



## WIN-CHARTA

2021/2022

[WEINLAND BADEN GMBH  
VERTRIEB BADISCHER WEINE]



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns.....</b>	<b>1</b>
<b>Die WIN-Charta .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Unsere Schwerpunktthemen .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen .....</b>	<b>5</b>
Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral." .....	5
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." .....	5
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." .....	7
<b>4. Weitere Aktivitäten.....</b>	<b>9</b>
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange .....	9
Umweltbelange.....	10
Ökonomischer Mehrwert.....	10
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	11
Regionaler Mehrwert.....	11
<b>5. Unser(e) WIN!-Projekt(e) .....</b>	<b>12</b>
<b>6. Kontaktinformationen .....</b>	<b>14</b>
Ansprechpartner .....	14
Impressum .....	14

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Weinland Baden ist die Fortsetzung der genossenschaftlichen Idee: Durch den gemeinsamen Vertrieb von acht renommierten und organisch gewachsenen Winzergenossenschaften aus den bedeutendsten Regionen Badens sind wir der kompetente Ansprechpartner für den Handel und schaffen durch systematische Beratung Synergien für unsere Weinerzeuger. Wir leisten dabei einen wertvollen Beitrag zur Erhaltung und Pflege des Kulturguts Wein und stehen für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit vom Winzer bis zum Verbraucher. Unsere Betriebe setzen hohe Standards und repräsentieren mit ihrem Sortiment Geschichte und Persönlichkeit. Wir nehmen diese Verpflichtung gerne an.

An unserem Firmensitz in Freiburg im Breisgau sind 13 Mitarbeiter beschäftigt; weitere 6 Mitarbeiter betreuen Ihre jeweiligen Vertriebsgebiete vom Homeoffice aus.

Zu unseren Kunden zählt der Lebensmittelhandel, der Fachhandel, C&C-Betriebe sowie namhafte Discountunternehmen.

Aktuelle Gesellschafter der Weinland Baden sind:

Affentaler Winzer eG, Bühl

Oberkircher Winzer eG und Hex vom Dasenstein

Winzergenossenschaft Achkarren eG.

Burkheimer Winzer eG.

Winzerverein Oberrotweil eG.

Winzergenossenschaft Jechtingen-Amoltern eG.

Winzergenossenschaft Wolfenweiler eG

Winzerkeller Auggener Schäf eG.

## 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 [www.win-bw.com](http://www.win-bw.com).

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 1. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 15.12.2020

### 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 type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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: Freiburg CLEAN UP Day, Ausbringung Pheromondispenser

#### Schwerpunktbereich:

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

#### Art der Förderung:

- Finanziell     Materiell     Personell

## 2. Unsere Schwerpunktt Themen

### KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- Leitsatz 5: **Energie und Emissionen:** "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."
- Leitsatz 6: **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 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."

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Wir haben uns in einem internen Workshop eingehend mit den 12 Leitsätzen der WIN-Charta beschäftigt und uns abschließend mehrheitlich für die oben genannten Leitsätze entschieden. Als Vertriebsunternehmen sehen wir hier das größte Potential zur Umsetzung nachhaltiger Praktiken und Prinzipien.

In Sachen Energie und Emissionen sehen wir vor allem die CO<sub>2</sub>-Problematik durch die hohe Reisetätigkeit unserer Vertriebsmitarbeiter und wollen uns mit senkenden bzw. kompensierenden Maßnahmen beschäftigen.

In Sachen Produktverantwortung möchten wir den engeren Kontakt mit den uns angeschlossenen Betrieben, sprich Winzergenossenschaften suchen und gemeinsam die relevanten Prozesse und Produktkomponenten beleuchten.

Gedanken über und Bewusstsein für Nachhaltigkeit soll zu einem selbstverständlichen Bestandteil unserer Arbeit und gerne auch in den privaten Bereich ‚mitgenommen‘ werden. Wir wollen dies sowohl intern wie extern kommunizieren und damit zum einen unser Handeln dokumentieren und zum anderen mit uns verbundene Firmen, Gruppen oder Personen zum Mit- oder Umdenken anregen.

## 3. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

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

### WO STEHEN WIR?

Dem Thema Energie und Reduktion von Emissionen wurde im Hause bisher keine besondere Beachtung geschenkt.

