



Nachhaltig handeln  
in Unternehmen  
Klimawin BW



# Klimawin BW

## Nachhaltigkeitsbericht

2024

Lauffener Weingärtner eG

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	4
2. Die Klimawin BW	5
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	5
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	5
3. Klima und Umwelt	6
3.2 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	7
4. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	8
4.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	8
4.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	9
5. Unsere Schwerpunktthemen	10
5.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	10
5.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	10
5.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	11
5.4 Leitsatz 8 – Anspruchsgruppen	13
5.5 Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	16
5.6 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	20
6. Weitere Aktivitäten	23
7. Unser Klimawin BW-Projekt	29
7.1 Das Projekt	29
7.2 Art und Umfang der Unterstützung	29
7.3 Ergebnisse und Entwicklungen	29
Impressum	31

# 1. Über uns

## 1.1 Unternehmensdarstellung

Die Lauffener Weingärtner eG ist eine vielfach prämierte Württembergische Genossenschaft mit rund 1.200 Mitgliedern, die eine Rebfläche von circa 880 Hektar bewirtschaften, davon 120 Hektar terrassierte Steillage. Durchschnittlich werden ungefähr 11 Millionen Kilogramm Trauben je Erntejahr erzeugt.

Dank des großen Engagements unserer Winzer und dem Ehrgeiz, hervorragende Trauben zu ernten, gelingt es uns, nicht nur qualitativ hochwertige Weine zu produzieren, sondern mit der intensiven Arbeit in den Weinbergen und vor allem in den Steillagen auch unsere einzigartige Kulturlandschaft im Lauffener und Mundelsheimer Neckartal zu erhalten.

Gegründet wurde die Lauffener Weingärtner eG im Jahr 1935. Diese fusionierte 2012 mit dem Käsbergkeller Mundelsheim, welcher bereits 1903 gegründet wurde.

Von Traubenannahme, Weinbereitung, Abfüllung über den Versand und Fuhrpark bis hin zum Vertrieb und der Vermarktung sowie Verwaltung sind rund 70 Mitarbeitende tätig.

Zwar bedingt die aktuelle Größe des Generationenbetriebes bereits eine ressourcenschonendere Produktion, doch vor allem die dynamischen Veränderungen in unserer direkten und indirekten Umgebung treiben uns an zukunftssichernde Perspektiven zu schaffen. Verpflichtet an die genossenschaftlichen Prinzipien (Hilfe zur Selbsthilfe), sehen wir gerade unser nachhaltiges Wirtschaften langfristig als Grundlage von dem Erfolg und der Existenz der Lauffener Weingärtner eG.

Seit 2022 führt die Lauffener Weingärtner eG erstmals eine Nachhaltigkeitsprüfung in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Sozialkompetenz durch, welches die Zertifizierungsstelle des Deutschen Instituts für Nachhaltigkeit und Ökonomie mit einem Prüfsiegel „gesicherte Nachhaltigkeit“ bescheinigt.



Abbildung 1: Standort in Lauffen

## 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.

## 3. 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.“

### 3.1.1 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.“

### 3.1.2 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.“

### **3.2 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg**

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:  
[www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin](http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin)

## 4. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 16.11.2022

### 4.1 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	ja	ja
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	nein	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	ja	ja
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	ja	ja
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	nein
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	nein	nein

## 4.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: FreeFood e.V.

**Schwerpunktbereich:**

ökologische Nachhaltigkeit: ja

soziale Nachhaltigkeit: ja

**Art der Förderung**

finanziell: nein

materiell: ja

personell: ja

## 5. Unsere Schwerpunktthemen

### 5.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz (verpflichtend!)

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

Leitsatz 3 (ehem. 4) – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

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

Leitsatz 8 (ehem. 3) – Anspruchsgruppen

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

Leitsatz 9 (ehem. 7) – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

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

### 5.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Nachhaltigkeit bezieht sich nicht allein auf Umweltbelange, sondern berücksichtigt auch soziale und ökonomische Aspekte. Erfolgreiches umwelt- und ressourcenschonendes Wirtschaften beispielsweise, obliegt gesellschaftlich, verantwortungsvollem Handeln. Aus diesem Grund ist es uns, der Lauffener Weingärtner eG, für unsere Entwicklung wichtig, alle Säulen der Nachhaltigkeit gleichwertig zu betrachten und sie in unsere gesamte Lieferkette – das heißt vom Anbau, Versand über die Vermarktung bis hin zur Betriebsführung einzubeziehen. Daher setzen wir uns Schwerpunkte aus allen drei Dimensionen (Soziales, Umwelt, Ökonomie). Zudem wird Nachhaltigkeitsarbeit als kontinuierlicher Prozess verstanden.

Zu Leitsatz 01 (Klimaschutz): Zunächst will die Lauffener Weingärtner eG aktiv Verantwortung übernehmen indem sie unternehmerischen Klimaschutz umsetzt sowie ihren Fußabdruck minimiert. Daher veranlasste nicht nur das mittlerweile verpflichtende Kapitel der Klimawin BW die Weingärtner, den Leitsatz Klimaschutz als Schwerpunkt zu betrachten. Allerdings wurde auch in den letzten Jahren ein zunehmender Fokus unserer Handelskunden auf den Beitrag für den Klimaschutz innerhalb der Lieferkette festgestellt.

