



Ensinger
Die Erfrischung deines Lebens



**NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN**



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2021

ENSINGER MINERAL-HEILQUELLEN GMBH



Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
Energie und Emissionen	5
Produktverantwortung	6
Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	8
5. Weitere Aktivitäten	9
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	9
Umweltbelange	11
Ökonomischer Mehrwert	11
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	12
Regionaler Mehrwert	13
6. Unser WIN!-Projekt	15
7. Klimaschutz	16
8. Kontaktinformationen	18
Ansprechpartner	18
Impressum	18

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH mit Sitz im schwäbischen Vaihingen/Enz-Ensingen ist ein mittelständisches Familienunternehmen. Der von Wilhelm Fritz Senior im Jahr 1952 gegründete Mineralbrunnen ist einer der führenden Getränkehersteller in Baden-Württemberg und wird heute in dritter Generation geführt.

Das vielfach DLG-prämierte Produktsortiment umfasst das natürliche Heilwasser Ensinger Schiller Quelle und die natürlichen Mineralwässer Ensinger SPORT, Ensinger Naturelle sowie Ensinger Gourmet Bio-Mineralwasser. Das Ensinger Gourmet Bio-Mineralwasser stammt aus der ersten bio-zertifizierten Mineralwasserquelle Baden-Württembergs. Zudem wird das Sortiment der hochwertigen Erfrischungsgetränke mit Direktsaftschorlen von heimischen Streuobstwiesen, kalorienarme Sport- und funktionale Vitamingetränke, außerdem zahlreiche Fruchtsaftgetränke und hochwertige Limonaden ergänzt.

Das Unternehmen vertreibt seine Produkte mit Schwerpunkt in Baden-Württemberg und angrenzenden Bundesländern sowie bundesweit über den firmeneigenen Onlineshop.

Ensinger verfügt über ein zertifiziertes Qualitäts-, Umwelt-, Energie-, Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagement und ist nach dem internationalen Food Standard IFS zertifiziert.

Seit 2018 ist das mit dem Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnete Unternehmen gemäß dem Greenhouse Gas Protocol klimaneutral.

Die Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH beschäftigt zurzeit etwa 170 Mitarbeiter, darunter sechs Auszubildende und erzielte 2021 einen Warenumsatz von rund 50 Millionen Euro. Weitere Informationen sind unter www.ensinger.de ersichtlich.



Das Unternehmen verzichtet im gesamten Bericht aus Gründen der Lesbarkeit auf die weibliche Form. Sofern nicht anders angegeben beziehen sich die verwendeten Daten auf Dezember 2021.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentiert das Unternehmen seine Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation von Ensinger erforderlich sind, und spiegelt alle wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen des Unternehmens wider.

Von wesentlicher Bedeutung sind die ressourcenschonende Bewirtschaftung und der Schutz der Mineralquellen, damit noch viele Generationen auf diese wertvolle natürliche Ressource zugreifen können.

Die größte Herausforderung, der wir uns als Unternehmen stellen, ist die [Klimaneutralität](#). Der stetig steigende CO₂-Ausstoß, der die Erderwärmung mit verursacht, muss gesenkt und wo möglich, vermieden werden. Die Zertifizierung der Klimaneutralität nach dem Greenhouse Gas Protocol (Scope 1 und 2) war der Beginn. Langfristig wollen wir auch die vorgelagerten und nachgelagerten Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigen (Scope 3).

Um dies zu erreichen, benötigt es eine gute [Strategie](#). Deshalb hat sich die Geschäftsleitung gemeinsam mit den Gesellschaftervertretern entschieden, für die strategische Ausrichtung neue Wege zu beschreiten und alle Kollegen am Prozess zu beteiligen.



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, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

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

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 Mitarbeitende 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 <http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 2014

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Artenschutzprojekt Steinkauz, Landkreis Ludwigsburg

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: ca. 1.000,00 € und mehrere Arbeitstage

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

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Für uns bei Ensinger bedeutet Nachhaltigkeit vor allem, die Zukunftsfähigkeit zu sichern. Hierbei ist die [Klimaneutralität](#) von wesentlicher Bedeutung. Die Klimakrise ist eine der größten Herausforderung, der wir uns als Unternehmen stellen müssen. Deshalb legen wir den Schwerpunkt auf den Leitsatz 05 „Energie und Emissionen“.

