



Ensinger
Die Erfrischung deines Lebens

KLIMAWIN

UNTERNEHMEN
MACHEN KLIMASCHUTZ



Erster Ensinger Elektro-Lkw wurde im Februar 2025 an die Verantwortlichen übergeben.

KLIMAWIN- NACHHALTIGKEITSBERICHT 2024/2025

ENSINGER MINERAL-HEILQUELLEN GMBH

Bericht im Rahmen der KLIMAWIN

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns	2
2.	Die KLIMAWIN	4
3.	Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	5
4.	Unsere Schwerpunktthemen.....	6
	Leitsatz 1 – Klimaschutz.....	6
	Leitsatz 2 – Klimaanpassung	11
5.	Weitere Aktivitäten	12
	Klima und Umwelt	12
	Soziale Verantwortung.....	16
	Ökonomischer Erfolg und Governance	19
6.	Unser KLIMAWIN-Projekt.....	23
7.	Kontaktinformationen	25
	Ansprechperson.....	25
	Impressum	25

*Das Unternehmen verzichtet im gesamten Bericht aus Gründen der Lesbarkeit auf die weibliche Form.
Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die verwendeten Daten auf Dezember 2024.*

ÜBER UNS

1. Über uns

Unternehmensdarstellung

Die Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH mit Sitz im schwäbischen Vaihingen/Enz-Ensingen ist ein mittelständisches Familienunternehmen. Der von Wilhelm Fritz Senior im Jahr 1952 gegründete Mineralbrunnen ist einer der führenden Getränkehersteller in Baden-Württemberg und wird heute in dritter Generation geführt.

Das vielfach DLG-prämierte Produktsortiment umfasst das natürliche Heilwasser Ensinger Schiller Quelle und die natürlichen Mineralwässer Ensinger SPORT, Ensinger NaturQuell sowie Ensinger Gourmet Bio-Mineralwasser. Das Ensinger Gourmet Bio-Mineralwasser stammt aus der ersten bio-zertifizierten Mineralwasserquelle Baden-Württembergs. Zudem wird das Sortiment hochwertiger Erfrischungsgetränke mit Direktsaftschorlen von heimischen Streuobstwiesen, kalorienarmen Sport- und funktionalen Vitamingetränken sowie Limonaden ergänzt. Zur Unterstützung der Weinbauern in Ensingen hat Ensinger in den letzten Jahren zwei Produkte entwickelt, die aus Bio-Umstellungs-Traubensaft vom Ensinger Eselsberg bestehen.

Das Unternehmen vertreibt seine Produkte mit Schwerpunkt in Baden-Württemberg und angrenzenden Bundesländern sowie bundesweit über den firmeneigenen Onlineshop.

Ensinger verfügt über ein zertifiziertes Qualitäts-, Umwelt-, Energie-, Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagement und ist nach dem International Featured Standard Food (IFS Food) zertifiziert.

Seit 2018 ist das mit dem Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnete Unternehmen bilanziell klimaneutral gemäß Greenhouse Gas Protocol.

Die Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH beschäftigt 184 Mitarbeitende, darunter sieben Auszubildende und erzielte 2024 einen Warenumsatz von rund 57 Millionen Euro.

Weitere Informationen sind unter www.ensinger.de ersichtlich.

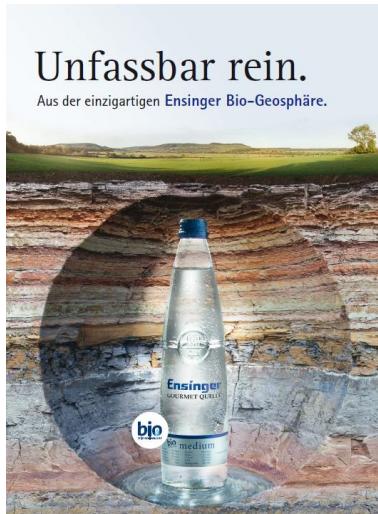


Blick auf das Ensinger Betriebsgelände.

ÜBER UNS

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 die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.



Von wesentlicher Bedeutung sind die ressourcenschonende Bewirtschaftung und der Schutz der Mineralquellen, damit noch viele Generationen auf diese wertvolle natürliche Ressource zugreifen können.

Die größte Herausforderung, der wir uns als Unternehmen stellen, ist die Klimaneutralität. Der stetig steigende CO₂-Ausstoß, der die Erderwärmung mit verursacht, muss gesenkt und wo möglich vermieden werden. Die Zertifizierung der bilanziellen Klimaneutralität nach dem Greenhouse Gas Protocol (Scope 1 und 2) bereits im Jahr 2018 war der Beginn. Dies wurde durch den Einsatz regenerativer Energien, die sukzessive Steigerung der Energieeffizienz und final durch die Kompensation der verbliebenen Treibhausgasemissionen mittels eines zertifizierten Gold Standard-

Projekts zur Erschließung von Trinkwasserbrunnen in Malawi erreicht.

Nach der erstmaligen retrospektiven Erfassung der vorgelagerten und nachgelagerten Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 3) im Jahr 2021 bemühen wir uns aktuell um die liefergenaue Erfassung dieser Emissionen mit dem Ziel, diese weiter zu reduzieren.

Um dies zu erreichen, benötigt es eine gute Strategie. Deshalb hat sich die Geschäftsleitung gemeinsam mit den Gesellschaftervertretern entschieden, für die strategische Ausrichtung neue Wege zu beschreiten und alle Kollegen am Prozess zu beteiligen. So sind unsere Strategiebroschüre 2027 sowie der Ensinger Wegweiser entstanden.

Von besonderer Bedeutung ist hierbei das Projekt Ensinger Logistik 4.0 mit der Neuausrichtung unserer Logistik. Die Betriebserweiterung Ensingen-Ost liegt im Plan, der Bauabschnitt 2 startet noch in diesem Jahr. Durch den Verkauf des Außenlagers in Illingen (Enzkreis) wurden unsere Shuttle-Transporte zwischen den beiden Standorten komplett eingestellt.