Zu Leitsatz 03 (Umwelt): Für uns als landwirtschaftliches Unternehmen ist die Natur der Ausgangspunkt unserer Arbeit – daher wird dieser Leitsatz als unverzichtbar angesehen. Zum Schutz der natürlichen Lebensgrundlage und für eine langfristige Zukunftssicherung muss die Ressourcenausbeutung vermieden und die Inanspruchnahme von natürlichen

Ressourcen verringert werden. Nachfolgende Generationen sollen gleichermaßen auf natürliche Ressourcen zugreifen können.

Zu Leitsatz 08 (Soziales): Als regional verwurzeltes Unternehmen tangieren die Tätigkeiten der Genossenschaft das Leben vieler Personen. Im Vordergrund stehen aufgrund des genossenschaftlichen Förderauftrags (§1 im Genossenschaftsgesetz) unsere Mitglieder, deren Unterstützung und wirtschaftlicher Nutzen. Des Weiteren gibt es Berührungspunkte mit vielen weiteren Personengruppen wie Mitarbeitende, Kunden und Lieferanten zu berücksichtigen. Die Lauffener Weingärtner eG beabsichtigt einen ganzheitlichen Ansatz für Nachhaltigkeit zu verfolgen, indem sie sowohl regulatorische Vorgaben als auch die Erwartungen ihrer Anspruchsgruppen berücksichtigt.

Zu Leitsatz 09 (Ökonomie): Ein weiterer Auftrag der Weingärtnergenossenschaft ist die wirtschaftlichen Belange durch einen gemeinsamen Geschäftsbetrieb zu fördern. Um die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit zu gewährleisten und um die Existenz langfristig zu sichern, ist nicht zuletzt ein strategisches, erfolgreiches und zukunftsorientiertes Wirtschaften ein weiterer Grundpfeiler.

## 5.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

### 5.3.1 Zielsetzung

Um Klimaschutz aktiv umsetzen zu können, bedarf es Systematik und Struktur. In diesem Sinne ist das Unternehmen bestrebt, zunächst spezifische Unterstützungsangebote und -programme zu nutzen, um den IST-Zustand zu ermitteln und mögliche Einsparpotentiale im Unternehmen zu analysieren. Demnach kann als mittelfristiges Ziel die Steigerung der Energieeffizienz durch eine kontinuierliche Überwachung des Energieverbrauchs, Einsparung der Kosten sowie eine Reduktion von Treibhausgasemissionen gesetzt werden. Hierfür ist eine präzise Datenerfassung entscheidend, um eine fundierte Berichterstattung und Analyse im Unternehmen zu erstellen.

Als Maßnahmen setzt die Lauffener Weingärtner eG daher unter anderem eine Überarbeitung der Prozesse zur Datenerfassung. Außerdem wird angestrebt, an mindestens einer Informationsveranstaltung teilzunehmen bzw. sich an eine Kompetenzstelle für eine individuelle Unternehmensberatung zu wenden. Als weitere Initiative soll eine Informationsveranstaltung für Mitglieder und Mitarbeitende ein Bewusstsein für Klimaschutz schaffen und zum Handeln motivieren.

Eine Verbesserung der Energieeffizienz und Reduzierung von Treibhausgasemissionen soll durch wirtschaftliche Lösungen wie Optimierung der Produktionsprozesse und Gebäude sowie energieeffizientere Technologien erreicht werden.

### 5.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Identifizierung und Analyse von Energieverbrauch und möglichen Einsparpotentiale

- Förderung von Elektromobilität auf dem Land
- Energieerzeugung und -nutzung von Photovoltaikanlagen

### 5.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Im April 2024 veranlasste die Lauffener Weingärtner eG einen KEFF+ Check durch die regionale Kompetenzstelle Ressourceneffizienz Heilbronn-Franken, um vor Ort Effizienzpotentiale zu finden. Hierbei wurden bei einem Rundgang direkt vor Ort zahlreiche Prozesse und Technologien betrachtet. In einem Ergebnisbericht sind u.a. der IST-Zustand, Impulse für sinnvolle Material- und Energieeffizienzmaßnahmen sowie Empfehlungen für weitere Fördermöglichkeiten festgehalten. Für das Unternehmen hat sich dieser Check zum Thema Ressourceneffizienz gelohnt, um eine neutrale, unabhängige, standort- sowie branchenbasierte Beurteilung zu erhalten.

### 5.3.4 Indikatoren

**Indikator 1:** Identifizierung und Analyse von Energieverbrauch und möglichen Einsparpotenzialen

- KEFF+ Check mit Ergebnisbericht
- Einführung Energiemanagement bis 2026

**Indikator 2:** Förderung von Elektromobilität auf dem Land

- Nutzung von eigener Ladesäule und 2 Wallboxen für Elektrofahrzeuge
- Rund 80% des daraus genutzten Stroms wurde für betriebliche Fahrzeuge genutzt
- Prüfung einer Erweiterung um einen Batteriespeicher bis 2025