Die Zukunft zu sichern bedeutet aber auch, Verantwortung für die Produkte und Prozesse zu übernehmen. Gesunde natürliche Produkte, möglichst ohne Zuckerzusatz oder Süßstoff, die Bevorzugung regionaler Produkte, die Sicherung des regionalen Streuobst-Apfelschorle-Projekts, das zur Erhaltung der heimischen Kulturlandschaften beiträgt, sowie der Gewässerschutz im näheren und weiteren Umfeld liegen uns hierbei besonders am Herzen. Der Leitsatz 06 „Produktverantwortung“ liegt in unserer Unternehmens-DNA.

Der beste Weg, die Zukunft vorherzusagen, ist, sie zu gestalten (Zitat Peter F. Drucker). Entsprechend haben wir bereits im letzten Jahr den Ensinger Strategieprozess 2027 gestartet. Hierbei war uns die Einbindung aller Mitarbeiter in die grundsätzlichen Fragestellungen unseres Unternehmens sehr wichtig. Betroffene zu Beteiligten machen, informierte und involvierte Mitarbeiter sind die Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg. Deshalb legen wir den diesjährigen Schwerpunkt auf den Leitsatz 07 „Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze“.

Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Bis im Jahr 2027 wollen wir bei den vorgelagerten und nachgelagerten Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 3) die Menge an klimaschädlichen Gasen in der Atmosphäre nicht erhöhen und somit einen wichtigen Beitrag leisten, die Erwärmung langfristig zu stoppen.

Details zu den ergriffenen Maßnahmen, den Ergebnissen und Entwicklungen, sind im Kapitel 7 „[Klimaschutz](#)“ ersichtlich.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Produktverantwortung

ZIELSETZUNG

Als erster Bio-Mineralbrunnen in Baden-Württemberg ist Ensinger auch Lizenznehmer der Qualitätsgemeinschaft [Bio-Mineralwasser](#) e.V. und sich damit seiner Produktverantwortung bewusst. An die Reinheit des natürlichen Mineralwassers werden weit höhere Anforderungen gestellt, als das durch die Mineral- und Tafelwasserverordnung vorgegeben ist.

Seit vielen Jahren verwendet das Unternehmen für die Herstellung seiner Direktsaft Apfel-Schorlen vorwiegend Obst aus baden-württembergischem Streuobstanbau und unterstützt dadurch den Erhalt der ökologisch so wertvollen Kulturlandschaft.

- Förderung des ökologischen Landbaus auf der Gemarkung Vaihingen/Enz und im Enzkreis durch den [Ensinger Umweltpreis](#).
- Förderung der biologischen Vielfalt und insbesondere des Insektenschutzes.
- Unterstützung der [Vaihinger Streuobstinitiative](#) zur Erhaltung der regionalen Kulturlandschaft.
- Planung einer Neukonzeption unseres Glasabfüllprozesses, um den spezifischen Trinkwasser- und Energieverbrauch zu senken.
- Förderung des Glas-Mehrweg-Pools der [Genossenschaft Deutscher Mineralbrunnen](#).

ERGRIFFENE MAßNAHMEN

- Die Förderung der Umstellung von konventionellem auf ökologischen Landbau (nach Bioland-Kriterien) erfolgt durch die finanzielle und immaterielle Unterstützung der drei Betriebe Winkler, Binder und Conradt.
- Ein Anreizsystem in Form des ins Leben gerufenen Ensinger Umweltpreises mit einer Gesamtfördersumme von 100.000,00 € über drei Jahre soll die Attraktivität zur Umstellung für weitere Landwirte erhöhen.
- Die Förderung des regionalen Streuobstanbaus sichert die Erhaltung der einheimischen Streuobstwiesen und stärkt das nachhaltige Wirtschaftswachstum in der Region. Die bewirtschaftete Fläche konnte in den letzten Jahren kontinuierlich gesteigert werden.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Seit 2020 dürfen die Eier der 200 Legehennen des Biohofs [Winkler](#) als Bio-Ware vermarktet werden.
- Mit der Kostenübernahme für die Zuckermühle und einem Eierautomaten wurde die Direktvermarktung der Bioprodukte auf dem Freilandhof der Familie [Binder](#) optimiert.
- Durch die finanzielle Unterstützung der Familie [Conradt](#) war die Einbringung eines Betonbodens in der Getreide- und Gerätehalle möglich. Diese Maßnahme macht es möglich, Bio-Getreide über einen längeren Zeitraum zu lagern.
- Erneute Auszeichnung mit dem „Preis für langjährige Produktqualität“ durch das Testzentrum Lebensmittel der DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft). Damit erhielt Ensinger die Auszeichnung als einziger Mineralbrunnen Deutschlands zum 21. Mal.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Umstellung auf ökologischen Landbau (Stand: 12/2021)

