



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Klimawin BW

Bericht

2024

Weingut Bernhard Ellwanger

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	10
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	11
4.4 Leitsatz 02 – Klimaanpassung	12
4.5 Leitsatz 04 – Biodiversität	13
4.6 Leitsatz 05 – Produktverantwortung	14
4.7 Leitsatz 06 – Menschenrecht und Lieferkette	15
4.8 Leitsatz 07 - Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	16
4.9 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	17
4.10 Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	18
5. Weitere Aktivitäten	21
6. Unser Klimawin BW-Projekt	22
6.1 Das Projekt	22
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	22
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	22
6.4 Ausblick	22
Impressum	23

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Seit 1514 hegen und pflegen die Ellwangers ihre Reben in Großheppach. 1975 hatten Ingrid und Bernhard Ellwanger den Mut, ihren eigenen Betrieb zu gründen und den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Inzwischen haben die Geschwister Yvonne und Sven Ellwanger das Weingut Bernhard Ellwanger übernommen und bewirtschaften im Remstal 36 ha zwischen Kleinheppach und Schorndorf. Das Team besteht neben der Familie aus 11 Mitarbeitenden, 2 Auszubildenden und einem FÖJ'ler (Freiwilliges Ökologisches Jahr).

Die Neugierde und Experimentierfreude liegen der Familie Ellwanger bei allen im Blut. Schon 1979 pflanzte Bernhard Ellwanger als Erster im Remstal Muskat-Trollinger an und Sven Ellwanger begeistert sich seit seinem Neuseelandaufenthalt für die Rebsorte Sauvignon blanc, die er seit 1997 in Großheppach anbaut. Damit unterstreicht er weiterhin die Vorreiterrolle des Familienbetriebs. Heute ist unter anderem auch der Rote Riesling eine Spezialität unseres Weinguts.

Als Mitglied der Winzergruppe 'Junges Schwaben' tragen wir Ellwangers maßgeblich dazu bei, das Image Württembergs als aufgeschlossene und dynamische Weinbauregion zu verbessern. Als Weinbaubetrieb wollen wir außerdem ein klares Zeichen für einen verantwortungsvollen Umgang mit unserer Unternehmensumwelt setzen. Daher sind wir sowohl als klimaneutrales Weingut als auch nach FairChoice zertifiziert. Wein aus kontrolliert nachhaltigem Anbau. Seit August 2023 sind wir nach dreijähriger Umstellungsphase ökologisch zertifiziert und Mitglied bei Bioland.



Familie Ellwanger / Fotograf: Lukas Breusch

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.

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: 01.03.2015

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	Auswahl
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	ja	Auswahl
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	nein	Auswahl
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	ja	Auswahl
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	ja	Auswahl
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	ja	Auswahl
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	ja	Auswahl
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	Auswahl
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	ja	Auswahl
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	ja	Auswahl
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	Auswahl
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	nein	Auswahl

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: PV-Anlage		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: ja	soziale Nachhaltigkeit: nein	
Art der Förderung		
finanziell: ja	materiell: ja	personell: nein

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 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung“

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.“

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 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.“

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Mit dem Zusammenschluss unter dem Dach des Deutschen Instituts für Nachhaltige Entwicklung e.V. im Rahmen des Nachhaltigkeitssiegels FairChoice setzen wir Weinbaubetriebe ein klares Zeichen für einen verantwortungsvollen Umgang mit unserer Unternehmensumwelt.

Ressourcenschonung, Emissionsreduktion und ein Verzicht auf den Einsatz gentechnisch veränderter Organismen bestimmen unser Handeln unter der Prämisse wirtschaftlich sinnvoller Entscheidungen ebenso wie ein fairer Umgang mit allen Marktteilnehmenden: von Zulieferer und Mitarbeitende über Mitbewerber bis hin zum Kunden.