**Indikator 3:** Energieerzeugung und -nutzung von Photovoltaikanlagen

- Über 92% der erzeugten Energie wurde für betriebliche Betriebsstätte genutzt



Abbildung 2: Teilfläche der Dach-Photovoltaikanlage der Lauffener Weingärtner eG

### 5.3.5 Ausblick

Als Ziel im Bereich Klimaschutz strebt die Lauffener Weingärtner eG an kontinuierlich Energie-Einsparpotentialen zu suchen. Dabei sollen versteckte Energieverluste erkannt, Lastspitzen vermieden und Energiekosten gesenkt werden. Die Implementierung eines Energiemanagementsystems wird hierbei als hilfreich angesehen, um den Energieverbrauch kontinuierlich zu überwachen, zu analysieren und zu optimieren. Konkret sind als Maßnahmen die Einholung von Informationen über unterschiedliche Energiemanagementsysteme geplant sowie die Prüfung von Angeboten externer Anbieter, die die aktuellen Strom-, Wasser-, Heizungs- und Druckluftverbrächen des Unternehmens aber auch eine Treibhausgasbilanz bewerten.

Auch die Sensibilisierung und Motivation von Mitarbeitenden und Winzermitgliedern durch regelmäßige Berichte und Veranstaltungen, um das Wissen über Energieverbrauch und -einsparung zu vermitteln, sowie die Schaffung von Feedback-Möglichkeiten für Verbesserungen werden als Ziele aufgegriffen.

## 5.4 Leitsatz 8 – Anspruchsgruppen

### 5.4.1 Zielsetzung

Als regional verwurzeltes Unternehmen tangieren die Tätigkeiten der Genossenschaft das Leben vieler Personen. Im Vordergrund stehen aufgrund des genossenschaftlichen Förderauftrags (§1 im Genossenschaftsgesetz) unsere Mitglieder, deren Unterstützung und wirtschaftlicher Nutzen. Des Weiteren gibt es Berührungspunkte mit vielen weiteren Personengruppen wie Mitarbeitende, Kunden und Lieferanten zu berücksichtigen.

Im Rahmen der Klimawin BW möchte die Lauffener Weingärtner eG den Dialog zwischen den Beteiligten intensivieren, um auch ihre Ansprüche zu erfahren und erfüllen zu können.

Das bedeutet, dass ein fachlicher Austausch und eine intensivere Zusammenarbeit mit den Anspruchsgruppen angestrebt werden. So ist geplant die Anspruchsgruppen z.B. auf der Internetseite und in den sozialen Medien über unsere Nachhaltigkeitsbemühungen zu informieren. Durch Transparenz und eine Berichterstattung kann gegenseitiges Verständnis und Wertschätzung geschaffen werden.

Ein ehrlicher und offener Umgang mit unseren Anspruchsgruppen sowie das Schaffen von Transparenz, Akzeptanz und Vertrauen ist uns wichtig. In erster Linie setzen wir auf die Fortführung von bestehenden Kooperationen und Partnerschaften. Das Ziel der regelmäßigen Pflege eines guten Austauschs durch verschiedene Dialogformen soll aufgegriffen werden und wenn möglich durch eine intensivere bilaterale Kommunikation ergänzt werden.

#### **5.4.2 Ergriffene Maßnahmen**

- Stakeholderdialog und -befragung
- Teambildung und Brainstorming
- Mitwirkung an Netzwerken
- Fortführung von bestehenden Kooperationen und Partnerschaften

#### **5.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen**

Als Mitglied zahlreicher Fach- und Branchenverbände engagiert sich die Lauffener Weingärtner eG aktiv in den Bereichen Wissenstransfer, strategische Vernetzung sowie der Implementierung anerkannter Zertifizierungs- und Nachhaltigkeitsstandards. Das kollektive und gesellschaftspolitische Bewusstsein soll unter anderem durch folgende Beteiligungen gefördert werden:

- Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband e.V.,
- Weinheimat Württemberg eG,
- ECOVIN GmbH,
- ProVeg e.V.,
- PIWI Deutschland e.V.,
- Bio-Region Heilbronner Land e.V.,
- Neckar-Zaber-Tourismus e.V.,
- Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand e.V.,
- Wir für Heilbronn e. V.,
- Hölderlin-Freundeskreis Lauffen e.V.

Eine klare Kommunikation und Zusammenarbeit sind in einer Genossenschaft zentrale Bausteine und schafft gegenseitiges Vertrauen und Transparenz. Trotz diverser Hürden (u.a. Interessenskonflikte, zeitliche Einschränkungen etc.) ist mittlerweile durch die ergriffenen Maßnahmen festzustellen, dass die Einbindung von mehreren Anspruchsgruppen

wie Mitarbeitenden und Mitgliedern auch Arbeitsprozesse koordinierter und somit effizienter gestaltet werden können. Mithilfe dieses Leitsatzes und der Orientierung an den gesteckten Zielen sieht das Unternehmen einer positiven (Weiter-)Entwicklung entgegen.

Im Jahr 2024 wurden die Ziele der Lauffener Weingärtner eG durch oben genannte Maßnahmen größtenteils erreicht. Die quantitativen Ergebnisse sind unter dem Punkt 5.4.4. Indikatoren beschrieben.