- 2021: Ziel: 200 Hektar Ist: 202 Hektar
- 2022: Ziel: 210 Hektar (inklusive Bio-Weinbau)

Indikator 2: Regionaler Streuobstbezug

Der regionale Streuobstbezug beim Ensinger Streuobst Apfel-Schorle wird gesteigert.

- Ziel 2021: 170 Tonnen Ist: 176 Tonnen
- Ziel 2022: 200 Tonnen*

* Das Erreichen der Ziele unterliegt der natürlichen Alternanz im Streuobstbau und den klimatischen Bedingungen.

AUSBLICK

Nach wie vor bleibt insbesondere der Weinbau eine Herausforderung bei der Umstellung von konventioneller auf ökologische Landwirtschaft, weshalb die Geschäftsführung die Strategische Initiative „Bio-Stromberg“ ins Leben gerufen hat. Schnell wurde dabei klar, dass die Weingärtner vor allem bei der Vermarktung ihrer Trauben unterstützt werden müssen.

Das Fruchtsaftkonzentrat aus Valencia, das zur natürlichen Süßung für unsere Ensinger Sport mit Frucht-Produkte eingesetzt wird, soll durch ein eigenes Süßungskonzentrat aus dem Bio-Stromberg ersetzt werden.

Zudem entwickeln wir zwei neue Produkte. Eine rote Traubensaft-Schorle und eine weiße Mehrfrucht-Schorle unter dem Namen „Ensinger Heimat Spritz“.

Damit wird zum einen die Vermarktung von Bio-Früchten aus unserer direkten Umgebung gefördert und zum anderen werden lange Transportwege vermieden.



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

ZIELSETZUNG

Die Zukunft zu sichern ist nur möglich, wenn unser Unternehmen langfristig ausgerichtet ist, eine Strategie verfolgt und umgesetzte Maßnahmen immer wieder auf ihre Wirksamkeit überprüft.

ERGRIFFENE MAßNAHMEN

- Die Workshops zur zukünftigen strategischen Planung des Unternehmens wurden über alle Hierarchieebenen von den Gesellschaftern bis zu den Mitarbeitern durchgeführt.
- Ein neuer Ausbildungsberuf [CE-Logistiker 4.0](#) wurde ins Leben gerufen und die erste Ausbildung begonnen.
- Das Ensinger [Ausbildungs-Speeddating 2022](#) in der Vaihinger Stadthalle war innerhalb kürzester Zeit komplett ausgebucht.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Dezember 2021 wurde die gesammelten Ideen und Hinweise der Belegschaft, den Gesellschaftern und des Managementteams zu Strategischen Initiativen und BSC-Zielen verdichtet. Die Ergebnisse wurden im Rahmen einer Betriebsversammlung und in der Broschüre „Strategie 2027“ vorgestellt.

INDIKATOREN

Indikator 1: Ausbildungsquote

- Derzeit beschäftigen wir 170 Mitarbeiter. Die aktuelle Ausbildungsquote liegt bei 5,6 %. Das Ziel von 5 % wurde somit erreicht.

Indikator 2: Umsatzziele

- Mit 47,4 Millionen Euro konnte das Umsatzziel von 50 Millionen Euro annähernd erreicht werden.

AUSBLICK

- Um den demographischen Wandel entgegen zu wirken, wird Aus- und Weiterbildungsquote auf 7,5 % festgelegt.
- Das Betriebsklima und die Arbeitsplatzbedingungen werden anhand einer Mitarbeiterbefragung überprüft.
- In die strategischen Projekte werden Mitarbeiter aller Hierarchieebenen eingebunden.