DIE KLIMAWIN

2. Die KLIMAWIN

Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

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

Die 12 Leitsätze der KLIMAWIN

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

Klima und Umwelt

Leitsatz 1 – Klimaschutz

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

Leitsatz 2 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

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

Leitsatz 4 – Biodiversität

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

Leitsatz 5 – 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.“

Soziale Verantwortung

Leitsatz 6 – 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 7 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

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

Leitsatz 8 – Anspruchsgruppen

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

Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 9 – 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.“

Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur KLIMAWIN und zu weiteren Mitgliedern finden Sie auf:

<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin>

CHECKLISTE

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die WIN-Charta wurde im Jahr 2014 unterzeichnet.

Übersicht: Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

	Adressierter Leitsatz	Schwer- punktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1 – Klimaschutz	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 2 – Klimaanpassung	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4 – Biodiversität	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5 – Produktverantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6 – Menschenrechte und Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7 – Mitarbeitendenrechte und - wohlbefinden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 8 – Anspruchsgruppen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11 – Transparenz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes KLIMAWIN-Projekt: Artenschutzprojekt Steinkauz, Landkreis Ludwigsburg

Schwerpunktbereich:

Ökologische Nachhaltigkeit Soziale Nachhaltigkeit

Art der Förderung:

Finanziell Materiell Personell

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

4. Unsere Schwerpunktthemen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- Leitsatz 1 – Klimaschutz: „Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“
- Leitsatz 2 – „Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Für uns bei Ensinger bedeutet Nachhaltigkeit vor allem, die Zukunftsfähigkeit zu sichern. Hierbei ist die Klimaneutralität von wesentlicher Bedeutung. Die Klimakrise ist eine der größten Herausforderung, der wir uns als Unternehmen stellen müssen. Deshalb legen wir den Schwerpunkt auf den Leitsatz 1 „Klimaschutz“.

Der Klimawandel ist längst da. Wetterextreme wie Hitzewellen oder Starkniederschläge werden häufiger und heftiger. Künftig wird sich dieser Trend noch verstärken. Anpassung an den Klimawandel hilft, besser mit seinen Folgen umzugehen, Schäden zu verringern und existierende Chancen zu nutzen.

Leitsatz 1 – Klimaschutz

Zielsetzung

Klimaschutz bedeutet für uns aktives Handeln mit konkreten Maßnahmen, um einen relevanten Beitrag zur Reduzierung klimaschädlicher Emissionen zu leisten. Dabei betrachten wir die gesamte Wertschöpfungskette. Seit 2018 ist Ensinger klimaneutral in Scope 1 und 2.

Für den Klimaschutz gibt es eine Klimaschutzstrategie, die ein fester Bestandteil des Managementsystems ist. Bis 2027 wollen wir die Klimaneutralität auch in Scope 3 erreichen. Dazu zählen die Emissionen, die für unsere Produkteinsatzstoffe wie Säfte, Zucker, Verschlüsse, Preforms und Etiketten bei unseren Lieferanten entstehen, sowie die Emissionen, die unsere Handelskunden verursachen.

Hierbei gilt, dass aus den möglichen Lösungsoptionen diejenigen favorisiert werden, die wirtschaftlich optimal sind und jederzeit die hohen Qualitätsansprüche an die Ensinger Produkte gewährleisten.

Der Energieverbrauch des firmeneigenen PKW- und LKW-Fuhrparks sowie alle Reisetätigkeiten im Rahmen unserer Unternehmung werden mit in die strategische Zielsetzung einbezogen.

Wesentlicher Bestandteil des strategischen Klimaschutzzieles ist die intern und extern klar wahrnehmbare Ensinger-Unternehmenskultur: „Wir leben Klimaschutz“.

Der Fortschritt der Zielerreichung wird im Betrieb des Energiemanagements durch regelmäßiges Monitoring von der Geschäftsführung überprüft.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Die Klimaschutzstrategie steht auf drei Säulen:

1. Energieeffizienz: „Jede Energie, die wir nicht verschwenden, ist klimaneutral“.
2. Regenerative Energien – CO₂ frei: „Unsere Energieverbräuche entlasten die Umwelt“.
3. Klimaschutz als Unternehmenskultur: „Wir leben Klimaschutz“.

Dazu handeln wir grundsätzlich nach dem Prinzip Vermeiden vor Reduzieren vor Kompensieren:

1. Erste Priorität hat das Vermeiden: Treibhausgasemissionen sollen erst gar nicht verursacht werden.
2. Zweite Priorität ist die Reduzierung: Der verbleibende Energiebedarf soll dauerhaft verringert werden.
3. Wo Vermeiden und Reduzierung nicht sinnvoll wirtschaftlich möglich ist, werden die verbliebenen Treibhausgasemissionen ausgeglichen.

Die Klimaschutzstrategie wurde um ein Dekarbonisierungsziel des Scope 1 und 2 bis 2045 „vor Kompensation“ erweitert. Ziel ist eine Nettoemission in Höhe von 0 Kilogramm CO₂e. Damit streben wir langfristig die Treibhausgasneutralität unserer THG Bilanz an.

Im weiteren Verlauf des Kapitels bezieht sich der spezifische Energieverbrauch in kWh je 1.000 produzierten Füllungen auf die Ausgangsbilanz 2012 und wird in Indexpunkten angegeben. Ein Indexwert von 100 entspricht dem Basiswert aus 2012.

Ergriffene Maßnahmen

- Umstellung des Energieträgers Diesel auf HVO-Diesel (hydrotreated vegetable oil-> hydriertes Pflanzenöl) und Umstellung des Strombezugs auf Ökostrom.
- Automatisierte Steuerung des Dampfregelventils zur Wochenendabschaltung.
- Elektrifizierung des Fuhrparks. Anschaffung des ersten Elektro-LKW für die Auslieferung von Ensinger Produkten.
- Senkung der Laugentemperatur der Waschmaschine.
- Umstellung von Röhren- auf LED-Beleuchtung in den Logistik- und Produktionshallen.
- Umstellung von Bleisäure- auf Lithium-Ionen-Batterien bei den Elektro-Gabelstaplern.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Klimaneutralität für die Jahre 2018-2024 in Scope 1 und 2.
- Durch die automatisierte Steuerung des Dampfregelventils werden jährlich ca. 375.000 kWh Gas eingespart.
- Umstellung der Beleuchtung spart in 2024 alleine in der Logistik 23.000 kWh Strom.
- Die Laugentemperatur in der Flaschenreinigungsmaschine wurde von 82°C auf 74°C gesenkt. Dadurch reduziert sich der Gasverbrauch um ca. 225.000 kWh pro Jahr.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Indikatoren

Wichtigster Indikator ist der Zielwert Energieverbrauch je 1.000 produzierten Füllungen. Der Fortschritt der Zielerreichung wird im Betrieb des Energiemanagements durch regelmäßiges Monitoring von der Geschäftsführung überprüft. Der Zielwert geht vom unternehmenseigenen Gesamt-Energieverbrauch aus und bricht die einzelnen Energieträger auf die produzierten Füllungen herunter.

