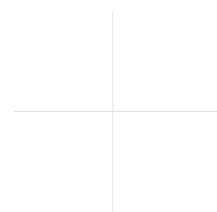


# Klimawin BW Bericht

Berichtsjahr **2024**



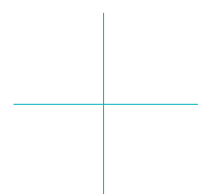
# INHALT

ÜBER UNS	02
Klimawin BW	05
CHECKLISTE:	
UNSER UNTER KLIMASCHUTZ- UND NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT	07
SCHWERPUNKTTHEMEN	10
Unsere gewählten Schwerpunktthemen	11
LEITSATZ 01 – KLIMASCHUTZ	12
TREIBHAUSGASBILANZ	14
LEITSATZ 07 – MITARBEITENDENRECHTE UND -WOHLBEFINDEN	17
LEITSATZ 09 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE	19
Weitere Aktivitäten	21
UNSER Klimawin-PROJEKT	23





01



ÜBER UNS

THE HOME OF *DRIVE*

---

## THE HOME OF DRIVE EINE STARKE ZUKUNFT FÜR ALLE – WIR GEBEN GERNE MEHR ALS SIE ERWARTEN.

Im Jahr 2001 gründeten Hugo und Sven Bäuerle das erfolgreiche Familienunternehmen W+A Wälzlager- und Antriebstechnik GmbH. Mittlerweile wird das Unternehmen in der 2. Generation durch Anika und Sven Bäuerle weitergeführt und beschäftigt über 30 Mitarbeiter. Unsere Firma in Langenargen am Bodensee zählt zu den führenden Großhändlern für Wälzlager und Antriebstechnik, Lineartechnik, Dichtungstechnik, Schmier- und Klebstofftechnik sowie Zubehör.

**Am Bodensee daheim. In der Welt zu Hause.**

Wir setzen auf Schnelligkeit und Qualität. Und gerade, weil unsere Produkte viel bewegen, besinnen wir uns auf das, was unsere Kunden weiterbringt. Wir führen Warengruppen der unterschiedlichsten Hersteller. Aufgrund eines ausgewählten Netzwerkes an Qualitätspartnern können wir innerhalb kürzester Zeit das optimale Produkt liefern, das Markenprodukt oder eine Alternative.

### WAS UNS WICHTIG IST

**Respekt** - WIR begegnen uns auf Augenhöhe und kommunizieren direkt. Zuständigkeiten und Absprachen halten wir ein und geben uns Feedback. KLAR. WERTSCHÄTZEND. EHRlich.

**Freude** - WIR haben Spaß am TUN, für UNS, für unser TEAM, für unsere PARTNER. Gemeinsam feiern wir unsere Erfolge. ZUFRIEDEN. GLÜCKlich. LÄCHELND.

**Verlässlichkeit** - WIR halten uns an Vereinbarungen. Ein vertrauensvolles Miteinander ist uns wichtig. Wir stehen für einander ein und unterstützen gegenseitig. STRUKTURIERT. FOKUSSIERT. LÖSUNGSORIENTIERT.

**Innovation** - WIR gehen einen Schritt weiter. Neugierig und aufgeschlossen erkennen wir Potentiale für eine erfolgreiche Zukunft. MOTIVIERT. REFLEKTIERT. NACHHALTIG.

**Mut** - WIR sehen Herausforderungen als Chance, nehmen diese an und stellen uns unserer Verantwortung für unser TEAM und unsere Partner. WERTFREI. SELBSTBEWUSST. UNVOREINGENOMMEN.



## Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region



Klimawin BW

02



## Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

### 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 Klimawandel-folgenanpassung.“

#### 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.“

### 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.“

### 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.“

### 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)

# CHECKLISTE: UNSER KLIMASCHUTZ- UND NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT



03



## KLIMASCHUTZ- UND NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT IM UNTERNEHMEN

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 01.06.2023

	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	■	■	■
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 04 – Biodiversität	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	■	■	■
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	■	■	■
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11 – Transparenz	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	■	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## KLIMASCHUTZ- UND NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT VOR ORT