5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In der Ensinger Vision 2027 wird der Mensch und Mitarbeiter stärker in den Fokus gestellt.
- Arbeits- und Sicherheitsstandards werden eingehalten.
- Die Geschäftsführung bzw. die Verwaltung berichtet regelmäßig zu aktuellen und relevanten Themen der Arbeitssicherheit, des Datenschutzes und des betrieblichen Umweltschutzes.
- Unterstützung bei der Sanierung von Trinkwasserbrunnen in Malawi

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Bei Textilien werden ausschließlich Fair Trade-Produkte gekauft, bei Drucksachen nur noch Papier mit FSC-Zertifikat.
- Die Tafelläden Vaihingen/Enz und Ludwigsburg sowie die Lebenshilfe Vaihingen/Mühlacker werden weiterhin unterstützt.
- Allen Mitarbeitern wurde im Jahr 2021 eine Corona-Sonderprämie ausbezahlt.
- Aufgrund der Corona-Pandemie wurden die Ensinger Gesundheitstage auf ein mobiles Gesundheits-Angebot reduziert.
- Die Flutopfer im Ahrtal wurden mit Getränkespenden, die Kriegsoffer in der Ukraine mit Sachspenden unterstützt.
- Die Angebote zur betrieblichen Altersvorsorge, zum Lebenszeitkonto sowie zur Gewinnbeteiligung stehen den Mitarbeitern zur Verfügung.

Ausblick:

- Ensinger will seinen Mitarbeitern auch weiterhin einen sicheren und arbeitnehmerfreundlichen Arbeitsplatz bieten und dabei gleichzeitig deren Wohlbefinden und Gesundheit fördern.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Monatlich kommt ein Naturheilpraktiker zur funktionellen Massage und manuellen Therapie in das Unternehmen
- Die Mitarbeiter haben die Möglichkeit, über den Hastrunk regelmäßig Ensinger-Produkte mitzunehmen.
- Ensinger bietet seinen Mitarbeitern die Teilnahme an „Bike-Leasing“ an.
- Ensinger bietet ein Gesundheitspass-Bonussystem für seine Mitarbeiter.



Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Ersthelferquote im Unternehmen beträgt 18 %.
- Die Gesundheitsquote im Jahr 2021 lag bei 96,1%.
- Am Ensinger Gesundheits-Bonussystem haben 33% der Belegschaft teilgenommen.
- Das Betriebliche Gesundheitsmanagementsystem wurde erfolgreich zertifiziert.

Ausblick:

- Ein Fahrsicherheitstraining für Fahrradfahrer wird 2022 angeboten.
- Im Mai 2022 wird unser 70-jähriges Firmenjubiläum gefeiert
- Jeder Ensinger Gesundheitspass nimmt an einer Verlosung teil, bei der es Sachpreise in Höhe von 1.000 € von regionalen Anbietern zu gewinnen gibt.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Das Unternehmen führt mit allen gesellschaftlichen Gruppen einen offenen Dialog. Ensinger arbeitet auch mit Behörden und gesellschaftlichen Organisationen kooperativ zusammen.
- In Zusammenarbeit mit der Umwelttechnik Baden-Württemberg wurden [Best-Practise-Beispiele](#) hinsichtlich „Ressourceneffizienz in einem Lebensmittelbetrieb“ gefilmt und veröffentlicht.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Eine Nachbarschaftsbefragung wurde durchgeführt.
- Die Ensinger Mineralwasserseminare für Kunden und Interessierte konnten aufgrund der Corona-Pandemie nicht durchgeführt werden.

