Institutionalisierung des Nachhaltigkeitsdenkens im Unternehmen selbst bei. Erst die explizite und systematische Beschäftigung mit der Erstellung und Dokumentation von Themen zur Nachhaltigkeit vermag Fortschritte in der nachhaltigen Unternehmensentwicklung sichtbar zu machen.

Wir freuen uns, dass wir Ihnen den nunmehr zweiten Nachhaltigkeitsbericht von Joh. Barth & Sohn vorlegen dürfen. Damit wollen wir allen, die an unserem Unternehmen Interesse zeigen, unser nachhaltiges Handeln über das Ökonomische hinaus auch in sozialer und ökologischer Hinsicht offenlegen.

Wir berichten über die erfolgte Implementierung unseres Nachhaltigkeitsmanagements und die Installation eines Nachhaltigkeitsteams. Durch diese organisatorischen Maßnahmen wollen wir den Nachhaltigkeitsgedanken im Unternehmen dauerhaft verankern. Mit dem neu initiierten Projekt „Ideen für Barth“ beziehen wir unsere Mitarbeiter in die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie mit ein und identifizieren auf diese Weise für uns wesentliche Themen.

Weiter beschreiben wir in dieser Ausgabe die Einführung der Barth-Prüfgarantie in der Beschaffung sowie die gemeinsame Umsetzung unseres Produktsicherheitskonzepts mit den Pflanzern. Um noch schneller und flexibler auf Fragen unserer Kunden reagieren zu können, haben wir in unserer Zentrale in Nürnberg eine Mikro-Brauanlage installiert. Zur Systematisierung unserer gesellschaftlichen Beiträge wurde eine Spendenrichtlinie verfasst und verabschiedet.

Im vorliegenden Bericht haben wir den Abschnitt „Highlights des Jahres“ neu aufgenommen, in dem wir über herausragende Projekte im vergangenen Jahr berichten.

So waren wir auch in diesem Jahr wieder darin erfolgreich, unsere Kompetenz in Hopfen, dessen Verarbeitung und Verwendung ein Stück weit zu verbessern und diese in Form von innovativen Produkten und ergänzenden Dienstleistungen unseren Kunden und Lieferanten zur Verfügung zu stellen.

Besonders freuen wir uns, dass MillerCoors USA, die Barth-Haas-Gruppe zum „Brewing Materials Supplier of the Year 2012“ (Lieferant des Jahres 2012) gekürt und so unsere Anstrengungen gewürdigt hat.

Wir wünschen Ihnen und uns allen zukünftig viel Erfolg – möglichst nachhaltig.

Die Geschäftsführung – Nürnberg, im August 2013

Titelbild: Lüftlmalerei (Fassadenmalerei) mit Sonnenuhr am Eingangsbereich des Bürotrakts der Barth-Hopfenhalle in Mainburg

Rückseite: Lüftlmalerei an der Barth-Hopfenhalle in Mainburg; siehe Kapitel 07 Gesellschaft Seite #

Fotos: Nici Haslberger, Foto Hofer Mainburg

01

ÜBER UNSER UNTERNEHMEN

- » WER WIR SIND
- » WAS WIR TUN
- » UNSERE WELT
- » WIR SETZEN MASSSTÄBE
- » UNSER GESCHÄFTS- UND WERTEFUNDAMENT

WER WIR SIND

Joh. Barth & Sohn GmbH & Co. KG ist Teil der Barth-Haas-Gruppe.

Die Barth-Haas-Gruppe besteht aus mehreren Privatunternehmen in Familienbesitz. Derzeit präsentiert sich Joh. Barth & Sohn mit seinen ca. 80 Mitarbeitern als modernes Familienunternehmen, das von der 7. und 8. Generation der Gründerfamilie geführt wird. Getreu dem Wahlspruch „Was Du ererbt von Deinen Vätern hast, erwirb es, um es zu besitzen.“ haben die Gesellschafter jeder Generation ihren Beitrag zu dem Werk geleistet.

Die Barth-Haas-Gruppe ist weltweit tätig in den Bereichen:

- » Hopfenproduktion und -züchtung
- » Hopfenverarbeitung
- » Vermarktung von Hopfen und Hopfenprodukten
- » Lager- und Logistikdienstleistungen rund um den Hopfen
- » Forschung und Entwicklung für Hopfen sowie Anwendungstechniken für die Brauindustrie und darüber hinaus

Die Barth-Haas-Gruppe ist auf allen Kontinenten aktiv. Das Motto „think global, act local“ findet sich in den starken Wurzeln der **fränkisch-bayerischen Heimat** und der **internationalen** Ausrichtung unseres Unternehmens wieder: 1794 in Betzenstein gegründet, siedelte sich das Unternehmen schon bald im fränkischen Nürnberg an, dem damaligen Zentrum des europäischen Hopfenhandels.

Die Nähe zum Nürnberger Hopfenmarkt, einer börsenähnlichen Institution, in Verbindung mit den, in alter Nürnberger Kaufmannstradition, geknüpften Beziehungen im In- und Ausland ermöglichten eine kontinuierliche Entwicklung des Unternehmens bis zur Wende des 20. Jahrhunderts. Mit Niederlassungen in New York, Straßburg und Saaz wurde schon früh der Grundstein für weltumspannende Aktivitäten gelegt.

Die Katastrophe zweier Weltkriege im 20. Jahrhundert erschütterte das Unternehmen auf das Schwerste, jedoch konnte immer wieder auf die langjährigen, guten Kontakte zur Brauindustrie weltweit aufgebaut werden.

FOLGENDE UNTERNEHMEN GEHÖREN ZUR BARTH-HAAS-GRUPPE:

ALLE UNTERNEHMEN SIND QUALITÄT SZERTIFIZIERT



JOH. BARTH & SOHN
HOPFEN IST UNSERE WELT
JOH. BARTH & SOHN GMBH & CO. KG
HERSTELLUNG UND VERMARKTUNG
VON HOPFENPRODUKTEN
DEUTSCHLAND



NATECO
NATECO, GMBH & CO. KG
EXTRAKTION (CO₂)
DEUTSCHLAND



**HOPFENVEREDLUNG
ST. JOHANN GMBH & CO. KG**
PELLETIERUNG (TYP 90 UND 45)
DEUTSCHLAND



HAAS
JOHN I. HAAS INC., USA
HERSTELLUNG UND VERMARKTUNG VON
HOPFEN UND HOPFENPRODUKTEN
USA



BOTANIX
BOTANIX LTD.
HERSTELLUNG UND VERMARKTUNG
VON HOPFENPRODUKTEN
GROSSBRITANNIEN



HPA
HOP PRODUCTS AUSTRALIA
HERSTELLUNG UND VERMARKTUNG
VON HOPFEN UND HOPFENPRODUKTEN
AUSTRALIEN



barthInnovations
unlocking the potential of hops
BARTH INNOVATIONS LTD.
FORSCHUNG
UND ENTWICKLUNG
GROSSBRITANNIEN



SimplyHops
SIMPLY HOPS LTD.
VERMARKTUNG VON HOPFEN
UND HOPFENPRODUKTEN
GROSSBRITANNIEN



BetaTec
hop products
BETATEC HOP PRODUCTS
FORSCHUNG, ENTWICKLUNG UND
VERMARKTUNG VON HOPFENPRODUKTEN
USA/DEUTSCHLAND



BARTH-HAAS GROUP CHINA
BARTH-HAAS (BEIJING) TRADE XINJIANG; GREEN DIAMOND HOPS CO., LTD.
GANSU TIANMA HOPS CO. LTD.
HERSTELLUNG UND VERMARKTUNG VON HOPFENPRODUKTEN
CHINA

WAS WIR TUN

Hopfen ist unsere Welt. Seit vielen Jahren sind wir als ein führender Marktteilnehmer in der Hopfenbranche aktiv. Die Brauindustrie schätzt Hopfen als unersetzliche Bierzutat.

Andere Branchen schätzen ihn wegen seiner vielfältigen Einsatzmöglichkeiten, vom umweltfreundlichen Verarbeitungshilfsmittel bis hin zum gesundheitsfördernden Präparat.

Wir sind **Vermarkter** des Rohstoffes Hopfen, aus dem wir verschiedenste Produkte entwickeln, produzieren und vertreiben. Wir wollen das Wissen (Know-how) über Hopfenprodukte und deren Herstellung ständig verbessern und durch gezielte Innovationen die Einsatzmöglichkeiten von Hopfen systematisch erweitern.

Als Mitglied der **Barth-Haas-Unternehmensgruppe** mit dem am

breitesten gefächerten Produktportfolio der Branche und mit hoch-effizienten, qualitätsorientierten Verarbeitungsanlagen in allen Hauptanbaugebieten ist Joh. Barth & Sohn für seine Kunden ein stets zuverlässiger Partner und leistet einen wichtigen Beitrag zu deren Versorgungssicherheit und ökonomischem Erfolg.

Um dies nachhaltig tun zu können, müssen wir **innovativ** sein: Wir sind stets bestrebt, unsere Hopfenfachkenntnisse zu erweitern, innovative Mehrwertprodukte für unsere Kunden zu entwickeln, die Qualitäts- und Servicestandards zu verbessern und unseren Kunden und Lieferanten mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Als Mitglied der weltweit aktiven Barth-Haas-Gruppe sind wir bei unseren Lieferanten und Kunden immer **vor Ort**. Wir wollen für die **besten Köpfe** attraktiv sein.

UNSERE WELT

” WISSENSWERTES ÜBER HOPFEN

Hopfen (*Humulus lupulus*) wird bereits seit Jahrhunderten kultiviert und ist ein wichtiger Rohstoff für die Brauereien. Schon Griechen und Römer kannten Hopfen, schätzten ihn aber als Gemüse und Heilmittel. Die eigentliche Verwendung von Hopfen als Zusatz während des Brauprozesses geht wohl auf Finnen, Letten, Esten und Wenden zurück.

Die Verwendung von Hopfen scheint vom Ostseeraum aus zwischen dem 5. und 7. Jahrhundert nach Westen vorgedrungen zu sein. Seit der Karolinger-Zeit ist die Hopfenkultur auch in Mitteleuropa nachweisbar.

Erstmals erwähnt wird der Hopfen 737 n. Chr. im bayerischen Geisenfeld. Wie der Hopfen nun tatsächlich ins Bier kam, ist bis heute noch fraglich. Wahrscheinlich wurde er, wie so viele Pflanzen zu dieser Zeit, zufällig dem Brauprozess beigelegt und seine Wirkung als äußerst positiv erkannt.

Hopfen wurde wegen des strengen Flurzwangs der Dreifelderwirtschaft zunächst nur in Klostersgärten gezogen. Seit dem 14. Jahrhundert baute man ihn dann in größeren Kulturen an. Vom 16. bis 18. Jahrhundert wurden Blüten und Wurzeln als Arznei verwendet, und auch heute noch dienen die Bitterstoffe des Hopfens als Beruhigungsmittel. Wie Hanf gehört die Hopfenrebe zur **Familie der Cannabinaceae**, die mit den **Maulbeergewächsen** verwandt ist.

Heute unterscheiden sowohl Hopfenpflanzer wie auch Brauer in Aroma- und Bitterhopfensorten. Eine neue Sortenkate-

gorie stellen die Flavour Hops dar, welche durch ihr fruchtiges Aroma dem Bier auf natürliche Weise einen besonderen Geschmack verleihen.

Die vieljährige, rechtswindende Kletterpflanze rankt sich 5 bis 7 Meter an Gerüsten empor. Die Reben werden bei der Ernte unten abgeschnitten und treiben im Frühjahr neu aus. Die Pflanzen sind zweihäusig, d. h. an einem Gewächs befinden sich entweder nur männliche oder weibliche Blüten. Für den Brauprozess werden nur die Dolden der weiblichen Pflanzen verwendet, welche die wertvollen Inhaltsstoffe in sich tragen.

Die männlichen Pflanzen bilden keine Zapfen und werden, um eine Befruchtung der weiblichen Pflanzen zu verhindern, aus Hopfenanbaugebieten rigoros entfernt.

Hopfen wird hauptsächlich zum Brauen von Bier verwendet. Er verleiht dem Bier die nötige Bittere und sorgt für ein „hopfenblumiges Aroma“. Die für den leicht herbitteren Geschmack verantwortlichen Hopfenbitterstoffe bzw. Hopfenharze sind in den gelben Lupulindrüsen im Inneren der Dolde enthalten. Die Hopfeninhaltsstoffe wirken zusätzlich konservierend und schaumstabilisierend.

Die wichtigsten, braurelevanten Inhaltsstoffe des Hopfens sind: Alphasäure (Humulon), Betasäure (Lupulon), Harze, ätherische Öle und Gerbstoffe (Tannin).

” HOPFEN GIBT ES IN VERSCHIEDENEN PRODUKTFORMEN

Während früher der Hopfen in ursprünglicher Form (als Doldenhopfen) der Bierbereitung zugegeben wurde, kommen heute vorwiegend Hopfenprodukte (Pellets, Extrakte oder sogenannte Advanced Hop Products) zum Einsatz. Diese bieten Vorteile hinsichtlich der Homogenität und Produktstabilität sowie der Automatisierbarkeit der Hopfenbeigabe in der Brauerei.

NATURHOPFEN. Als Naturhopfen wird Hopfen bezeichnet, der nach der Ernte getrocknet, gereinigt und in Ballen verpackt wird (Doldenhopfen).

PELLETS. Hopfenpellets sind in Form gepresster Hopfen. Um Pellets herzustellen, wird Doldenhopfen vermahlen, gepresst (pelletiert) und luftdicht verpackt. Pellets sind gegenüber Naturhopfen besser dosier- und lagerbar sowie durch die größere Dichte Platz und Gewicht sparend.

HOPFENEXTRAKT. Mithilfe des Lösungsmittels Kohlendioxid (CO₂) können alle braurelevanten Inhaltsstoffe (Weichharze und Öle) des Hopfens in Form von Extrakten gelöst werden.

Die schonende Extraktion von Hopfenbestandteilen mittels flüssigem und superkritischem CO₂ hat sich neben Ethanol gegenüber anderen organischen Lösungsmitteln durchgesetzt.

Vorteile des CO₂-Extraktes sind: längere Haltbarkeit, geringeres Gewicht (geringere Transportkosten), günstigere Lagerung (weniger Kühlung), einfachere Handhabung in der Brauerei (automatische Dosierung) und Möglichkeit der Anreicherung bezüglich des Ölgehaltes.

Gängige Extraktverpackungen sind Dosen in verschiedenen Größen (1 - 4 kg) und Fässer (ca. 200 kg).

Seit Anfang der Siebziger Jahre wird Hopfen großtechnisch pelletiert und extrahiert. Joh. Barth & Sohn ist Hauptgesellschafter in den modernsten und größten Hopfenverarbeitungswerken der Welt:

- » Hopfenveredlung St. Johann GmbH & Co. KG (Herstellung von Pellets) und
- » NATECO₂ GmbH & Co. KG (überkritische CO₂-Extraktion von Naturstoffen).

ADVANCED HOP PRODUCTS. Hier handelt es sich um flüssige Hopfenprodukte, die dem fertigen Bier zugegeben werden. Sie tragen zur Bitterung und/oder zum Aroma des Bieres bei und ermöglichen es, die Hopfenausbeute an Bitter- und Aromastoffen zu steigern. Basis für Aromaprodukte ist meist CO₂-Hopfenextrakt, der durch verschiedene Verfahren weiterbehandelt wird.

Mit dem von Botanix Ltd. (Mitglied der Barth-Haas-Gruppe) entwickelten Sortiment an **Pure-Hop-Aroma-Produkten (PHA)** lassen sich Biere und andere Getränke effizient und flexibel mit Hopfengeschmack und -aroma (keine Bittere) versehen. Die Produkte basieren zu 100 % auf Hopfen.

SONSTIGE ANWENDUNGEN. Ein geringer Anteil des geernteten Hopfens wird in der Bioethanol und Rübenzucker verarbeitenden Industrie als antibakteriell wirkendes Prozesshilfsmittel eingesetzt. Darüber hinaus wird Hopfen zu medizinischen Zwecken, hauptsächlich als Beruhigungs- oder Schlafmittel verwendet.

Außerdem wird der Hopfen zur Geschmacksbereicherung für einige Liköre, Schnäpse und andere Lebensmittel (z. B. Tee) verwendet.

WIR SETZEN MASSSTÄBE

” AUSGEWÄHLTE MEILENSTEINE DER UNTERNEHMENSHISTORIE

Bereits vor rund 100 Jahren hat Joh. Barth & Sohn bei der Überseeexportpackung von Naturhopfen neue Ideen entwickelt und dadurch seinen Ruf als erstklassiges Handelshaus begründet. Der innovative und fortschrittliche Charakter des Hauses Barth lässt sich an einer Reihe von Aktivitäten in neuerer Zeit ablesen:

ENDE DER 1950ER-/ANFANG DER 1960ER-JAHRE. Erstmalige Einführung englischer und belgischer Bitterhopfen-Sorten (Northern Brewer und Brewers Gold) in der Hallertau.

1960ER-JAHRE. Begründung der **Hopfenextraktion mit Methylenchlorid** zusammen mit englischen Partnern in Wolnzach. Ende der 60er-Jahre erwirbt Joh. Barth & Sohn eine Beteiligung an der Firma Hopfenveredlung Dr. A. Müller & Co., die zu der Zeit das Patent für **angereichertes Hopfenpulver** (Typ 45) hält.

ANFANG DER 1970ER-JAHRE. In Wolnzach entsteht das seinerzeit modernste **Methylenchlorid-Extrakt-Werk** der Welt. Das Werk Wolnzach entwickelt einen vorbildlichen Standard, wobei der Rest-

lösemittelgehalt an Methylenchlorid um ein Vielfaches der gesetzlichen Toleranz unterboten wird.

1980ER-JAHRE. Anfang der 80er-Jahre werden die Bemühungen wesentlich verstärkt, die **Hochdruck-Extraktion** mittels superkritischer Kohlensäure (CO₂) einzuführen. 1985 wird die erste, 1988 die zweite Hochdruck-Extraktions-Anlage in Wolnzach in Betrieb genommen.

Erweiterungen ermöglichen heute die lösemittelfreie Extraktion von ca. 50 Tonnen pelletiertem Naturhopfen pro Tag.

1990ER-JAHRE. 1992 erfolgt die Inbetriebnahme einer neuen Verarbeitungsanlage für **Pellets Typ 90** im Werk St. Johann. Die Kapazität für **Typ 45** wird verdoppelt. St. Johann ist damit das weltweit größte und modernste **Pelletwerk**. 1994 wird die Möglichkeit geschaffen, stufenlos eine höhere Konzentration als vorher möglich zu fahren. Es entsteht der **Typ 30**.

Den bereits seit Mitte der 70er-Jahre existierenden kleinen Kühllagern werden Mitte der 90er-Jahre **große Kühllhäuser** hinzugefügt, die auf einer Gesamtlagerfläche von ca. 10.000 m² nicht nur verpackte Pellets, sondern auch Rohhopfen aufnehmen können. Damit können erstmals auch größere Mengen Rohhopfen über längere Zeit bei 0 - 5°C werterhaltend kühl gelagert werden. Diesen Service gab es vorher in dieser Größenordnung nur in den USA, wo Kühlung aufgrund der Witterungsbedingungen unabdingbar ist.

1994 erwirbt Joh. Barth & Sohn eine Mehrheitsbeteiligung an **Wigan Products Ltd.**, einem in England ansässigen Unternehmen, das sich auf sogenannte **Advanced Hop Products** spezialisiert und sich einen guten Namen in Forschung und Entwicklung von Hightech-Hopfenprodukten gemacht hat.

Im Jahre 1997 kommt erstmals in größerem Umfang der neue **Rechteckballen RB 60** zum Einsatz, der den traditionellen, sperrigen Landballen ablöst. Joh. Barth & Sohn ist maßgeblich an der Entwicklung und Förderung dieser für eine moderne Logistik unverzichtbaren Verpackung beteiligt.

Neben dem Handel mit Hopfen, der Pelletierung und Extraktion dieses Rohstoffes beschäftigt sich unsere Firma seit langem auch mit der **Extraktion von Phytopharmaka**, wie z. B. Nachtkerzen- und Borretsch-Samen, aber auch mit der Entkoffeinierung von Tee. Die entsprechenden Aktivitäten einschließlich Engineering sind in der Firma NATECO₂ zusammengefasst.

Als weitere innovative Serviceleistung unseres Hauses wurde in **St. Johann** eine **Versuchsbrauerei** mit angeschlossenen Trainingszentrum errichtet. Wir können unseren Kunden somit Auftragsforschung und die Durchführung spezifischer Projekte nach Vorgabe anbieten. Unser Wissen über den Rohstoff Hopfen und seine Wirkweise in verschiedenen Bier-Matrizes konnten wir seither exponentiell erweitern.

Mitte der 90er-Jahre beginnt die Gruppe, sich in China zu engagieren. In diese Zeit fallen die Gründung der **Green Diamond Hops (GDH)**, sowie der **Gansu Tianma Hops Co. (Flying Horse Hop Company, FHH)**. Beide Werke widmen sich dem vorwiegend inländischen Handel mit chinesischem Hopfen und verfügen über Pelletanlagen.

2000ER-JAHRE. Im Jahr 2000 fusioniert Joh. Barth & Sohn mit der Firma **Hopunion Raiser Scharrer KG**. Nach der Übernahme einer weiteren englischen Firma, **English Hop Products (EHP)**, wird 2001 **Botanix Ltd.** gegründet. Die Geschäfte von Wigan Products und English Hop Products werden von Botanix, das heute eine 100 %-Tochter von Joh. Barth & Sohn ist, fortgeführt.

Im Jahre 2006 wird die **Barth-Haas (Beijing) Trade Co.** in Peking gegründet. Somit ist die Barth-Haas-Gruppe optimal aufgestellt, um das umfangreichste Produktportfolio der Hopfenbranche auch in China anbieten zu können. Im Jahre 2010 erfolgt der Umzug der Green Diamond Hops (GDH) an einen neuen Standort in Hutubi. GDH verfügt an diesem Standort über eine Pelletanlage sowie modernste Kühllagerhäuser.

Die Sensibilisierung der Öffentlichkeit führt seit den 70er-Jahren - vermehrt jedoch in den 80er-Jahren - zum Aufbau einer in der Industrie beispiellosen **Laborkapazität** zur **Pflanzenschutzmittel-Analytik**. Die werkseigenen Labors sind heute in der Lage, die meisten gängigen Wirkstoffe zu analysieren.