**Unterstütztes Klimawin BW-Projekt:** Langenargener Festspiele, Langenargen

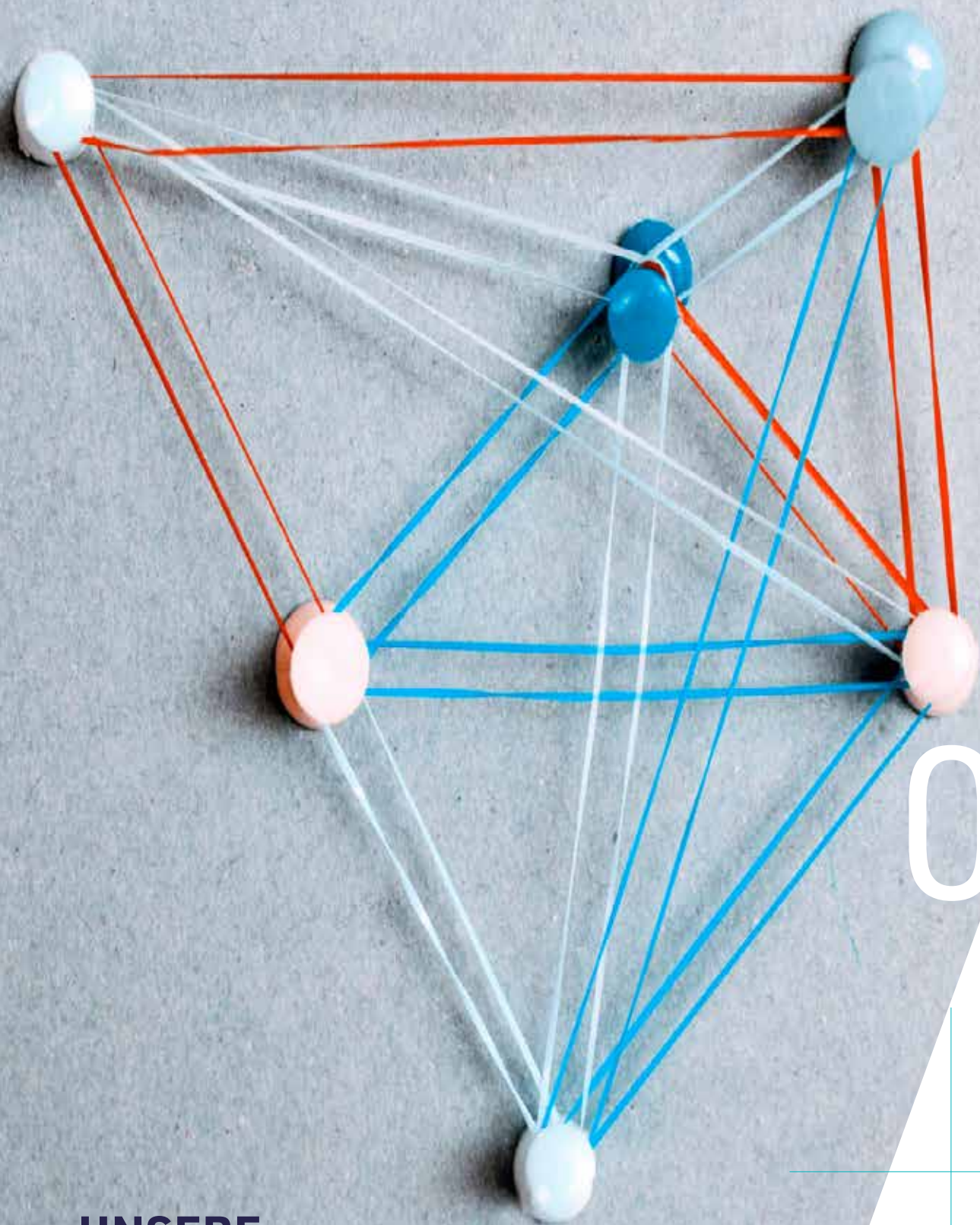
Schwerpunktbereich:

- ☐ ökologische Nachhaltigkeit
- ☒ soziale Nachhaltigkeit

**Art der Förderung:**

- ☒ Finanziell
- ☐ Materiell
- ☐ Personell





04

**UNSERE  
SCHWERPUNKTTHEMEN**



## UNSERE SCHWERPUNKTHEMEN

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden

**Leitsätze der Klimawin BW:**

### 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 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze**  
„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“
- **Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden**  
„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

#### UNSERE MISSION

Wir glauben an langfristige Beziehungen und den Wert von Gemeinschaft, Verlässlichkeit und Begeisterung. Als Familienunternehmen, sehen wir sowohl unsere Mitarbeiter als auch unsere Lieferanten, Partner und Kunden als Teil unseres Teams. Das gibt uns die Motivation den entscheidenden Meter mehr zu gehen. Schnelle und individuelle Lösungen sehen wir als Chance zur Entwicklung für alle.

