

Jägermeister



SUSTAINABILITY





# JÄGERMEISTER

## NACHHALTIGKEIT IST EIN WESENTLICHES ELEMENT UNSERES PURPOSES

**Wir wollen heute und in Zukunft die besten Nächte des Lebens feiern und genießen. In den drei Handlungsfeldern unserer Nachhaltigkeitsstrategie – Celebrate, Produce, Work – haben wir uns konsequent auf den Weg gemacht, eines der nachhaltigsten Unternehmen der Branche zu werden.**

Als Familienunternehmen haben wir die nächste Generation im Blick und spüren eine besondere Verpflichtung gegenüber Mitarbeitenden, Umwelt und Gesellschaft. Schon Curt Mast, der Erfinder unseres Jägermeisters, hat den bewussten Umgang mit wertvollen Ressourcen geprägt. 56 Kräuter, Blüten, Wurzeln und Früchte und somit natürliche Inhaltsstoffe sind die Essenz unseres Jägermeisters. Der Respekt vor der Natur bestimmt unser Handeln: Wir wollen nur so viel entnehmen, wie nachwachsen kann. Denn ohne eine gesunde Umwelt kann es keinen Jägermeister geben – und keine besten Nächte. Nicht heute und nicht in Zukunft.

Als wertegetriebenes, global agierendes Unternehmen wollen wir eine messbare Wirkung in unseren Nachhaltigkeitsfeldern erzeugen. Deshalb arbeiten wir stetig daran, unsere Produkte und unsere Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette noch nachhaltiger zu machen. Bei allen unternehmerischen Entscheidungen prüfen wir mögliche soziale und ökologische Konsequenzen. Um Probleme zu lösen, treffen wir mutige Entscheidungen und schlagen konsequent neue Wege ein. Gemeinsam mit der Unternehmerfamilie, allen Mitarbeitenden, unseren Lieferanten und unseren Partnern legen wir die Grundlage für eine verantwortungsvolle Zukunft bei Jägermeister.



# CELEBRATE

**WIR BEI JÄGERMEISTER SORGEN DAFÜR,  
DASS AUF MORGEN IMMER EINE WEITERE  
BESTE NACHT FOLGEN KANN.**

Jägermeister

#BESTCELEBRATION

Die Zufriedenheit unserer Konsumentinnen und Konsumenten ist unsere oberste Priorität. Wir engagieren uns für einen verantwortungsvollen Konsum unserer Produkte.

Die Ressourcen auf der Erde sind endlich. Bei unseren Werbemitteln folgen wir den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft.

Unsere Cooling-Geräte sorgen für den eiskalten Shot-Moment. Unser Portfolio gestalten wir energieeffizient und kreislauffähig.



# CELEBRATE

Jägermeister

## WIR BEI JÄGERMEISTER SORGEN DAFÜR, DASS AUF MORGEN IMMER EINE WEITERE BESTE NACHT FOLGEN KANN.

### COOLING DEVICES

Wenn es um unsere Cooling Devices geht, dann gilt mit Blick auf die Anzahl der Geräte im Portfolio: „Weniger ist mehr“. Bis 2025 möchten wir unser globales (SE-)Geräte-Portfolio um 25 % reduzieren und sehen bereits konkrete Fortschritte. Hatten wir 2020 noch zehn Geräte im Portfolio, sind es nun acht. Bei der (Weiter-)Entwicklung unserer Geräte legen wir den Schwerpunkt auf Energieeffizienz und Kreislauffähigkeit. Indem wir lokale Miet- und Reparaturlösungen anbieten, verlängern wir die durchschnittliche Lebensdauer unserer Geräte.

100%

unserer Mitarbeitenden im Vertrieb, im Marketing und in der Kommunikation wurden zu unserem Marketing-Kodex geschult, um sicherzustellen, dass all unsere Vertriebs-, Marketing-, Kommunikations- und Werbeaktivitäten im Einklang stehen mit unserer Selbstverpflichtung für eine verantwortungsvolle Vermarktung. Mehr zu unserem Marketingcode [hier](#).

### MEISTERCODE

Unsere Vision: Beste Nächte ohne Müll. Unser MeisterCode ist ein Leitfaden für mehr Nachhaltigkeit bei unseren Point-of-Sale-Werbemitteln. Er beruht auf den Säulen Recyclingfähigkeit, bewusster Umgang mit Ressourcen, Transport und Materialitäten. Der MeisterCode hilft uns durch praktische Tipps und konkrete Beispiele dabei, unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck und unseren Materialverbrauch zu reduzieren und einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft zu leisten. Seit der Umsetzung des MeisterCodes haben wir u. a. wiederverwendbare und zu 100 % recycelbare Shotgläser sowie eine Reihe von tragbaren Produkten für Festivals aus recyceltem Material mit OEKO-TEX(R) STANDARD 100-Zertifizierung entwickelt.

