



KLIMAWIN BW

Einfacher Bericht

2024/2025

WALTHER SCHOENENBERGER

PFLANZENSFTWERK GMBH & CO. KG

KLIMAWIN

**UNTERNEHMEN
MACHEN KLIMASCHUTZ**

Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns.....	1
2.	Die KLIMAWIN	2
3.	Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	3
4.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	Klimaschutz	4
	Anreize zur Transformation	7
5.	Weitere Aktivitäten.....	13
6.	Unser KLIMAWIN Projekt.....	14
7.	Kontaktinformationen	16
	Ansprechpartner	16
	Impressum	16

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Schoenenberger steht für Naturprodukte in Spitzenqualität. Das Traditionsunternehmen wurde 1927 vom Pionier der Pflanzenheilkunde, dem Apotheker Walther Schoenenberger, gegründet und gehört seit 1991 zur Salus Gruppe.

Bei Schoenenberger steht der Saft aus der frisch gepressten Pflanze im Mittelpunkt. Unsere Heilpflanzensäfte sind naturrein, ohne jeglichen Zusatz von Zucker, Alkohol, Konservierungsmitteln und anderen unerwünschten Stoffen. So können sich die Wirkstoffe voll entfalten. Mehr als 30 Frischpflanzensäfte bietet unser Sortiment. Hinzu kommen wohlschmeckende Frucht- und Gemüsesäfte - ebenfalls in Bio-Qualität.

Unter der Marke Schoenenberger Naturkosmetik stellen wir ein Sortiment an BDIH zertifizierten Haar- und Körperpflegemitteln her. Vollwertige Lebensmittel bietet die Marke Hensel. Als eigenständiges Unternehmen gehört die Deutsche Olbas GmbH mit einer als Arzneimittel zugelassenen Mischung ätherischer Öle und verwandten Produkten zu Schoenenberger.

Etwa 80 Mitarbeitende erwirtschaften am Firmensitz in Magstadt einen Jahresumsatz im zweistelligen Millionenbereich. Neben wirtschaftlichen Kriterien berücksichtigen wir ökologische und soziale Aspekte bei der Herstellung unserer Produkte. Wir beziehen unsere Rohstoffe soweit als möglich aus regionalem, natur- und sozialverträglichem Bio-Anbau und gestalten die Herstellungsprozesse umweltverträglich. So schonen wir Boden und Wasser als unsere natürlichen Lebensgrundlagen. Unsere Verbraucher:innen erhalten verantwortungsvoll produzierte Naturprodukte.

2016 wurden wir für unser Engagement mit dem Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnet. Schon damals sahen wir das als Ansporn, noch mehr zu tun. Deshalb traten wir dem Kreis der KLIMAWIN-Unternehmen bei, um so gemeinsam die Nachhaltigkeit in der Region voranzutreiben

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

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser 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 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.“

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 zu KLIMAWIN und weiteren Unterzeichnern finden Sie auf:

www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 05.04.2018

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER-PUNKT- SETZUNG	QUALITATIVE DO- KUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung	<input type="checkbox"/>
---	--------------------------

Eine weitergehende, auch quantitative Dokumentation mit vielen Details zum Klimaschutz, ist unserem preisgekrönten Nachhaltigkeitsbericht mit integrierter EMAS-Umwelterklärung zu entnehmen (abrufbar auf www.salus.de/ueber-uns/nachhaltigkeit). Auf eine doppelte Berichterstattung wird hier zum Abbau der Bürokratie verzichtet.

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 1: Klimaschutz
Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.
- Leitsatz 4: Biodiversität
Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.
- 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.

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Als Hersteller von Naturprodukten sind wir unmittelbar von den Auswirkungen des Klimawandels, Verlust der Bodenfruchtbarkeit, Insektensterben und vielen weiteren Herausforderungen unserer Zeit bedroht. Die Natur ist unser Rohstofflieferant und so sind wir auf die natürliche Vielfalt und intakte Ökosysteme angewiesen. Daraus hat sich unser Leitgedanke entwickelt: wir denken ökologisch und handeln verantwortlich. Das nachhaltige Wirtschaften ist fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie der Firma Schoenenberger.

