

Klimawin BW

Bericht

2024/2025

Baden-Württemberg-Tarif GmbH

Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns	1
1.1	Unternehmensdarstellung	1
1.2	Wesentlichkeitsgrundsatz	2
2.	Die Klimawin BW	3
2.1	Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	3
2.2	Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	3
2.3	Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	4
3.	Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	5
3.1	Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	5
3.2	Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	6
4.	Unsere Schwerpunktthemen	7
4.1	Überblick über die gewählten Schwerpunkte	7
4.2	Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	7
4.3	Leitsatz 01 – Klimaschutz	8
4.4	Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	9
4.5	Leitsatz 11 – Transparenz	11
5.	Weitere Aktivitäten	14
6.	Unser Klimawin BW-Projekt	19
6.1	Das Projekt	19
6.2	Art und Umfang der Unterstützung	20
6.3	Ergebnisse und Entwicklungen	20
6.4	Ausblick	21
	Impressum	22

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH (BW-Tarif GmbH) mit Sitz in Stuttgart beschäftigt derzeit zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie erbringt für Verkehrsunternehmen Dienstleistungen zum Management und zur Fortentwicklung des Baden-Württemberg-Tarifs für Verbundgrenzen überschreitende Verkehre des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV) sowie des öffentlichen Straßenpersonennahverkehrs (ÖSPV) innerhalb Baden-Württembergs sowie auf einzelnen Strecken über die Landesgrenze hinaus.

Hierzu zählen insbesondere sämtliche Dienstleistungen im Bereich der Tarifgestaltung, des Vertriebs, der Kommunikation, der Einnahmenaufteilung, der technischen Infrastruktur, der Marktforschung und der Datendrehscheibe, der Gremienbetreuung und des Tarif-Controllings. Zusätzlich fungiert die BW-Tarif GmbH seit Januar 2024 als Landesabrechnungsstelle für das Deutschland-Ticket in Baden-Württemberg.

Ziele der Gesellschaft sind, im Sinne der Daseinsvorsorge, den Kundennutzen im öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) zu erhöhen und wettbewerbsneutrale Tarifstrukturen für den SPPN zu schaffen. Diese Ziele sollen u. a. durch eine für Fahrgäste attraktive und gleichzeitig erlösorientierte Tarifkonzeption erreicht werden.

Die BW-Tarif GmbH wird von den Aufgabenträgern des SPPN in Baden-Württemberg, also dem Land Baden-Württemberg und dem Verband Region Stuttgart, sowie von den Eisenbahnverkehrsunternehmen im baden-württembergischen SPPN getragen.

Folgende Eisenbahnverkehrsunternehmen sind aktuell Gesellschafter der Baden-Württemberg-Tarif GmbH: Albtal-Verkehrs-Gesellschaft mbH, Arverio Baden-Württemberg GmbH, Bodensee-Oberschwaben Bahn GmbH & Co. KG, DB Regio AG, Rhein-Neckar-Verkehr GmbH, SBB GmbH, SWEG Bahn Stuttgart GmbH, SWEG Südwestdeutsche Landesverkehrs-GmbH und Württembergische Eisenbahn-Gesellschaft mbH. Die Verkehrsunternehmen halten innerhalb der Gesellschaft einen Anteil von 51 Prozent, was die unternehmerische Ausrichtung des Tarifs unterstreicht. Die 19 Verkehrsverbünde in Baden-Württemberg sind durch einen Vertrag mit der BW-Tarif GmbH in den Tarif eingebunden.



1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

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

2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – 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.“

2.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:

www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 01.10.2019

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	nein	nein
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	nein	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	ja	ja
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	nein
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	nein
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	ja	ja
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	nein	nein

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: "Durchsteigen beim Umsteigen - nachhaltige Mobilität leicht gemacht", Baden-Württemberg

Schwerpunktbereich:

ökologische Nachhaltigkeit: ja

soziale Nachhaltigkeit: nein

Art der Förderung

finanziell: nein

materiell: nein

personell: ja

4. Unsere Schwerpunktthemen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiterinnen.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Leitsatz 01 - Klimaschutz:

Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH als Unternehmen im öffentlichen Personennahverkehr trägt bereits durch ihr Kerngeschäft eine besondere Verantwortung in der Förderung einer klimaschonenden Zukunft. Sie sorgt dafür, eine umweltfreundliche Alternative zum motorisierten Individualverkehr zu bieten und leistet damit einen indirekten Beitrag zur Reduktion von Emissionen. Darüber hinaus sieht die BW-Tarif GmbH auch ihre eigene Arbeitsweise als Teil der Verantwortung zum Klimaschutz. Homeoffice und mobiles Arbeiten sind fester Bestandteil des Arbeitsalltags, wodurch tägliche Pendelverkehre vermieden und der CO₂-Fußabdruck reduziert werden. Zudem werden aktiv Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz im internen Betriebsablauf verfolgt. Dieser Schwerpunkt begleitet die BW-Tarif GmbH somit nach innen im Arbeitsalltag sowie nach außen in der Ausgestaltung und Förderung einer klimafreundlichen Mobilität.