#### 5.4.4 Indikatoren

##### Indikator 1: Stakeholderdialog und -befragung

- Ein Austausch mit diversen Anspruchsgruppen fand durch Besuche, Onlinemeetings, im persönlichen Gespräch oder als digitaler Dialog statt. Unter anderem gab es regelmäßige Informationsveranstaltungen oder -schreiben für Kunden, Mitarbeitende und Mitglieder, um auf die unterschiedlichen Bedürfnisse intensiver einzugehen
- Einbinden von Mitgliedern in vielseitige Marketing- und Vertriebsaktivitäten
- Eine quantitative Erhebung konnte aufgrund der zahlreichen Dialogformen nicht erfolgen
- Fortführung von Stakeholder-Mapping in 2025, um die Stakeholder-Entwicklung zu beobachten und deren Interessen zu verstehen

##### Indikator 2: Teambildung und Brainstorming

- Diverse Teamsitzungen wie Jour fix, Quartalsgespräche und Mitarbeitergespräche
- Eine quantitative Erhebung konnte aufgrund der zahlreichen Teamsitzungen nicht erfolgen.
- Fortführung von Teambildung, um das Wir-Gefühl zu stärken und um Motivation und Engagement weiter zu stärken



Abbildung 3: Teamsitzung

**Indikator 3:** Mitwirkung an Netzwerken

- Aktive Teilnahme an diversen Treffen, Beiträge auf Social Media
- Eine quantitative Erhebung konnte aufgrund der zahlreichen Netzwerke nicht erfolgen.
- Fortführung der Netzwerkarbeit

**Indikator 4:** Fortführung von bestehenden Kooperationen und Partnerschaften

- Erfolgreiche Fortführung der Kooperationen und Partnerschaften
- Eine quantitative Erhebung konnte aufgrund der zahlreichen Kooperationen und Partnerschaften nicht erfolgen.

#### 5.4.5 Ausblick

Ein ehrlicher und offener Umgang mit den Anspruchsgruppen ist für die Lauffener Weingärtner eG elementar um Transparenz, Akzeptanz und Vertrauen zu schaffen. In einer Genossenschaft ist dieses Schwerpunktthema die Basis für ein gutes Miteinander und eine Zusammenarbeit. In den definierten Qualitätszielen sind bereits mehrere Ziele und Maßnahmen, die Anspruchsgruppen betreffen, beschrieben. Daher möchte das Unternehmen zukünftig an diesem Thema zwar weiter festhalten, sich allerdings auf den neuen verpflichtenden Leitsatz 1 - Klimaschutz fokussieren.

### 5.5 Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

#### 5.5.1 Zielsetzung

Nachhaltiges Wirtschaften wird als Grundlage für den Erfolg und die Existenz des Unternehmens gesehen. Aus diesem Grund sieht die Lauffener Weingärtner eG in diesem Leitsatz großes Potential.

Das Unternehmen strebt an, seine eigenen Nachhaltigkeitsleistungen sichtbar zu machen. Aus diesem Grund will sie zum einen mithilfe eines externen und unabhängigen Beraters eine betriebliche Nachhaltigkeitszertifizierung durchführen, zum anderen auch einen regelmäßigen Bericht veröffentlichen. Durch eine ganzheitliche Betrachtung der Produktionsprozesse sollen Möglichkeiten der Ressourceneinsparung analysiert werden. Essenziell ist dem Unternehmen Glaubwürdigkeit und Transparenz über seine nachhaltigen Aktivitäten.

Als fokussiertes Ziel zählt zudem auch die regelmäßige Pflege eines guten Austauschs durch verschiedene Dialogformen und die Fortführung von bestehenden Kooperationen und Partnerschaften um einerseits die Transparenz zu erhöhen aber auch um die Material- und Rohstoffeffizienz in der Produktion zu steigern.

### 5.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Förderung bzw. Ausweitung der Piwi-Pflanzungen
- Re-Auditierung Nachhaltigkeit
- Honorierung von Vorschlägen und deren Umsetzung für einen möglichen, sparsameren Umgang mit Ressourcen innerhalb Unternehmensabteilungen
- Füllung weiterer Weine in 0,75-Liter-Mehrwegflasche
- Durchführung Beratungsgespräche hinsichtlich Energieaudits in 2024

### 5.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die Auswirkungen globaler Megatrends wie technologische Innovation, demografischer Wandel, wirtschaftliche Unsicherheiten und die grüne Transformation bekommt auch der Weinbau zu spüren. Momentan ist daher auf dem deutschen Weinmarkt die Situation angespannt: 2024 sank der Weinabsatz erneut - der Marktanteil inländischer Weine ging auf 42 % zurück! Steigende Produktions- und Energiekosten können kaum über höhere Preise ausgeglichen werden. Schließlich treffen auch Personalmangel und Nachwuchssorgen viele Weinproduzierende.

Diese Entwicklungen stellen auch das Unternehmen vor große Herausforderungen und erzeugen ein Spannungsfeld zwischen notwendiger Transformation und wirtschaftlicher Belastbarkeit. Dennoch wurden 2024 die formulierten Ziele der Lauffener Weingärtner eG durch oben genannte Maßnahmen größtenteils erreicht. Die quantitativen Ergebnisse sind unter dem Punkt 5.5.4. Indikatoren beschrieben.

### 5.5.4 Indikatoren

#### Indikator 1: Förderung bzw. Ausweitung der Piwi-Pflanzungen

- Der Anteil der mit pilzwiderstandsfähigen Rebsorten (PIWIs) bepflanzten Weinberge ist von 2023 auf 2024 um 40% gestiegen.

