



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2020

WEHRGESCHICHTLICHES
MUSEUM RASTATT GMBH
(WGM)



Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| 1. Über uns | 1 |
| 2. Die WIN-Charta | 2 |
| 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement | 3 |
| 4. Unsere Schwerpunktthemen | 4 |
| Energie und Emissionen: <i>"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral." (Leitsatz 05)</i> | 4 |
| Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: <i>"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region." (Leitsatz 07)</i> | 6 |
| Regionaler Mehrwert: <i>"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften." (Leitsatz 11)</i> | 8 |
| 5. Weitere Aktivitäten | 10 |
| • Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange | 10 |
| • Umweltbelange | 11 |
| • Ökonomischer Mehrwert | 11 |
| • Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption | 12 |
| • Regionaler Mehrwert | 12 |
| 6. Unser WIN!-Projekt | 13 |
| 7. Kontaktinformationen | 15 |
| Ansprechpartner | 15 |
| Impressum | 15 |

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Das Wehrgeschichtliche Museum Rastatt 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 wird 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. Seit 2008 wird die Dauerausstellung ergänzt durch eine Sammlung von Reservistika und soldatischen Erinnerungsstücken bis zum Ersten Weltkrieg.

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 Museum befindet sich seit 1956 auf rund 2000 qm im Barockschloss Rastatt

Das Unternehmen wird vertreten durch den Geschäftsführer Dr. Alexander Jordan (Rastatt).

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen 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.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/win-charta-unternehmen>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 22.06.2018

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Ludwig die Stadtmaus – Stadtgeschichte für Groß und Klein

Schwerpunktbereich: Bildung und Integration

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | <input type="checkbox"/> Ressourcen | <input type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input checked="" type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: ca. 40 Arbeitsstunden der Mitarbeiter; Materialkosten von ca. 250,- €

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 05: Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*
- Leitsatz 07: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*
- Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

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 auch das Wehrgeschichtliche Museum Rastatt verpflichtet (vgl. als Grundlage auch den United Nations Global Compact Bericht 2015).



*Blick in die Dauerausstellung des Museums –
Thema Industrialisierung*

Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."* (Leitsatz 05)

ZIELSETZUNG

Diese 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 wird getragen vom Land Baden-Württemberg, der Stadt Rastatt und der Vereinigung der Freunde des WGM. Aufgrund dieser Konstellation (Beteiligung der öffentlichen Hand) gelten wir nicht als KMU (= Kleine und mittlere Unternehmen) und nehmen an

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Energieaudits nach DIN EN 16247-1:2012 teil. Der erste Bericht wurde am 01.12.2015 von der Firma VISTRA-Ing.-Büro, Durlacher Allee 47, 76131 Karlsruhe verfasst. Der vorgeschriebene Folgebericht wurde Anfang 2019 in Auftrag gegeben, konnte aber wegen fehlender Daten erst Anfang 2021 fertiggestellt werden.

Diese Audits stellen eine hervorragende Sensibilisierung und Hilfestellung dar.

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

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Zentrale Aufgabe ist es, im Rahmen der Beleuchtungssituation – über den Austausch von Leuchtmitteln – weitere Einsparungen zu generieren.
- Es wurden an ausgewählten Stellen Bewegungsmelder (u.a. Studiensammlung Dienstgradabzeichen) angebracht, um die Beleuchtung nur im Falle von Besucherverkehr zu aktivieren. Dies schützt darüber hinaus die lichtempfindlichen Ausstellungsstücke.
- 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.
- Energieaudit nach DIN EN 16247-1:2012.
- Dank einer Projektförderung durch das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg konnten in 2020 dringend notwendige Erneuerungen bei Teilen der Vitrinenbeleuchtung und eine Verbesserung der Ausstellungsdidaktik umgesetzt werden. Somit begegnet dem Besucher ein modernes, ansprechendes Museum in barocken Räumlichkeiten, das nachhaltigen Betriebsaspekten Rechnung trägt.