Wir sind bereits seit 1997 EMAS-registriert und seit 2000 nach ISO 14001 zertifiziert. Die Produktion unserer Frischpflanzensäfte ist sehr energieintensiv. Deshalb liegt ein Fokus unseres Umweltprogramms seit Jahren auf dem Bereich ‚Energie und Emissionen‘. Hier haben wir bereits viel erreicht, doch sehen auch immer noch Optimierungspotenzial dank der hohen Innovationskraft im Bereich Umwelttechnik.

Ein weiteres wichtiges Thema für uns ist seit jeher der Erhalt der natürlichen Biodiversität. Die Landwirtschaft spielt hier eine zentrale Rolle: Je nach Bewirtschaftungsform kann sie Hauptverursacher von großen Problemen, wie dem Insektensterben sein. Gleichzeitig fördert die kleinstrukturierte Biolandwirtschaft aber die Biodiversität und trägt zur Lösung bei. Wir haben den Schwerpunkt ‚Anreize zum Umdenken‘ gewählt, um Biodiversität und insbesondere den Beitrag des Bio-Anbaus zum Erhalt der natürlichen Vielfalt für die Menschen erlebbar zu machen. Als Naturarzneimittelhersteller beschäftigen wir uns schon lange mit dem Thema. Wir möchten auch Vorbild für andere Unternehmen sein und Lösungsansätze aufzeigen.

Klimaschutz

Die Folgen des weltweiten Klimawandels sind zunehmend spürbar, sei es in Form häufiger auftretender Extremwetter oder erhöhtem Kältebedarf aufgrund steigender Temperaturen. Zunehmend rückt das

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Thema daher in den Fokus der Öffentlichkeit und immer mehr Unternehmen wollen selbst aktiv werden. Schoenenberger beschäftigt sich im Rahmen seines EMAS Umweltmanagements schon seit vielen Jahren intensiv mit dem Thema und hat bereits zahlreiche Maßnahmen erfolgreich umgesetzt (s. auch vergangene WIN-Charta Nachhaltigkeitsberichte). Und obwohl wir bereits viel erreicht haben, möchten wir uns gerade in diesem Bereich noch weiter verbessern und gleichzeitig anderen Unternehmen, die sich selbst vielleicht gerade erst auf den Weg zu mehr Klimaschutz machen, Vorbild sein. Im Jahr 2020 hat Schoenenberger daher als eines der ersten Unternehmen die Klimaschutzvereinbarung des Landes Baden-Württemberg unterzeichnet.

DATEN IM ÜBERBLICK

Die Emissionen am Standort Magstadt, sowie alle weiteren Umweltkennzahlen und die Veränderungen zu den Vorjahren werden im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht der Salus Gruppe auf Seite 137-139 anschaulich dargestellt.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

UNSERE AUSGANGSSITUATION

Unser gesamtes Unternehmen ist auf klimaneutrales Handeln ausgerichtet. Dabei gilt für uns der Grundsatz: Vermeiden - Reduzieren - Kompensieren.

Emissionen vermeiden durch regenerative Stromversorgung:

2014 wurde an unserem Firmenstandort in Magstadt die erste Photovoltaikanlage mit 535 kWp in Betrieb genommen. Im November 2017 wurde die Kapazität nochmals um 30% erweitert. Heute sind Anlagen mit einer Leistung von 686 kWp installiert. Mit den installierten PV-Anlagen können wir ca. 75% unseres Stromverbrauches bilanziell selbst decken. Der restliche und für betriebsbedingte Schwankungen erforderliche Strom wird als Ökostrom bezogen.

Emissionen reduzieren durch konsequente Wärmerückgewinnung

Ein moderner Zwei-Stoff-Brenner mit hohem Wirkungsgrad erzeugt Wärme für die Pflanzensaftherstellung. Der Brenner wird mit Erdgas betrieben. Bei Engpässen in der Gasversorgung könnte auf Heizölbetrieb umgeschaltet werden. Zudem sind energieeffiziente Lüftungsanlagen mit 90% Wärmerückgewinnung in Betrieb. Dadurch können jährlich bis zu 300.000 kWh (Gas) eingespart werden. Abwärme aus der Druckluft- und Dampferzeugung wird in einem 16.000 l großen Pufferspeicher zwischengespeichert und bei Bedarf wieder dem Heizungs- und Warmwassersystem zugeführt.

