

WNA | Wirtschaft Neckar-Alb

Impulse aus der Region Neckar-Alb

Nachhaltigkeit ganz praktisch



Impulse aus der
Region Neckar-Alb

Nachhaltigkeit ganz praktisch



Foto: robertsrob/istockphoto.com

TITELTHEMA

Nachhaltigkeit, das ist weit mehr als Umwelt- und Naturschutz. In dieser Sonderausgabe von WNA stellen Firmen aus der Region ihren Weg zu mehr Nachhaltigkeit vor:

- 13 Stadthalle Reutlingen
- 24 Patavo,
IHK Reutlingen
- 16 Kreissparkasse Reutlingen,
Bruderhaus Diakonie
- 17 Mey
- 19 Advanced UniByte,
SchwörerHaus
- 21 Interstuhl,
Fink Druck

08



INHALT

- 05 Einleitung
- 06 Nachhaltigkeit in der Region
- 08 Mehrwert von Nachhaltigkeit
- 10 Schritte zum nachhaltigen Wirtschaften
Unternehmenswerte, Stakeholderanalyse,
Zielanalyse
- 12 Maßnahmen und Handlungsfelder
 - 12 Handlungsfeld Ökonomie
 - 15 Handlungsfeld Ökologie
 - 18 Handlungsfeld Arbeit
 - 20 Handlungsfeld Gemeinwesen
- 22 Forderungen an die Politik
- 25 Nachhaltigkeit in der IHK



Glaubwürdig, ehrlich und berechenbar

Nachhaltigkeit ist keineswegs eine Modeerscheinung der Gegenwart. Schon im Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns konnte man vor 700 Jahren nachlesen, dass ein Kaufmann glaubwürdig, ehrlich und berechenbar zu sein hat. Diese Werte haben in unserer globalisierten und vernetzten Welt unverändert ihre Berechtigung. Sie sind aus unserer Sicht gleichermaßen klassisch wie innovativ.

Für Unternehmerinnen und Unternehmer bedeuten sie, nicht nur profitabel zu wirtschaften, sondern auch die Verantwortung für die Aus-

wirkungen des eigenen Handels zu kennen und zu übernehmen. Der Ehrbare Kaufmann und die Ehrbare Kauffrau vereint Haltung und Handlung. Nur dann ergibt sich ein authentisches Bild.

Der Dreiklang der Nachhaltigkeit aus Ökonomie, Ökologie und Sozialem lässt sich unmittelbar aus dem Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns ableiten. Die Nachhaltigkeit untermauert dabei den Gedanken, dass Betriebe nur dann dauerhaft erfolgreich sein können, wenn sie ihre Unternehmensführung langfristig anlegen.

Eine Arbeitsgruppe aus Vertreterinnen und Vertretern regionaler Firmen und Institutionen haben das vorliegende Arbeitspapier erarbeitet und zeigen damit auf, wie sich Nachhaltigkeit konkret in das eigene unternehmerische Handeln integrieren lässt. Die Vollversammlung der IHK hat die politischen Forderungen am 4. Dezember 2018 beschlossen. Zehn Firmen haben Beispiele für Nachhaltigkeit aus ihrer Praxis beigesteuert. Wir danken allen Engagierten aus den heimischen Unternehmen, die diese Broschüre unterstützt und möglich gemacht haben.

Christian O. Erbe
IHK-Präsident

Dr. Wolfgang Epp
IHK-Hauptgeschäftsführer



Vom Beispiel lernen

Die Umsetzung ist machbar

Auch für kleine und mittlere Unternehmen muss es weder komplex noch aufwendig sein, Nachhaltigkeitsmaßnahmen umzusetzen. Es kommt darauf an, im Betrieb die richtigen Weichen zu stellen und sich konkrete Maßnahmen vorzunehmen.

Nachhaltigkeit verschafft einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern.

Wer das Wort Nachhaltigkeit hört, denkt wahrscheinlich zunächst einmal an Umwelt- und Naturschutz. Hinter dem Begriff verbirgt sich jedoch weitaus mehr: Er beschreibt ein umfassendes Konzept, das uns alle dazu auffordert, unsere Art zu leben und zu wirtschaften zukunftsfähig zu machen. Was heißt das für Unternehmen? Sie müssen natürlich profitabel wirtschaften. Um ihren langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern, müssen sie jedoch auch Verantwortung für die gesellschaftlichen Auswirkungen ihres Handelns übernehmen. Nach-

haltiges Wirtschaften bedeutet somit, dass Unternehmen ihr Kerngeschäft wirtschaftlich erfolgreich, aber auch sozial und ökologisch verantwortlich betreiben müssen.

