

Grundsätze der unternehmerischen Verantwortung

Als führende Unternehmensgruppe im deutschen Getränkemarkt mit gelebter regionaler Verankerung bietet die Radeberger Gruppe Markenerlebnisse rund um den perfekten Getränkegenuss sowie kundenorientierte Lösungen. Sie tritt als moderne, marktführende Unternehmensgruppe an, den deutschen Getränkemarkt innovativ und nachhaltig über alle Wertschöpfungsstufen zu gestalten und ihren Marktanteil im Einklang mit ihren Renditeanforderungen qualitativ auszubauen.

Mit diesem unternehmerischen Selbstverständnis fühlt sich die Radeberger Gruppe auch in einem sich durch aktuelle Krisenentwicklungen und ihre dramatischen Auswirkungen auf Lieferketten, Kostenstrukturen und Nachfragemuster stetig massiv verändernden Bier- und weiteren Getränkemarkt sehr gut und zukunftsfähig aufgestellt: Sie tritt mit einem klaren strategischen Kompass, einem definierten unternehmerischen Auftrag und viel Zuversicht an, ihren Markt auch in wirtschaftlich fordernden Zeiten kraftvoll zu gestalten, Marktanteile in einem sich verschärfenden Wettbewerbsumfeld zu verteidigen oder gezielt auszubauen sowie in einem sich krisenbedingt verändernden Marktumfeld entstehende Opportunitäten entschlossen zu ergreifen, um ihr einzigartiges Geschäftsmodell weiter auszubauen.

Obwohl Kostenstrukturen in Krisenzeiten naturgemäß ein größeres Augenmerk erhalten, setzt die Radeberger Gruppe auf allen Stufen der Wertschöpfungskette auch weiterhin auf einen ausgewogenen Dreiklang strategischer Schlagrichtungen: die **Markenführerschaft**, eine nun mit noch größerer Konsequenz angestrebte **Kostenführerschaft** und die **kunden- und konsumentenzentrierte Lösungsführerschaft**, die sie insbesondere mit ihren vertikalen Engagements entschlossen fokussieren will. Um bestehende Zielgruppen fester zu binden und nachwachsende zu erschließen, wird sie alle Aktivitäten um diesen strategischen Dreiklang noch intensiver in den Themenkomplex **Nachhaltigkeit** einbetten, den sie 2023 in einem ersten Nachhaltigkeitsbericht sicht- und messbar gemacht hat. Bei alledem ergreift die Radeberger Gruppe beherzt Chancen der **Digitalisierung**, überprüft und straft ihre **Organisation und Prozesse** und legt mit der Weiterentwicklung ihrer **Führungs- und Unternehmenskultur**, der **vernetzten Zusammenarbeit** über alle Unternehmensteile sowie der **Qualifikation und Bindung ihrer Belegschaften** ein besonderes Augenmerk auf professionelles Employer Branding.

Unser Denken und Handeln orientiert sich dabei an diesen klaren Leitsätzen: Wir halten rechtliche Bestimmungen strikt ein, erfüllen regulatorische Standards und verpflichten uns, grundlegende moralische und ethische Werte sowie unternehmensseitige Anforderungen zu verwirklichen. Wir nehmen diese Verantwortung wahr, indem wir uns dazu bekennen, nachstehende Grundsätze zu beachten und aktiv zu fördern, die zugleich fester Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie sind:

1. Qualität, Lebensmittelsicherheit und Lebensmittelsicherheitskultur

Wir sind Markenartikler mit relevanten Lösungsangeboten für unsere Kunden und Konsumenten - das ist nicht nur ein aktives Versprechen an unsere Partner und die Freunde unserer Marken, sondern auch ein klares Bekenntnis zu qualitativ hochwertigen Produkten und Leistungen.

Unsere Erzeugnisse werden nach strengen Qualitätsanforderungen hergestellt. Dies umfasst insbesondere die Beschaffung hochwertiger Rohstoffe, den Einsatz moderner technischer und technologischer Verfahren sowie die Beachtung der Vorgaben des Reinheitsgebotes und aller anderen lebensmittelrechtlichen Vorgaben.

Durch ein engmaschiges Netz der Eigenüberwachung gewährleisten wir die bestmögliche Qualität unserer Produkte. Selbstverständlich stellen wir sicher, dass bei bestimmungsgemäßem Gebrauch keine Verbrauchergefährdung entsteht.

Unser Anspruch ist es, fortlaufend unser Qualitätsmanagementsystem zu verbessern, um die Lebensmittelsicherheit zu garantieren. Wir wollen Qualitätsmängel verhindern und mittels Fehleranalysen die Prozesse ständig verbessern. Um dies zu erreichen, werden unsere Mitarbeiter regelmäßig nach neuestem Stand der Technik und Wissenschaft geschult und dazu aufgefordert, aktiv die Produktqualität zu fördern. Durch die Verpflichtung des Führungspersonals soll das Bewusstsein für die Lebensmittelsicherheit auf allen Ebenen sichtbar sein und bei den Mitarbeitern gestärkt werden. Ebenso wird unsere technische Ausrüstung laufend hinsichtlich der neuesten Innovationen, Erkenntnisse und Optimierungen geprüft und entsprechend angepasst.

2. Umwelt, Energie und Nachhaltigkeit

Die Radeberger Gruppe verfolgt eine nachhaltige Unternehmensstrategie sowie -entwicklung und bekennt sich als großes Wirtschaftsunternehmen zu ihrer ökologischen wie auch sozialen Verantwortung in der Gesellschaft, der Wirtschaft und als Arbeitgeber.

Der Umweltschutz und der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen ist fest in die Unternehmensführung und -kultur integriert und begleitet alle unternehmerischen Entscheidungen der Gruppe: bei Investition in neue ressourcenschonende Technologien, der gezielten Fortbildung der Mitarbeiter, Engagement in der Ausbildung des Nachwuchses oder bei umweltbewussten und umweltschonenden Produktionsabläufen.

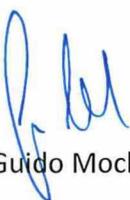
Wir wollen im Spannungsfeld Ökonomie, Ökologie und sozialer Verantwortung ausgewogen agieren und unsere umweltbezogene Leistung zugleich ständig verbessern. Besondere Relevanz hat die konsequente Optimierung unserer Hauptenergie- und Wasserverbräuche.

Unsere Grundsätze zur sozialen und ökologischen Verantwortung sind zentraler Bestandteil unseres Handelns. Unsere Mitarbeiter sind angehalten, sich für diese Grundätze aktiv und engagiert einzusetzen. Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass sie ebenfalls im Sinne dieser Regelungen handeln.

3. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ist das kostbarste Gut für die Radeberger Gruppe. Wir halten uns an gesetzliche Vorgaben und setzen diese in Gruppenweite Standards um, damit eventuelle Schwachstellen schnellstmöglich erkannt und beseitigt werden. Durch ständigen Austausch untereinander und mit unseren Partnern stellen wir sicher, dass diese Standards stets auf höchstem Niveau bleiben.

Frankfurt, 15.12.2023



Guido Mockel



Thomas Freese



Ulf Kampruhen



Christian Schütz