Durch frühzeitige **Analyse von Blattproben** noch während der Vegetationsphase verfügen wir schon seit mehr als 20 Jahren über ein Frühwarnsystem, das uns hilft, mögliche Probleme im Ansatz zu erkennen und entsprechende Maßnahmen einzuleiten. Ebenso vertraut wie mit der Pflanzenschutzmittel-Rückstandsanalytik sind die Labors der Barth-Haas-Gruppe mit dem Nachweis von Nitrat und im notwendigen Umfang von Schwermetallen und Lösungsmittel-Rückständen.

SEIT 2010. Die Gründung der **Barth Innovations Ltd.** in Paddock Wood erfolgt 2010. Mit Barth Innovations werden neue Ressourcen geschaffen. Forschungsaktivitäten werden gebündelt und es wird sicher gestellt, dass sich Schlüsselpersonen gezielter Forschung und Entwicklung widmen können. Dies dient der Umsetzung der Mission von Joh. Barth & Sohn, die Einsatzmöglichkeiten von Hopfen beharrlich zu erweitern.

Im gleichen Jahr gründen wir die **Barth-Haas Hops Academy**. Sie bietet Kunden und allen an Hopfen Interessierten Wissensvermittlung durch Workshops und Vorträge rund um das Thema Hopfen an. Sie soll somit ein besseres Verständnis der Komplexität des Hopfens und seines ganzen Potenzials vermitteln.

Als erstes Unternehmen in der Hopfenindustrie weltweit führt Joh. Barth & Sohn 2012 die **Barth-Prüfgarantie** ein. Damit ist sicher gestellt, dass alle von Barth in den Markt gebrachten Hopfen und Hopfenprodukte auf Rückstände von Pflanzenschutzmitteln analysiert werden (siehe hierzu Seite #).

Ebenfalls 2012 erfolgt die Gründung der **Barth Hopfen-Akademie**, in der unsere Hopfenlieferanten durch Vorträge, Seminare und Workshops über alle wichtigen Aspekte des Hopfenbaus von der Produktionstechnik über die Betriebswirtschaft bis zur Nachhaltigkeit auf den neuesten wissenschaftlichen Stand gebracht werden. Nicht zuletzt dient die Hopfen-Akademie auch dazu, den Hopfenpflanzern die ständig steigenden Ansprüche der weltweiten Braukundschaft näher zu bringen. (siehe hierzu Seite #)

UNSER GESCHÄFTS- UND WERTEFUNDAMENT

UNSERE MISSION

Hopfen ist unsere Welt. Hopfenprodukte sind für die Brauindustrie von hohem, unersetzlichem Wert. Andere Branchen schätzen die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Hopfen als geschmacksgebende und gesundheitsfördernde Zutaten. Wir sind bestrebt, das Wissen um die Einsatzmöglichkeiten von Hopfen beharrlich zu erweitern und Maßstäbe zu setzen. Unseren Kunden und Lieferanten bieten wir Möglichkeiten, ihre Ziele zu erreichen. Als Mitglied der Barth-Haas-Gruppe haben wir Zugang zu der breitesten Produktpalette der Hopfenwirtschaft und zu den modernsten Produktionsanlagen in den bedeutendsten Anbaugebieten der Welt. Wir leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Rohstoffabsicherung und zum Erfolg unserer Kunden. Durch die weltweite Marktpräsenz der Barth-Haas-Gruppe sind wir ein wertvoller Partner für unsere Lieferanten. Unseren Mitarbeitern bieten wir alle Chancen der beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung, wie es nur in einem weltweit tätigen Familienunternehmen möglich ist. Wir sind Barth und Hopfen ist unsere Welt.

UNSERE UNTERNEHMENSWERTE

Kunden und **Lieferanten** sind die Basis unseres Geschäfts. Ein respektvoller und kompetenter Umgang in der Begegnung ist uns eine selbstverständliche Pflicht.

Unsere **Mitarbeiter** fordern und fördern wir. Wir wollen für diese ein attraktiver Arbeitgeber sein und bleiben.

Ökonomischer Erfolg ist das Ergebnis einer konsequenten Leistungsorientierung unserer Mitarbeiter in allen Bereichen des Unternehmens und gemeinsam mit unseren Wertschöpfungspartnern.

Bei all unserem Handeln beachten wir stets die jeweils geltenden individuellen, sozialen und rechtlichen **Normen** sowie **Umwelt-Standards**.

Nachhaltigkeit ist für unser Handeln ein zentraler Wert. Wir schützen aktiv die Umwelt und unterstützen vielfältig die Gesellschaft, in der wir arbeiten und leben.

Wir gestalten als **Familienunternehmen** unsere Zukunft auch in der Verpflichtung gegenüber unseren Vorfahren. Unsere Unternehmenskultur ist ein sichtbarer Ausdruck dieser Verantwortung.

UNSERE UNTERNEHMENSKULTURELLEN LEITWERTE

Unternehmenskulturelle Werte beschreiben die Art und Weise, wie wir als Menschen mit anderen Menschen im Rahmen unserer täglichen Arbeit umgehen. Für Joh. Barth & Sohn haben wir folgende, geliebte Prinzipien identifiziert:

Wir arbeiten lösungsorientiert. Wir erkennen Probleme vorausschauend. Als kompetente Mitarbeiter von Joh. Barth & Sohn entwickeln wir durch Eigeninitiative und strukturiertes Handeln jederzeit die richtige Lösung für uns, unsere Kunden und Lieferanten!

Wir handeln verantwortungsbewusst. Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, unseren Kunden, Lieferanten und Kollegen vorbildlich wahr. Besonnenes Handeln in allen Situationen ist unser Grundsatz. Beim Verwirklichen unserer Ziele sind wir umsetzungsstark. Das schaffen wir durch unser selbstständiges sowie entscheidungsfreudiges Handeln bei unseren täglichen Aufgaben. Das macht uns gegenüber Kunden und Lieferanten glaubwürdig.

Wir sind teamfähig. Durch hilfsbereiten und respektvollen Umgang mit Kunden, Lieferanten und Kollegen schaffen wir eine Basis dafür, die an uns gestellten Anforderungen durch flexibles Handeln jederzeit zu erfüllen. Wir handeln verlässlich!

Wir sind wertschätzend. Das heißt bei uns, aufgeschlossen zu sein. Dies gilt sowohl für neue Ideen hinsichtlich Arbeitsweisen, Produkten und Technologien als auch im Umgang miteinander. Wir fühlen uns in die Interessen und Bedürfnisse unserer Partner und Kollegen ein und kommunizieren verständlich, so dass wir den daraus folgenden Herausforderungen gewachsen sind. Dadurch sind wir in der Lage, uns und unsere Dienstleistungen zusammen mit unseren Partnern stetig weiter zu entwickeln.



02

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE BEI JOH. BARTH & SOHN

- » NACHHALTIGKEIT – VERANTWORTUNG FÜR DIE GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE
- » HANDLUNGSFELDER
- » UNSERE ÖKONOMISCHE LEISTUNG

NACHHALTIGKEIT – VERANTWORTUNG FÜR DIE GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Nachhaltigkeit heißt für uns, unsere ökonomische Leistung unter den Bedingungen von Umwelt- und Sozialverträglichkeit zu realisieren. Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Wirtschaften zur langfristigen Wertsteigerung unseres Unternehmens beiträgt. Wachstum an sich hat für uns keinen Eigenwert. Was wir anstreben, ist nachhaltiges, **qualitatives Wachstum**.

Unsere **strategische Absicht dabei ist**, unseren Stakeholdern einen „**Mehrwert**“ zu bieten. Wir setzen darauf, unsere Kunden und Lieferanten bestmöglich mit innovativen Produkten und Dienstleistungen auf sehr gutem Preis- und Leistungsniveau zu versorgen, um deren laufend steigenden Anforderungen gerecht zu werden. Neben diesen „**Mehrwert**“-schaffenden Aktivitäten möchten wir gleichzeitig sowohl berechnete, gesellschaftliche Belange unterstützen als auch Aspekte der Umwelt berücksichtigen, um den „**ökologischen Fußabdruck**“ all unseres Tuns zu verkleinern.

Wir sehen aus der Perspektive Nachhaltigkeit unsere Aufgabe für die Branche auch darin, Verantwortung über die **gesamte Wertschöpfungskette** zu übernehmen: Vom Anbau des Hopfens über dessen Weiterverarbeitung und Lagerung bis hin zur weltweiten Distribution an unsere Kunden.

Die kontinuierliche Verbesserung unserer Prozesse und Strukturen bei gleichzeitiger Reduktion von Ressourcenverbräuchen und Umweltbelastungen ist daher elementarer Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsbemühungen.

Seit seinem Bestehen ist es Joh. Barth & Sohn immer wieder gelungen, durch Produkt- und Verfahrensverbesserungen über die gesamte Wertschöpfungskette anerkannte Beiträge zur Weiterentwicklung sowohl der Hopfen- als auch der Brauindustrie zu leisten (siehe Historie „Meilensteine“ Seite #).



HANDLUNGSFELDER



Wir fokussieren unsere Aktivitäten zur Realisierung der Strategie auf folgende **Handlungsfelder**. Diese reflektieren auch wesentliche Entwicklungstrends in unserer Branche:

- » Beanstandungsfreie und nachhaltige Produkte und Dienstleistungen
- » Gesundheit und Sicherheit
- » Verringerung der Umweltbelastungen
- » Erhöhung der Effizienz der Einsatzstoffe (Rohstoffe, Energie, Wasser)
- » Ausbau der gesellschaftlichen Beiträge

In all diesen Handlungsfeldern treiben wir mit Projekten und Maßnahmen, Verbesserungen in Produkten, in Technologien und in der Organisation entlang der gesamten Wertschöpfungskette nachhaltiges Wirtschaften voran.

Darüber hinaus verfolgen wir mittelfristig die Einbeziehung aller Unternehmen der Barth-Haas-Gruppe in eine **gruppenumfassende** Nachhaltigkeitsberichterstattung.

UNSERE ÖKONOMISCHE LEISTUNG (2011/2012)

Die ökonomische Leistung von Joh. Barth & Sohn im Geschäftsjahr 2011/12 ergibt bezüglich der Stakeholder folgendes Bild.

Der größte Teil (63 %) der erbrachten ökonomischen Leistung ging als Materialaufwand an die Rohstofflieferanten (Pflanzer).

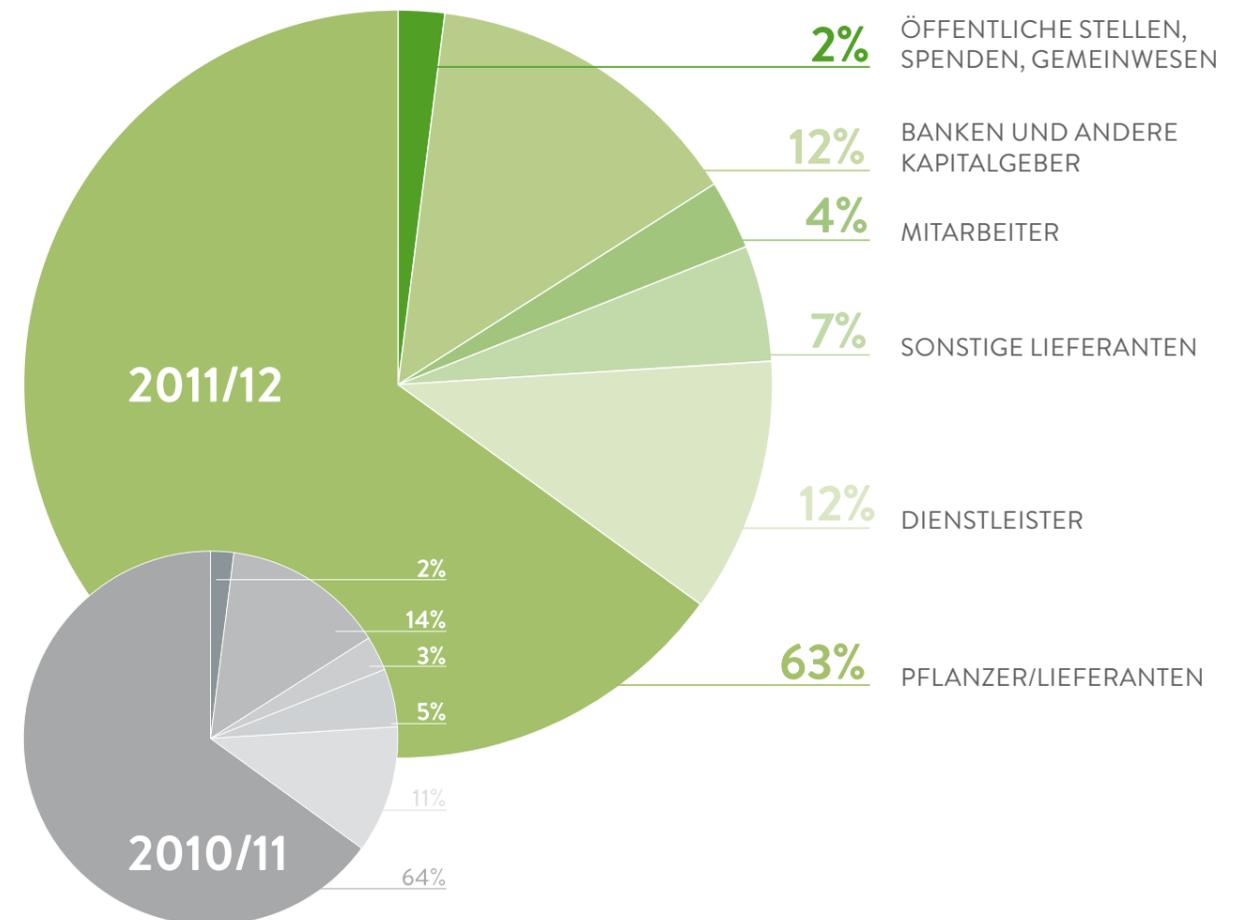
12 % der Unternehmensleistung erhielten die Banken und sonstige Kapitalgeber und 19 % sonstige Lieferanten und Dienstleister (Wertschöpfungspartner).

Von der erzeugten Unternehmensleistung flossen über Löhne, Gehälter und Altersvorsorge 4 % an die Mitarbeiter sowie 2 % an die

öffentliche Hand und an das Gemein- und Bildungswesen (Beiträge, Sponsorings, Spenden).

Dabei werden Mitarbeiter bei Bedarf gezielt durch fallweise zusätzliche soziale Zuwendungen ebenso unterstützt wie bei deren ehrenamtlichem Engagement für die Gesellschaft. Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand, wie z. B. Subventionen, hat Joh. Barth & Sohn im Berichtsjahr nicht erhalten.

Joh. Barth & Sohn fördert somit als lokaler Arbeitgeber, Einkäufer und Investor den wirtschaftlichen, sozialen und gesellschaftlichen Fortschritt an seinen Unternehmensstandorten.



Rundungen der Zahlen führen bei der Addition evtl. zu Abweichungen von 100 %.



03

NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT BEI JOH. BARTH & SOHN

- » MANAGEMENTSYSTEME
- » ORGANISATION FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

MANAGEMENTSYSTEME

Um unsere **Nachhaltigkeitsstrategie** in den einzelnen Handlungsfeldern umzusetzen, bedarf es einer sinnvollen organisatorischen und methodischen Unterstützung.

Auf Basis unseres **Geschäfts- und Wertefundaments** setzen wir hierfür unsere bestehenden **Managementsysteme** ein, die wir hinsichtlich der Nachhaltigkeitsthemen systematisch ertüchtigen.

Zur Sensibilisierung unserer Mitarbeiter für ethische bzw. Nachhaltigkeitsfragen werden wir explizite „**Verhaltensrichtlinien**“ entwickeln, welche die gewünschten Verhaltenserwartungen an die Mitarbeiter verdeutlichen.

Durch Qualitätsaudits und einschlägige Prüfungen im Führungsprozess soll zudem sichergestellt werden, dass sich die Mitarbeiter entsprechend dieser Richtlinien verhalten.

Auch die formale **Organisation** wird auf die Behandlung von Nachhaltigkeitsthemen angepasst:

STRUKTURELL über die Regelung der Zuständigkeiten für die Suche, Auswahl, Behandlung und Wirkungskontrolle der Nachhaltigkeitsthemen

PROZESSUAL über die Durchführung einschlägiger Projekte und die Ausgestaltung der systematischen und regelmäßigen Nachhaltigkeits-Berichterstattung

Joh. Barth & Sohn verfügt über eine Reihe von Managementsystemen, um die Leistung des Unternehmens entsprechend den eigenen Erwartungen und denen der wichtigsten Stakeholder sicherzustellen. Diese Managementsysteme haben sich in unserer langjährigen

Unternehmensgeschichte aus den Anforderungen des Umfelds und der verschiedenen Interessensgruppen entwickelt.

Sie dienen als Instrumentarium, das Geschehen im Unternehmen als Reaktion auf Umweltveränderungen verlässlich, qualitativ und effizient zu gestalten. Wir nutzen regelmäßig die Gelegenheit, sie immer wieder an den Anforderungen einer nachhaltigen Unternehmensführung **auszurichten**.

Dazu gehört die **beanstandungsfreie Leistungserstellung** verwendungsgerechter Produkte für den Kunden ebenso wie die sichere **Rohstoffversorgung** und permanente **Weiterentwicklung** der Talente und Kompetenzen der Mitarbeiter. Im **Managementprozess** werden die Zielbildungs-, Planungs- und Kontrollinformationen mit den im Risikomanagement erfassten und permanent überwachten (Umwelt-)Ereignissen abgeglichen.

Auch wird das Funktionieren des Zusammenspiels der verschiedenen Managementsysteme im Führungsprozess laufend beobachtet und nicht zuletzt durch das **Qualitätsmanagement-System** im Ganzen sichergestellt.

Die für uns **relevanten Nachhaltigkeitsthemen** gewinnen wir aus der laufenden Berichterstattung mithilfe der verschiedenen Managementsysteme ebenso wie durch aktive Anregungen seitens aller Stakeholder, vor allem Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter, die wir bei den verschiedensten Gelegenheiten sammeln.

Über solche Erkenntnisse und Anregungen wird in der Geschäftsleitung diskutiert und auch entschieden, welche Initiativen verfolgt und in konkreten Projekten umgesetzt werden.



ORGANISATION FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Ohne organisatorische Implementierung lässt sich kein dauerhaftes Nachhaltigkeitsmanagement etablieren. Strukturell sind die Zuständigkeiten für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten wie folgt verankert: Ein Nachhaltigkeits-Handbuch beschreibt und regelt als Grundlage sämtliche organisatorische Zuständigkeiten und notwendigen Prozesse für alle Nachhaltigkeitsaktivitäten.

GESCHÄFTSLEITUNG

Die Geschäftsleitung von Joh. Barth & Sohn trägt die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitspolitik und richtet auch die Geschäftspolitik auf die Anforderungen des nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaftens aus.

„NACHHALTIGKEITSBEAUFTRAGTER DER GESCHÄFTSLEITUNG“ (NH-L)

Die Verantwortung zur Wahrung der anfallenden Aufgaben des Nachhaltigkeitsmanagements ist an ein Mitglied der Geschäftsleitung delegiert. Dieses führt das Nachhaltigkeitsteam und sorgt dafür, Nachhaltigkeitsziele und -projekte zu initiieren und deren Umsetzung zu überwachen.

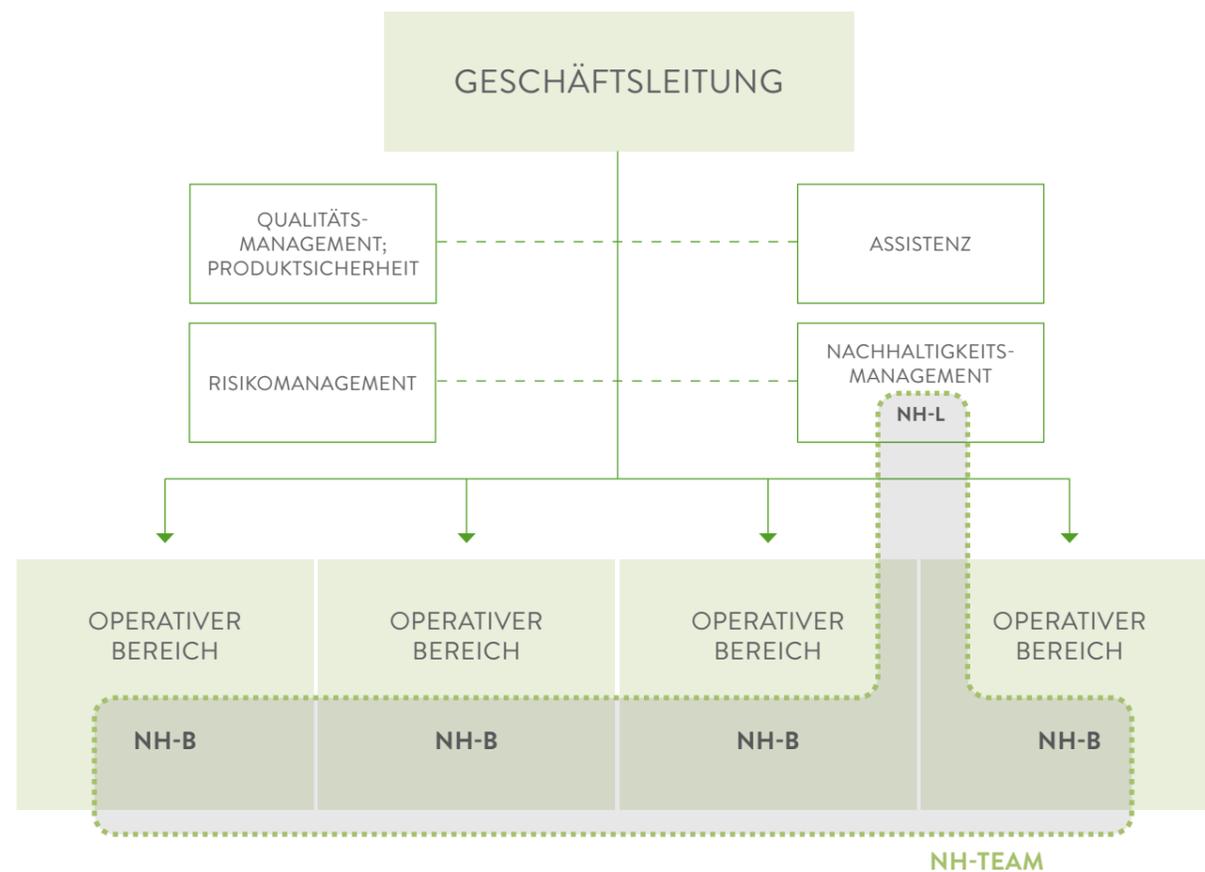
„NACHHALTIGKEITSBEAUFTRAGTE“ (NH-B)

In Zusammenarbeit mit dem NH-L wurde für jeden operativen Bereich ein **Nachhaltigkeitsbeauftragter** (NH-B) ernannt. Diese sind für die Umsetzung der im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie durchgeführten Projekte und Maßnahmen in dem jeweiligen Bereich verantwortlich.