### #SAVETHENIGHT

Seit dem Start unserer #SAVETHENIGHT-Initiative im April 2020 hat Jägermeister mehr als 1.500 Kreative und 1.200 Projekte in über 60 Ländern unterstützt. Das Ziel von #SAVETHENIGHT ist es, das Nachtleben weltweit zu unterstützen und einen Beitrag zum Erhalt zu leisten – heute und auch in Zukunft. Zu diesem Zweck bringt Jägermeister Künstlerinnen und Künstler und Nightlife Fans durch die Plattform [www.save-the-night.com](http://www.save-the-night.com) zusammen.



# PRODUCE

Jägermeister

## JÄGERMEISTER STEHT FÜR NACHHALTIGKEIT ENTLANG DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE – VON UNSEREN 56 KRÄUTERN BIS ZUM EISKALTEN SHOT.

#BESTPRODUCTION

Wir gehen verantwortungsbewusst mit natürlichen Ressourcen um. Wir optimieren in der Produktion unseren Wasserverbrauch, streben nach 100 % Recyclingquote für unseren Abfall und arbeiten daran, dass sämtliche Verpackungen recycelbar oder wiederverwendbar sind.

Es gibt keine besten Nächte in einer heißeren Welt: Wir sind entschlossen, unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren und einen Beitrag zu leisten, damit die globale Erwärmung die 1,5-°C-Grenze nicht überschreitet.

Widerstandsfähige Lieferketten sind eine wesentliche Grundlage für unseren Erfolg. Mithilfe von Lieferantenaudits, Zertifizierungen und Biodiversitätsprojekten bauen wir die Prinzipien einer nachhaltigeren Beschaffung weiter aus.



## JÄGERMEISTER STEHT FÜR NACHHALTIGKEIT ENTLANG DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE – VON UNSEREN 56 KRÄUTERN BIS ZUM EISKALTEN SHOT.

### TRANSPORTVERPACKUNG

Im Rahmen eines ganzheitlichen und fachübergreifenden Beschaffungsprojektes wurden 2022 unsere Transportverpackungen optimiert. Durch einen Wechsel von festen Kartonagen zu Wellpappe konnte das Gewicht erheblich gesenkt und die Menge an benötigten Ressourcen für die Herstellung der Kartons um die Hälfte reduziert werden, ohne dass es Einbußen bei der Stabilität gibt. Seit 2023 kaufen wir diese Kartons zudem ausschließlich von deutschen Familienunternehmen ein.

**unserer 56 Botanicals sind bio-zertifiziert.** Mast-Jägermeister SE ist Mitglied von The Union for Ethical BioTrade (UEBT): Wir verpflichten uns zu einer Beschaffung mit Respekt vor Menschen und Artenvielfalt. Daher haben wir einen Plan für die ethische Beschaffung unserer pflanzlichen Zutaten aus mehr als 40 Ländern in Europa, Asien, Afrika und Amerika entwickelt.

### ETIKETTEN UND FLASCHEDECKEL

Seit 2022 verwenden wir für unsere Flaschenetiketten zu 100 % Recyclingpapier und sparen so im Vergleich zu vorher mehr als 66 % an CO<sub>2</sub>-Emissionen. Unsere 500 Millionen Etiketten werden zudem in Deutschland produziert und gedruckt. Im Rahmen eines globalen Projektes tauschen wir sogenannte NRC-Deckel, die aus Aluminium sowie verschiedenen Plastikkomponenten bestehen, durch einfache Deckel aus reinem Aluminium und einem kleinen Plastiksiegel aus. Das reduziert das Gewicht eines jeden Deckels um fast sieben Gramm und erhöht die Recyclingfähigkeit der Deckel. Wir haben 2022 bereits in elf Märkten die Deckel umgestellt (z. B. Südafrika) und werden dies 2023 fortsetzen.

### SOLAR-GEWÜRZTROCKNER IN SANSIBAR

Wir unterstützen unsere Nelkenlieferanten in Sansibar mit Solar-Trocknern. Dort führt der Klimawandel zu unvorhersehbaren Wettermustern, bei denen die Regenzeit mit wenig Regen verbunden und die Trockenzeit viel zu nass sein kann. Die geschlossenen Trocknersysteme helfen den Bauern vor Ort, die Qualität und den Ertrag ihrer Nelkenernte zu sichern, indem sie diese vor der Feuchtigkeit sowie vor Kontaminierung und Schädlingen schützen.