- Zielsetzung ist, vor allem in „kritischen Lagen“ und anspruchsvollen Lagen den Anteil an Piwis bzw. Neuen Rebsorten (aus südeuropäischen, bzw. Überseeländern) zu erhöhen, um den geänderten klimatischen Bedingungen gewappnet zu sein.



Abbildung 4: Lauffener Terrassenlagen

- Planung sortenreine Piwis auf die Flasche zu bringen und ggf. ist auch ein alkohol- freier Wein angedacht.

#### Indikator 2: Re-Auditierung Nachhaltigkeit

- Re-Auditierung Nachhaltigkeit mit Nachhaltigkeitszertifizierung in 2024 erfolgreich
- Aktuelles Zertifikat auf der Firmenwebsite veröffentlicht



Abbildung 5: Aktuelles Nachhaltigkeitssiegel

#### Indikator 3: Honorierung von Vorschlägen und deren Umsetzung für einen möglichen, sparsameren Umgang mit Ressourcen innerhalb Unternehmensabteilungen

- Aufruf an Mitarbeitende Vorschläge abzugeben (z.B. per Mail, anonym durch "Ideen- box", offene Gesprächsrunden, etc.)

- Informationsveranstaltungen für Mitarbeitende und Mitglieder

**Indikator 4:** Füllung weiterer Weine in 0,75-Liter-Mehrwegflasche

- Ein Rotwein wurde 2024 in die Mehrwegflaschen abgefüllt



Abbildung 6: Lauffener Samtrot in der 0,75-Liter-Mehrweg-Flasche

- Gegenwärtig gibt es im Direktverkauf zwar die Bereitschaft für Mehrweg mehr zu zahlen, dennoch hält sich derzeit der Fachhandel noch zurück das Mehrweg-System ins Sortiment aufzunehmen. Derzeit gibt es ein Projekt vom Weincampus Neustadt u.a. mit Globus und Edeka Südwest, bei dem die Machbarkeit und Akzeptanz von Mehrwegsystemen in der Weinbranche u.a. untersucht wird

**Indikator 5:** Durchführung Beratungsgespräche hinsichtlich Energieaudits in 2024

- KEFF+ Check durch die regionale Kompetenzstelle Ressourceneffizienz Heilbronn-Franken

### 5.5.5 Ausblick

Das Festhalten an diesem Schwerpunktthema "Ressourcen und Kreislaufwirtschaft" bleibt trotz - oder gerade wegen - den schwierigen Bedingungen auf dem Weinmarkt bestehen. Ein durchdachtes Ressourcenmanagement bietet den Lauffener Weingärtnern viele Stellschrauben um unnötige Energie einzusparen und um vermeidbare Kosten, die im täglichen Betrieb entstehen, ein Ende zu setzen. Materielle und finanzielle Ressourcen aber

auch menschliche Kompetenzen werden für den Unternehmenserfolg als relevant gesehen.

Unter anderem wird weiterhin der Fokus auf die Steigerung der Material- und Rohstoffeffizienz in der Produktion gesetzt. Aber auch auf Ressourcenschonung im Büroalltag und auf Prozesse auf Management-Ebene soll im kommenden Jahr geachtet werden.

Für das kommende Jahr 2025 sind daher folgende Aktivitäten geplant:

- Verstärkter An- und Ausbau von pilzresistenten Rebsorten (Piwis)
- Aufklärung betreiben, sodass die Verbraucher und Erzeuger über Piwi-Vorteile informiert sind
- Honorierung von Vorschlägen und deren Umsetzung für einen möglichen, sparsameren Umgang mit Ressourcen innerhalb Unternehmensabteilungen
- In Abhängigkeit von der Nachfrage (v.a. beim Zwischenhandel/LEH) werden weiter 1,0 und 0,75-Liter Flaschen gefüllt
- Durchführung Beratungsgespräche hinsichtlich Energieaudits in 2025

## 5.6 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

### 5.6.1 Zielsetzung

Entsprechend dem Zielkonzept, hat sich die Lauffener Weingärtner eG das Ziel gesetzt, Bewusstsein zu schaffen und Verantwortung zu übernehmen, indem eine Nachhaltigkeitsstrategie geschaffen und eine nachhaltige Unternehmensentwicklung verfolgt werden soll. Die Verknüpfung von Tradition und Innovation ist unerlässlich und es wird auf das Wissen von mehreren Winzergenerationen, handwerklichem Können sowie auf Innovationskraft insbesondere im Bereich Marketing und Bildung gebaut.

Grundsätzlich sollen in unsere Unternehmensstrategie zusätzliche Nachhaltigkeitsaspekte integriert und in umwelt- und ressourcenschonende Projekte und Modernisierungen investiert werden. Auch das Ziel einer nachhaltigen Personalpolitik, welche Diversität und Wohlbefinden der Arbeitnehmer sowie faire Arbeitsbedingungen beachtet, soll verfolgt werden. Hierbei liegt uns die Einbindung der Mitarbeitenden, die Mitarbeiterzufriedenheit sowie die regionale Wirtschaft und der regionale Arbeitsmarkt am Herzen. Die Kooperation mit Bildungseinrichtungen und das Angebot an Praktikums- und Ausbildungsplätzen für kaufmännische und auch Handwerksberufe werden angestrebt und beworben.