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KUNST

*Eine Projektförderung ermöglicht
nachhaltige Energie-Perspektiven im
Museum*

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Maßnahmen sind schwer direkt messbar. Das Jahr 2020 bietet aufgrund der langen Schließzeit durch die COVID19-Pandemie allerdings eine ungewöhnliche Chance: Mit der mehrmonatigen Schließung des Museums für Besucherverkehr wurden die Energie- und vor allem Stromkosten gedämpft. Dadurch wird ein direkter Vergleich der Energiekosten 2019 zu 2020 möglich, von dem sich die Geschäftsführung Erkenntnisse zu Umfang und Auswirkungen des Besucherbetriebes in Relation zu den Betriebskosten erhofft. Dies ist in Ermangelung von entsprechenden Erfassungsgeräten (für Heizung und Strom) bisher nicht möglich gewesen.

Unter dem Nachhaltigkeitsaspekt ist die Erneuerung der Vitrinenbeleuchtungen außerordentlich effizient. Neben der Einsparung von Energie und damit Dämpfung der Betriebskosten werden auch moderne, konservatorische Rahmendbedingungen optimiert.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Weitere Verbesserungen sind stark von der finanziellen Situation abhängig. Der Spielraum für technische Erneuerungen ist sehr begrenzt.

Für die Zukunft werden zusätzliche Optimierungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen angestrebt. Eventuell kann die Transportbelastung (Umweltauswirkungen, verursacht durch den Transport von Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch den Transport von Mitarbeitern) weiter minimiert werden.

INDIKATOREN

Siehe Ergebnisse und Entwicklungen.

AUSBLICK

Wir werden an diesem außerordentlich wichtigen und zukunftsweisenden Schwerpunktthema festhalten.

Weitere Potentiale können eventuell im Bereich der Versorgung mit Fernwärme generiert werden. Dies ist aufgrund der Mietsituation im Schloss allerdings abhängig vom Vermieter (Land Baden-Württemberg).

Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."* (Leitsatz 07)

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)

Nachhaltig zu Wirtschaften lohnt sich für das Wehrgeschichtliche Museum Rastatt auch im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte. Gerade junge Akademiker legen Wert darauf, Beruf und Familie zu vereinbaren. Sie streben oftmals nicht nach dem maximalen Gehalt, sondern schätzen vor allem Unternehmen, die gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Damit ist eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Tätigkeit des Museums sehr gut geeignet, das Image eines Unternehmens positiv zu beeinflussen.

Durch sicherere Beschäftigungsverhältnisse entlasten wir vor allem unsere Mitarbeitenden und stärken durch den Einsatz für mehr Gleichberechtigung vorhandene Potenziale in unserem Museum.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Innovationsvorbereitung: Stärkung der Aussenrepräsentation des Museums und Weiterbildung der Mitarbeiter

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Verbesserung von Organisation und Ablaufprozessen
- Wirtschaftliche Leistung stabil halten

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Das Wehrgeschichtliche Museum besteht seit nunmehr fast 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.

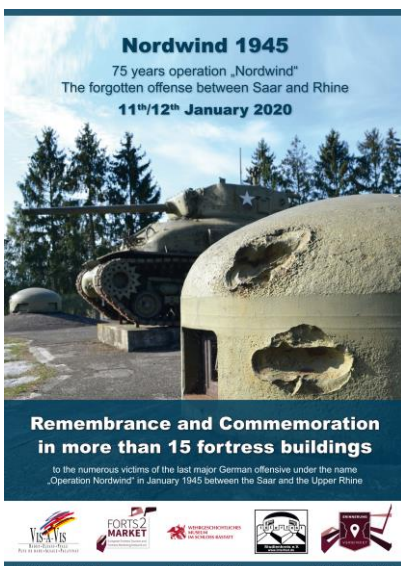
INDIKATOREN

Indikator 1: Mitarbeiterzahl

- Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten betrug in den Jahren 2016-2020 neunzehn Personen und stellt sich wie folgt dar:
Geschäftsführer: 1 Angestellte: 2 Aushilfskräfte: 15
- Die Zahl der Mitarbeitenden konnte gehalten werden, und soll im Falle einer verbesserten Finanzausstattung u.U. auch ausgebaut werden.

Indikator 2: Weiterbildungen und Außenrepräsentation

- Der Geschäftsführer nimmt i.d.R. 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. Dies war in 2020 aufgrund der europaweiten Pandemie nicht möglich.