Leitsatz 07 - Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden:

Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH beschäftigt derzeit zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Bei dieser geringen Unternehmensgröße ist es umso wichtiger, das Mitarbeiterwohlbefinden und die Mitarbeitergesundheit zu erhalten bzw. zu stärken, um einen reibungslosen Betriebsablauf zu gewährleisten. Zudem ist es wichtig, das Know-how der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen zu halten. Durch gezielte Maßnahmen, zum Beispiel im Bereich der Work-Life-Balance, soll die Mitarbeiterbindung zum Unternehmen gestärkt werden. So wird einer möglichen Fluktuation entgegengewirkt und das gute Betriebsklima nachhaltig gepflegt. Diese Punkte nehmen einen großen Stellenwert in der Unternehmensführung ein und sind daher ein wichtiger Faktor in der Nachhaltigkeitsarbeit der BW-Tarif GmbH.

Leitsatz 11 - Transparenz:

An der Baden-Württemberg-Tarif GmbH sind, wie oben aufgeführt, elf Gesellschafter beteiligt. Daneben bestehen Kooperationen mit den 19 Verkehrsverbünden in Baden-Württemberg sowie Kombiticket-Partnern und mehreren Dutzend Busunternehmen. Des Weiteren hat die BW-Tarif GmbH Verträge mit verschiedenen Lizenznehmern. Die BW-Tarif GmbH ist für die Aufteilung von mehr als einer Mrd. € Fahrgeldeinnahmen p. a. zwischen den vorgenannten Akteuren im Nahverkehr zuständig. Dabei werden Zahlungen in ähnlicher Größenordnung über ein gesondertes Clearingkonto abgewickelt. Jede Art von Korruption und Verletzung der Neutralität würde einen kaum wiedergutzumachenden Vertrauensschaden nach sich ziehen. Die Einhaltung von Regeln und Vorschriften ist dabei genauso unverzichtbar wie ein Höchstmaß an Transparenz innerhalb und außerhalb der Gesellschaft. Ziel ist es, dass alle Entscheidungen nachvollziehbar sind. Der daraus resultierende gute Ruf der BW-Tarif GmbH ist die Basis, um langfristig mit bestehenden und neuen Geschäftspartnern zusammenzuarbeiten.

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH möchte den Menschen die Nutzung des ÖPNV besonders einfach und verständlich gestalten. Mit dem Motto "einfach günstig durchs Land" wird das zentrale Versprechen hervorgehoben, dass man mit attraktiven Angeboten des bwtarif und nur einem Ticket im gesamten Bundesland Baden-Württemberg klimafreundlich reisen kann. Ziel der BW-Tarif GmbH ist es, eine kontinuierliche Verbesserung in den Tarifstrukturen umzusetzen und benutzerfreundliche Informationsangebote auszuarbeiten, um die klimafreundliche Mobilität weiter voranzubringen. Es soll außerdem der direkte Austausch mit den Menschen über die Ticketangebote gefördert werden. Auf der anderen Seite ist es der BW-Tarif GmbH wichtig, auch den internen Betriebsablauf möglichst nachhaltig und im Sinne des Klimaschutzes auszustalten. Ziel ist es, die Energieeffizienz zu steigern. Dazu wird der Fokus auf digitale, papierlose Prozesse und den bewussten Ressourceneinsatz im Alltag gelegt. Zur Vermeidung des täglichen Pendelverkehrs haben die Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, überwiegend im Homeoffice und mobil zu arbeiten. Durch die fortgeschrittene Digitalisierung im Unternehmen sollen Termine auch mit Externen überwiegend digital abgehalten werden, was die dienstlich verursachten Emissionen im Mobilitätsbereich weiter senkt. Bei notwendigen Dienstreisen sollen die Mitarbeiter*innen bevorzugt öffentliche Verkehrsmittel nutzen.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Reduktion der Büroräumlichkeiten

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH arbeitet stetig daran, die Beförderungsbedingungen und Tarifbestimmungen für die Kunden verständlich zu gestalten und aktuell zu halten. Im Berichtsjahr wurden hierzu mehrere Verbesserungen durchgeführt. Hierzu fanden Abstimmungen in Gremien statt, um die Notwendigkeit der Anpassungen zu identifizieren und auf Verständlichkeit zu prüfen.

