



Klimawin BW

Bericht

2025

TRACONTROL e.K. Inh. Stephan Daub

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
1. Über uns.....	3
1.1 Unternehmensdarstellung.....	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz.....	3
2. Die Klimawin BW.....	4
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region.....	4
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW.....	4
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg.....	5
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement.....	6
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen.....	6
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort.....	7
4. Unsere Schwerpunktthemen.....	8
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte.....	8
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind.....	8
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz.....	8
4.4 Leitsatz 02 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft.....	10
4.5 Leitsatz 03 – Regionaler Mehrwert.....	11
5. Weitere Aktivitäten.....	13
6. Unser Klimawin BW-Projekt.....	16
6.1 Das Projekt.....	16
6.2 Art und Umfang der Unterstützung.....	16
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen.....	16
6.4 Ausblick.....	16
Impressum.....	17

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Das Unternehmen **TRACONTROL e.K.**, unter der Leitung des Inhabers Stephan Daub, hat seinen Sitz in Kraichtal-Neuenbürg und ist auf innovative Lösungen in der Automatisierungs- und Steuerungstechnik spezialisiert. Wir bieten eine breite Palette an Dienstleistungen und Produkten an, die darauf abzielen, industrielle Produkte und Prozesse effizienter und zuverlässiger zu gestalten.

Ein besonderer Fokus liegt auf der kundenspezifischen Entwicklung von Hard- und Software. Zudem bietet TRACONTROL Reparaturen und Retrofit-Lösungen für ältere Steuerungen von CNC-Anlagen an. Dabei übernimmt das Unternehmen die Verantwortung, bestehender Hardware neues Leben einzuhauchen und gleichzeitig einen hohen Grad an Wiederverwertung zu erreichen, während die Leistungskennzahlen und Zuverlässigkeit verbessert werden.

Qualität und Kundenzufriedenheit haben für TRACONTROL höchste Priorität. Wir arbeiten eng mit unseren Kunden zusammen, um maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln. Dank unserer Expertise und seines Engagements in der Branche, hat sich TRACONTROL in den letzten 20 Jahren als geschätzter Partner für viele Unternehmen etabliert, insbesondere für den regionalen Mittelstand. Wir arbeiten direkt mit Maschinenbauunternehmen in räumlicher Nähe und beschäftigen selbst Mitarbeiter mit spezieller Expertise auf Projektbasis.

Die Schwerpunkte des Unternehmens in der Hardware-Fertigung und im Retrofit elektrischer und elektronischer Anlagenteile werden durch allgemeine Ziele wie Energieeinsparungen und die Optimierung der Wärmeerzeugung ergänzt.

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: 18.03.2025

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	ja	ja
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	nein	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	nein
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	ja	ja
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: Treibhausgaskompensation		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: ja	soziale Nachhaltigkeit: nein	
Art der Förderung		
finanziell: ja	materiell: nein	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 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft:

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

Leitsatz 03 – Regionaler Mehrwert

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

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

[Erläutern Sie an dieser Stelle kurz, warum Sie den Schwerpunkt Ihres Engagements im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit auf die oben genannten Leitsätze gelegt haben. Empfohlener Umfang: 1/4 bis 1/2 Seite]

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Wir setzen uns aktiv für den Klimaschutz ein, indem wir konkrete Klimaschutzziele definieren und regelmäßig darüber berichten. Durch den Einsatz erneuerbarer Energien, wie Solarenergie (sowohl thermisch wie auch elektrisch), sowie der 100% Vermeidung von verbrennenden Energietechniken reduzieren wir unseren CO₂-Fußabdruck und tragen zur globalen Energiewende bei. Zudem optimieren wir unsere Prozesse, um die Energieeffizienz in allen Bereichen zu steigern, was nicht nur der Umwelt zugutekommt, sondern auch unsere Betriebskosten senkt.

Die Einführung eines Energiemanagementsystems steht für uns im Fokus, um den Energieverbrauch zu überwachen, zu analysieren und zu optimieren. Dabei ist es unser Ziel, den Anteil an selbsterzeugten erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch um 20-30% Prozent zu erhöhen. Der Einsatz fossiler Brennstoffe ist bereits für den Bereich Haustechnik komplett beendet. Lediglich im Bereich Mobilität werden noch bis Mitte 2025 fossile Brennstoffe eingesetzt.

Wir streben an, bis zum 2026, 20-30 Prozent unseres Energiebedarfs durch interne erneuerbare Energiequellen zu decken.