#### UNSERE VISION

THE HOME OF DRIVE – Eine Starke ZUKUNFT für alle – WIR geben gerne mehr als sie erwarten.

Wir als Familienunternehmen sehen uns in der Verantwortung soziale, menschenrechtliche Aspekte zu wahren. Das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter und die Sicherung von Arbeitsplätzen sind deshalb unsere Schwerpunktthemen. Im Zuge des fortschreitenden Klimawandels stellen wir uns der Herausforderung Ressourcen zu schonen. Die Steigerung von Energieeffizienz sowie die Reduzierung von Treibhausgasen sind Herausforderungen, denen wir uns stellen.







## LEITSATZ 01 – KLIMASCHUTZ

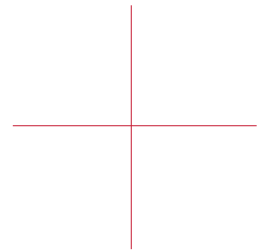
„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

### WO WIR STEHEN

Das Thema Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ist fest in unserer Firmenhistorie verankert. Schon frühzeitig haben wir auf das papierlose Büro umgestellt. Bereits mit der Planung und dem Bau unseres Firmensitzes im Jahr 2011/12 haben wir unser Gebäude auf die Anforderungen an Energieeffizienz und Klimaneutralität optimiert. Mit dem fortschreitenden Mangel an Energieressourcen werden wir weitere Maßnahmen einleiten, um unser Unternehmen klimaneutral mit Wärme und Strom zu versorgen. Unser Ziel ist es Nachhaltigkeit als integrativen Bestandteil unserer Unternehmenskultur zu verankern. Alle Abteilungen sollen für das Thema sensibilisiert werden.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Nutzung von Abwärme zur Warmwassererzeugung und Beheizung von Räumen
- Installation von Wärmepumpen zum Kühlen und Heizen des Gebäudes
- Nutzung einer eigenen Solaranlage zur Stromerzeugung
- Sukzessiver Umstieg auf LED-Technik
- Jobrad-Leasing
- Reduzierung von Geschäftsreisen durch Nutzung digitaler Kommunikationskanäle
- Recycling von Verpackungsmaterialien
- Fördern von Sammelsendungen für den Warenversand um Pakete zu minimieren
- Papierloses Büro



## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir konnten unseren Gasverbrauch durch die Neuinstallation von Wärmepumpen 2024 signifikant senken. Im Sommer sorgen diese umgekehrt für Kühlung des Gebäudes. Aktuell nutzen wir zum Betrieb der Wärmepumpen einen Strommix aus eigener Erzeugung und zugekauftem Strom. Durch die Installation zusätzlicher Solarpanels zur Eigenstromerzeugung möchten wir den Betrieb der Pumpen aus eigener grüner Energie sicherstellen.

Wir bieten unseren Mitarbeitern die Möglichkeit Fahrräder zu leasen, um damit zur Arbeit zu fahren. Hierdurch wird der PKW als Verkehrsmittel in den Frühjahrs und Herbstmonaten ersetzt. Um 3.510 kg CO<sub>2</sub> senken wir dadurch jährlich unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß.

Wir werden den Papiereinsatz für Kundendokumente weiter reduzieren und durch digitale Lösungen ersetzen.

Das Lichtkonzept soll komplett auf LED umgestellt werden.

Unser Verpackungsmaterial wird gesammelt und der Wiederverwertung zugeführt. Unsere Recyclingquote bei Kartonagen liegt bei 100%. Diesen Wert möchten wir beibehalten. Bei der Auswahl unserer Verpackungsmaterialien werden wir zukünftig verstärkter auf Nachhaltigkeit achten.

Mitarbeitern wird die Möglichkeit gegeben ein Fahrrad zu leasen, so dass Sie klimafreundlich zur Arbeit kommen können. Geschäftsmeetings werden, wenn möglich, online durchgeführt.

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Scopes Gesamtemission -> Vgl. 2023 zu 2024:  
**23.164,58kg CO<sub>2</sub>e zu 16.901,70kg CO<sub>2</sub>e**

**Indikator 2:** Jobrad Leasing - **Um 3.510 kg CO<sub>2</sub>** senken wir dadurch jährlich unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß. 280 Bäume müssten gepflanzt werden, um dieselbe Menge CO<sub>2</sub> zu binden.