„NACHHALTIGKEITSTEAM“ (NH-TEAM)

Unter dem Vorsitz des NH-L steuert das **Nachhaltigkeitsteam** als zentrales Entscheidungsgremium die (globale) Umsetzung der Joh. Barth & Sohn-Nachhaltigkeitsstrategie. Das **Nachhaltigkeitsteam** koordiniert die (globalen) Aktivitäten in den operativen Unternehmensbereichen, den zentralen Funktionen sowie den regionalen Gesellschaften. Mitglieder des **Nachhaltigkeitsteams** sind die NH-B als Vertreter der verschiedenen operativen Bereiche des Unternehmens. Der NH-L als Leiter des NH-Teams beruft regelmäßige Sitzungen mit den NH-B ein, um Nachhaltigkeitsziele und -projekte zu initiieren und deren Umsetzung zu überwachen. Er berichtet regelmäßig in der Geschäftsleitung über den Status der Projekte und Zielerreichung.

Zu konkreten Ergebnissen unseres Nachhaltigkeitsmanagements siehe Kapitel 8 Stakeholder Dialog auf Seite #.



04

WERTSCHÖPFUNGSKETTE UND LIEFERANTEN

- » WERTSCHÖPFUNGSKETTE
- » VERTRAUENSVOLLE ZUSAMMENARBEIT MIT DEN HOPFENPFLANZERN
- » BARTH-PFLANZER-LERNSYSTEM
- » WERTSCHÖPFUNGSKETTE UND UMWELTINDIKATOREN





WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Aus der **Nachhaltigkeitsperspektive** hat Joh. Barth & Sohn als **Hopfenvermarkter** zwischen Pflanzern und Brauern die Möglichkeit, in der gesamten Wertschöpfungskette über die (Mit-)Gestaltung der einzelnen Geschäftsaktivitäten für den Kunden **„Mehrwert“** zu schaffen und gleichzeitig den **„ökologischen Fußabdruck“** der gesamten Wertschöpfungskette zu verringern.

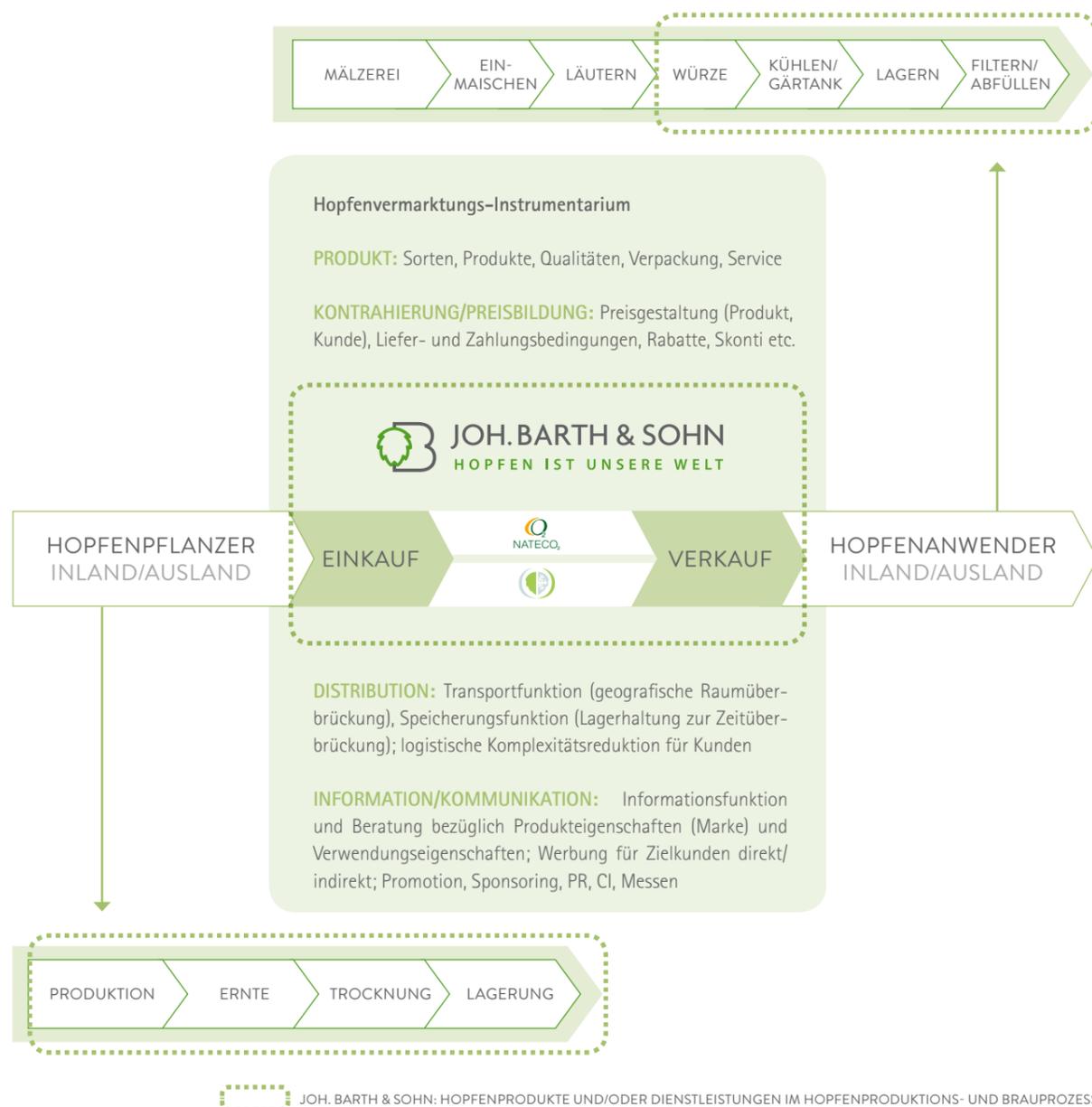
Durch eine strategisch angelegte Zusammenarbeit mit Pflanzern und Kunden ergeben sich aus der Sicht von Joh. Barth & Sohn viele **direkte** und **indirekte** Maßnahmen zur Beeinflussung von Nachhaltigkeit, die auch die operativen Tätigkeiten der Hopfenvermarktung unterstützen, ergänzen und verbessern.

Kundenseitig kann neben der Produkt- und Qualitätsgestaltung die logistische **Komplexität** der Rohstoffbeschaffung für den **Kunden**

reduziert und zugleich eine bessere **Versorgungssicherheit** mit dem Rohstoff Hopfen gewährleistet werden.

Bei **Pflanzern** vermag Joh. Barth & Sohn unter anderem über das BARTH-Pflanzer-Lernsystem dafür zu sorgen, Nachhaltigkeitsthemen stärker zu berücksichtigen, um somit eine nachhaltige Produktion bei **allen Hopfenpflanzern** sicherzustellen. In allen seinen strategischen und operativen Aktivitäten beachtet Joh. Barth & Sohn die gültigen Umwelt- und Sozialstandards.

Um dieser umfassenden Aufgabe entsprechend gerecht zu werden, haben wir nicht zuletzt auch unsere Homepage neu gestaltet (siehe hierzu Feedbacksysteme Seite #).



VERTRAUENSVOLLE ZUSAMMENARBEIT MIT DEN HOPFENPFLANZERN

Nachhaltigkeit bringt für Joh. Barth & Sohn die Verpflichtung mit sich, entlang der gesamten Wertschöpfungskette gemeinsam mit den Geschäftspartnern verantwortlich zu handeln: Denn je stärker sich das Kunden-Lieferanten-Verhältnis auf primär monetäre Aspekte ausrichtet, umso kurzfristiger und kurzlebiger gestalten sich die Geschäftsbeziehungen. Keine Seite wird sich dann den gegenwärtig stets erforderlichen Mühen unterziehen, die für die Aufrechterhaltung der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit notwendig sind.

Unsere **Einkaufsphilosophie** setzt daher primär auf den Aufbau von **Vertrauen**, auf **kooperative** Beziehungen und auf eine **langfristige** Ausrichtung der Zusammenarbeit mit unseren Pflanzern. Eine solche Haltung ist schon im Ansatz **nachhaltig**.

Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit unseren Lieferanten, allen voran den **Pflanzern**, bedeutet für uns, eine langfristige, vertrauensvolle und gut funktionierende **Zusammenarbeit** anzustreben.

Vertrauen und Wettbewerb schließen sich dabei nicht aus. Wenn sich Joh. Barth & Sohn dem Nachhaltigkeitsgedanken verpflichtet, wissen wir nur allzu gut, dass dies unter den heutigen Wettbewerbsbedingungen auch ein ständiger **Wettbewerb** um die Pflanze ist, vor allem um diejenigen, die sehr flexibel und mit hoher Eigeninitiative agieren. Daher versuchen wir intensiv, für unsere Lieferanten als **Kunde** attraktiv zu sein und zu bleiben. Wir streben an, mit unseren Lieferanten gemeinsam als **„Wertschöpfungskette“** insgesamt besser zu werden und damit den Gesamtwert dieser Wertschöpfungskette zu erhöhen.

Somit ändern sich ein Stück weit die **Spielregeln**. Nicht mehr nur die kurzfristige Orientierung am Preis, sondern die **gemeinsame** nachhaltige Ausschöpfung von Effizienzpotenzialen entlang der gemeinsamen Wertschöpfungskette ist zielführend. Die Auseinandersetzung um die Verteilung des (dann größeren) Kuchens verliert daher langfristig an Härte. Wir sind auch davon überzeugt, dass in unserem internationalen Branchenumfeld nur diejenigen Betriebe überleben werden, die im Sinne eines Gesamtoptimums bereit und fähig sind, sich den zukünftigen Herausforderungen des Wettbewerbs zu stellen.

Aus der Idee des nachhaltigen Wirtschaftens folgt dann auch, dass Unternehmen willens und in der Lage sein müssen, die Übernahme von **Verantwortung** für ihre Wertschöpfung nachzuweisen. Und das nicht nur, weil einzelne Stakeholder – z. B. Kunden – zunehmend wissen wollen, unter welchen Umwelt-, Arbeits- und Sozialstandards die Produkte und Leistungen erbracht werden, sondern auch, weil kritische, konfrontierende Fragen sehr deutlich aufzeigen, wie es um die Fähigkeit zur Verantwortungsübernahme bestellt ist. Verantwortung und Vertrauen entstehen nur da, wo man sich kennt. Öffnung und Transparenz über heutiges Tun im Betrieb und über zukünftige Vorhaben sind das Gebot der Stunde.

Für die Joh. Barth & Sohn-Einkaufsphilosophie bedeutet dies, das Potenzial und die Wertschöpfungsbedingungen bei seinen Pflanzern zu verstehen und zugleich gute, partnerschaftliche Beziehungen aufzubauen. Joh. Barth & Sohn will diesen Kennenlern- und Wissensprozess in einem systematischen Ansatz vorantreiben: **BARTH-Pflanzer-Lernsystem**.

BARTH-PFLANZER-LERNSYSTEM

Das BARTH-Pflanzer-Lernsystem ist ein Management-Konzept, das die Verantwortung des Hopfenpflanzers für die Leistungs- und Innovationsfähigkeit der gesamten Wertschöpfungskette betont und damit den Fokus vom Einkaufspreis und weiteren Erlösbestandteilen auf **nachhaltige Entwicklung der Leistung der Lieferanten** verschiebt.

Grundsätzlich ist es das Ziel dieses Konzepts, eine noch engere Bindung mit den strategisch wichtigen Lieferanten und Pflanzern zu schaffen, deren Potenzial weiterzuentwickeln und auch neue Lieferanten für Barth zu gewinnen.

Um die Umsetzung des Nachhaltigkeitsgedankens in der Wertschöpfungskette voranzubringen, müssen Kunden und Lieferanten/Pflanzer gleichzeitig einen Nutzen für sich ableiten können. So wie Joh. Barth & Sohn als Kunde versucht, stets attraktiv für seine Lieferanten zu sein, müssen umgekehrt die Lieferanten ebenfalls offen, flexibel und innovationsorientiert sein. Das Thema Nachhaltigkeit wird somit integraler Bestandteil der Aktivitäten zwischen Barth und seinen Pflanzern. Lernsystem trifft den Sachverhalt insofern sehr gut, weil

sich Joh. Barth & Sohn gemeinsam mit seinen Pflanzern bezüglich der Anforderungen und Möglichkeiten nachhaltigen Wirtschaftens weiterentwickeln muss.

Für beide Seiten stellen sich entsprechende **Nutzen-Potenziale** erst dann ein, wenn sie in einer nachhaltigen (vertrauens-, verantwortungsvollen und langfristigen) Kunden-Lieferanten-Beziehung stehen, die ihren Ausdruck findet in

- » einem wechselseitig besseren Informationsaustausch in fachlichen Fragen,
- » einer effektiveren Abwicklung der Prozesse und Aktivitäten sowie
- » der Vermeidung von Konflikten und damit einhergehenden unnötigen Transaktionen.

Das kann im Einzelnen eine höhere Zufriedenheit von Hopfenpflanzern und Joh. Barth & Sohn bedeuten oder eine Verbesserung der Flexibilität und Geschwindigkeit im Wettbewerb durch engere Abstimmung. Es kann auch infolge eines stärkeren Commitments („Wir-Gefühls“) zur Erhöhung der Innovations- und Investitionsbereitschaft der Hopfenpflanzern kommen.



Weitere konkrete positive Auswirkungen können sein:

- » Verringerung der Komplexitäts- und Transaktionskosten durch
 - » Entschärfung von Konflikten (z. B. bei Qualitätsproblemen, Streitigkeiten usw.),
 - » Vermeidung/Verringerung von Lieferantenwechseln und Vertragsverhandlungen
- » Verbessertes Qualitätsmanagement durch
 - » vertrauensvollen Informationsaustausch und
 - » Beratung der Hopfenpflanzer

Über das BARTH-Pflanzer-Lernsystem werden Lieferanten systematisch kategorisiert und in ihrer Leistung(sfähigkeit) beurteilt, um da-

TYPEN VON LIEFERANTEN

Grundlage ist eine Kategorisierung der Lieferanten (Hopfenpflanzer). Jeder Pflanzer soll daher anhand seines **gegenwärtigen Umsatzes** und seines **Zukunftspotenzials** eingestuft werden.

Joh. Barth & Sohn arbeitet mit einer Vielzahl an Lieferanten und Pflanzern zusammen, deren Bedeutung für Joh. Barth & Sohn sich anhand ihres Leistungsvermögens und des jeweiligen Umsatzes ablesen lässt.

Daraus ergeben sich unterschiedliche Typen von Hopfenpflanzern:

- » **Lieferanten**, deren Umsatz mit Joh. Barth & Sohn >x % ihrer Produktion beträgt; **Pflanzer** mit Umsatz <x % ihrer Produktion
- » **Basis-** oder **Top-**Kategorie, wenn das Leistungspotenzial einen definierten Wert m übersteigt.

Anhand dieser beiden Dimensionen lässt sich das gesamte Joh. Barth & Sohn-Lieferantenportfolio darstellen. Beide Dimensionen resultieren aus einer bestimmten Vorschrift, die systematisch und nachvollziehbar weitere Bewertungskriterien berücksichtigt.

KUNDEN-LIEFERANTEN-ZYKLUS

Es ist das Ziel von Joh. Barth & Sohn, die Qualität seines gesamten Lieferantenportfolios ständig höher zu entwickeln. Wesentlich ist dafür, den jeweiligen Kunden-Lieferanten-Zyklus aktiv zu managen: Von der Identifikation, über die Auswahl und die Entwicklung bis hin zur Trennung werden durch eine Vielzahl regelmäßiger Bewertungsschritte, die Qualität der Leistung und die Qualität ihrer Erstellung analysiert.

Es ist das Ziel, durch geeignete Maßnahmen die Basis-Pflanzer zu Basis-Lieferanten und die Top-Pflanzer sowie die Basis-Lieferanten zu Top-Lieferanten zu entwickeln und auf möglichst hohem Niveau zu halten.

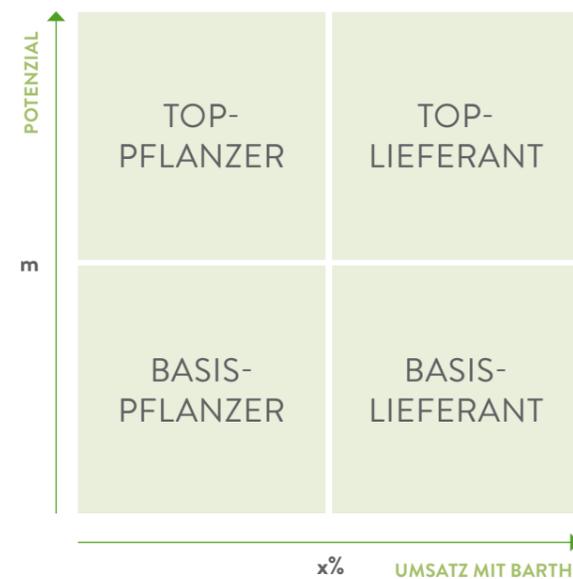
So gesehen bezeichnet das BARTH-Pflanzer-Lernsystem den systematischen Aufbau, die Pflege und das Controlling der Geschäftsbeziehung mit den Pflanzern.

raufhin gemeinsam Maßnahmen zur Ertüchtigung der Pflanzern im Sinne einer nachhaltigen Orientierung („Cool Farming“) zu ergreifen. Dazu muss das Konzept mit griffigen Instrumenten ausgestattet sein, in denen die Hopfenpflanzer einen Mehrwert für sich erkennen, der nach Möglichkeit auch monetär quantifizierbar sein sollte.

SÄULEN DES BARTH-PFLANZER-LERNSYSTEMS

Das Joh. Barth & Sohn-Lieferantenmanagement ruht auf folgenden zwei Säulen:

- » Typen von Lieferanten
- » Kunden-Lieferanten-Zyklus



SYSTEMATISCHE LEISTUNGS- UND POTENZIALBEURTEILUNG

Die Beurteilung des Potenzials eines Lieferanten erfolgt anhand verschiedener **nachvollziehbarer gewichteter Kriterien**, deren Ausprägungen auf einer Skala definiert und in einem **Scoring-Modell** errechnet werden. Die sogenannte **„Lieferantenzahl“** wird als Kennzeichnung verwendet und dient der einfachen und schnellen Beschreibung, welcher Lieferantenkategorie der Pflanzer zugeordnet ist.

Die Leistungs- und Potenzialbeurteilung mit der daraus resultierenden Kategorisierung wurde im laufenden Geschäftsjahr durchgeführt.

DIMENSIONEN DER LIEFERANTENBEZIEHUNG

Entscheidend sind die Regelmäßigkeit der Bewertung und die Folgerungen, die sich aus den Feststellungen ergeben. Wesentliche Unterschiede liegen in der Art der Lieferantenbeziehung, deren wesentliche Dimensionen sind:

- » **Kompetenz** (sachliche Unterstützung, Erfahrungen, Sonderleistungen)
- » **Intensität** (Interaktionshäufigkeit und -dichte)
- » **Gegenseitigkeit** (gemeinsame Interessen, Engagement beider Partner)
- » **Anerkennung** (persönliche Akzeptanz, Bestätigung, Anerkennung als gleichwertiger Partner)
- » **Sympathie** (Affinität, persönliche Nähe, „Chemie“ der Partner)

MASSNAHMEN DER LIEFERANTENENTWICKLUNG UND -BINDUNG

Lieferantenzahl und die Dimensionen der Lieferantenbeziehung geben erste Hinweise, welches Maßnahmenpaket zur Lieferantenentwicklung zwischen Joh. Barth & Sohn und dem Lieferanten jeweils in Frage kommt.

Joh. Barth & Sohn stellt für seine Lieferanten ein adäquates Bündel von Maßnahmen zusammen, das dem aktuellen Lieferanten-Profil entsprechend ausgearbeitet wird. Das **Maßnahmenspektrum** ist umfassend und differenziert:

- » Es reicht von diversen **Informationsunterstützungspaketen** (wie Pflanzerportal im Internet, BARTH-Fax, Pflanzenstands-Fax) über
- » direkte und indirekte **Beratungsunterstützung** (z. B. BARTH-Bewässerungsworkshop) bis hin zu
- » Einräumung von **Sonderkonditionen** und
- » sonstigen **kulturellen** und **sozialen Maßnahmen** (z. B. BARTH-Infoabend).

KONTINUIERLICHE WEITERENTWICKLUNG IN BEZUG AUF NACHHALTIGKEIT

Die **systematische Entwicklung und Förderung der verschiedenen Qualitäten unserer Lieferanten über den gesamten Kunden-Lieferanten-Zyklus** bedeutet:

- » **Leistungsprofile** zu erstellen und
- » **regelmäßige Beurteilungen** der Wirksamkeit der vereinbarten Maßnahmen

Wir sind überzeugt, dass damit auch unser Wertefundament und unsere Standards auf unsere Lieferanten übertragen werden können, um somit deren Bewusstsein für ein nachhaltiges Wirtschaften zu schärfen.

Durch regelmäßige **Feedback-Aktivitäten** soll insbesondere die Nachhaltigkeitsthematik stärker Berücksichtigung finden.

Getreu unserem Motto – fordern, fördern und belohnen – ermutigen wir auch unsere Lieferanten dazu, Verantwortung für den Erfolg der gemeinsamen Wertschöpfungskette zu übernehmen, z. B. durch entsprechende Investitionen in nachhaltiges Wirtschaften.

Wir sind überzeugt, dass nur nachhaltig „gesunde Lieferanten“ zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit fähig sind und damit auch „gesunde Produkte“ hervorbringen können.

Die **Barth Hopfen-Akademie** bietet unseren Lieferanten hier zusätzlich Programme und Seminare zur Weiterbildung in Fragen der Technik und Wirtschaft des Hopfens.

