



# WIN-CHARTA NACHHALTIG- KEITSBERICHT

2022/2023

**BADEN-WÜRTTEMBERG-TARIF  
GMBH**



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b>	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b>	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b>	<b>4</b>
Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden	4
Leitsatz 10 – Anti-Korruption	6
<b>5. Weitere Aktivitäten</b>	<b>8</b>
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	8
Umweltbelange	9
Ökonomischer Mehrwert	10
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	11
Regionaler Mehrwert	12
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b>	<b>14</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b>	<b>16</b>
Ansprechpartnerin / Ansprechpartner	16
Impressum	16

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH (BW-Tarif GmbH) mit Sitz in Stuttgart beschäftigt derzeit sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie erbringt für Verkehrsunternehmen Dienstleistungen zum Management und zur Fortentwicklung des Baden-Württemberg-Tarifs für Verbundgrenzen überschreitende Verkehre des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV) sowie des öffentlichen Straßenpersonennahverkehrs (ÖSPV) innerhalb Baden-Württembergs sowie auf einzelnen Strecken über die Landesgrenze hinaus.

Hierzu zählen insbesondere sämtliche Dienstleistungen im Bereich der Tarifgestaltung, des Vertriebs, der Kommunikation, der Einnahmenaufteilung, der technischen Infrastruktur, der Marktforschung und der Datendrehscheibe, der Gremienbetreuung und des Tarif-Controllings.

Ziele der Gesellschaft sind, im Sinne der Daseinsvorsorge, den Kundennutzen im öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) zu erhöhen und wettbewerbsneutrale Tarifstrukturen für den SPNV zu schaffen. Diese Ziele sollen u. a. durch eine für Fahrgäste attraktive und gleichzeitig erlösorientierte Tarifkonzeption erreicht werden.

Die BW-Tarif GmbH wird von den Aufgabenträgern des SPNV in Baden-Württemberg, also dem Land Baden-Württemberg und dem Verband Region Stuttgart, sowie von den Eisenbahnverkehrsunternehmen im baden-württembergischen SPNV getragen.

Folgende Eisenbahnverkehrsunternehmen sind aktuell Gesellschafter der Baden-Württemberg-Tarif GmbH: Albtal-Verkehrs-Gesellschaft mbH, Bodensee-Oberschwaben Bahn GmbH & Co. KG, DB Regio AG, Go-Ahead Baden-Württemberg GmbH, Rhein-Neckar-Verkehr GmbH, SBB GmbH, SWEG Bahn Stuttgart GmbH, SWEG Südwestdeutsche Landesverkehrs-GmbH und Württembergische Eisenbahn-Gesellschaft mbH. Die Verkehrsunternehmen halten innerhalb der Gesellschaft einen Anteil von 51 Prozent, was die unternehmerische Ausrichtung des Tarifs unterstreicht. Die 19 Verkehrsverbünde in Baden-Württemberg sind durch einen Vertrag mit der BW-Tarif GmbH in den Tarif eingebunden.

### 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, 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: 01.10.2019

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWERPUNKT- SETZUNG	QUALITATIVE DO- KUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input 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:** „Durchsteigen beim Umsteigen - nachhaltige Mobilität leicht gemacht“, Baden-Württemberg

#### Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima       Ressourcen       Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 Mobilität       Integration

#### Art der Förderung:

- Finanziell       Materiell       Personell

**Umfang der Förderung:** Für die reine Veranstaltungsdurchführung ist mit jeweils 2x5 Arbeitsstunden zu rechnen. Für die Vorbereitung wird von einem Werktag pro Mitarbeiter:in ausgegangen.

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 02: Wohlbefinden der Mitarbeitenden
- Leitsatz 10: Anti-Korruption

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

#### Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden:

Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH beschäftigt derzeit sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Bei dieser geringen Unternehmensgröße ist es umso wichtiger, das Mitarbeiterwohlbefinden und die Mitarbeitergesundheit zu erhalten bzw. zu stärken, um einen reibungslosen Betriebsablauf zu gewährleisten. Zudem ist es wichtig, das Know-how der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen zu halten. Durch gezielte Maßnahmen, zum Beispiel im Bereich der Work-Life-Balance, soll die Mitarbeiterbindung zum Unternehmen gestärkt werden. So wird einer möglichen Fluktuation entgegengewirkt und das gute Betriebsklima nachhaltig gepflegt. Diese Punkte nehmen einen großen Stellenwert in der Unternehmensführung ein und sind daher ein wichtiger Faktor in der Nachhaltigkeitsarbeit der BW-Tarif GmbH.

