



Wehrgeschichtliches Museum
im Schloss Rastatt



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW



Klimawin BW

Bericht

2024

Wehrgeschichtliches Museum Rastatt GmbH

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
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	6
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	7
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	7
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	8
4. Unsere Schwerpunktthemen	9
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	9
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	9
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	9
4.4 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	11
5. Weitere Aktivitäten	14
6. Unser Klimawin BW-Projekt	16
6.1 Das Projekt	16
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	16
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	17
6.4 Ausblick	17
Impressum	18

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Das Wehrgeschichtliche Museum Rastatt ist ein historisches Museum, das sich der neuzeitlichen deutschen Militärgeschichte widmet. Die Ausstellungen befinden sich im Residenzschloss Rastatt. Das Museum gehört mit seinen Sammlungen und der modernen, didaktisch aufbereiteten Ausstellungspräsentation zu den führenden militärhistorischen Museen Deutschlands. Gegründet wurde es im Jahre 1934 in Karlsruhe. Seit 1956 ist es im Rastatter Schloss untergebracht und arbeitet dabei eng mit den Staatlichen Schlössern und Gärten Baden-Württembergs zusammen.

Das Museum präsentiert dem Besucher zentrale Inszenierungen mit ausgewählten Exponaten, Dokumentationswänden und Wandzeitungen. Darin werden vor allem der Alltag der Soldaten, die militärtechnischen Entwicklungen, aber auch die Erfahrungen des industrialisierten Massenkrieges vor Augen geführt. Zur Vertiefung eignen sich die Studiensammlungen, die zu den Bereichen Dienstgradabzeichen, Blankwaffen und Militärmusik existieren. Es wird zudem eine mit den Studiensammlungen korrespondierende Sammlung von Reservistika und soldatischen Erinnerungsstücken bis zum Ersten Weltkrieg präsentiert.

Gründungsdatum der „Wehrgeschichtliches Museum Rastatt GmbH“ (=WGM) am 12.12.1996.

Beteiligungsverhältnisse:

- Land Baden-Württemberg
- Stadt Rastatt
- Vereinigung der Freunde des WGM Schloss Rastatt e.V.

Das Unternehmen wird vertreten durch den Geschäftsführer Dr. Alexander Jordan.



Copyright WGM-Rastatt

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.



Ausstellungseröffnung im WGM

Copyright WGM-Rastatt

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

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

2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

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

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

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

Leitsatz 04 – Biodiversität

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

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

2.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

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

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

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

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

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

2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

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

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

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

Leitsatz 11 – Transparenz

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

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

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

2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

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

www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: [Datum auswählen](#)

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	nein
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	nein	nein
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	nein	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
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

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: **Ludwig die Stadtmaus – Stadtgeschichte für Groß und Klein, Rastatt**

Schwerpunktbereich: Bildungsangebot für Kinder und Jugendliche (Förderung der individuellen und sozialen Entwicklung junger Menschen)

ökologische Nachhaltigkeit: nein

soziale Nachhaltigkeit: ja

Art der Förderung: Durchführung von Veranstaltungen in Museumsräumen, Erarbeitung und Nutzung von didaktischen Materialien, Museumsquiz

finanziell: nein

materiell: ja

personell: ja



Blick in die Dauerausstellung des Museums

Copyright WGM-Rastatt

4. Unsere Schwerpunktthemen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz

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

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

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

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Nachhaltiges Wirtschaften ist die Voraussetzung für eine dauerhafte Versorgung der Menschen und Grundlage für den weiteren wirtschaftlichen Erfolg.

Eine nachhaltige Lebensweise umfasst sowohl ökonomische und ökologische wie auch soziale Nachhaltigkeit. Diese Ziele in Einklang zu bringen ist eine große Herausforderung und zugleich die Grundlage dafür, dass sich die Gesellschaft dauerhaft auf positive Weise entwickeln kann. Vor diesem Hintergrund bedeutet nachhaltig zu wirtschaften immer auch, ökologisch und sozial verantwortlich zu handeln. Diesen Zielen fühlt sich das Wehrgeschichtliche Museum Rastatt verpflichtet (vgl. als Grundlage auch den United Nations Global Compact Bericht 2015).

