



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2022

MBW MARKETING- UND ABSATZFÖRDERUNGSGESELL-
SCHAFT FÜR AGRAR- UND FORSTPRODUKTE AUS
BADEN-WÜRTTEMBERG MBH



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."	5
Leitsatz 5: Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."	8
5. Weitere Aktivitäten	11
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	11
Umweltbelange	12
Ökonomischer Mehrwert	13
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	14
Regionaler Mehrwert	15
6. Unser WIN!-Projekt	17
7. Kontaktinformationen	19
Ansprechpartner	19
Impressum	19

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die MBW Marketinggesellschaft für Agrar- und Forstprodukte aus Baden-Württemberg mbH (MBW) wurde 1994 gegründet. Alleingesellschafter ist das Land Baden-Württemberg.

Aufgabe der Gesellschaft ist es, den Absatz baden-württembergischer Agrarprodukte zu fördern und damit die Marktchancen der heimischen Landwirtschaft und der ihr nachgelagerten Bereiche nachhaltig zu stärken. Die MBW dient dabei insbesondere als Informations- und Kooperationsnetzwerk mit dem Handel, dem Tourismus und der Gastronomie.

Die MBW führt mit ihren 15 Mitarbeitern Projekte in den Bereichen Messe, Marketing, Presse- und Öffentlichkeit durch. Darüber hinaus unterstützt sie Unternehmen bei Absatzförderungsmaßnahmen sowohl fachlich als auch finanziell.

- Über das Verbraucherportal www.schmeck-den-sueden.de werden an den Endkunden interessante Informationen rund ums Einkaufen, Erleben und Essen im Ländle, sowie leckere Rezepte vermittelt.
- Die MBW ermöglicht die Durchführung von Aktionen im Einzelhandel in Zusammenarbeit mit den LandFrauenverbänden: Im Rahmen des Projektes „AgrarbotschafterInnen in der Verkaufsförderung für baden-württembergische Produkte“ werden Verbrauchern fachkundige Informationen zu regionaler Produktion, Warenkunde und Zubereitung vermittelt.
- Die MBW unterstützt die heimische Gastronomie bei der Gestaltung eines authentisch-regionalen Angebotes auf der Speisekarte. Dieses erfolgreiche Format bildet die Grundlage für das Projekt „Schmeck den Süden – Genuss außer Haus“ in der Gemeinschaftsverpflegung, an dem sich über 70 Unternehmen beteiligen.
- Die MBW stellt regelmäßige und einheitliche Kontrollen für das Qualitätszeichen Baden-Württemberg und das Biozeichen Baden-Württemberg sicher, damit die Bestimmungen eingehalten werden und somit Missbrauch vorgebeugt wird.
- Die MBW unterstützt die bundesweite Vermarktung heimischer Produkte in Zusammenarbeit mit der „Fördergemeinschaft für Qualitätsprodukte aus Baden-Württemberg e. V.“ (FBW), die aktuell 98 kleine und mittelständische Unternehmen vertritt.
- Die MBW organisiert auf Verbraucher- und Fachmessen Gemeinschaftsauftritte der baden-württembergischen Lebensmittelwirtschaft, die dort unter dem Dach Baden-Württembergs regionale Produkte präsentieren kann. Die Internationale Grüne Woche und die BioFach sind bekannte Beispiele.

Mit folgenden Maßnahmen unterstützt das Land u. a. die heimische Agrar- und Ernährungswirtschaft:

Qualitätsprogramme für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel

www.qz-bw.de, www.bio-bw.de, www.geoschutz-bw.de

Das Land hat die Chancen und Herausforderungen der Regionalität für die baden-württembergische Land- und Ernährungswirtschaft erkannt und frühzeitig zwei Qualitätsprogramme – das Qualitätszeichen Baden-Württemberg und Biozeichen Baden-Württemberg – entwickelt und bietet den Unternehmen der Land- und Ernährungswirtschaft die Nutzung an. Beide Qualitätsprogramme können

ÜBER UNS

im Hinblick auf die Bedürfnisse des Marktes in Zusammenarbeit mit den Akteuren entlang den Wertschöpfungsketten gemeinsam weiterentwickelt werden. Auch die Förderung von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln als geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.), geschützte geografische Angabe (g. g. A.) oder als garantiert traditionelle Spezialität (g. t. S.) trägt zur Erhöhung der heimischen Wertschöpfung bei.