Im Bereich Mobilität werden wir ab Mitte 2025 auf vollelektrische Antriebe setzen.

Überlegung an der Teilhabe an einer kommunalen Anlage zur PV oder Windnutzung.

Zudem wollen wir in Zukunft [mit dem zweiten Bericht 2026] eine Treibhausgasbilanzierung durchführen.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Energieverbrauch bis 2026 zu 20-30% aus weiteren internen Anlagen zur Erzeugung von erneuerbaren Energien nutzen.
- Mitte 2025 Umstellung auf 100% vollelektrische Antriebe bei der Mobilität.

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Bei der Nutzung von weiteren Anlagen zur Deckung des eigenen Energieverbrauchs haben wir das Endausbauziel noch nicht erreicht. PV Anlagen und „Stromspeicher“ sind reine Investitionskosten für uns und wir müssen die Kosten-/Nutzenaufstellung für die getroffenen Massnahmen erst noch abwarten bzw. validieren.

Wir haben im Jahr 2025 die bestehende PV Anlage nahezu komplett erneuert bzw. erweitert. Die ursprüngliche PV-Anlage war eine reine Einspeiseanlage und musste entsprechend umgebaut werden. Neben der angeschafften Erzeugungstechnik zur Selbstnutzung wurde die PV Fläche deutlich erweitert. Zudem ein „Stromspeicher“ in relevanter Größe installiert, der auch von der Konzeption noch erweiterbar ist.

Unsere Fahrzeuge (PKW) sind Anfang 2025 auf voll-elektrische Modelle umgestellt worden. Es befinden sich aber noch Nutzfahrzeuge mit Dieselantrieb im Einsatz. Deren Einsatzzeit ist aber derart begrenzt, dass hier wohl ein Austausch nicht in Frage kommt.

4.3.4 Indikatoren

Autarkiequote

Indikator 1: Autarkiequote

- 44% in 2025 (Abschluss 31.12.2025)
- Nach weiterer Optimierung der Anlage und auch geplanter Erweiterung wollen wir hier im nächsten Berichtszyklus 60% Autarkiequote erreichen.
- Die Autarkiequote war bisher 0%, da alle Anlagen zur Energiegewinnung reine Einspeiseanlagen waren.

4.3.5 Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen werden wir mit dem zweiten Berichtszyklus im Jahr 2026 eine THG-Bilanz für Scope 1 und 2 erstellen und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festlegen.

4.3.6 Ausblick

Neben dem erstmaligen Erstellen einer THG-Bilanz im zweiten Bericht, werden wir weitere Handlungsfelder suchen, um den Energiebedarf weiter zu senken.

Insbesondere die vollständige Einführung eines Energiemanagementsystems, das auch über Berichtsfunktionen verfügt ist noch offen aber die Implementierung geplant.

4.4 Leitsatz 02 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

4.4.1 Zielsetzung

Unser Ziel ist es, die Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen zu minimieren und eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft zu fördern. Wir setzen auf innovative Ansätze, um Materialien wiederzuverwenden und Abfälle zu reduzieren. Durch die Implementierung von Recyclingprogrammen und die Förderung von umweltfreundlichen Produkten tragen wir dazu bei, die Umweltbelastung zu verringern und die Lebensdauer von Ressourcen zu verlängern. Gerade der Bereich „Retrofit“ gibt uns die Möglichkeit, den damaligen Energieeinsatz bei der Herstellung der älteren Maschinen nahezu vollständig wiederzuverwenden und nur dort Neuteile einzusetzen, wo Verschleiß oder Arbeits- oder Maschinensicherheit von Bedeutung sind.

4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- Reduktion der Verpackungsmaterialien, die nicht aus Papier sind um 50% bis 2026.
- Einhaltung der Grundsätze der Lieferkettentransparenz
- Erstellung einer Vorzugsmatrix von Lieferanten in die der Einsatz von Verpackung und Lieferketten eingeht. Wir wollen diese Matrix dann über den reinen Preisvergleich hinaus anwenden.

4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Tatsächlich sind unsere Bemühungen zufälligerweise mit einem Grossteil unserer Lieferanten kompatibel. Wir haben in den letzten Monaten eine deutliche Reduzierung von Verpackungen, die nicht aus Papier sind vermerkt.

Auch sind Lieferanten, deren Produkte von uns favorisiert sind, zum Teil davon abgewichen, Kunststoffverpackungen oder nicht papierähnliche Füllstoffe zu verwenden. Andere Lieferanten haben uns angeboten, ihre Produkte „lose“ und nicht in Blisterverpackungen zu liefern.