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Die Verbindung aus Klimabewusstsein und ökonomischer Vernunft hebt die Umweltschutzbestrebungen auf eine neue Ebene. Es handelt sich nicht länger um ein kurzfristiges Projekt, um eine Mode der Zeit, in der ökologisches Bewusstsein gesellschaftlich gewünscht ist. Vielmehr bedeutet nachhaltig Wirtschaften, ökonomisch klug zu wirtschaften. Ein wichtiger Baustein ist dabei die Einsparung kostbarer Ressourcen.

Die Wehrgeschichtliche Museum Rastatt GmbH nimmt an Energieaudits nach DIN EN 16247-1:2012 teil.

Die Möglichkeiten der Energieeinsparung ist durch die Mietssituation begrenzt. Da es sich zudem bei der Ausstellungspräsentation im Barocksenschloss Rastatt um Räume in einem denkmalgeschützten Gebäude von außergewöhnlichem Rang handelt und die kulturhistorisch bedeutsamen Ausstellungsobjekte ein stabiles Klima benötigen, muss mit besonderer Sorgfalt vorgegangen werden.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Bei der Wartung von Betriebsmitteln und Anlagen wird verstärkt die Energieeffizienz im Blick behalten und zielführende Arbeiten dahingehend veranlasst.
- Zentrale Maßnahme ist, im Rahmen der Beleuchtungssituation – über den Austausch von Leuchtmitteln – weitere Einsparungen zu generieren.
- Es werden nach Möglichkeit an weiteren Stellen Bewegungsmelder angebracht, um die Beleuchtung nur im Falle von Besucherverkehr zu aktivieren. Dies hat auch einen konservatorischen Nebeneffekt, da die lichtempfindlichen Ausstellungsstücke zusätzlich geschützt werden.
- Zum Mitmachen motivieren: Gemeinsam geht vieles schneller und effektiver von der Hand. Das gilt auch fürs Energiesparen. Wir nehmen daher den gesamten Betrieb mit auf den Energiesparweg. Die Mitarbeitenden werden kontinuierlich für das Thema sensibilisiert.
- Der CO2 Ausstoß wird weiterhin positiv durch das Fehlen eines Museumsfuhrparks beeinflusst. Durch die Zusammenlegung von Transporten (bspw. Abholung von Objekten/Stiftungen) werden die Fahrten auf ein Mindestmaß reduziert.

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die Maßnahmen sind schwer direkt messbar, da durch die sukzessive Erneuerung keine ausgeprägten Differenzen bei den Vorjahresvergleichen der Energieabrechnungen sichtbar werden. Dennoch ist unter dem Nachhaltigkeitsaspekt die Erneuerung der Vitrinen- und Ausstellungsbeleuchtung außerordentlich effizient. Neben der Einsparung von Energie und damit Dämpfung der Betriebskosten werden auch moderne, konservatorische Rahmendbedingungen optimiert. Aktuell wird an einer detaillierten Erfassung der Energieverbräuche des Museums mit seinen verschiedenen Liegenschaften gearbeitet. So können vergangene und künftige Einsparungen dokumentiert werden. Weitere Verbesserungen sind stark von der finanziellen Situation abhängig. Der Spielraum für technische Erneuerungen ist weiterhin sehr begrenzt.

Für die Zukunft werden zusätzliche Optimierungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen angestrebt, beispielsweise bei der Transportbelastung und beim Ersatz von Altgeräten.

4.3.4 Indikatoren

Der Hauptindikator für den Erfolg ist der Stromverbrauch, der vom Museum direkt beeinflusst werden kann. Ziel ist eine kontinuierliche Reduzierung. Neben dem Ersatz vorhandener Leuchtmittel durch energieärmere Varianten trägt auch eine Sensibilisierung der Mitarbeitenden zur Verringerung des Stromverbrauchs bei.