Umsetzung der Regionalkampagne des Landes „Natürlich. VON DAHEIM“

<https://von-daheim.de>

Darüber hinaus wurde zur Umsetzung der im Koalitionsvertrag 2016 vereinbarten Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ konzipiert. Ziel der von 2017 bis 2021 angelegten und zwischenzeitlich verlängerten Kampagne ist es, den Mehrwert regionaler Produkte und Wertschöpfungsketten noch stärker zu kommunizieren und über eine Profilierung durch Vielfalt, besondere Produkt- und Prozessqualität und Genuss die Wettbewerbsfähigkeit der baden-württembergischen Land- und Ernährungswirtschaft weiter zu stärken. Grundlage bieten die beiden Qualitätsprogramme des Landes sowie die EU-weit geschützten Originale aus Baden-Württemberg. Die Umsetzung erfolgt schrittweise in neun Handlungsfeldern. Entscheidend für den Erfolg der Regionalkampagne ist es, dass diese von den Absatzmittlern, einschließlich deren Erzeugern und Verarbeitern entlang den entsprechenden Wertschöpfungsketten, als gemeinsame Plattform genutzt wird.

Landesaktion Gläserne Produktion

<http://gläserne-produktion.de>

Die Gläserne Produktion wird mit der Agrar- und Ernährungswirtschaft in Kooperation mit den unteren Landwirtschaftsbehörden durchgeführt. Ziel ist es, Informationen rund um die Produktion, Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse für den Verbraucher erlebbar und nachvollziehbar zu machen. Auch Genossenschaften, wie beispielsweise Winzer- und Weingärtnergenossenschaften, beteiligen sich an der Landesaktion. Im Jahr 2021 konnten trotz der Corona-Pandemie in 59 Betrieben 81 Veranstaltungen durchgeführt werden. Dies entsprach rd. 20 % der Veranstaltungen von 2019. Schwerpunkt bildeten Vesper-Touren, Naturpark-Brunches sowie Genuss-Radtouren und Weinberg-Wanderungen. Die Durchführbarkeit geplanter Veranstaltungen wird auch im aktuellen Jahr vom Verlauf der Pandemie abhängen.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/win-charta-unternehmen>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 8. November 2017

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung	<input type="checkbox"/>
Zusatzkapitel: Klimaschutz	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Streuobstwiesen (Erhaltung und Pflege)

Schwerpunktbereich: Erhalt der Sortenvielfalt
Schaffung von Lebensräumen für Insekten, Vögel und Pflanzen

Pflanzung neuer Streuobstbäume (2019)

Anschaffung Nistkästen für verschiedene Vogelarten und Insektenhotels (2020)

Schaumosten mit Streuobstäpfeln in Schulen und Kindergärten (2021)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | <input checked="" type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: 500 €

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."
- Leitsatz 5: Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Für Leitsatz 2 haben wir uns entschieden, da wir als Arbeitgeber Verantwortung für das Wohlbefinden und die Interessen der Mitarbeiter tragen. Zufriedene Mitarbeiter leisten bessere Arbeit. Wir wollen einen weiteren Baustein hin zum ganzheitlichen Konzept einer nachhaltigen Personal- und Organisationspolitik im Unternehmen entwickeln.

Spätestens im Jahr 2040 will das Land Baden-Württemberg klimaneutral sein, die Landesverwaltung strebt dies bereits für das Jahr 2030 an. Dieses Ziel haben auch wir als 100 %-ige Landestochter uns zu eigen gemacht und deshalb Leitsatz 5 als Schwerpunkt gewählt.

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."

ZIELSETZUNG

Im Rahmen unseres Zielkonzeptes haben wir uns folgende Ziele für dieses Schwerpunktt Thema gesetzt:

- Möglichst geringe Mitarbeiterfluktuation insgesamt und als Prozentsatz aufgegliedert nach Altersgruppe und Geschlecht
- Feedback der Mitarbeiter als Ansporn für Änderungen

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Große Runde (quartalsweise), an der alle Mitarbeiter teilnehmen und in der für alle relevante Themen besprochen werden
- Soziale Events (Betriebsausflug, Weihnachtsfeier)
- Änderung der Betriebsvereinbarung „Gleitende Arbeitszeit“ zur Anpassung an Hitzewellen
- Betriebsvereinbarung „Bildschirmarbeitsplatzbrille“
- Zustimmung zur Reduktion der Arbeitszeit von Mitarbeitern
- Möglichkeit zum Mobilen Arbeiten als Reaktion auf die Corona-Pandemie
- Ausgabe von Mund-Nase-Masken (FFP2) an alle Mitarbeiter
- Möglichkeit zu Corona-Selbsttests für alle Mitarbeiter

