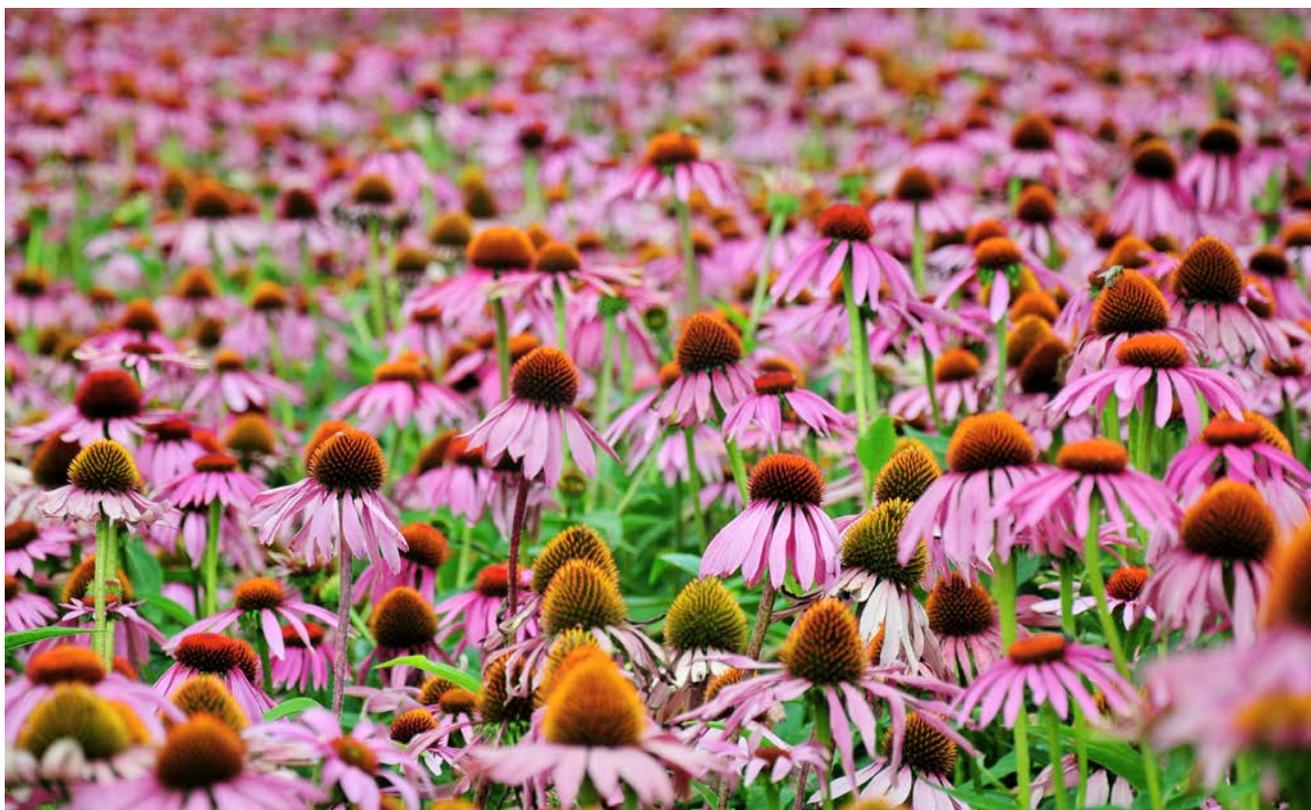


**Schoenenberger**



**NACHHALTIGES  
WIRTSCHAFTEN**



**WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITS-  
BERICHT  
INKL. ZUSATZKAPITEL KLIMASCHUTZ**

**2022/ 2023**

**WALTHER SCHOENENBERGER**

**PFLANZENSFTWERK GMBH & CO. KG**



## 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>
Energie und Emissionen.....	4
Anreize zum Umdenken .....	5
<b>5. Weitere Aktivitäten.....</b>	<b>10</b>
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden .....	10
Umweltbelange.....	13
Ökonomischer Mehrwert.....	14
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	15
Regionaler Mehrwert.....	16
<b>6. Unser WIN!-Projekt .....</b>	<b>17</b>
<b>7. Klimaschutz.....</b>	<b>22</b>
<b>8. Kontaktinformationen .....</b>	<b>28</b>
Ansprechpartnerin / Ansprechpartner.....	28
Impressum .....	28

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Schoenenberger steht für Naturprodukte in Spitzenqualität. Das Traditionsunternehmen wurde 1927 vom Pionier der Pflanzenheilkunde, dem Apotheker Walther Schoenenberger, gegründet und gehört seit 1991 zur Salus Gruppe.

Bei Schoenenberger steht der Saft aus der frisch gepressten Pflanze im Mittelpunkt. Unsere Heilpflanzensäfte sind naturrein, ohne jeglichen Zusatz von Zucker, Alkohol, Konservierungsmitteln und anderen unerwünschten Stoffen. So können sich die Wirkstoffe voll entfalten. Mehr als 30 Frischpflanzensäfte bietet unser Sortiment. Hinzu kommen wohlschmeckende Frucht- und Gemüsesäfte - ebenfalls in Bio-Qualität.

Unter der Marke Schoenenberger Naturkosmetik stellen wir ein Sortiment an BDIH zertifizierten Haar- und Körperpflegemitteln her. Vollwertige Lebensmittel bietet die Marke Hensel. Als eigenständiges Unternehmen gehört die Deutsche Olbas GmbH mit einer als Arzneimittel zugelassenen Mischung ätherischer Öle und verwandten Produkten zu Schoenenberger.

Etwa 80 Mitarbeitende erwirtschaften am Firmensitz in Magstadt einen Jahresumsatz im zweistelligen Millionenbereich. Neben wirtschaftlichen Kriterien berücksichtigen wir ökologische und soziale Aspekte bei der Herstellung unserer Produkte. Wir beziehen unsere Rohstoffe soweit als möglich aus regionalem, natur- und sozialverträglichem Bio-Anbau und gestalten die Herstellungsprozesse umweltverträglich. So schonen wir Boden und Wasser als unsere natürlichen Lebensgrundlagen. Unsere Verbraucher:innen erhalten verantwortungsvoll produzierte Naturprodukte.