Ausblick:

- In Zusammenhang mit dem Firmenjubiläum wird ein Nachhaltigkeitstag durchgeführt.
- Kunden und Interessierte können an den Ensinger Mineralwasserseminaren teilnehmen.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Ressourceneffizienz der Wertschöpfungskette fällt und steigt mit der Kenngröße Gesamtanlageneffizienz (GEFF). Produktvielfalt, Chargenwechsel und Rüstzeiten sind hierbei von großer Bedeutung. Die Kennzahlen werden regelmäßig in verschiedenen Gremien besprochen.
- Mit dem internen UmweltsLeistungsbericht werden die spezifischen Verbräuche überwacht, bewertet und bei Bedarf die Prozesse entsprechend gesteuert.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch eine optimierte Produktionsplanung und verbesserte Reinigungsabläufe konnten die spezifischen Verbräuche im Jahr 2021 bei Mineralwasser, Trinkwasser, Abwasser und Erdgas gesenkt werden.
- Die Verbräuche bei Diesel sind durch den Aufbau einer eigenen Lkw-Flotte gestiegen. Der Stromverbrauch ist leicht gestiegen. Gründe hierfür sind die Umstellung von gasbetriebene auf elektrischbetriebene Fahrzeuge. Durch den Einbau eines Rinser in der Glasanlage konnte eine Qualitätssteigerung erzielt werden. Dazu kommt ein technisch einmalig aufgetretender Sondereffekt.
- Im Pkw-Bereich wurde der Elektrofuhrpark von einem auf sechs Fahrzeuge ausgebaut.

Ausblick:

- Die Bepalletierung für die Glas-Mehrweg-Produkte wird ausgetauscht und somit auf den neuesten technischen Stand gebracht. Hierdurch besteht die Möglichkeit, den Ressourcenverbrauch weiter zu senken.
- Das Energie- und Ressourcencontrollingsystem wird um zehn weitere Messstellen ausgebaut.
- Modernisierung von Elektrostaplern durch Umstellung von Nass- auf Lithiumbatterien.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Der Ensinger Fuhrpark wird mit C.A.R.E.-Diesel betankt. Der Dieselmotorkraftstoff aus nachwachsenden Rohstoffen hat bis zu 90% geringere Treibhausgas-Emissionen.
- Das Produktsortiment im neuen N2-Gebinde wurde weiter ausgebaut. Dies ist ein wichtiger Beitrag für das bundesweite Glas-Mehrwegsystem und eine Alternative zu PET-Flaschen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Ein hocheffizienter, leistungsfähiger [Elektrostapler](#) wurde in Zusammenarbeit mit dem Hersteller über mehrere Monate getestet.
- Der Glasabfüllprozess wurde weiter optimiert. Durch die Inbetriebnahme der neuen Flaschenreinigungsmaschine konnte der Trinkwasserverbrauch um ca. 50 Prozent gesenkt werden.
- Ein Gesamt-Sortimentskonzept wurde erstellt. Die grüne Heilwasserflasche wurde durch die neue N2-Brunneneinheitsflasche ersetzt.

Ausblick:

- Das Gesamt-Sortimentskonzept sieht vor, die alte Brunneneinheitsflasche in 0,7l bis Ende 2022 durch die neuen N2-Brunneneinheitsflaschen zu ersetzen. Hierdurch können Rüst- und Reinigungsarbeiten und somit Ressourcenverbräuche reduziert werden.
- Sobald der Test mit der neuen Staplergeneration erfolgreich abgeschlossen ist, sollen hiervon zwei im Unternehmen eingesetzt werden.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In 2021 wurde der Strategieprozess 2027 mit allen Mitarbeitern erarbeitet.
- Die langfristige Sicherstellung von Liquidität und Ertragskraft unter Aufrechterhaltung einer stabilen Eigenkapitalausstattung steht im Mittelpunkt unseres unternehmerischen Handelns.
- Die Investitionen werden im Vorfeld abteilungsübergreifend auf Nachhaltigkeitskriterien geprüft.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der mittelfristige Finanzplan (bis 2021) ist hinsichtlich des Erhalts des Investment Grade Ratings umgesetzt.
- Die Umsatz-, Kosten- und Finanzplanung für das Folgejahr wurde bis zum 30. November ebenfalls umgesetzt.