#### Leitsatz 10 – Anti-Korruption:

An der Baden-Württemberg-Tarif GmbH sind, wie oben aufgeführt, elf Gesellschafter beteiligt. Daneben bestehen Kooperationen mit den 19 Verkehrsverbänden in Baden-Württemberg sowie Kombiticket-Partnern. Des Weiteren hat die BW-Tarif GmbH Verträge mit verschiedenen Lizenznehmern. Die BW-Tarif GmbH ist für die Aufteilung von bis zu 150 Mio. € Fahrgeldeinnahmen zwischen den vorgenannten Akteuren im Nahverkehr zuständig. Dabei werden Zahlungen in Höhe von rund 60 Mio. € p. a. über ein gesondertes Clearingkonto abgewickelt. Jede Art von Korruption und Verletzung der Neutralität würde einen kaum wieder gutzumachenden Vertrauensschaden nach sich ziehen. Die Einhaltung von Regeln und Vorschriften ist dabei genauso unverzichtbar wie ein Höchstmaß an Transparenz innerhalb und außerhalb der Gesellschaft. Ziel ist es, dass alle Entscheidungen nachvollziehbar sind. Der daraus resultierende gute Ruf der BW-Tarif GmbH ist die Basis, um langfristig mit bestehenden und neuen Geschäftspartnern zusammenzuarbeiten.

## Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden

### ZIELSETZUNG

Die BW-Tarif GmbH möchte zukünftig verstärkt Teambuilding-Maßnahmen umsetzen. Vorgesehen sind etwa Betriebsausflüge und gemeinsame Aktivitäten der Mitarbeitenden, aber auch regelmäßige Workshops, in denen die strategische Ausrichtung des Unternehmens sowie innere Strukturen, Arbeitsweisen und die Unternehmenskultur offen diskutiert werden. Durch die Reflexion der eigenen Arbeitsweisen und die Beteiligung an den Entscheidungen zur Weiterentwicklung des Unternehmens soll die Bindung an das Unternehmen und der Zusammenhalt des Teams gestärkt werden.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, Weiterbildungsangebote wahrzunehmen. Dies trägt zur persönlichen Weiterentwicklung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei. Zusätzlich kommt das neugewonnene Know-how der Firma zugute.

Eine angenehme Arbeitsatmosphäre soll das Wohlbefinden der Mitarbeitenden in ihrem täglichen Arbeitsumfeld stärken. Des Weiteren wird eine ausgewogene Work-Life-Balance der Mitarbeitenden angestrebt. Das bedeutet nicht, dass es keine Phasen höherer Belastung geben kann, wenn das Geschäft dies erfordert. In gleichem Maße muss aber ein Bewusstsein für ein langfristig akzeptables und ausgewogenes Verhältnis von Phasen höherer Beanspruchung und Zeiten reduzierter Belastungen bei allen Beteiligten geschaffen werden. Dies soll die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden fördern.

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wochengespräche alle zwei Wochen in Präsenz
- Interner Workshop
- Durchführung eines Betriebsausfluges und einer Weihnachtsfeier
- Flexibles Arbeitszeitmodell

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Homeoffice und mobiles Arbeiten sind zum festen Bestandteil in der Baden-Württemberg-Tarif GmbH geworden. Den Mitarbeitenden steht es frei, ob sie von zu Hause aus oder im Büro arbeiten möchten. Seit 2023 trifft sich das Team zweiwöchentlich zu einem Wochengespräch in Präsenz. Dadurch wird die Identifikation mit Themen und Zielen des Unternehmens gestärkt. Durch den regelmäßigen Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen wächst das Verständnis für die Arbeit und die Herausforderungen der Teammitglieder und es wird das Verständnis für die Entwicklung des Unternehmens als Ganzes sowie die Bedeutung des eigenen Beitrags dazu gestärkt. Zudem besteht die Möglichkeit, sich in persönlichen Gesprächen auch abseits vom Beruflichen auszutauschen.