### 5.6.2 Ergriffene Maßnahmen

- Nachhaltigkeitsaspekte in unsere Unternehmensstrategie integrieren und in umwelt- und ressourcenschonende Projekte und Modernisierungen investieren
- Bewerbung von Ausbildungsmöglichkeiten und Stärkung der regionalen Wirtschaft und des regionalen Arbeitsmarktes

- Einbindung der Mitarbeitenden und Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Anbieten von Weiterbildungsmaßnahmen

Unser Markenkonzept dient als Vehikel und das Unternehmen ist stolz auf seine Marken wie Lesestoff® und Whyne®. Des Weiteren spielt nachhaltige Personalpolitik eine zentrale Rolle. Auf die Diversität kommt es der Lauffener Weingärtner eG an. Sie profitiert vom Wissen ihrer jungen und älteren Mitarbeitenden (derzeit sind diese zwischen 19 und 69 Jahren alt). Um die Attraktivität als Arbeitgeber und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden zu bewahren, wird unter anderem auf Wohlbefinden und faire Arbeitsbedingungen geachtet. Wir kooperieren mit Bildungseinrichtungen und bieten zudem Praktikums- und Ausbildungsplätze für kaufmännische und auch Handwerksberufe an.

### 5.6.3 Indikatoren

**Indikator 1:** Jährliche Investitionen in umwelt- und ressourcenschonende Projekte und Modernisierungen

- Modernisierung der Lauffener Marke und Ausstattung sowie Anpassung an neues Bezeichnungsrecht
- Umgestaltung von Logo und Etiketten
- Mind. 50% der Füllungen mit neuer Ausstattung

**Indikator 2:** Bewerbung von Ausbildungsmöglichkeiten und Stärkung der regionalen Wirtschaft und des regionalen Arbeitsmarktes

- Im vergangenen Jahr haben wir Praktikums- und Ausbildungsplätze angeboten, dabei wurden 4 Praktikanten und 1 Auszubildende betreut

**Indikator 3:** Einbindung der Mitarbeitenden und Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit

- Aufruf an Mitarbeitende Vorschläge abzugeben (z.B. per Mail, anonym durch "Ideenbox", offene Gesprächsrunden, etc.)
- Informationsveranstaltungen für Mitarbeitende
- Mitarbeitergespräche
- offene gelebte Unternehmenskultur

**Indikator 4:** Erhaltung des jährlichen Angebots an Weiterbildungsmaßnahmen

- Weiterbildungswünsche wurden individuell ausgearbeitet und verschiedene Fortbildungswünsche wurden realisiert z.B. Online-Kurse für die Büro-Abteilungen und Messebesuche für die Technik-Abteilungen
- Teilnahme an (digitalen) Fachkongressen und Informationsveranstaltungen mit direktem Bezug zur fachlichen Aufgabe

#### **5.6.4 Ausblick**

Auch an dem Schwerpunktthema „Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze“ werden wir in Zukunft weiter festhalten. Das Schaffen von Bewusstsein und das Übernehmen von Verantwortung verstehen wir als permanenten Entwicklungsprozess. Bildung und Weiterbildung sollen Qualifikationslücken schließen und den langfristigen Unternehmenserfolg sichern. Zur Steigerung der Attraktivität als Arbeitsgeber wird die nachhaltige Personalpolitik ebenfalls fortgesetzt.

Für das kommende Jahr sind daher folgende Aktivitäten geplant:

- Prozessplanung und Qualitätsmanagement
- Anbieten von Praktikums- und Ausbildungsplätzen
- Attraktivität als Arbeitsgeber steigern
- Maßnahmen zur Einbindung der Mitarbeitenden
- Kundenorientierung
- Marketingmaßnahmen