Ausblick:

- Die bestehende langfristige Finanzplanung wird bis 2027 weiterentwickelt. Hierbei stehen die Strategischen Initiativen im Fokus.
- Der mittelfristige Finanzplan wird hinsichtlich des Erhalts des Investment Grade Ratings umgesetzt.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Durch Audits nach den internationalen Normen DIN ISO 9001, 14001, 45001, 50001 und den Überprüfungen nach dem IFS-Food-Standard und Qualitätsrichtlinien Bio-Mineralwasser, kommen externe Fachleute, um unsere betrieblichen Tätigkeiten und Abläufe zu überprüfen.
- Das jährliche Rechtsaudit wurde mit Hilfe externer Unterstützung durchgeführt. Hierbei wurde unter anderem das Rechtskataster überprüft und angepasst.
- Politische Kontakte werden branchenintern in einer Datenbank gemeldet und dargelegt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Alle Zertifizierungen und Überprüfungen wurden bestanden, so dass die [Zertifikate](#) neu erstellt oder verlängert wurden.
- Das Datenschutzniveau wurde mit Hilfe einer neuen Software und den damit verbundenen Prozessanalysen weiter verbessert. Die Mitarbeiter wurden darin geschult.

Ausblick:

- Sämtliche Genehmigungen werden digitalisiert und in die neue Software eingeplegt. Die Umsetzung von einmaligen und wiederkehrenden Auflagen wird dadurch sichergestellt.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Sportartenübergreifendes Sponsoring insbesondere in der Jugendarbeit, Unterstützung des Ehrenamtes und Kulturförderung in der Region sowie Förderung von regionalen [Natur- und Artenschutzprojekten](#) wurden im Berichtszeitraum durchgeführt. Vereine, kirchliche Organisationen, Jugendarbeit, Aktionen von Stadt, Kreis und Land wurden auf vielfältige Art und Weise unterstützt.
- Ensinger arbeitet zudem mit den Organisationen NABU, BUND, Imkerverein und der OGV Vaihingen im Rahmen der Vaihinger Streuobstinitiative eng zusammen.
- Das Unternehmen unterstützt den regionalen Kulturverein Arcata und bietet in Zusammenarbeit mit Arcata seinen Mitarbeitern das [Ensinger Classics Konzert](#) an.
- Der Lokale Agenda Prozess von Vaihingen/Enz wird personell und materiell unterstützt.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zahlreiche Verbände, Vereine, Organisationen wurden finanziell, materiell oder mit kostenlosen Produkten unterstützt.
- Der neue regionaler Streamingdienst [Vaihingen TV](#) wird unterstützt.

Ausblick:

- Ensinger plant auch weiterhin in den Bereichen Sport, Ökologie und Kultur Sponsoring zu übernehmen und diese mit verschiedenen Projekten zu unterstützen.
- Beim [Ensinger Nachhaltigkeitstag](#) erhalten regionaler Betriebe die Möglichkeit, ihre Produkte und Dienstleistungen vorzustellen.



LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Öffentlichkeit wird im Rahmen von Funkspots, QR Codes, Podcasts über Nachhaltigkeitsthemen informiert und zum Umdenken motiviert.
- Unter allen Mitarbeitern, die am Ensinger Bonus-Gesundheits-System und/oder am betrieblichen Vorschlagswesen (BVW) teilgenommen haben, wurden jeweils Sachpreise im Wert von 1.000,00 € verlost. Alle Sachpreise sind von regionalen Anbietern.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Ideen der Mitarbeiter, die zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit beigetragen haben, wurden durch Prämien belohnt. Dadurch stieg das Interesse, sich aktiv an dem ständigen Entwicklungsprozess zu beteiligen.
- Durch das Intranet werden allen Mitarbeitern Informationen über das gesamte Unternehmensgeschehen angeboten. Information erhöht die Motivation, selbst nachhaltig zu handeln.

Ausblick:

- Durch die BVW-Verlosung mit Gewinnchancen von regionalen Sachpreisen soll ein zusätzlicher Anreiz geschaffen werden, sich am kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu beteiligen.
- Die [Ensinger Nachhaltigkeitstage](#) sollen weiterhin stattfinden und als Informationsquelle für alle Anspruchsgruppen dienen.
- Betriebsführungen für unterschiedliche Verbrauchergruppen werden weiterhin angeboten. Hier strebt das Unternehmen, sofern dies die aktuelle Lage/ Gegebenheiten ermöglicht, die Zielgröße von 80 [Betriebsführungen](#) pro Jahr an.

6. Unser WIN!-Projekt

Mit dem WIN-Projekt leistet Ensinger einen wertvollen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Die Forschungsgemeinschaft zur Erhaltung einheimischer Eulen e.V. ([FOGE](#)) hat sich zum Ziel gesetzt, die rückläufige Bestandsentwicklung des Steinkauzes im Landkreis Ludwigsburg zu stoppen bzw. das Aussterben der gefährdeten Eulenart zu verhindern.