Neben dem Gesamtenergieverbrauch werden jährlich drei energierelevante Einrichtungen, Ausrüstungen und/oder Prozesse definiert. Die Auswahl wird durch ein internes Fachgremium sowie klar formulierte Wesentlichkeitskriterien bestimmt.

Indikator 1: Spezifischer Energieverbrauch je 1.000 produzierten Füllungen.

- Ergebnis: In 2024 unterschreitet der Indexwert 76,22 Indexpunkte je 1.000 Füllungen den Zielwert von 79,19 Indexpunkten.
- Ziel: Bis 2027 streben wir einen spezifischen Energieverbrauch von 74,36 Indexpunkten je 1.000 Füllungen an.
- Im Vergleich zur energetischen Ausgangsbasis aus dem Jahr 2021 konnte bereits eine Verbesserung von 13,5% erzielt werden.

Indikator 2: SEU – significant energy use (wesentliche Energieverbraucher)

- Ergebnis:
 1. Flaschenreinigungsmaschine: Senkung der Laugenbäder-Temperatur.
 2. Beleuchtung LED: Umstellung von Röhren- auf LED-Beleuchtung in Verladehalle und Blocklager.
 3. Staplerantrieb: Umstellung von Bleisäure- auf Lithium-Ionen-Batterien.
- Jährliche Ermittlung von drei SEU. Die Verbesserungen fließen in den Indikator 1 ein.

Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1 und 2 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

Tabelle 1: Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche		Direkte und Indirekte THG-Emissionen Scope 1 und 2	Indirekte THG-Emissionen Scope 3
Ausgangsbilanz 2012	THG-Emissionen in t CO ₂ e	4.018	n.e.
Ausgangsbilanz 2021	THG-Emissionen in t CO ₂ e	0	10.649
Aktuelles Geschäftsjahr 2024	THG-Emissionen in t CO ₂ e vor Kompensation	1.338	n.e.
Aktuelles Geschäftsjahr 2024	THG-Emissionen in t CO ₂ e nach Kompensation	0	n.e.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Veränderung gegenüber Referenzjahr	+/- in t CO ₂ e	-4.018	n.e.
Zielsetzung und -erreichtung	Zieljahr	2027	2027
	Reduktionsziel in t CO ₂ e oder %	0 %	100%
	Zielerreichung in %	100 %	n.e.

n.e.: nicht ermittelt

Der Scope 3 wurde erstmals und bisher einmalig für das Geschäftsjahr 2021 ermittelt und extern zertifiziert. Für die Ermittlung galten folgende Parameter:

Aktivitätsdaten: Die Verbrauchsdaten zu Scope 3 der Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH bilden reale Verbrauchsmengen im Zeitraum vom 01.01.2021 bis 31.12.2021 ab. Die Daten für die Verbrauchsmengen im Unternehmen wurden von den jeweiligen Abteilungen (Controlling, Einkauf, Verkauf, Technik etc.) zur Verfügung gestellt und stammen aus Rechnungsbelegen bzw. anderen internen Dokumenten.

Emissionsfaktoren: Die Datenbanksysteme der verwendeten Emissionsfaktoren sind wissenschaftlich anerkannt und werden zur Berechnung der THG-Emissionen international verwendet. Größtenteils stammen die verwendeten Emissionsfaktoren aus der DEFRA-Datenbank (Version 1.0, 2021, Aufruf am 30.03.2022) und der GaBi ts Software (2022, Version 2021.2). Zusätzlich wurden noch Emissionsfaktoren über die Webseite Climatique.io bezogen, dazu zählen EPA (2020 und 2021), Exiobase (2021) und BEIS (2018). Außerdem stammt ein Emissionsfaktor vom Umweltbundesamt (UBA, 2021).

Für die Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH sind für das Kalenderjahr 2021 Gesamtemissionen in Höhe von etwa 12.190,6 t CO₂e entstanden. Durch die zusätzliche Bewertung von Scope 3 verändert sich die prozentuale Verteilung der Emissionen zu einem Anteil von 12,65% auf die direkten Emissionen in Scope 1 (1.541,5 t CO₂e). Scope 2 zählt weiterhin zu 0% in den CCF ein, da ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energieträgern verwendet wird.

Scope 3 macht nun mit 10.649,06 t CO₂e den verbleibenden Hauptanteil von 87,35% der Emissionen aus.

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation – Scope 1 und 2

Die THG-Bilanz bei Ensinger wird in zwei Gruppierungen ausgewiesen: Die erste Gruppierung umfasst die Positionen des Scope 1 und 2. Die zweite Gruppierung umfasst den Scope 3. Zur Beurteilung der langfristigen Entwicklung der THG-Emissionen wurde für die Ausgangsbilanz das Referenzjahr 2012 bestimmt. Dadurch ist sichergestellt, dass langfristige Effekte vergangener Jahre in die Bewertung einfließen. Die THG-Bilanz weist im Basisjahr 2012 eine Emission von 4.018,1 Tonnen CO₂e aus.

Der Wert von 2024 ist unter dem Punkt „Indikator 1“ benannt und liegt mit -23,78 Indexpunkten bei 76,22 Indexpunkten je 1.000 produzierten Füllungen. Also konnten wir unsere Energieeffizienz gegenüber 2012 um 23,78% verbessern.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Gegenüber dem Jahr 2023 konnte ebenfalls eine Verbesserung erzielt werden. Der Gesamtenergieaufwand im Jahr 2023 lag bei 79,49 Indexpunkten je 1.000 produzierten Füllungen. Damit ergibt sich eine Verbesserung in 2024 von 3,26 Indexpunkten je 1.000 produzierten Füllungen zum Vorjahr bzw. -4,1%.

THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung – Scope 1 und 2

Die THG-Bilanz für den Scope 1 und 2 liegt bereits heute bei einem Ausstoß von 0 t CO₂e nach Kompensation.

Für die Betrachtung „vor Kompensation“ ergibt sich der unter Indikator 1 angegebene Indexwert von 74,36 Indexpunkten je 1.000 produzierten Füllungen als Zielwert für das Jahr 2027. Der Zielwert ist gestaffelt und gibt eine jährliche Verbesserung vor. Der für 2024 angestrebte Zielwert lag bei 79,19 Indexpunkten je 1.000 produzierte Füllungen und konnte um 2,97 Indexpunkte unterschritten werden.

THG-Bilanz – Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen – Scope 1 und 2

Die aktuellen Maßnahmen sind unter dem Punkt „Ergriffene Maßnahmen“ beschrieben. Die genannten Maßnahmen sind bereits abgeschlossen und umgesetzt.

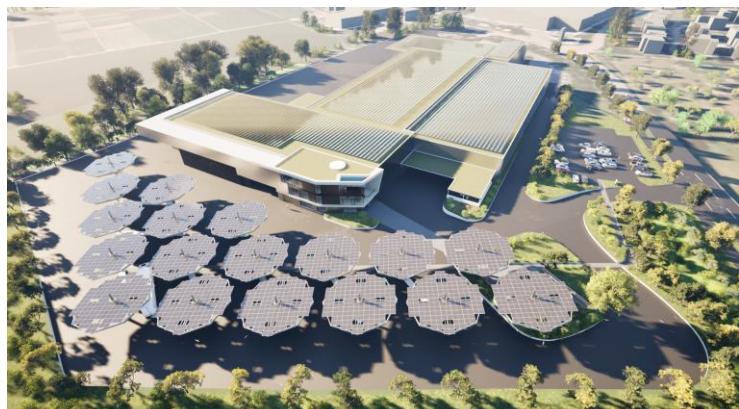
Für die Zielerreichung hat Ensinger die energetische Bewertung ins Managementsystem implementiert. Steuerung, Messung, Überwachung, Handlungsempfehlungen und Umsetzung sind damit strukturiert. Ein regelmäßiger Austausch der beauftragten Personen findet statt.

Ausblick

Die Identifikation von Ensinger mit dem Klimaschutz besteht bereits seit vielen Jahren. Aufbauend auf die bisher erreichten Ziele gilt es, den fortlaufenden Verbesserungsprozess weiter zu führen.

Für die kommenden Jahre gibt es bereits folgende Maßnahmen:

- Weitere Umstellung einzelner Beleuchtungspunkte mit veralteter Technik auf moderne LED-Beleuchtung.
- Verbesserung technischer Prozesse in der Wärme- sowie Kälteerzeugung sowie deren Nutzung.
- Energetisches Gesamtbild inklusive des Neubauprojekts Logistik 4.0.
- Anpassung der Klimaschutzstrategie.



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 2 -Klimaanpassung

Zielsetzung

- Verbesserung der Resilienz bei Hitzeperioden und Starkniederschlägen.
- Bis 2027 wird der Anteil eigener regenerativer Energiequellen auf 60 Prozent des Stromverbrauchs erhöht. Das entspricht einer Ausweitung der Kapazität um mindestens 600 kW.
- Entlastung des öffentlichen Kanalsystems bei Starkniederschlägen.
- Förderung nachhaltiger Mobilität.

Ergriffene Maßnahmen

- Die Ausfallrisiken in den Lieferketten durch extreme Hitzeperioden und Hochwasser werden durch Verwendung regionaler Säfte und Konzentrate reduziert.
- Klimatisierung von Produktions- und Büroräumen mit hoher sommerlicher Temperaturbelastung.
- Bau einer Regenwasserrückhalterigole mit Drosselschacht zur Verzögerung des Oberflächenwasserabflusses bei Stark- und Extremniederschlagsereignissen.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Die Arbeitsbelastungen durch extreme Hitze wurden reduziert.
- Die Regenrückhaltekapazitäten wurden erweitert.
- Die Gestaltung der neuen Stützmauer unter Verwendung artenreichem Saatgut wurde umgesetzt.
- Auf dem Ensinger Firmenparkplatz wurden öffentliche Ladesäulen installiert.

Indikatoren

Indikator 1: Unternehmerische Klimaresilienz

- Die Klimagefahren für das Unternehmen sind ermittelt, die Risiken bewertet und die Priorisierung der Anpassungslösungen durchgeführt.

Indikator 2: Klima-Anpassungsmaßnahmen Betriebserweiterung Ensingen Ost

- Die Klima-Anpassungsmaßnahmen bei der Betriebserweiterung Ensingen Ost sind gemäß Projektplan umgesetzt.

Ausblick

- Ausbau der E-Mobilitäts-Infrastruktur und des Fuhrparks.
- Förderung des Biolandbaus auf dem Ensinger Stromberg.
- Erstellung eines Pflegekonzepts für eine fachgerechte Bewirtschaftung der Ausgleichsmaßnahmen.
- Aufforstung eines Hainbuchen-Eichen-Walds und vorgelagerter Obstbaumwiese.
- Anbringen von Vogelnisthilfen und Fledermausquartieren zum Erhalt/Förderung der Artenvielfalt.

WEITERE AKTIVITÄTEN

5. Weitere Aktivitäten

Klima und Umwelt

Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

Zielsetzung

- [Nachhaltiges Wirtschaften](#) in allen Prozessen, Verbrauchssenkungen soweit möglich.
- Reduzierung des Mineralwassereinsatzes für die Produktion.
- Vorrang regionaler Lieferanten mit kurzen Lieferwegen.
- Weitere Reduzierung des Energieeinsatzes bei Strom und Gas.