4.4.4 Indikatoren

Indikator 1: Reduktion der Verpackungsmaterialien, die nicht aus Papier sind um 50% bis 2026.

- Es ist für uns schwierig, hier eine quantitative Kennzahl zu ermitteln. Aber alleine der deutlich zurückgegangene Abfall im Bereich „Wertstoff“ (nicht Papier) und der deutlich angestiegene Papier-Anteil, der zu einer Vergrößerung der Abfallbehälter (Papier) geführt hat, zeigt uns, dass wir hier auf dem richtigen Weg sind.

- Unsere eigenen Verpackungen sind bis auf bedarfsweise eingesetzte Umreifungsbänder sowie ESD-Verpackungen, die für unsere Produkte unabdingbar sind, ausschliesslich aus Papierwerkstoffen. Auch haben wir unsere PE-Packbänder und Hüllen für Begleitpapiere durch papierbasierte und damit kunststofffreie Versionen ersetzt.

Indikator 2: Erstellung einer Vorzugsmatrix von Lieferanten in die der Einsatz von Verpackung und Lieferketten eingeht.

- Die Erstellung einer Vorzugsmatrix von Lieferanten in die der Einsatz von Verpackung und Lieferketten eingeht ist erfolgt und wir nutzen diese Matrix bereits in der Praxis.

4.4.5 Ausblick

Zunächst werden wir im aktuellen Berichtsjahr dieses Ziel noch weiter kontrollieren und optimieren.

4.5 Leitsatz 03 – Regionaler Mehrwert

4.5.1 Zielsetzung

Wir sind bestrebt, einen positiven Mehrwert für die Region zu schaffen, in der wir tätig sind. Durch die Schaffung von Arbeitsplätzen, die Unterstützung lokaler Lieferanten und die Förderung regionaler Projekte stärken wir die wirtschaftliche Basis unserer Gemeinschaft. Unser Engagement für soziale Verantwortung und nachhaltige Entwicklung trägt dazu bei, die Lebensqualität in der Region zu verbessern und ein starkes, resilientes Umfeld zu schaffen. Dazu unterstützen wir nicht nur lokal und sozial, sondern stärken auch den regionalen Mittelstand.

Um unsere Ziele zu erreichen, haben wir eine umfassende Strategie entwickelt, die eine verstärkte regionale Ansprache umfasst. Wir planen, aktiv an Fachmessen und Veranstaltungen in unserer Umgebung teilzunehmen, um direkt mit unseren Kunden und Partnern in Kontakt zu treten. Diese persönlichen Begegnungen bieten uns die Möglichkeit, unsere Produkte und Dienstleistungen vorzustellen und wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse unserer Zielgruppe zu gewinnen.

Darüber hinaus möchten wir die skizzierten Vorteile, die wir unseren Kunden auf regionaler Ebene bieten, auf unserer Website prominent präsentieren und ausführlich erläutern. Es ist uns wichtig, dass unsere Besucher sofort erkennen, wie sie von unserer Zusammenarbeit profitieren können.

Ein entscheidender Multiplikator in diesem Prozess ist unsere treue Stammkundschaft. Wir sehen großes Potenzial darin, diese Kunden nicht nur zu motivieren, sondern sie auch durch gezielte Anreize zu incentivieren. Indem wir ihre Loyalität belohnen und sie aktiv in unsere Pläne einbeziehen, möchten wir eine starke Gemeinschaft aufbauen, die sowohl unser Unternehmen als auch unsere Kunden nachhaltig voranbringt. Wir sind überzeugt, dass diese Maßnahmen nicht nur unsere Sichtbarkeit erhöhen, sondern auch das Vertrauen und die Zufriedenheit unserer Kunden stärken werden.

4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Abweichend vom ursprünglichen Plan, mehr physische Präsenz auf regionalen Fachmessen und Veranstaltungen zu zeigen, haben wir weitergehende „elektronische“ Maßnahmen ergriffen.

4.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Als kleines Unternehmen ist es für uns schwierig, physische Präsenz auf regionalen Fachmessen und Veranstaltungen zu zeigen. Der benötigte Zeit-, Material- und Kostenblock stand dann doch in keinem sinnvollen betriebswirtschaftlich vertretbarem Verhältnis.