Aufgrund der überwiegenden mobilen Arbeit und des Homeoffice konnte im Jahr 2025 die Anzahl der gemieteten Büroräumlichkeiten von fünf auf drei Räume reduziert werden. Nur bei Bedarf werden zusätzliche Räumlichkeiten für begrenzte Zeiträume, meist für einen Tag, angemietet. Damit wurden nicht nur die Mietkosten gesenkt, sondern es konnte auch ein Beitrag zur Ressourcenschonung geleistet werden. Somit reduzierte sich bspw. die Nutzung von Strom und Heizung. Der Pendelverkehr seitens der Mitarbeiter*innen hält sich weiterhin durch die Möglichkeit des mobilen Arbeitens begrenzt. Bei dienstlich bedingten Reisen nutzen die Mitarbeiter*innen fast ausschließlich öffentliche Verkehrsmittel.

4.3.4 Indikatoren

Indikator 1: Anzahl der gemieteten Büroräumlichkeiten

- Die Anzahl der gemieteten Büroräumlichkeiten wurde von fünf auf drei Räume reduziert.

4.3.5 Treibhausgasbilanz

Für das aktuelle Berichtsjahr wurde noch keine Treibhausgasbilanz erstellt, da nach den Vorgaben der Klimawin die Erstellung einer solchen Bilanz erst ab dem zweiten Klimawin BW-Bericht verpflichtend ist.

4.3.6 Ausblick

Im kommenden Berichtszeitraum liegt der Fokus der BW-Tarif GmbH auf der systematischen Erfassung und Bewertung der Treibhausgasemissionen. Ziel ist daher die erstmalige Erstellung einer Treibhausgasbilanz, um Aussagen zu Emissionsquellen treffen zu können. Auf dieser Basis können Maßnahmen zur Reduktion der Emissionen identifiziert werden. An dem bestehenden Homeoffice-Konzept soll also auch in Zukunft weiter festgehalten werden.

4.4 Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbeinden

4.4.1 Zielsetzung

Die BW-Tarif GmbH verfolgt das Ziel, das Wohlbefinden der Mitarbeitenden langfristig zu fördern und die Mitarbeitendenrechte aktiv zu stärken. Hierzu zählen nicht nur Teambuilding-Maßnahmen wie Betriebsausflüge, Weihnachtsfeiern und gemeinsame Aktivitäten der Mitarbeiter*innen, sondern auch regelmäßige Reflexion der Unternehmenskultur und die Gestaltung der Arbeitsbedingungen in internen Workshops.

Es wird angestrebt, auch mentale Gesundheit als festen Bestandteil in die Unternehmenskultur zu integrieren, weshalb Präventionsmaßnahmen, etwa durch Resilienztrainings, Gespräche und flexible Arbeitszeiten durchgeführt werden.

Ziel ist es außerdem, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen arbeitsintensiven Phasen und Phasen mit reduzierter Belastung zu schaffen. Die Work-Life-Balance wird dabei als zentraler Bestandteil betrachtet. Dies soll die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter*innen fördern.

4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- Resilienzschulung
- Zwei interne Workshops pro Jahr
- Durchführung eines Betriebsausfluges und einer Weihnachtsfeier
- Wochengespräche alle zwei Wochen in Präsenz
- Flexibles Arbeitszeitmodell

4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die im vergangenen Berichtszeitraum geplante Schulung zum Thema Resilienz fand im Oktober 2024 in den Räumlichkeiten der BW-Tarif GmbH statt und diente als Präventionsmaßnahme zur Förderung der mentalen Gesundheit. Im Berichtszeitraum wurden außerdem zwei interne Workshops durchgeführt. Der erste Workshop fand im Februar 2025 halbtätig in den Räumlichkeiten der BW-Tarif GmbH statt. Dabei wurden organisatorische Themen wie Compliance und Datenschutz behandelt. Der zweite Workshop folgte Anfang August 2025 als externes Format in einem Seminarhotel in Marbach am Neckar. Dabei wurden unternehmensinterne Themen gemeinsam erarbeitet, was den Austausch und das Teambuilding zusätzlich unterstützte.