2016 wurden wir für unser Engagement mit dem Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnet. Darauf sind wir sehr stolz. Gleichzeitig sehen wir es als Ansporn, noch mehr zu tun. Deshalb haben wir uns dazu entschlossen, dem Kreis der WIN-Unternehmen beizutreten und so gemeinsam die Nachhaltigkeit in der Region voranzutreiben.

### 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 Mitarbeitenden 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: 05.04.2018

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER-PUNKT- SETZUNG	QUALITATIVE DO- KUMENTATION	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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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: Bio-Heilkräuter im Heckengäu – Mehrwert für Mensch und Natur

##### Schwerpunktbereich:

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

##### Art der Förderung:

- Finanziell    Materiell    Personell

Umfang der Förderung: ca. 8.500 €, ca. 100 h (3 MA)

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 5: Energie und Emissionen  
*Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.*
- Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken  
*Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.*

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Als Hersteller von Naturprodukten sind wir unmittelbar von den Auswirkungen des Klimawandels, Verlust der Bodenfruchtbarkeit, Insektensterben und vielen weiteren Herausforderungen unserer Zeit bedroht. Die Natur ist unser Rohstofflieferant und so sind wir auf die natürliche Vielfalt und intakte Ökosysteme angewiesen. Daraus hat sich unser Leitgedanke entwickelt: wir denken ökologisch und handeln verantwortlich. Das nachhaltige Wirtschaften ist fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie der Firma Schoenenberger.

Wir sind bereits seit 1997 EMAS-registriert und seit 2000 nach ISO 14001 zertifiziert. Die Produktion unserer Frischpflanzensäfte ist sehr energieintensiv. Deshalb liegt ein Fokus unseres Umweltprogramms seit Jahren auf dem Bereich ‚Energie und Emissionen‘. Hier haben wir bereits viel erreicht, doch sehen auch immer noch Optimierungspotenzial dank der hohen Innovationskraft im Bereich Umwelttechnik.

Ein weiteres wichtiges Thema für uns ist seit jeher der Erhalt der natürlichen Biodiversität. Die Landwirtschaft spielt hier eine zentrale Rolle: Je nach Bewirtschaftungsform kann sie Hauptverursacher von großen Problemen, wie dem Insektensterben sein. Gleichzeitig fördert die kleinstrukturierte Biolandwirtschaft aber die Biodiversität und trägt zur Lösung bei. Wir haben den Schwerpunkt ‚Anreize zum Umdenken‘ gewählt, um Biodiversität und insbesondere den Beitrag des Bio-Anbaus zum Erhalt der natürlichen Vielfalt für die Menschen erlebbar zu machen. Als Naturarzneimittelhersteller beschäftigen wir uns schon lange mit dem Thema. Wir möchten auch Vorbild für andere Unternehmen sein und Lösungsansätze aufzeigen.

## Energie und Emissionen

Die Folgen des weltweiten Klimawandels sind zunehmend spürbar, sei es in Form häufiger auftretender Extremwetter oder erhöhtem Kältebedarf aufgrund steigender Temperaturen. Zunehmend rückt das Thema daher in den Fokus der Öffentlichkeit und immer mehr Unternehmen wollen selbst aktiv werden. Schoenenberger beschäftigt sich im Rahmen seines EMAS Umweltmanagements schon seit vielen Jahren

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

intensiv mit dem Thema und hat bereits zahlreiche Maßnahmen erfolgreich umgesetzt (s. auch vergangene WIN-Charta Nachhaltigkeitsberichte). Und obwohl wir bereits viel erreicht haben, möchten wir uns gerade in diesem Bereich noch weiter verbessern und gleichzeitig anderen Unternehmen, die sich selbst vielleicht gerade erst auf den Weg zu mehr Klimaschutz machen, Vorbild sein. Im Jahr 2020 hat Schoenenberger daher als eines der ersten Unternehmen die Klimaschutzvereinbarung des Landes Baden-Württemberg unterzeichnet.

Unseren Schwerpunkt „Energie und Emissionen“ beschreiben wir in diesem Zusammenhang im Zusatzkapitel „Klimaschutz“ (s. Kapitel 8). Hier werden die bereits vorhandenen Indikatoren erweitert um zusätzliche Klimaschutz-Kennzahlen.

## Anreize zum Umdenken

Biodiversität und intakte Ökosysteme sind die Basis unseres Unternehmenserfolgs. Deshalb engagieren wir uns für den Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen. Wir sind der Meinung, dass insbesondere durch den ökologischen Landbau ein wesentlicher Beitrag zum Erhalt der natürlichen Biodiversität geleistet wird.

Dafür möchten wir gerne Bewusstsein schaffen, bei unseren Mitarbeitenden, Kund:innen und der Öffentlichkeit.

### ZIELSETZUNG

Im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagementsystems haben wir unsere Anspruchsgruppen und unser Geschäftsumfeld analysiert. Aus den daraus gewonnen Erkenntnissen werden gezielte Aktionen für unterschiedliche Anspruchsgruppen zum Thema „Ökologischer Heilkräuteranbau und Biodiversität“ entwickelt.

Wir wollen das Thema Biodiversität erlebbar machen und in den Dialog mit unseren Anspruchsgruppen treten.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Verstärkte Sensibilisierung durch Biodiversitätsmaßnahmen am Firmengelände
- Nisthilfenprojekt in Kooperation mit der GWW
- Ausbau der Kommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Verstärkte Sensibilisierung durch Biodiversitätsmaßnahme am Firmengelände

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

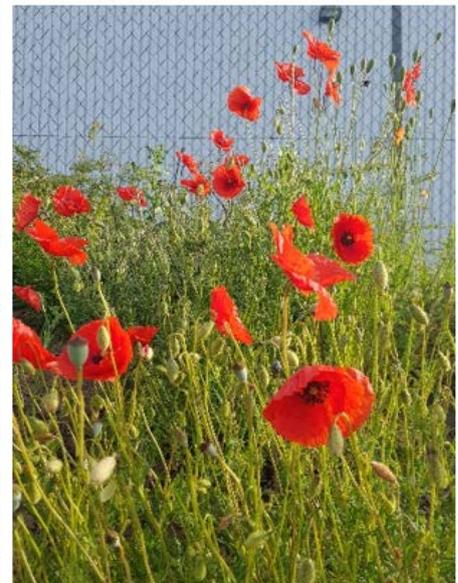
## Unterschlupf für Igel

Im Herbst benötigen Igel einen Unterschlupf, in dem sie ihren Winterschlaf halten können. Das Schoenberger Firmengelände wurde zu diesem Zweck mit einem Lagerplatz für Baum- und Grasschnitt ausgestattet. Vorhandene Zweige des Hartriegels, von Weiden u.ä. wurden zu einem stattlichen Gebilde verflochten und geben im unteren Bereich genügend Zwischenräume, damit Igel & Co. sich hier einen Platz einrichten können. Gleichzeitig dient der Lagerplatz der nachhaltigen Entsorgung von Naturmaterialien aus dem Firmengelände ohne lange Abfuhrwege.