In einem internen Workshop wurden organisatorische Themen für die Zusammenarbeit behandelt. Zudem wurde auf Compliance-Regelungen eingegangen und diese verfestigt. Es sind zukünftig zwei Workshops pro Jahr vorgesehen, in denen interne, organisatorische Themen genauso wie die strategische Ausrichtung behandelt werden.

Im Berichtszeitraum fanden eine Weihnachtsfeier sowie ein Betriebsausflug statt. Die Weihnachtsfeier bestand aus einer Stadtrallye und einem Restaurantbesuch in Stuttgart. Der Betriebsausflug begann mit einer Kanutour. Das anschließende Mittagessen und eine Runde Minigolf komplettierten den schönen Tag, stärkten den Zusammenhalt des Teams und erlaubten ein näheres Kennenlernen auch abseits beruflicher Themen und Kontexte. Dies ist umso wichtiger vor dem Hintergrund, dass eine Zeit von Neueinstellungen angebrochen ist und sich die Teamzusammensetzung signifikant verändert.

Das flexible Arbeitszeitmodell, welches die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit ermöglicht, wurde im Jahr 2023 nochmals optimiert und bietet nun noch mehr Freiraum in der individuellen Gestaltung der Arbeitszeit. Ein wichtiger Baustein ist die konsequente Digitalisierung von Arbeitsprozessen, die Remote Work ermöglicht.

Die Mitarbeitenden haben an individuellen Fortbildungen teilgenommen.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Anzahl interner Workshops

- Es hat ein interner Workshop im März 2023 stattgefunden.

**Indikator 2:** Betriebsausflüge

- Es wurden eine Weihnachtsfeier und ein Betriebsausflug durchgeführt.

## AUSBLICK

Die BW-Tarif GmbH möchte an dem Schwerpunktthema Wohlbefinden der Mitarbeitenden weiterhin festhalten. Wochengespräche vor Ort, Betriebsausflüge, Weihnachtsfeiern und Weiterbildungsangebote sollen auch in Zukunft beibehalten werden. Es ist angedacht, zwei interne Workshops im Jahr zu veranstalten. Diese Workshops sollen einmal in eigenen Räumen und einmal auswärts, gegebenenfalls mit Übernachtung, stattfinden.

## Leitsatz 10 – Anti-Korruption

### ZIELSETZUNG

Das zentrale Vertrags- und Dokumentenmanagementsystem soll bei Bedarf weiterentwickelt werden. So werden die Verwaltung und Bearbeitung der Verträge erleichtert und effizienter gestaltet.

Es wird angestrebt, dass der Geschäftsführer einmal im Jahr die Belegschaft über das Thema Korruption und die bestehenden internen Regelungen informiert.

Die verstärkte Anwendung des Vier-Augen-Prinzips soll für Transparenz sorgen und trägt zur Korruptionsprävention bei. Gleichzeitig wird Fehlern vorgebeugt.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Compliance-Informationsveranstaltung durch die Geschäftsführung
- Erteilung Prokura
- 4-Augen-Prinzip für die Geschäftsführung in typischen Risikofeldern
- Externe Prüfungen für Einnahmenaufteilung

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Für das zentrale Vertrags- und Dokumentenmanagementsystem hat sich in diesem Berichtszeitraum kein Anpassungsbedarf ergeben.

Das Thema Compliance wurde auch in diesem Jahr durch den Geschäftsführer in einer Informationsveranstaltung aufgegriffen. Hier wurde nochmals explizit auf die vorhandenen Compliance-Regelungen in der Firma eingegangen.



# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Einem Mitarbeiter der Baden-Württemberg-Tarif GmbH wurde Prokura erteilt. Dadurch ist die Gesellschaft auch bei Abwesenheit des Geschäftsführers handlungsfähig.

In typischen Risikofeldern wurde für die Geschäftsführung das 4-Augen-Prinzip eingeführt. Hierzu zählen beispielsweise die monatliche Dokumentation der Urlaubstage und der Reisekosten. Dadurch ist sichergestellt, dass die Vorgaben auch von der Geschäftsführung eingehalten werden.