- Die Geschäftsführung versucht durch Fachvorträge den Bekanntheitsgrad des Museums zu erhöhen und dadurch langfristig neue Interessenten und eventuell auch Unterstützer zu akquirieren. Auch dies war 2020 nur sehr eingeschränkt möglich.

AUSBLICK

- Die Sichtbarkeit des Unternehmens und insbesondere der Ausstellung im Wehrgeschichtlichen Museum wird online, durch eine ansprechende und gut strukturierte Homepage, weiter verbessert. Die Teilmodernisierung des Designs (Grundlayout) und die Optimierung für alle aktuellen, gängigen Browser (Firefox, Chrome, IE 11, Edge, Safari) sowie eine Optimierung für mobile Endgeräte ist bereits durchgeführt. Im Herbst 2021 wurde ein Imagetrailer online gestellt.

Internationale Zusammenarbeit ist für das Museum essenziell, wie bei dieser Kooperation in der PAMINA-Region

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften." (Leitsatz 11)

ZIELSETZUNG

Das Wehrgeschichtliche Museum als Kulturvermittler hat seit seiner Gründung als Badisches Armeemuseum 1934 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 hat Auswirkungen auf das regionale unternehmerische Netzwerk. Durch seine herausragende Stellung im Tourismusbereich wird auch die regionale Ökonomie gestärkt. Die Besucher des Museums verbringen in der Regel den ganzen oder zumindest halben Tag in der Stadt Rastatt bzw. der Region.

Indirekte ökonomische Auswirkungen auf die Region können auch durch die Förderung des Wissensstands innerhalb der Fachwelt und eines interessierten Publikums generiert werden. Die Vorträge im Museum und der Mitarbeiter sind hierzu ein zentrales Element.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Planung und Durchführung von Ausstellungen und Veranstaltungen zur Gewinnung neuer Besuchergruppen und Interessenten.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Das Museum wird sich weiter mit lokalen Kultureinrichtungen vernetzen und somit neben dem Wissensaustausch auch Synergie-Effekte fördern. Für 2021 sind weitere öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen und Ausstellungen vorgesehen, nach Möglichkeit auch in Kooperation mit anderen Trägern und Einrichtungen. Diese sind abhängig von der Entwicklung der COVID19-Pandemie.

INDIKATOREN

Leider konnten im Jahr 2020 nur wenige Veranstaltungen zu Jahresbeginn umgesetzt werden. 2020 jährte sich ein überaus zentrales militärhistorisches Ereignis zum 75. Mal: das Ende des Zweiten Weltkrieges. Einen Aspekt hat das Wehrgeschichtliche Museum besonders thematisiert: Das Unternehmen NORDWIND IM WINTER 1944/45 sowie - im Rahmen eines Vortrages - das *Kriegsende an der Heimatfront – Das Beispiel Brettheim 1945*. Alle weiteren Sonderausstellungs- und Veranstaltungsaktivitäten mussten wegen der COVID19-Pandemie abgesagt oder in das Folgejahr verschoben werden.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

AUSBLICK

Das Museum wird an diesem wichtigen Schwerpunktthema festhalten. Ausstellungen und Vorträge gehören zum Daseinszweck eines Museums.

Seit 2020 ist das ‚Wehrgeschichtliche Museum integraler Bestandteil des 2019 gegründeten ‚Netzwerk Festungsmonumente am Oberrhein‘. Ziel des Netzwerkprojektes ist die Schaffung eines neuen grenzüberschreitenden Freizeitangebots für die Bewohner und Besucher des PAMINA-Raums (Südpfalz, Baden und Elsass) durch die Vernetzung von über 25 Befestigungsanlagen und historischen Stellungen. Grundlegend ist dabei eine bessere wirtschaftliche, kulturelle und soziale Inwertsetzung des Kulturerbes ‚Festungsmonumente am Oberrhein‘. Das Projekt wird von der Europäischen Union finanziell gefördert. Die ursprünglich für das Jahr 2020 geplanten Veranstaltungen mussten coronabedingt in das Jahr 2021 verlegt werden. Zentrales Projekt ist die Erstellung einer touristischen Faltkarte des Oberrhein-Raumes, in der alle Partnereinrichtungen benannt sind. Die ‚Zivilgesellschaft‘ soll im Rahmen der Veranstaltungsreihe ‚Festungssommer‘ von März bis Oktober 2021 aktiv in das Projekt einbezogen werden. Eine beträchtliche Anzahl von Befestigungen auf beiden Seiten der Grenze wird dann durch Aktionen hervorgehoben, die auf Begegnung und Austausch zwischen Bewohnern und Besuchern der Region abzielen. Geplant sind zum Beispiel eine Wanderausstellung zwischen Rastatt und Schoenenburg, Konferenzen und ein großes Bürgerfest in Rastatt, das für den 10. Oktober 2021 geplant ist.