Stattdessen haben wir uns der elektronischen Mittel bedient und über regional ausgerichtetes SEO-Marketing unseren Bekanntheitsgrad erhöht. Und dies nicht nur theoretisch, sondern messbar und auch in neuen Kundenbeziehungen in regionaler oder etwas weiter darüber hinaus zu bestätigen. Teilweise konnte auch komplett auf den Versandweg verzichtet werden und stattdessen ein Kundenbesuch mit der persönlichen Lieferung kombiniert werden.

4.5.4 Indikatoren

Steigerung Regionaler Mehrwert

Indikator 1: Bis Anfang 2026 planen wir mit einer Steigerung der Kundenbeziehungen im regionalen Kontext von 20%.

- Die geplante Zahl von 20% konnte nicht nur erreicht, sondern übertroffen werden.

4.5.5 Ausblick

Dieses hier erstmals gesetzte Ziel (Steigerung der regionalen Kunden um 10-20%) wollen wir auch weiter fortführen.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Energetische Massnahmen am Gebäude (alter Bestand) um hier weitere Energieeinsparungen und damit CO₂-Reduktionen erreichen können. ▪ Erhalt, Pflege und Ausbau der Grünflächen an unserem Standort (der sich mitten im „Grünen“ befindet). ▪ Mittelfristige Einführung eines Recyclingsystems für unseren Grauwasser-Umlauf in der Produktion. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das alte Gebäude wird noch in 2026 einer Energetischen Bewertung unterzogen. ▪ Erhaltungsmaßnahmen der Grünflächen. Rückbau einzelner Versiegelungen. ▪ Prüfung des Einsatzes eines Grauwasser Recyclingsystems . 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere, konkrete Massnahmen werden in Abhängigkeit der Bewertung und den finanziellen Rahmenbedingungen abgeleitet. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sinnvolle Energetische Massnahmen an Gebäude durchführen. ▪ Monitoring der Möglichkeiten und des Einsatzes von neuen Technologien.
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhalt und Pflege der Grünflächen rund um das Firmenareal; vermeiden von Versiegelungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhaltungsmaßnahmen der Grünflächen. Rückbau einzelner Versiegelungen aus dem Altbestand. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere, konkrete Maßnahmen werden in Abhängigkeit der Bewertung und den finanziellen Rahmenbedingungen abgeleitet. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusammenarbeit und Beratung durch lokalem Betrieb zur Landschaftspflege.
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reduktion von Verpackungsmüll ▪ Einsatz von nachhaltigen Rohstoffen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reduktion und im besten Fall die Vermeidung von kunststoffbasierten Verpackungen. ▪ Ausgenommen davon sind technische Verpackungen wie z.B. ESD-Hüllen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alle Verpackungen und Verpackungshilfsmittel sind bereits auf papierbasierte Lösungen umgestellt. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Monitoring der Möglichkeiten und des Einsatzes von neuen Technologien.

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> Die Achtung der Menschenrechte betrachten wir in unserem Unternehmen als selbstverständlich Gleichbehandlung und Diversität hat für uns einen hohen Stellenwert. Deshalb legen wir den größten Wert darauf, unsere Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten gleichwertig zu behandeln. Jegliche Form von Diskriminierung wird in unserem Unternehmen nicht toleriert 	<ul style="list-style-type: none"> Wir sprechen uns öffentlich für ethisches Handeln und die Wahrung von Menschen- und Arbeitsrechten aus. 	<ul style="list-style-type: none"> Impulse und Beschwerden seitens unserer Kundenschaft sind uns wichtig und sie werden systematisch bearbeitet. 	<ul style="list-style-type: none"> Weitere Reduktion der Komplexität unserer Lieferketten.
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none"> Dieser Leitsatz wird nur am Rande bearbeitet, da wir als kleines Unternehmen (freie) Mitarbeiter nur auf Projektbasis beschäftigen 	<ul style="list-style-type: none"> Flexible Arbeitszeiten und freizügige Regelungen bei der Wahl des Arbeitsortes. 	<ul style="list-style-type: none"> -keine- 	<ul style="list-style-type: none"> Flexible und individuelle Arbeitsmodelle schaffen und Feedback einarbeiten.
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> Umfragen sowie gezielte Gespräche bei Projektmitarbeitern und Kunden 	<ul style="list-style-type: none"> Identifikation und Einordnung der Anspruchsgruppen in das eigene unternehmerische Umfeld. 	<ul style="list-style-type: none"> -keine- 	<ul style="list-style-type: none"> Wir suchen nach weiteren Möglichkeiten, unsere Anspruchsgruppen einzubeziehen.
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<ul style="list-style-type: none"> Identifizierung und Verständnis der Bedürfnisse, Erwartungen und Interessen verschiedener Anspruchsgruppen. Schaffung von Win-Win- 	<ul style="list-style-type: none"> Wir gewinnen neue Kundinnen und Kunden. Wir streben danach, die Kundenzufriedenheit durch hohe Produktqualität und exzellenten 	<ul style="list-style-type: none"> Stichprobenartige Umfragen bei Kunden bei Abschluss des Auftrags. 	<ul style="list-style-type: none"> Ggf. Automatisierung der Umfragen an Lieferschein oder Rechnung gekoppelt.