**Abbildung 1: Geflecht als Unterschlupf für Igel**

Auch bereits bestehende Blühflächen auf dem Firmengelände werden weiterhin gepflegt:



**Abbildung 2 und 3:  
Nördliche Blühfläche auf dem Firmengelände im Sommer und Herbst**

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Nisthilfenprojekt in Kooperation mit der GWW

Das Nisthilfen-Projekt in Zusammenarbeit mit den Gemeinnützigen Werkstätten und Wohnstätten für Höhlen- und Halbhöhlenbrüter, wie z.B. Meisen, Rotschwänzchen und Bachstelzen, sowie Mauersegler bietet Platz für noch mehr Vielfalt auf dem Firmengelände und dient der Vernetzung von Lebensräumen, was in Zeiten des Klimawandels immer mehr an Bedeutung gewinnt.



**Abbildung 4: Nisthilfen fertig angebracht**



**Abbildung 5: Schlafplätze für Fledermäuse**



**Abbildung 6: Mauerseglerkasten und Brutkasten für kolonienbildende Höhlenbrüter**

Die Reinigungsaktion als Event für die Auszubildenden der Firma folgt im Spätjahr. Bei der Gelegenheit wird wertvolles Wissen über die Zusammenhänge in der Natur vermittelt und die soziale Kompetenz gestärkt.

## Kommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen

„Unsere Kraft liegt in der Natur“ – Schon der Claim unserer Firmengruppe beschreibt unseren Markenkern. Im Sinn von Gutem tun und darüber reden, wollen wir auch zum Thema Nachhaltigkeit informieren. Das tun wir intern im Rahmen unserer „Kräuterpresse“. Die Mitarbeiterzeitschrift wird von unseren Auszubildenden zweimal im Jahr herausgegeben. Darin wird regelmäßig auch zu Nachhaltigkeitsthemen berichtet.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN



**Abbildung 7: Ein Beitrag aus der Mitarbeiterzeitschrift „Kräuterpresse“ zur Sensibilisierung, wie man im Arbeitsalltag Ressourcen sparen kann**

Die Öffentlichkeit informieren wir zu Nachhaltigkeitsthemen über unsere Website oder unsere Social Media Kanäle (Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn). Durch Pressemitteilungen wird auch in anderen Medien über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten kommuniziert.

Was zeichnet uns aus? Welche Werte verbinden uns alle? Diese und viele weitere Fragen haben wir uns im Rahmen eines Markenprojekts in den vergangenen Jahren gestellt. Das Ergebnis: Eine neue Markenidentität, die in ihrer Essenz durch den neuen Claim der Salus Gruppe „Unsere Kraft liegt in der Natur“ greifbar wird. Damit ist die Nachhaltigkeit auch weiterhin untrennbar mit unserem Markenkern verbunden. Deshalb kommunizieren wir auch weiterhin regelmäßig zu Nachhaltigkeitsthemen – und das über verschiedene Kanäle und Formate: Ob im firmeninternen Newsletter, im neuen Unternehmensfilm, in Pressemitteilungen, auf der eigenen Website, auf Social Media oder im Podcast. Dazu erhalten wir regelmäßig Feedback von unseren Kund:innen und können so, auch ohne direkten Kontakt mit ihnen, in den Dialog treten.

Grundsätzlich sind wir in der Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthemen 2021 mit unserem Nachhaltigkeitsbericht mit integrierter EMAS Umwelterklärung einen großen Schritt gegangen. Dieser stellt auf rund 80 Seiten unsere aktuellen Nachhaltigkeitsaktivitäten, sowie bisherige Leistungen und zukünftige Ziele und Maßnahmen vor. 2024 wird im planmäßigen Turnus ein neuer Bericht veröffentlicht.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Durchführung von Aktionen (siehe auch 6. Unser WIN!-Projekt) für verschiedene Anspruchsgruppen

- Aktionen für bzw. mit Mitarbeitende: 4
- Aktionen für bzw. mit Kund:innen/ Öffentlichkeit: 6
- Aktionen für bzw. mit Geschäftskontakten: 1

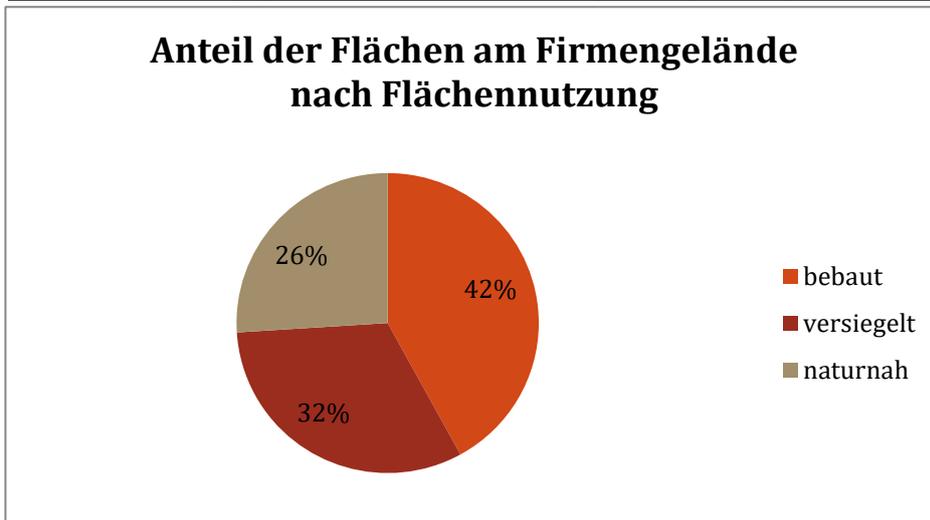
**Indikator 2:** Transparente und leicht zugängliche Informationen zu Umweltthemen, insb. Biodiversität

Schoenenberger berichtet regelmäßig in der Umwelterklärung über die Entwicklungen und Maßnahmen im Bereich Umwelt.