Wir engagieren uns in unserem sozialen Unternehmensumfeld und stehen für den Erhalt des Kulturgutes Wein. Wir entwickeln unseren Betrieb stetig weiter und stehen durch aktives Handeln für eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsbetrachtung. Wir leisten damit einen gesellschaftlichen Beitrag und übernehmen Verantwortung für die Zukunft und künftige Generationen. Wir stellen uns der Herausforderung einer selbstverantworteten Fortentwicklung unseres Betriebes, ohne die gemeinsamen Werte und globalen Auswirkungen individuellen Handelns aus dem Auge zu verlieren.

Durch die Organisation im Deutschen Institut für Nachhaltige Entwicklung und die FairChoice-Zertifizierung dokumentieren wir unsere Selbstverpflichtung für eine konsequente Ausrichtung nach ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten nachhaltigen Wirtschaftens. Durch den fachlichen Austausch unter dem Dach des Deutschen Instituts für Nachhaltige Entwicklung e.V. bilden und schärfen wir unser vorhandenes Bewusstsein für eine nachhaltige Weinwirtschaft. Dieses Bewusstsein bietet eine solide Entscheidungsgrundlage und greifbare Orientierung für unser tägliches Wirken im Weinberg, Keller und Vermarktung.

Bewusst stellen wir uns der Herausforderung neuer Entwicklungen und beziehen diese in unsere Entscheidungen ein. Eine betriebliche Weiterentwicklung und höchstmögliche Flexibilität bei gleichzeitiger Stabilität ist der Schlüssel zu einer langfristigen Ausrichtung von Betrieb und Mensch gleichermaßen. Als mündige Produzenten leisten wir unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise und gestalten unseren Betrieb ökologisch verträglich, sozial gerecht und ökonomisch stabil. Damit setzen wir sinnvolle Erweiterungen neben gesetzliche Regelungen, denen wir uns gleichermaßen verpflichten. Dies dokumentieren und kommunizieren wir in unserer Nachhaltigkeitsberichtserstattung, die jedem Interessierten zugänglich gemacht wird:

FairChoice® - NACHHALTIGerLEBEN

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Wir setzen uns zum Ziel in unserem Weingut energie- und ressourcenschonend zu arbeiten.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Pelletheizung im Produktionsgebäude, um den CO₂-Ausstoß des Betriebes zu senken
- Öko-Strom für das Produktionsgebäude zu 100% aus erneuerbaren Energien
- Photovoltaikanlage zur Senkung des Energiebedarfs
- Im Verkauf: Einsatz einer Gläser-Spülmaschine mit integrierter Umkehrosmose zur Reduzierung des Verbrauchs von Spülmitteln und somit von Chemikalien
- Die Arbeitsgruppe Weinberg fährt als geschlossene Gruppe im Bus in die Weinberge

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die unvermeidlichen CO₂-Emissionen kompensieren wir durch ein Klimaschutzprojekt in Indonesien.

4.3.4 Indikatoren

Indikator 1: Erstellung CO₂-Fußabdruck

Indikator 2: Ausgleich CO₂-Emissionen durch Klimaschutzprojekt

4.3.5 Treibhausgasbilanz

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

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Untersuchung folgender Emissionsquellen / Energiebedarf und -verbrauch:

Fuhrpark, N-Dünger, Kältemittel, Ökostrom, Pflanzenschutzmittel, Wasser, Geschäftsreisen, Büro-papier, Önologische Behandlungs- und Reinigungsmittel, Getränkeverpackung, Spedition

Ergebnis: CO₂e-Emission nach Prozessschritten:

Traubenproduktion: 34%, Keller & Verwaltung: 10%, Verpackung: 54% und Auslieferung: 2%

THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung

Keller & Verwaltung: mehr Online-Termine statt vor Ort-Termine; Digitalisierung der Verwaltung und dadurch Reduzierung von Druckpapier; wenn Fuhrparkerersatz dann E-Mobilität; Weinliefer-touren sinnvoll zusammenlegen; Kundenhinweis für Verpackungseinheiten, um Leerpositionen im Versandkarton zu vermeiden;

THG-Bilanz – Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

- Inbetriebnahme einer neuen und größeren PV-Anlage
- teilweise Umstellung auf leichtere Flaschen
- Einsatz von Wirtschaftsdünger aus der Produktion
- Einsaat einer Winterbegrünung zur Fixierung von Stickstoff aus der Luft durch Leguminosen. Der Stickstoff steht der Rebe als pflanzenverfügbares Nitrat zur Verfügung und reduziert Düngebedarf.