Die Lehrgänge der Barth Hopfen-Akademie beinhalten das eigenständige Modul „Nachhaltigkeit“. Den Pflanzern sollen dabei Inhalte aus allen Bereichen der Nachhaltigkeit vermittelt werden, angefangen bei den Aspekten einer nachhaltigen Hopfenproduktion, über nachhaltiges Wirtschaften bis hin zur sozialen Nachhaltigkeit. (siehe hierzu Seite #)

Seit 2012 ist Joh. Barth & Sohn Mitglied der **Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit im Hopfenanbau“** der deutschen Hopfenwirtschaft. Unter dem Vorsitz des Hopfenrings e. V. beteiligen wir uns aktiv daran, die Nachhaltigkeitskriterien für den deutschen Hopfenanbau zu erarbeiten und zu definieren. Darüber hinaus entwickelt diese Arbeitsgruppe ein Nachweis- und Überprüfungssystem für Nachhaltigkeit und treibt die Entwicklung hin zu einem nachhaltigen Hopfenanbau voran. (siehe hierzu Gremienzugehörigkeit Seite #)

VERFOLGTE ZIELE FÜR DIE NÄCHSTEN JAHRE:

- » Methodik der Messbarkeit und Datenerfassung bezüglich „nachhaltigem Hopfenanbau“ erarbeiten bzw. verbessern
- » Interne Datenerfassung und Informationssysteme auf Nachhaltigkeitsanforderungen ausrichten
- » Umfassende Kommunikation der Philosophie
- » Gemeinsame Projekte und Initiativen für Umwelt- und Energieprojekte
- » Aktive Unterstützung des Hopfenrings e. V. bei der Einführung des Systems „Nachhaltigkeit im Hopfenanbau“

WERTSCHÖPFUNGSKETTE UND UMWELTINDIKATOREN

Unsere Geschäftsaktivitäten in der Wertschöpfungskette verursachen verschiedene Wirkungen durch

- » Entnahme von Ressourcen (Knappheitsproblem) und durch
- » Beseitigung verbrauchter Ressourcen (Belastungsproblem).

ENERGIE- UND RESSOURCENVERBRÄUCHE

Ausgewählte Kennzahlen (Umweltindikatoren) geben das von Joh. Barth & Sohn verursachte Ausmaß in den deutschen Standorten wieder. Berücksichtigt sind die **direkten** Wirkungen, aber auch diejenigen, die sich **indirekt** aus der Veredelung des Rohstoffes Hopfen in den Werken („Dienstleister“) ergeben.

Wir haben die ermittelten Verbräuche nach Energieträgern einerseits und nach den verschiedenen Wirkebenen (direkt und indirekt) im Vergleich zwischen den Geschäftsjahren 2010/2011 und 2011/2012 übersichtlich dargestellt.

Es ist zu berücksichtigen, dass der Energieverbrauch nicht nur vom Umfang der verarbeiteten Rohhopfenmenge beeinflusst wird, sondern weiteren Faktoren wie Witterung und Zusammensetzung des verarbeiteten Produktportfolios unterliegt. In Abänderung der Darstellung im letzten Bericht sind die Energieverbräuche nun in der Einheit Gigajoule (GJ) dargestellt.

Bei Joh. Barth & Sohn wurde direkt eine Gesamtentnahme an Wasser in Höhe von 4.444 m³ (Geschäftsjahr 2010/2011: 3.820 m³) gemessen. Der durch die Veredelung (Dienstleister) verursachte Wasserverbrauch lag bei 6.546 m³ (Geschäftsjahr 2010/2011: 6.592 m³).

UMWELTBELASTUNGEN

Umweltbelastende Wirkungen aus der Geschäftstätigkeit von Joh. Barth & Sohn ergeben sich durch Abfälle und durch Emissionen. Das ermittelte Gesamtgewicht des **Abfalls** beträgt im Geschäftsjahr 2011/12 ca. 4.955 t, davon 4.897 t indirekt verursacht durch die Dienstleister (Veredelungs-Werke).

Es wird ausschließlich durch die kommunale Entsorgung und durch Spezialdienstleister (z. B. Aktenentsorger) entsorgt.

Der unregelmäßig anfallende Computer- bzw. Elektronik-Schrott wurde nicht berücksichtigt.

Im direkten Bereich werden die Abfälle fast ausschließlich durch die konventionelle kommunale Entsorgung durch Recycling/Rückgewinnung und über die Deponie und sonstige Entsorgung verwertet.

Im indirekten Bereich wurde der entstandene Abfall hauptsächlich über Wieder- und Weiterverwendung (z. B. anfallender Hopfentreber als Futtermittel) und über Recycling/Rückgewinnung durch Spezialdienstleister behandelt.

Die Wassereinleitung im direkten Bereich ist geringfügig höher als im indirekten Bereich. Da hier ausschließlich kommunale Wasserversorgung angesprochen ist, haben wir der Einfachheit halber unterstellt, dass im direkten Bereich alles verbrauchte Abwasser (mit Ausnahme des zur Bewässerung verwendeten Wassers in der Nürnberger Zentrale) in die kommunale Abwasserentsorgung in gleicher Höhe zurückfließt.

Im indirekten Bereich lässt sich die Abwassereinleitung durch Messung unmittelbar erfassen. Sie betrug 2.653 m³ im Geschäftsjahr 2011/12.

Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen und andere wesentliche Luftemissionen (NO_x, SO_x) wurden nicht berücksichtigt, da Erfassungstechniken noch erarbeitet werden müssen.

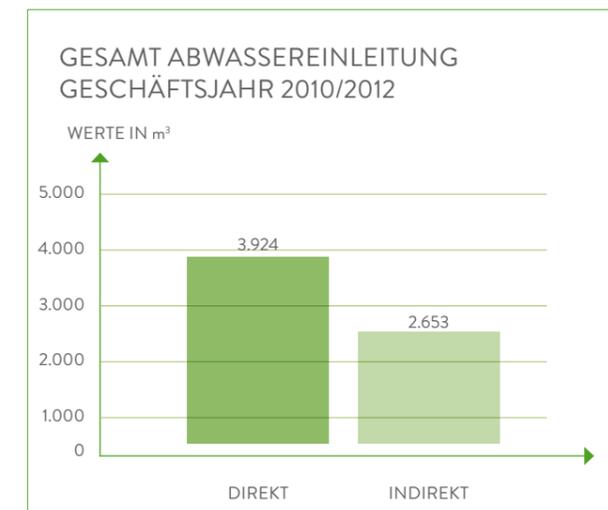
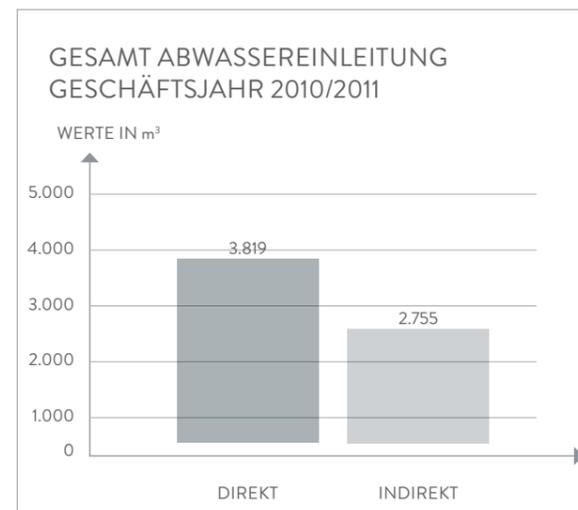
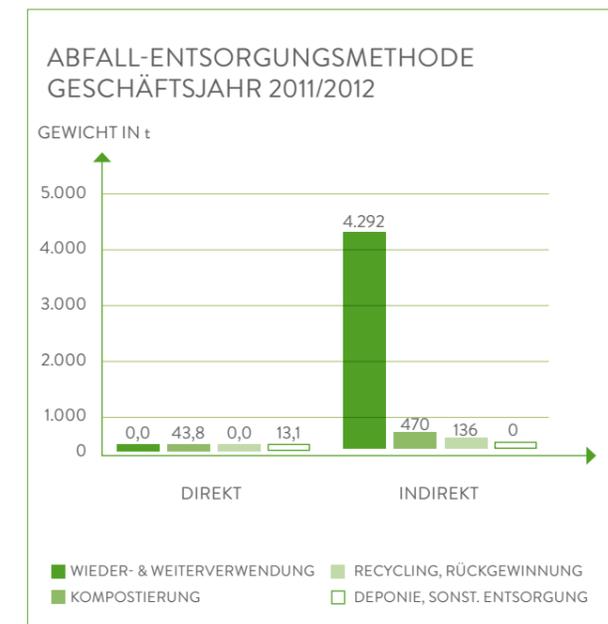
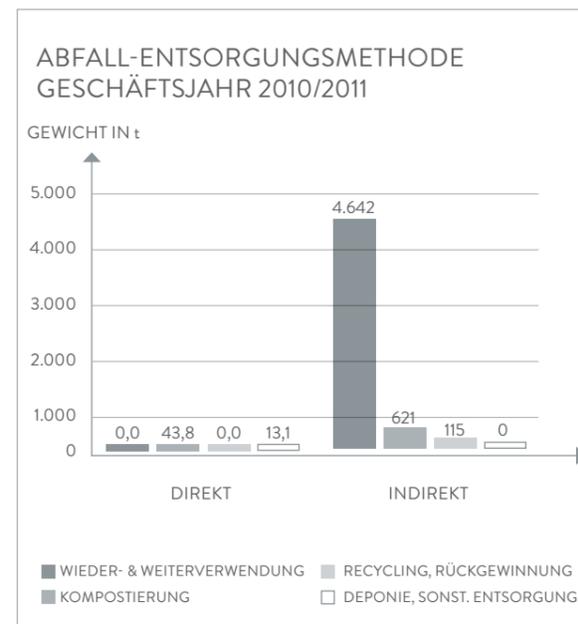
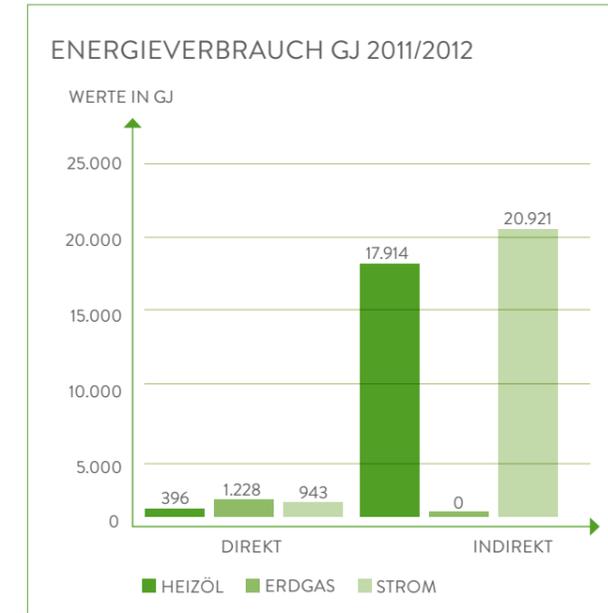
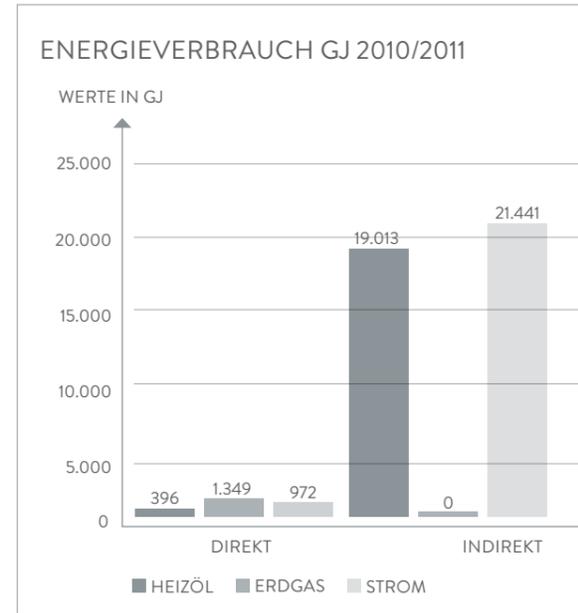
Die durch Transport von Produkten, Materialien und Personen verursachten Umweltwirkungen der Berichtsorganisation werden zwar noch nicht explizit erfasst, unsere Richtlinien gehen aber klar in Richtung Nachhaltigkeit.

So erfolgt der Großteil der Transporte auf dem Land- oder Seeweg, ausstoßintensive Luftfracht wird nur in wenigen Einzelfällen und auf expliziten Kundenwunsch genutzt.

Der Anteil von Bahntransporten am Landverkehr ist gering. Die meisten Güter werden per LKW transportiert; dies ist oft aus Termingründen erforderlich. Wir streben grundsätzlich an, den Anteil der Bahntransporte in Zukunft zu erhöhen.

Für das Geschäftsjahr 2011/12 haben wir erstmals den Gesamt-CO₂-Ausstoß unserer KFZ-Flotte erfasst. Darauf aufbauend werden wir unseren Fuhrpark auf Nachhaltigkeitskriterien ausrichten, indem wir Anreize für unsere Mitarbeiter schaffen, Fahrzeuge mit geringeren CO₂-Emissionen zu bevorzugen („green fleet“).

Joh. Barth & Sohn hatte keine Bußgelder oder Strafgebühren wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich zu zahlen.





05

PRODUKTE UND KUNDEN

- » UNSERE „MEHRWERT“-STRATEGIE
- » QUALITÄTSMANAGEMENT-SYSTEM
- » QUALITÄT SZERTIFIKATE
- » PRODUKTSICHERHEITSKONZEPT
- » QUALITÄT UND INNOVATION

UNSERE „MEHRWERT“-STRATEGIE

Explizites Ziel unserer Geschäftsführung ist es, der Value-Proposition-Leader der Branche zu sein, d.h. unseren Kunden das beste Verhältnis aus Preis und Leistung zu bieten. Dabei geht es um deutlich mehr als nur beanstandungsfreien Hopfen abzuliefern: Wir betrachten es als unsere Aufgabe, alles Wissenswerte zum Thema Hopfen zu erforschen und das erlangte Wissen in den Dienst unserer Kunden zu stellen.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, haben wir in den letzten Jahren zahlreiche Initiativen ergriffen, die sich auf die folgenden drei Säulen stützen:

BEGEISTERUNG FÜR UNSER PRODUKT UND HINGABE FÜR DEN ERFOLG ALLER UNSERER KUNDEN

In enger Zusammenarbeit mit zwei Biersommelier-Weltmeistern und einem Parfümeur entstand 2011 „Das Große Hopfenaromabuch, Band 1“. Es beschreibt systematisch die Aromacharakteristika vieler weltweit verfügbarer Hopfensorten. 2012 ist bereits der zweite Band des Hopfenaromabuchs mit weiteren 39 Hopfensorten erschienen und unterstützt unsere Kunden dabei, ihre Produkte interessanter zu gestalten (siehe hierzu Seite #).

2011 haben wir in Zusammenarbeit mit unseren Partnern bei Botanix Ltd. mit „Simply Hops“ einen Webshop installiert, um Klein- und Hausbrauer spezifischer bedienen zu können (siehe hierzu www.simplyhops.co.uk).

INNOVATIONEN UND VERBREITUNG DER ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN VON HOPFEN

Die Gründung einer dedizierten F&E-Einrichtung unter dem Namen **Barth Innovations Ltd.** im Jahr 2010 bündelt unsere europäischen Forschungsaktivitäten. Sie verfolgt das Ziel, neue Hopfenprodukte für bekannte und neue Anwendungen zu entwickeln und unsere Kunden in technischen Fragen der Umsetzung zu unterstützen. Unsere bereits 1997 etablierte **Forschungsbrauerei** ermöglicht es dabei den Kunden, ihre eigenen Kreationen zu testen.

2012 installierten wir zudem eine **Mikrobrauanlage** in der Nürnberger Zentrale. Wir können nun noch flexibler und schneller auf neue Entwicklungen bei Hopfensorten, -produkten und Bierstilen reagieren (siehe hierzu Seite #).

VERBREITUNG DER „HOPFEN-PHILOSOPHIE“ ÜBER DIE UNERSCHÖPFLICHEN EINSATZ- UND WIRKUNGSMÖGLICHKEITEN VON HOPFENINHALTSSTOFFEN

Die Gründung der **Barth-Haas Hops Academy** im Jahr 2010 verfolgt das Ziel, ein besseres Verständnis der Komplexität des Hopfens und seines ganzen Potenzials zu schaffen. Detailliertes Wissen über die

Verwendung und die Wirkung dieser besonderen Brauzutat ermöglicht es dem Brauer, die Prozesseffizienz zu optimieren und einzigartige Qualitätsbiere zu entwickeln.

Als logische Weiterentwicklung des Hops Academy Konzeptes gründeten wir 2012 die **Barth Hopfen-Akademie**, die unter anderem auch dafür sorgt, unseren Lieferanten die speziellen Anforderungen unserer Kunden schnell und effektiv zu vermitteln und entsprechende Maßnahmen abzuleiten. (siehe hierzu Seite #)

Die personelle Aufrüstung unserer Abteilung **Technical Sales Services** hat dafür gesorgt, dass in technischen Fragen permanent Ansprechpartner für unsere Kunden bereitstehen; angefangen beim richtigen und effizienten Einsatz unserer Produkte bis hin zur Ausarbeitung ganzer Getränkerezepturen.

Unsere **Nachhaltigkeitsbemühungen** selbst sehen wir als wichtigen Teil unserer „**Mehrwert**“-Strategie.

Diese Strategie ist eingebettet in ein konsequentes und **umfassendes Qualitäts- und Produktsicherheitsmanagement**, welches sich über die gesamte Wertschöpfungskette vom Hopfenanbau über die Veredelung bis zum Einsatz der Produkte erstreckt.

Zu unseren aktuellen Nachhaltigkeitsbemühungen im Bereich „Produkte und Kunden“ wollen wir über folgende Schwerpunktthemen näher berichten:

- » Produktsicherheit
- » Das Große Hopfenaromabuch Band 2
- » Befragung zur Kundenzufriedenheit
- » Installation unserer Mikrobrauanlage in Nürnberg

QUALITÄT IST MEHR ALS EINWANDFREIE WARE

Joh. Barth & Sohn ist ein qualitätsorientiertes Unternehmen, das sich mittels Teamarbeit, innovativer Produktentwicklung und konsequenter Weiterentwicklung für größtmögliche Kundenzufriedenheit einsetzt.

In vielen Situationen in der über 200-jährigen Firmengeschichte hat Joh. Barth & Sohn oft genug unter Beweis gestellt, was es heißt, der Brauindustrie weltweit ein verlässlicher Partner zu sein und auch in kritischen Momenten den hohen, selbst gesetzten Standards treu zu bleiben.

Qualität und Produktsicherheit stehen bei Joh. Barth & Sohn an erster Stelle: Wir garantieren, unseren Kunden zu jeder Zeit hochwertige Produkte und Dienstleistungen zu liefern sowie gute und tragbare Lösungen in allen Situationen zu finden – das war in der Vergangenheit so und wird auch in Zukunft so sein.

QUALITÄTSMANAGEMENT-SYSTEM

Durch unser umfassendes Qualitätsmanagementsystem (QMS) stellen wir als Beitrag für höchste Kundenzufriedenheit sicher, dass die Prozesse und Herstellverfahren in unserer Organisation laufend überprüft werden, mit dem Ziel einer dauerhaften Verbesserung der Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen.

Das QMS beschreibt die Methodik und liefert das Handwerkszeug, nach dem unsere Mitarbeiter ihre individuellen Verfahren zur Sicherung und Verbesserung der Qualität ausrichten. Alle erforderlichen Dokumente und Anweisungen sind für jeden Mitarbeiter jederzeit im Intranet abrufbar.

Im Oktober 2012 wurde im Rahmen des alle drei Jahre durchzuführenden Re-Zertifizierungsaudits durch den TÜV SÜD der Nachweis erbracht, dass Joh. Barth & Sohn alle Anforderungen des Qualitätsmanagement-Systems gemäß ISO 9001:2008 erfüllt.

Im Rahmen unseres Anspruchs, sichere und erstklassige Hopfenprodukte anzubieten, hat Joh. Barth & Sohn an allen Unternehmensstandorten HACCP-Programme (Hazard Analysis and Critical Control Points, d.h. Gefahrenanalyse kritischer Lenkungspunkte) entwickelt und eingeführt. HACCP ist ein international anerkanntes Managementsystem, das auf die Prävention lebensmittelbedingter Sicherheitsprobleme ausgerichtet ist.

Das QMS von Joh. Barth & Sohn umfasst neben den ISO-Richtlinien auch die internationalen HACCP-Richtlinien, um eine kontinuierliche Verbesserung hinsichtlich Qualität und Sicherheit zu gewährleisten. Beide Systeme, QM und HACCP, spielen eine sehr wichtige Rolle in unserem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

Seit 2006 ist HACCP auch integraler Teil unseres ISO 9001 QM-Systems und damit einer regelmäßigen Kontrolle und Zertifizierung unterworfen.

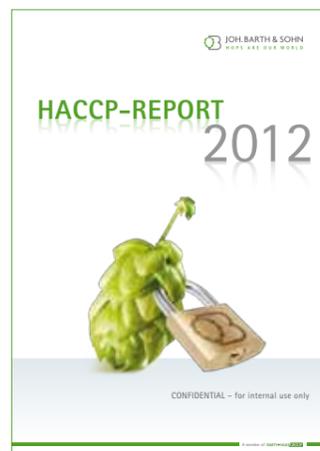
Bei der Entwicklung unseres HACCP-Programms wurden alle Aspekte der Produktion untersucht, von der Rohmaterialbeschaffung bis hin zu Lagerung und Vertrieb des Endprodukts.

Es wurde ermittelt, ob ein Hopfenprodukt einem natürlichen oder prozessinduzierten Sicherheitsrisiko unterliegt. Sicherheitsrisiken können z. B. biologische (vor allem mikrobiologische), chemische und/oder physische Eigenschaften eines Produkts sein, die beim Endverbraucher potenziell zu Verletzungen oder Krankheiten führen können.

Mit Hilfe von HACCP werden bestehende oder potenzielle Risiken identifiziert und ein System eingeführt, um das Gefährdungsrisiko des Endprodukts zu reduzieren.

Die Entwicklung und Durchführung des HACCP-Programms ist lediglich ein Aspekt des kontinuierlichen Engagements von Joh. Barth & Sohn mit dem Ziel, den Kunden sichere und qualitativ hochwertige Hopfenprodukte zu liefern.

Seit 2006 erhielten unseren Kunden auf Anforderung jährlich einen ausführlichen HACCP-Bericht. Im Sinne eines verstärkten und nachhaltigen Stakeholder-Dialogs stellt Joh. Barth & Sohn im Berichtsjahr den neu konzipierten und überarbeiteten HACCP-Bericht erstmals allen Kunden zur Verfügung (siehe hierzu Ausgewählte Kommunikationsinstrumente Seite #).



QUALITÄT ALS WICHTIGES ELEMENT IN DER SUPPLY-CHAIN

Unsere in den letzten zwei Jahrzehnten gesammelten Erfahrungen mit dem QMS und die von Kunden durchgeführten Audits zeigen, dass wir grundsätzlich ohne Beanstandungen arbeiten und zugleich, bedingt durch viele Verbesserungsmaßnahmen hinsichtlich Produkt- und Abwicklungs-Know-how, ständig bei Nachhaltigkeitsthemen (z. B. Reduktion der Umwelt-Belastungen und Produktsicherheit) positiv gewürdigt werden.