Indikator 1: Stromverbrauch

- Gemessen wird der Gesamtstromverbrauch des Museums (zwei Liegenschaften, ca. 3.500 qm Fläche)
- weitere, kontinuierliche Reduzierungen geplant. Die Spielräume verringern sich jedoch und die Ausschläge werden geringer.

- Basisjahr 2014: Stromverbrauch 124.000 kWh
 - 2022: 79.000 kWh
 - 2023: 75.000 kWh
 - 2024: 69.000 kWh
- ***Der Verbrauch konnte innerhalb von 10 Jahren (2014 bis 2024) um 45 % gesenkt werden.***

4.3.5 Treibhausgasbilanz

Das Bilanzieren der Treibhausgas-Emissionen des Museums befindet sich in der Umsetzung (Scope 1 und 2). Die Ergebnisse werden mit der Erstellung des zweiten Klimawin BW-Berichts (2025) vorgestellt.

4.3.6 Ausblick

Wir werden an diesem außerordentlich wichtigen und zukunftsweisenden Schwerpunktthema festhalten. Weitere Potentiale können eventuell im Bereich der Versorgung mit Fernwärme ab 2025 generiert werden. Dies ist aufgrund der Mietsituation im Schloss allerdings abhängig vom Vermieter (Land Baden-Württemberg).

4.4 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

4.4.1 Zielsetzung

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet, vor allem den langfristigen Unternehmenserfolg vor Augen zu haben. Die Grundlage dafür bilden unter anderem:

- Eine transparente und langfristig orientierte Strategie.
- Kontinuität und Stabilität in der Unternehmensentwicklung.
- Ein verantwortungsvoller Umgang mit allen Ressourcen (Menschen, Kapital, Rohstoffe).

Das Wehrgeschichtliche Museum als Kulturvermittler hat seit seiner Gründung einen regional geprägten Ansatz: Militärgeschichte des deutschen Südwestens steht im Fokus der aktuellen Präsentation. Diese ist allerdings eingebettet in den unerlässlichen, historischen Gesamtzusammenhang. Das Museum wirkt auch auf das regionale unternehmerische Netzwerk. Durch seine herausragende Stellung im Tourismusbereich wird die regionale Ökonomie gestärkt.

Nachhaltig zu Wirtschaften lohnt sich für das Wehrgeschichtliche Museum Rastatt auch im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte. Durch sicherere Beschäftigungsverhältnisse entlasten wir vor allem unsere Mitarbeitenden und stärken durch den Einsatz für mehr Gleichberechtigung vorhandene Potenziale in unserem Museum.

4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- Ausstellungen und Veranstaltungen zur Kundenbindung und -akquise.
- Stärkung der Außenrepräsentation des Museums und Weiterbildung der Mitarbeiter.

- Verbesserung von Organisation und Ablaufprozessen.
- Wirtschaftliche Leistung stabil halten.

4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Das Wehrgeschichtliche Museum besteht seit nunmehr über 90 Jahren und war stets ein verlässlicher Partner im Museums- und Wissenschaftsbetrieb Baden-Württembergs. Dazu waren und sind gut geschulte und eingespielte Mitarbeiter unerlässlich. Dies soll für die Zukunft fortgeschrieben und nach Möglichkeit ausgebaut werden.

4.4.4 Indikatoren

Indikator 1: Mitarbeiterzahl

- Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten betrug in den Jahren 2020-2023 einundzwanzig Personen und stellt sich für das Jahr 2024 wie folgt dar:

Geschäftsführer: 1	Angestellte: 2	Aushilfskräfte: 21 (Vorjahr: 22)
--------------------	----------------	----------------------------------
- Die Zahl der Mitarbeitenden bleibt stabil und kann im Falle einer verbesserten Finanzausstattung u.U. moderat wachsen.