4.3.6 Ausblick

Wir beobachten unsere Prozesse und Aufgaben, um mögliche Quellen zu finden, die geändert werden können.

4.4 Leitsatz 02 – Klimaanpassung

4.4.1 Zielsetzung

Wir beobachten den Markt im Hinblick auf pilzwiderstandsfähige Rebsorten (=PiWi), die attraktive Weine ergeben. Diese Sorten reduzieren den Pflanzenschutz Aufwand erheblich und entlasten die Umwelt.

Wir befinden uns in der Umstellung zum 'Sanften Rebschnitt': diese neue Form des Rebschnitts verursacht weniger Wunden am Rebstock und gewährleistet dadurch eine längere Lebensdauer und gesündere Rebstöcke.

Humusaufbau im Boden, um Wasserspeicherkapazitäten zu erhöhen und dadurch Trockenperioden besser auszubalancieren und so ggf zusätzliche Bewässerungssysteme zu vermeiden.

4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- Erste PiWi-Sorten gepflanzt
- Sanfter Rebschnitt in Umsetzung, Mitarbeitende werden geschult
- Aufbau von Humus / organischer Masse durch Winterbegrünung, Rückführung von Trester aus der Weinbereitung und Häckseln von Ruten nach dem Rebschnitt

4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Sortenreine PiWi-Sekte/Weine die für den Markt attraktiv sind

4.4.4 Indikatoren

- Bislang gibt es einen sortenreinen PiWi-Sekt, einen sortenreinen PiWi-Wein und eine PiWi-Cuvée

4.4.5 Ausblick

- Bodenproben werden in ca. 2-3 Jahren genommen, um u.a. den Humusaufbau und die Nährstoffversorgung genau bestimmen zu können
- Weitere PiWi-Sorten ausfindig machen, die für die Weinwelt attraktiv sind

4.5 Leitsatz 04 – Biodiversität

4.5.1 Zielsetzung

Mit Biodiversität im Weinberg verfolgen wird das Ziel die Monokultur zu durchbrechen und den Weinberg als stabiles, vielfältiges Ökosystem zu entwickeln. Dadurch sollen Bodenfruchtbarkeit, natürliche Regulation von Schädlingen und die Widerstandskraft gegen Klimaextreme und Krankheiten verbessert werden.

4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Beteiligung an der Aktion "lebendiger Weinbau"
- Wirtschaftsdünger aus Produktion
- Steinhäufen und Totholz

4.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Blühflächen zwischen den Rebzeilen in all unseren Weinbergen

Reduzierung von organischem Dünger, da Rückführung von Wirtschaftsdünger aus der Produktion

Weinstöcke von gerodeten Anlagen werden zu Totholzhaufen aufgetürmt

4.5.4 Indikatoren

Indikator 1: Lebendiger Weinbau

- Insekten, Nützlinge und Bodenleben wird gefördert
- Ergänzungen des Weinbaus mit verschiedenen Pflanzen wie z.B. Mandel-, Sauerkirsche-, Quitten- und Pfirsichbäume, Lavendel etc.

Indikator 2: Wirtschaftsdünger aus Produktion

- Nach dem Pressvorgang wird der Trester in den Weinberg zurückgeführt

Indikator 2: Steinhäufen und Totholz

- Sie dienen als Verstecke und Mikrohabitate für Kleintiere
- Platz für Brut- und Nistplätze in Steinhäufen

4.5.5 Ausblick

Wir halten an diesem Schwerpunktthema fest, da wir der absoluten Überzeugung sind, dass ein Leben nur im Einklang mit der Natur lebenswert ist. Seit der Bioland-Zertifizierung im August 2023 setzt das Weingut ein klares Zeichen für verantwortungsvollen Umgang mit Natur und Ressourcen – vom Weinberg bis in die Flasche. Alle Mitarbeitenden sind aufgerufen Verbesserungsvorschläge oder Ideen mitzuteilen, die das Weingut voranbringt.