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Angebot Gripeschutzimpfung durch den Betriebsarzt
- G2-Regelung zum Betreten des Büros (temporär)
- Anschaffung eines Defibrillators zur Erstversorgung bei Herzstillstand

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die oben genannten Betriebsvereinbarungen und die quartalsweisen Besprechungen aller Mitarbeiter sind fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir hoffen in 2022 auch wieder die sozialen Events durchführen zu können.

Es ist jederzeit möglich, das Gespräch mit der Geschäftsführung zu suchen oder per Mail auf Dinge hinzuweisen, bei denen sich ein Mitarbeiter Änderungen wünscht.

Auch im Jahr 2022 konnte dem Mitarbeiterwunsch nach Reduktion der Arbeitszeit entsprochen werden.

Die jährliche Unterweisung zu Sicherheitsmaßnahmen und Unfallgefahren fand am 27. April 2022 wieder als Präsenztermin statt.

Drei Mitarbeiter haben in 2021 das Unternehmen verlassen. Die Initiative hierzu ging jeweils von den Mitarbeitern aus. Gründe waren der Wunsch nach Veränderung und die Möglichkeit Aufgaben wahrzunehmen, die ihnen im Unternehmen nicht angeboten werden konnten. Alle Stellen konnten wiederbesetzt werden.

Gemäß den gesetzlichen Vorgaben wurde der Impf- oder Teststatus der Mitarbeiter abgefragt. Von Dezember 2021 bis zum Auslaufen der gesetzlichen Vorgaben mussten alle Personen, die einen Termin in der MBW wahrnehmen wollten, einen G2-Nachweis erbringen.

In 2022 haben die Mitarbeiter auch unabhängig von der Pandemie die Möglichkeit, an bis zu zwei Tagen pro Woche mobil zu arbeiten. Zum Jahresende wird dieses Modell nochmals überprüft. Wenn es sich bewährt, soll es in Form einer Betriebsvereinbarung festgeschrieben werden.

INDIKATOREN

Indikator 1: Mitarbeiterfluktuation insgesamt und als Prozentsatz aufgegliedert nach Altersgruppe und Geschlecht

- Im Jahr 2021 haben drei Mitarbeiterinnen mit unbefristeten Verträgen das Unternehmen verlassen. Dies entsprach rd. 23 % der Gesamtbelegschaft und rd. 33 % der weiblichen Angestellten. Zwei gehören der Altersgruppe 35 – 40 Jahre an, eine der Altersgruppe 50 – 55 Jahre.

AUSBLICK

Wir werden auch in Zukunft an der Verfolgung dieses Leitsatzes festhalten, da zufriedene und motivierte Mitarbeiter unser wichtigstes Kapital sind.

Ab Juli 2022 ist die Schaffung zweier zeitlich befristeter Vollzeitstellen vorgesehen. So sollen zum einen Kapazitäten geschaffen werden, die im Aktionsplan Bio aus Baden-Württemberg verankerten Ziele in

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

der aktuellen Legislaturperiode umzusetzen und zum anderen das Staatsministerium beim Strategiedialog zur Zukunft der Landwirtschaft zu unterstützen.

Im Interesse unsere Mitarbeiter bleiben die aufgrund der Pandemie eingeführten Schutzmaßnahmen (verstärktes Mobiles Arbeiten, Tragen von Masken, Testmöglichkeiten etc.) bestehen. Telefon- und Videokonferenzen werden Bestandteil unseres Büroalltags bleiben und so die vor der Pandemie übliche Zahl von vor-Ort-Terminen reduzieren.

Nach unseren bisherigen Erfahrungen gehen wir davon aus, dass wir künftig unseren Mitarbeitern Mobiles Arbeiten anbieten werden, sofern dies bei ihrer Tätigkeit umsetzbar ist. Eine endgültige Entscheidung werden wir gemeinsam mit dem Betriebsrat zum Jahresende treffen.

Unser Ziel bleibt es, die Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden.