Mehrwert für das Unternehmen

Handeln Unternehmen im Sinne der Nachhaltigkeit, verpassen sie sich damit weit mehr als ein grünes Image: Firmen, die auf den Einsatz von Ressourcen wie Energie oder Druckerpapier achten, sparen automatisch Geld. Firmen, die moderne Arbeitszeitmodelle schaffen und ihre Mitarbeiter bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützen, sind in Zeiten des Fachkräftemangels attraktive Arbeit-

geber. Firmen, die nachhaltige Produkte oder Dienstleistungen anbieten, werden von Kunden und Geschäftspartnern oftmals als besonders innovativ wahrgenommen und verschaffen sich damit einen Wettbewerbsvorteil gegenüber ihren Mitbewerbern. Nachhaltigkeit ist also eben nicht nur ein Deckmäntelchen für das gute Gewissen, sondern hat nachvollziehbare betriebswirtschaftliche Komponenten.

Papier für die Praxis

Das vorliegende Papier wurde vom IHK-Netzwerk Nachhaltigkeit initiiert. Der Arbeitskreis Nachhaltigkeit, ein Zusammenschluss mehrerer Unternehmen und Institutionen aus der Region Neckar-Alb, die sich für Fragen der Nachhaltigkeit interessieren, hat das Projekt umgesetzt.

Das Nachhaltigkeitspapier soll den Firmen der Region als Praxisorientierung dienen. Es zeigt, was Neckar-Alb in Sachen Nachhaltigkeit bereits zu bieten hat und welche Potenziale in der betrieblichen Praxis bestehen. Unternehmen erhalten Praxistipps: Anhand konkreter Fragestellung und Beispielen zeigt das Papier auf, wie sich Betriebe mit dem Thema nachhaltiges Wirtschaften im Unternehmen beschäftigen und erste Maßnahmen implementieren können. Firmen sollen befähigt werden, die Leitlinien der Nachhaltigkeit in ihr Kerngeschäft und die Kultur des Unternehmens zu integrieren. Abgerundet wird das Papier von Forderungen der Wirtschaft an die Politik. Sie zeigen, wie Rahmenbedingungen helfen können, nachhaltiges Wirtschaften weiter zu befördern.

Gute Ideen

Die zehn Beispiele dieser Broschüre zeigen: Es muss für ein Unternehmen

Gewinnerzielung und Gemeinwohl müssen kein Widerspruch sein.

in keinem Widerspruch stehen, Gewinn zu erzielen und gleichzeitig das Gemeinwohl zu berücksichtigen. Im Gegenteil: Nachhaltigkeit verschafft Unternehmen aus betriebswirtschaftlicher Sicht einen echten Mehrwert und trägt zum langfristigen Unternehmenserfolg bei. Die hier vorgestellten Beispiele sind in die Handlungsfelder Ökonomie, Ökologie, Arbeit und Gemeinwesen unterteilt.

Dabei müssen Nachhaltigkeitsmaßnahmen für kleine und mittlere Unternehmen weder komplex noch aufwendig sein. Aufgrund ihrer kleineren Größe sind sie häufig sogar flexibler und haben somit gute Voraussetzungen, um nachhaltig zu agieren und eine Vorbildfunktion einzunehmen. Es kommt auf die richtige Idee und die praktische Umsetzung an. Mit dem passenden Konzept ist Nachhaltigkeit für alle ein Gewinn – für das Unternehmen, die Mitarbeiter und das Gemeinwohl. ■



Nachhaltigkeit Hintergrund

Nachhaltigkeit basiert auf der Idee, derzeitige Bedürfnisse zu befriedigen, ohne zukünftigen Generationen die Lebensgrundlage zu entziehen. Im englischen Sprachraum wird oft von „sustainable development“ gesprochen. Nachhaltigkeit hat drei Dimensionen: Ökonomie, Ökologie und Soziales. Dem Nachhaltigkeitsbegriff liegt eine Zeitdimension zugrunde. Es geht um die Möglichkeit, über heutige Handlungen zukünftige Bedingungen positiv wie negativ beeinflussen zu können.

Ursprünglich stammt der Begriff aus der Forstwirtschaft des 18. Jahrhunderts und besagt, dass immer nur so viel Holz gefällt werden solle, wie durch Aufforstung nachwachsen könne. Dies wurde 1713 vom sächsischen Oberberghauptmann Hans Carl von Carlowitz erstmals so formuliert.



Fotos: Juergen Faelchle/shutterstock.com, PR

Stellenwert steigt

Nachhaltigkeit in der Region

Das Thema Nachhaltigkeit ist in der Region angekommen. Kommunen und Hochschulen haben die Idee in ihrem Handeln verankert und auch Firmen bekennen sich zur Nachhaltigkeit.