Zum Thema „biologische Vielfalt“ wurde bisher nur der „Anteil bebauter/ un bebauter Fläche“ berichtet. 2019 wurde eine Flächenkartierung durchgeführt, auf deren Basis nun jährlich auch der Anteil „naturnahe Flächen“ und „versiegelter Flächen“ erhoben wird. Unser Nachhaltigkeitsbericht mit integrierter EMAS Umwelterklärung, sowie die jährlichen Aktualisierungen können auf der Homepage abgerufen werden. 2021 sind die Flächenanteile gleich geblieben.

**Tabelle 1 Kennzahlen Biodiversität**

Kennzahl	2019	2020	2021
bebaute Fläche [%]	42	42	42
versiegelte Fläche (abzgl. bebauter Fläche) [%]	32	32	32
naturnahe Fläche [%]	26	26	26



**Abbildung 8: Anteil der Flächen am Firmengelände nach Flächennutzung**

## AUSBLICK

Auch an diesem Schwerpunktthema wollen wir weiter festhalten, da wir als Hersteller von Naturprodukten auf Biodiversität angewiesen sind. Zusätzlich soll eine Lagerstätte aus Gehölzschnitt und Laub als Unterschlupf für Igel & Co. gebaut werden.

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

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

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Als inhabergeführtes Familienunternehmen legen wir besonders großen Wert auf ein gelebtes menschliches Miteinander. Dieses besondere Betriebsklima wollen wir auch in Zukunft aufrecht erhalten.
- Wir arbeiten seit vielen Jahren mit den Gemeinnützigen Werkstätten und Wohnstätten (GWW) zusammen. Diese partnerschaftliche Kooperation wollen wir auch in Zukunft fortführen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

2020 wurden wir erfolgreich nach dem EMASplus Standard zertifiziert und arbeiten seither, neben den Umweltaspekten auch kontinuierlich an der Verbesserung sozialer Aspekte.



**Abbildung 9: Zertifiziertes Nachhaltigkeitsmanagement nach EMASplus**

Ausblick:

Wir möchten unser besonderes Betriebsklima erhalten und auch die Kooperation mit der GWW soll weiter fortgeführt werden.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Vereinbarkeit von Beruf und Familie soll durch flexible Arbeitszeitmodelle ermöglicht werden.
- Wir behalten unsere umfassenden Sozialleistungen bei, wie z.B. Zuschuss zu Kindergarten/ Kinderkrippe, Unterstützungsverein und Geburtstagsgeld.
- Die Zahl der meldepflichtigen Unfälle soll so gering wie möglich gehalten werden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden, sowie deren Sicherheit am Arbeitsplatz haben für uns höchste Priorität. Unsere flexiblen Arbeitszeitmodelle ermöglichen den Mitarbeitenden eine ausgewogene Work-Life Balance und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Darüber hinaus bieten wir umfangreiche Sozialleistungen (s. oben). Die Zahl der meldepflichtigen Unfälle ist weiterhin sehr gering.

Seit Anfang 2022 hat die Salus Gruppe – zu der als Tochterunternehmen auch Schoenenberger gehört – ein systematisches „Betriebliches Gesundheitsmanagement“ eingeführt, das vor allem auf die Prävention von physischen und psychischen Krankheiten abzielt. Es ist z.B. möglich, ein Rad zu attraktiven Konditionen zu leasen oder bei Bedarf kostenlose und anonyme psychologische Hilfe in Anspruch zu nehmen. Im Frühjahr 2023 nahmen zahlreiche Mitarbeitende an einer Bewegungs-Challenge, an Kräuterführungen oder Gesundheits-Check-Ups teil. Regelmäßig gibt es auch Aktionstage, die das Gesundheitsprogramm der Salus Gruppe abrundet.

Besonderer Höhepunkt war auch in 2023 der Gesundheitstag: Schon zum zweiten Mal machten sich die Mitarbeitenden in Magstadt fit für morgen und informierten sich an zahlreichen Verkostungs- und Beratungsständen zu Neuheiten der Salus Gruppe informierten. Auch die Salus BKK und die Beratungsstelle neon aus Rosenheim waren mit einem Infostand vor Ort. neon hielt zusätzlich zwei spannende Vorträge in der Schoenenberger Kantine zu den Themen „Resilienz“ und „Positive Psychologie“. Ein Stolperparcours und allgemeine Gesundheitsberatungen rundeten das Informationsangebot ab, von dem auch die eingeladenen Schoenenberger Rentner:innen begeistert waren.



**Abbildung 10: Zahlreiche Mitarbeitende nutzen das Informationsangebot am Gesundheitstag 2023.**

## WEITERE AKTIVITÄTEN



**Abbildung 11: Infostände, Vorträge, Fotobox – das Angebot auf dem Gesundheitstag bei Schoenenberger war groß.**

Ausblick:

Auch an den bestehenden Zielen in diesem Bereich halten wir weiter fest.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Auf Basis unserer Erkenntnisse aus der Stakeholder-Analyse wollen wir versuchen, noch stärker mit unseren Anspruchsgruppen in den Dialog zu treten.
- Wir führen zielgruppenspezifische Veranstaltungen, z.B. Fachtagungen, durch.
- Wir wollen uns aktiv an regionalen Veranstaltungen, z.B. den Nachhaltigkeitstagen, beteiligen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

2020 bildete einen Einschnitt in der Kommunikation. Der Schwerpunkt lag pandemiebedingt auf „kontaktlosen“ Dialogformen mit unseren Anspruchsgruppen. Direkter Kontakt wurde seit Anfang 2022 vorsichtig – unter Einhaltung aller Corona-Empfehlungen – wiederaufgenommen. Von den Vorteilen überzeugt, setzen wir auch nach der Pandemie viele digitale Formate ein (z.B. bei Tagungen, für Schulungen, für Pressekonferenzen, für Geschäftsmeetings).