Obwohl der Steinkauz sehr intelligent und anpassungsfähig ist und in einer vielgestaltigen Kulturlandschaft die unterschiedlichen Nischen nutzt, ist er schutzbedürftig. Ohne besonderen Schutz ist er weder den schnellen Veränderungen in unserer Landnutzung gewachsen noch vor den Begierden von Tierhaltern, Sammlern und Trophäenliebhabern geschützt.

Von großflächigen Bestandserhebungen und Kartieren der Vorkommen bis zur Einbeziehung der Grundstückseigentümer mit Steinkauzvorkommen sind Maßnahmen notwendig, um diese seltene Eulenart zu erhalten.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Ensinger hat seine Patenschaft für das Artenschutzprojekt „Steinkauz“ um weitere fünf Jahre verlängert (2020 bis 2025). In diesem Zeitraum fördert das Unternehmen das Projekt mit einer Spende in Höhe von insgesamt 5.000,00 €.

Des Weiteren unterstützt Ensinger die FOGE bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Dies kann in Form von Gestaltung von Drucksachen oder durch die Bereitstellung von Räumlichkeiten erfolgen.

Ziele sind die Erhaltung der Steinkauz-Population und die Bewusstseinsförderung für Artenschutz. Dabei werden Grundschulklassen in die Projektarbeit eingebunden, um einen Beitrag zur Bildung für nachhaltiger Entwicklung zu leisten.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Ein [Informationsheft](#) über den Eulenschutz im Kreis Ludwigsburg mit Randgebieten wurde in gemeinschaftlicher Zusammenarbeit erstellt und finanziell unterstützt.

Des Weiteren wurden wieder Steinkauz-Beringungsaktionen für Mitarbeiter und Familien angeboten.



AUSBLICK

Um die langfristige Patenschaft fortzuführen, wird Ensinger auch im kommenden Jahr die FOGE mit einer Spende von 1.000,00 € und Sachleistungen unterstützen.

7. Klimaschutz

In Ergänzung zu den obigen Ausführungen setzen wir zusätzlich einen besonderen Fokus auf den unternehmerischen Klimaschutz. Unser Ziel ist es, die Treibhausgasemissionen (THG) und den Energieverbrauch im Unternehmen zu senken.

DATEN IM ÜBERBLICK

Tabelle 1: Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangsbilanz 2012	Aktuelles Geschäftsjahr 2021	Veränderung gegenüber Referenzjahr	Zielsetzung und -erreichung		
	THG-Emissionen in t CO ₂ e	THG-Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e	Zieljahr	Reduktionsziel in t CO ₂ e oder %	Ziel-erreichung in %
Direkte und Indirekte THG-Emissionen Scope 1+2	3.600 Tonnen	0	-3.600	2027	0%	100%
Indirekte THG-Emissionen Scope 3	n.a.	n.a.	n.a.	2027	100%	0%

UNSERE AUSGANGSSITUATION

Die wesentlichen Energieträger waren im Jahr 2012 Strom, Gas, Propangas und Diesel. Diese bilden mit der 2012 in Betrieb genommenen Photovoltaikanlage unseren Gesamtenergieverbrauch ab.

UNSERE ZIELERREICHUNG

Gegenüber 2012 sind die produzierten Füllungen zweistellig gewachsen. Der kumulierte Gesamtenergieverbrauch in kW/h liegt 2021 unter dem Wert von 2012. Dadurch konnten wir unsere Energieeffizienz verbessern.

Seit 2018 sind wir in Scope 1 und Scope 2 klimaneutral. Bis 2027 streben wir die Klimaneutralität im Scope 3 an.