Indikator 2: Weiterbildungen und Außenrepräsentation

- Der Geschäftsführer nimmt an internationalen Tagungen und Kongressen teil, wie etwa der Jahrestagung der Deutschen Kommission für Militärgeschichte (im Rahmen der *Commission Internationale d'Histoire Militaire*) oder der *Arbeitsgemeinschaft der militärgeschichtlichen Museen und Sammlungen der Bundeswehr*, etc.
- Die Geschäftsführung versucht den Bekanntheitsgrad des Museums zu erhöhen und dadurch langfristig neue Interessenten und eventuell auch Unterstützer zu akquirieren. Folgende Veranstaltungen fallen in diese Kategorie:
 - 30.11.2023 bis 14.04.2024: Zweisprachige, transnationale Sonderausstellung in Kooperation mit dem Comité du Monument National du Hartmannswillerkopf (Historial): "Kunst am Rhein entlang 1914-1918 – L'Art au fil du Rhin 1914-1918", (gezeigt am Hartmannswillerkopf vom 8. Juli bis zum 12. November 2023), Eröffnung im WGM Rastatt am 30.11.2023.
 - 20.01.2024: "De la confrontation à l'amitié franco-allemande au Hartmannswillerkopf - Von der Konfrontation zur deutsch-französischen Freundschaft am Hartmannswillerkopf." Ein Workshop mit dem deutsch-französischen Jugendbegegnungswerk, WGM-Rastatt als Referent.
 - 09.04.2024: FORTE CULTURA Jahrestagung 2024: Kulturerbe Festungsmonumente – ein Baustein in der Geschichte der DEMOKRATIE-BEWEGUNG in Europa, Gastgeber Europäisches Parlament, Strassburg. Vortrag Dr. Jordan: "Der Ruf nach Freiheit – Die Revolution in Südwestdeutschland 1848/49 und die Festung Rastatt [The Call for freedom – Revolution in south-western Germany 1848/49 and the fortification of Rastatt]."
 - 08.-09.05.2024: Präsentation des WGM und des Netzwerks Festungen am Oberrhein in Walbourg auf der Messe (Salon) "La main, la terre et la mémoire".

- 04.06.2024 bis Februar 2025: Sonderausstellung "Die Badische Revolution 1848/49 im Spiegel der Sammlungen des WGM".
- 20.09.2024: Vortrag Dr. Jordan "Der Trauer ihre Zeit und den Gräbern einen Ort – Das historische Umfeld der Gründung des Volksbundes Deutsche Kriegsgräberfürsorge am Ende des Ersten Weltkrieges" beim Vertretertag des Bezirksverbands des Nordbaden des Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge e.V. in Bruchsal.
- 21.09.2024: Buchvorstellung "Deutsche Gebirgstruppen im Ersten Weltkrieg. Geschichte, Uniformierung und Ausrüstung 1914 bis 1918" am Hartmannsweilerkopf (Elsass), auf Einladung des Comité du Monument National du Hartmannswillerkopf und im Rahmen der Journées européennes du patrimoine 2024.
- Zur besseren Nutzung durch die interessierte Öffentlichkeit werden Museumsbestände online präsentiert. Das –kostenneutrale – Portal **museum-digital** wird seit 2022 für diese Zwecke genutzt und wurde im Jahr 2024 weiter mit digitalen Inhalten des Museums gefüllt. Ein Schwerpunkt lag dabei auf Objekten zum Thema der "Die Badische Revolution 1848/49 im Spiegel der Sammlungen des WGM". Die Plattform **museum-digital** zeigt dabei sowohl Text- als auch Bildinformationen zu den Museumsobjekten. Beide Informationsquellen zusammen bilden das Digitalisat eines Objektes, diese sind frei und uneingeschränkt zugänglich. Eine Weiternutzung der bereitgestellten Informationen ist – entsprechend der rechtlichen Auszeichnung – möglich.