## CO<sub>2</sub>-REDUKTION HAT PRIORITÄT.

### ZIEL UND UMFANG

Die Erde hat sich bereits um 1,2 °C erwärmt und die dramatischen Folgen der Klimakrise für Mensch und Umwelt sind schon heute deutlich erkennbar. Wir möchten als Unternehmen einen Beitrag leisten, dass der Anstieg der globalen Temperatur gegenüber dem vorindustriellen Niveau die 1,5-°C-Grenze nicht überschreitet. Wir haben uns daher im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie das Ziel gesetzt, unsere Gesamtemissionen bis Ende 2026 um 25 % und bis Ende 2030 um 42 % zu reduzieren. Diese Ziele möchten wir im Jahr 2023 von der anerkannten Science Based Target Initiative validieren und zertifizieren lassen. Unser CO<sub>2</sub>-Fußabdruck setzt sich aus den Scopes 1, 2 und 3 zusammen und wird anhand der Vorgaben des Greenhouse Gas Protocols berechnet. Unsere Berechnungen zeigen, dass 98 % unserer Emissionen in den Scope 3 und somit in unsere Lieferkette fallen.








# 97,4%

unseres Stromverbrauchs (7.850,18 MWh)<sup>1</sup> wird bereits aus erneuerbaren Energien gedeckt. Wir wollen 2023 zu 100 % erneuerbare Energien verwenden.

<sup>1</sup>Dieser Wert beinhaltet den Gesamtenergieverbrauch der Produktionsstätten, des Hauptsitzes in Wolfenbüttel und der Standorte der Tochtergesellschaften.

<sup>2</sup>Ausgehend von der Annahme, dass Kühlgeräte 3 Jahre lang verwendet werden. Eine Datenerhebung zur tatsächlichen Nutzungszeit und -dauer ist in Planung.

### CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK 2021

-  **Nachgelagerter Vertrieb**  
Transport von abgefüllten Flaschen, Kühlgeräten und Werbeartikeln in die Märkte
-  **Flaschenproduktion**  
Produktion von Glasflaschen in den Glashütten
-  **Dienstleistungen**  
z. B. Marketingdienstleistungen wie Marktforschung oder Video- und Fotoproduktionen
-  **Kühlgerätenutzung<sup>2</sup>**  
Kühlung unserer Produkte in den Outlets
-  **Alkoholproduktion**  
Herstellungsprozess
-  **Zuckerproduktion**  
Herstellungsprozess Film-/Fotoproduktionen
-  **Weitere Emissionen**  
z. B. Verschlüsse, POS Werbemittel, Bürobedarf, Dienstreisen, Verpackungen aus Papier und Pappe

# WORK

Jägermeister

**BEI JÄGERMEISTER ZU ARBEITEN IST EINZIGARTIG.  
WIR FÖRDERN EINE RESILIENTE UND VIELFÄLTIGE  
KULTUR, VEREINT DURCH UNSEREN PURPOSE.**

#BESTWORKEXPERIENCE

Jeder Job kann ein nachhaltiger Job sein und einen Beitrag leisten, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Wir schulen 100 % unserer Mitarbeitenden zu Nachhaltigkeit.

Wir möchten, dass unsere Belegschaft ihr Potenzial voll ausschöpfen kann. Deshalb unterstützen wir unsere Mitarbeitenden in ihrer individuellen Entwicklung, Gesundheit und Resilienz.

100 % unserer Mitarbeitenden sollen sich gesehen und gehört fühlen. Wir arbeiten daher an einer vielfältigen, gerechten und inklusiven Unternehmenskultur.





# WORK

Jägermeister

## BEI JÄGERMEISTER ZU ARBEITEN IST EINZIGARTIG. WIR FÖRDERN EINE RESILIENTE UND VIELFÄLTIGE KULTUR, VEREINT DURCH UNSEREN PURPOSE.

### MITARBEITENDENENGAGEMENT

Jeder und jede in unserem Unternehmen ist für Nachhaltigkeit verantwortlich. Das beginnt mit den Vorstandsmitgliedern, für welche wir Nachhaltigkeitsziele festgelegt haben. Wir möchten die gesamte Belegschaft einbeziehen und tun dies z. B. durch eine MEISTER Week zu Nachhaltigkeit im September 2022 oder unseren jährlichen Jägermeister Volunteering Day. Diesen haben wir 2021 zu Ehren von Annemarie Findel-Mast gestartet, 2023 haben weltweit mehr als 380 Mitarbeitende teilgenommen.