Die zwei maßgeblichen Faktoren in Sachen Energie und Emissionen sind der Stromverbrauch in den Büros sowie der Kraftstoffverbrauch der Firmenfahrzeuge und Lieferfahrzeuge unseres Logistik-Dienstleisters.

### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Zunächst wollen wir prüfen, ob wir bereits Ökostrom beziehen oder – wenn nicht – ob und wann ein entsprechender Wechsel möglich wäre.

Des Weiteren wollen wir Maßnahmen zur Reduzierung des Stromverbrauchs in Angriff nehmen (LED-Lampen, Serverabschaltung, kein Standbymodus etc....)

Was die Senkung des Kraftstoffverbrauchs angeht, wollen wir intern bei der Anschaffung neuer Firmenfahrzeuge ein besonderes Augenmerk auf verfügbare Hybrid- und Elektroautos legen. Die dazu notwendige Infrastruktur zuhause und am Firmengelände soll bereitgestellt werden.

Mit unserem Logistikdienstleister werden wir über eine Optimierung der Frachtwege in der Nah- und Fernlogistik sprechen.

Mitarbeiter, die statt mit dem Auto – zumindest zeitweise – mit dem Fahrrad oder ÖPNV ins Büro kommen, soll eine entsprechende Unterstützung angeboten werden (Jobrad, Jobticket etc...)

### DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Reduzierter Stromverbrauch bzw. Stromrechnung bis Ende 2021
- Reduzierter Kraftstoffeinkauf bis Ende 2021

### INDIKATOREN:

- Wir decken unseren Energiebedarf zu 100% aus Ökostrom eines regionalen Anbieters.
- 2 von 3 Servern werden am Wochenende abgeschaltet
- Das erste E-Fahrzeug für einen Außendienstmitarbeiter wurde angeschafft und die entsprechende Infrastruktur geschaffen.

# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

- Weinland Baden GmbH hat einen Rahmenvertrag mit Jobrad unterzeichnet; inzwischen laufen 5 Räder über diesen Vertrag.

## AUSBLICK:

- Angebote zum Austausch der Beleuchtung auf LED liegen vor und eine Förderung ist beantragt. Der Umbau soll noch in diesem Jahr erfolgen.

**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."**

## WO STEHEN WIR?

Da wir nicht selbst Produzent sondern ‚nur‘ Vermarkter der Produkte sind, bedarf es hier einer engen Zusammenarbeit mit den Winzergenossenschaften, deren Weine wir vertreiben, um die Nachhaltigkeit der Weine entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu verbessern.

Alle Genossenschaften bzw. deren Mitglieder bewirtschaften ihre Flächen nach den Vorgaben des kontrollierten bzw. integrierten Landbaus. Ein nächster Schritt sollte die Zertifizierung der nachhaltigen Produktion sein. (z.Bsp. Fair and Green....)

## WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Während unserer Produzenten sich zur nachhaltigen Produktion bekennen und ein entsprechendes Anerkennungs- bzw. Zertifizierungsprogramm durchlaufen, werden wir auf der Vermarktungsseite unsere Abläufe und Prozesse auf nachhaltige Umstellung hin überprüfen.

Wir unterstützen unsere Gesellschafter/Produzenten auf ihrem Weg in Richtung nachhaltige Produktion und Zertifizierung und vor allem dabei, die notwendigen Aufwendungen und Investitionen in entsprechende Verkaufspreise gegenüber unseren Kunden umzusetzen

Im Rahmen einer Digitalisierungsoffensive streben wir an, zunehmend papierlos zu arbeiten; Dokumente per Mail statt per Post zu versenden und durch digitale Archivierung Material und Platz einzusparen.



# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Unsere vertrieblichen Leistungen sollen zunehmend digital erbracht werden. Der persönliche Kontakt zu unseren Lieferanten und Kunden ist und bleibt wichtig; mehr als bisher wollen wir aber digitale Möglichkeiten für Besprechungen – intern und extern – nutzen und damit Ressourcen schonen.

Die hierfür notwendigen Investitionen werden seitens der Gesellschaft getätigt.

## DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- reduzierter Verbrauch an Papier und sonstigen Materialien innerhalb des nächsten Jahres
- reduzierte Reisekosten

## INDIKATOREN:

- Durch Spar- und Digitalisierungsmaßnahmen haben wir den Papierverbrauch deutlich gesenkt.
- Als erster unserer Gesellschafter ist die WG Achkarren eG am Kaiserstuhl Fair'n Green Zertifiziert; weitere Gesellschafter sind auf dem Weg
- Unser Gesellschafter WG Wolfenweiler hat die ersten beiden klimaneutral erzeugten Weine auf den Markt gebracht.
- 

## AUSBlicKE:

- Pandemiebedingt haben sich die Reisekosten sehr reduziert. Wir haben in entsprechende Hardware für digitale Kommunikation investiert und werden dadurch auch zukünftig weniger reisen.

**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."**

## WO STEHEN WIR?

Das Thema Nachhaltigkeit hatte keinen besonderen Fokus im Unternehmen. Das heißt nicht, dass man keine Entscheidungen unter Beachtung nachhaltiger Kriterien getroffen hätte; es gab aber keinen strukturierten Prozess.

Die Geschäftsleitung möchte nun das Thema Nachhaltigkeit fest in der Unternehmenskultur verankern und relevante Prozesse und Entscheidungen daran ausrichten.

# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Auch in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden, Lieferanten und externen Dienstleistern sollen die Aspekte der Nachhaltigkeit kommuniziert und thematisiert werden und Entscheidungsgrundlage sein.

## WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Zunächst wurde im Rahmen eines internen Workshops das Thema Nachhaltigkeit ganz grundsätzlich besprochen. Woher kommt es, was bedeutet es und wie kann es ins Unternehmen ‚eingebaut‘ werden. Welche Möglichkeiten haben wir im Unternehmen und jeder an seinem Platz, zur nachhaltigen Entwicklung beizutragen

Auch Aspekte aus dem privaten Bereich wurden thematisiert!

Das grundsätzliche Verständnis und die Akzeptanz des Konzepts sind essentiell, um Veränderungen im Denken und Handeln herbeizuführen!

Alle Mitarbeiter sind aufgefordert, an unserer Nachhaltigkeitspinwand Informationen zum Thema zu posten; unabhängig davon, ob sie beruflich oder privat relevant sind!

## DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Wir wollen ab sofort alle relevanten Entscheidungen unter den Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit treffen!
- Die Geschäftsleitung wird regelmäßig über relevante Entscheidungen berichten und alle Mitarbeiter kommen mindestens 2 mal jährlich zu einem entsprechenden Austausch zusammen.

## INDIKATOREN:

- Mitgliedschaft in der Vermarktungsinitiative ‚FBW‘ des Landes Baden-Württemberg zur Stärkung regionaler Wertschöpfung.
- Mitarbeit im Projekt ‚Green Industry Park Nord‘ der Stadt Freiburg

## AUSBlicKE:

- Gemeinsamer Beschluss aller Gesellschafter, bei Rebneuanpflanzungen verstärkt auf sog. PiWi-Sorten zu setzen, die einen deutlich niedrigeren Pflanzenschutz-Bedarf haben!
- Wir prüfen gerade die Umstellung auf nachhaltige Mobillfunkverträge, bei denen Kompensationszahlungen für den Energieverbrauch der Server geleistet werden.

## 4. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

#### LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir formulieren ein Firmenleitbild, in dem wir uns zu den grundsätzlichen Menschenrechten bekennen.
- Die Gesellschafter und die Geschäftsleitung verpflichten sich zur Einhaltung angemessener Sozialstandards und Arbeitnehmerrechten; auch unsere Kunden, Lieferanten und Dienstleister werden wir danach beurteilen.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN:

Das mit allen Mitarbeitern erarbeitete Firmenleitbild ist diesem Konzept angefügt.

#### LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir sorgen für ein angenehmes Arbeitsumfeld und stellen den Mitarbeitern professionelle und angemessene Arbeitsmaterialien zur Verfügung.
- In unserer Firmenleitlinie definieren wir gemeinsam die Art und Weise, wie wir miteinander kommunizieren und handeln wollen.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN:

Wir stellen allen Mitarbeitern alkoholfreie Getränke, Tee und Kaffee nach eigener Wahl kostenlos zur Verfügung.