Kompensation verbleibender Emissionen

Die Stromversorgung am Standort ist regenerativ und CO₂-neutral. Und auch die Emissionen aus der Wärmeversorgung konnten dank hocheffizienter Wärmerückgewinnungstechnologie erheblich reduziert werden. Verbleibende Emissionen werden erfasst, nach Möglichkeit weiter reduziert und schließlich durch hochwertige Emissionsminderungszertifikate in Zusammenarbeit mit PRIMAKLIMA neutralisiert. Der Standort Magstadt ist damit durch deutliche Reduktion und Kompensation der verbleibenden Emissionen klimaneutral.

Ganzheitlicher Ansatz im Klimaschutz

Die größten Umweltauswirkungen des Standortes werden bei Schoenenberger durch die Produktion verursacht. Deshalb liegt hier auch der Fokus des Umweltmanagementsystems. Jedoch wird am Standort ein ganzheitlicher Ansatz im Klimaschutz verfolgt. So werden beispielsweise auch die Mitarbeitenden durch regelmäßige Aktionstage und Schulungen in die Klimaschutzaktivitäten mit einbezogen. Durch seinen ganzheitlichen Ansatz trägt Schoenenberger aktiv zum Klimaschutz bei.

UNSERE ZIELERREICHUNG

Unser komplettes Nachhaltigkeitsprogramm ist im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht zu finden und wird jährlich aktualisiert.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Anreize zur Transformation kombiniert mit Biodiversität

Biodiversität und intakte Ökosysteme sind die Basis unseres Unternehmenserfolgs. Deshalb engagieren wir uns für den Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen. Wir sind der Meinung, dass insbesondere durch den ökologischen Landbau ein wesentlicher Beitrag zum Erhalt der natürlichen Biodiversität geleistet wird.

Dafür möchten wir gerne Bewusstsein schaffen, bei unseren Mitarbeitenden, Kund:innen und der Öffentlichkeit.

ZIELSETZUNG

Im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagementsystems haben wir unsere Anspruchsgruppen und unser Geschäftsumfeld analysiert. Aus den daraus gewonnenen Erkenntnissen werden gezielte Aktionen für unterschiedliche Anspruchsgruppen zum Thema „Ökologischer Heilkräuteranbau und Biodiversität“ entwickelt.

Wir wollen das Thema Biodiversität erlebbar machen und in den Dialog mit unseren Anspruchsgruppen treten.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Verstärkte Sensibilisierung durch Biodiversitätsmaßnahmen am Firmengelände
- Nachhaltigkeitsführung für eigene Mitarbeitende
- Ausbau der Kommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Verstärkte Sensibilisierung durch Biodiversitätsmaßnahmen am Firmengelände

Unterschlupf für Igel



Im Herbst benötigen Igel einen Unterschlupf, in dem sie ihren Winterschlaf halten können. Das Schoenenberger Firmengelände wurde zu diesem Zweck mit einem Lagerplatz für Baum- und Grasschnitt ausgestattet. Vorhandene Zweige des Hartriegels, von Weiden u.ä. wurden zu einem stattlichen Gebilde verflochten und geben im unteren Bereich genügend Zwischenräume, damit Igel & Co. sich hier einen Platz einrichten können. Gleichzeitig dient der Lagerplatz der nachhaltigen Entsorgung von Naturmaterialien aus dem Firmengelände ohne lange Abfuhrwege.

Totholzhecke



Um verschiedenen Tierarten Unterschlupf zu gewähren, wurde eine neue Totholzhecke angelegt. Mitarbeitende haben hierfür in einer Gemeinschaftsaktion mit den Mitarbeitenden der GWW zusammengearbeitet und zugleich die Vorteile einer „unaufgeräumten“ Ecke im Garten kennen gelernt. Da die Hecke in unmittelbarer Nachbarschaft zum Unterschlupf für Igel liegt, ist hier ein weiterer Mehrwert zu erwarten.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Blühflächen

Auch bereits bestehende Blühflächen auf dem Firmengelände werden weiterhin gepflegt. Besondere Freude bereitet hier der Bereich vor den Rampen, der auch im vierten Jahr wieder besonders großen und langanhaltenden Blütenreichtum zeigt und das bei minimalem Pflegeaufwand.