In Neckar-Alb finden Unternehmen den Nährboden, auf dem nachhaltige Innovationen wachsen können. Mit ihrem Dreiklang aus Wirtschaft, Wissenschaft und Landschaft bietet die Region die Voraussetzungen für eine hohe Lebensqualität. Davon profitieren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und letztendlich die heimischen Unternehmen.

Einzigartiger Lebensraum

Der Lebensraum Neckar-Alb ist durch hohe Umweltstandards und ein gesundes ökologisches Gleichgewicht geprägt. Die UNESCO hat dies 2008 durch das Projekt Biosphärengebiet gewürdigt. Berge und Täler, Streuobstwiesen und zahlreiche Flüsse machen die schwäbische Landschaft abwechslungsreich und einzigartig. Die Bewahrung der Landschaft spiegelt

sich auch in der positiven Resonanz der Touristen wider. Der Landkreis Reutlingen mit dem Biosphärengebiet Schwäbische Alb gilt als Modellregion einer nachhaltigen Entwicklung. Das UNESCO-Biosphärenreservat wurde 2017 zum Sieger des Bundeswettbewerbs „Nachhaltige Tourismusdestination“ gekürt. Reutlingen ist außerdem seit Mai 2012 Fair-Trade-Stadt und fördert gezielt den fairen Handel auf kommunaler Ebene.

Die Initiative „Tübingen macht blau“ hat das Ziel, die energiebedingten CO₂-Emissionen pro Kopf bis 2022 um 25 Prozent gegenüber dem Wert von 2014 zu reduzieren. Sie zeigt, wie wichtig Aspekte der Nachhaltigkeit in der Region sind.

Die Region: Nährboden für nachhaltige Innovationen.

Das Land Baden-Württemberg engagiert sich im Themenfeld Nachhaltigkeit und setzt sich dafür ein, dass Nachhaltigkeit im Zentrum einer wettbewerbsfähigen Unternehmensführung steht. Mit einer Reihe von Aktivitäten begleitet etwa das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau das vielfältige gesellschaftliche Engagement der Unternehmen im Land. Dazu zählen insbesondere der LEA-Mittelstandspreis für soziale Verantwortung, die Bad Wimpfener Gespräche, die CSR-Online-Plattform des Landes sowie regelmäßige Regionalveranstaltungen. Der Informationsaustausch unter den Akteuren, der lösungsorientierte Dialog und die öffentliche Anerkennung stehen dabei im Mittelpunkt. Mit diesen landesweiten

STATEMENTS WIRTSCHAFT



Inge Tress,

Tress Gastronomie GmbH & Co. KG

„Die Region Neckar-Alb ist geprägt von einem ehrlichen und breiten Mittelstand mit Pioniergeist und der Bereitschaft nachhaltiges Wirtschaften voranzutreiben.“



Martin Fink,

Fink GmbH Druck und Verlag

„In der Region sind viele Unternehmen zu finden, die sich zum Ziel der nachhaltigen Entwicklung bekennen. Sich nachhaltig zu positionieren bedeutet jedoch sich konstant und im Kern mit dem Thema auseinanderzusetzen. Hier besteht noch Potenzial. Nachhaltigkeit ist hier mehr als nur ein theoretisches Konstrukt.“



Sabine Schädle,

Holcim (Süddeutschland) GmbH

„Erfolgreiches Wirtschaften hat nichts mit der Größe des Unternehmens zu tun. Der Schnellere und Bessere hat die Nase vorn. Das gilt für Produktinnovationen genauso wie für Nachhaltigkeitsthemen. Und damit schafft man eine Vorreiterrolle und Dynamik – im eigenen Haus und in der Region.“

Aktivitäten ist es gelungen, den hohen Stellenwert nachhaltigen Wirtschaftens in der Öffentlichkeit zu platzieren und die Förderung einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung als zentralen Baustein in der Regierungsarbeit zu verankern.

Auch die Wissenschaft spielt für die nachhaltige Entwicklung in der Region eine wichtige Rolle. Eine Universität, sechs Hochschulen und weitere Forschungs-, Transfer- und Bildungseinrichtungen bilden die Grundlage der Wissensregion.

Die **Universität Tübingen** orientiert sich in ihrem Leitbild beispielsweise an der Maxime einer nachhaltigen Entwicklung. Um diese Zielsetzung zu stärken und strukturell weiter zu verankern, wurde ein Nachhaltigkeits-

konzept entwickelt und ein Kompetenzzentrum für Nachhaltige Entwicklung / School for Sustainability an der Universität Tübingen aufgebaut. Auch die **Hochschule Reutlingen** ist in diesem Bereich aktiv und hat sich der UN-Initiative „Principles for Responsible Management Education“ (PRME) verpflichtet.