Maßnahmen und Aktivitäten

- Die Ressourceneffizienz der Wertschöpfungskette fällt und steigt mit der Kenngröße Gesamtanlageneffizienz (GEFF). Produktvielfalt, Chargenwechsel und Rüstzeiten sind hierbei von großer Bedeutung. Die Kennzahlen werden regelmäßig in verschiedenen Gremien besprochen.
- Mit dem internen Umweltleistungsbericht werden die spezifischen Verbräuche überwacht und bewertet sowie bei Bedarf die Prozesse entsprechend gesteuert.
- Die Bereiche Palettierung, PET-Produktion und Lager wurden auf LED-Beleuchtung umgestellt.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Das [Energie- und Ressourcencontrollingsystem](#) wurde um weitere Messstellen ausgebaut.
- Ein neuer Mineralwasserbrunnen wurde erschlossen.
- Die PET-Produkte wurden auf Recycling-Etiketten umgestellt.
- Die Umstellung von Laserdrucker auf Tintenstrahldrucker mit dem Ziel, Ressourcen- und Abfall einzusparen, ist abgeschlossen.

Ausblick

- Planung der Erweiterung der Photovoltaikanlage im Rahmen des Projekts Logistik 4.0.
- Planung einer zentralen Kälteversorgung im Bereich Produktion mit dem Ziel der sicheren, effektiven Erzeugung und Bereitstellung von Prozesskälte.
- Planung einer neuen Wärmeversorgung im Bereich Produktion mit dem Ziel, Energieeinsparungen durch den Betrieb eines Blockheizkraftwerkes und durch Umstellung von Dampf- auf Heißwasser zu erzielen.
- Planung einer Erneuerung der Neutralisationsanlage zur Behandlung der Abwässer vor Einleitung.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Leitsatz 4 – Biodiversität

Zielsetzung

- Förderung des ökologischen Land- und Weinbaus auf der Gemarkung Vaihingen/Enz.
- Erhalt der biologischen Vielfalt, insbesondere des Arten- und Insektschutzes.

Maßnahmen und Aktivitäten

- Die Förderung des Artenschutzprojekts Steinkauz wurde um weitere fünf Jahre verlängert.
- Blühstreifen entlang des Firmengeländes wurden gesät.
- Der Biolandbau wurde auf unterschiedliche Art und Weise gefördert.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Die Maßnahmen zur Biodiversität im Rahmen der Betriebserweiterung wurden planmäßig umgesetzt.
- Durch die Abnahmegarantie der Bio-Trauben vom Ensinger Eselsberg konnte die Umstellung auf Bio-Weinbau umgesetzt und das Projekt „Bio-Stromberg“ weiter vorangebracht werden.
- Für die Pflege von Streuobstwiesen wurde ein fachgerechter Schnittkurs angeboten.



Ausblick

- Aufforstung eines Hainbuchen-Eichen-Walds mit naturnahem Waldmantel und vorgelagerter Obstbaumwiese.
- Pflegekonzept für eine fachgerechte Bewirtschaftung der Ausgleichsmaßnahmen.
- Herstellung der Ausgleichsflächen unter Verwendung von artenreichem regionalem Saatgut.
- Begrünung der Stützmauer.
- Bau eines Grünwalls als Biotop.
- Aufstellung von Insektenhotels, um zusätzliche Lebensräume für Wildbienen, Wespen und andere Insekten zu schaffen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Leitsatz 5 – Produktverantwortung

Zielsetzung

Als erster Bio-Mineralbrunnen in Baden-Württemberg ist Ensinger Lizenznehmer der [Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V.](#) und sich seiner Produktverantwortung bewusst. An die Reinheit des natürlichen Mineralwassers werden wesentlich höhere Anforderungen gestellt als durch die Mineral-und Tafelwasserverordnung vorgegeben.

Seit vielen Jahren verwendet das Unternehmen für die Herstellung seiner Direktsaft Apfel-Schorlen Obst aus baden-württembergischem Streuobstanbau, sofern verfügbar. Dadurch wird der Erhalt der ökologisch so wertvollen Kulturlandschaft unterstützt.

- Unterstützung der [Vaihinger Streuobstinitiative](#) zur Erhaltung der regionalen Streuobstwiesen.
- Ständige Optimierung unseres Glasabfüllprozesses, um den spezifischen Trinkwasser- und Energieverbrauch weiter zu senken.
- Förderung des ersten klimaneutralen Glas-Mehrweg-Pools (N2) der [Genossenschaft Deutscher Brunnen](#).



Maßnahmen und Aktivitäten

- Nachdem in den letzten Jahren drei landwirtschaftliche Betriebe durch den Ensinger Umweltpreis zur Förderung des Ökolandbaus bei der Umstellung auf Biolandbau nach den Kriterien von BIOLAND e.V. unterstützt wurden, konzentriert sich Ensinger derzeit auf den Bio-Weinbau.
- Ensinger hat das Produkt [Heimat Spritz](#) im Sortiment, das aus Bio-Trauben vom Ensinger Eselsberg hergestellt wird und die Ensinger Weinbauern bei der Vermarktung ihrer Bio-Trauben unterstützt. Dadurch konnte neben dem Bio-Wein eine zweite Vermarktungsschiene, nämlich die der alkoholfreien Bio-Getränke, ermöglicht werden. Diese Maßnahme sichert den Bio-Landbau in Ensingen und Umgebung langfristig.
- Im ersten Halbjahr 2025 wurde ein zweites Produkt aus Bio-Umstellungs-Traubensaft vom Ensinger Eselsberg entwickelt: Ensinger Leichte Schorle Traube-Quitten-Zitrone.
- Die Förderung des regionalen Streuobstanbaus sichert die Erhaltung der einheimischen Streuobstwiesen. Die bewirtschaftete Fläche konnte in den letzten Jahren kontinuierlich gesteigert werden.
- Entwicklung eines nachhaltigen Kältekonzepts, um die hohe Prozessqualität zu sichern und klimaschädliche Treibhausgase zu minimieren.



WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen

- Seit einigen Jahren dürfen die Eier der Legehennen des Biohofs [Winkler](#) als Bio-Ware vermarktet werden.
- Durch die Einführung von Heimat Spritz und Ensinger Leichte Schorle konnte die Vermarktung von Bio-Trauben und damit die Förderung des Bio-Weinbaus deutlich ausgebaut werden.
- Erneute Auszeichnung mit dem „Preis für langjährige Produktqualität“ durch das Testzentrum Lebensmittel der DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft). Damit erhielt Ensinger die Auszeichnung als einziger Mineralbrunnen Deutschlands zum 24. Mal.