Ergänzend fanden eine Weihnachtsfeier sowie ein Betriebsausflug statt. Im Zuge der Weihnachtsfeier wurden eine Runde Lasertag sowie ein gemeinsames Abendessen veranstaltet, die den Teamzusammenhalt auf informelle Weise förderten. Der Betriebsausflug umfasste den Besuch einer Sektkellerei und ein gemeinsames Mittagessen mit Raum für privaten Austausch. Der anschließende Besuch im Gasometer Pforzheim zur Ausstellung "Amazonien" rundete den Betriebsausflug durch eine eindrucksvolle Reise in den Regenwald mit Impulsen zu Natur und Nachhaltigkeit ab. Diese Aktivitäten stärkten die Teamkultur und ermöglichen einen besseren gegenseitigen Kennenlernen, insbesondere zwischen neuen Teammitgliedern und bestehenden Kolleg*innen.

Parallel dazu bleiben Homeoffice und mobiles Arbeiten ein fester Bestandteil des Arbeitsalltags. Um dennoch den persönlichen Kontakt zu fördern, hat sich ein hybrides Kommunikationsformat bewährt. Die Wochengespräche, abwechselnd online und in Präsenz, fördern den themenspezifischen Austausch. Im Zwei-Wochen-Rhythmus findet das Wochengespräch in Präsenz statt, bei dem aktuelle Entwicklungen im Unternehmen sowie branchenrelevante Themen diskutiert werden. Dies stärkt das Verständnis für unternehmensweite Prozesse und unterstützt aktiv die Entwicklung der Organisation. Die Präsenztermine fördern außerdem den sozialen Austausch, beispielsweise durch gemeinsame Mittagspausen. Neue Mitarbeiter*innen werden dabei von Beginn an integriert, sowohl in die Veranstaltungen als auch in die Aufgabengebiete der anderen Teammitglieder. Bei Bedarf können jederzeit weitere Präsenztermine angesetzt werden.

Die Büroräumlichkeiten der BW-Tarif GmbH sind modern ausgestattet und unterstützen ein angenehmes Arbeitsumfeld. Mitarbeiter*innen haben darüber hinaus die Möglichkeit, bei individuellem Bedarf zusätzliche Arbeitsmittel, beispielsweise ergonomisches Equipment, anzufordern. Dies gilt auch für das mobile Arbeiten von zu Hause. Auf Wunsch werden beispielsweise zusätzliche Bildschirme oder weiteres technisches Zubehör bereitgestellt, um die Arbeitsfähigkeit im Homeoffice ergonomisch und funktional zu gewährleisten.

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die Anwendung eines flexiblen Arbeitszeitmodells, das es den Mitarbeiter*innen erleichtert, berufliche und private Verpflichtungen miteinander zu vereinbaren. Die Möglichkeit zur selbstbestimmten Gestaltung der Arbeitszeit, insbesondere durch individuell vereinbarte Freiräume auch während der Kernarbeitszeit, verdeutlicht den Stellenwert der Work-Life-Balance innerhalb der BW-Tarif GmbH.

4.4.4 Indikatoren

Indikator 1: Anzahl interner Workshops

- Es fanden zwei interne Workshops statt.

Indikator 2: Betriebliche Veranstaltungen

- Es wurden eine Weihnachtsfeier und ein Betriebsausflug durchgeführt.

4.4.5 Ausblick

Die BW-Tarif GmbH wird den eingeschlagenen Weg zum Thema Mitarbeitendenwohlbefinden weiterhin gezielt verfolgen. Wiederkehrende Austauschformate, interne Workshops, Betriebsausflüge und Weihnachtsfeiern werden weiterhin fester Bestandteil der Unternehmenskultur bleiben. Im nächsten Berichtszeitraum will die BW-Tarif GmbH das Wohlbefinden der Mitarbeiter*innen durch mehr Maßnahmen zur Gesundheit sowie durch gezielte Teamevents und individuelle Fortbildungsmaßnahmen weiter stärken.

4.5 Leitsatz 11 – Transparenz

4.5.1 Zielsetzung

Ein Schwerpunkt im Bereich Transparenz liegt auf dem Aufbau eines Qualitätsmanagementsystems, das einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess verfolgt. Die Dokumentation von internen Prozessabläufen soll die Transparenz in der Dienstleistungserbringung erhöhen und eine gleichbleibende Qualität der Ergebnisse gewährleisten. Zudem unterstützt das Qualitätsmanagement die Mitarbeiter*innen bei der Einarbeitung in neue Themengebiete. Der kontinuierliche Verbesserungsprozess soll intern regelmäßig geprüft werden. Durch die angestrebte ISO 9001-Zertifizierung soll das Vertrauen in die Zuverlässigkeit und Richtigkeit der Abrechnungsprozesse gestärkt werden.