Die Hochschule für Forstwirtschaft Rottenburg stellt die Wissens- und Kompetenzvermittlung im Zeichen der Nachhaltigkeit, wie zum Beispiel der Umgang mit der knappen Ressource Wasser oder Aspekte der internationalen Entwicklungszusammenarbeit klar in den Vordergrund. Die **Hochschule Albstadt-Sigmaringen** bekennt sich in ihrem Leitbild zu den Prinzipien der

Gesellschaftlich verantwortliche Unternehmensführung.

Nachhaltigkeit und auch die **Theologische Hochschule Reutlingen** sowie die **Hochschule für Kirchenmusik der Diözese Rottenburg-Stuttgart** und die **Hochschule für Kirchenmusik der Evangelischen Landeskirche in Württemberg** basieren auf den Grundsätzen der Ethik und des befreiten Denkens.

Neben Politik, Wissenschaft und Gesellschaft spielt aber insbesondere die Wirtschaft eine wichtige Rolle. Der Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung ist dabei kein Selbstzweck, sondern sollte sich am Ideal des Ehrbaren Kaufmanns orientieren, der die Verantwortung für Menschen und Ökologie ebenso verfolgt wie den ökonomischen Erfolg. ■



Nachhaltiges Wirtschaften

Das ist der Mehrwert

Gelebte unternehmerische Verantwortung spielt insbesondere bei kleinen und mittelständischen Unternehmen seit jeher eine große Rolle.

Viele regional verwurzelte kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) gehen ihrer gesellschaftlichen Verpflichtung bereits intuitiv nach – und das oftmals sehr erfolgreich.

Denn durch eine gegenseitige Wertschätzung und eine nachhaltige Unternehmenskultur entsteht im besten Fall eine Win-win-Situation für Unternehmen, Gesellschaft und Mitarbeiter/innen zugleich.

Unternehmen können durch nachhaltiges Wirtschaften gesellschaftlichen Fortschritt gestalten, ihre Zukunftsfähigkeit überprüfen und Verantwortung für das Gemeinwohl übernehmen: Einerseits durch ihre Produkt- und Dienstleistungsangebote, andererseits durch ihr Engagement für das Umfeld, in dem sie agieren und das über das rein betriebswirtschaftliche Handeln hinausgeht. Um als Unternehmen personelle (Kunden, Mitarbeiter) und finanzielle Ressourcen (Kapital) zu binden und die gesellschaftliche Akzeptanz, die sogenannte

Unternehmerische Verantwortung ist ein kontinuierlicher Prozess.

„License to Operate“, sicherzustellen, gewinnt nachhaltiges Wirtschaften unweigerlich an Bedeutung.

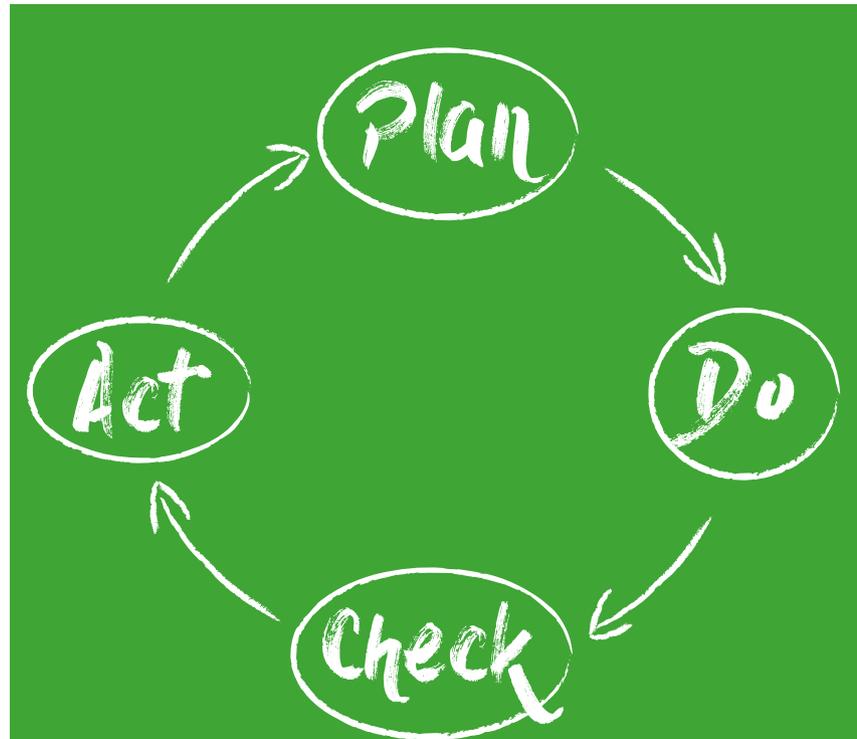
Die Übereinstimmung von innerer Haltung und konkreter Handlung ist nicht nur ein wichtiger Erfolgsfaktor für den Ehrbaren Kaufmann, sondern sichert gleichzeitig den Erfolg eines modernen und verantwortungsbewussten Unternehmens. Mit dem Leitgedanken des Ehrbaren Kaufmanns können Unternehmen den Weg vom kurzfristigen Wirtschaftsdenken hin zu einer nachhaltigen Unternehmensführung