## 6. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wissen rund um Klimarissen im Weinbau ausbauen</li> <li>▪ Verbesserung der Resilienz gegenüber Extremwetterereignissen am eigenen Standort</li> <li>▪ Wassereffizienz und -management verbessern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Bereich Klimaanpassung im Weinbau fördern</li> <li>▪ Förderung bzw. Ausweitung der Piwi-Pflanzungen bzw. neuen Rebsorten (aus südeuropäischen bzw. Überseeländern)</li> <li>▪ Förderung von Innovationen</li> <li>▪ Analyse von möglichen Verbesserungsmaßnahmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Steigerung der mit Piwis bepflanzten Weinberge</li> <li>▪ Frühzeitige Anpassung für neue Märkte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weitere Förderung bzw. Ausweitung der Piwi-Pflanzungen</li> </ul>
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Biologische Vielfalt auf dem Firmengelände ermöglichen</li> <li>▪ Projekte zur Biodiversität fördern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erhaltung und Pflege der Kulturlandschaft</li> <li>▪ Bodenuntersuchungen</li> <li>▪ Pflanzenschutz- und Düngberatung für Mitglieder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ WG-Garten naturnah gestaltet</li> <li>▪ Begrünte Rebгassen</li> <li>▪ Regelmäßige Informationsaustausch und Beratung der Mitglieder über den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und Düngung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weitere Förderung von Blühstreifen und Begrünung</li> <li>▪ Weitere Förderung einer extensiven Bewirtschaftung</li> <li>▪ Analyse der Durchführbarkeit, ob Dachbegrünung der Betriebsstandorte möglich ist</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Produktionsprozesse optimieren</li> <li>▪ Mit Kundenschaft in Dialog treten</li> <li>▪ Kreislauffähigkeit herstellen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Optimierung der Nachhaltigkeit unserer Produkte und Dienstleistungen</li> <li>▪ Nachhaltigere Gestaltung von Abläufen inner- und außerhalb des Unternehmens</li> <li>▪ Einsatz von Mehrwegsystem (1-Liter und 0,75-Liter Flaschen)</li> <li>▪ Nachhaltigkeitszertifizierung mit Prüfsiegel</li> <li>▪ Förderung von Recycling und umweltfreundliche Entsorgung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geschenkkörbe im Direktverkauf ohne Folienverpackung</li> <li>▪ Gemeinsamer Einkauf (Bündelung bei der Beschaffung)</li> <li>▪ Rücknahme leerer (Pfand-)Flaschen</li> <li>▪ Nachhaltigkeitszertifikat- und -siegel</li> <li>▪ Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Striktere Müllvermeidung und -trennung</li> <li>▪ Re-Audit zur Nachhaltigkeitszertifizierung</li> </ul>
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Partnerschaften entwickeln</li> <li>▪ Herausforderungen aktiv begegnen</li> <li>▪ Von Erfahrungen und Wissen anderer profitieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Regelmäßige Mitarbeiter- und Feedbackgespräche</li> <li>▪ Weiterbildungsangebote</li> <li>▪ Impulse und Beschwerden seitens Kundenschaft werden systematisch bearbeitet</li> <li>▪ Austausch mit gleichgesinnten Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Führungskreis trifft sich 1x wöchentlich zum Informationsaustausch, Mitarbeitergespräche, Teamleiterbesprechungen und Technikgespräche wurden mind. alle 3 Monate geführt</li> <li>▪ Weiterbildungswünsche sowie Arbeitszeitmodelle, um Fa-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Regelmäßige Durchführung der Mitarbeiter- und Feedbackgespräche</li> <li>▪ Investitionen in die Entwicklung der Führungskräfte und weiteren Mitarbeitern</li> <li>▪ Weiterhin freiwillige Ausrichtung an der Tarifempfehlung der Weinwirtschaft</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Möglichkeiten und Anreize schaffen für Mitarbeitende, sich aktiv bei der Verbesserung der sozialen Rahmenbedingungen innerhalb der Lieferketten einzubringen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>milie und Beruf zu vereinbaren, wurden realisiert</li> <li>Regelmäßige Treffen/Telefonate/Videokonferenzen mit anderen Weinproduzenten</li> <li>"Ideenbox" für Mitarbeiter/innen für Verbesserungsvorschläge</li> </ul>	
Leitsatz 07 – Mitarbeiterrechte und -wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitarbeiterzufriedenheit</li> <li>Mitarbeiterwohlbefinden</li> <li>Stetige Verbesserung der Arbeitsbedingungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soziale und gesundheitliche Verantwortung für Mitarbeiter übernehmen</li> <li>Offene Kommunikationsstrukturen schaffen</li> <li>Förderung der Mitarbeiterzufriedenheit und -wohlbefinden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Freiwillige und kostenlose Gesundheitsschecks durch den Betriebsarzt</li> <li>Freiwillige und kostenlose Grippeschutz- und Auslandsimpfung</li> <li>Ersthelferausbildungen und jährliche Sicherheitsunterweisungen</li> <li>Kostenlose Bereitstellung von Arbeits-/Sicherheitsbekleidung</li> <li>Durchführung von gemeinschaftlichen Aktivitäten wie Sommerfest, Helferfest, Herbstabschlussfeier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unser betriebliches Gesundheitsmanagement soll den Mitarbeitenden weiterhin eine Unterstützung im Bereich Gesundheit und Weiterentwicklung bieten und Mitarbeiterwohlbehalten fördern</li> <li>Mitarbeiterwünsche im Hinblick auf Weiterbildung realisieren und regelmäßige Weiterbildungsangebote anbieten</li> <li>Feedback-Kultur und offene Kommunikationsstrukturen aufrechterhalten</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
			<ul style="list-style-type: none"> <li>und Weihnachtsfeier</li> <li>Diverse familienfreundliche Arbeitszeitmodelle und Möglichkeiten für Home-Office</li> <li>Angebot einer betrieblichen Altersvorsorge</li> <li>Kostenlose Bereitstellung von alkoholfreien Getränken (Heiß- und Kaltgetränke)</li> <li>Rückmeldemöglichkeiten z.B. durch Mitarbeitergespräche, anonyme „Kummerkästen“, Gruppenmeetings</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ten, regelmäßige Mitarbeitergespräche</li> <li>Geplant sind wieder gemeinsame Aktivitäten u.a. auch ein Mitarbeiter Ausflug</li> </ul>
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regionale Wertschöpfung steigern</li> <li>Arbeitsgeber für die Region sein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attraktivität der Region</li> <li>Mitwirkung und Förderung von Kultur, Freizeit und Sport</li> <li>Förderung der Beschäftigung und Bildung</li> <li>Zusammenarbeit mit regionalen Akteuren aus Politik, Industrie, Forschung und Kirche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diverse Angebote an Weinveranstaltungen wie z.B. regionale Weinfeste, geführte Weinproben, Ausschänke</li> <li>Regionale Arbeitsplätze in der Genossenschaft und deren Mitgliedern, sowie der Arbeitsplätze der Zulieferer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weiterer Beitrag zur wirtschaftlichen Stärkung der Region</li> <li>Stärkung der regionalen Wirtschaft</li> <li>Förderung der Lebensqualität in der Region</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Offentlichkeitsarbeit (u.a. Social Media)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gewerbesteuer als Faktor für die strukturelle Entwicklung der Region</li> <li>▪ Produktion ausschließlich in der Region</li> <li>▪ Kurze und transparente Transportwege unserer Trauben (Umkreis von ca. 30 km)</li> </ul>	
Leitsatz 11 – Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Über Finanzentscheidungen informieren und Mitarbeitende einbeziehen</li> <li>▪ Bericht erstatten und Glaubwürdigkeit schaffen</li> <li>▪ Mitglieder- und Kundenbindung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Offenlegung der Partnerschaften</li> <li>▪ Mindestens 1x jährlich werden die Geschäftsentwicklungen des vergangenen Jahres durch die Geschäftsleitung den Mitgliedern der Genossenschaft sowie den Mitarbeitenden transparent dargestellt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Regeln für Finanzentscheidungen sind transparent und schriftlich festgelegt</li> <li>▪ Darlegung der Unternehmensbilanz auf Vollversammlung</li> <li>▪ Honorierung langjähriger Mitgliedschaft in der Genossenschaft</li> <li>▪ Veröffentlichung des KlimaWin-Berichtes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erhaltung der langfristigen und vertrauensvollen Partnerschaften</li> <li>▪ Weitere Einbindung der Mitglieder und Mitarbeiter</li> </ul>
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nachhaltigkeit leben und darüber kommunizieren</li> <li>▪ Einbindung von Mitarbeitenden</li> <li>▪ Ressourcenschonendes Arbeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Förderung von freiwilligem Engagement</li> <li>▪ Anreize für nachhaltigem Handeln schaffen</li> <li>▪ Internes Vorschlagswesen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Freiwilliges Engagement ermöglicht und gefördert</li> <li>▪ Einholung und Umsetzung von Vorschlägen zu nachhaltigerem Handeln für</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erstellung eines Bonus-systems</li> <li>▪ Information und Schulungen der Mitarbeiter für nachhaltigen Verhalten</li> </ul>