Im Sinne eines effektiven und nachvollziehbaren Verwaltungshandelns soll das zentrale Vertrags- und Dokumentenmanagementsystem bei Bedarf kontinuierlich weiterentwickelt werden. Ziel ist es, die Bearbeitung und Verwaltung von Verträgen effizient und benutzerfreundlich zu gestalten.

Ein zentrales Anliegen ist es außerdem, die Compliance-Kultur zu stärken. Die Geschäftsführung informiert daher jährlich über die Themen Datenschutz, Korruptionsprävention und interne Regelungen.

Der verstärkte Einsatz des Vier-Augen-Prinzips soll in risikobehafteten Bereichen angewendet werden. Ziel ist es, die Transparenz zu erhöhen und zur Korruptionsprävention beizutragen. Gleichzeitig wird Fehlern vorgebeugt.

Die Einnahmeaufteilung des bwtarif wird jährlich durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ausführlich geprüft. So wird auch gegenüber den Partnern die Richtigkeit der Angaben bestätigt.

4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Einführung eines Qualitätsmanagementsystems und transparente Dokumentation interner Prozesse
- Interne Schulung durch die Geschäftsführung zu Compliance und Datenschutz
- 4-Augen-Prinzip für die Geschäftsführung bei kritischen Entscheidungsprozessen
- Externe Prüfung der Einnahmeaufteilung
- Weiterbildung von Mitarbeitenden im Bereich Vergabeverfahren

4.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Das neue Qualitätsmanagementsystem befindet sich derzeit in der Aufbauphase. Die jeweiligen Mitarbeiter*innen, welche mit dem Qualitätsmanagement betraut sind, wurden durch die Geschäftsführung in die Thematik des Qualitätsmanagements im Unternehmen eingeführt. Zudem wurde damit begonnen, interne Prozessabläufe systematisch und detailreich zu dokumentieren, um für alle Mitarbeiter*innen die Grundlage zu schaffen, verschiedene Prozesse im Unternehmen mit verringertem Zeitaufwand zu erlernen und effizient sowie mit gleichbleibender Qualität zu erbringen. Dadurch werden interne Prozessabläufe transparent und nachvollziehbarer gestaltet.

Das bestehende Vertrags- und Dokumentenmanagementsystem hat sich im Berichtsjahr als zuverlässig und zweckdienlich erwiesen. Ein Änderungsbedarf wurde nicht festgestellt.

Die jährliche Schulung zu Compliance und Datenschutz wurde erfolgreich durchgeführt. Dabei wurden branchenspezifische Risiken, unternehmensspezifische Richtlinien sowie relevante Verhaltensvorgaben thematisiert.

Die konsequente Anwendung des Vier-Augen-Prinzips in sensiblen Bereichen hat sich bewährt. Dies sorgt für zusätzliche Sicherheit, reduziert Fehler und minimiert Missbrauchsrisiken.

Die externe Prüfung der Einnahmeaufteilung des bwtarif wurde wie geplant durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vorgenommen. Die Korrektheit der Angaben wurde gegenüber den Partnern bestätigt.

Da die Gesellschaft regelmäßig öffentliche und EU-weite Ausschreibungen durchführt, erhielten die Mitarbeitenden im Rahmen des internen Workshops eine Einführung zu diesem Thema. Damit sollte bei allen Mitarbeitenden ein Grundverständnis für Vergabeverfahren geschaffen werden und aufgezeigt werden, wann diese zur Anwendung kommen. Die Mitarbeitenden erlangten Kenntnisse über die Bedeutung der Gesellschaft als öffentlichen Auftraggeber und wurden dafür

sensibilisiert, bei welcher Art von Aufträgen eine Ausschreibung notwendig ist. Mitarbeiter*innen, die die Verfahren direkt begleiten, wurden ausführlicher geschult.

4.5.4 Indikatoren

Indikator 1: Anzahl der Informationsveranstaltungen

- In einer internen Schulung wurden den Mitarbeiter*innen zentrale Inhalte zu Compliance und Datenschutz vermittelt.

Indikator 2: Testierung der Einnahmeaufteilung

- Die Prüfung der Einnahmeaufteilung wurde erfolgreich durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft durchgeführt.