4.6 Leitsatz 05 – Produktverantwortung

4.6.1 Zielsetzung

Wir verstehen Produktverantwortung als verbindlichen Bestandteil unseres Handelns. Daher analysieren wir unser Wirtschaften und unsere Produkte entlang des gesamten Wertschöpfungsprozesses im Hinblick auf ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit.

4.6.2 Ergriffene Maßnahmen

- Fair-Choice
- Bioland

4.6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Umstellung / Zertifizierung auf klimaneutrales sowie auf ein ökologisch wirtschaftendes Weingut abgeschlossen.

4.6.4 Indikatoren

Indikator 1: Fair-Choice

- Prüfung seit 2023: diese Prüfung umfasst die Nachhaltigkeitsprüfung in Bezug auf Ökologie, Ökonomie und Soziales. Das Audit wurde von der Core Umweltgutacher GmbH durchgeführt, die Analyse der ökonomischen Kriterien durch das Zentrum für Ökonomie im Wein- und Gartenbau der Hochschule Geisenheim erstellt

Indikator 2: Bioland

- Die 3-jährige Umstellungsphase von konventioneller auf biologischer Landwirtschaft wurde mit der Zertifizierung im August 2023 abgeschlossen. Seitdem ist das Weingut Mitglied im Verband Bioland.

4.6.5 Ausblick

Wir halten an diesem Schwerpunktthema fest, da dem Weingut das nachhaltige Wirtschaften und der Einklang mit der Natur und den Weinbergen am Herzen liegt und nur darin eine lebenswerte Zukunft liegt.

4.7 Leitsatz 06 – Menschenrecht und Lieferkette

4.7.1 Zielsetzung

Wir achten und schützen die Menschenrechte sowie die Rechte der Mitarbeitenden und allen Helfern, die für das Weingut beschäftigt sind. Wir verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung.

4.7.2 Ergriffene Maßnahmen

- Fair Choice
- Mittelstandpreis für soziale Verantwortung
- Saisonarbeitende
- Lesehelfende mit Mindestlohn

4.7.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Wir halten alle gesetzlich vorgeschriebenen Menschen- und Arbeitnehmerrechte ein und schaffen ein Klima des Wohlbefindens für alle Beschäftigte

4.7.4 Indikatoren

Indikator 1: Fair Choice

- Regelmäßige Überprüfung der sozialen Kriterien beim Audit für Fair Choice

Indikator 2: Mittelstandspreis für soziale Verantwortung

- Wir sind „sozial engagiert“ im Rahmen des Mittelstandspreises für soziale Verantwortung in Baden-Württemberg
- Wir bilden seit über 30 Jahren Nachwuchskräfte im Weinbau aus

Indikator 3: Saisonarbeitende

- Wir beschäftigen ausländische Saisonarbeitende mit einer fairen Bezahlung
- Wir unterstützen bei der Wohnungssuche und bei Behördengängen
- Vollständige Integration ins Team

Indikator 4: Lesehelfende

- Wir bezahlen jeden Lesehelfenden mit Mindestlohn und versorgen die Lesemannschaft an den Tagen der Lese mit Essen und Getränke

4.7.5 Ausblick

Eine Gleichbehandlung aller Beschäftigten sowie die Achtung der Menschenrechte wird zu keinem Zeitpunkt in Frage gestellt. Als sozial engagiertes Weingut wird jegliche Art der Diskriminierung unterbunden.

4.8 Leitsatz 07 - Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

4.8.1 Zielsetzung

Die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden liegt uns am Herzen. Wir haben das Ziel alle Mitarbeitende langfristig an das Weingut zu binden und eine Wohlfühlatomsphäre zu schaffen.

