



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2024

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



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....</b>	<b>4</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen .....</b>	<b>6</b>
Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter." .....	6
Leitsatz 05: Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral." .....	9
<b>5. Weitere Aktivitäten.....</b>	<b>12</b>
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange .....	12
Umweltbelange.....	13
Ökonomischer Mehrwert.....	14
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	15
Regionaler Mehrwert.....	16
<b>6. Unser WIN!-Projekt .....</b>	<b>18</b>
<b>7. Kontaktinformationen .....</b>	<b>20</b>
Ansprechpartner .....	20
Impressum .....	20

## 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 rd. 20 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](http://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 90 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 100 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 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](http://www.qz-bw.de), [www.bio-bw.de](http://www.bio-bw.de), [www.geoschutz-bw.de](http://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 das 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 bilden 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. Nach Auslaufen aller Corona-Maßnahmen im Frühjahr 2023 hat sich die Zahl der teilnehmenden Betriebe fast verdoppelt (321). Die 348 Veranstaltungen zogen rd. 194.000 Besucher an, wobei insbesondere die Veranstaltungsformen Naturpark Brunch und Bauernmärkte/Regionalmärkte besonders gut besucht waren.

## 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:** Erhalt von Steillagen (Weinbau)

**Schwerpunktbereich:** Schaffung von Lebensräumen für Insekten, Reptilien und Pflanzen  
Erhalt der Kulturlandschaft

- Energie und Klima       Ressourcen       Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 Mobilität       Integration

#### Art der Förderung:

- Finanziell       Materiell       Personell

**Umfang der Förderung:** 500 €

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT (BIS 2023)

**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), Patenschaft für Streuobstbäume (2022), Anschaffung von Wühlmauskörben (2023)

Energie und Klima       Ressourcen       Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 Mobilität       Integration

### Art der Förderung:

Finanziell       Materiell       Personell

**Umfang der Förderung:** 500 €

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 02: Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."
- Leitsatz 05: 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

- Regelmäßige Große Runde 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
- Angebot Gripeschutzimpfung durch den Betriebsarzt
- Anschaffung eines Defibrillators zur Erstversorgung bei Herzstillstand

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die oben genannten Betriebsvereinbarungen sind fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Die regelmäßigen Besprechungen aller Mitarbeiter werden im zweiten Halbjahr zur Prozessoptimierung neu konzipiert. Vorgesehen sind für alle offene Termine, an denen z. B. Änderungen im Bereich Datenbanken (MBW.Center) vorgestellt und geschult werden.

Es ist weiterhin jederzeit möglich, das Gespräch mit der Geschäftsführung zu suchen oder per Mail auf Dinge hinzuweisen, bei denen sich Mitarbeiter Änderungen wünschen. Außerdem soll es künftig auch anonym möglich sein, seine Anliegen mitzuteilen. Hierzu wird ein digitaler „Kummerkasten“ eingerichtet werden.

Das gemeinsame Weihnachtessen musste im Dezember 2023 aufgrund eines hohen Krankenstandes abgesagt werden und wurde im April 2024 nachgeholt. Ein Betriebsausflug ist im vierten Quartal geplant.

Auch im Jahr 2024 konnte dem Mitarbeiterwunsch nach Reduktion der Arbeitszeit entsprochen werden.

Die jährliche Unterweisung zu Sicherheitsmaßnahmen und Unfallgefahren fand am 17. April 2024 statt. Für die Teilnehmer bestand im Anschluss die Möglichkeit den Umgang mit einem Feuerlöscher zu üben.

Von den in 2023 ausgeschriebenen Stellen konnten drei im gleichen Jahr besetzt werden, drei zum Januar 2024 und eine zum April 2024. Eine Teilzeitstelle konnte nicht besetzt werden.

Im ersten Halbjahr 2024 haben zwei Mitarbeiterinnen das Unternehmen verlassen. Bis August 2024 wurden vier Stellen ausgeschrieben. Drei davon konnten bis Oktober 2024 besetzt werden. Für eine aktuell noch bis 30. Juni 2025 befristete Stelle wurde bislang kein neuer Stelleninhaber gefunden.

Mit dem Auslaufen der gesetzlichen Vorgaben zu Corona wurden auch die Maskenpflicht in der MBW und alle sonstigen Einschränkungen aufgehoben. Bis April 2024 standen den Mitarbeitern auf Wunsch noch Tests zur Verfügung.