- Es ist vorgesehen in 2023, eine Betriebsvereinbarung zum Mobilen Arbeiten zu erstellen.
- Allen Mitarbeitern wird eine freiwillige Fahreignungsbegutachtung durch den Betriebsarzt angeboten.
- Unser Ziel: Wohlbefinden und Gesundheit der Mitarbeiter sollen gestärkt und der Krankenstand gesenkt werden.

Leitsatz 5: Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."

ZIELSETZUNG

Ziel ist es, den durch unsere Aktivitäten verursachten Ausstoß von Emissionen so gering wie möglich zu halten. Dies soll weiterhin sowohl durch Energieeinsparung (Wärme, Strom) wie auch durch Verhaltensänderungen erfolgen. Die stärksten Einsparpotentiale sehen wir im Bereich der Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter. Da wir so gut wie keine Tätigkeiten außerhalb Deutschlands ausüben, wollen wir Flüge reduzieren und möglichst ganz darauf verzichten. Ein Firmenwagen soll für Termine mit Geschäftspartnern oder zum Besuch von Veranstaltungen und Messen nur noch genutzt werden, wenn Dinge transportiert werden müssen, das Ziel mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht in angemessener Zeit erreicht werden kann oder mehrere Personen gemeinsam fahren. Durch die Erfahrungen in der Coronapandemie sollen künftig Termine verstärkt auch in Form von Telefon- oder Videokonferenzen durchgeführt werden.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Seit dem Jahr 2007 beziehen wir unseren Strom auf Basis der von Vermögen und Bau Baden-Württemberg durchgeführten Ausschreibungen. Mit der Ausschreibung 2011 - 2013 haben wir uns für Strom aus erneuerbaren Energien entschieden.
- Wir bieten allen Mitarbeitern das Job Ticket BW an, um die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu unterstützen.
- Mitarbeitern mit entsprechender Reisetätigkeit stellt das Unternehmen Bahn-Cards zur Verfügung.
- Erfassung der Flüge und Flugkilometer aller Mitarbeiter
- Erfassung des Treibstoffverbrauchs der Firmenfahrzeuge
- Messung / Vergleich Energieverbrauch (Wärme und Strom)
- Umstieg auf Elektrofahrzeuge

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Auch im Jahr 2021 haben unsere Mitarbeiter ganz auf Flüge verzichtet.

Beim Kraftstoffverbrauch wirken sich die Einschränkungen durch die Pandemie nach wie vor aus, auch wenn er insgesamt im Vergleich zum Vorjahr um 4 % angestiegen ist. Grund für den Anstieg ist die verstärkte Nutzung unseres Benziners. Das Fahrzeug wird u. a. für Kontrollen im Lebensmitteleinzelhandel eingesetzt, die das ganze Jahr über möglich waren. Außerdem konnten im Herbst noch zwei vor-Ort-Termine stattfinden, für die der Wagen zum Transport von Werbemitteln genutzt wurde (Offerta, Genussgipfel). Der Dieserverbrauch ging weiter zurück. Hauptgrund ist die Reduzierung der vor-Ort-Kontrollen bei den Schmeck den Süden-Gastronomen.

Da die Nebenkostenabrechnung immer erst am Ende des Folgejahres eingeht, beziehen sich die Werte für Wärme und Strom auf das Jahr 2020. Um die Schwankungen der einzelnen Jahre abzumildern,

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

werden immer die Durchschnittswerte der vier vorangegangenen Jahre als Vergleichsgröße herangezogen.

Der Stromverbrauch ging 2020 um 452 kW gegenüber 2019 zurück. Im Bereich Wärme dagegen stieg der Energieverbrauch um 2.360 kW im Vergleich zum Vorjahr. Ein Grund hierfür könnte sein, dass die Gewerberäume unter unserem Büro zweitweise nicht genutzt wurden. Durch die Pandemie waren auch unsere Mitarbeiter ab Herbst/Winter 2020 teilweise wieder nur sporadisch in Büro. Um Energie zu sparen, wurde bei Abwesenheit die Heizung heruntergedreht, was dazu führte, dass die Räume auskühlten und bei Anwesenheit stärker geheizt wurde.

Der Gesamtenergieverbrauch 2020 ist im Vergleich zum Durchschnittswert der letzten vier Jahre um knapp 11 % gesunken.

Der CO₂-Fußabdruck der Gesellschaft ging in 2020 um rd. ein Drittel zurück auf 9,8 Tonnen.