4.8.2 Ergriffene Maßnahmen

- Arbeits- oder Ausbildungsvertrag
- Fortbildungsmaßnahmen
- Betriebsausflüge / Sommerfest
- Getränke
- Zuwendung

4.8.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Wir halten alle gesetzlich vorgeschriebenen Menschen- und Arbeitnehmerrechte ein und fördern darüber hinaus den Zusammenhalt des Teams.

4.8.4 Indikatoren

Indikator 1: Arbeits- oder Ausbildungsvertrag

- Alle Mitarbeitende und Auszubildende haben einen gesetzlich vorgeschriebenen Arbeits- oder Ausbildungsvertrag mit fairer Bezahlung
- Es wurde ein Onboarding-Prozess implementiert, das die Willkommenskultur unterstreicht
- Nach erfolgreich abgeschlossener Ausbildung bieten wir eine Übernahme in ein festes Arbeitsverhältnis an

Indikator 2: Fortbildungsmaßnahmen

- Den Mitarbeitenden werden jährlich verschiedene Fortbildungsmaßnahmen angeboten

Indikator 3: Betriebsausflüge

- Es findet jährlich ein Betriebsausflug sowie ein Sommerfest statt
- Nach der Lese lädt das Weingut zu einem Herbstabschlussfest mitsamt den Lesehelfenden ein

Indikator 4: Getränke

- Den Mitarbeitenden steht im Weingut ein Mitarbeiterraum zur Verfügung, der Platz für Pause bietet. Dieser ist bestückt mit einer voll ausgestatteten Küche sowie kostenfreies Wasser, Saft und Kaffee. Zudem gibt es kostenfreies WLAN

Indikator 5: Zuwendung

- Alle Beschäftigte erhalten zu Ostern, Weihnachten und Geburtstage ein Präsent

- Jeder Mitarbeitende hat ein jährliches Budget das für Arbeitskleidung eingesetzt werden kann
- Mit dem Mitarbeiterabbatt können die Beschäftigten die hauseigenen Produkte mit einem Rabatt erwerben

4.8.5 Ausblick

Wir wollen die Mitarbeiterbindung und die Nachwuchsförderung weiter stärken.

4.9 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

4.9.1 Zielsetzung

Durch Investitionen und zukunftsorientiertes Handeln wollen wir das Weingut wirtschaftlich stabil führen und für die Zukunft ausrüsten. Somit sichern wir Arbeitsplätze hier in der Region.

4.9.2 Ergriffene Maßnahmen

- Produktpalette
- Präsenz
- Vorschlagswesen
- Investition
- Export
- Nachwuchs

4.9.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Mit neuen Rebsorten, die den Klimaveränderungen der Zukunft trotzen und aktiver Werbung für das Weingut wird die Präsenz und die hohe Qualität der Weine kommuniziert und der Unternehmenserfolg sichergestellt.

4.9.4 Indikatoren

Indikator 1: Produktpalette

- Die PiWi - pilzwiderstandsfähige Rebsorten - werden auch Zukunftsweine genannt. Wir halten Ausschau nach wohlschmeckenden Sorten, die wir im Weingut anbauen können.
- Den Trend auf dem Markt bedienen wir mit der Erweiterung unserer Angebotspalette, indem wir Schritt für Schritt neue alkoholfreie Produkte entwickeln und verkaufen.

Indikator 2: Präsenz

- Social Media wird in verschiedenen Kanälen aktiv bespielt, um das Weingut bei der potentiellen Kundschaft präsent zu machen. Ziel ist hierbei Neukundengewinnung und Kundenbindung aber auch die Arbeitgeberattraktivität zu steigern.

- Das Konsumverhalten hat sich dahingehend entwickelt, dass die Menschen lieber in Gesellschaft alkohol konsumieren, als zu Hause. Daher wird verstärkt auf Weinfeste, Tag der offenen Tür und Events gesetzt, um den Weinverkauf anzukurbeln und Umsatz zu generieren
- In verschiedenen Märkten werden regelmäßig Ausschanktermine angeboten, um unsere Weine kennenzulernen. Erst wenn man einen Wein kennt und den Geschmack wertschätzt, wird man diesen regelmäßig kaufen.