Im Rahmen des aktuellen Tarifvertrages erhalten die Mitarbeiter eine Inflationsausgleichzahlung in Höhe von insgesamt 3.000 € (bei Vollzeit).

Die Möglichkeit des mobilen Arbeitens soll in Form einer Betriebsvereinbarung verstetigt werden. Getestet wird seit Mai 2023 die Praktikabilität, an bis zu drei Tagen pro Woche mobil zu arbeiten.

## INDIKATOREN

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

- Im Jahr 2023 gab es keine Vertragsauflösungen.  
Im ersten Halbjahr 2024 haben zwei Mitarbeiterinnen das Unternehmen verlassen. Beide gehörten der Altersgruppe 30 – 35 Jahre an. Dies entsprach 10,5 % der Gesamtbelegschaft und 13,3 % der weiblichen Angestellten.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## AUSBLICK

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

Auch wenn Präsenztermine weiter zunehmen, werden insbesondere kürzere Termine bis zwei Stunden überwiegend als Telefon- oder Videokonferenzen wahrgenommen, wobei die Zahl der Videokonferenzen deutlich überwiegt.

Nachdem seit 04.06.2024 auch die TV-L-Beschäftigten des Landes „JobBike BW“ in Anspruch nehmen können, werden wir versuchen, dies auch unseren Mitarbeitern zu ermöglichen.

Das Mobile Arbeiten bleibt fester Bestandteil unsres Büroalltags. Einzig die Zahl der möglichen Tage vor Ort und die organisatorische Abwicklung werden noch weiter getestet.

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

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

## **Leitsatz 05: 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 wie in den Vorjahren sowohl durch Energieeinsparung (Wärme, Strom) wie auch durch Verhaltensänderungen erfolgen. Die stärksten Einsparpotentiale sehen wir im Bereich der Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter. Innerhalb Deutschlands wollen wir ganz auf Flüge verzichten. Innerhalb Europas wollen wir Flüge nur nutzen, wenn andere Reismöglichkeiten zu zeitaufwendig sind. 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. Wenn Fahrzeuge ausgetauscht oder neu beschafft werden, werden nur noch Elektrofahrzeuge angeschafft. Aufgrund der positiven Erfahrungen in der Corona-Pandemie sollen Termine weiterhin verstärkt 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 2023 haben unsere Mitarbeiter ganz auf innerdeutsche Flüge verzichtet. Im September 2023 sind drei Mitarbeiter zu einer Veranstaltung nach Wien geflogen, wobei für alle eine CO<sub>2</sub>-Kompensation bei der Buchung vorgenommen wurde.

Im Februar 2023 wurde ein mit Diesel betriebener Dienstwagen durch ein Elektrofahrzeug ersetzt. Deshalb wird beim Vergleich des Kraftstoffverbrauchs die für das ausgeschiedene Fahrzeug angefallene Dieselmenge nicht berücksichtigt. Für Vergleiche mit Vorjahren wird nur noch der Verbrauch der verbliebenen Fahrzeuge und von Mietwägen herangezogen.

Obwohl 2023 die Zahl der Präsenzveranstaltungen wieder Vor-Corona-Niveau erreichte, ist der Kraftstoffverbrauch in 2023 deutlich zurückgegangen. Er lag nur bei rd. 61 % des Mittelwertes der drei

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

letzten Jahre vor Corona und rd. 85 % des Mittelwertes der Jahre 2020 bis 2022. Hauptgrund neben der Änderung im Fuhrpark ist die Aufgabe der vor-Ort-Kontrollen bei den Schmeck den Süden-Gastronomen zum 31.12.2022. Das verbliebene Diesel-Fahrzeug steht seit Januar 2023 jederzeit allen Mitarbeitern zur Verfügung, was dazu führte, dass der Benziner weniger genutzt wurde. So wirkte sich der Rückgang auf beide Kraftstoffarten aus.

Da die Nebenkostenabrechnung immer erst am Ende des Folgejahres eingeht, beziehen sich die Werte für Wärme und Strom auf das Jahr 2022. Um die Schwankungen der einzelnen Jahre abzumildern, werden jeweils die Durchschnittswerte der vier vorangegangenen Jahre als Vergleichsgröße herangezogen.

Der Stromverbrauch ist in 2022 um 490 kW angestiegen. Im Bereich Wärme ist der Energieverbrauch im Vergleich zum Vorjahr um 3.940 kW zurückgegangen. Der Gesamtenergieverbrauch 2022 entspricht in etwa dem Durchschnittswert der vier vorangegangenen Jahre (minus 1,39 %).