Ausblick

Nach wie vor bleibt insbesondere der Weinbau eine Herausforderung bei der Umstellung von konventioneller auf ökologische Landwirtschaft, weshalb die Geschäftsführung die Strategische Initiative „Bio-Stromberg“ ins Leben gerufen hat. Schnell wurde dabei klar, dass die Weingärtner vor allem bei der Vermarktung ihrer Trauben unterstützt werden müssen.

Zudem wurden insgesamt drei neue Produkte entwickelt: eine rote Traubensaft-Schorle, die von der WG Stromberg-Zabergäu vermarktet wird, das Ensinger Produkt „Ensinger Heimat Spritz“ in der 0,25l Aluminiumdose, mit dem vor allem der Vendingmarkt bedient und eine jüngere Zielgruppe angesprochen werden soll, und Ensinger Leichte Schorle Traube-Quitte-Zitrone in 0,5l PET-Einweg.

Damit wird zum einen die Vermarktung von Bio-Früchten aus unserer direkten Umgebung gefördert und zum anderen werden lange Transportwege vermieden.



WEITERE AKTIVITÄTEN

Soziale Verantwortung

Leitsatz 6 – Menschenrechte und Lieferkette

Zielsetzung

- Bei der Beschaffung wird auf die ökologische und soziale Nachhaltigkeit geachtet.
- Wir sind transparent und stellen unseren Mitarbeitern und interessierten Kreisen ausführliche Informationen über unsere Unternehmensaktivitäten zur Verfügung.

Maßnahmen und Aktivitäten

- In der Ensinger Vision 2027 sind eigene Mitarbeiter genauso wie die globale Verantwortung anhand der Social Development Goals der Vereinten Nationen im Fokus.
- Die Geschäftsführung bzw. die Verwaltung berichtet regelmäßig zu aktuellen und relevanten Themen der Arbeitssicherheit, des Datenschutzes und des betrieblichen Umweltschutzes.
- Unterstützung bei der Sanierung von Trinkwasserbrunnen in Malawi und Sierra Leone.



Ergebnisse und Entwicklungen

- Bei Textilien werden ausschließlich regional produzierte oder Fair Trade-Produkte gekauft, bei Drucksachen nur noch recyceltes Papier oder Papier mit FSC-Zertifikat.
- Die Tafelläden Vaihingen/Enz und Ludwigsburg sowie die Lebenshilfe Vaihingen/Mühlacker werden weiterhin unterstützt.
- Die Diakonische Bezirkstelle Vaihingen/Enz sowie der Förderkreis für krebskranke Kinder wurden finanziell unterstützt.
- Die Angebote zur betrieblichen Altersvorsorge, zum Lebenszeitkonto sowie zur Gewinnbeteiligung stehen den Mitarbeitern zur Verfügung.
- Unsere Unternehmenskommunikation wurde durch unsere „Ensinger App“ weiter optimiert.

Ausblick

- Ensinger will seinen Mitarbeitern auch weiterhin einen sicheren und arbeitnehmerfreundlichen Arbeitsplatz bieten und dabei gleichzeitig deren Wohlbefinden und Gesundheit fördern.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Leitsatz 7 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

Zielsetzung

- Wir bieten vielfältige und innovative Ausbildungen an. Unsere Aus- und Weiterbildungsquote liegt zwischen 5 und 7,5 Prozent.
- Für uns als Unternehmen ist es selbstverständlich, viel Engagement für die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu investieren. Unsere Gesundheitsquote liegt im jährlichen Mittelwert zwischen 96 und 98 Prozent.

Maßnahmen und Aktivitäten

- Monatlich kommt ein Naturheilpraktiker zur funktionellen Massage und manuellen Therapie in das Unternehmen.
- Die Mitarbeitenden können über Ensinger ein Dienstrad von Bikeleasing leasen.
- Ensinger bietet ein Gesundheitspass-Bonussystem für seine Mitarbeiter.
- Wöchentlicher Nordic Walking Treff für Mitarbeiter.
- Kooperation mit einem örtlichen Fitnessstudio.
- Die Speisen in den Aufenthaltsräumen werden bezuschusst, Ensinger Getränke und Kaffee stehen kostenlos zur Verfügung.
- In den Sommermonaten wird kostenlos Eis und in Wintermonaten Obst angeboten.
- In der Ensinger App werden die Mitarbeitenden über Gesundheits- und Mitarbeitendenangebote informiert. Die Teilnahme und Nutzung der App wird regelmäßig beworben.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Die Gesundheitsquote im Jahr 2024 lag bei 95,9%.
- Am Ensinger Gesundheits-Bonussystem haben 48,6 % der Belegschaft teilgenommen.
- Die Rezertifizierung unseres Arbeitssicherheit- und Gesundheitsmanagementsystem wurde erfolgreich bestanden.
- Grippeschutzimpfungen wurden angeboten und durchgeführt.
- Im August fand ein Familientag in einem Erlebnispark statt.
- Die Maßnahmen der Arbeitssituationsanalyse von den Bereichen Produktion und Technik wurden umgesetzt.
- Die Ensinger App gewährleistet eine gute Kommunikation für alle Mitarbeitenden untereinander, zwischen den Abteilungen und allen Ebenen der Organisation.
- Allen Mitarbeitenden wurde im Jahr 2024 eine Inflationsprämie ausbezahlt.
- Das neue Verkehrsleitkonzept Ensingen-Ost wurde in 2024 umgesetzt.
- Im Oktober 2024 fand in Zusammenarbeit mit externen Partnern der Gesundheitstag statt.



Ensinger
icher gesund

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Zu Jahresbeginn 2025 startete der Ensinger Online-Bekleidungsshop.

Ausblick

- Es gibt für Mitarbeitende die Möglichkeit, ihr Elektrofahrzeug während der Arbeitszeit zu laden.
- In den Bereichen Verkauf und Marketing findet in Zusammenarbeit mit der Berufsgenossenschaft eine Arbeitssituationsanalyse statt.
- Im Dezember 2025 findet unsere Jahresfeier statt.
- Für die Führungskräfte wird 2025 ein Seminar „Führen in Balance“ in Zusammenarbeit mit der AOK durchgeführt.
- Einrichtung eines Ensinger Parks für die Arbeit und Erholung im Freien.