Begrünung der Garagenrückwände

Um den Nutzen für Mitarbeitende und Natur zu erhöhen und das Kleinklima zu verbessern wurden die Garagenrückwände mit einer Pergola versehen und mit Stauden und Kletterpflanzen begrünt. Es wurde besonders Augenmerk daraufgelegt, dass es sich um insektenfreundliche Arten handelt, die zudem zu ganz unterschiedlichen Zeitpunkten über die Vegetationsperiode hinweg Blüten zeigen. Im Herbst bieten die kleinen Hagebutten zudem Futter für Vögel. Bei der Gestaltung des Bodenbelages wurde darauf geachtet, dass die Regenwasserversickerung nicht beeinträchtigt wird.

Nistkästen für Fledermäuse

Gemeinsam mit den Mitarbeitenden der GWW wurden Nistkästen für Fledermäuse und unterschiedliche Vogelarten gebaut und an der Rückwand Richtung Feld angebracht. Sie werden jedes Jahr gereinigt und instandgesetzt.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Vorher



Nachher



Grünfläche

Durch die Umgestaltung des Mähkonzeptes wurde mit der Entwicklung der ausgedehnten Grünfläche vor der Firma zu einer artenreichen Wiese begonnen. Im diesem ersten Jahr wurde zweimal in einer Höhe von 10 cm zum Boden gemäht und das Schnittgut entfernt, um Nährstoffe aus der Fläche zu entfernen.



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Kommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen

„Unsere Kraft liegt in der Natur“ – Schon der Claim unserer Firmengruppe beschreibt unseren Markenkern. Im Sinn von Gutem tun und darüber reden, wollen wir auch zum Thema Nachhaltigkeit informieren. Das tun wir intern im Rahmen unserer „Kräuterpresse“, die halbjährlich gedruckt und monatlich in Form eines Newsletters erscheint. Darin wird regelmäßig auch zu Nachhaltigkeitsthemen berichtet.



Abbildung 7: Ein Beitrag aus der Mitarbeiterzeitschrift „Kräuterpresse“ zur Sensibilisierung, wie man im Arbeitsalltag Ressourcen sparen kann

Auch in der externen Kommunikation sprechen wir über die Nachhaltigkeit: Ob im Unternehmensfilm, in Pressemitteilungen, auf der eigenen Website oder auf Social Media (Instagram, Facebook und LinkedIn). Dazu erhalten wir regelmäßig Feedback von unseren Kund:innen und können so, auch ohne direkten Kontakt mit ihnen, in den Dialog treten.

Grundsätzlich sind wir in der Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthemen 2024 mit unserem Nachhaltigkeitsbericht mit integrierter EMAS Umwelterklärung einen großen Schritt gegangen. Dieser stellt auf rund 170 Seiten unsere aktuellen Nachhaltigkeitsaktivitäten, sowie bisherige Leistungen und zukünftige Ziele und Maßnahmen vor – und das aus Nachhaltigkeitsgründen erstmals rein digital. Unsere Stakeholder kommen in verschiedenen Interviews persönlich zu Wort, insbesondere unsere Mitarbeitenden. 2024 haben wir damit den Umweltmanagementpreis der Kategorie Beste EMAS Umwelterklärung gewonnen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Durchführung von Aktionen für verschiedene Anspruchsgruppen

- Aktionen für bzw. mit Mitarbeitende(n): 4
- Aktionen für bzw. mit Kund:innen/ Öffentlichkeit: 2
- Aktionen für bzw. mit Geschäftskontakten: 1

Indikator 2: Transparente und leicht zugängliche Informationen zu Umweltthemen, insb. Biodiversität

Schoenenberger berichtet regelmäßig in der Umwelterklärung/Nachhaltigkeitsbericht über die Entwicklungen und Maßnahmen im Bereich Umwelt.

Zum Thema „biologische Vielfalt“ wurde bisher nur der „Anteil bebauter/ un bebauter Fläche“ berichtet. 2019 wurde eine Flächenkartierung durchgeführt, auf deren Basis nun jährlich auch der Anteil „naturnaher Flächen“ und „versiegelter Flächen“ erhoben wird. Die Kartierung wurde 2024 überarbeitet. Unser Nachhaltigkeitsbericht mit integrierter EMAS Umwelterklärung, sowie die jährlichen Aktualisierungen können auf der Homepage abgerufen werden.