gehen. Dafür ist es notwendig, sowohl Prozesse und Produkte als auch Unternehmenswerte, Stakeholder und Ziele zu hinterfragen.

Unternehmerische Verantwortung zieht sich durch alle Unternehmensbereiche und ist weniger als ein einzelnes Projekt, sondern vielmehr als kontinuierlicher Prozess zu betrachten, der in strategischen und systematischen Schritten angegangen werden kann. Es gibt eine Vielzahl an Methoden und Tools, um sich dem Thema im Unternehmen anzunehmen. Eine einfache Methode zur systematischen Annäherung ist die „Plan-Do-Check-Act-Methode“, kurz PDCA, auch Demingkreis genannt. Sie ist in nebenstehendem Kasten und Schaubild vorgestellt.

Maßnahmen müssen zu Unternehmenswerten, Stakeholdern und Zielen passen.

Im ersten Schritt können Firmen Handlungsfelder identifizieren, in denen sie Verantwortung übernehmen können und möchten. Um diese im Unternehmen zu verankern, empfiehlt es sich, diese Handlungsfelder und daraus resultierenden Maßnahmen mit Bedacht auf die Unternehmenswerte, relevanten Stakeholder und Ziele zu wählen. Die Handlungsfelder sollten im Kernbereich der unternehmerischen Tätigkeit liegen und das Unternehmen bei der Zielerreichung unterstützen. Handlungsfelder und konkrete Maßnahmen richten sich also individuell nach Unternehmen und Branche. ■



Der PDCA-Zyklus

Der erste Schritt im PDCA-Zyklus ist die Bestandsaufnahme und Planung. Dabei wird die Ausgangssituation analysiert und die Vorgehensweise für eine Änderung oder Verbesserung festgelegt. Das Ergebnis kann beispielsweise die Ermittlung der Tätigkeiten, Produkte oder Dienstleistungen sein, die Umweltauswirkungen mit sich bringen. Zu den Planungsschritten gehört es nachfolgend, die Grundsätze des Unternehmens zum Beispiel in dokumentierten Leitlinien festzuschreiben sowie Ziele und Maßnahmen zur Zielerreichung festzulegen. Im zweiten Schritt „Do“ folgt die Umsetzung des aufgestellten Plans in einem Testlauf. Hier können einzelne Maßnahmen des Umweltmanagementsystems umgesetzt werden. Anschließend folgt die Überprüfung. Es wird regelmäßig kontrolliert, ob die Maßnahmen zu den gewünschten Verbesserungen geführt haben. Wo dies nicht der Fall ist, sollten notwendige Maßnahmen ergriffen werden, um diese Ziele doch noch zu erreichen. Dies ist der vierte Schritt des Zyklus. Die weitere Optimierung startet dann wieder mit der ersten Phase, also „Plan“.

So geht es richtig

Schritte zum nachhaltigen Wirtschaften

Reflexion der Unternehmenswerte und Ansprüche

Als erster Schritt und Basis für die Anwendung der PDCA-Methode ist es empfehlenswert, sich die Unternehmenswerte bewusst zu machen und daran die weitere Vorgehensweise auszurichten. Wurden die individuell wichtigen Werte identifiziert und werden sie gelebt, kann man mithilfe der PDCA-Methode kontinuierlich die

Qualität der Maßnahmen und Prozesse überprüfen und verbessern. So lässt sich vor allem die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit des Unternehmens erhöhen. Der Arbeitskreis Nachhaltigkeit hat dazu anhand von drei Fragen eine Selbstreflexion erstellt: Frage eins lautet: „Für welche Werte stehen Sie und Ihr Unternehmen?“

Bei der Reflexion über die Unternehmenswerte kann es helfen sich zu fragen, ob die Werte schriftlich niedergeschrieben sind, sie im eigenen Unternehmen tatsächlich bekannt sind, die Verletzung von Werten sanktioniert wird und inwieweit die Unternehmenswerte von den verschiedenen internen Gruppen auch gelebt werden.