Die Einnahmenaufteilung des bwtarif wird jedes Jahr durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ausführlich geprüft. So wird auch gegenüber den Partnern die Richtigkeit der Angaben testiert.

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Anzahl der Informationsveranstaltungen

- Die Mitarbeitenden wurden in einer Informationsveranstaltung für das Thema Compliance sensibilisiert.

**Indikator 2:** Testierung Einnahmenaufteilung

- Die Einnahmenaufteilung wurde durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft testiert.

## AUSBLICK

Die BW-Tarif GmbH möchte an dem Schwerpunktthema Anti-Korruption weiterhin festhalten. Im nächsten Berichtszeitraum soll der Fokus auf das Vergabemanagement und die Dokumentation von Vergabe, Einkauf und Lieferanten gelegt werden.

## 5. Weitere Aktivitäten

### **Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden**

#### **LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Mitarbeiter-Events

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Flexible Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten ermöglichen eine gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie.
- Im Berichtszeitraum wurde ein Betriebsausflug und eine Weihnachtsfeier durchgeführt.

Ausblick:

- Die oben aufgeführten Maßnahmen und Aktivitäten sind für die BW-Tarif GmbH weiterhin von Relevanz.

#### **LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN**

- Siehe Schwerpunktthema 1.

#### **LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Beteiligungsprozess mit Anspruchsgruppen zur Weiterentwicklung des bwtarif
- Informationen für Anspruchsgruppen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- In verschiedenen Facharbeitskreisen und Ausschüssen, in denen diverse Anspruchsgruppen beteiligt sind, wurde der bwtarif weiterentwickelt.
- Mit Hilfe eines Vertrags- und Dokumentenmanagementssystems sowie einer Cloud-Anwendung stehen den internen Anspruchsgruppen Informationen zum bwtarif und zu Themen der Gesellschaft jederzeit zur Verfügung. Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH hat zudem eine extra Website für ihre Geschäftspartner. Allgemeine Informationen für die Kundinnen und Kunden und der Jahresbericht zum bwtarif wurden über die Website [www.bwtarif.info](http://www.bwtarif.info) veröffentlicht.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Die Webseiten [bwtarif.info](http://bwtarif.info) und [bwtarif.de](http://bwtarif.de) sollen auf einer Webseite ([bwegt.de/bwtarif](http://bwegt.de/bwtarif)) zusammengeführt werden. Dadurch sind die Informationen zum bwtarif für Interessierte auf einer Webseite gebündelt vorzufinden und ermöglichen eine „seamless customer experience“.

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Umweltfreundliche Mobilität der Mitarbeitenden während der Arbeitszeiten
- Reduzierung von gedruckten Kommunikationsmitteln

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BW-Tarif GmbH nutzen die öffentlichen Verkehrsmittel für Geschäftstermine sowie für den Weg zur Arbeitsstätte.
- Den Mitarbeitenden wird das Deutschland-Jobticket angeboten. Bei der BWVG wird dafür ein Zuschuss in Höhe von 25 Euro gewährt. Die meisten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen dieses Angebot.
- Auf Druckprodukte wurde, wo es möglich war, bereits verzichtet. Es wurde beschlossen, auch den viermal jährlich erscheinenden Quartalsbericht an die Mitglieder des Aufsichtsrats nicht mehr per Post, sondern nur noch elektronisch zu versenden. Darüber hinaus wurden auch Informationsflyer in geringeren Auflagen gedruckt bzw. eher entschieden, bei auslaufenden Themen früher keine neue Auflage mehr zu drucken.

Ausblick:

- Die Baden-Württemberg-Tarif GmbH möchte weiterhin dafür sorgen, dass die Mitarbeiter:innen umweltfreundliche Mobilität für Geschäftstermine und auf dem Weg zur Arbeit nutzen.
- Des Weiteren wird angestrebt, weitestgehend auf Druckprodukte zu verzichten. Bei noch durchgeführten Druckaufträgen soll recyceltes oder recyclingfähiges Material verwendet werden.

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Stärkerer Fokus auf elektronischen Vertrieb

## WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mit der Lizenzierung im Rahmen des Check-in/Check-out-Systems CiCoBW wurde der elektronische Vertrieb von ÖPNV-Tickets in Baden-Württemberg gestärkt. Dies trägt zur Reduzierung von Papiertickets sowie des Energieverbrauchs für die Ver- und Entsorgung von Ticketautomaten bei.