Indikator 3: Vorschlagswesen

- Auf der Suche nach neuen Innovationen beziehen wir die Mitarbeiterschaft über das Vorschlagswesen mit ein

Indikator 4: Investition

- Wir investieren kontinuierlich in betriebliche Verbesserungen oder Betriebsausstattung. Damit wollen wir insbesondere die ökonomische Nachhaltigkeit unseres Unternehmens auf Dauer gewährleisten. Wie z.B. ein neues Warenwirtschaftssystem, 24/7 Weinautomaten, Barriquefässer etc.

Indikator 5: Export

- Da der Konsum von Wein in Deutschland rückläufig ist, wird aktiv nach Absatzmöglichkeiten im Ausland ausschau gehalten. Der Export soll ein weiteres Standbein sein, das das Weingut finanziell auf sicheren Boden stellt.

Indikator 6: Nachwuchs

- Wir bieten jährlich Ausbildungsplätze oder Studienplätze an
Über das komplette Jahr ist es möglich bei uns Praktika im Rahmen von BORS, BOGY oder anderen Schülerpraktika zu machen
- Wir bieten für Schülergruppen Kellerführungen an. So bringen wir dem Nachwuchs die Branche näher und sichern den Fortbestand des Handwerks

4.9.5 Ausblick

Der Unternehmenserfolg und sichere Arbeitsplätze gehen Hand in Hand. Daher gilt es auch in Zukunft beide Perspektiven miteinander zu verbinden, weiter auszubauen und zu erhalten.

4.10 Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

4.10.1 Zielsetzung

Als größtes Weingut im Remstal wollen wir unseren Beitrag für die Region leisten, um die Attraktivität des Remstals zu erhöhen und dadurch den Tourismus ankurbeln aber auch den Einheimischen eine lebenswerte Umgebung zu schaffen.

4.10.2 Ergriffene Maßnahmen

- Engagement
- Tourismus
- Netzwerk

4.10.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Nur gemeinsam ist man stark- das hat man in den letzten Monaten immer mehr gemerkt. Gemeinsame Präsenz, Vernetzungen und der individuelle Beitrag jedes einzelnen wirkt sich auf die Attraktivität der Region aus. Die Wirtschaft wird durch Kooperationen gefördert und gestärkt und es entsteht ein höheres Verständnis und Sensibilisierung untereinander und füreinander.

4.10.4 Indikatoren

Indikator 1: Engagement

- Yvonne Ellwanger ist im Vorstand des Remstal Tourismus sowie Beirat der VWU Weinstadt und engagiert sich für die Region zur Förderung der Wirtschaft und des Tourismus
- Sven Ellwanger ist Mitglied der Winzergruppe „Junges Schwaben“: 5 Weingüter, deren Weine zu den besten Botschaftern Württembergs zählen.

Indikator 2: Tourismus

- Für die Attraktivität der Region bieten wir im Laufe des Jahres verschiedene Veranstaltungen im Weingut (z.B. Weinproben), in den Weinbergen (z.B. Weinwanderungen) an und beteiligen uns an verschiedenen Feierlichkeiten der Region.
- Wir haben einen Weinautomaten, der für Wanderern 24/7 zugänglich ist und Bestandteil der Weinautomaten-Tour des Remstal-Tourismus ist
- An den Weinbergen wurden Plaketten angebracht, die durch Scannen des QR-Codes weiterführende Informationen zur Rebsorte und zum Wein geben. Das wertet die Wanderwege im Remstal auf und macht Wandern zu einem ganz neuen Erlebnis