Ausblick:

Der Dialog mit unseren Anspruchsgruppen soll weiter gefördert und verbessert werden.

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Als Hersteller von Naturprodukten sind wir auf intakte Ökosysteme und den Erhalt der natürlichen Ressourcen angewiesen. Daher soll Umweltschutz auch in Zukunft von zentraler Bedeutung sein.
- Wir wollen Optimierungsmöglichkeiten an den Reinigungsverfahren mit dem Ziel der Wassereinsparung prüfen.
- Der Bio-Anteil bei den Rohstoffen soll gesichert und ausgeweitet werden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Das Thema Umweltschutz ist weiterhin von zentraler Bedeutung. Durch pandemiebedingte Produktionsrückgänge sind die spezifischen Kennzahlen 2021 angestiegen. Der hohe Bioanteil bei den Rohstoffen von rund 95% konnte beibehalten werden.

Ausblick:

Wir halten an den bestehenden Zielen in diesem Bereich grundsätzlich weiter fest; die Unsicherheiten bzgl. der weiteren Entwicklung sind jedoch im aktuellen Umfeld sehr hoch.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir wollen den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte verbessern. Die Lebenszyklus-Analyse des vergangenen Jahres dient als Basis.
- Unsere Verpackungen sollen weiter ökologisch verbessert werden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Unsere Projekte zur Optimierung vorhandener Materialien setzen wir fort.

Ausblick:

Wir arbeiten weiterhin insbesondere an der ökologischen Optimierung unserer Verpackungen.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir beziehen unsere Rohstoffe soweit als möglich aus natur- und sozialverträglichem Bio-Anbau und gestalten die Herstellungsprozesse umweltverträglich. So generieren wir nachhaltigen Unternehmenserfolg.
- Wir wollen die Arbeitsplätze in der Region sichern.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Schoenenberger arbeitet bereits in der vierten Generation mit einer Gärtnerfamilie aus Magstadt zusammen. Dort werden auf kleinparzelligen Feldern verschiedenste Heilpflanzen in biologischem Anbau produziert. Im nahegelegenen Schoenenberger Pflanzensaftwerk werden sie erntefrisch zu Frischpflanzensäften verarbeitet. Die Trester, die bei der Produktion anfallen, werden anschließend kompostiert und wieder als pflanzlicher Dünger auf die Felder zurückgebracht. Dadurch entsteht ein natürlicher Kreislauf. Kurze Transportwege schonen zudem das Klima. Durch dieses besondere Geschäftsmodell bleibt die Wertschöpfung in der Region.

Ausblick:

Wir wollen auch zukünftig unsere regionale Wertschöpfungskette erhalten.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Als Unternehmen der Salus Gruppe arbeiten wir daran, bedrohte Wildpflanzen in Kultur zu nehmen. Dadurch tragen wir zum Erhalt der natürlichen Ressourcen bei. Bereits bestehende Anbauprojekte sollen fortgeführt werden und neue sollen entwickelt werden.
- Neue Möglichkeiten der natürlichen Krankheits- und Schädlingsbekämpfung werden getestet.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Als Hersteller von Naturprodukten sind wir auf die langfristige Verfügbarkeit und den Erhalt unserer natürlichen Ressourcen angewiesen. Einige unserer Rohstoffe, wie beispielsweise der Weißdorn, stammen aus Wildsammlung. Um hier die Bestände zu schützen, hat Schoenenberger eigene Anbauprojekte in der Region erfolgreich eingeführt. Dadurch werden die Wildbestände geschont und langfristig erhalten.

Ausblick:

Ein verantwortungsvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen ist für uns fester Bestandteil unserer täglichen Arbeit. Deshalb arbeiten wir kontinuierlich an unseren Zielen weiter.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir fällen vorausschauende und nachhaltige Finanzentscheidungen, um den langfristigen unternehmerischen Erfolg zu sichern.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Ökologie und Ökonomie stehen bei Schoenenberger im Einklang. Bei finanziellen Entscheidungen werden stets auch die ökologischen und sozialen Auswirkungen mit einbezogen.

Ausblick:

Daran halten wir auch zukünftig fest.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Sowohl im Unternehmen als auch bei unseren Geschäftskontakten legen wir großen Wert auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Es herrscht ein offener Dialog mit Mitarbeitenden, Kund:innen, Lieferant:innen und allen anderen Partner:innen.
- Es gibt einen Verhaltenskodex für Lieferant:innen.
- Wir beteiligen uns nicht an korrupten Geschäften und arbeiten nicht mit korrupten Unternehmen zusammen.
- Unsere Mitarbeitenden sind angewiesen, keine Incentives anzunehmen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Im Unternehmen herrscht eine offene Dialogkultur. Und auch mit unseren Kund:innen und Lieferant:innen stehen wir im ständigen Austausch. Zudem gibt es einen Schoenenberger Verhaltenskodex für Lieferant:innen, in dem wir klar unsere Werte kommunizieren. Korruption und Bestechung sind für uns ein absolutes No-Go.

Ausblick:

Unsere Ziele und Maßnahmen in diesem Bereich sind fest im Tagesgeschäft verankert.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir arbeiten bevorzugt mit regionalen Lieferant:innen und Dienstleister:innen zusammen.
- Mit lokalen Akteuren, wie der Agenda 21, werden Kooperationen weitergeführt und ausgebaut (→ siehe 6. Unser WIN!-Projekt)

Ergebnisse und Entwicklungen:

Unsere Rohstoffe und Dienstleistungen beziehen wir so weit möglich von regionalen Lieferant:innen und Dienstleistungsunternehmen. Besonders die Zusammenarbeit mit lokalen Akteur:innen konnten wir in den letzten Jahren weiter ausbauen. Hier ist vor allem unser WIN!-Projekt zu nennen, durch das wir die Zusammenarbeit mit der lokalen Agenda 21 intensivieren konnten und gleichzeitig Bildungspartner der Johannes-Kepler Gemeinschaftsschule wurden.

Ausblick:

Es sind bereits neue, gemeinsame Projekte mit lokal Agierenden in Planung.