AUSBLICK

Auch an diesem Schwerpunktthema wollen wir weiter festhalten, da wir als Hersteller von Naturprodukten auf Biodiversität angewiesen sind.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Weitere Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem Nachhaltigkeitsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: www.salus.de/nachhaltigkeit

Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welchen Stellen dort auf die Leitsätze der Klimawin BW eingegangen wird und zeigen den Beginn des jeweiligen Kapitels an.

Leitsatz	Siehe Seite(n)
	•
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	• 36-41, 130-131
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	• 116-127
	•
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	• 82-95
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	• 97-109
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	• 64-71
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	• 50-55
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	• 14-23, 64-71
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	• 74-79
Leitsatz 11 – Transparenz	• 50-55
	•

5. Unser KLIMAWIN Projekt

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Mit unseren KLIMAWIN-Projekten leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region. Passend zu unserem Schwerpunkt-Leitsatz „Anreize zur Transformation“ wollen wir auch speziell für Bio-Heilkräuter im Heckengäu Bewusstsein schaffen.

WOCHE DER BIODIVERSITÄT

Um das Umweltbewusstsein zu schulen und die „Nachhaltigkeits-DNA“ weiter zu verankern, wurde 2025 eine Woche der Biodiversität ins Leben gerufen. Hierbei wurden Samentüten verteilt, der Vorteil von Bio-Produkten erläutert, Kostproben angeboten und als Highlight mehrere Nachhaltigkeitsführungen auf dem Firmengelände angeboten. So zog es zahlreiche Mitarbeitende bei der Führung am Igelunterschlupf und der neuen Totholzhecke vorbei, die Nistkästen und Blühwiesen wurden erklärt und auf das Dach mit Ausblick gestiegen, um die eigene Photovoltaikanlage zu bestaunen, die bis zu 90% des Strombedarfs decken kann.

NATURERLEBNISPFAD

Bereits seit 2012 unterstützen wir dafür den NaturErlebnisPfad Magstadt, der von der lokalen Agenda 21 errichtet wurde. Auf dem abwechslungsreichen Weg durch den Wald können Kinder und Erwachsene die Natur mit allen Sinnen erleben und viel Wissenswertes erfahren. Ein Teil des Lehrpfads bietet einen Einblick in die heimische Kräuterwelt. Schoenenberger hat hier verschiedenste Heilkräuter beschildert. Dadurch soll bei den Besuchenden das Interesse für heimische Kräuter geweckt werden. Ziel ist, die Bevölkerung der Region für Naturschutz zu begeistern, indem man die biologische Vielfalt und deren Nutzen erlebbar macht. Denn: nur wer die natürliche Vielfalt kennt, schätzt und schützt sie.

HECKENGÄU-NATURFÜHRER

Man kann nur lieben und schützen, was man kennt. Aus diesem Grund unterstützten wir auch in diesem Jahr wieder die Arbeit der Heckengäu-Naturführer mit einem finanziellen Beitrag.

UNSER KLIMAWIN PROJEKT

EINLADUNG DER FACHPRESSE AUF'S FELD

Um auch weitere Anspruchsgruppen einzubinden, gab es im Rahmen einer Pressekonferenz die Einladung an die Pressevertreter:innen von Publikums- und Fachmedien, die Felder unseres langjährigen Kooperationspartner HeGeMa sowie unsere Produktion zu besichtigen. Die Redakteur:innen waren begeistert, von der Vielfalt der Kräuter, die in unserer Heimat angebaut wird, der Sorgfalt, die im Bio-Anbau gelebt wird und den extrem kurzen Transportwegen.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Die einzelnen Teilprojekte innerhalb unserer KLIMAWIN-Projekte unterstützen wir sowohl durch persönlichen als auch finanziellen und materiellen Einsatz.

AUSBLICK

Zur weiteren Aufbesserung der naturnahen Gestaltung des Firmengeländes soll ein Trockenbachlauf angelegt werden.

6. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Christoph Hofstetter, Leiter Nachhaltigkeitsmanagement

E-Mail: christoph.hofstetter@salus.de, Tel.: +49-8062-901-129

Impressum

Herausgegeben am 24.09.2025 von

Walther Schoenenberger Pflanzensaftwerk GmbH & Co. KG

Hutwiesenstraße 14

Telefon: +49-7159-403-0

Fax: +49-7159-403-180

E-Mail: info@wschoenenberger.de

Internet: <https://www.schoenenberger.com>

Schoenenberger