INDIKATOREN

Indikator 1: Flüge und Flugkilometer aller Mitarbeiter 2021

- Ist: In 2021 sind unsere Mitarbeiter wie schon im Vorjahr nicht geflogen.
- Auf einen Vergleich zum Basisjahr (2017) wurde verzichtet.

Indikator 2: Treibstoffverbrauch der Firmenfahrzeuge 2021

- Ist 2021: Diesel = 1.246,20 Liter; Benzin = 1.473,29 Liter
- Der Dieserverbrauch ist im Vergleich zum Vorjahr um weitere 18 % gesunken. Der Benzinverbrauch dagegen ist wieder um 35 % angestiegen.
- Auf einen Vergleich zum Basisjahr (2017) wurde erneut verzichtet, da wir davon ausgehen, dass der Verbrauchsrückgang hauptsächlich den Auswirkungen der Pandemie geschuldet ist.

Indikator 3: Energieverbrauch (Wärme und Strom) 2020

- Ist Wärme: 10.610 kWh
- Im Jahr 2020 wurde 28,61 % mehr Wärme verbraucht als in 2019.
- Der Verbrauch lag aber 12,71 % unter dem Mittelwert der vier Vorjahre.
- Ist Strom: 11.428 kWh
- Im Jahr 2020 wurde 3,8 % weniger Strom verbraucht als in 2019.
- Der Verbrauch lag rd. 9 % unter dem Mittelwert der vier Vorjahre.

AUSBLICK

Wir werden an diesem Schwerpunktthema weiterhin festhalten.

Mit dem Auslaufen eines Leasingvertrages in 2022 ist der Umstieg auf ein reines Elektrofahrzeug vorgesehen. Die aktuellen Lieferengpässe könnten jedoch dazu führen, dass sich die Anschaffung bis 2023 verzögert.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Eine Klimatisierung der Büroräume ist auch künftig nicht angedacht. Wir setzen wie bisher auf den Einsatz von passiven Kühlungskonzepten sowie die Verlagerung der Arbeitszeit, um eventuellen Hitzewellen entgegen zu wirken.

Auch in den kommenden Jahren soll ein CO₂-Fußabdruck für unser Unternehmen erstellt und die Emissionen kompensiert werden.

- An einer Reduzierung der Präsenztermine zugunsten von Telefon- oder Videokonferenzen wird festgehalten.
- Unser Ziel: Weitere Verringerung der durch uns verursachten Emissionen u. a. durch Reduktion der Nutzung der Firmenfahrzeuge und einem Verzicht auf Flüge

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir bieten unseren Mitarbeitern gute und sichere Arbeitsbedingungen, nicht zuletzt durch die vertrauensvolle Zusammenarbeit von Betriebsrat und Geschäftsführung.
- Bei der Auswahl unserer Lieferanten und Dienstleister achten wir u. a. auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben wie z. B. Mindestlohn, Lieferkettengesetz.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die Anlehnung an den TV-L wird eine Geschlechterdiskriminierung bei den Löhnen vermieden. Die Eingruppierung aller Mitarbeiter erfolgt nach Ausbildung, Berufserfahrung und ausgeübter Tätigkeit.
- Jährliche Unterweisung zu Sicherheitsmaßnahmen und Unfallgefahren.
- Dienstleister und Lieferanten werden durch unsere Anforderungen (z. B. bei Ausschreibungen) für das Thema Arbeitnehmerrechte sensibilisiert.

Ausblick:

- Die gesetzten Ziele werden beibehalten.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir pflegen einen offenen und partnerschaftlichen Umgang sowohl mit unseren Kunden wie auch mit unseren Dienstleistern und Lieferanten, der stets auf eine längerfristige Zusammenarbeit angelegt ist.
- Wertschätzung ist die Basis, Mitarbeiter über viele Jahre an das Unternehmen zu binden und von ihrem Erfahrungsschatz zu profitieren – als Arbeitgeber wie als Kunde.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Beibehaltung eines offenen und fairen Dialogs mit allen Beteiligten.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Durch die meist langjährige und regelmäßige Zusammenarbeit mit unseren Partnern sind uns sowohl das Anforderungsspektrum unserer Kunden wie auch das Leistungsvermögen unserer Dienstleister vertraut. Unser Ziel ist es, beides in optimaler Weise zusammenzubringen.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Umstellung auf Recyclingpapier
- Reduktion des Faxverkehrs
- Im Büro angebotene Kaltgetränke nur in Glasflaschen
- Kein Einweggeschirr (bzw. nur biologisch abbaubares Geschirr) bei Messen/Veranstaltungen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Sowohl unser Papier wie auch sonstiges Büromaterial bestellen wir über den Büro Shop des Logistikzentrum Baden-Württemberg (LZBW), das bei der Ausschreibung von Produkten verstärkt auf Umweltzeichen wie den Blauen Engel und auf Nachhaltigkeit setzt.
- In 2021 ging der Papierverbrauch im Vergleich zum Vorjahr insgesamt um fast 14 % zurück. Bezogen auf die Zahl der Mitarbeiter verringerte er sich um rd. 10 %.
- Im Zeitraum 2017 bis 2021 sank der Papierverbrauch insgesamt um fast 23 %. Bezogen auf die Zahl der Mitarbeiter verringerte er sich um rd. 26 %.
- Im Vergleich zu 2021 stieg die Zahl der Kopien/Ausdrucke leicht an (2,7 %). Der Anteil an Farbkopien/-ausdrucken an der Gesamtmenge der Kopien/Ausdrucke bleibt auf Vorjahresniveau.
- Im Zeitraum 2017 bis 2021 verringerte sich die Zahl der Ausdrucke/Kopien insgesamt um rd. 25 %. Die Zahl der Farbkopien/-ausdrucke sank um fast 38 %.

Ausblick:

- Wir werden unsere Mitarbeiter immer wieder dazu auffordern, auf weniger Papier zu setzen und Farbkopien-/ausdrucke zu reduzieren.
- Wir erwarten, dass das mobile Arbeiten zur Ressourcenschonung auch in Papierbereich beiträgt.
- Wir planen, diesen Leitsatz ca. alle fünf Jahre als Schwerpunktthema aufleben zu lassen, um zu sehen, wo wir dann stehen. Nächster Termin: 2027

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Qualitätszeichen des Landes („Qualitätszeichen Baden-Württemberg“ und „Biozeichen Baden-Württemberg“) sollen dem Verbraucher Sicherheit über eine ausgezeichnete Qualität mit nachvollziehbarer Herkunft bieten. Alle teilnehmenden Erzeuger und alle Zeichennutzer sind sowohl zur betrieblichen Eigenkontrolle wie auch zu neutralen Kontrollen verpflichtet. Das Kontrollsystem des „Qualitätszeichen Baden-Württemberg“ wie auch des „Biozeichen Baden-Württemberg“ wird zudem von der MBW Marketinggesellschaft mbH überwacht wodurch die Kontrolle der Kontrolle gewährleistet wird.

Ausblick:

- Bei der Wahl von Lebensmitteln mit einem der Qualitätszeichen des Landes Baden-Württemberg will sich der Verbraucher sicher sein, dass diese regional und nach hohen Standards erzeugt bzw. hergestellt wurden. Dies auch künftig zu garantieren, ist einer unserer Schwerpunkte.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Als 100 %-ige Landestochter können wir sichere Arbeitsplätze bieten und bei erfolgreicher Umsetzung unserer Projekte auch den Unternehmenserfolg unserer Partner stärken.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zum 1.01.2022 konnte eine neue Stelle ohne Befristung geschaffen werden. Dies ermöglichte uns sowohl zwei aus der Elternzeit zurückkehrende Mitarbeiterinnen wie auch ihre Elternzeitvertreterinnen weiter zu beschäftigen. So konnten wir auf die gestiegenen Arbeitsanforderungen reagieren und Kompetenz und Fachwissen im Unternehmen halten.
- Ab 1. Juli 2022 sollen zwei weitere bis 31.12.2024 bzw. 30.06.2025 befristete Stellen geschaffen werden.

Ausblick:

- Unser Ziel ist es, weiterhin die Mitarbeiterfluktuation so gering wie möglich zu halten. Mitarbeiter mit langjähriger Erfahrung und fundierten Kenntnissen stehen für eine erfolgreiche Projektarbeit und zufriedene Projektpartner.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir achten auf die Nachhaltigkeit der Projekte, die wir mit unseren Partnern umsetzen. Wir versuchen unsere Partner bei Innovationen zu unterstützen.