Das QMS wird von allen Abteilungen bei Joh. Barth & Sohn unterstützt. Die Qualität unserer Rohstoffe und Produkte wird vom Hopfengarten bis zum Eintreffen in der Brauerei überwacht. Unsere Organisation sorgt dabei für einen effizienten Prozessablauf.

Auch wenn Hopfen unter den landwirtschaftlichen Kulturen seit jeher ein Vorreiter in Sachen Qualität, insbesondere bei der Rückverfolgbarkeit und umfassenden Kontrolle war, gibt es nach wie vor Verbesserungspotenzial.

Landwirtschaftliche Produkte sind während der Vegetationsphase Umwelteinflüssen ausgesetzt. Daraus können Kontaminationen resultieren.

Obwohl Hopfen bei Joh. Barth & Sohn schon seit vielen Jahren regelmäßig und intensiv auf Pestizidrückstände untersucht wird, haben wir den Umfang dieser Kontrollen und damit unseren Qualitätsanspruch mit unserem neuen Produktsicherheitskonzept noch einmal erhöht.

QUALITÄTSZERTIFIKATE

Unser hoher Qualitätsanspruch dokumentiert sich durch verschiedenste Qualitätszertifizierungen bei Joh. Barth & Sohn und in der gesamten Barth-Haas-Gruppe.

ISO 9001:2008 ZERTIFIKATE FÜR JOH. BARTH & SOHN SOWIE WELTWEIT FÜR ALLE VERARBEITUNGSWERKE

- » Joh. Barth & Sohn GmbH & Co. KG
- » NATECO₂ GmbH & Co. KG
- » Hopfenveredlung St. Johann GmbH & Co. KG
- » Botanix Ltd.
- » John I. Haas, Inc.
- » Hop Products Australia
- » Xinjiang Green Diamond Hops Co., Ltd.
- » Gansu Tianma Hops Co., Ltd.

ISO 14001:2004 UMWELTMANAGEMENT-ZERTIFIKATE

- » NATECO₂ GmbH & Co. KG
- » Hopfenveredlung St. Johann GmbH & Co. KG
- » John I. Haas, Inc. (inkl. BetaTec Hop Products)
- » Xinjiang Green Diamond Hops Co., Ltd.
- » Gansu Tianma Hops Co., Ltd.

BIO-ZERTIFIKATE

- » Joh. Barth & Sohn GmbH & Co. KG
- » Hopfenveredlung St. Johann GmbH & Co. KG
- » John I. Haas, Inc.

KOSHER-ZERTIFIKATE

- » NATECO₂ GmbH & Co. KG
- » Hopfenveredlung St. Johann GmbH & Co. KG
- » Botanix Ltd.
- » John I. Haas, Inc.

PRODUKTSICHERHEITS-KONZEPT

„Mehrwert schaffen“ durch „Barth-Hopfen mit Prüfgarantie“

Mithilfe unseres speziell entwickelten „Barth Sicherheitskonzepts“ mit integriertem Frühwarnsystem zur lückenlosen Überwachung der von uns vermarkteten Hopfen bieten wir unseren Pflanzern und Kunden maximale Transparenz für eine bestmögliche „Reinheit des Hopfens“.

„Barth-Hopfen als Imagefaktor“

Das „Barth-Prüfsiegel“ bietet unseren Kunden und Lieferanten einen Hopfen mit Prüfgarantie. Damit sind sie mit Barth-Hopfen auf der sicheren Seite.

Die lückenlose Überwachung auf mögliche Rückstände von Pflanzenschutzmitteln stellt sicher, dass nur Hopfen in Umlauf gebracht wird, der sowohl rechtliche als auch Kundenanforderungen erfüllt. Damit werden Absatz- und Haftungsprobleme sowohl für Pflanzler als auch für den Kunden minimiert.

Sollte es dennoch zu Problemen kommen, erkennen wir diese durch gezielte Maßnahmen schnell und garantieren so Sicherheit für alle Seiten. Durch die lückenlose Chargendokumentation in unserem IT-System lassen sich zügig Behebungsmaßnahmen durchführen.

Der Schaden im Markt, bei den Kunden und Pflanzern hält sich durch die schnelle Unterstützung seitens Joh. Barth & Sohn in sehr engen Grenzen.

UNSER „FRÜHWARNSYSTEM“ ERKENNT VORHER, WAS DEM HOPFEN FEHLT

Schon seit 1994 gibt es das „Barth-Blattprogramm“, mit dessen Hilfe der Hopfen schon vor der Ernte auf Pflanzenschutzmittel-Rückstände getestet wird.

Die enge Zusammenarbeit und der Informationsaustausch mit den Pflanzern sowie die gezielte Beratung durch unsere kompetenten Einkaufsexperten lassen frühzeitige Prognosen zu.

Bei der regelmäßigen „Barth-Hopfenrundfahrt“ zu ausgewählten Hopfengärten in allen europäischen Anbaugebieten werden Befallsituationen beobachtet, dokumentiert und entsprechende Maßnahmen abgeleitet.



* Die Barth Garantie bezieht sich darauf, dass Barth Ihre Hopfen und Hopfenprodukte einer umfangreichen Qualitätsprüfung und Wirkstoffanalyse unterzieht, nicht aber auf die 100%ige Reinheit dieser Produkte. Die Einzelheiten des Prüfprogramms können unter www.barthhaasgroup.com eingesehen werden.

DAS UMFANGREICHSTE PRÜFPROGRAMM DER BRANCHE

Alle von uns bezogenen Hopfen und Hopfenprodukte werden in einer standardisierten Form zu Mischmustern zusammengefasst und zu 100 % analysiert. Details zur schematischen Vorgehensweise und zum definierten Wirkungsspektrum können auf der Barth-Website eingesehen werden.

Erst nach Vorliegen der Analyseergebnisse wird der Hopfen zur Verarbeitung und Vermarktung freigegeben.

Im Zusammenhang mit der Barth-Prüfgarantie wurden in Ernte 2012 insgesamt mehr als 800 Rohhopfen- und Produktanalysen durchgeführt. Diese, sowie auch die kundenspezifischen Analysen, ergaben mit einigen wenigen Ausnahmen keine problematischen Resultate. Somit hat sich unser umfassendes Screening-Programm im Rahmen der neuen Barth-Prüfgarantie als wichtiger Faktor erwiesen, um unseren Kunden beim Thema Produktsicherheit ihrer Rohstoffe ein gutes Gefühl der Sicherheit zu geben.

Aufgrund der positiven Rückmeldungen unserer Kunden und der im letzten Jahr gemachten Erfahrungen zur Organisation und Logistik der Barth-Prüfgarantie wird dieses Konzept ab Ernte 2013 im Rahmen einer „Barth-Haas-Prüfgarantie“ auf weitere Mitglieder der Barth-Haas-Gruppe übertragen werden.

RÜCKVERFOLGBARKEIT JEDER HOPFEN- UND PRODUKTPARTIE

Unser IT-System speichert alle Daten und erlaubt eine korrekte Zuordnung der Hopfen zu den Kundenanforderungen. So können die in einer Produktcharge enthaltenen Pflanzerteile problemlos rückverfolgt werden.

Rückstellmuster aller Hopfen- und Produktpartien werden mindestens fünf Jahre lang aufbewahrt. Der Pflanzenschutzbogen wurde von Joh. Barth & Sohn entwickelt und hat sich als Standard in der deutschen Hopfenwirtschaft etabliert.

Der von Joh. Barth & Sohn eingeführte **Pflanzenschutzkalender** erhöht die Zuverlässigkeit und Vollständigkeit der dokumentierten Pflanzenschutzmaßnahmen exklusiv für unsere Lieferanten und Kunden.

All diese Qualitätsmaßnahmen haben ihren Preis. Wir bei Joh. Barth & Sohn sind der Meinung, dass die Sicherheit und Zuverlässigkeit unserer Produkte einen so hohen Stellenwert haben, dass diese Ausgaben gerechtfertigt sind. Durch Vermeidung von Rückrufaktionen, Produktionsunterbrechungen, Imageschäden und durch eine höhere Sicherheit und Transparenz kommen diese Aufwendungen indirekt auch wieder unseren Lieferanten und Kunden zugute.

JOH. BARTH & SOHN-PRODUKTSICHERHEITS-KONZEPT UND PFLANZER

Unsere Maßnahmen sind nicht nur sehr gut geeignet, Schadensfälle frühzeitig aufzudecken, sie sorgen auch dafür, die nachhaltige Produktion bei unseren Lieferanten sicherzustellen und Schadensfälle zu vermeiden.

Unsere professionellen Einkäufer (ausgebildete Agraringenieure bzw. Landwirtschaftsmeister) werden im Bereich Pflanzenschutz fortlaufend durch interne und externe Experten geschult und sind damit immer auf dem neuesten Stand bezüglich Zulassungssituation, Anwendungstechnik und gesetzlicher sowie Kundenanforderungen. Durch regelmäßige Besuche der Barth-Einkäufer werden unsere Hopfenpflanzter laufend über die aktuellen Vorgaben unserer Kunden sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen auf den einzelnen Exportmärkten informiert.

Weitere wichtige Instrumente zum optimalen Informationsaustausch zwischen Joh. Barth & Sohn und seinen Lieferanten sind der exklusive Barth-Pflanzenschutzkalender sowie das jährliche Barth-Pflanzenschutz-Schreiben und die aktuellen Infos im Barth-Fax.

Einen wichtigen Beitrag zur Produktsicherheit liefern spezielle Seminare zum Thema im Rahmen der neu gegründeten Barth Hopfen-Akademie (siehe hierzu Seite #).

Im Frühjahr 2013 wurden alle Barth-Lieferanten mit Hilfe einer speziell für Barth-Hopfenpflanzter konzipierten Produktsicherheits-Broschüre über die einzelnen Maßnahmen im Rahmen des Barth-Sicherheitskonzeptes und der Barth-Prüfgarantie informiert.



ZU BEACHTENDE NORMEN

Joh. Barth & Sohn unterliegt für seine Produkte und Dienstleistungen einer Reihe von Gesetzesvorschriften und Verordnungen, die der Sicherheit des Verbrauchers dienen.

Die Erbringung der Informationspflichten ist ohne Beanstandung. Das belegen die Qualitätsaudits durch Kunden ebenso wie nicht verhängte Bußgelder.

Im Berichtszeitraum gab es keinerlei Beschwerden über Verletzungen des Schutzes von Kundendaten.

Nachfolgend ist ein Auszug der **Normen und Vorschriften** aufgelistet, die für Joh. Barth & Sohn maßgeblich sind.

NORMEN

EU-VERORDNUNG (EG) NR. 1107/2009

Legt u. a. alle Wirkstoffe fest, die in Pflanzenschutzmitteln enthalten sein dürfen, die in den Mitgliedsstaaten zugelassen werden sollen; ist Grundlage für deutsches Pflanzenschutzgesetz (PflSchG)

EU-VERORDNUNG (EG) NR. 178/2002 (BASISVERORDNUNG)

Verlangt u. a. komplette Rückverfolgbarkeit (vor- und nachgelagert) in der Lebensmittelproduktion

EU-VERORDNUNG (EG) NR. 396/2005

Harmonisierte Liste von Höchstmengen für alle Lebensmittel und alle Wirkstoffe

EU-VERORDNUNG (EG) NR. 852/2004

Lebensmittelhygiene-VO (HACCP etc.)

EU-VERORDNUNG (EG) NR. 1935/2004

Lebensmittelverpackungen

EU-VERORDNUNG (EG) NR. 1850/2006

Zertifizierung von Hopfen und Hopfenerzeugnissen

LEBENSMITTEL- UND FUTTERMITTEL-GESETZBUCH (LFGB)

Regelt Kennzeichnungspflicht, Hygienevorschriften, Lebensmittelüberwachung u. a.

US FEDERAL INSECTICIDE, FUNGICIDE AND RODENTICIDE ACT (FIFRA)

Regelt Pestizidzulassungen in den USA

US FEDERAL FOOD, DRUG, AND COSMETIC ACT (FD&C ACT)

Legt Rückstandshöchstmengen für Lebensmittel (inkl. Hopfen) fest

JAPANESE FOOD SANITATION LAW

Enthält eine Positivliste mit Rückstandshöchstmengen für Lebensmittel (inkl. Hopfen)

FEEDBACKSYSTEME

Joh. Barth & Sohn führt regelmäßig alle zwei Jahre eine internetbasierte Kundenzufriedenheitsbefragung durch. Diese dient vor allem dazu, Hinweise auf mögliche Verbesserungspotenziale zu sammeln und dadurch unseren Kundenservice weiter zu verbessern.

Die aktuelle Kundenbefragung wurde 2012 in drei Sprachen durchgeführt. Im Verteiler war sichergestellt, dass neben den Einkaufsverantwortlichen auch die direkten Ansprechpartner sowohl in der

Technik als auch in der Abwicklung in den jeweiligen Braustätten über ihre Erfahrungen mit Barth befragt werden. Von 448 versandten Online-Bögen wurden 107 ausgefüllt zurück geschickt. Damit stieg die Rücklaufquote gegenüber der letzten Befragung in 2010 noch einmal von 19,5 % auf 23,9 %.

Es wurden insgesamt 18 Fragen zu den folgenden Themenbereichen gestellt, die auf einer Skala von 1 (mangelhaft) bis 5 (hervorragend) bewertet werden konnten:



Die Auswertung unserer Kundenbefragung ergab eine durchgehend hohe Zufriedenheit unserer Kunden sowohl mit den Produkten als auch mit dem Service. Insbesondere unsere technische Beratung sowie die neuen Aktivitäten im Rahmen der Hops Academy und der Nachhaltigkeit wurden sehr positiv beurteilt.

Alle Fragen wurden im Durchschnitt mit Noten zwischen 4.0 und 4.7 bewertet, mit der Ausnahme des Internetauftrittes, der mit Noten zwischen 3.8 und 4.1 noch ein deutliches Verbesserungspotenzial zeigte.

Nicht zuletzt als Konsequenz aus dieser Kundenbewertung wurden die Webseiten der Barth-Haas-Gruppe und von Joh. Barth & Sohn komplett neu gestaltet und sind seit Anfang 2013 mit neuem Design und verbesserten Inhalten zu finden unter www.barthhaasgroup.com und www.johbarth.de.

Wir freuen uns über ein Feedback aller Geschäftspartner und Interessenten.

QUALITÄT UND INNOVATION

Ein wichtiger Antrieb für Joh. Barth & Sohn ist es, für unsere Kunden „Mehrwert“ zu schaffen.

Durch intensive Bemühungen, das Wissen über den Rohstoff Hopfen zu verbessern und zu erweitern, wollen wir dazu beitragen, dass Brauereien mithilfe des Hopfeneinsatzes ihre Produkte verbessern

und sich im Wettbewerb um ihre Kunden differenzieren können.

Eine Möglichkeit hierzu ist das von Joh. Barth & Sohn herausgegebene **Hopfenaromabuch**. Mit dessen Hilfe können Brauer auf natürliche Weise innovative Biere mit neuartigen Geschmacks- und Aromaeigenschaften anbieten, wie es bislang noch nicht möglich war.

DAS GROSSE HOPFEN-AROMABUCH BAND 2

Kein Rohstoff beim Brauen hat so viel Einfluss auf Aroma, Geschmack und Bittere eines Bieres wie Hopfen. Und kein Rohstoff hat so viele Aromen wie Hopfen.

Im November 2011 hat Joh. Barth & Sohn in enger Zusammenarbeit mit zwei Biersommelier-Weltmeistern und einem Parfumeur die Aromen von 48 Hopfensorten aufgeschlüsselt und im Großen Hopfenaromabuch detailliert beschrieben. Gefunden wurden einzigartige Aromen für jede Hopfensorte. Da das originäre Hopfenaroma nur ein Anhaltspunkt für das Hopfenaroma im Bier sein kann, hat das Team eine Hopfenbeurteilung mittels Kaltextraktion entwickelt, die auch eine ungefähre Aromavorhersage für eine Kalthopfung erlaubt. Nur wer die Hopfenaromen und ihre Wirkungen kennt, kann auch seine Kunden für die jeweiligen Biere begeistern.

Aufgrund eines überwältigenden Feedbacks von Brauereien aller Größenordnungen wurde 2012 Band 2 des Großen Hopfenaromabuches vorgestellt, in dem unser bewährtes Experten-Team das Aroma von 39 weiteren Hopfensorten, inklusive der vier neuen Hüller Flavour-Sorten aufschlüsselt und detailliert beschreibt. Neu ist in Band 2 vor allem der „Anbauvergleich“, in dem Hopfensorten aus verschiedenen Anbaugebieten verglichen werden.

Aktuell wird am Band 3 des Großen Hopfenaromabuches gearbeitet. Hier werden weitere Hopfensorten u. a. aus Deutschland, Tschechien, Polen, Slowenien, England, China und Neuseeland charakterisiert. Das Buch wird Ende 2013 erscheinen. Mit Band 1 bis 3 werden dann ca. 130 Hopfensorten katalogisiert sein.



AUSZEICHNUNGEN

Die Anstrengungen der Barth-Haas-Gruppe, unseren Kunden neben Produktqualität und -sicherheit auch ein umfassendes Leistungspaket zu bieten, findet zunehmend Anerkennung.

So wurden wir am 30. Mai 2013 von dem Braukonzern MillerCoors, USA, zum „**Brewing Materials Supplier of the Year 2012**“ (Lieferant des Jahres 2012) gekürt. Explizit wurde unser nachhaltiges Wirtschaften als eines der ausschlaggebenden Kriterien im Auswahlprozess erwähnt.

Unsere australische Tochter Hop Products Australia Pty. Ltd. erhielt im vergangenen Jahr die Auszeichnung „**Most outstanding supplier for 2012**“ von der Lion Brewery, dem größten Brauer Australiens und Tochter des japanischen Kirin-Konzerns.

Diese Auszeichnungen erfüllen uns mit Stolz und sind eine Bestätigung, dass unsere vielfältigen Aktivitäten in die richtige Richtung zielen und uns helfen, unseren Kunden Mehrwerte zu bieten. Zugleich sind sie uns Ansporn, im Bestreben nach ständiger Verbesserung nicht zu ruhen.



ABREW CALYPSE NOW

Ein weiterer großer Schritt auf dem Weg zu einem besseren Verständnis des Einflusses von Hopfenaromen auf den Biergeschmack war die Einweihung unserer **Mikro-Brauanlage „ABrewCalypse Now“** im November 2012 in unserer Zentrale in Nürnberg. Diese Anlage bietet uns die Möglichkeit, noch flexibler und schneller exakt auf kundenspezifische Anfragen und Wünsche zum Thema Hopfen einzugehen. In kleinem Maßstab, aber schnell und reproduzierbar, können wir nun hopfenspezifische Charaktereigenschaften im Bier herausarbeiten, kreative Mischungen herstellen oder Bierrezepturen für Kunden entwickeln.

In enger Zusammenarbeit mit den Brauingenieuren unserer Abteilung **Technical Sales Support** können sich interessierte Brauer ein detailliertes Wissen über die Verwendung und die Wirkung von Hopfen erarbeiten, um einzigartige Qualitätsbiere mit außerordentlichen Hopfenaromen zu entwickeln.

06

MITARBEITER

- » HERAUSFORDERUNGEN FÜR DAS PERSONALMANAGEMENT
- » WETTBEWERB UM BESTE TALENTE
- » INTEGRATION ÄLTERER MITARBEITER
- » KONTINUIERLICHE WEITERENTWICKLUNG DER MITARBEITER
- » SYSTEMATISCHE POTENZIAL- UND LEISTUNGSBEURTEILUNG
- » LEISTUNGSGERECHTE VERGÜTUNG
- » VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF
- » GESUNDE MITARBEITER
- » STÄRKUNG DES BEWUSSTSEINS FÜR NACHHALTIGKEIT
- » SOZIALE KENNZAHLEN

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DAS PERSONALMANAGEMENT

Lieferanten und Kunden von Joh. Barth & Sohn sind in vielen Ländern aktiv. Deren Ansprüche und kulturelle Unterschiede stellen höchste Anforderungen an unser Leistungsvermögen.

Internationalität und (kulturelle) Vielfalt erfordern eine tragfähige Vision und aktiv gelebte Unternehmenswerte als weltweit verbindendes Element. Unsere seit dem Jahr 2010 neu definierte Vision und die weiterentwickelten Werte sollen dazu beitragen, bei Joh. Barth & Sohn eine leistungsorientierte nachhaltige Kultur zu etablieren (siehe hierzu Wertefundament Seite #).

Unsere kulturellen Werte – Lösungsorientierung, Teamfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Wertschätzung – bilden eine verlässliche Basis für die weltweite produktive Zusammenarbeit untereinander und mit unseren Geschäftspartnern.

Unsere Kultur fördert zugleich Unternehmergeist, Eigenverantwortung, belohnt persönliche Bestleistungen und basiert dabei auf Fairness und Teamgeist.

Unsere kulturellen Werte sind somit nicht nur eine wesentliche Grundlage dafür, unsere Mission im Wettbewerb zu erfüllen, sondern zugleich eine wichtige Orientierungshilfe für unsere Mitarbeiter. Für die Durchdringung der Organisation mit den Werten zeichnet unser Personalmanagement verantwortlich – mit all seinen Aktivitäten: beginnend mit der Mitarbeitergewinnung, über Mitarbeiterbindung sowie Aus- und Weiterbildung bis hin zu Themen wie Leistungsbewertung, Vergütung, Vielfalt und Gesundheitsmanagement. Die Herausforderungen der Zukunft im Bereich Mitarbeiter bezüglich Nachhaltigkeit sehen wir vor allem in folgenden personalpolitischen Zielen gegeben:



WETTBEWERB UM DIE BESTEN TALENTE

Wir versuchen als Arbeitgeber attraktiv für Mitarbeiter zu sein. Unser internationales Geschäftsumfeld erfordert Menschen, die sehr flexibel und mit hoher Eigeninitiative agieren. Wir suchen Talente, die auch im permanenten Wandel erfolgreich sind und diesen proaktiv nutzen.

Joh. Barth & Sohn investiert frühzeitig in seine Nachwuchskräfte. Wir haben ein Netzwerk zu einschlägigen Hochschulen und Zusammenarbeit mit Professoren etabliert. Wir bieten Studenten mit

Praktikumsplätzen die Möglichkeit, ihr Können im Rahmen von Seminar- und Abschlussarbeiten in der Praxis unter Beweis zu stellen. Wir lernen zugleich hoch qualifizierte und motivierte Talente kennen und können sie frühzeitig an unser Unternehmen binden (siehe hierzu Barth-Haas Grants Seite #).