Leitsatz 8 – Anspruchsgruppen

Zielsetzung

- Wir führen mit allen gesellschaftlichen Gruppen und interessierten Kreisen einen offenen Dialog.
- Wir ermitteln die Bedürfnisse und Interessen unserer Anspruchsgruppen und informieren hierzu in regelmäßigen Abständen.

Maßnahmen und Aktivitäten

- Die Nachhaltigkeitskommunikation über Social Media wurde und wird weiter intensiviert, um die interessierte Öffentlichkeit über Projekte und die Unternehmensphilosophie zu informieren.
- Ensinger arbeitet mit Behörden und gesellschaftlichen Organisationen kooperativ zusammen.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Die Bevölkerung wurde im Rahmen der geplanten Betriebserweiterung frühzeitig über Ortschaftsrat, Gemeinderat und Presse informiert.
- Die Ensinger Mineralwasserseminare für Kunden und Interessierte wurden wie geplant durchgeführt.
- Es werden wieder regelmäßig Betriebsführungen durchgeführt.
- Die Einhaltung der Lärmgrenzwerte wurden durch einen anerkannten Sachverständigen bestätigt.

Ausblick

- Für das Jahr 2025 sind vier Mineralwasserseminare für Kunden und Interessierte geplant.
- Die Ensinger Nachhaltigkeitstage sollen in unregelmäßigen Abständen weiterhin stattfinden und als Informationsquelle für alle Anspruchsgruppen dienen.
- Mitwirkung bei den KLIMA.LÄND.TAGE Baden Württemberg.



WEITERE AKTIVITÄTEN

Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 9 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Zielsetzung

Die Zukunft zu sichern ist nur möglich, wenn unser Unternehmen langfristig ausgerichtet ist, eine Strategie verfolgt und umgesetzte Maßnahmen immer wieder auf ihre Wirksamkeit überprüft. Aktuell haben wir mit der Weiterentwicklung der Ensinger Strategie und der Betriebserweiterung Ensingen Ost zwei strategische Projekte von wesentlicher Bedeutung.

Maßnahmen und Aktivitäten

- Das Projekteam „Neues Ensinger Leitbild“ hat die ersten Besprechungen durchgeführt.
- Das Projekt „Organisation der Zukunft“ wurde gestartet.
- Ein Nachhaltigkeitsprogramm für die Betriebserweiterung Ensingen Ost ist erstellt.
- Der Bebauungsplan als neue rechtliche Grundlage unseres Betriebs wurde rechtskräftig.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Entwurfs- und Genehmigungsplanung für die Betriebserweiterung konnten abgeschlossen werden.
- Die Bauphase 1 der Betriebserweiterung Ensingen Ost wurde planmäßig umgesetzt.
- Die Finanzierung für die Baumaßnahmen wurde gesichert.
- Die wasserrechtliche Genehmigung und die Baugenehmigung wurden erteilt.

Ausblick

- Für die Betriebserweiterung Ensingen Ost wird ein Generalunternehmen beauftragt.
- Die Maßnahmen für den nächsten Bauabschnitt werden wie geplant umgesetzt.
- Für die strategischen Projekte stehen die zugesagten Fördermittel zur Verfügung.
- Die strategischen Projekte „Organisation der Zukunft“ und „Neues Ensinger Leitbild“ werden wie geplant abgeschlossen.



WEITERE AKTIVITÄTEN

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

Zielsetzung

- Wir generieren einen regionalen Mehrwert, indem wir unseren Standort stärken.
- Wir unterstützen den Breitensport in vielfacher Weise.

Maßnahmen und Aktivitäten

- Sportartenübergreifendes Sponsoring insbesondere in der Jugendarbeit, Unterstützung des Ehrenamtes und Kulturförderung in der Region sowie Förderung von regionalen Natur- und Artenschutzprojekten wurden im Berichtszeitraum durchgeführt. Vereine, kirchliche Organisationen, Jugendarbeit, Aktionen von Stadt, Kreis und Land wurden auf vielfältige Art und Weise unterstützt.
- Ensinger arbeitet zudem mit den Organisationen NABU, BUND, Imkerverein und dem OGV Vaihingen im Rahmen der [Vaihinger Streuobstinitiative](#) eng zusammen.
- Das Unternehmen unterstützt das Kammerorchester Arcata Stuttgart, indem es für die Mitarbeitenden und die interessierte Öffentlichkeit Konzerte unter „[Ensinger Classics](#)“ veranstaltet.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Zahlreiche Verbände, Vereine, Organisationen wurden finanziell, materiell oder mit kostenlosen Produkten unterstützt.
- Die [Ensinger Nachhaltigkeitstage](#) waren in der Vergangenheit ein riesiger Erfolg. Regionale Betriebe hatten und haben dabei die Möglichkeit, ihre Produkte und Dienstleistungen vorzustellen. Der nächste Nachhaltigkeitstag ist für 2027 geplant und zwar in Verbindung mit unserem 75-jährigen Firmenjubiläum.

Ausblick

- Ensinger wird auch weiterhin in den Bereichen Sport, Ökologie und Kultur Sponsoring-partnerschaften übernehmen und diese mit verschiedenen Projekten zu unterstützen.



FRISCH AUF!
GÖPPINGEN®



WEITERE AKTIVITÄTEN

Leitsatz 11 – Transparenz

Zielsetzung

- Die bestehende langfristige Finanzplanung ist bis 2027 weiterentwickelt. Hierbei stehen die Strategischen Initiativen im Fokus.
- Der mittelfristige Finanzplan wird hinsichtlich des Erhalts des Investment Grade Ratings umgesetzt.

Maßnahmen und Aktivitäten

- Die langfristige Sicherstellung von Liquidität und Ertragskraft unter Aufrechterhaltung einer stabilen Eigenkapitalausstattung steht im Mittelpunkt unseres unternehmerischen Handelns.
- Die Investitionen werden im Vorfeld abteilungsübergreifend auf Nachhaltigkeitskriterien geprüft.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Der mittelfristige Finanzplan bis 2025 ist hinsichtlich des Erhalts des Investment Grade Ratings umgesetzt.
- Die Umsatz-, Kosten- und Finanzplanung für das Folgejahr wurde bis zum 30. November ebenfalls umgesetzt.