Ausblick:

- Die gesetzten Ziele werden beibehalten.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Als 100 %-ige Landestochter sind wir uns bewusst, dass wir von der Gemeinschaft finanziert werden. Die uns zur Verfügung stehenden Steuergelder setzen wir so ein, dass sie dem Bundesland sowie seinen Unternehmen und Bewohnern einen möglichst hohen Nutzen bringen.
- Seit 2014 veröffentlichen wir einen PCGK-Bericht. Außerdem legt die Geschäftsführung gegenüber dem Aufsichtsrat mindestens zweimal jährlich Rechenschaft über den Einsatz der uns zur Verfügung stehenden Finanzmittel ab.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Finanzlage des Unternehmens ist gesichert.

Ausblick:

- Ziel ist auch weiterhin ein verantwortungsbewußter Umgang mit den zur Verfügung stehenden Finanzmitteln und die wirtschaftliche Stabilität der Gesellschaft.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Der Public Corporate Governance Kodex (PCGK) des Landes Baden-Württemberg ist für das Unternehmen Standard. Die Geschäftsführung und der Aufsichtsrat berichten jährlich über die Corporate Governance der Gesellschaft. Die Berichte 2019 ff basieren auf dem am 06. Juli 2018 als verbindliche Vorlage veröffentlichten Public Corporate Governance Kodex des Landes Baden-Württemberg einschließlich der Anmerkungen zur Anwendung.
- Ein Verhaltenskodex zur Korruptionsbekämpfung wurde im November 2017 allen Mitarbeitern vorgestellt und kann von ihnen jederzeit eingesehen werden.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Alle Mitarbeiter wurden zum Verbot der Annahme von Belohnungen, Geschenken und Provisionen belehrt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Alle neu in das Unternehmen eintretenden Mitarbeiter werden über den Verhaltenskodex zur Korruptionsbekämpfung und das Verbot der Annahme von Belohnungen, Geschenken und Provisionen informiert.
- Bislang gab es keine Korruptionsverdachtsfälle im Unternehmen.

Ausblick:

- Die eingeleiteten Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung haben sich als erfolgreich erwiesen und werden beibehalten.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Mission ist die Stärkung und Sicherung des Wirtschaftsstandortes Baden-Württemberg. Auf dieses Ziel richten wir alle unsere Aktivitäten aus. Wir leisten somit direkt aus unserem Auftrag heraus einen Beitrag zur regionalen Entwicklung sowie zum Erhalt und zur Schaffung regionaler Arbeitsplätze.
- Kooperation mit Verbänden, Gremien, Netzwerken und anderen kommunalen Unternehmen
- Förderung von Maßnahmen zum Erhalt der Kulturlandschaft Streuobstwiese (s. WIN-Charta-Projekt)

Ausblick:

- Die gesetzten Ziele werden beibehalten.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Vorschläge der Mitarbeiter zur Stärkung der Nachhaltigkeit und zur Schonung von Ressourcen z. B. bei der Auswahl von Veranstaltungsorten, bei der Veranstaltungsbewirtung, zur Müllvermeidung oder bei der Auswahl von Dienstleistern sind jederzeit willkommen.
- Durch die Aufnahme des WIN-Charta-Logos auf unseren Briefbogen, wollen wir andere Unternehmen auf das Projekt aufmerksam machen und zur Teilnahme anregen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Umstellung auf Recyclingpapier
- Kaltgetränke nur in Glasflaschen

Ausblick:

- Wir setzen weiterhin auf einen transparenten und fairen Umgang mit unseren Mitarbeitern und sind für Vorschläge jederzeit offen.

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Streuobstwiesen sind seit Jahrhunderten fester Bestandteil der Natur- und Kulturlandschaft Baden-Württembergs. So befindet sich zwischen Alb und Neckar z. B. mit rd. 1,5 Millionen Obstbäumen auf ca. 26.000 ha eine der größten zusammenhängenden Streuobstlandschaften Europas. Nicht nur für den Erhalt alter Sorten sind Streuobstwiesen unverzichtbar, sie sind auch ein einzigartiger Lebensraum für Pflanzen, Insekten und Vögel. Die arbeitsintensive Pflege der Streuobstwiesen, ihr oft geringer finanzieller Ertrag sowie die einfache und ganzjährige Verfügbarkeit von Obst haben zu einem steten Rückgang der Flächen in den letzten 50 Jahre geführt.