Joh. Barth & Sohn bildet darüber hinaus Groß- und Außenhandelskaufleute aus und fördert die berufliche Weiterentwicklung der Mitarbeiter unter anderem in Richtung Fach- und Betriebswirte als berufsbegleitende Ausbildung.

INTEGRATION ÄLTERER MITARBEITER

Junge Talente sind eine Seite, die andere ist, wie man zukünftig mit den aufgrund der demographischen Entwicklung zu erwartenden älteren Mitarbeitern umgehen muss.

Herrschte angesichts früherer „Jugendwahn“-Ideen in der Wirtschaft oftmals die Meinung vor, ältere Mitarbeiter (50 plus) möglichst früh auf Raten und nicht selten auf Kosten der Sozialversicherungssysteme mangels Wille zur Weiterbildung oder wegen reduzierter intellektueller und physischer Leistungsfähigkeit und fehlender Anpassungsfähigkeit in den oft frühzeitigen Ruhestand zu schicken, sieht dies heute aufgrund der gemachten Erfahrungen anders aus.

Bei Joh. Barth & Sohn bedarf es keiner gesonderten personalpolitischen Neuerungen zur Integration älterer Mitarbeiter, gleichwohl ändern sich aber Schwerpunkte.

Themen wie die Gesundheitsförderung zum möglichst langen Erhalt der individuellen Leistungsfähigkeit und eine flexible Arbeitszeitgestaltung werden noch mehr Aufmerksamkeit bekommen müssen.

Denn nur so kann es uns gelingen, das hohe Erfahrungswissen, ein erhöhtes Qualitätsbewusstsein, Arbeitgeberloyalität, ein hohes Maß an Urteilsvermögen und Übernahme von Verantwortung seitens älterer Mitarbeiter zielführend zu berücksichtigen.

KONTINUIERLICHE WEITERENTWICKLUNG DER MITARBEITER

Die systematische Entwicklung und Förderung der verschiedenen Talente und Fähigkeiten unserer Mitarbeiter – in welcher Altersstufe auch immer – ist eine wesentliche Voraussetzung für die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen – und damit für unseren unternehmerischen Erfolg.

Neun Nationalitäten arbeiten in zwölf Sprachen am Erfolg von Joh. Barth & Sohn. Aus diesem Grund investieren wir in Wissen, Kreativität und soziale Kompetenz unserer Mitarbeiter.

Joh. Barth & Sohn stellt seinen Mitarbeitern interne und externe **Weiterbildungsangebote** und **Schulungsprogramme** für die gezielte berufliche Entwicklung und für ein lebenslanges Lernen zur Verfügung.

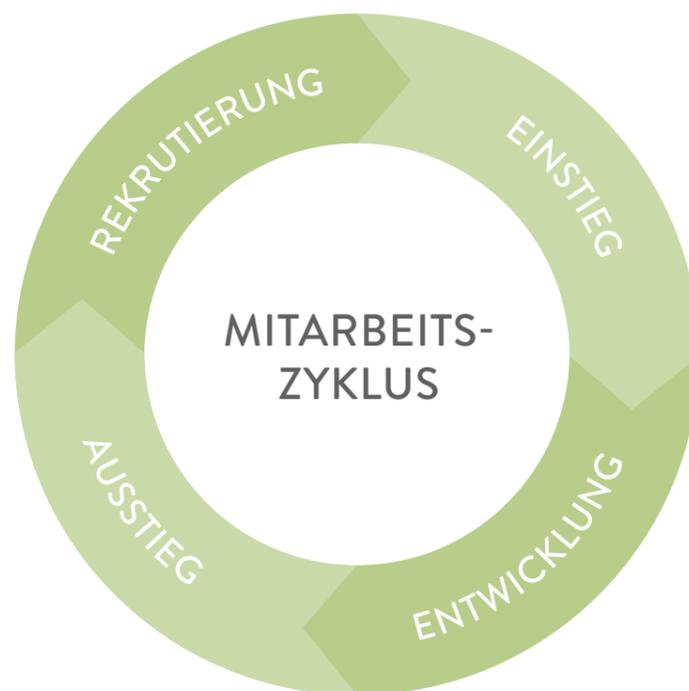
Unsere Weiterbildungsangebote reichen von (Führungs-) Seminaren über internationale Forschungs- und Entwicklungs-Meetings für unsere Produktentwickler bis hin zu Workshops zur Finanzberichterstattung gemäß internationalen Standards.

Andere Beispiele sind regelmäßige Schulungen für unseren Einkaufs- und Vertriebsstab zur Vertiefung seiner Kenntnisse zur Nachhaltigkeit von Joh. Barth & Sohn-Produkten.

Jeder unserer Mitarbeiter verbringt im Durchschnitt etwa drei Tage pro Jahr mit der Teilnahme an Seminaren zur Förderung seiner beruflichen und persönlichen Entwicklung mit dem Ziel, weitere und vertiefte Kenntnisse zu erwerben. So absolvierten beispielsweise unsere Verkäufer gemeinsam mit dem Technical Sales Support und einem Teil der Geschäftsleitung eine zweiwöchige Ausbildung zu Bier-Sommeliers (siehe hierzu Highlights des Jahres Seite #).

Die **Barth-Haas Hops Academy** bietet Kunden und auch Mitarbeitern die Möglichkeit, sich fachlich in Fragen der Technik und Wirtschaft des Hopfens weiterzubilden.

Unser Bemühen ist stets darauf ausgerichtet, unseren Mitarbeitern über die gesamte Zeit (Mitarbeits-Zyklus) ihrer Mitarbeit bei Joh. Barth & Sohn – von Rekrutierung, über Einstieg und Entwicklung bis hin zum Ausstieg individuell und gerecht eine adäquate Unterstützung zu bieten.



ARTEN VON SCHULUNGSMASSNAHMEN

Voraussetzung zur Erhaltung und ständigen Verbesserung der Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen ist die Sicherung der fachlichen Qualifikation unserer Mitarbeiter. Hierzu sind Schulungen notwendig, um das erforderliche Fachwissen zu vermitteln sowie die Qualitätsziele und abteilungsübergreifenden Zusammenhänge zu begreifen.

Die Mitarbeiter nehmen regelmäßig an Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen teil. Grundlage hierfür sind von den Vorgesetzten zusammen mit der Personalabteilung erarbeitete Schulungspläne für jeden einzelnen Arbeitsplatz. Art und Inhalt der Schulungen sind auf die speziellen Anforderungen des Arbeitsplatzes abgestimmt und werden beim jährlichen Personalgespräch angepasst. In den Kompetenzprofilen der Mitarbeiter ist festgelegt, welcher Ausbildungsstand notwendig ist, damit der Arbeitsplatz ausgefüllt werden kann.

Die Qualifikation unserer Mitarbeiter wird sowohl durch externe als auch durch interne Schulungsmaßnahmen gefördert.

Der Schwerpunkt der von uns durchgeführten Schulungen liegt in der Vermittlung und Erweiterung branchenbezogener und firmeninterner Kenntnisse, wie z. B.

- » Produkt- und verarbeitungsspezifische Fortbildungsseminare in Zusammenarbeit mit unseren Verarbeitungswerken zur Optimierung der Kundenbetreuung
- » Durchführung von regelmäßigen, abteilungsinternen oder abteilungsübergreifenden Gesprächsrunden (Jours Fixes, Projektteams, Arbeitsgruppen). Sie dienen dem Erfahrungs- und Informationsaustausch und unterstützen die Koordinierung der Einzelaufgaben bei der Lösung komplexer Problemfälle
- » Unterrichtung der Mitarbeiter über organisatorische und das QM-System betreffende Veränderungen (Außendienst- und Einkäufer-Informationen, Umläufe)
- » Speziell auf Joh. Barth & Sohn abgestimmte EDV-Schulungen durch die hauseigene EDV-Abteilung
- » Informationen über das aktuelle Marktgeschehen (Fachzeitschriften, wöchentliche Pflanzenstandsberichte über die heranwachsende Ernte)
- » Im Bereich Advanced Hop Products spezielle Informationsveranstaltungen für den Verkauf durch den Technical Sales Support

Für allgemeine Fortbildungsmaßnahmen wie beispielsweise Sprachkurse werden dagegen überwiegend externe Bildungsinstitute eingeschaltet.

SYSTEMATISCHE POTENZIAL- UND LEISTUNGSBEURTEILUNG

Die kontinuierliche Entwicklung von Kompetenzen und persönlichen Fähigkeiten ist eine Sache. Es gilt, diese auch systematisch zu betreiben. Eines der wichtigsten Instrumente innerhalb des Management-Prozesses für unsere Führungskräfte und Mitarbeiter ist daher die IT-gestützte systematische Potenzial- und Leistungsbeurteilung. Sie ist zugleich Basis für die leistungsorientierte Vergütung.

rien beurteilt. Basis hierfür sind Stellenbeschreibungen und Anforderungsprofile.

Explizit beurteilt werden neben Fach- und Problemlösungskompetenz gleichrangig Führungs-, Sozial- und Verantwortungskompetenz.

Die Mitarbeiterbeurteilung erfolgt in **vertraulichen Feedback-Gesprächen** auf Basis der im Beurteilungszeitraum erbrachten Leistungen durch Vertreter der Fach- und Personalabteilung. Unsere Mitarbeiter können so genauestens erkennen, was von ihnen erwartet wird, worin ihre Stärken und Schwächen liegen und wo noch Entwicklungsbedarf besteht.

Solche Feedbackgespräche dienen nicht nur der Würdigung der individuellen Leistung, sondern erleichtern auch berufliche und persönliche Weiterentwicklung und somit eine gezielte und langfristige Karriereplanung.

Individuelle **Personalentwicklungspläne** beschreiben zum Beispiel Fortbildungsmaßnahmen am Arbeitsplatz, Seminare und Aufgabenerweiterung, die Vorbereitung auf zukünftige Anforderungen und die Übernahme von Führungsaufgaben.

Sämtliche Gespräche, Aktivitäten und Maßnahmen werden schriftlich dokumentiert und in geeigneten zeitlichen Abständen überprüft.

Die regelmäßig stattfindenden Bewertungen basieren auf einer international anerkannten, systematischen und konsistenten Methodik, der sich alle Mitarbeiter und Führungskräfte unterziehen müssen.

ELEMENTE DER LEISTUNGS- UND POTENZIALBEURTEILUNG

- » Stellenbeschreibungen/-bewertung
- » Kompetenz- und Eignungsprofile
- » Anforderungsprofile (fachliche, soziale, Führungs- und Schlüsselqualifikation)
- » Leistungsbeurteilung und Entgelt
- » Feedback: Mitarbeitergespräche und -befragung, Patenschafts- und Mentorenkonzept

MASSNAHMEN ZUR ENTWICKLUNGS- UND KARRIEREPLANUNG

- » Kompetenzförderung „on the job“ durch Job-Rotation, Job-Enlargement, Job-Enrichment und Projektarbeit
- » Systematische Aus- und Weiterbildung

Regelmäßig werden für alle Mitarbeiter Leistungsanforderungen und Leistungsergebnisse anhand transparenter, nachvollziehbarer Krite-

LEISTUNGSGERECHTE VERGÜTUNG

Wir bieten unseren **Mitarbeitern** sichere Arbeitsbedingungen, eine mittelstandsadäquate faire Honorierung ihrer Leistungen und alles sonst, was die Mitarbeit in einem traditionsreichen, weltweit tätigen familiengeführten Unternehmen mit all seinen spezifischen kulturellen Gegebenheiten ausmacht.

Getreu unserem Motto – fordern, fördern und belohnen – ermutigen wir unsere Mitarbeiter, Verantwortung zu übernehmen – für den Erfolg des Unternehmens, aber auch für die Umsetzung unserer Werte.

Wir arbeiten bereits seit einigen Jahren intensiv an unserer Wertekultur. Auch sind wir überzeugt, dass unsere Werte ein Fundament für nachhaltigen Erfolg darstellen.

Unsere offene, respektvolle Dialog- und Feedback-Kultur vermag im Verbund mit unseren anderen personalbezogenen Zielen nicht nur Orientierung zu geben, sondern wirkt auch sehr motivationsfördernd. Materielle und immaterielle Anreize tun ein Übriges.

Grundsätzlich bieten wir jedem unserer Mitarbeiter eine marktgerechte Vergütung für mittelständische Unternehmen. Im Einzelnen bedeutet dies:

Gehalt und Zusatzleistungen

- » Marktgerechte Vergütung
- » Betriebliche Altersversorgung
- » Geldwertäquivalente Leistungen
- » Kostenfreier Getränkeverzehr

Vereinbarkeit von „Familie und Beruf“

- » Monatliche Kindergartenkosten
- » Telearbeitsplätze (Home Office)
- » Unterstützung vielfältiger Art bei Problemen im Privatbereich

Unterstützung sozialer Engagements von Mitarbeitern

- » Unterstützung bzw. Freistellung für Mitwirkung in Verbänden, Vereinen und kulturellen Institutionen

VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist ein aktuelles gesellschaftspolitisches Thema und einer der Schwerpunkte in unserer Unternehmung.

Wir sind überzeugt: Nur wenn wir dazu beitragen, dass unsere Mitarbeiter die Herausforderungen von Beruf und Familie erfolgreich meistern können, werden wir unternehmerisch nachhaltig erfolgreich sein. Flexible Arbeitszeiten sehen wir hier als ein wesentliches Instrument an. Wir gehen auf individuelle Wünsche ein und ermöglichen – so weit es geht – Gleitzeit, Teilzeit und Tele-Heimarbeitsplätze.

Zum Beispiel bietet Joh. Barth & Sohn allen in der Elternzeit befindlichen Mitarbeitern Tele-Heimarbeitsplätze an, um den Kontakt nicht vollständig zu verlieren sowie einen reibungslosen Wiedereinstieg nach der Elternzeit zu ermöglichen.

Auch unterstützen wir sehr gerne Mitarbeiteraktivitäten im privaten Umfeld durch Zuwendungen, sei es durch finanzielle Unterstützung, Sachzuwendungen oder Freistellungen.

GESUNDE MITARBEITER

Nicht nur, weil zukünftig die Integration älterer Mitarbeiter in den Arbeitsprozess bedeutsamer wird, kommt der betrieblichen Gesundheitsförderung eine größere Wichtigkeit zu.

Einschlägige empirische Befunde zeigen: Unternehmen, die Gesundheit an ihren Arbeitsplätzen fördern, senken damit krankheitsbedingte Kosten und steigern ihre Produktivität. Dies ist das Ergebnis einer gesünderen Belegschaft mit höherer Motivation, besserer Arbeitsmoral und besserem Arbeitsklima.

Für die betriebliche Gesundheitsförderung heißt dies, dass Programme

zur körperlichen und psychischen Gesundheit immer wichtiger werden.

Joh. Barth & Sohn bietet seinen Mitarbeitern bereits vielfältige Unterstützung an und beabsichtigt auch zukünftig, die Gesundheit durch gezielte Programme und Vorsorge noch weiter zu fördern. Dazu gehört, vorbeugend arbeitsplatzbedingte Risiken zu vermeiden, die zu Langzeiterkrankungen und Berufsunfähigkeit führen können.

Unsere Möglichkeiten der flexiblen Arbeitszeitgestaltung helfen dabei, die **Balance** zwischen Arbeit und Freizeit unserer Mitarbeiter zu verbessern und arbeitsplatzbedingte Stressfaktoren zu reduzieren.

„JOHANNES BARTH GEDÄCHTNISVEREIN“

Der „Johannes Barth Gedächtnisverein“ wurde eingerichtet, um Barth-Mitarbeiter bei außerordentlichen Belastungen im Krankheits-

fall über die vorhandenen Versicherungssysteme hinaus finanziell zu unterstützen.

STÄRKUNG DES BEWUSSTSEINS FÜR NACHHALTIGKEIT

Die Entwicklung und das Bewusstsein aller Mitarbeiter hinsichtlich der Prinzipien des nachhaltigen Wirtschaftens spielen eine Schlüsselrolle bei unserer Ausrichtung auf Nachhaltigkeit.

Bloße Appelle an den Einzelnen bewirken dabei wenig. Unsere explizite **Vision** und organisationskulturellen **Werte** sind eine richtige Basis, es muss aber gelingen, diese durch Codes und Standards in konkreten und umsetzbaren **Denk- und Handlungsanweisungen** abzusichern. In den einzelnen Managementsystemen wird hierfür Sorge im Einzelnen getragen.

Wir beabsichtigen, in der **Aus- und Weiterbildung** Arbeitsmodule zum Thema Nachhaltigkeit als festen Bestandteil zu etablieren. Bereits im letzten Jahr fand hierzu im Rahmen einer hausinternen Veranstaltung der Barth-Haas Hops Academy ein Workshop für alle Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsthemen und der Nachhaltigkeitsstrategie bei Joh. Barth & Sohn statt. Ergänzend dazu wurden unsere Einkäufer und Mitarbeiter im Einkauf über Aspekte der Nachhaltigkeit im Hopfenanbau geschult.

Regelmäßige Aktivitäten, wie Schulungen zur Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz oder Seminare zu Compliance und Sozialstandards sollen jedem Mitarbeiter aufzeigen, welche vielfältigen Anknüpfungspunkte das Thema Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag aufweist.

ZIELE IM BEREICH MITARBEITER FÜR DIE NÄCHSTEN JAHRE:

- » Strategie-Check der Personalabteilung
- » Überprüfung der Arbeitsplatz- und Raumkonzepte nach ergonomischen Kriterien
- » Ansprache von (potenziellen) Mitarbeitern durch verbesserte Darstellung auf der Homepage
- » Gesundheitsprogramme auf- und ausbauen
- » Verhaltenskodex überarbeiten

SOZIALE KENNZAHLEN

Das Ergebnis unserer Bemühungen schlägt sich nieder in folgenden Zahlen: Im Berichtszeitraum hatten ca. 68 % der Mitarbeiter von Joh. Barth & Sohn Vollzeitverträge, 32 % Teilzeit- bzw. Saisonarbeitsverträge.

Die Fluktuationsquote der Mitarbeiter lag bei Null ebenso wie die Anzahl von Verletzungen und Berufskrankheiten.

Aus sämtlichen Abwesenheitszeiten der Mitarbeiter entfallen 46 % auf Urlaub, 13 % auf Personalentwicklung und Elternzeit und ca. 7 % auf Krankheiten.

Derzeit existieren noch keine systematischen und flächendeckenden Gesundheitsvorsorgeuntersuchungen. Diese werden zukünftig Schritt für Schritt installiert.

Gut die Hälfte der Belegschaft ist weiblich.

Alle unsere Mitarbeiter unterliegen einer regelmäßigen Leistungsbeurteilung.

Bei Joh. Barth & Sohn wird in Gehaltsfragen geschlechterspezifisch kein Unterschied gemacht.

Weder hatten wir Vorfälle von Diskriminierung zu behandeln, noch sind uns Verstöße gegen Menschenrechtsklauseln bekannt.

Unserer Personalmanagement-Philosophie entsprechend, werden wir die Quote für Personalentwicklungsmaßnahmen, insbesondere Aus- und Weiterbildung von derzeit 25 Stunden je Mitarbeiter im Jahr zukünftig noch weiter steigern.

07

GESELLSCHAFT

- » GESELLSCHAFTLICH VERANTWORTLICHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG
- » UNTERNEHMENS-MITGLIEDSCHAFTEN UND GREMIENZUGEHÖRIGKEIT
- » UNTERSTÜTZUNG VON KULTURELLEN, SOZIALEN UND BILDUNGSAKTIVITÄTEN
- » FÖRDERUNG DES MITARBEITER-ENGAGEMENTS

GESELLSCHAFTLICH VERANTWORTLICHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Engagement und Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt ist unserer Unternehmensführung ein zentrales Anliegen. Wir wollen ein „guter Bürger“ („Corporate Citizen“) sein. Joh. Barth & Sohn sah sich keiner Klage ausgesetzt, die aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung erhoben wurde. Auch hatte Joh. Barth & Sohn keine Bußgelder zu zahlen und keine Strafen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften erhalten.

Für Joh. Barth & Sohn ist es schon lange selbstverständlich, soziale Verantwortung zu übernehmen und sich gemeinsam mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten in einer Vielzahl von Projekten und (gemeinnützigen) Institutionen zu engagieren.

Erstmals haben wir nun eine Spendenrichtlinie für Joh. Barth & Sohn („Corporate Giving Guidelines“) erstellt. Die Grundlagen dafür bilden unsere Mission und unsere Werte, zu denen wir uns als Unternehmen bekennen.

Unsere Spendenrichtlinie soll dazu beitragen, dass sich die Einstellung zu und der Umgang mit Spenden im Unternehmen ändert. Entscheidungsabläufe werden systematischer und straffer gestaltet, es gibt eine Systematik bei Bewilligung und Ablehnung von Spenden. Dabei achten wir insbesondere auf eine inhaltliche Stimmigkeit der Spendenanfragen mit unseren Unternehmenszielen.

Durch seine Spendentätigkeit belegt Joh. Barth & Sohn die Übernahme sozialer Verantwortung und zeigt, für welche Werte das Unternehmen steht.

Im Einzelnen unterstützen wir gesellschaftlich relevante Aktivitäten in folgenden Bereichen:

- » Unternehmensmitglied- und Partnerschaften
- » Unterstützung von kulturellen, sozialen und Bildungsaktivitäten durch Spenden an
 - » Bildung und Wissenschaft
 - » kulturelle Projekte
 - » Brauchtumpflege
 - » Jugendsport
 - » soziale und humanitäre Anliegen
- » Förderung des Mitarbeiterengagements

Die **Form unserer Spenden** ist dabei immer an den Bedarf der betreffenden Organisationen und Projekte angepasst. In Frage kommen:

- » Geldspenden
- » Sachspenden in Form von
 - » Produkten
 - » Gerätschaften, Betriebsmitteln
 - » Dienstleistungen
 - » Know-how
- » Mitarbeiterengagement

Wir spenden nicht an Parteien und Politiker.

Die Gesamtsumme der Unterstützung von Joh. Barth & Sohn in all diesen Bereichen betrug vom Geschäftsjahr 2007/08 bis zum Geschäftsjahr 2011/2012 mehr als 1 Million Euro.

Joh. Barth & Sohn beauftragte 2011 einen Kirchenmaler mit der Wiederherstellung der **Lüftlmalerei (Fassadenmalerei) am Bürogebäude und an der Lagerhalle von Joh. Barth & Sohn in Mainburg** (siehe Bilder auf den Umschlagseiten des Berichts).

Nach wochenlangen, aufwändigen Restaurierungsarbeiten erstrahlt die Lüftlmalerei nun wieder in leuchtenden Farben. Diese entstand im Jahr 1950 nach Fertigstellung des zweiten Bauabschnitts der Hopfenhalle. Im Laufe der Jahre wurde sie mehrmals restauriert, zuletzt im Jahr 1987. In vielen Veröffentlichungen über die Stadt Mainburg wurde die Malerei dargestellt und beschrieben, sodass sie sich langsam zu einem Wahrzeichen der Stadt Mainburg entwickelte.