## TREIBHAUSGASBILANZ

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

Erfassungsbereiche	Ausgangsbilanz 2023	Aktuelles Geschäftsjahr 2024	Veränderung gegenüber Referenzjahr	Zielsetzung und Erreichung		
	THG Emissionen in kg CO <sub>2</sub> e	THG Emissionen in kg CO <sub>2</sub> e	+/- in kg CO <sub>2</sub> e	Zieljahr: 2025	Reduktionsziel in kg CO <sub>2</sub> e oder %	Zielerreichung in %
Direkte THG-Emissionen Scope 1	<b>9.637,95</b>	<b>263,71</b>	<b>-97,26 %</b>		<b>-5%</b>	-
Indirekte THG-Emissionen Scope 2	<b>13.526,63</b>	<b>16.637,99</b>	<b>+23 %</b>		<b>-10%</b>	-

### Überblick

Im Jahr 2024 konnte W+A den CO<sub>2</sub>e-Ausstoß im Vergleich zum Vorjahr deutlich reduzieren:

Jahr	Gesamtemissionen (kg CO <sub>2</sub> e)
2023	23.164,58
2024	16.901,70
Reduktion	<b>-6.262,88 kg CO<sub>2</sub>e (ca. -27%)</b>

Diese Reduktion ist auf verschiedene gezielte Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz, Elektrifizierung und Verhaltensänderungen zurückzuführen.

### Scope 1, 2 – Einordnung der Emissionsquellen

Scope	Beschreibung Entwicklung 2024
Scope 1	Direkte Emissionen aus Gasverbrauch, Fuhrpark, Heizsystemen -> Signifikant gesenkt durch Wärmepumpen
Scope 2	Eingekaufter Strom (indirekt), z. B. für Heizung, Licht Durch LED und PV zunehmend emissionsarm

## ZIELERREICHUNG

Für 2024 hatten wir uns vorgenommen, unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck spürbar zu senken, insbesondere durch Maßnahmen in den Bereichen Energieverbrauch, Mobilität und Materialeinsatz. Das Ziel war eine Reduktion um mindestens 20 %.

Dieses Ziel wurde mit einer Reduktion von über 27 % deutlich übertroffen. Die konsequente Verfolgung klimarelevanter Stellschrauben zeigt, dass Nachhaltigkeit im Unternehmen nicht nur als Absicht, sondern als Handlungsprinzip verankert ist.

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN UND ENTWICKLUNGEN

Bereich	Maßnahme / Entwicklung
Wärme & Kühlung	Installation energieeffizienter Wärmepumpen; Reduktion des Gasverbrauchs
Strommix	Nutzung eines Mischbezugs aus Netzstrom und Eigenerzeugung durch PV
Photovoltaik	Erweiterung der Solarpanels zur vollständigen Versorgung der Wärmepumpen
Beleuchtung	Umstellung des Lichtkonzepts auf LED-Technologie
Mobilität Mitarbeiter	Einführung von Fahrradleasing, Einsparung von 3.510 kg CO <sub>2</sub> e jährlich
Verpackung & Abfall	100 % Recyclingquote bei Kartonagen, nachhaltigere Verpackungswahl geplant
Digitalisierung	Reduktion des Papiereinsatzes durch digitale Kundendokumente
Reiseverhalten	Förderung von Online-Meetings zur Vermeidung von Dienstreisen

**Diese Maßnahmen zeigen, dass ökologische Nachhaltigkeit mit betrieblicher Effizienz verknüpft werden kann – ein Ansatz, der dauerhaft Wirkung zeigt.**

## AUSBLICK

Für die kommenden Jahre planen wir folgende Schritte zur weiteren Reduktion der THG-Emissionen:

### **Volle Eigenstromversorgung der Wärmepumpen durch zusätzliche PV-Anlagen**

Ziel: vollständige Versorgung ohne Netzstrom

### **Abschluss der LED-Umstellung im gesamten Unternehmen**

Ziel: Senkung des Stromverbrauchs um weitere 10–15 %

### **Konsequente Digitalisierung aller kundenbezogenen Papierprozesse**

Ziel: >80 % papierlose Kommunikation mit Kunden

### **Verankerung von Nachhaltigkeitszielen im Einkauf**

Ziel: alle Verpackungsmaterialien bis 2027 auf ökologische Alternativen umzustellen

### **Einführung eines jährlichen THG-Controllings**

Ziel: transparente Messung und kontinuierliche Verbesserung aller Umweltkennzahlen

## **Fazit**

Die THG-Bilanz 2024 belegt eindrucksvoll, wie Klimaschutz in einem mittelständischen Großhandelsunternehmen realisiert werden kann – pragmatisch, kosteneffizient und mit langfristigem Impact.