Streuobstwiesen sind eine Kulturlandschaft, die genutzt werden muss, damit sie erhalten bleibt. Das Netzwerk Streuobst Mössingen e.V. versucht mit vielfältigen Projekten, Veranstaltungen und Produkten dafür zu sorgen, dass die rd. 40.000 Obstbäume rund um Mössingen weiter genutzt und damit gepflegt werden. Ein erheblicher Anteil dieser Bäume befindet sich auf kommunalen Allmandflächen. Leider sind nicht alle Allmandteile bewirtschaftet, die Baumbestände weisen dementsprechend teils große Pflegerückstände auf.

Im Herbst 2015 übernahm das Netzwerk Streuobst Mössingen e.V. von der Stadt Mössingen Allmandflächen, die aufgrund ihres schlechten Pflegezustands nicht mehr an Bürger verpachtet werden konnten. Finanziert mit Mitteln der Stadt Mössingen und mit Unterstützung des Landschaftserhaltungsverbands (LEV) erhielten diese Flächen zunächst eine Erstpflege. Alte Bäume wurden saniert und stabilisiert, die Wiesen gemäht und von Gebüsch befreit. Zusätzlich wurden neue Bäume gepflanzt, um eine nachhaltige Bestandsdurchmischung von Jungbäumen, Ertragsbäumen und Altbäumen zu erhalten.

Das Netzwerk Streuobst organisiert über die Internetplattform myBäumle.de Patenschaften für solche Bäume. Die Paten übernehmen die Kosten für die Pflege eines oder mehrere Bäume und erhalten dafür jährlich eine Spendenbescheinigung. Die integrative AiS-Grüngruppe „Streuobst und Naturschutz“, die auch bereits die Erstpflege der Patenschaftsflächen durchführte, übernimmt diese Pflege. Dazu gehören Baumschnitt, Nachpflanzung, Anbindekontrolle, Stammschutz, Freihalten der Baumscheiben, aber auch die Ernte sowie das Mähen der Wiese. Die Beauftragung der AiS gewährleistet eine fachgerechte Durchführung der nötigen Pflegemaßnahmen und unterstützt die Inklusion von Menschen mit Behinderung.

myBäumle.de startete am 2. Oktober 2016. Seitdem haben 120 Patinnen und Paten die Patenschaft für 168 Bäume übernommen (Stand April 2022). Derzeit wird das Projektgebiet erweitert.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Für das Jahr 2022 übernahm die MBW Marketinggesellschaft mbH die Patenschaft für 10 Bäume. Es handelt sich um vier Kirsch-, drei Birn- und drei Apfelbäume. Sie wurden zwischen ca. 1950 und 1995

UNSER WIN!-PROJEKT

gepflanzt. Der Pflegeaufwand ist vom Zustand des jeweiligen Baumes abhängig. Der Totholzanteil liegt bei diesen Bäumen zwischen 10 % und 40 %.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Patenschaft bietet insbesondere Menschen aber auch Organisationen, die nicht die Möglichkeit haben, sich um ein entsprechendes Grundstück zu kümmern, einen Weg zum Erhalt der Streuobstflächen beizutragen. Je nach Alter und Zustand der Bäume müssen die Pflegemaßnahmen nicht unbedingt jährlich durchgeführt werden. Auch wenn unsere Bäume einige Jahre auf den nächsten Paten warten müssten, konnten wir durch unser Engagement doch zum Erhalt der Kulturlandschaft beitragen.

AUSBLICK

Für das kommende Jahr planen wir erneut ein Projekt im Bereich „Streuobstwiesen“ zu fördern.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Dr. Alexander Wirsig, Geschäftsführer

Telefon: 07 11/6 66 70-82

E-Mail: wirsig@mbw-net.de

Impressum

Herausgegeben am 30.06.2022 von

MBW Marketing- und Absatzförderungsgesellschaft für Agrar- und Forstprodukte aus

Baden-Württemberg mbH

Leuschnerstraße 45, 70176 Stuttgart

Telefon: 07 11/6 66 70-80

E-Mail: mbw@mbw-net.de

Internet: <http://www.gemeinschaftsmarketing-bw.de>

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer: Dr. Alexander Wirsig

Aufsichtsratsvorsitzender: Minister Peter Hauk MdL, Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Registrierungsgericht: Amtsgericht Stuttgart; Registrierungsnummer: HRB 16589