5. Weitere Aktivitäten

- **Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange**

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Durch die Bereitstellung von Feedbacksystemen geben wir den Mitarbeitern die Möglichkeit, eigene Wünsche und individuelle Herausforderungen zu kommunizieren. Dies fängt bei einer Kultur der offenen Türen und dem offenen Ohr des Geschäftsführers an. Strukturiertes Feedback wird durch Mitarbeiterbefragungen und regelmäßige Mitarbeitergespräche eingeholt.

Das Feedback unserer Mitarbeitenden hilft uns Maßnahmen zu entwickeln, mit denen wir auf die individuellen Bedarfe in unserem Unternehmen reagieren können.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Sofern es die Betriebsprozesse erlauben, stärken unsere flexiblen Arbeitszeitmodelle die Zufriedenheit, das Engagement und die Motivation unserer Mitarbeitenden und führen so zu einem nachhaltigen Mitarbeiterwohlbefinden. Zudem nutzen wir sie als wichtiges Instrument, um bestehende Arbeitskräftepotenziale im Unternehmen zu aktivieren.

Wir sind der Meinung, dass oftmals schon kleine Maßnahmen wie ergonomische Arbeitsplätze, Lärmreduzierung, helle und freundliche Räume, Bilder und Pflanzen das Mitarbeiterwohlbefinden verbessern und so zu einer angenehmen Arbeitsatmosphäre beitragen. Hier konnte schon mit geringem finanziellem Aufwand eine nachhaltige Verbesserung geschaffen werden. Eine gute Arbeitsatmosphäre profitiert zudem durch einen vertrauensvollen Umgang, eine offene Kommunikation und flache Hierarchien im Unternehmen, die im Wehrgeschichtliche Museum Rastatt gegeben sind und optimiert wurden.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Die Grundlage für jeden Dialogprozess bildete am Anfang die Identifikation und Einordnung der Anspruchsgruppen in das museumseigene Umfeld. Einfache Formen der Analyse wurden dabei von der Geschäftsleitung angewandt. In einem zweiten Schritt wurden die potenziellen Anspruchsgruppen nach bestimmten Kriterien geordnet, primär nach privatwirtschaftlichen, politischen oder zivilgesellschaftlichen Bereichen.

Als ein herausragender Schritt zur Steigerung der Akzeptanz unseres Unternehmens und unserer „Produkte“ (=Wissensvermittlung) galt und gilt es Transparenz gegenüber den Anspruchsgruppen zu schaffen und diese über unsere Aktivitäten und Entwicklungen zu informieren. Mit der Teilnahme am WIN-Charta Zielkonzept (Unterzeichnung am 22.06.2018) und dem vorliegenden Bericht stellen wir wesentliche Informationen zur Verfügung und geben so den Anspruchsgruppen die Möglichkeit, unser Unternehmen besser kennenzulernen und zielgerichtet mit uns in einen Austausch einzusteigen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- **Umweltbelange**

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Im Wehrgeschichtlichen Museum wird großer Wert auf Ressourcenschonung gelegt, insbesondere im Büroalltag. Nach Möglichkeit werden umweltfreundliche Materialien verwendet, wie z.B. Recyclingpapier oder mit Umweltsiegel versehene Reinigungsmittel. Eine teilweise Umstellung auf digitalen Briefversand spart zusätzlich unnötig verschicktes Papier und Portokosten.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Hier liegt der Fokus auf managementorientierten Lösungsansätzen, um gezielt Abläufe in unserem Unternehmen zu optimieren. Leitfragen hierbei sind u.a.: Wie kann die Lieferkette nach nachhaltigen Gesichtspunkten gestaltet werden? Wie können bei der Beschaffung von Verbrauchs- oder Hilfsmitteln, etwa Computern und Büromaterialien, Gesichtspunkte der Nachhaltigkeit zugrunde gelegt werden?