## 6. Unser WIN!-Projekt

### Bio-Heilkräuter im Heckengäu – Mehrwert für Mensch und Natur

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region. Passend zu unserem Schwerpunkt-Leitsatz „Anreize zum Umdenken“ wollen wir auch speziell für Bio-Heilkräutern im Heckengäu Bewusstsein schaffen.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

#### NaturErlebnisPfad

Bereits seit 2012 unterstützen wir dafür den NaturErlebnisPfad Magstadt, der von der lokalen Agenda 21 errichtet wurde. Auf dem abwechslungsreichen Weg durch den Wald können Kinder und Erwachsene die Natur mit allen Sinnen erleben und viel Wissenswertes erfahren. Ein Teil des Lehrpfads bietet einen Einblick in die heimische Kräuterwelt. Schoenenberger hat hier verschiedenste Heilkräuter beschildert. Dadurch soll bei den Besuchenden das Interesse für heimische Kräuter geweckt werden. Ziel ist, die Bevölkerung der Region für Naturschutz zu begeistern, indem man die biologische Vielfalt und deren Nutzen erlebbar macht. Denn: nur wer die natürliche Vielfalt kennt, schätzt und schützt sie.



Abbildung 12 und 13: Schautafel am NaturErlebnisPfad Magstadt und kleines Hinweisschild für die Himbeere

# UNSER WIN!-PROJEKT

## Kooperation mit der Johannes-Kepler-Gemeinschaftsschule



**Abbildung 14: Die Schüler:innen lernen in der freien Natur verschiedene heimische Kräuter kennen**

Schüleraktion am Naturerlebnispfad

Die Bildungskooperation mit der Johannes-Kepler-Gemeinschaftsschule am Ort lebte nach der Corona-Pause wieder mit einer Präsenzveranstaltung auf. 24 Schüler:innen der Klassenstufe 5 und ihre Lehrer waren mit Freude dabei, als es bei schönstem Sonnenschein zu Fuß zum Naturerlebnispfad ging. Dort wurden von Dipl.-Biologin Andrea Frank-Bühler verschiedene Kräuter und Pflanzen und deren Rolle in der Heilkunde und der Natur erläutert.

Aus welchem Teil der Rapspflanze wird das Öl hergestellt?

Wie riechen Thymian und Salbei und wofür kann man sie verwenden?

Welche Schmetterlinge sind im Raupenstadium ausschließlich auf die Brennnessel als Futterpflanze angewiesen?

Wie heißen die Früchte der Hundsrose aus den heimischen Hecken und was wird daraus hergestellt?

Nachdem das Kräuteröl angesetzt war, ging es ins Gelände, um die Schilder zur Kennzeichnung der Wildpflanzen an der richtigen Stelle in den Boden zu hämmern, damit künftige Besucher des NEP wissen, worum es sich handelt.

Die jungen Leute waren mit Begeisterung dabei. Eine Fortsetzung im nächsten Jahr ist geplant.

## Heckengäu-Naturführer

Man kann nur lieben und schützen, was man kennt. Aus diesem Grund unterstützten wir auch in diesem Jahr wieder die Arbeit der Heckengäu-Naturführer mit einem finanziellen Beitrag.



**Abbildung 15: Flyer des Heckengäu-Naturführer e.V.**

# UNSER WIN!-PROJEKT

## Wettbewerb „Insektenfreundliche Gärten“

Der Wettbewerb „Insektenfreundliche Gärten der Lokalen Agenda geht in die zweite Runde. Als Teil der Jury und Sponsor von Preisen für besonders insektenfreundliche Gärten, schafft Schoenenberger hier Wertschätzung zu Gunsten von Mensch und Natur. Die Aktion findet immer mehr positive Resonanz in der Bevölkerung, was durch die zunehmende Zahl an Teilnehmenden ersichtlich wird.



**Abbildung 16: Auch auf kleinstem Raum kann sich Vielfalt entwickeln.**

## Teilnahme am Tag der Arzneipflanze

Die Gesellschaft für Phytotherapie bot auch in diesem Jahr eine ansprechende Plattform zur Kommunikation über die Veranstaltung zum Tag der Arzneipflanze an den Feldern der Fa. Hegema, wo ein Großteil der Heilkräuter für Schoenenberger in Bio-Anbau kultiviert werden.

Die besonderen Herausforderungen der Bio-Anbaus von Heilkräutern unter sich verändernden Klimabedingungen erläuterte Jonas Winter, der die vierte Generation des Familienbetriebes repräsentiert. Geführt durch Dipl.-Biologin Andrea Frank-Bühler und Naturführer Hermann Wanner ging es in zwei Gruppen an den Feldern entlang durch das Heckengäu. Sowohl Fachleute, als auch Laien nutzten die Gelegenheit zur ausführlichen Information über den gesundheitlichen Nutzen dieser einzigartigen Darreichungsform Heilpflanzensaft.

## UNSER WIN!-PROJEKT



**Abbildung 17: Jonas Winter erläutert die besonderen Herausforderungen des Bio-Anbaus von Heilkräutern.**



**Abbildung 18: Das Geschmacksrätsel bot Gelegenheit nicht nur an Wissen zu gewinnen.**

# UNSER WIN!-PROJEKT

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Die einzelnen Teilprojekte innerhalb unseres WIN!-Projekts unterstützen wir, sowohl durch personellen als auch finanziellen/ materiellen Einsatz.

## AUSBLICK

Wir möchten alle Projekte weiterhin fortführen. Im Speziellen sollen die Hinweisschilder am Heilkräuterlehrpfad erneuert werden. Auch alle weiteren Kooperationen sollen fortgeführt werden. Es gibt bereits Ideen für weitere gemeinsame Projekte.

## 7. Klimaschutz

Als Hersteller von Naturprodukten sind wir unmittelbar von den Auswirkungen des Klimawandels und vielen weiteren Herausforderungen unserer Zeit bedroht. Die Natur ist unser Rohstofflieferant und so sind wir auf die natürliche Vielfalt und intakte Ökosysteme angewiesen.