Foto: Ilin Sergey/shutterstock.com

Selbstreflexion

Für welche Werte stehen Sie und Ihr Unternehmen?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Bewahrung der Schöpfung | <input type="checkbox"/> Glaubwürdigkeit | <input type="checkbox"/> Verantwortungsbewusstsein |
| <input type="checkbox"/> Ehrlichkeit | <input type="checkbox"/> Humanität | <input type="checkbox"/> Vertrauen |
| <input type="checkbox"/> Einklang mit Natur/Umwelt | <input type="checkbox"/> Innovative Lösungen | <input type="checkbox"/> Weitsicht |
| <input type="checkbox"/> Fairness | <input type="checkbox"/> Langfristigkeit | <input type="checkbox"/> Wertschätzung |
| <input type="checkbox"/> Frieden | <input type="checkbox"/> Nachhaltigkeit | <input type="checkbox"/> Zuverlässigkeit |
| <input type="checkbox"/> Gegenseitigkeit | <input type="checkbox"/> Qualität | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> Gemeinwohl | <input type="checkbox"/> Transparenz | |

Stakeholderanalyse

Eine Analyse der internen und externen Anspruchsgruppen im unternehmerischen Umfeld kann Aufschlüsse geben. Sie ist sinnvoll, um die Erwartungen der verschiedenen Gruppen kennenzulernen und diese, wo nötig, zu berücksichtigen. Außerdem kann man dadurch einen gesamtheitlichen Überblick bekommen und festhalten, in welchem „Ökosystem“ das Unter-

nehmen agiert. Stakeholder reichen vom Zulieferer bis hin zur Zivilgesellschaft. Ähnlich wie bei der Werteanalyse ist es für Unternehmen empfehlenswert sich auch hier zu entscheiden, wer die wichtigsten Stakeholder und deren wesentliche Themen sind, und sich auf diese fokussieren. Der Arbeitskreis Nachhaltigkeit hat dazu einen Selbsttest erstellt: „Welche

Stakeholder sind relevant, welche am wichtigsten?“

Bei der Stakeholderanalyse sollte gefragt werden, welche Stakeholder für das Unternehmen relevant sind, in welchem „Ökosystem“ das Unternehmen agiert und wie hoch Nachhaltigkeit von den verschiedenen Stakeholdern bewertet wird.

Selbstreflexion

Welche Stakeholder sind relevant, welche am wichtigsten?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Bürger und Gesellschaft | <input type="checkbox"/> Mitarbeiter | <input type="checkbox"/> Verbraucherorganisationen |
| <input type="checkbox"/> Eigentümer und Aktionäre | <input type="checkbox"/> NGOs und NPOs | <input type="checkbox"/> Wettbewerber |
| <input type="checkbox"/> Gewerkschaften | <input type="checkbox"/> Politik und Gesetzgeber | <input type="checkbox"/> Zertifizierungsstellen |
| <input type="checkbox"/> Handels-/Kooperationspartner | <input type="checkbox"/> Presse und Öffentlichkeit | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> Klienten und Kunden | <input type="checkbox"/> Standortgemeinde | |
| <input type="checkbox"/> Lieferanten | <input type="checkbox"/> Verbände und Vereine | |

Zielanalyse

Im nächsten Schritt können die Ziele des Unternehmens identifiziert und priorisiert werden. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen können sich durchaus visionäre Ziele setzen

und diese in spezifische Einzelziele unterteilen. Die Ziele sollten bestenfalls mess- und prüfbar und dabei stets auf die gesamte Wertschöpfungskette von der Beschaffung bis zur Entsorgung

gerichtet sein. Bei der Zielsetzung bietet sich eine Mischung aus quantitativen und qualitativen Zielen an. Der Arbeitskreis Nachhaltigkeit hat einige beispielhafte Ziele aufgelistet.

Selbstreflexion

Welches Ziel hat Ihr Unternehmen?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Einzigartigkeit | <input type="checkbox"/> Reduktion von Emissionen | <input type="checkbox"/> Zufriedenheit der Stakeholder |
| <input type="checkbox"/> Hohes Qualitätsniveau | <input type="checkbox"/> Regionalität | <input type="checkbox"/> Keine Unfälle |
| <input type="checkbox"/> Imageverbesserung | <input type="checkbox"/> Schaffung von Arbeitsplätzen | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> Marktanteile sichern | <input type="checkbox"/> Umsatzsteigerung | |
| <input type="checkbox"/> Minimaler Ressourcenverbrauch | <input type="checkbox"/> Schließung von Werkstoffkreisläufen | |



Maßnahmen und Handlungsfelder: Ökonomie

Nach der Identifikation und Analyse der Unternehmenswerte, Stakeholder und Ziele können Handlungsfelder abgeleitet und priorisiert werden. Dadurch können die Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit systematisiert werden.