Wir haben den Wandel nicht nur eingeleitet, sondern verbindlich verankert – als zukunftsweisendes Signal an Kunden, Mitarbeitende und Geschäftspartner.



## LEITSATZ 07 – MITARBEITENDENRECHTE UND -WOHLBEFINDEN

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

### WO WIR STEHEN

Als Familienunternehmen wissen wir, wie wichtig die Zufriedenheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter für den Erfolg des Unternehmens sind. Ziel ist es im Rahmen unserer gemeinschaftlich erarbeiteten Werte eine positive Unternehmenskultur zu schaffen. Unsere Unternehmenswerte sind unsere Leitplanken (s. S. 04). Da jedes Team einem sich ständig verändernden sozialen Gefüge untersteht, sehen wir unsere Aufgabe und die Aufgabe jedes Einzelnen darin diese Veränderung positiv anzunehmen.

Wir sehen den Wandel in der Arbeitswelt und nehmen diese Aufgabe an.

Wir schaffen ein Arbeitsumfeld, was im Sinne eines Familienunternehmens, Beruf und Familie integriert. Wir bieten unseren Mitarbeitern Freiraum, um sich weiterzubilden.

### Ergriffene Maßnahmen

- Mitarbeitergespräche
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie - flexible Arbeitszeiten und Möglichkeit für Homeoffice
- Jobrad-Angebote
- Weiterbildungsangebote
- Neue Ausbildungsangebote
- Führungstrainings
- Überdurchschnittliche Bezuschussung der betrieblichen Altersvorsorge
- Bereitstellung von kostenlosen Getränken
- Gesundes Mittagessen und Obst

### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Wir werden unsere Zusammenarbeit mit externem Partner zur prozessorientierten Teamentwicklung weiter fortführen. Workshops für die Führungskräfte und Teams finden regelmäßig statt. Hier steht vor allem das Wohlbefinden der Mitarbeiter im Vordergrund.

Präventionsmaßnahmen für die psychische Gesundheit und des Wohlbefinden am Arbeitsplatz werden initiiert.

Das jährlich stattfindende Jahresgespräch zwischen Mitarbeiter und Führungskraft wird im neuen Konzept geführt. Ein neuer Fragebogen für beide Teilnehmer, der zu einem Dialog anregen soll, ist erstmalig im Einsatz. So möchten wir die Bedürfnisse besser identifizieren.

Im Rahmen des On- und Offboardings der Mitarbeiter werden weitere Verbesserungen im HR Tool getroffen. Es werden interne Tools, wie das firmeneigene WIKI, an die Bedürfnisse der Mitarbeiter angepasst. Ziel ist ein Informationssystem für bestehende Mitarbeiter und Neueinsteiger.

Die Integration von Beruf und Familie ist uns als Familienunternehmen eine Herzensangelegenheit. Durch flexible Arbeitszeiten und den Fokus auf die individuellen Anforderungen der Mitarbeiter, versuchen wir ein positives Arbeitsumfeld zu schaffen.

Wir sind uns der neuen Anforderungen des Arbeitsmarktes bewusst. Wir investieren weiterhin aktiv in die Nachwuchsförderung. Weiterbildungen sollen stärker gefördert werden.

Unsere Vision ist ein starke ZUKUNFT für alle. Hierzu gehört auch die Unterstützung der W+A in die Altersvorsorge ihrer Mitarbeiter. Die W+A zahlt den Mitarbeitern, die sich für eine betriebliche Altersvorsorge entscheiden, überdurchschnittlich mehr als der gesetzliche Rahmen vorgibt. Wir führen jährliche Gespräche zur Optimierung der Vorsorgeleistungen und passen ggf. unseren Beitrag an.

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Einführung gesundes Mittagessen mit Arbeitgebersubventionierung - 25% nehmen das Angebot aktuell war, Tendenz steigend.

**Indikator 2:** Nachwuchsförderung -> Neue Ausbildungsstellen für 2025/26

- Aussteller auf Karriere- und Berufsmessen mit eigenem Messestand
- Nutzen digitaler Azubi-Plattformen zur Akquise
- Einsatz von Social Media
- Kooperation mit Schulen der Region
- Ziel: Neue Azubis in Logistik und Verwaltung 09/2025

## LEITSATZ 09 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

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

### WO WIR STEHEN

Unsere Geschäftshistorie zeichnet den Erfolg unseres Unternehmens wieder. Wir haben uns von einem Garagen-Start-Up im Jahr 2001 bis heute kontinuierlich weiterentwickelt. Mit jedem neuen Mitarbeiter ist das Unternehmen erfolgreich gewachsen. Um diesen Erfolg weiter auszubauen, setzen wir auf Nachwuchsförderung und Mitarbeiterwachstum. Bestandsmitarbeiter sollen durch Weiterbildungen gefördert werden.