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	Situationen, die sowohl die Ziele der Organisation als auch die Interessen der Anspruchsgruppen berücksichtigen.	Kundenservice zu steigern, um die Markentreue zu stärken und langfristigen Unternehmenserfolg zu gewährleisten.		
Leitsatz 11 – Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> Integration von Umwelt-, Sozial- und Governance-Kriterien (ESG-Kriterien) in alle Finanzentscheidungen, um langfristige ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit zu fördern. 	<ul style="list-style-type: none"> Wir erstellen einen Verhaltenskodex und setzen ihn aktiv durch. 	<ul style="list-style-type: none"> -keine- 	<ul style="list-style-type: none"> Transparente Kommunikation innerhalb und ausserhalb unseres Unternehmens.
<ul style="list-style-type: none"> Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation 	<ul style="list-style-type: none"> Errichtung eines regelmäßigen Feedbackmechanismus, um die Meinungen und Bedenken aller Anspruchsgruppen zu berücksichtigen und in die Nachhaltigkeitsstrategie unseres Unternehmens einzubeziehen. 	<ul style="list-style-type: none"> Wir weiten unsere Öffentlichkeitsarbeit aus, um zu nachhaltigem Handeln zu bewegen. Wir beteiligen uns aktiv an Netzwerkveranstaltungen und suchen sowie fördern den externen Austausch. 	<ul style="list-style-type: none"> Wir nehmen aktiv z.B. an der „KLIMAWIN BW“ Initiative teil. 	<ul style="list-style-type: none"> Transparente Kommunikation über die Tätigkeiten innerhalb und ausserhalb unseres Unternehmens.

6. Unser Klimawin BW-Projekt

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

6.1 Das Projekt

Unsere Kunden erhalten die Möglichkeit, die anfallenden Treibhausgasemissionen (Verpackung/Versand) für Ihren Auftrag bei uns direkt zu kompensieren. In Kooperation mit einem unserer Partnerunternehmen wird dafür ein KLIMAWIN-Projekt ins Leben gerufen. Die virtuell erstatteten Gelder werden 100% einem offiziell zertifizierten Projekt zur Treibhausgaskompensation zugeführt.

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Wir unterstützen neben dem zuvor genannten finanzierten Kompensationsprojekt auch regionale Projekte hier vor Ort.

Unser Beitrag ist dabei, den gleichen Geldwert bereitzustellen, der im vorherigen Jahr von unseren Kunden kompensiert wurde. Da jedes Jahr unterschiedliche Beträge gesammelt werden, kann kein genauer Geldwert festgelegt werden.

Umfang der Förderung: *noch zu ermitteln*

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

In Berichtsjahr 2025 konnten hier noch keine konkreten Ergebnisse erzielt werden, da der geplante Aufwand zur Ermittlung des Basiswertes (= die Treibhausgas-Emissionen) unsere praktischen Möglichkeiten überstieg.

6.4 Ausblick

Wir bleiben bei der grundsätzlichen Idee zu diesem Projekt, werden die praktische Umsetzung im aktuellen Jahr überdenken mit dem Ziel diese deutlich zu vereinfachen. Derzeit ist eine Art „T-Shirt-Size“-Modell in der Planung, bei dem Kunden bei Auftragserteilung eine Wahl „S, M, L“ treffen können und wir uns im gleichen Maße (also 1:1) daran beteiligen.

Impressum



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Herausgeber

TRACONTROL e.K. Inh. Stephan Daub

Im See 1

76703 Kraichtal-Neuenbürg

Telefon: +49 7259 929831

E-Mail: stephan.daub@tracontrol.com

Internet: www.tracontrol.com

Ansprechperson

Herr Stephan Daub ist als Inhaber des Unternehmens TRACONTROL e.K. auch der Ansprechpartner für alle Fragen zum vorliegenden Bericht.

Stand

08.03.2026