Im Themenfeld „Ökonomie“ stehen die Beziehungen des Unternehmens zu Kunden, Wettbewerbern und Zulieferern im Mittelpunkt, aber auch die Frage, welche Produkte und Dienstleistungen ein Betrieb auf dem Markt anbieten soll und kann. Denn verantwortungsvolles und nachhaltiges Wirtschaften zeichnet sich insbesondere dadurch aus, dass ein Unternehmen gegenüber den Marktpartnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette Verantwortung übernimmt. Klare Zielsetzungen so-

Ziele müssen klar formuliert sein und Firmen Verantwortung übernehmen.

wie ein stetiger Blick auf die eigene Wertschöpfung sind dabei von großer Bedeutung. Die Internationalisierung bietet Unternehmen vielfältige Möglichkeiten in der Produktion und Beschaffung, doch nicht an jedem Standort der Welt gelten die gleichen Anforderungen an Dienstleistungsstandards, Produkteigenschaften und Herstellungsbedingungen und häufig sind diese verflochtenen, internationalen Wertschöpfungsketten nur schwer überprüfbar. Deshalb ist nicht nur die Einhaltung von Gesetzen

und der wertschätzende Umgang mit Partnern, Wettbewerbern und Konsumenten wichtig, sondern auch die Verantwortung, die das Unternehmen für seine Produkte und Dienstleistungen entlang der gesamten Lieferkette zeigt.

Folgende Fragestellungen können Unternehmen unterstützen, mit der Komplexität internationaler und nationaler Wertschöpfungsketten umzugehen:

- Leisten die eigenen Dienstleistungen oder Produkte einen sinnvollen Beitrag zur Gesellschaft?

- Wie werden Nachhaltigkeitsaspekte in der Entwicklung der Produkte und Dienstleistungen berücksichtigt?
 - Werden Regeln zur Wahrung von Produktverantwortung und von Verbraucher-/Kundeninteressen verfolgt?
 - In welchem Umfang spielt Nachhaltigkeit zum Beispiel in der Beschaffung und bei der Auswahl von Zulieferern eine Rolle?
 - Pflegt das Unternehmen einen partnerschaftlichen, fairen Umgang mit Lieferanten und Kunden als Basis für langfristige Partnerschaften?
- Betriebliche Maßnahmen, die dabei unterstützen können:**
- Zuständigkeiten für das Thema auf der Führungsebene festlegen und eine Aufsichtsfunktion etablieren
 - Einsatz nachhaltiger Produktbestandteile (zum Beispiel Verzicht auf bestimmte Rohstoffe, Komplementärprodukte)
 - Verantwortliche und langfristige Gestaltung der Wertschöpfungskette durch Einhaltung von Ethik-Kodizes (zum Beispiel Verhaltenskodizes für Lieferanten, Beachtung von Menschenrechten)
 - Schulungen für Lieferanten, zum Beispiel zu Nachhaltigkeitsstandards, damit diese ihre Nachhaltigkeitsleistungen eigenständig verbessern können
- Soziale und ökologische Verantwortung: einfordern von Umwelt- und Sozialstandards in der eigenen Produktion (Gütesiegel)
 - bei Auftragsvergabe Angebote auf Nachhaltigkeitsaspekte und nicht ausschließlich auf den Preis prüfen
 - Rückverfolgungssystem für Produkte einführen, zum Beispiel QR-Codes
 - Fortwährende Analyse und Anpassung des Geschäftsmodells sowie von Prozessen und Strukturen im Unternehmen: Warum ist das Unternehmen erfolgreich am Markt und welchen Beitrag leistet das Unternehmen am Markt für das Gemeinwohl?



Best Practice: Täglich nachhaltig

Stadthalle Reutlingen GmbH

Branche: Veranstaltungen

Unternehmensgröße: 13 Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter

Standort: Reutlingen

Ansprechpartnerin: Anita Rist

Wie alles begann ...