Wir verfolgen eine langfristige Unternehmensstrategie. Wir investieren in beständige und vertrauensvolle Geschäftspartnerschaften und in zukunftsorientierte Innovationen. Unser Qualitätsmanagement ist nach DIN EN ISO 9001:2015 optimiert, welches kontinuierlich auditiert wird. Die Nutzung neuer Technologien, stellt die größte Herausforderung und Chance zur Transformation unserer Geschäftsprozessen dar.

### Ergriffene Maßnahmen

- Ausschreibung von 3 neuen Ausbildungsplätzen
- Praktikumsplätze
- Steigerung der Arbeitgeberattraktivität
- Teilnahme an Karriere- und Ausbildungsmessen
- Schaffung von Weiterbildungsangeboten
- Digitalisierung von Arbeitsprozessen, v.a. in der Logistik
- Neue Vertriebspartnerschaften

### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Um langfristig Fachpersonal aufzubauen, haben wir begonnen neue Auszubildende in den Bereichen Verwaltung, Vertrieb und Logistik zu suchen. Wir werden vermehrt als Aussteller auf regionalen Fachmessen für Karriere und Berufsbildung vertreten sein und Kooperationen mit Schulen eingehen. Für das Recruiting neuer Mitarbeiter nutzen wir digitale Medien und soziale Netzwerke.

Unseren Mitarbeitern stehen Weiterbildungen im jeweiligen Fachbereich zur Verfügung. Auch Soft Skill-Trainings sind Teil der Förderung.

Mit Hilfe von KI werden wir Prozesse vereinfachen, Mitarbeiter entlasten und neue Möglichkeiten für neue Geschäftsmodelle erarbeiten.



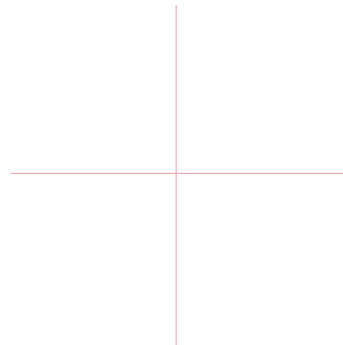
## INDIKATOREN

### **Indikator 1:** Mitarbeiterquote

- Neue Stellen im Vertrieb und Logistik geschaffen - > Wachstum der Belegschaft auf 35 Mitarbeiter
- Eine neue Auszubildende im Bereich Verwaltung ab 09/2025

### **Indikator 2:** Wirtschaftliche Leistungen

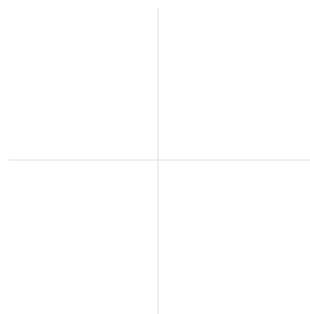
- stabiler Umsatz 2023 zu 2024, ohne Umsatzrückgang
- leichtes Umsatzwachstum 2025 erwartet



## WEITERE AKTIVITÄTEN

	Ziele und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen, Ausblicke
Leitsatz 2 Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artenvielfalt sichern und Beschattung der Außenanlagen durch Bepflanzung mit Sträuchern und Stauden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• diverse Insekten und Vögel am Standort, trotz Lage im Industriegebiet</li> </ul>
Leitsatz 3 Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papierloses Büro</li> <li>• Recycling der Verpackungsmaterialien</li> <li>• Wärmerückgewinnung und Stromerzeugung durch Solar</li> <li>• Betrieb der Wärmepumpen teilweise durch Eigenstrom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• weniger Verbrauchsmaterial</li> <li>• gesunkener Verbrauch fossiler Brennstoffe</li> <li>• gesunkener CO<sub>2</sub> Ausstoß</li> </ul>
Leitsatz 4 Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bepflanzung der Außenanlagen mit Blütenpflanzen</li> <li>• Baumpatenschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• diverse Insekten und Vögel am Standort, trotz Lage im Industriegebiet</li> </ul>
Leitsatz 5 Produktverantwortung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsmanagementsystem nach DIN EN ISO 9001:2015</li> <li>• Supplier Code of Conduct</li> <li>• Anpassen der Bestellprozesse, um Paketlieferungen zusammenzufassen und das Versandaufkommen zu verringern</li> <li>• Möglichkeit der Selbstabholung von Bestellungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wir aktualisieren regelmäßig unsere Lieferantenrichtlinien</li> <li>• Mehrpaketversand wurde verringert</li> <li>• Selbstabholung wird von regionalen Kunden genutzt</li> </ul>
Leitsatz 6 Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supplier Code of Conduct: Unterzeichnung einer Antikorruptionsvereinbarung wird von Lieferanten gefordert</li> <li>• Transparente Kommunikation entlang der Lieferkette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• weiterhin Anpassung an aktuelle Gesetze und Sanktionsbestimmungen in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten</li> </ul>
Leitsatz 8 Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitgliedschaften in Handelsverbänden und Interessensvereinigungen</li> <li>• Mitarbeiterzufriedenheitsumfragen</li> <li>• Interne Workshops zur Einordnung der Anspruchsgruppen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebot der Handelsverbände wird angenommen (Schulungen, Hilfsmittel etc.) und in den Arbeitsalltag integriert</li> <li>• Mitarbeiterangebote werden ausgebaut</li> </ul>