Wir haben in entsprechend Hardware (Bildschirme, Headsets etc...) investiert, um das Arbeitsumfeld zu verbessern

#### LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Mit unseren Anspruchsgruppen kommunizieren wir offen und transparent.
- Wir sind bestrebt, den Interessen unserer Anspruchsgruppen gerecht zu werden und unser Handeln danach auszurichten!

# WEITERE AKTIVITÄTEN

- Unsere wichtigste Anspruchsgruppe(n) sind die Mitglieder der Winzergenossenschaften, die unsere Gesellschafter sind. Ihnen ein nachhaltiges Einkommen für die Traubenerzeugung zu sichern ist oberstes Ziel unseres Handelns.
- Wir unterstützen die Initiative ‚Wine in Moderation‘, um den Konsumenten gegenüber den moderatem Genuß von Wein zu propagieren.

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Die Schonung relevanter Ressourcen bei unserer täglichen Arbeit ist für uns selbstverständlich.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Gesellschafter und Geschäftsführung sind sich der Verantwortung für die Mitarbeiter und insbesondere für den Erhalt langfristig sicherer Arbeitsplätze bewußt.
- Wir investieren in unsere Mitarbeiter und schaffen Arbeitsplätze, die uns helfen, weiter zu wachsen!

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN:

Wir haben einen zusätzlichen Arbeitsplatz geschaffen, um die Mehrarbeit durch die Übernahme Oberrotweil und Jechtingen zu leisten.

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Nachhaltige Innovationen kommen überwiegend aus dem Kreis unserer Gesellschafter; wir fordern und begleiten diese Entwicklung von der Idee bis zur Marktreife.

EERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN:

Klimaneutrale Weine, resistenterer Rebsorten (PiWi), Fair' n Green Zertifizierung

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir treffen Finanzentscheidungen nach den Grundsätzen eines ehrbaren Kaufmanns und wählen nachhaltige Optionen, wo immer möglich und sinnvoll.
- Unsere Buchhaltung und Bilanzierung entspricht in jeder Hinsicht den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir distanzieren uns klar von unlauteren Geschäftspraktiken, verurteilen Korruption und verhalten uns dementsprechend gegenüber unseren Geschäftspartnern.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Unser Geschäftsmodell bedingt einen unmittelbaren Bezug zur Region; wir vermarkten ausschließlich Produkte aus regionaler Erzeugung.
- Wir sind bestrebt, den größtmöglichen Teil der Wertschöpfung in der Region zu belassen.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN:

FBW-Mitgliedschaft, Verstärkung regionaler Außendienst

## 5. Unser(e) WIN!-Projekt(e)

### DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Wir sind in Kontakt mit den Wirtschaftsunioren Freiburg. Diese Gruppierung initiiert seit einigen Jahren die sogenannten Freiburg CleanUp Days!

Sobald die Planungen für 2021 stehen, wird es ein persönliches Treffen geben, bei dem wir darüber sprechen werden, ob und in welcher Form wir uns einbringen können.



### ZUSÄTZLICH ODER ALTERNATIV

unterstützen wir – durch aktiven Einsatz - die Winzergenossenschaft Wolfenweiler eG, einer unserer Gesellschafter, bei der flächendeckenden Ausbringung der sog. Pheromonfallen in den Weinbergen. Mit dieser biologischen Schädlingsbekämpfungsmethode wird der Befall der Trauben durch den Traubenwickler verhindert; dazu müssen die Dispenserampullen in regelmäßigen Abständen in den Weinbergen aufgehängt werden.



# UNSER(E) WIN!-PROJEKT(E)

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN:

Aus organisatorischen Gründen konnten diese geplanten Projekte bisher nicht umgesetzt werden; sind aber für Frühjahr 2023 in der Planung.

## 6. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner**

Markus Volk, Geschäftsführer

### **Impressum**

Herausgegeben am 2.12.2020 von

Weinland Baden GmbH

Vertrieb Badischer Weine  
Mitscherlichstraße 8

79108 Freiburg

Telefon: +49-761-515000

Fax: +49-761-500095

E-Mail: [info@weinland-baden.com](mailto:info@weinland-baden.com)

Internet: [www.weinland-baden.com](http://www.weinland-baden.com)



**WEINLAND BADEN**

*Eine Passion, die verbindet.*