4.5.5 Ausblick

Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH möchte das Thema Transparenz weiter stärken und damit das Engagement zur Korruptionsprävention konsequent fortsetzen. Ziel ist eine nachhaltige Transparenzkultur, die von allen Mitarbeiter*innen aktiv mitgetragen wird. Im nächsten Berichtszeitraum sollen daher das Qualitätsmanagementsystem weiter ausgebaut und weitere Prozesse transparent dokumentiert werden. Das Vier-Augen-Prinzip soll weiterhin Anwendung finden und die externe Prüfung der Einnahmeaufteilung durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft fortgeführt werden.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hitzeschutz der Mitarbeiter*innen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bereitstellung von kühlen Getränken ▪ Schattige Arbeitsbereiche ▪ Flexible Arbeitszeiten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In den Büroräumlichkeiten stehen den Mitarbeiter*innen jederzeit kostenlos kühle Getränke zur Verfügung. ▪ Moderne Büoräume ermöglichen es den Mitarbeiter*innen die Lichtverhältnisse bedarfsgerecht anzupassen. ▪ Die Mitarbeiter*innen können durch flexible Arbeitszeiten bereits in den frühen Morgenstunden oder spät abends, wenn die Temperatur abköhlt, arbeiten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die aufgeführten Maßnahmen sind für die BW-Tarif GmbH weiterhin von Relevanz.
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reduktion von Tickets in Papierform ▪ Ressourcenschönung im Büroalltag ▪ Effizienzsteigerung in den internen Prozessen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Förderung des elektronischen Vertriebs ▪ Sparsame Energienutzung und Vermeidung von Abfall, besonders im Bereich der Kommunikationsmittel ▪ Prozessdokumentation von internen Prozessen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durch die Förderung des elektronischen Vertriebs werden Papiertickets eingespart. ▪ Es wird an der Schaffung weiterer Online-Vertriebskanäle gearbeitet. ▪ Es wurde damit begonnen, wichtige interne Prozesse zu dokumentieren, um einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten. Zudem reduziert die 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Der elektronische Vertrieb soll weiter gefördert und ausgebaut werden. ▪ Die Baden-Württemberg-Tarif-GmbH möchte weiterhin für die sparsame Nutzung von natürlichen Ressourcen im betrieblichen Alltag sorgen. Auf Druckprodukte soll weiterhin weitestgehend verzichtet werden.

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
			Dokumentation die Einarbeitungszeit in die Prozesse für weitere Mitarbeiter*innen.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es ist geplant, weitere unternehmensinterne Prozesse zu dokumentieren.
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH bekennt sich zum Schutz der biologischen Vielfalt als wichtigen Bestandteil einer nachhaltigen Entwicklung. ▪ Als im ÖPNV tätiges Unternehmen trägt die Gesellschaft bereits durch ihr Kerngeschäft indirekt zum Erhalt der Biodiversität bei, indem sie den motorisierten Individualverkehr reduziert und damit Emissionen verringert. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Im Berichtsjahr konnten keine konkreten Maßnahmen zur aktiven Förderung der Biodiversität realisiert werden, da die Gesellschaft nur begrenzte Einflussmöglichkeiten auf natürliche Flächen hat. Der Fokus lag überwiegend auf betrieblichen Themen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ - 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es wird geprüft, inwieweit biodiversitätsfördernde Maßnahmen, beispielsweise durch Kooperationen, realisierbar sind.
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Absicherung der elektronischen Vertriebswege ▪ Erreichbarkeit für Kunden bei Anliegen zum bwtarif und damit Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Erleichterung der ÖPNV-Nutzung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Absicherung des Fahrkartenvertriebs ▪ Kundendialog 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Online-Vertriebssystem befindet sich noch im Aufbau. ▪ Der Kundenservice für den bwtarif ist kostenlos und rund um die Uhr sowohl telefonisch als auch schriftlich erreichbar. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ein serviceorientierter Kundendialog soll weiterhin sichergestellt werden.
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berücksichtigung von Kundenbeschwerden ▪ Offene Gesprächskultur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse von Kundenbeschwerden und Lösungsfindung ▪ Individuelle Feedback-Gespräche 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impulse und Beschwerden seitens der Kundschaft werden intern im Unternehmen diskutiert und es werden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die aufgeführten Maßnahmen und Aktivitäten sind für die BW-Tarif GmbH weiterhin von Relevanz.