	Ziele und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen, Ausblicke
Leitsatz 10 Regionaler Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langfristiges Sponsoring regionaler Projekte im Bereich Sport, Kultur, Pädagogik</li> <li>• Mitarbeiter engagieren sich im Ehrenamt (Feuerwehr)</li> <li>• Schaffung von Arbeitsplätzen durch Unternehmenswachstum</li> <li>• Zusammenarbeit mit Schulen vor Ort zur Nachwuchsförderung</li> <li>• Forschungsprojekte mit der RWU Weingarten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• weitere Stellen werden ausgeschrieben und vor allem der Nachwuchs gefördert</li> <li>• wir erweitern unsere Zusammenarbeit mit den Schulen und Universitäten der Region</li> </ul>
Leitsatz 11 Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supplier Code of Conduct: Unterzeichnung einer Antikorruptionsvereinbarung wird von Lieferanten gefordert</li> <li>• Transparente Kommunikation entlang der Lieferkette</li> <li>• Vier-Augen-Prinzip</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• weiterhin Anpassung an aktuelle Gesetze und Sanktionsbestimmungen sowie Aufklärung unserer Kunden bezüglich Compliance Richtlinien</li> </ul>
Leitsatz 12 Anreize zur Transformation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkung der unternehmerischen Nachhaltigkeit durch ein betriebliches Kulturmanagement</li> <li>• Langfristige Zusammenarbeit mit Geldgebern</li> <li>• Mittel- bis langfristige Finanz-, Umsatz-, Investitionsplanung über 5 Jahre</li> <li>• Risikomonitoring und Marktrecherche</li> <li>• Neue Innovationsprojekte von Logistik und Commerce: Digitalisierung und KI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenarbeit mit der RWU Weingarten: Studentenprojekte, Praktika</li> <li>• weitere Projekte im Bereich Digitalisierung sind geplant</li> </ul>







05

**UNSER Klimawin BW  
PROJEKT**



## UNSER Klimawin BW-PROJEKT

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

## DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR



Das Projekt wird von uns seit 2019 gesponsort.

### SCHWERPUNKTBEREICH: SOZIALE NACHHALTIGKEIT

Die Langenargener Festspiele verstehen sich als Kultur- und Bildungsprojekt. FLUKS (Festspiele Langenargen Unsere Kinder Stärken) lautet das theaterpädagogische Begleitprogramm der Festspiele. Schulen und Bildungseinrichtungen haben die Möglichkeit vergünstigte Schulaufführungen zu besuchen. Ergänzend bieten die Langenargener Festspiele unterschiedliche stückbezogene, theaterpraktische Workshops an. Diese führen ausgebildete Theaterpädagogen in Ihren Räumen, wie beispielsweise im Klassenzimmer, durch.

Im Rahmen von «Kultur für alle!» geben die Langenargener Festspiele für die Aufführungen des Abend- und des Familienstückes ein kostenloses Kartenkontingent frei. Dies gilt für sozial benachteiligte Menschen sowie für Menschen, die durch einen schwierigen Lebensumstand kaum mit Theaterkultur in Berührung kommen.