4.4.5 Ausblick

- Die Sichtbarkeit des Unternehmens und insbesondere der Ausstellung im Wehrgeschichtlichen Museum wird online, durch eine ansprechende und gut strukturierte Homepage, weiter verbessert. Die Seite www.wgm-rastatt.de wird kontinuierlich mit Inhalten gefüllt. Im Berichtsjahr 2024 wurden erste Maßnahmen im Social-Media Bereich (Instagram) durchgeführt.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> Analyse und Bewertung der spezifischen Risiken, die der Klimawandel für das Museum bringt 	<ul style="list-style-type: none"> Einführung von Maßnahmen zum Hitzeschutz der Mitarbeitenden 	<ul style="list-style-type: none"> Flexibilisierung der Arbeitszeiten während hitzebedingter Extremtemperaturen 	<ul style="list-style-type: none"> Erkennung von Schwachstellen des Museums im Zusammenhang mit veränderten Klimabedingungen
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Reduktion des Ressourcenverbrauchs und Förderung eines nachhaltigen Materialeinsatzes 	<ul style="list-style-type: none"> Verstärkte digitale Dokumentenverwaltung zur Papierver einsparung Einladungsversand digital 	<ul style="list-style-type: none"> Senkung des Papierverbrauchs 	<ul style="list-style-type: none"> Weiterer Ausbau der digitalen Verwaltung und Förderung nachhaltiger Produkte
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> Verbesserung der ökologischen Infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> Sondierung der Möglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> begrenzte Eigenmöglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> Kontinuierliche Verbesserung der Biodiversität
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	<ul style="list-style-type: none"> Nachhaltige Gestaltung der angebotenen Bildungs- und Veranstaltungsformate 	<ul style="list-style-type: none"> Einkauf möglichst bei Anbietern nachhaltiger Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> Stärkere Einbindung nachhaltiger Aspekte in die Gestaltung von Ausstellungen und Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> Langfristige Etablierung von Nachhaltigkeitskriterien in der gesamten Bildungsstruktur des Museums
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> Sicherstellung sozialer und ethischer Standards in Beschaffung und Partnerschaften 	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung von Mitarbeitenden zur nachhaltigen Beschaffung 	<ul style="list-style-type: none"> Erste Gespräche wurden geführt 	<ul style="list-style-type: none"> Optimierung der Lieferpartnerschaften
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none"> Förderung eines gesunden und fairen Arbeitsumfelds Verbesserung der Work-Life-Balance für Mitarbeitende 	<ul style="list-style-type: none"> Feedbacksysteme Durchführung regelmäßiger Mitarbeitendenbefragungen 	<ul style="list-style-type: none"> Positive Rückmeldungen zur Arbeitszufriedenheit 	<ul style="list-style-type: none"> Weitere Maßnahmen entwickeln, mit denen wir auf die individuellen Bedürfnisse reagieren können
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> Aktive Einbindung relevanter Stakeholder in Entscheidungsprozesse 	<ul style="list-style-type: none"> Dialogformate mit Besuchern und externen Partnern 	<ul style="list-style-type: none"> Verbesserung der Kommunikationsprozesse 	<ul style="list-style-type: none"> Optimierung bestehender Beteiligungsformate
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> Stärkung der regionalen Kultur und Wirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> Kooperationen mit regionalen 	<ul style="list-style-type: none"> Positive wirtschaftliche 	<ul style="list-style-type: none"> Ausbau regionaler Partnerschaften

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		Leihgebern und Unternehmen	<p>Impulse für die Region</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Austausch mit regionalen Kultur-einrichtungen 	und nachhaltiger Kulturinitiativen
Leitsatz 11 – Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klare und offene Kommunikation über Nachhaltigkeitsmaßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbesserte Nachvollziehbarkeit von Nachhaltigkeitsaktivitäten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontinuierliche Verbesserung der Berichtsstruktur
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil der Museumsstrategie etablieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Integration nachhaltiger Themen in alle internen Abläufe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachhaltige Ausstellungstätigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortlaufende Anpassung der Strategie

6. Unser Klimawin BW-Projekt

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

6.1 Das Projekt

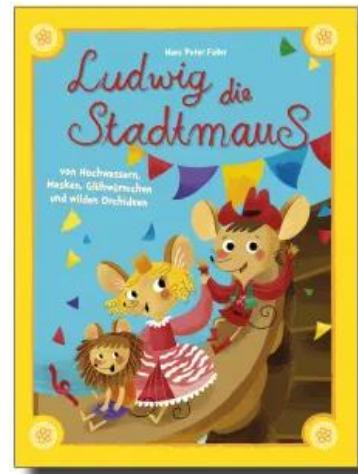
Ludwig die Stadtmaus – Stadtgeschichte für Groß und Klein