Aus unserer gesellschaftlichen Verantwortung heraus und aus Respekt für das Original sind wir uns unserer Verpflichtung bewusst, dieses Kulturgut für die Stadt Mainburg zu erhalten.

UNTERNEHMENSMITGLIEDSCHAFTEN UND GREMIENZUGEHÖRIGKEIT

Joh. Barth & Sohn ist in einer Reihe von Verbänden und Institutionen Mitglied und trägt damit als „Corporate Citizen“ an verschiedenen Standorten und mit viel persönlicher und auch finanzieller Energie zur Pflege und Entwicklung der gesamten Hopfenpflanz- und Brauer-Branchen bei. Joh. Barth & Sohn ist in folgenden Verbänden und Institutionen der Hopfen- und Brauwirtschaft, der Bildung und Wissenschaft und Bankwirtschaft als Mitglied in den verschiedensten Rollen tätig.

- » Deutscher Hopfenwirtschaftsverband e. V.
- » Internationales Hopfenbaubüro
- » Gesellschaft für Hopfenforschung
- » Beratende Gruppe Hopfen bei der EU-Kommission DG AGRI
- » SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange)
- » DBMB Deutscher Braumeister- und Malzmeister-Bund
- » ASBC American Society of Brewing Chemists

- » MBAA Master Brewers Association of the Americas
- » Private Brauereien Bayern e.V.
- » Bund Österreichischer Braumeister und Brauereitechniker
- » Brewers Association
- » Asociación Española de Técnicos de Cerveza y Malta
- » Versuchs- und Lehranstalt für Brauerei in Berlin e. V.
- » Doemens e. V.
- » Wissenschaftliche Station für Brauerei in München e. V.
- » Verband ehemaliger Weihenstephaner der Brauerabteilung e. V.
- » TU München Alumni Verband im Mentorenprogramm
- » Weihenstephaner Förderverein für Brau, Getränke- und Getreidetechnologie e. V.
- » Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit im deutschen Hopfenbau der deutschen Hopfenwirtschaft
- » Beirat der Nürnberger Sparkasse
- » IHK Mittelfranken, Oberschwaben und Oberpfalz

UNTERSTÜTZUNG VON KULTURELLEN, SOZIALEN UND BILDUNGSAKTIVITÄTEN

Um seinen Beitrag zu Erhalt und Pflege von Brauchtum und Tradition zu leisten, unterstützt Joh. Barth & Sohn das „Dellnhauser Volksmusikfest“, das „Hallertauer Bierfestival“ und selbstverständlich die Wahl der Hallertauer und Tettlinger Hopfenköniginnen, um nur einige zu nennen. (Weblinks: www.volksmusikfest.de, www.hallertauer-bierfestival.de)

Joh. Barth & Sohn unterstützt das Gabelsberger-Gymnasium am Sitz seiner Einkaufszentrale in Mainburg mit der Durchführung von **Projekttagen für Schüler**. Zudem ist Joh. Barth & Sohn Partner für **Projektseminare** zur Studien- und Berufsorientierung in der Oberstufe dieses Gymnasiums. (www.gabelsberger-gymnasium.de)

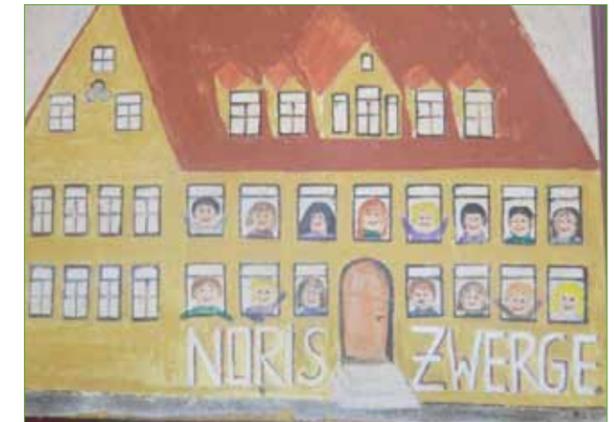
Seit mehreren Jahren fördern wir ein Musical-Projekt an einer Nürnberger Hauptschule, der **Thusneldaschule**. Bei diesem Projekt lernen die Schüler nicht nur Singen und Tanzen, vielmehr sollen Gemeinschaftsgeist und Zusammenhalt gefördert sowie der Lernwille und das Selbstvertrauen gestärkt werden. Durch die Unterstützung von Joh. Barth & Sohn wird für viele Schüler erst die Möglichkeit geschaffen, aktiv an diesem Projekt teilzunehmen, ohne ihre Eltern finanziell zu belasten. (www.thusneldaschule.de)



Im Kindergarten **Noriszwerge** (Nürnberg) lernen die Kinder, dass es auch aufregend sein kann, mit einfachsten Mitteln zu spielen, wie z. B. mit Knöpfen, um damit das Zählen zu lernen. Jeden Morgen wird mit den Kindern das Frühstück zubereitet, um den Gemeinschaftsinn zu stärken. Vieles muss von den Eltern selbst finanziert werden und freiwillige Helfer opfern viele Freizeitstunden. Joh. Barth & Sohn übernimmt seit einigen Jahren Anschaffungen, wie z. B. einen neuen Sandkasten, Sonnensegel usw. und unterstützt mit Geldspenden. (<http://stadtteilforum.org/moegeldorf/einrichtungen/kindergarten-noriszwerge-e-v.html>)

Mit der Unterstützung des Projekts **Hauptschul-Power** möchten wir unseren Beitrag dazu leisten, Hauptschülern Chancen für die berufliche Entwicklung zu bieten und ihnen Lust auf die Zukunft zu machen. Schüler, die an diesem Projekt teilgenommen haben, konnten zu 90 % die Schule mit einem Vertrag für eine Lehrstelle verlassen oder haben sich für eine weiterführende Schule entschieden. Dieses Projekt wurde mit dem Preis „Ausbildungs-Ass“ ausgezeichnet. (www.hauptschul-power.de)

Joh. Barth & Sohn unterstützt verschiedene Projekte der **Hämmerleinsmühle**. Dieses Jahr geht es um die Thematik „Energie bewegt uns Alle“. Die Jugendlichen sollen ein Verständnis dafür entwickeln, wie sich Energie auf unseren Lebensstil auswirkt, wie sie unseren Alltag bestimmt und vor allen Dingen, wie mit Energie verantwortungsvoll umgegangen werden kann. Die Projektgruppen setzen sich aus Jugendlichen vieler unterschiedlicher Nationalitäten zusammen. (www.haemmerleinsmuehle.de)



Jährlich spendet Joh. Barth & Sohn für die **Offene Weihnacht St. Jakob**. Damit wird bedürftigen, einsamen Menschen die Möglichkeit gegeben, an einer gemeinschaftlichen Weihnachtsfeier teilzunehmen. Zudem geben wir Geschenke um sozial Benachteiligten, die oftmals durch ein schweres Schicksal an den Rand der Gesellschaft gedrängt wurden, zumindest eine kleine Freude zu bereiten. (www.jakobskirche-nuernberg.de)

Neben dem Unternehmen engagiert sich auch die **BARTH Stiftung für Legasthenie und Dyskalkulie** des Gesellschafters Stephan J. Barth für Bildungsthemen. Diese Stiftung ist selbstständig und vom Unternehmen unabhängig. Wir unterstützen diese Stiftung mit Spenden.

FÖRDERUNG DES MITARBEITERENGAGEMENTS

Joh. Barth & Sohn unterstützt das ehrenamtliche Engagement seiner Mitarbeiter auf vielfältige Weise. Mitarbeiter, die sich ehrenamtlich in ihrer Freizeit engagieren, haben die Möglichkeit, für ihre Tätigkeit eine finanzielle Förderung, Sachspenden oder zeitliche Freistellung zu erhalten. Die Unterstützung reicht dabei von der finanziellen Unterstützung für Vereins-Trikots für Jugendmannschaften über

Sachspenden für einschlägige Veranstaltungen bis hin zur bezahlten Freistellung für ehrenamtliche Tätigkeiten (Freiwillige Feuerwehr, Kommunalpolitik etc.). Unterstützt werden dabei vor allem Projekte aus den Bereichen Bildung und Wissenschaft, Sport, Soziales und Gesundheit, Kultur- und Brauchtumspflege sowie Umweltschutz.



08

STAKEHOLDER DIALOG

- » INTENSIVER DIALOG MIT UNSEREN STAKEHOLDERN
- » DIALOG MIT UNSEREN INTERNEN STAKEHOLDERN
- » AUSGEWÄHLTE KOMMUNIKATIONSTRUMENTE
- » BARTH-HAAS GRANTS
- » BARTH-HAAS HOPS ACADEMY
- » BARTH HOPFEN-AKADEMIE
- » HIGHLIGHTS DES JAHRES

INTENSIVER DIALOG MIT UNSEREN STAKEHOLDERN

Joh. Barth & Sohn hat als ein langjährig etablierter Marktteilnehmer höchstes Interesse daran, durch eine Vielzahl von Initiativen, Projekten und Veröffentlichungen an der Pflege der Branche intensiv mitzuarbeiten.

Wir führen daher einen fortwährenden und intensiven **Dialog** mit allen Stakeholdern, d. h. mit allen Personen und Gruppen, die ein berechtigtes Interesse an unseren Unternehmensaktivitäten haben, vor allem mit unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Verbänden, nicht-staatlichen Organisationen und der Wissenschaft.

Insbesondere unterstützen wir den **technisch-wissenschaftlichen Dialog** in der Hopfenwelt in mehrfacher Weise. In einer Vielzahl von regelmäßig oder fallweise erscheinenden Publikationen erfahren sämtliche Stakeholder über verschiedene Informationskanäle Nachrichten aus der und über die Branche.

Das **Feedback** aus den vielen Kommunikationsmedien wird in die interne Nachhaltigkeitsdiskussion eingeführt, um daraus ggf. einschlägige Aktivitäten bezüglich Nachhaltigkeit abzuleiten.

DIALOG MIT UNSEREN INTERNEN STAKEHOLDERN

„IDEEN FÜR BARTH“

Zur Identifikation wesentlicher Themen und um alle unsere Mitarbeiter als interne Stakeholder in die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie einzubeziehen, haben wir das Projekt „Ideen für Barth“ ins Leben gerufen. Die Mitarbeiter werden ermuntert, in ihrem operativen Umfeld und darüber hinaus die Prozesse aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit zu prüfen und Verbesserungsvorschläge und -anregungen an die/den Nachhaltigkeitsbeauftragte/n ihres Bereiches zu geben.

Die Ideen werden im Nachhaltigkeitsteam den entsprechenden Handlungsfeldern zugeordnet. Sie werden bewertet und die Möglichkeit der Umsetzung geprüft. Das Team entscheidet, ob aus einem Vorschlag ein Projekt initiiert wird, ob dieser zurückgestellt oder auch verworfen werden muss.

Von den Mitarbeitern wurden zu allen Handlungsfeldern im Berichtsjahr 70 Ideen und Vorschläge eingereicht, von denen 11 sofort umgesetzt werden konnten. Aus zwei Ideen wurden Projekte definiert.

AUSGEWÄHLTE KOMMUNIKATIONSTRUMENTE

BARTH-BERICHT

Der Barth-Bericht wird seit 1877 mit wenigen Ausnahmen jährlich veröffentlicht. Obwohl sich die Welt seither stark verändert hat, ist die Berichterstattung über die Ereignisse auf dem Hopfenmarkt nach jedem Erntejahr noch genauso zeitnah und objektiv wie bei den vielen Generationen von Autoren des Barth-Berichts zuvor.

Als Ergänzung zum regulären Barth-Bericht empfehlen wir den Anhang, der statistische Daten zu den Marktführern und ihren Konkurrenten in den 40 Ländern mit der weltweit größten Bierproduktion enthält. Dieser Anhang wird in Zusammenarbeit mit Germain Hansmaennel in Strasbourg veröffentlicht.

HOP SCIENCE NEWSLETTER

Der Hop Science Newsletter (nur in Englisch erhältlich) enthält Informationen zu aktuellen Forschungsaktivitäten, neuen Erkenntnissen oder speziellen Themen im Zusammenhang mit Hopfen oder hopfenverwandten Themen. Erfahren Sie monatlich mehr über den neuesten Stand der Hopfenforschung.

TECHNISCHE VERÖFFENTLICHUNGEN

Mitarbeiter der Barth-Haas-Gruppe forschen laufend rund um den Hopfen. Über Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten, aber auch aus Forschungskooperationen mit unterschiedlichen Forschungseinrichtungen und Universitäten wird in Publikationen in den Bereichen Brauereiwesen, Hopfenchemie und Hopfenverarbeitung berichtet.

BARTH-FAX

Das Barth-Fax gibt allen registrierten Pflanzern von Joh. Barth & Sohn verschiedenste Informationen, wie

- » Berichte über aktuelle internationale Marktsituationen und Markteinschätzungen
- » zeitnahe Veröffentlichungen der weltweiten Entwicklungen von Hopfenanbauflächen und -produktion
- » besondere Ereignisse, wie z. B. bei Unwetterschäden (weltweit), Wasserknappheit (USA), Barth-Ernteschätzung, Pflanzenschutz-Nachrichten

BARTH-HAAS HOPS ACADEMY

KONZEPT

Der außergewöhnlich große Einfluss des Hopfens auf die Qualität des Bieres wird oft unterschätzt. Ein besseres Verständnis der Komplexität des Hopfens und seines ganzen Potenzials zu schaffen, ist das Ziel der Barth-Haas Hops Academy, die im Jahr 2010 gegründet wurde. Die einzelnen Module der Lehrgänge befassen sich mit allen Aspekten des Hopfens und der Hopfenverwendung. Die Hops Academy bietet neben ein- bis dreitägigen Seminaren, die allen Interessierten offen stehen, auch Inhouse-Seminare mit spezifischen Schwerpunkten. Detailliertes Wissen über die Verwendung, Effekte und Wirkung dieser besonderen Brauzutat ermöglicht es dem Brauer, die Prozess-Effizienz zu optimieren und einzigartige Qualitätsbiere zu entwickeln.

Seit Februar 2011 wurden weltweit 25 Veranstaltungen mit etwa 970 Teilnehmern in 14 verschiedenen Ländern, abgehalten.

AKKREDITIERUNG DER HOPS ACADEMY

Die Barth-Haas Hops Academy wurde 2013 offiziell Mitglied des „Institute of Masters of Beer (IMB)“. Das IMB hat ein professionelles Bildungsprogramm entwickelt, in dem die Hops Academy anerkannte Ausbildungsstätte ist. Das Programm endet mit dem Abschluss „Certified Member of The Institute of Masters of Beer“. Die – mindestens zweijährige – Weiterbildung baut auf der bisherigen Biersommelier-Ausbildung auf, die seit Jahren erfolgreich von der Fachakademie Doemens angeboten wird.



Die Akkreditierung unserer Hops Academy als offizielle Ausbildungsstelle ist auch eine Auszeichnung der bisherigen Angebote und Lehrinhalte der Hops Academy.

BARTH HOPFEN-AKADEMIE

KONZEPT

Um seinen Lieferanten bei den ständig steigenden Anforderungen im Hopfenanbau mit Rat und Tat zur Seite zu stehen, hat Joh. Barth & Sohn die **Barth Hopfen-Akademie** ins Leben gerufen.

Die Ansprüche an den Hopfenpflanzler von heute steigen ständig und werden immer umfangreicher. Um seinen Betrieb erfolgreich führen zu können, muss er sich nicht nur auf die pflanzenbaulichen Ansprüche dieser Sonderkultur verstehen. Er muss beispielsweise auch bei betriebswirtschaftlichen Themen, rechtlichen Rahmenbedingungen, Trends in der Brauindustrie oder auch bezüglich der Anforderungen an eine **nachhaltige Wirtschaftsweise** auf dem aktuellsten Wissensstand sein.

LEHRINHALTE

Mit ihrem reichhaltigen Kursangebot umfasst die Barth Hopfen-Akademie all diese und noch viele weitere Punkte. Die Lehrgänge an

der Barth Hopfen-Akademie sind modular aufgebaut und decken in unterschiedlichen Themenbereichen viele Aspekte des Hopfens ab. Man hat die Wahl, sich einen groben Überblick über gewisse Themen zu verschaffen oder spezielle Lehrgänge, wie zum Beispiel den Bewässerungsworkshop, zu buchen. Die Module können ganz nach Belieben Stück für Stück erweitert und ergänzt werden.

Das **Modul Nachhaltigkeit** ist fester Bestandteil der Barth Hopfen-Akademie. In diesem Modul wird auf die wichtigen drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales für eine nachhaltigere Hopfenproduktion eingegangen.

Für Gruppen können die Lehrgangsthemen maßgeschneidert auf die Bedürfnisse zusammengestellt werden. Durch Umfragen bei Pflanzern konnten Themenschwerpunkte identifiziert werden, welche primär in den Schulungen Berücksichtigung finden. Institute, Schulen und Universitäten haben die Möglichkeit, die ausgewählten Themen in den eigenen Lehrplan zu integrieren.

BARTH-PFLANZENSTANDSFAX

Das Barth-Pflanzenstandsfax wird allen Top- und Basislieferanten von Joh. Barth & Sohn übermittelt. Unser Einkaufsteam verfügt aufgrund regelmäßiger Pflanzenstandstouren während der Vegetationsperiode über langjährige Erfahrung bei der Beurteilung des aktuellen Pflanzenstands. Im Fax wird über Beobachtungen und Einschätzungen zu den Themen Witterung und Wachstumsbedingungen, Pflanzenstand sowie aktueller Krankheits- und Schädlingsbefall berichtet.

MARKTBERICHTE

Joh. Barth & Sohn berichtet mehrmals jährlich im Hopfenmarktbericht über die Situation auf dem weltweiten Hopfenmarkt. Die Marktberichte von John I. Haas berichten außerdem über die Lage auf dem US-Hopfenmarkt.

Auch diese Berichte sind über unsere Homepage erhältlich.

ONLINE TECHNICAL SUPPORT

Sie sind Brauexperte und Hopfenliebhaber? Sie haben viele Fragen rund um Hopfenprodukte? Der Technical Support auf unserer Webseite gibt Ihnen Antwort.

HOPFENATLAS

Der Hopfenatlas ist ein renommiertes Standard-Nachschlagewerk zur Geschichte und Geographie des Hopfens als Kulturpflanze und Brauzutat. Diese hochwertige Publikation umfasst 389 Seiten mit nützlichen und interessanten Informationen zum weltweiten Hopfenanbau sowie viele Illustrationen.

Der Hopfenatlas ist in Englisch und Deutsch erhältlich. Für Universitäten und Fachschulen ist dieses umfassende Nachschlagewerk kostenlos erhältlich (max. zwei Exemplare pro Institution und Jahr).

HACCP-REPORT

Seit 2006 erhielten unseren Kunden auf Anforderung jährlich einen ausführlichen **HACCP-Bericht**. Im Sinne eines verstärkten und nachhaltigen Stakeholder-Dialogs stellt Joh. Barth & Sohn im Berichtsjahr den neu konzipierten und überarbeiteten HACCP-Bericht erstmals allen Kunden zur Verfügung. Der Bericht enthält neben einer ausführlichen Beschreibung des Barth-HACCP-Konzeptes eine Auswahl von Bestätigungen, die zur Beantwortung der häufigsten Kundenanfragen verwendet werden können. Außerdem sind die Ergebnisse der im Rahmen der Barth-Prüfgarantie durchgeführten Rückstandsanalysen übersichtlich dargestellt.

BARTH-HAAS GRANTS

Die Barth-Haas-Gruppe möchte Studierende weltweit für die Hopfenforschung begeistern und vergibt dafür Stipendien. Die Hopfenforschung hat in den letzten Jahren signifikante Fortschritte gemacht, aber noch längst sind nicht alle Verwendungsmöglichkeiten für Hopfen bekannt. Aus diesem Grund stiftet die Barth-Haas-Gruppe seit 2007 Stipendien für Projekte der Hopfenforschung. Die Gruppe will mit diesen Stipendien für Studierende neue Forschungsansätze fördern, die sich mit dem Hopfen und seinen Einsatzmöglichkeiten in der Brauwirtschaft und auch über das Brauen hinaus beschäftigen.

Die Höhe der Stipendien beträgt für bis zu sechs wissenschaftliche Arbeiten jeweils 2.000 Euro.

Die Entscheidung trifft eine Jury, die aus den Gesellschaftern der Barth-Haas-Gruppe und den Mitgliedern des Wissenschaftlichen Beirates besteht.

Seit 2007 hat die Barth-Haas-Gruppe 35 Stipendien an 22 verschiedene Institute und Forschungseinrichtungen für Projekte aus der Hopfenforschung vergeben.

Unsere Stipendien sind inzwischen so erfolgreich, dass die Hopfenforschung einen neuen Aufschwung erlebt. Die bisher geförderten

Arbeiten befassten sich z. B. mit hopfenbasierten Schaumhemmern, Technologien des Hopfenstopfens, der Hopfenaromaausbeute während des Brauens, der Rolle des Hopfens bei der Geschmacksstabilität, instrumentale Bitterstoffermittlung, Hopfen und Gushing sowie den geschmacksaktiven Bestandteilen des Hopfens.

Im Jahr 2012/2013 wurden 6 Barth-Haas Grants an folgende Projekte vergeben.