Ausblick:

- Der Anteil an elektronischen Fahrtberechtigungen soll durch die stetige Verbesserung der elektronischen Vertriebssysteme und durch Bewerbung dieser weiter gesteigert werden.

### LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Kundendialog
- Absicherung des Fahrkartenvertriebs

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der Kundenservice für den bw-tarif ist kostenlos und rund um die Uhr sowohl telefonisch als auch schriftlich erreichbar. Dies soll die Kundenzufriedenheit erhöhen und Kund:innen den bw-tarif näher bringen. Dadurch soll der Zugang zum ÖPNV erleichtert werden.

Ausblick:

- Ein serviceorientierter Kundendialog soll weiterhin beibehalten werden.
- Bedingt durch die Einführung des Deutschlandtickets und die damit einhergehenden disruptiven Veränderungen in der Organisation des ÖPNV kommt es auch zu Verwerfungen in der Vertriebslandschaft. Die BW-Tarif GmbH unternimmt Anstrengungen zur Absicherung der elektronischen Vertriebswege, z. B. durch Aufbau eines weiteren, direkt beeinflussbaren Vertriebssystems.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Qualifikation der Mitarbeitenden
- Integration neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Einführung einer Stelle für Werkstudent:innen

## WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Teammitglieder konnten eigene Vorschläge für Weiterbildungen einbringen und an diesen teilnehmen. So wird eine individuelle Förderung angeboten.
- Neue Mitarbeiter:innen erhalten zu Beginn ein individuelles Onboarding in ihrem Arbeitsbereich sowie Einblicke in die Arbeitsbereiche der Kolleginnen und Kollegen.

Ausblick:

- Künftig strebt die BW-Tarif GmbH an, diese Maßnahmen weiter fortzuführen.
- Durch den Einsatz von Werkstudent:innen wird die Bekanntheit des Unternehmens an den Hochschulen gesteigert. Dies erhöht die Chance, dort Nachwuchskräfte anzuwerben.

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Steuerung von Innovationen (bwtarif) mit Partnern

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die BW-Tarif GmbH arbeitet eng mit ihren Gesellschaftern und Partnern in Arbeitskreisen zusammen, um den bwtarif weiterzuentwickeln. Hier werden regelmäßig auch innovative Ticketmodelle und Vertriebswege diskutiert und vorangetrieben. Im Berichtszeitraum wurde begonnen, das Tarifsysteem zu vereinfachen. Beispielsweise wurden sogenannte „Preisalternativrouten“ abgeschafft. Der positive Effekt für die Fahrgäste: Sie dürfen nun jede verkehrübliche oder in der Fahrplanauskunft angegebene Verbindung nutzen – und damit diejenige, die für sie persönlich am passendsten ist.

Ausblick:

- Eine weitere Vereinfachung des Tarifsystems wird angestrebt. Dadurch werden die Zugangshürden für Fahrgäste reduziert.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Transparente Entscheidungsregeln

# WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Geschäftsführung hat klare Regeln für ihre Mitarbeitenden festgelegt, wie zum Beispiel Wertgrenzen für Einkäufe sowie Richtlinien für den Umgang mit Geschenken und Einladungen.
- Bei wichtigen Entscheidungen wird stets das Vier-Augen-Prinzip angewandt.

Ausblick:

- Die Regelungen werden regelmäßig geprüft und ggf. entsprechend angepasst.

## LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

- Siehe Schwerpunktthema 2

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Dienstleistungen im Bereich der Tarifgestaltung für ein nachhaltiges Mobilitätsangebot im ÖPNV
- Landesweite Zusatzangebote in Baden-Württemberg in Ergänzung zum Deutschlandticket

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im bwtarif werden verschiedene Ticketprodukte angeboten. In den Arbeitskreisen werden regelmäßig Möglichkeiten für neue, kundenfreundliche Fahrscheine entwickelt. Dadurch wird die Attraktivität des ÖPNV in Baden-Württemberg gestärkt.
- Da das Deutschlandticket nur zur Fahrt in der 2. Klasse berechtigt, wurde in Baden-Württemberg in Kooperation mit den Verkehrsverbänden ein landesweit gültiges 1. Klasse-Zusatzticket eingeführt, um auf die individuellen Bedürfnisse der Fahrgäste einzugehen.