<http://www.ludwig-die-stadtmaus.de/>

Hans Peter Faller vermittelt in seinen nunmehr fünf Büchern Kindern die Rastatter Stadtgeschichte auf altersgerechte Weise (teils mehrsprachig). So hat das vor ihm noch niemand versucht. Im Jahr 2024 war sein 10-jähriges Jubiläum.

Ludwig, die Stadtmaus, gehört zu den Murgmäusen, die an der Ankerbrücke wohnen. Von dort aus erleben die Mäuse Rastatt zur Zeit des Markgrafen Ludwig Wilhelm und seiner Frau Sibylla Augusta. Mit seinem Freund Matteo, dem Turmfalken, und seiner Freundin Siri, der Schlossmaus, beobachtet Ludwig den Bau des Rastatter Schlosses. Außerdem erleben die Drei so manches Abenteuer in der Schlossküche und erkunden zusammen das Schloss vom Ahnensaal bis zum Goldenen Mann. Später sind es dann die Kinder und Enkelkinder von Ludwig und Matteo, die das Treiben in Schloss Favorite beobachten, die Kongresse in Rastatt und die Ereignisse der badischen Revolution miterleben. Und immer wieder gibt es spannende Abenteuer und Beobachtungen zu Rastatt bis zur Gegenwart.

Hans Peter Faller ist ein Rastatter Bürger, der in vielfacher Hinsicht mit Rastatt verbunden ist und diese Verbindung in unterschiedlicher Weise dokumentiert: ob als engagiertes Mitglied der Rastatter Vereinsszene, Herausgeber des Buches „Rastatt im Gedicht“ oder als Autor der Kinderbücher zur Rastatter Geschichte, immer liegt ihm „sein“ Rastatt am Herzen. Für sein ehrenamtliches Engagement war er 2017 Guest beim Bürgerfest des Bundespräsidenten in Berlin.



6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Das Wehrgeschichtliche Museum ist Teil einer Geschichte des zweiten Bandes von Hans Peter Faller („Was sucht ein Einbrecher nachts im Wehrgeschichtlichen Museum?“). Gemeinsam mit dem Autor wurden (und werden) verschiedene Lesungen und Aktionen für Kinder im Wehrgeschichtlichen Museum gestaltet. Das Museum stellt Räumlichkeiten und Infrastruktur sowie Materialien (Fragebögen, Büromaterial, u.U. kleine Gewinnerpreise, etc.) zur Verfügung. Daneben sind Mitarbeiter des Hauses an den Kinderführungen beteiligt. Insbesondere im Rahmen der Feiernbetreuung für Grundschulen können gute Erfolge erzielt werden.

Umfang der Förderung: Es werden etwa 5-10 Personalstunden p.a. geleistet

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die Kooperation und die gemeinsamen Veranstaltungen haben sich weiter gefestigt. Das Modell bietet die Möglichkeit Kinder und Jugendliche eine breiten Altersspektrums anzusprechen. Als ausserschulischer Lernort bietet das Museum vielfältige Möglichkeiten. Besonders erfolgreich war die Kooperation im Berichtsjahr 2024 in Bezug auf das demokratiegeschichtlich bedeutende Thema „175 Jahre badische Revolution 1848/49“.

6.4 Ausblick

Die erfolgreiche Zusammenarbeit wird fortgesetzt.



Impressum

Herausgeber

Wehrgeschichtliches Museum Rastatt GmbH

Friedrich-Ebert-Str. 27

76437 Rastatt

Telefon: +49 7222 34244

E-Mail: information@wgm-rastatt.de

Internet: www.wgm-rastatt.de

Ansprechperson

Direktor und Geschäftsführer Dr. Alexander Jordan

Stand

07.10.2025