Im Rahmen des Energieaudits 2023 wurde der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck 2021 der Gesellschaft bestimmt. Er lag bei 10,68 t CO<sub>2</sub>. Analog wurde er auch für das Folgejahr ermittelt. In 2022 stiegen die CO<sub>2</sub>-Emissionen auf 11,35 t an. Hauptgrund für den Anstieg ist der verstärkte PKW-Einsatz.

## INDIKATOREN

### Indikator 1: Flüge und Flugkilometer aller Mitarbeiter 2023

- Ist: In 2023 waren drei Mitarbeiter mit dem Flugzeug unterwegs. Insgesamt legten sie 3.300 Flugkilometer zurück.
- Auf einen Vergleich zum Basisjahr (2017) wurde verzichtet.

### Indikator 2: Treibstoffverbrauch der Firmenfahrzeuge 2023

- Ist 2023: Diesel = 741,12 Liter; Benzin = 980,81 Liter
- Bei Diesel belief sich der Verbrauch auf rd. 80 % des Vorjahres und bei Benzin erreichte er noch rd. 62 %. Der Gesamttreibstoffverbrauch ging um rd. 31 % zurück.
- Verglichen mit dem Basisjahr (2017) wurde rd. 39 % weniger Treibstoff verbraucht.

### Indikator 3: Energieverbrauch (Wärme und Strom) 2022

- Ist Wärme: 9.210 kWh
- Im Jahr 2022 wurde fast 30 % weniger Wärme verbraucht als in 2021.
- Der Verbrauch lag rd. 9,4 % unter dem Mittelwert der vier Vorjahre.
- Ist Strom: 12.383 kWh
- Im Jahr 2022 wurde 4,1 % mehr Strom verbraucht als in 2021.
- Der Verbrauch lag rd. 5,6 % über dem Mittelwert der vier Vorjahre.

## AUSBLICK

Wir werden an diesem Schwerpunktthema weiterhin festhalten.

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Mit dem Auslaufen eines Leasingvertrages in 2022 haben wir den Einstieg in die Elektromobilität umgesetzt. Aufgrund von Lieferengpässen konnte uns der Hersteller den neuen Firmenwagen jedoch erst im Februar 2023 zur Verfügung stellen. Im Jahr 2023 wurden mit dem Fahrzeug 5.459 kWh Energie verbraucht. Die Energie wird ausschließlich über öffentliche Ladestationen bezogen. Der Ökostromanteil an diesen Ladepunkten wird bei den Abrechnungen nicht angegeben und kann nur geschätzt werden. Wir gehen von ca. 75 % aus.

Auf die Klimatisierung der Büroräume wird weiterhin verzichtet. Wir setzen wie bisher auf den Einsatz von passiven Kühlungskonzepten sowie die Verlagerung der Arbeitszeit in die Morgenstunden, um eventuellen Hitzewellen entgegen zu wirken.

Auch in den kommenden Jahren soll ein CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für unser Unternehmen erstellt und die Emissionen kompensiert werden. Bisher haben wir Kompensationsprojekte in Indien, Nepal und Ruanda unterstützt. Gleichzeitig leisten wir eine zusätzliche Spende von 2,00 € pro Tonne CO<sub>2</sub> zur Unterstützung des regionalen Humusaufbaus in Baden-Württemberg.

- 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, Umstieg auf Elektrofahrzeuge und den Verzicht auf innerdeutsche 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 sowie Angebote des Betriebsarztes.
- 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 ausgelegt 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 2023 ist der Papierverbrauch im Vergleich zum Vorjahr erneut gesunken (12,7 %). Bezogen auf die Zahl der Mitarbeiter lag der Rückgang bei 22,4 %.
- Im Zeitraum 2017 bis 2023 sank der Papierverbrauch insgesamt um 37,5 %. Bezogen auf die Zahl der Mitarbeiter verringerte er sich um rd. 49,1 %.
- In 2023 sank die Zahl der Kopien/Ausdrucke im Vergleich zum Vorjahr um 8,6 %. Dafür erhöhte sich der Anteil an Farbkopien/-ausdrucken an der Gesamtmenge der Kopien/Ausdrucke deutlich (27,5 %).
- Im Zeitraum 2017 bis 2023 verringerte sich die Zahl der Ausdrucke/Kopien weiter (39,5 %). Die Zahl der Farbkopien/-ausdrucke stieg um 9,6 % über den des Basisjahres.
- Seit Sommer 2024 werden bei pdf-Ausdrucken automatisch bis zu 15 % Toner gespart.