Wir engagieren uns deshalb seit vielen Jahren erfolgreich im Umwelt- und Klimaschutz. Seit 2020 ist unser gesamter Standort klimaneutral. Diesen hohen Standard wollen wir beibehalten und damit unseren Beitrag zur Erreichung der Klimaziele zu leisten.

2020 sind wir dem Klimabündnis Baden-Württemberg beigetreten und haben uns in diesem Rahmen dazu verpflichtet, die Klimaneutralität in Scope 1, 2 und 3.3 bis 2030 beizubehalten und den Anteil der Kompensation nach Möglichkeit weiter zu reduzieren. Außerdem sollen weitere Scope 3 Kategorien ermittelt werden.



**Abbildung 19: Verleihung der Urkunde als Erstunterzeichner der Klimaschutzvereinbarung**

## DATEN IM ÜBERBLICK

Im Rahmen unseres EMAS Umweltmanagementsystems erheben wir jährlich unsere Emissionen in Scope 1, 2 und 3.3. Zur Nachverfolgung der Fortschritte bei der Zielerreichung im Rahmen des Klimabündnisses wurde als Basisjahr das Jahr 2020 gewählt. Daten der vergangenen Jahre können in unserem Nachhaltigkeitsbericht eingesehen werden.

**Tabelle 2: Jährliche Datenerfassung Scope 1,2 und 3.3**

Erfassungsbereiche	Ausgangsbilanz 2020	Aktuelles Geschäftsjahr 2022	Veränderung gegenüber Referenzjahr
	THG-Emissionen in t CO <sub>2</sub> e	THG-Emissionen in t CO <sub>2</sub> e	+/- in t CO <sub>2</sub> e
Direkte THG-Emissionen Scope 1	440	408	- 32
Indirekte THG-Emissionen Scope 2	219	0	- 219
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.3	104	55	- 49
Gesamtemissionen Scope 1, 2 und 3.3	763	463	- 300
Gesamtemissionen Scope 1, 2 und 3.3 nach Kompensation	0	0	0

Zusätzlich zu den oben aufgeführten Daten haben wir 2020 erstmals mit externer Unterstützung einen vollständigen CCF nach den Vorgaben des Green House Gas Protocols für die gesamte Salus Gruppe ermittelt. Dieser ist im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht (NHB) der Salus Gruppe dargestellt. Viele Geschäftsbereiche der beiden Unternehmen Salus und Schoenenberger sind eng verzahnt, wodurch sich Emissionen nicht immer eindeutig einem der beiden Unternehmen zuordnen lassen. In nachfolgender Tabelle sind daher nur jene Emissionen dargestellt, die sich eindeutig auf die Geschäftstätigkeiten von Schoenenberger zurückführen lassen.

**Tabelle 3 Zusätzliche Datenerfassung Scope 3 (2020)**

Erfassungsbereiche	2020 THG-Emissionen in t CO <sub>2</sub> e	Bemerkung
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.1	2.138	
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.2	-	nicht wesentlich
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.3	104	s. jährliche Datenerfassung
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.4	192	
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.5	19	
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.6	-	Gesamtwert der Salus Gruppe s. NHB
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.7	66	
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.8	-	nicht wesentlich
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.9	-	Gesamtwert der Salus Gruppe s. NHB
Indirekte THG-Emissionen Scope 3.10- 3.15	-	nicht wesentlich

# KLIMASCHUTZ

## UNSERE AUSGANGSSITUATION

Unser gesamtes Unternehmen ist auf klimaneutrales Handeln ausgerichtet. Dabei gilt für uns der Grundsatz: Vermeiden - Reduzieren - Kompensieren.

### **Emissionen vermeiden durch regenerative Stromversorgung:**

2014 wurde an unserem Firmenstandort in Magstadt die erste Photovoltaikanlage mit 535 kWp in Betrieb genommen. Im November 2017 wurde die Kapazität nochmals um 30% erweitert. Heute sind Anlagen mit einer Leistung von 686 kWp installiert. Mit den installierten PV-Anlagen können wir ca. 75% unseres Stromverbrauches bilanziell selbst decken. Der restliche und für betriebsbedingte Schwankungen erforderliche Strom wird als Ökostrom bezogen.

### **Emissionen reduzieren durch konsequente Wärmerückgewinnung**

Ein moderner Zwei-Stoff-Brenner mit hohem Wirkungsgrad erzeugt Wärme für die Pflanzensaftherstellung. Der Brenner wird mit Erdgas betrieben. Bei Engpässen in der Gasversorgung könnte auf Heizölbetrieb umgeschaltet werden. Zudem sind energieeffiziente Lüftungsanlagen mit 90% Wärmerückgewinnung in Betrieb. Dadurch können jährlich bis zu 300.000 kWh (Gas) eingespart werden. Abwärme aus der Druckluft- und Dampferzeugung wird in einem 16.000 l großen Pufferspeicher zwischengespeichert und bei Bedarf wieder dem Heizungs- und Warmwassersystem zugeführt.

### **Kompensation verbleibender Emissionen**

Die Stromversorgung am Standort ist regenerativ und CO<sub>2</sub>-neutral. Und auch die Emissionen aus der Wärmeversorgung konnten dank hocheffizienter Wärmerückgewinnungstechnologie erheblich reduziert werden. Seit dem Jahr 2007 konnten die direkten CO<sub>2</sub>-Emissionen am Standort Magstadt um 30% gesenkt werden. Verbleibende Emissionen werden erfasst, nach Möglichkeit weiter reduziert und schließlich durch hochwertige Emissionsminderungszertifikate in Zusammenarbeit mit PRIMA-KLIMA neutralisiert. Der Standort Magstadt ist damit klimaneutral.

### **Ganzheitlicher Ansatz im Klimaschutz**

Die größten Umweltauswirkungen des Standortes werden bei Schoenenberger durch die Produktion verursacht. Deshalb liegt hier auch der Fokus des Umweltmanagementsystems. Jedoch wird am Standort ein ganzheitlicher Ansatz im Klimaschutz verfolgt. So werden beispielsweise auch die Mitarbeitenden durch regelmäßige Aktionstage und Schulungen in die Klimaschutzaktivitäten mit einbezogen. Durch seinen ganzheitlichen Ansatz trägt Schoenenberger aktiv zum Klimaschutz bei.