Ausblick:

- Es wird angestrebt, weitere kundenfreundliche Angebote zu schaffen, um so das Sortiment auszubauen und/oder zu vereinfachen und dadurch mehr Menschen für die Nutzung des Nahverkehrs zu begeistern. Dazu zählt beispielsweise die Gewinnung von weiteren Kombiticket-Partnern. Kombitickets enthalten den Eintritt zu einer Veranstaltung sowie die Hin- und Rückfahrt mit dem ÖPNV. Dies trägt u. a. dazu bei, das Verkehrsaufkommen am Veranstaltungsort zu reduzieren und erleichtert den Gästen den Zugang zu klimafreundlicher Mobilität.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Zielgruppenorientierte Aufklärung von (potentiellen) Kund:innen über das Angebot des bwtarif im Rahmen des WIN!-Projekts.
- Außenkommunikation zum bwtarif

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Rahmen des WIN!-Projekts, bei der die BW-Tarif GmbH mit ihrem Partner „bewegt“ einen Stand auf der CSD-Hocketse in Stuttgart betreute, konnten sich (potentielle) Kund:innen über den bwtarif informieren und in den Dialog treten.
- Der bwtarif und beispielhafte Streckenpreise wurden im Rahmen der Straßenbahn- und Buswerbung kommuniziert, sodass insbesondere Autofahrer und Autofahrerinnen darauf aufmerksam gemacht wurden. Die Verkehrsmittelwerbung soll dazu führen, dass diese Zielgruppe durch die Kommunikation der (vielleicht noch unbekannt) Ticketpreise zum Umstieg auf den ÖPNV angeregt wird.

Ausblick:

- Es sollen weitere Veranstaltungen im Rahmen des WIN!-Projekts folgen.
- In Zukunft sollen weiterhin durch gezielte Werbung Anreize zur umweltfreundlichen Mobilität geschaffen werden.

## 6. Unser WIN!-Projekt

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

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Das von der BW-Tarif GmbH (BWTG) entwickelte Informationskonzept „Durchsteigen beim Umsteigen – nachhaltige Mobilität leicht gemacht“ soll – in Zusammenarbeit mit den Verkehrsverbänden und weiteren Partnern in Baden-Württemberg – die Bevölkerung dabei unterstützen, auf den klimafreundlichen ÖPNV umzusteigen. Eine erste Informationsveranstaltung in diesem Rahmen wurde im Vorjahr gemeinsam mit dem Arbeitskreis Tourismus Gaggenau und dem örtlichen Seniorenrat durchgeführt.

Zukünftig soll mindestens einmal jährlich gemeinsam mit einem oder mehreren Partner(n) der BW-Tarif GmbH eine Informationsveranstaltung organisiert werden, um die Funktionsweise des Gesamtsystems ÖPNV in Baden-Württemberg zu erklären und mögliche Nutzungshürden abzubauen. Hier bietet sich die Durchführung im Rahmen von Stadtfesten und anderen öffentlichen Veranstaltungen an. Auch zielgruppenspezifische Informationsveranstaltungen in Schulen oder in Zusammenarbeit mit örtlichen Arbeitskreisen, etwa mit den Schwerpunkten Tourismus oder Mobilität, sind denkbar.

Folgende Fragestellungen können beispielsweise behandelt werden:

- Wie funktioniert das ÖPNV-System in Baden-Württemberg?
- Wie trägt die Nutzung des ÖPNV zum Klimaschutz bei?
- Wie und wo kann ich einen Fahrschein erwerben?
- Wie und wo kann ich mich über die Nahverkehrsangebote informieren?

### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Die Informationsveranstaltungen werden seitens BW-Tarif GmbH durch Mitarbeiter:innen der Geschäftsstelle durchgeführt. Somit wird das WIN!-Projekt personell unterstützt.