Indikator 3: Netzwerk

- Wir sind Mitglied der Plattform „Nearby“ um den Zusammenhalt und die Zusammenarbeit in der Region zu stärken und auszubauen
- Wir nehmen regelmäßig an verschiedenen Netzwerktreffen teil, um die Region, die Branche und die Produkte gemeinsam zu vermarkten und sich gegenseitig zu stärken
- Unsere Kooperationen mit anderen Unternehmen wie z.B. Ulli's Schokolade, eröffnet auf beiden Seiten neue Absatzwege und für Kunden ein neues Erlebnisfeld mit regionalen Produktkombinationen.
- Das Brot für den Verkauf erwerben wir ausschließlich vom örtlichen Bäcker; das Essen für unsere Weinproben bestellen wir ausschließlich beim örtlichen Metzger/Bäcker
- Wir erwerben Schreibwaren, Bürobedarf, Verpackung, Werkzeuge und Druckaufträge wie Flaschenetiketten von regional ansässigen Unternehmen

- Wir kooperieren mit verschiedenen Weinerlebnisführerinnen, die Touristengruppen von uns vermittelt bekommen und dafür unsere Weine in ihr Event einbauen.

4.10.5 Ausblick

Die Region Remstal weiter stärken, die Attraktivität erhöhen um Touristen anzulocken aber auch die Lebensqualität der Einheimischen zu erhalten.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [...] ▪ [...] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [...] ▪ [...] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [...] ▪ [...] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [künftige Zielsetzung]
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auf Augenhöhe mit Kunden und Händler 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liefertour, Spedition, Paketdienst, Selbstabholung: es gibt verschiedene Wege die Weine zu erhalten ▪ Umfassendes Serviceangebot für Kunden: Kommissionware, Sekt-Empfänge, Geschenkesservice ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es werden alle Absatzwege gleichermaßen bedient 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ein offenes Ohr für Neuerungen und Wünsche der Anspruchsgruppen ▪ Persönliche Beziehung aufbauen
Leitsatz 11 – Transparenz	Dieser Leitsatz stellt sich für uns nicht, da es bei uns keine Korruption gibt			
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wir haben immer ein offenes Ohr für Kritik, Verbesserungsvorschläge und Wünsche 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorschlagswesen für Mitarbeitende 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [...] ▪ [...] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [künftige Zielsetzung]

6. Unser Klimawin BW-Projekt

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



6.1 Das Projekt

Erwerb und Implementierung einer PV-Anlage auf dem Dach des Weinguts

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Mit der eigenen Solarstromerzeugung reduziert das Weingut den Bedarf an Strom aus fossilen Quellen und senkt dadurch direkt die CO₂-Emissionen. Die PV-Anlage nutzt bereits versiegelte Fläche sinnvoll für die Energiegewinnung, ohne zusätzliche Flächen in Anspruch zu nehmen.

Die Anlage ist ein sichtbares Zeichen für verantwortungsvolles und zukunftsorientiertes Wirtschaften. Durch die Nutzung erneuerbarer Energie verbessert unser Weingut seine Klimabilanz und leistet einen konkreten Beitrag zur Energiewende.

Die Maßnahme passt gut zu unserem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsverständnis, da sie ökologische Verantwortung mit betrieblicher Effizienz verbindet. Wenn der Solarstrom direkt im Betrieb genutzt wird, werden Transportverluste vermieden und die Energie besonders effizient eingesetzt.

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Eigen erzeugter Strom macht den Betrieb unabhängiger von steigenden Energiepreisen und stärkt die langfristige wirtschaftliche Stabilität.

6.4 Ausblick

Wir planen in der Zukunft weitere ähnliche Projekt anzugehen, die unser Nachhaltigkeitsverständnis unterstützen und die wirtschaftliche Stabilität des Weingut für die kommenden Generationen sicherstellt.



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

Weingut Bernhard Ellwanger

Rebenstraße 9

71384 Weinstadt-Großheppach

Telefon: +49 7151- 62131

E-Mail: wein@ellwanger-bio.com

Internet: www.Ellwanger-Bio.com

Ansprechperson

Inhaber: Geschwister Yvonne und Sven Ellwanger

Stand

08.04.2026