## UNSERE ZIELERREICHUNG

Im Rahmen des Klimabündnisses Baden-Württemberg haben wir uns dazu verpflichtet, die Klimaneutralität in Scope 1, 2 und 3.3 bis 2030 beizubehalten und den Anteil der Kompensation nach Möglichkeit weiter zu reduzieren. Außerdem sollen weitere Scope 3 Kategorien ermittelt werden.

# KLIMASCHUTZ

Mit Hilfe der unter „Ausgangssituation“ beschriebenen Maßnahmen wurde unser Standort von PRIMA-KLIMA 2021 als klimaneutral zertifiziert. Zu Beginn des Jahres 2021 wurden weitere Scope 3 Kategorien für das Jahr 2020 bilanziert (s. „Daten im Überblick“).



**Abbildung 20: PRIMAKLIMA Siegel "Klimaneutraler Standort"**

Im Jahr 2022 wurden die Ziele aus der Klimaschutzvereinbarung erreicht.

Zudem haben wir uns im Umweltprogramm 2018 bis 2021 das ehrgeizige Ziel gesetzt, beim spezifischen Stromverbrauch weitere 10% bis 2025 (Bezugsjahr 2017) einzusparen.

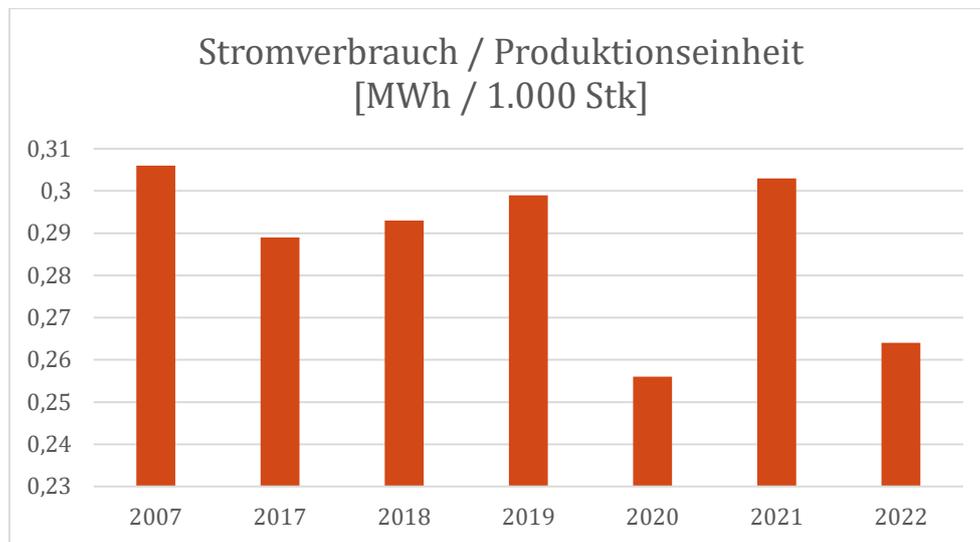
2022 ist der spezifische Stromverbrauch gegenüber 2017 um 9 % gesunken. Dieses Ziel wurde 2022 daher knapp nicht erreicht.

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Im Rahmen unseres Umweltmanagements wurden 2022 keine Maßnahmen aus dem Nachhaltigkeitsprogramm mit Bezug zu Energie und Emissionen umgesetzt.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

2022 wurden keine größeren Maßnahmen zur Stromeinsparung umgesetzt. Durch die Normalisierung der Produktionsabläufe konnte der spezifische Stromverbrauch gegenüber 2017 um 9 % reduziert werden.



**Abbildung 21: Stromverbrauch/ Produktionseinheit 2007-2021**

## AUSBLICK

Wir halten an dem Schwerpunkt „Energie und Emissionen“ fest, auch wenn uns bewusst ist, dass es immer schwieriger wird, noch weitere Verbesserungen zu erzielen und sich Kennzahlen bei geringerer Auslastung tendenziell negativ entwickeln werden.

In unserem Nachhaltigkeitsprogramm 2021-2024 haben wir uns folgende Maßnahmen vorgenommen, um weitere Einsparungen zu erreichen und die Emissionen in Scope 1+2 zu reduzieren:

**Tabelle 4 Geplante Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz und Klimaschutz**

Nr.	Maßnahme	Wirkung	geplanter Termin	Status 11/23
1	Umstellung Heißleim auf Typ mit niedriger Schmelztemperatur	Stromeinsparung ca. 2.000 kWh/a	2022	2
2	Versorgung der Bestandsgebäude mit neuem Trafo	Einsparung ca. 30.000 kWh	2022	1
3	2 Öl-Trafos ersetzen durch Trockentrafos mit hohem Wirkungsgrad	Einsparung ca. 20.000 kWh	2022	1

Status: 0 = geplant, 1 = Angebotsphase, 2 = Umsetzungsphase, 3 = abgeschlossen, 4 = nicht realisiert

Die Maßnahmen 2 und 3 mussten aufgrund von Lieferschwierigkeiten verschoben werden.

# KLIMASCHUTZ

Außerdem soll folgende Maßnahme umgesetzt werden, um die Emissionen in Scope 3 zu reduzieren:

**Tabelle 5 Geplante Maßnahmen im Bereich Transport und Verkehr**

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Termin	Status 11/23
1	Aktionswoche Mobilität	Förderung Umweltbewusstsein der Mitarbeitenden + Motivation zu klimafreundlicher Mobilität	2023	0

Status: 0 = geplant, 1 = Angebotsphase, 2 = Umsetzungsphase, 3 = abgeschlossen, 4 = nicht realisiert

Die Maßnahme 1 wurde Corona-bedingt verschoben.

## 8. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin / Ansprechpartner**

Christoph Hofstetter, Leiter Nachhaltigkeitsmanagement

E-Mail: [christoph.hofstetter@salus.de](mailto:christoph.hofstetter@salus.de), Tel.: +49-8062-901-129

### **Impressum**

Herausgegeben am 14.11.23 von

Walther Schoenenberger Pflanzensaftwerk GmbH & Co. KG

Hutwiesenstraße 14

Telefon: +49-7159-403-0

Fax: +49-7159-403-180

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

Internet: <https://www.schoenenberger.com>

***Schoenenberger***