ERGRIFFENE MAßNAHMEN

- Umstellung des Energieträger Diesel auf C.A.R.E Diesel
- Umstellung des Strombezugs auf Ökostrom
- Elektrifizierung des Fuhrparks
- Steigerung der Effizienz (z.B. Anpassung Rinsverfahren Glasanlage, Installation von LED-Leuchten, etc.)
- Stromerzeugung durch Photovoltaikanlage

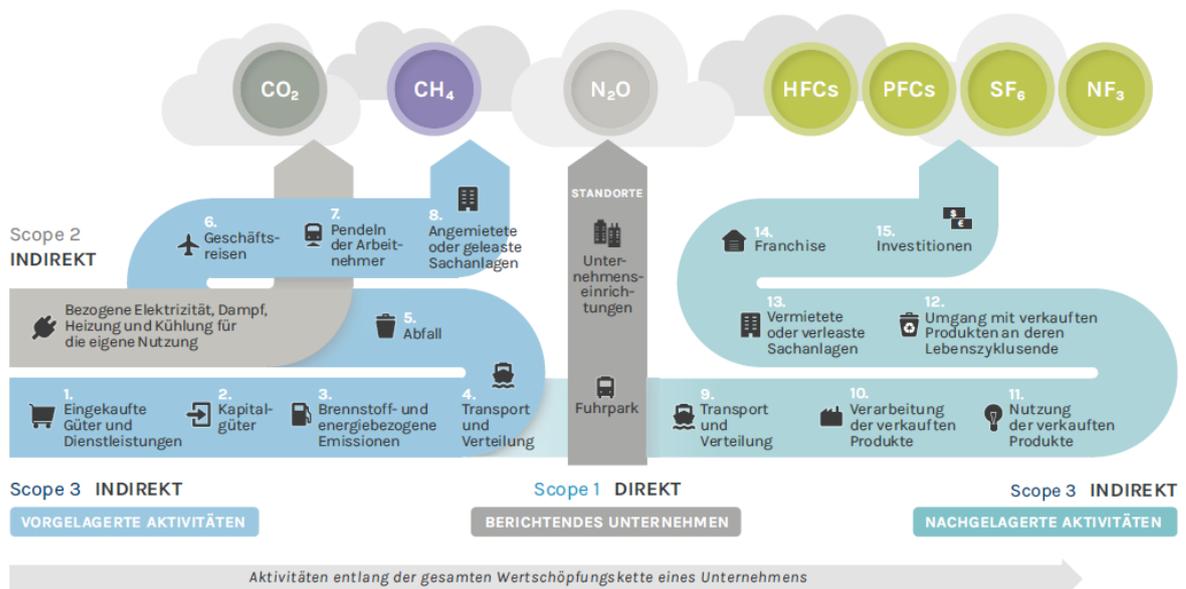
KLIMASCHUTZ

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Klimaneutralität für die Jahre 2018, 2019 und 2020 in Scope 1 und 2.
- Zertifizierung Klimaneutralität Scope 1 und 2 für 2021 steht kurz vor dem Abschluss.

AUSBLICK

- Wir wollen auch in Zukunft in Scope 1 und 2 Klimaneutral sein.
- Bis 2027 streben wir die Klimaneutralität in Scope 3 an. Grundlage hierfür ist die Ermittlung der Scope 3 Emissionen. Das Projekt befindet sich bereits in der Umsetzung. Noch in diesem Jahr sollen die Scope 3 Emissionswerte ermittelt sein.
- Wir wollen dem Klimabündnis Baden-Württemberg beitreten. Ein Abschluss der Vereinbarung ist bis spätestens Mitte 2023 geplant. Mit der Kooperation verpflichten wir uns zu konkreten Klimaschutzzielen. Neben der Reduzierung bestehender THG-Emissionen sollen die Prozesse effizienter gestaltet werden und damit eine dauerhafte Reduzierung erreicht werden. Mit der Klimaschutzvereinbarung gewinnen wir einen Klimabündnispartner – das Umweltministerium stellvertretend für das Land Baden-Württemberg –, mit dem wir gemeinsam die Erreichung der politischen und unternehmerischen Klimaschutzziele anstreben.



Direkte und indirekte Emissionen: Scope 1, 2, 3 nach dem GHG Protocol

8. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Jörg Mannhardt

joerg.mannhardt@ensinger.de

Impressum

Herausgegeben im April 2022 von

Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH

Horrheimer Straße 28-36

71665 Vaihingen-Enzingen

Telefon: 07042 2809 0

Fax: 07042 2809 399

E-Mail: info@ensinger.de

Internet: www.ensinger.de