Bildnachweis/copyright: Nina Broell ©



Bildnachweis/copyright: Valentin Müller ©

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Im Rahmen des Sponsorings beteiligen wir uns an der Finanzierung mit 2500 €. Unseren Mitarbeitern und Familien stellen wir Freikarten zur Verfügung. Außerdem nutzen wir unsere sozialen Kanäle, um auf die Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Desweiteren erhält jedes Jahr eine Klasse der Grundschule Kau von uns Freikarten für die Kindervorstellung. Wert der Karten: ca. 800 € je nach Klassenstärke.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Aus dem Projekt Langenargener Festspiele, ist mittlerweile eine feste Institution in der heimischen Kulturlandschaft geworden. Neben einem Kinderstück und einem Stück für Erwachsene werden gespielte Lesungen organisiert sowie kleine Abendstücke ergänzt. Das theaterpädagogische Begleitprogramm für kooperierende, regionale Bildungseinrichtungen konnte wieder für das Familienstück im Sommer realisiert werden. Neu im Jahr 2024 war das Angebot »LaF – MEET and GREET«, das den Gästen die Möglichkeit gab, sich nach den Abendvorstellungen mit dem Ensemble auf der Bühne fotografieren zu lassen und in persönlichen Austausch zu treten. Diese Initiative stieß auf großen Zuspruch. Eine Fortführung ist für das kommende Jahr geplant. Das Engagement für die junge Generation mit dem Angebot »LaF for YOUNG PEOPLE« konnte fortgeführt werden. Jugendliche und junge Erwachsene erhalten darüber attraktive Ermäßigungen, um das Theater zu entdecken. Darunter auch das Angebot des Kulturpasses des Bundes und ein »JuBo-Ticket«, worüber Jugendbüros für einen Ausflug mit ihren Jugendlichen vergünstigt Tickets für den Aufführungsbesuch des Abendstücks inklusive einer Kulissenführung erhalten.

Die Gesamtausgaben für den Theaterbetrieb der Festspiele im Jahr 2024 belaufen sich auf rund 250.000 €. Diese Kosten können durch die Einnahmen weitgehend gedeckt werden. Mit inzwischen bis zu 45 Aufführungen pro Jahr und über 24.000 Besucherinnen und Besuchern seit Beginn des Spielbetriebs im Jahr 2018 leisten die Festspiele nicht nur einen wertvollen Beitrag zum kulturellen Leben, sondern auch zur kulturellen Bildung und zur Integration – für die lokale Bevölkerung sowie für Menschen aus BadenWürttemberg, Deutschland, Österreich, der Schweiz und Liechtenstein.

## AUSBLICK

Für die achte Spielzeit der Langenargener Festspiele verspricht das Jahr 2025 eine spannende Fortsetzung: Geplant sind als Wiederaufnahme »Romeo und Julia« (Abendstück) mit bis zu 12 Aufführungen und als Neuproduktion »Das SAMS – Eine Woche voller Samstage« (Familienstück) – gefördert von der Baden-Württemberg Stiftung – mit bis zu 20 Aufführungen, davon bis zu 11 exklusiv für Schulen. Zusätzlich wird das erfolgreiche Rahmenprogramm fortgeführt – von einer Matinée über gespielte Lesungen bis hin zu Kulissenführungen. Theaterpädagogische Workshops für Schulen und offene Workshops für Kinder und Jugendliche runden das Angebot ab und tragen dazu bei, das kulturelle Engagement weiter zu stärken. Gerne unterstützen wir als Familienunternehmen weiterhin dieses Projekt in unserer Region und fördern nachhaltig das kulturelle und pädagogische Schaffen.



## KONTAKTINFORMATIONEN

### **Ansprechpartnerin**

Stephanie Kemper

Telefon: +49 (0) 7543 96 29 17

E-Mail: [s.kemper@wagmbh.com](mailto:s.kemper@wagmbh.com)



## IMPRESSUM

Herausgegeben am 01.06.2025 von

Wälzlager- und Antriebstechnik GmbH

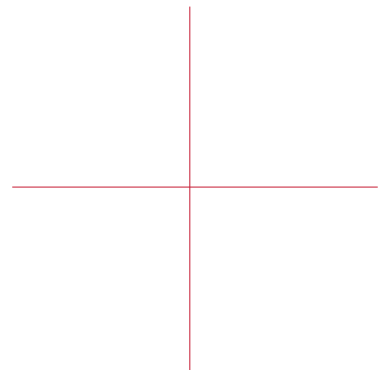
Bildstock 34, 88085 Langenargen

Telefon: +49 (0) 7543 96 29 0

Fax: +49 (0) 7543 96 29 29

E-Mail: [info@wagmbh.com](mailto:info@wagmbh.com)

Internet: [www.wagmbh.com](http://www.wagmbh.com)



Copyright/Bildnachweis:

FLUKSTheaterpaedagogik\_001\_©Conni Breyer.jpg, Seite 23