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilnahme an KlimaWin BW und Kommunikation</li> <li>▪ Einführung eines Vorschlagewesens für Nachhaltigkeit im Unternehmen</li> </ul>	<p>den alltäglichen Geschäftsbetrieb in allen Abteilungen des Unternehmens</p>	

## 7. Unser Klimawin BW-Projekt

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

### 7.1 Das Projekt

Als Lebensmittelhersteller trägt die Lauffener Weingärtner eG auch Verantwortung im Umgang mit Lebensmitteln. Neben "Wine in Moderation" - einer gemeinsamen Initiative für den verantwortungsvollen moderaten Umgang mit Wein und Sekt - soll auch mit der Unterstützung von FreeFood e.V. aktiv Bewusstsein für Lebensmittel geschaffen werden.

Um Lebensmittel vor der Tonne zu bewahren und somit auch Ressourcen zu schonen, nimmt FreeFood e.V. Lebensmittel mit überschrittenem Mindesthaltbarkeitsdatum entgegen und verteilt diese an alle fair.



Abbildung 7: Logo des FreeFood e.V.

### 7.2 Art und Umfang der Unterstützung

Die Lauffener Weingärtner eG unterstützt FreeFood e.V. unter anderem durch die Bereitstellung einer Lagereinrichtung, die Nutzung des Firmenfahrzeugs für den Transport der Lebensmittel sowie durch personelle Unterstützung.

### 7.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die folgenden Fotos zeigen, dass durch die Bereitstellung des "LWG-Sprinters" bei der Organisation einiger Transporte und auch bei der Lagerlogistik geholfen werden konnte. Gerne möchte die Lauffener Weingärtnergenossenschaft auch im nächsten Jahr an diesem Klimawin BW-Projekt festhalten und den Verein weiter unterstützen.



Abbildung 8: Transport der Lebensmittel für Freefood e.V. mithilfe des Fahrzeugs der Lauffener Weingärtner eG



# LAUFFENER

## WEINGÄRTNER



**Nachhaltig handeln**  
in Unternehmen  
Klimawin BW

# Impressum

## Herausgeber

Lauffener Weingärtner eG

Im Brühl 48

74348 Lauffen

Telefon: +49 7133 / 185-0

E-Mail: [service@lauffener-wein.de](mailto:service@lauffener-wein.de)

Internet: [www.lauffener-wein.de](http://www.lauffener-wein.de)

## Ansprechperson / Ansprechpartnerin

Marian Kopp

Geschäftsführender Vorstand

Antonia Röder

Qualitätsmanagerin / Nachhaltigkeitsbeauftragte

Telefon: +49 7133 / 185-12

E-Mail: [kopp@lauffener-wein.de](mailto:kopp@lauffener-wein.de)

Telefon: +49 7133 / 185-261

E-Mail: [roeder@lauffener-wein.de](mailto:roeder@lauffener-wein.de)

**Stand 19.09.2025**