- **Ökonomischer Mehrwert**

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

In Ermangelung eines Produktions- / Herstellungsprozesses (Museum) kaum anwendbar.



Das 19. Jahrhundert stellt einen wichtigen Ausstellungsschwerpunkt dar

- **Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption**

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Nachhaltige Finanzentscheidungen sind ein wichtiges Thema für jedes WIN Charta-Unternehmen, so auch im Wehrgeschichtlichen Museum, das aufgrund seiner Finanzausstattung ganz besonderen Wert auf Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit legt. Bei der Bewertung von Investitionen und Anlagen werden explizit Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigt. Die mittel- und langfristige Planung der Finanzen leistet für unser Unternehmen einen wichtigen Beitrag dazu, potenzielle Herausforderungen frühzeitig zu erkennen und zu umschiffen. Dies wird in dem jährlich aufzustellenden Wirtschaftsplan evident.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Das Wehrgeschichtliche Museum setzt ein klares Zeichen gegen Korruption, indem wir eine Zusammenarbeit mit Unternehmen, für die Anti-Korruptionsmaßnahmen einen geringeren Stellenwert haben als für uns, von vorneherein ausschließen. Wir schaffen zusätzliches Vertrauen, indem wir Vergleichsangebote einholen und uns damit aktiv über verschiedene Optionen auf dem Markt informieren. Natürlich wird auch ein Informationsaustausch mit Unternehmenspartnern durchgeführt. Dieser führt zur Sensibilisierung beim Thema Korruption bei unseren Partnern und verschafft uns zusätzliche Inspiration über mögliche weitere Anti-Korruptionsmaßnahmen, die bei uns bis jetzt noch nicht umgesetzt wurden.

Unternehmensintern wurden Sicherheitsprinzipien verankert, wie etwa:

- Einführung des Vier-Augen-Prinzips für wichtige Entscheidungen und Vorgänge
- Strikte Funktionstrennung für wichtige Aufgabenbereiche
- Kontinuierliche Verbesserung der Organisationsabläufe

- **Regionaler Mehrwert**

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Unternehmen tragen nicht nur für ihre eigene Nachhaltigkeit Verantwortung, sondern nehmen auch eine Vorbild- und Leitungsfunktion für andere ein. Die Unternehmensführung dient dabei sowohl für Außenstehende als auch für die eigenen Mitarbeitenden als Vorbild. Die Geschäftsführung des Wehrgeschichtlichen Museums Rastatt hat es sich daher zur Aufgabe gemacht, durch das Vorleben von Nachhaltigkeit das Image des Unternehmens für Außenstehende und zusätzlich die Motivation der Mitarbeitenden, selbst aktiv zu werden zu fördern.

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Ludwig die Stadtmaus – Stadtgeschichte für Groß und Klein

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

Hans Peter Faller vermittelt in seinen nunmehr vier Büchern Kindern die Rastatter Stadtgeschichte auf altersgerechte Weise. So hat das vor ihm noch niemand versucht.

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 Gast beim Bürgerfest des Bundespräsidenten in Berlin.



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 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 Ferienbetreuung für Grundschulen konnten gute Erfolge erzielt werden.

UNSER WIN!-PROJEKT

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Kooperation und die gemeinsamen Veranstaltungen haben sich konsolidiert und gefestigt. Durch den Einbruch im Jahr 2020 wegen der Corona-Pandemie hoffen wir in den Folgejahren auf verstärkte Nachfrage. Das Modell bietet die Möglichkeit Kinder und Jugendliche eines breiten Altersspektrums anzusprechen. Als außerschulischer Lernort bietet das Museum vielfältige Möglichkeiten.

AUSBLICK

Die erfolgreiche Zusammenarbeit wird fortgesetzt.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Direktor und Geschäftsführer Dr. Alexander Jordan

information@wgm-rastatt.de

Impressum

Herausgegeben am 02.02.2021 von

Wehrgeschichtliches Museum Rastatt GmbH

Friedrich Ebert Str. 27, 76437 Rastatt

Telefon: 07222/34244

Fax: 07222/ 30712

E-Mail: information@wgm-rastatt.de

Internet: www.wgm-rastatt.de