46%

unserer Belegschaft sind weiblich<sup>1</sup>. Um die Vielfalt zu steigern, streben wir u. a. an, dass Mitarbeitende im Recruiting sowie die Hiring Manager an Schulungen zu unbewussten Vorurteilen („Unconscious Biases“) teilnehmen, damit in Einstellungsprozessen Diskriminierungen vermieden werden.

<sup>1</sup>Dieser Wert bezieht sich auf den Stand zum 31.08.2022.

### MEISTERACADEMY

Wir haben 2022 als Reaktion auf den zunehmenden Bedarf für spezifische bedarfsorientierte Lerninhalte für unsere Mitarbeitenden unsere digitale Schulungsplattform gestartet, die MeisterAcademy. Die Academy bietet eine Mischung aus klassischem E-Learning, interaktiven Gaming-Elementen und persönlichen Seminaren und Workshops zu Themen wie E-Commerce oder Trade Marketing. Bisher haben 200 Jägermeister-Mitarbeitende weltweit an Schulungen auf der Plattform teilgenommen. Wir wollen, dass bis 2025 jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter jährlich an fünf Schultagen innerhalb der Arbeitszeit teilnimmt.

### DIVERSITÄT, GERECHTIGKEIT UND INKLUSION

Jägermeister hat sich selbst das Ziel gesetzt, dass 100 % der Mitarbeitenden unsere Unternehmenskultur als inklusiv wahrnehmen. Im September 2022 haben wir unsere erste unternehmensweite quantitative sowie qualitative Befragung zu Diversität und Inklusion durchgeführt, an der 63 % aller Mitarbeitenden teilgenommen haben. Im Rahmen eines Workshops hat der Vorstand im Dezember 2022 die nächsten Schritte beschlossen, die dazu beitragen sollen, unser Ziel zu erreichen.

# HIGHLIGHTS

## RUND UM DIE WELT



**Jägermeister**

### **USA: LESBIAN BAR PROJECT**

Jägermeister hat sich 2020 im Rahmen der #SAVETHENIGHT-Initiative mit dem Lesbian Bar Project zusammengetan, um für das Überleben lesbischer Bars überall in den USA zu kämpfen. Ein Dokumentarfilm über das Projekt führte zu einer Fundraising-Kampagne, die mehr als 200.000 US\$ für das Projekt gesammelt hat. Im Anschluss daran starteten wir das erste lesbische Barerlebnis im Metaverse.

### **DEUTSCHLAND: TRINKGELD GEHÖRT DAZU**

Ein gutes Trinkgeld ist ein Zeichen der Wertschätzung der Gäste. 2022 ergab jedoch eine Studie von Jägermeister, dass zu selten Trinkgeld gegeben wird. Unsere nationale Kampagne sorgte für mehr Aufmerksamkeit für die Arbeit von Bar- und Servicekräften.

### **TSCHECHIEN: LOKALE ZAPFHÄHNREPARATUR**

Gemeinsam mit einem Dienstleister wurde ein lokaler Reparaturservice für Zapfhähne etabliert – 2022 mit einer Erfolgsquote von 75 %. Darüber hinaus sind Tutorials für den nachhaltigen Betrieb der Geräte in Entwicklung.

### **GROSSBRITANNIEN: UNTERSTÜTZUNG VON PRIDE-VERANSTALTUNGEN**

Jägermeister war der stolze Sponsor vieler Veranstaltungen während des Pride Months in London und Brighton und unterstützte durch unsere bestehenden Markenbeziehungen viele LGBTQ+-Outlets in beiden Städten.

### **SCHWEDEN: GREENHOUSE FESTIVAL BAR**

Das Jägermeister Greenhouse ist eine Konzeptbar, die wir 2022 auf dem Way Out West Festival in Göteborg getestet haben (siehe Coverfoto). Während die Gäste ihre Drinks genossen, deckten 16 Photovoltaikpanels etwa 90 % des Energiebedarfs des Greenhouse ab.



# KONTAKT

**Sandra Broschat**

Senior Director Sustainability

[Sandra.Broschat@jaegermeister.de](mailto:Sandra.Broschat@jaegermeister.de)

**Stella Victoria Pahlitzsch**

Junior Manager Sustainability

[Stella.Pahlitzsch@jaegermeister.de](mailto:Stella.Pahlitzsch@jaegermeister.de)

**Anna Heilmann**

Manager Public Relations

[Anna.Heilmann@jaegermeister.de](mailto:Anna.Heilmann@jaegermeister.de)

**IMPRESSUM**

Mast-Jägermeister SE

Jägermeisterstraße 7

38302 Wolfenbüttel