Ausblick

- Die Planung der Umsatz-, Kosten- und Finanzplanung für das Folgejahr wird bis zum 30. November umgesetzt sein.
- Der eingesetzte Beirat begleitet und überwacht die Geschäftsleitung und berät die Gesellschafterinnen und Gesellschafter in strategischen Fragen.

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

Zielsetzung

- Das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln wird auf unterschiedliche Art und Weise gefördert.
- Unsere Mitarbeitenden sollen zum selbstständigen Denken angeregt werden, um sowohl beruflich als auch privat nachhaltig zu handeln.

Maßnahmen und Aktivitäten

- Die Öffentlichkeit wird über Funkspots, Videoclips, [Homepage](#), Social Media, Presseberichte und Podcasts über Nachhaltigkeitsthemen informiert und zum Umdenken motiviert.
- Unter allen Mitarbeitern, die am Ensinger Bonus-Gesundheits-System und/oder am betrieblichen Vorschlagswesen (BVW) teilgenommen haben, wurden jeweils Sachpreise im Wert von 1.000,00 € verlost.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Ensinger nahm an der Aktion Stadtradeln teil. Unter allen Teilnehmenden wurden Sachpreise verlost.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Die Ideen der Mitarbeiter, die zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit beigetragen haben, wurden durch Prämien belohnt. Dadurch stieg das Interesse, sich aktiv an dem ständigen Entwicklungsprozess zu beteiligen.
- Für Mitarbeiter, Familien, Partner und Interessierte wurden Steinkauzberingungen durchgeführt.
- Teilnahme an der Fachtagung „Nachhaltigkeit macht Schule“



Geschäftsführer Thomas Fritz bei der Fachtagung „Nachhaltigkeit macht Schule“.

Ausblick

- Durch die BVW-Verlosung mit Gewinnchancen von regionalen Sachpreisen soll ein zusätzlicher Anreiz geschaffen werden, sich am fortlaufenden Verbesserungsprozess zu beteiligen.
- Die [Ensinger Nachhaltigkeitstage](#) sollen weiterhin stattfinden und als Informationsquelle für alle Anspruchsgruppen dienen.
- Für die Öffentlichkeit bieten wir Betriebsführungen an.
- Für unsere Kunden bieten wir regelmäßigen Mineralwasserseminare an.

UNSER KLIMAWIN-PROJEKT

6. Unser KLIMAWIN-Projekt

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

Das Projekt

Die Forschungsgemeinschaft zur Erhaltung einheimischer Eulen e.V. ([FOGE](#)) hat sich zum Ziel gesetzt, die rückläufige Bestandsentwicklung des Steinkauzes im Landkreis Ludwigsburg zu stoppen bzw. das Aussterben der gefährdeten Eulenart zu verhindern.

Obwohl der Steinkauz sehr intelligent und anpassungsfähig ist und in einer vielgestaltigen Kulturlandschaft die unterschiedlichen Nischen nutzt, ist er schutzbedürftig. Ohne besonderen Schutz ist er weder den schnellen Veränderungen in unserer Landnutzung gewachsen noch vor den Begierden von Tierhaltern, Sammlern und Trophäenliebhabern geschützt.

Von großflächigen Bestandserhebungen und Kartieren der Vorkommen bis zur Einbeziehung der Grundstückseigentümer mit Steinkauzvorkommen sind Maßnahmen notwendig, um diese seltene Eulenart zu erhalten.



Art und Umfang der Unterstützung

Schon seit 25 Jahren engagieren wir uns finanziell sowie mit Sachspenden für die Forschungsgemeinschaft zum Erhalt einheimischer Eulen. Den ehrenamtlichen Helfern von FOGO gelang es unter der Leitung von Herbert Keil, die Population der Steinkäuze im Landkreis Ludwigsburg von nur acht Brutpaaren im Jahr 1988 auf 348 Brutpaare im Jahr 2024 zu erhöhen.

Ziele sind die Erhaltung der Steinkauz-Population und die Bewusstseinsförderung für Artenschutz. Dabei werden Schulklassen, Vereine, Mitarbeiter und Geschäftspartner in die Projektarbeit eingebunden, um einen Beitrag zur Bildung für nachhaltige Entwicklung zu leisten.

Umfang der Förderung: 1.000 € und ca. 20 Arbeitsstunden

Ergebnisse und Entwicklungen

Ein Jahresbericht über den Eulenschutz im Kreis Ludwigsburg mit Randgebieten wurde in gemeinschaftlicher Zusammenarbeit erstellt und finanziell unterstützt. Des Weiteren wurden wieder Steinkauz-Beringungsaktionen für Schulklassen, Vereine, Mitarbeiter und Familien angeboten.

Der Fördervertrag mit der Forschungsgemeinschaft FOGO e.V. wurde um weitere fünf Jahre verlängert. Rund 40 Interessierte aller Altersgruppenn waren der Einladung zur öffentlichen Beringung junger Steinkäuze gefolgt. Die Beringung war der passende Rahmen für die Vertragsunterzeichnung bis 2030.

UNSER KLIMAWIN-PROJEKT

Ausblick

Um die langfristige Patenschaft fortzuführen, wird Ensinger auch im kommenden Jahr die FOGE mit einer Spende von 1.000 € und Sachleistungen unterstützen.

Für die Bewusstseinsförderung für Arten-und Umweltschutz werden für interessierte Kreise Steinkauz-Beringungen angeboten.

Die FOGE e.V. wird weiterhin mit materiellen und räumlichen Ressourcen unterstützt.



Teilnehmer warten gespannt auf Herbert Keil und die kleine Steinkäuze.



Vertragsunterzeichnung Artenschutzprojekt Steinkauz mit anschließer Beringung von Jungkäuzen.

KONTAKTINFORMATIONEN

7. Kontaktinformationen



Ensinger
Die Erfrischung deines Lebens

Ansprechperson

Jörg Mannhardt

Impressum

Herausgegeben im August 2025 von

Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH
Horrheimer Straße 28-36
71665 Vaihingen-Ensing

Telefon: 07042 2809 0

Fax: 07042 2809 399

E-Mail: info@ensinger.de

Internet: www.ensinger.de