Vorgesehen sind ein bis zwei Informationsveranstaltungen pro Jahr. Bei zwei Veranstaltungen im Jahr, die durch zwei Mitarbeiter:innen durchgeführt werden, ist für die reine Veranstaltungsdurchführung mit ca. 2x5 Arbeitsstunden zu rechnen. Für die Vorbereitung wird von einem Werktag pro Mitarbeiter:in ausgegangen.

Zusätzlich können Flyer und ähnliche Informationsmaterialien sowie ggf. Giveaways bereitgestellt werden.



# UNSER WIN!-PROJEKT

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

In diesem Jahr setzte die BW-Tarif GmbH ihr WIN!-Projekt im Rahmen der Stuttgart Pride um. Am 29. Juni 2023 war die Gesellschaft bei der CSD-Hocketse auf dem Stuttgarter Marktplatz vertreten. An einem gemeinsamen Stand mit bwegt, der Mobilitätsmarke des Landes für den Nahverkehr in Baden-Württemberg, waren zwei Mitarbeitende für Fragen rund um den ÖPNV in Baden-Württemberg und im speziellen zum bwtarif ansprechbar. In Gesprächen mit Besucher:innen des Standes wurden einzelne Fragen, etwa zu bestimmten Tickets, zum Ticketkauf und zur Nutzung entsprechender Apps, beantwortet. Die Besucher:innen erhielten außerdem Informationsmaterial zum bwtarif. Der ausgehändigte Tourismus-Flyer enthält Anregungen für Ausflüge im Land – und stellt die passenden Tickets für die Anreise mit dem ÖPNV vor. So werden die Leser:innen angeregt, in der Freizeit auf den ÖPNV umzusteigen. Auch der Produktflyer mit einer Übersicht über die Ticketangebote im bwtarif wurde an Interessierte ausgegeben. Er stellt außerdem die Vorteile des Tarifs sowie verschiedene Möglichkeiten des Ticketkaufs vor und baut damit ebenfalls Zugangshürden ab.

Verschiedene Giveaways wie Jutebeutel, Malbücher und Fächer sollten dazu beitragen, dass das Thema ÖPNV im Alltag der Besucher:innen präsent bleibt und mit positiven Erinnerungen verknüpft wird, um so eine Offenheit gegenüber dem ÖPNV zu fördern.

Das WIN!-Projekt leistete damit einen Beitrag zu den Schwerpunktthemen „Klima und Energie“, „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ sowie „nachhaltiger Tourismus“.

Neben der Information der Standbesucher:innen zum ÖPNV in Baden-Württemberg und zum bwtarif konnte mit dem Auftritt beim CSD Stuttgart auch das Ansehen der Marken bwtarif und bwegt verbessert werden. Durch die Präsenz bei einem Event, das für Weltoffenheit und Toleranz wirbt, konnten beide Marken mit einem positiven Image aufgeladen werden. Dies bestätigten die Rückmeldungen der Standbesucher:innen, die – trotz Kritik am System ÖPNV wie z. B. an der Pünktlichkeit der Züge, durchweg lobten, dass bwtarif und bwegt beim CSD vor Ort waren und sich zu den Werten der Veranstaltung bekannten. Für die Verbundenheit mit einer Marke und damit für die Bereitschaft, deren Produkte zu nutzen, ist es grundlegend, dass die Zielgruppe diese als sympathisch empfindet.

## AUSBLICK

Es sind bereits weitere gemeinsame Veranstaltungen mit Eisenbahnverkehrsunternehmen und im Rahmen der Bundesgartenschau angedacht. Diese werden in einem Umfeld stattfinden, das sich spezifischer mit den Themen Mobilität und öffentlicher Nahverkehr befasst. Zudem wurde Kontakt mit einer Hochschule aufgenommen, um auch dort zu gegebener Zeit eine Veranstaltung durchzuführen.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin / Ansprechpartner**

Anja Schelleberg

### **Impressum**

Herausgegeben am 22.08.2023 von

Baden-Württemberg-Tarif GmbH

Stockholmer Platz 1

70173 Stuttgart

Telefon: 0711 - 7811 7210

Fax: 0711 - 7811 7211

E-Mail: [info@bwtarif.de](mailto:info@bwtarif.de)

Internet: [www.bwtarif.gmbh](http://www.bwtarif.gmbh)