- » Hop antifoam, fractions of hop antifoam as well as hop aid antifoam regarding gushing suppression and application in the brewing process
- » Chemical-analytical and sensorial characterisation of the „kettle-hop-aroma“ in beer
- » Development and optimization of a fast and easy-to-handle dry-hopping technique for the usage of pelletized hops
- » Determination of the effectiveness of dry hopping on flavor stability of beer
- » Study of new hop glucosyl compounds: flavor potential of theaspiran derived molecules
- » S-conjugates precursors of thiols in hop, a resource for increasing the beer hoppy aroma shelf life

DIE EINZELNEN MODULE IM DETAIL:



1. HOPFENPRODUKTION

- » Bewässerungsworkshop
- » Pflanzenschutz
- » Düngung (Bodenuntersuchung, Düngemittel)
- » Ernte (Trocknung, Energieeffizienz...)
- » Abwicklung, Logistik und Hopfenübernahme
- » Musterschau mit Ursachenforschung
- » Produktionsmethoden im Hopfenbau in anderen Ländern

2. HOPFENSORTEN UND -ZÜCHTUNG

- » Hopfenzüchtung, Flavour Hops
- » Bierverskostung
- » Hopfenbonitur

3. HOPFENPRODUKTE

- » Ansprüche der Kunden
- » Qualitätssicherung bei Hopfenprodukten
- » PHA und Advanced Products
- » Produkte für Einsatz außerhalb der Brauwirtschaft
- » Werksbesichtigungen

4. NACHHALTIGKEIT

- » Barth-Pflanzer-Lernsystem
- » Nachhaltigkeit in der Hopfenproduktion
- » Nachhaltigkeit bei der Produktsicherheit
- » Nachhaltigkeit bei Kunden und Produkten
- » Soziale Nachhaltigkeit (Schafkopfkurs)

5. ÖKONOMIK

- » Hopfenmarkt (Konsumverhalten, Preisbildung...)
- » Verkaufsverhalten (Strategien usw.)
- » Pflanzerportal (Handhabung, Neuerungen)
- » Barth-Werkzeugkasten
- » Produktionsschwelle, Gewinnschwelle

6. RECHTLICHES

- » Hopfenlieferverträge und AVHLV
- » Überblick über Vertragsarten inkl. Zusatzverträge
- » Gesetze und Verordnungen

PRESSEARTIKEL AUS DER HOPFENRUNDSCHAU 05/2013:

Joh. Barth & Sohn

► BARTH HOPFEN – AKADEMIE läuft auf Hochtouren

Auch die letzten beiden Veranstaltungen der BARTH HOPFEN – AKADEMIE im Hopfenmuseum Wolnzach waren wieder komplett ausgebucht.

Thema auf beiden Veranstaltungen war natürlich der Hopfenmarkt. Dies wurde zum einen von Peter Hintermeier und zum anderen von Thomas Raiser bestritten, beide Mitglieder der Geschäftsleitung bei Joh. Barth & Sohn. Zudem erläuterten Stefan Stanglmair und Andreas Sterler die Kostensituation beim Hopfenbau, insbesondere im Vergleich zum Anbau von Marktfrüchten. Dabei zeigten sich die Teilnehmer sehr beeindruckt davon, wie intensiv man sich bei Barth & Sohn mit dem Thema der Kostenentwicklung befasst, und das bereits seit über 10 Jahren. Außerdem informierte Johann Braun, Einkaufsleiter bei Barth & Sohn die Zuhörer ausführlich über das Vertragssystem und die verschiedenen Vertragsarten in Deutschland und gab wertvolle Tipps worauf beim Abschluss von Verträgen zu achten sei. Auch das Thema Flavor Hops kam zur Sprache, nämlich in einem Vortrag von Florian Weingart, der den Teilnehmern dabei auch einen Blick in die Hopfenforschungsinstitute der europäischen Hopfenbauländer gab.

Nach dem überaus großen Zuspruch bei den ersten fünf Veranstaltungen der neu gegründeten BARTH HOPFEN – AKADEMIE, wird die Veranstaltungsreihe nach der Sommerpause definitiv fortgesetzt und die Hopfenpflanzer können sich schon jetzt auf weitere interessante Vorträge freuen.

HIGHLIGHTS DES JAHRES

AUSBILDUNG ZU BIERSSOMMELIERS

Wir sind bestrebt, das Wissen um die Einsatzmöglichkeiten von Hopfen beharrlich zu erweitern und Maßstäbe zu setzen. Mit der Ausbildung unserer Verkäufer und des Technical Sales Support zu Biersommeliers wollen wir unseren Kunden „Mehrwert“ bieten. Denn wir betrachten es als unsere Aufgabe, alles Wissenswerte zum Thema Hopfen zu erforschen und das erlangte Wissen in den Dienst unserer Kunden zu stellen.

Ziel der Ausbildung zum Biersommelier ist die Vermittlung von Bierwissen auf höchstem wissenschaftlichen Niveau, das die geprüften Sommeliers befähigt, sowohl den Kunden einer Brauerei, den Einkäufer als auch den Gast und den Gastronom zu beraten. Die Bier-Sommeliers sind Experten, um den Gast über den Herstellungsprozess des Bieres, die richtige Bierauswahl zur gewählten Speise und die positiven gesundheitlichen Auswirkungen eines moderaten Bierkonsums zu informieren.



BRAUKUNST LIVE!

Braukunst Live! wurde im April 2012 als Festival der gepflegten Braukunst ins Leben gerufen. Braukunst Live! will Bierspezialitäten eine Bühne bieten, um sich mit ihrer Vielfalt an Aromen präsentieren zu können. 2013 wurde das Festival mit über 80 ausstellenden Brauereien aus 9 Ländern sowie 5.200 Besuchern fortgeführt und hat sich damit innerhalb eines Jahres verdoppelt. Braukunst Live! hat sich als die Leitmesse für die Neue Deutsche Bierkultur etabliert. Joh. Barth & Sohn war von Anfang an als einer der Hauptsponsoren mit dabei. Denn auch uns liegt es am Herzen, den Konsumenten das Motto „Die Liebe zum Bier, zu Qualität, Vielfalt und Genuss“ näher zu bringen. Auch wir wollen dabei helfen, Biervielfalt und Bierinnovation eine geeignete Bühne zu bieten. (www.braukunst-live.com)



BARTH-SCHAFKOPFKURS UND BARTH-SCHAFKOPFTURNIER

Schafkopf ist ein traditionelles deutsches Kartenspiel. Es ist eines der beliebtesten und verbreitetsten Kartenspiele Bayerns. Es gilt als Kulturgut und Teil der bayerischen Lebensart.

„Schafkopfen vom Aussterben bedroht!“ so titelte ein Sendebericht des Bayerischen Rundfunks. Das war der Auslöser für Joh. Barth & Sohn sich im Bewusstsein von „Brauchtumpflege“ und „Tradition“ dieses Themas anzunehmen.

Unter dem Dach der Barth Hopfen-Akademie, und dem Stichwort soziale Nachhaltigkeit wurde in Zusammenarbeit mit dem lokalen Fuß-

ballverein SV Puttenhamen der Barth-Schafkopfkurs organisiert. Neben Pflanzern konnten auch weitere Interessierte teilnehmen. Es war besonders erfreulich, dass viele Jugendliche an dem Kurs teilnahmen und sichtlich Spaß hatten. Schafkopfen als gute und gesellige Alternative zu Computerspielen, so lautete das Resümee.

Das Barth-Schafkopfturnier fand dieses Jahr bereits zum dritten Mal statt. Es wird ausschließlich für Hopfenpflanzer veranstaltet. Die Teilnahme am Turnier ist kostenlos und den Bestplatzierten winken tolle Preise und eine Auszeichnung. Dieser Anreiz und die Aussicht auf einen unterhaltsamen Abend sorgten wiederum für eine reichliche Teilnehmerzahl.



09

ÜBER DIESEN BERICHT

- » BERICHTSRAHMEN
- » BERICHTSUMFANG UND ANWENDUNGSEBENE
- » FORM DES BERICHTS
- » GRUNDLAGEN DER DATENERFASSUNG
- » BERICHTSGRENZEN
- » GRI-INDEX
- » KONTAKT

BERICHTSRAHMEN

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht von Joh. Barth & Sohn fasst wesentliche ökologische sowie gesellschaftliche und soziale Entwicklungen in unserem Geschäftsjahr 1. August 2012 – 31. Juli 2013 zusammen.

Die berichteten Themen spiegeln für uns relevante Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung wider.

Es handelt sich um den Zweitbericht. Der Erstbericht erschien im August 2012. Der Joh. Barth & Sohn-Nachhaltigkeitsbericht soll alle zwei Jahre erscheinen.

FORM DES BERICHTS

Berichtet wird nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Version 3.1. Der GRI-Berichtsrahmen ist breit etabliert und entsprechend gut fundiert. Er umfasst allgemeine und branchenspezifische Inhalte, basierend auf weltweiten Inputs einer Vielzahl an Stakeholdern und er ist auch auf Belange mittelständischer Unternehmen gut anpassbar.

Der Bericht wird als eigenständige Veröffentlichung publiziert. Wesentliche Inhalte finden sich jedoch auch auf unserer Website.

BERICHTSUMFANG UND ANWENDUNGSEBENE

Die Berichterstattung erfolgt, wie schon im Erstbericht, nach Anwendungsebene „B“.

Berichtet wird insgesamt über mehr als 40 Indikatoren aus dem ökonomischen, dem ökologischen Bereich sowie aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeit, Gesellschaft und Produktverantwortung.

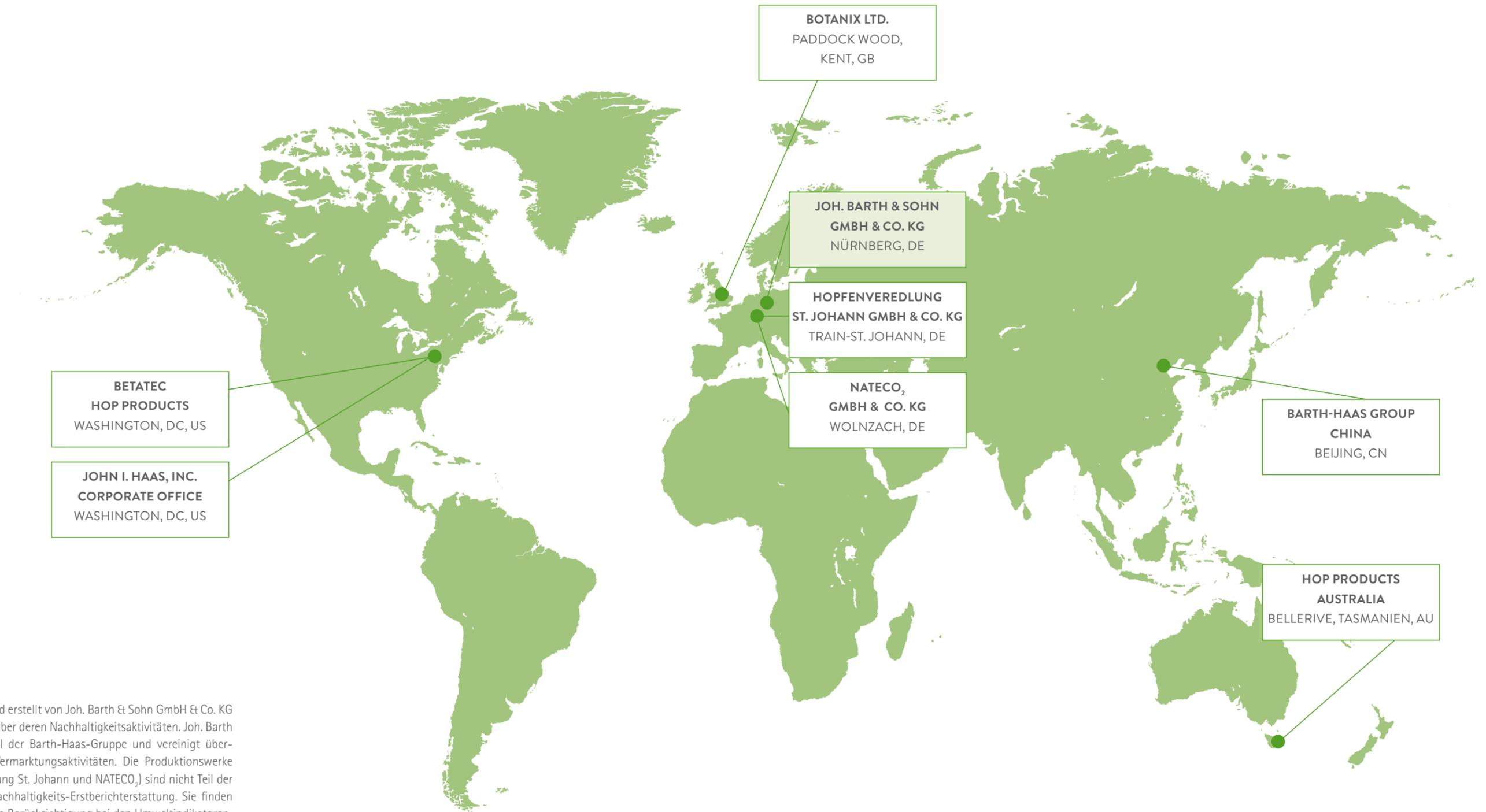
GRUNDLAGEN DER DATENERFASSUNG

Alle dargestellten Zahlen sind den Management-Informationssystemen von Joh. Barth & Sohn entnommen. Die Auswertungen wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Etwaige Fehler gehen natürlich zu unseren Lasten. Die Darstellung der Energieverbräuche erfolgt in diesem Bericht in der Einheit GJ (siehe hierzu Seite #). Es gab keine Gründe, weitere Darstellungsweisen von Informationen gegenüber dem letzten Bericht zu ändern.

ANWENDUNGSEBENE		C	C+	B	B+	A	A+
ERFORDERLICHE KRITERIEN	G3 ANGABEN ZUM BERICHTS-PROFIL OUTPUT	BERICHTEN SIE ÜBER: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15		BERICHTEN SIE ÜBER: ALLE KRITERIEN FÜR EBENE C UND: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17		DIE SELBEN ANFORDERUNGEN WIE FÜR EBENE B	
	G3 OFFENLEGUNG DES MANAGEMENT-ANSATZES OUTPUT	EINE OFFENLEGUNG DES MANAGEMENTANSATZES ERFOLGT NICHT.		DER MANAGEMENT-ANSATZ WIRD FÜR JEDE INDIKATORENKATEGORIE OFFENGELEGT.		DER MANAGEMENT-ANSATZ WIRD FÜR JEDE INDIKATORENKATEGORIE OFFENGELEGT.	
	G3 LEISTUNGS-INDIKATOREN & LEISTUNGS-INDIKATOREN IN SECTOR SUPPLEMENTS OUTPUT	ANGABEN ZU MIND. 10 G3-INDIKATOREN; DABEI SOLLTE SOWOHL AUS DEM ÖKONOMISCHEN ALS AUCH AUS DEM ÖKOLOGISCHEN BEREICH SOWIE AUS DEM SOZIAL/GESELLSCHAFTLICHEN BEREICH JEWEILS MIND. EIN INDIKATOR ENTHALTEN SEIN.		ANGABEN ZU MIND. 20 G3-INDIKATOREN; DABEI SOLLTE AUS DEM ÖKONOMISCHEN, DEM ÖKOLOGISCHEN BEREICH SOWIE AUS DEN BEREICHEN MENSCHENRECHTE, ARBEIT, GESELLSCHAFT & PRODUKTVERANTWORTUNG JEWEILS EIN INDIKATOR ENTHALTEN SEIN.		ANGABEN ZU JEDEM G3-INDIKATOR & ZU JEDEM SECTOR SUPPLEMENT-INDIKATOR*: UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DES WESENTLICHKEITSPRINZIPS SOLLTE ENTWEDER: A) DER INDIKATOR DARGESTELLT ODER B) ERLÄUTERT WERDEN, WARUM DAZU KEINE ANGABEN GEMACHT WERDEN KÖNNEN.	
			FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE		FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE		FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE

*SO FERN ES FÜR DIE BRANCHE EINE ENDGÜLTIGE VERSION GIBT

BERICHTSGRENZEN



Der Bericht wird erstellt von Joh. Barth & Sohn GmbH & Co. KG und berichtet über deren Nachhaltigkeitsaktivitäten. Joh. Barth & Sohn ist Teil der Barth-Haas-Gruppe und vereinigt überwiegend die Vermarktungsaktivitäten. Die Produktionswerke (Hopfenveredlung St. Johann und NATECO₂) sind nicht Teil der vorgelegten Nachhaltigkeits-Erstberichterstattung. Sie finden jedoch teilweise Berücksichtigung bei den Umweltindikatoren.

GRI-INDEX

Die folgenden Tabellen zeigen, wo im Nachhaltigkeitsbericht Informationen zu Berichtselementen und Indikatoren der Global Reporting Initiative (Version 3.1) zu finden sind. Sie umfassen die für Joh. Barth & Sohn als relevant erachteten Indikatoren, die den GRI Guidelines entnommen sind.

GRI-Indikator	Seite
PROFIL	
1. Strategie und Analyse	
1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers Vorwort
1.2	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen Vorwort
2. Organisationsprofil	
2.1	Name der Organisation Titel, 55
2.2	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen 4 ff.
2.3	Organisationsstruktur 5, 52 f.
2.4	Hauptsitz der Organisation 55
2.5	Länder der Geschäftstätigkeit 4 ff.
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform 55
2.7	Märkte 4 ff.
2.8	Größe der berichtenden Organisation 4 ff.
2.9	Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse keine
2.10	Im Berichtszeitraum erhaltene Preise 32
3. Berichtsparameter	
Berichtsprofil	
3.1	Berichtszeitraum Titel, 51
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts Vorwort, 51
3.3	Berichtszyklus 51
3.4	Ansprechpartner 55
Berichtsumfang und -grenzen	
3.5	Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts Vorwort, 11 ff.
3.6	Berichtsgrenzen 11, 52 f.
3.7	Beschränkungen des Berichtsumfanges 51
3.8	Joint Ventures, Tochterunternehmen, verbundene Unternehmen 5, 11, 52 f.
3.9	Datenerfassung 51
3.10	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten 51
3.11	Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der verwendeten Messmethoden 51
GRI Content Index	
3.12	Übersicht über berichtete GRI-Indikatoren 54 f.
Externe Verifizierung	
3.13	Bestätigung des Berichts durch externe Dritte keine

4. Governance, Verpflichtungen und Engagement		
Corporate Governance		
4.1	Führungsstruktur der Organisation	14 f.
4.2	Angabe, ob der Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans gleichzeitig leitender Angestellter ist	14 f.
4.3	Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	Vorwort
4.4	Mechanismen, Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an das höchste Leitungsorgan	37, 45 ff.
4.5	Koppelung der Vergütung der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans an die Unternehmensleistung	11 f.
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenskonflikten im höchsten Leitungsorgan	16
4.7	Qualifikation der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen	Unternehmensverfassung
4.8	Leitbilder, interner Verhaltenskodex und Prinzipien	6 ff.
4.9	Verfahren des höchsten Leitungsorgans zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	10 f., 15 f.
4.10	Verfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung des höchsten Leitungsorgans	15 f.
Engagement in externen Initiativen		
4.11	Erklärung zur Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	34 ff.
4.12	Extern entwickelte Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	41 ff.
4.13	Mitgliedschaften	42
4.14	Einbezogene Stakeholder-Gruppen	45 ff.
4.15	Auswahl der Stakeholder-Gruppen	45 ff.
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern	15, 45 ff.
4.17	Fragen und Bedenken von Stakeholdern	30
ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN		
Wirtschaftliche Leistung		
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	13
EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	13
EC4	Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	13
Marktpräsenz		
EC6	Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben, der auf Zulieferer vor Ort entfällt	13, 17 ff.
ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN		
Energie		
EN3	Direkter Primärenergieverbrauch	22 f.
EN4	Indirekter Primärenergieverbrauch	22 f.
Wasser		
EN8	Gesamtwasserentnahme	22
EN10	Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser	22

Emissionen, Abwasser und Abfall		
EN16	Treibhausgasemissionen	22
EN17	Andere Treibhausgasemissionen	22
EN18	Initiativen zur Reduktion von Treibhausgasen	22
EN20	NO _x -, SO _x - und andere signifikante Luftemissionen nach Art der Emission	22
EN21	Abwassereinleitungen	22 f.
EN22	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	22 f.
Einhaltung von Rechtsvorschriften		
EN28	Sanktionen wegen Umweltverstößen	22
Transport		
EN29	Umweltauswirkungen des Transports	22
GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN		
1. Arbeitspraktiken & menschenwürdige Beschäftigung		
Beschäftigung		
LA1	Belegschaft nach Art der Beschäftigung und Region	39
LA2	Mitarbeiterfluktuation	39
LA3	Leistungen für Vollzeitangestellte	38
Arbeitsschutz und Sicherheit		
LA7	Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheiten sowie arbeitsbedingte Todesfälle	39
LA8	Aufklärungs-, Schulungs- und Präventionsprogramme bezüglich ernster Krankheiten	39
Aus- und Weiterbildung		
LA10	Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	39
LA12	Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern	39
Vielfalt und Chancengleichheit		
LA13	Zusammensetzung von Führungsgremien	36 ff.
LA14	Gehaltsunterschiede nach Geschlecht	39

2. Menschenrechte		
Investitions- und Beschaffungspraktiken		
HR1	Investitionsvereinbarungen, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft werden	39
Gleichbehandlung		
HR4	Vorfälle von Diskriminierung	39
3. Gesellschaft		
Gemeinwesen		
SO1	Auswirkungen von Geschäftstätigkeiten auf das Gemeinwesen	38, 41 f.
Korruption		
SO3	Schulungen zur Antikorruptionspolitik	39
SO4	In Reaktion auf Korruptionsfälle ergriffene Maßnahmen	39
Politik		
SO6	Zuwendungen an Parteien und Politiker	41
Wettbewerbswidriges Verhalten		
SO7	Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens	41
Einhaltung der Gesetze		
SO8	Sanktionen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	41
4. Produktverantwortung		
Kundengesundheit und -sicherheit		
PR1	Auswirkungen von Produkten auf die Gesundheit und Sicherheit der Kunden	27 ff.
PR2	Verstöße gegen Gesundheits- und Sicherheitsstandards	29
Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen		
PR3	Produkt- und Dienstleistungsinformationen	27, 29
PR4	Verstöße gegen Standards zu Produktinformationen	29
PR5	Kundenzufriedenheit	30
Werbung		
PR6	Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	29
Einhaltung von Gesetzesvorschriften		
PR8	Verletzung des Schutzes der Kundendaten	29
PR9	Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben	29

<p>KONTAKT/IMPRESSUM Joh. Barth & Sohn GmbH & Co. KG Freiligrathstraße 7/9 90482 Nürnberg, Deutschland</p>	<p>ANSPRECHPARTNER zu allen Fragen des Berichts und seinem Inhalt: Peter Hintermeier peter.hintermeier@johbarth.de</p>	<p>PRESSEBEAUFTRAGTER Erich Dederichs dederichs kommunikation GmbH Prinz-Albert-Straße 79 53113 Bonn, Deutschland ed@dederichs-kommunikation.de</p>
<p>WISSENSCHAFTLICHE BERATUNG Prof. Dr. Dr. habil. Enno Weiß FIV Consulting GmbH Bartholomäusstraße 26 C 90489 Nürnberg, Deutschland e.weiss@fiv-consulting.de</p>	<p>WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN Siehe Publikationen auf unserer Webseite und die dort angegebenen Informationen und Quellen.</p>	<p>GESTALTUNG Lingner Marketing GmbH, Fürth</p> <p>DRUCK Pinsker Druck und Medien GmbH, Mainburg</p>

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde klimaneutral auf zertifiziertem Papier gedruckt.



 **JOH. BARTH & SOHN**
HOPFEN IST UNSERE WELT

WWW.JOHBARTH.DE

WWW.BARTHHAASGROUP.COM