Ausblick:

- Wir werden unsere Mitarbeiter immer wieder dazu auffordern, auf weniger Papier zu setzen und Farbkopien-/ausdrucke wieder zu reduzieren.
- Wir erwarten, dass das mobile Arbeiten weiter zur Ressourcenschonung im 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 Landestocher können wir sichere Arbeitsplätze bieten und bei erfolgreicher Umsetzung unserer Projekte auch den Unternehmenserfolg unserer Partner stärken.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Von den Stellen der in 2022 ausgeschiedenen Mitarbeiter (Ruhestand) konnte eine zum 1.01.2024 besetzt werden.
- In 2023 wurden vier Stellen neu geschaffen (zwei davon befristet). Drei der Stellen konnten auch in 2023 und eine im April 2024 besetzt werden.
- Für 2024 wird die Verlängerung einer in 2022 geschaffenen befristeten Stelle angestrebt.

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 6.07.2018 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 Dienstleitern 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

Ein seit Jahrhunderten prägendes Element der Kulturlandschaft im Südwesten ist der Weinbau, wobei insbesondere der Steillagenweinbau ein Markenzeichen für Baden-Württemberg ist. Rund fünf Prozent der Anbauflächen unseres Bundeslandes sind Terrassen- und Steillagen, die nur in Handarbeit bewirtschaftet werden können. Dies ist körperlich anstrengend, zeitintensiv und teilweise auch gefährlich. Dadurch sind diese Lagen für viele baden-württembergische Winzer unrentabel geworden. Es besteht die Gefahr, dass sie nach und nach aufgegeben werden. Zu dem hohen Bewirtschaftungsaufwand der Steillagen kommt noch der Erhaltungsaufwand der Terrassenmauern.

Auf der anderen Seite bieten Steillagen einen einzigartigen Lebensraum für viele seltene Pflanzen- und Tierarten und tragen entscheidend zur Biodiversität bei. Wenn sie nicht mehr bewirtschaftet werden, verbuschen die Flächen und die Mauern verfallen. Eine einzigartige Kulturlandschaft mit besonderer ökologischer Bedeutung könnte verschwinden.

Viele Wengerter, die heute die Steillagen bewirtschaften, werden die körperlich fordernde Arbeit aufgrund ihres Alters in absehbarer Zeit nicht mehr ausüben können. Sofern sie Nachfolger haben, werden diese die weitere Bewirtschaftung auch von der wirtschaftlichen Rentabilität der Flächen abhängig machen.

Um Terrassen- und Steillagen am Ludwigsburger Neckar vor dem Verfall zu bewahren, hat die Stadt Ludwigsburg in Kooperation mit den Weingärtnern Marbach die „Heldenschmiede“, ein Schulungsprogramm für interessierte Hobby-Wengerter, ins Leben gerufen. Das Angebot richtet sich an alle, die am Terrassenweinbau interessiert sind, zum Bestand unserer Kulturlandschaft beitragen sowie Erhalt und Weiterentwicklung der Biodiversität fördern wollen.

### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Im Rahmen der Aktivitäten der „Heldenschmiede“ sollen durch Begrünung der Rebzeilen z. B. mit Wildblumen und die Bepflanzung der Trockenmauern u. a. mit Lavendel, Färberkamille oder Natternkopf die Terrassen und Steillagen noch attraktiver für Insekten und andere Tiere gestaltet werden. Unser Unternehmen unterstützt die Initiative mit 500 € zur Anschaffung von Saatgut und Pflanzen.

# UNSER WIN!-PROJEKT

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Steillagen sollen durch diese Maßnahme ökologisch nachhaltig aufgewertet und die Artenvielfalt gestärkt werden. Gleichzeitig erfreuen sich Spaziergänger an dem ansprechenden Landschaftsbild, das im Ballungsraum Mittlerer Neckar auch ein wichtiges Naherholungsgebiet für breite Bevölkerungsschichten darstellt.

## AUSBLICK

Für das kommende Jahr planen wir, uns weiter für den Erhalt von Steillagen zu engagieren.



Bild: Marbacher Weingärtner eG

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner**

Dr. Alexander Wirsig, Geschäftsführer

Telefon: 07 11/6 66 70-82

E-Mail: [wirsig@mbw-net.de](mailto:wirsig@mbw-net.de)

### **Impressum**

Herausgegeben am 15.11.2024 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](mailto: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