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Firmeninterne Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zwischen Vorgesetzten und Mitarbeiter*innen ▪ Durchführung von zwei Workshops, einer Weihnachtsfeier und einem Betriebsausflug 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ systematisch Lösungsvorschläge ausgearbeitet. ▪ Die Feedback-Gespräche und die offene Gesprächskultur fördern aktiv den vertrauensvollen Umgang zwischen Geschäftsführung, Vorgesetzten und Mitarbeiter*innen. 	
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verständnis und Akzeptanz gewinnen ▪ Partnerschaften entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beteiligungsprozess mit Anspruchsgruppen zur Weiterentwicklung des bwtarif ▪ Überarbeitung der B2B Webseite ▪ Aufnahme der Arbeit als Landesabrechnungsstelle für das Deutschlandticket BW ▪ Kooperationen im Bereich Kombitickets 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Der bwtarif wurde in den verschiedenen Facharbeitskreisen und Ausschüssen weiterentwickelt. ▪ Die B2B Webseite wurde überarbeitet und moderner gestaltet sowie um eine Karriereseite ergänzt. ▪ Aus der Arbeit als Landesabrechnungsstelle für das Deutschlandticket BW ergaben sich neue Aufgaben sowie Anspruchsgruppen. ▪ Es wurden neue Kooperationen im Bereich Kombitickets durchgeführt. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die B2B-Webseite wird bei Bedarf weiter überarbeitet. ▪ Die Arbeit als Landesabrechnungsstelle für das Deutschlandticket BW wird weiter fortgeführt. ▪ Zukünftig sollen verstärkt Kooperationen im Bereich Kombitickets aufgebaut werden.
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Arbeit soll sicherer und effektiver gemacht werden können ▪ Neue Mitarbeiter*innen sollen gut auf ihre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualifikation der Mitarbeiter*innen ▪ Moderne Ausstattung der Mitarbeiter*innen ▪ Überarbeitung und Optimierung des On- und 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Mitarbeiter*innen konnten an individuellen Fortbildungen teilnehmen. ▪ Die Mitarbeiter*innen sind sowohl vor Ort als 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Mitarbeiter*innen sollen weiterhin von individuellen Fortbildungsmöglichkeiten profitieren, wodurch auch das Know-how im

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	Aufgaben vorbereitet sein	Offboarding-Prozesses	<p>auch im Homeoffice mit moderner Technik ausgestattet. Auf Wunsch erhalten die Mitarbeiter*innen weiteres benötigtes technisches Zubehör.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Für den On- und Offboarding-Prozess wurde eine detaillierte Checkliste erstellt 	Unternehmen gesteigert wird.
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Steigerung der Attraktivität des ÖPNV in Baden-Württemberg zur Förderung einer klimafreundlichen Mobilität 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dienstleistungen im Bereich der Tarifgestaltung für ein nachhaltiges Mobilitätsangebot im ÖPNV 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In den Arbeitskreisen wird der Optimierungsbedarf in den Ticketangeboten regelmäßig geprüft, um die Möglichkeiten für neue, klimafreundliche Fahrenscheine zu analysieren. Dadurch wird die Attraktivität des ÖPNV in Baden-Württemberg gestärkt. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Um die klimafreundliche Mobilität weiter voranzutreiben, wird das Tarifsortiment auch in Zukunft kontinuierlich an die Bedürfnisse der KundInnen angepasst.
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenzielle Fahrgäste zum Umstieg auf klimafreundliche Mobilität bewegen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zielgruppenorientierte Aufklärung von (potentiellen) Kund*innen über das Angebot des bwatarif im Rahmen des Klimawin BW-Projektes ▪ Außenkommunikation zum bwatarif 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Im Rahmen des Klimawin BW-Projektes wurde in diesem Berichtszeitraum ein breiter gefächertes Publikum erreicht und es fand ein umfassender Austausch mit einigen Besuchern zu deren Mobilitätsverhalten statt. ▪ Durch Werbung auf Straßenbahnen und Bussen werden die Kund*innen auf 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Im Rahmen des Klimawin BW-Projektes wird angestrebt, weitere Veranstaltungen durchzuführen. ▪ Auch künftig sollen durch gezielte Werbemaßnahmen Anreize für umweltfreundliche Mobilität geschaffen werden.

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
			den bwtarif aufmerksam gemacht. Die Werbung zielt darauf ab, die Autofahrer*innen auf den ÖPNV-Umstieg anzuregen.	

6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

6.1 Das Projekt

Das von der BW-Tarif GmbH (BWTG) entwickelte Informationskonzept „Durchsteigen beim Umsteigen – nachhaltige Mobilität leicht gemacht“ soll – in Zusammenarbeit mit den Verkehrsverbünden und weiteren Partnern in Baden-Württemberg – die Bevölkerung dabei unterstützen, auf den klimafreundlichen ÖPNV umzusteigen.

Mindestens einmal jährlich soll gemeinsam mit einem oder mehreren Partner(n) der BW-Tarif GmbH eine Informationsveranstaltung organisiert werden, um die Funktionsweise des Gesamtsystems ÖPNV in Baden-Württemberg zu erklären und mögliche Nutzungshürden abzubauen. Hier bietet sich die Durchführung im Rahmen von Stadtfesten und anderen öffentlichen Veranstaltungen an. Auch zielgruppenspezifische Informationsveranstaltungen in Schulen und oder in Zusammenarbeit mit örtlichen Arbeitskreisen, etwa mit den Schwerpunkten Tourismus oder Mobilität, sind denkbar.

Unter anderem folgende Fragestellungen können dabei für die Öffentlichkeit interessant sein:

- Wie funktioniert das ÖPNV-System in Baden-Württemberg?
- Wie trägt die Nutzung des ÖPNV zum Klimaschutz bei?
- Wie und wo kann ich einen Fahrschein erwerben?
- Wie und wo kann ich mich über die Nahverkehrsangebote informieren?



Quelle: bwegt

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Die Informationsveranstaltungen werden seitens BW-Tarif GmbH von Mitarbeiter*innen der Geschäftsstelle durchgeführt. Somit wird das Klimawin BW-Projekt personell unterstützt. Vorgesehen sind ein bis zwei Informationsveranstaltungen pro Jahr. Bei zwei Veranstaltungen, die durch zwei Mitarbeiter*innen durchgeführt werden, ist für die reine Veranstaltungsdurchführung mit ca. 2x5 Mitarbeitenden-Stunden zu rechnen. Für die Vorbereitung wird von einem Werktag pro Mitarbeiter*in ausgegangen.

Zusätzlich können Flyer und ähnliche Informationsmaterialien sowie Giveaways bereitgestellt werden.

Umfang der Förderung: ca. 9 Mitarbeitenden-Stunden

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Im Vorjahr hatte die BW-Tarif GmbH explizit eine Veranstaltung im ÖPNV-Kontext ausgewählt, um das Klimawin BW-Projekt umzusetzen (Stand beim Tag der offenen Baustelle in Stuttgart). In diesem Jahr wurde eine Veranstaltung gewählt, bei der ein noch breiter gefächertes Publikum erwartet wurde, bei dem nicht schon im Vorhinein ein Interesse am Thema ÖPNV vorausgesetzt werden konnte. Auf der "TAL X Gartenschau Freudenstadt und Baiersbronn" wurden die Besucher*innen gemeinsam mit bwegt über den bwtarif und das ÖPNV-System in Baden-Württemberg informiert. Die Besucherfrequenz am Stand war - auch wetterbedingt - deutlich geringer als bei früheren Veranstaltungsauftritten. Auch aufgrund dessen war der inhaltliche Austausch mit den

Besucher*innen deutlich besser möglich. Mit vielen der Personen am Stand gelang ein Austausch über deren Mobilitätsverhalten. Neben vorhandenen ÖPNV-Abonnements wurde auch über die Anreise zur Gartenschau gesprochen und über individuell passende Ticketangebote im bwтарif, die die Personen statt der Anreise mit dem eigenen Auto hätten nutzen können. Hier wurden seitens der Mitarbeiterin Impulse gegeben, das eigene Mobilitätsverhalten zu überdenken und den Umstieg einmal auszuprobieren. Die Gespräche zeigten aber auch, dass viele der Besucher*innen bereits das Deutschland-Ticket nutzen.

6.4 Ausblick

Die diesjährige Veranstaltung hat bestätigt, dass es sich lohnt, auch auf Veranstaltungen mit einem etwas geringeren Besucheraufkommen und außerhalb des ÖPNV-Kontextes präsent zu sein. Hier ist es besser möglich, komplexere Informationen zu vermitteln. Zudem war die Altersstruktur diverser als bspw. beim Christopher Street Day. Insgesamt hat sich die Auswahl der diesjährigen Veranstaltung bewährt und kann als Leitlinie für zukünftige Projekte genutzt werden. Das Konzept, den Menschen im direkten Austausch die Vorteile des bwтарif vorzustellen, dabei Fragen zu beantworten und so Berührungsängste mit dem ÖPNV abzubauen, hat sich als sinnvoll erwiesen. Daher soll das Klimawin-BW-Projekt auch in Zukunft umgesetzt werden.

Impressum

Herausgeber

Baden-Württemberg-Tarif GmbH

Stockholmer Platz 1

70173 Stuttgart

Telefon: +49 711 7811 7210

E-Mail: info@bwtarif.de

Internet: www.bwtarif.gmbh

Ansprechperson

Ivana Lukic

Stand

04.08.2025