Als Stadthalle haben wir den Anspruch, unserer ökonomischen Verantwortung gegenüber Gesellschaft, Öffentlichkeit und Geschäftspartnern, Kunden sowie Dienstleistern optimal gerecht zu werden und uns stetig weiterzuentwickeln. Wir verstehen uns in der Eventbranche als Impulsgeber für nachhaltiges Wirtschaften.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Die nachhaltige Firmenphilosophie umfasst viele Einzelaktivitäten, die so-

ziale und ökologische Verantwortung mit ökonomischen Vorteilen in Einklang bringt. Begonnen vom Einkauf der Verbrauchsmaterialien, achten wir darauf, dass nachhaltigen und regionalen Lieferanten und Anbietern der Vorzug gegeben wird. Dadurch gelingt uns eine hohe Attraktivität für Besucher wie Veranstalter. Basierend auf den drei Säulen Umweltfreundlichkeit, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Rentabilität wurden wir bereits mehrfach hintereinander und mit jeweils verbessertem Ergebnis „Green Globe“-zertifiziert.

Erfolgsrezepte ...

Nachhaltigkeit ist die Grundlage unseres täglichen Wirkens und wir sind stolz darauf!



Location für große Events und mit nachhaltigem Anspruch. Für ihr Engagement wurde die Stadthalle Reutlingen mehrfach zertifiziert. Foto: PR



Best Practice: Verantwortungsbewusst handeln PATAVO GmbH



Nachhaltigkeit im Alltag. Thomas Röger und Andrea Jäger von PATAVO beim Leuchtmittelvergleich. Foto: PR

Branche: Ingenieurbüro für Energieeffizienz

Unternehmensgröße: sechs Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter

Standort: Pliezhausen

Wie alles begann ...

Klimaschutz, Ressourcenschonung und Energieeffizienz, die den Arbeitsalltag des Unternehmens bestimmen, sollten auch intern im Büro aufgenommen werden. Dazu wurden technische Veränderungen in den Büroräumen vorgenommen und Maßnahmen zum verantwortungsbewussten Handeln ausgearbeitet.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Die Maßnahmen wurden schrittweise ergriffen: Zunächst wurde

die Beleuchtung auf effiziente LEDs umgestellt. Es folgten abschaltbare Steckerleisten, die Einführung von 100 Prozent Recyclingpapier und die Umstellung auf stromsparende Mini-PCs. Zudem verfolgt das Unternehmen das Projekt „papierloses Büro“ und die Mitarbeiter achten in der Mittagspause verstärkt auf die Müllvermeidung.

Erfolgsrezepte ...

Führungskräfte müssen die Umgestaltungen vorleben. Alle Mitarbeiter sollen miteinbezogen werden, das System verstehen und Ideen einbringen können. Neue Mitarbeiter bekommen eine Einweisung zum Ablauf. Laufende Kosten konnten durch die Energieeinsparung reduziert werden.



Best Practice: Digitale Prozesse sparen Ressourcen IHK Reutlingen



Digital 2020. Mit digitalen Prozessen spart die IHK Ressourcen ein.

Branche: Körperschaft

Unternehmensgröße: 150 Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter

Standorte: Reutlingen, Albstadt

Wie alles begann ...

Als Interessensvertreter, Politikberater und Dienstleister stehen wir in der Verantwortung, nachhaltig zu agieren. Wir möchten das Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns wahren und darüber hinaus den Gedanken der Nachhaltigkeit in unseren Mitgliederkreis tragen.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Mit dem Projekt „IHK digital 2020“ hat sich die IHK unter anderem das Ziel gesetzt, neue digitale Abläufe transparent, schlank, sicher und

zuverlässig zu gestalten. So wurde der Einladungs- und Rückmeldeprozess für Netzwerk-Veranstaltungen komplett digitalisiert. Bei knapp 50 Netzwerken mit über 2.000 Teilnehmern und über 200 Netzwerkveranstaltungen pro Jahr konnten dadurch mehr als 400.000 Blatt Papier eingespart werden.

Erfolgsrezepte ...

Das Projekt wurde bereichsübergreifend mit der Scrum-Methode eingeführt. So wurden alle Bereiche einbezogen und die Mitarbeiter konnten den Verlauf und die Ergebnisse des Projekts eigenständig und flexibel steuern. Weitere Digitalisierungsprojekte sind in Planung.



Foto: pogonici/shutterstock.com



Handlungsfeld Ökologie

In Deutschland fällt dem Umwelt- und Klimaschutz zunehmend eine strategische Bedeutung für zentrale wirtschaftliche und politische Aufgaben zu.

Das Themenfeld „Ökologie“ beinhaltet die Umweltaspekte der gesamten Wertschöpfungskette eines Unternehmens – von der ressourcenbewussten Organisation der betrieblichen Abläufe über die Ausgestaltung von Produkten und Dienstleistungen bis hin zu deren Vermarktung. Die Auswirkungen eines Unternehmens auf die Umwelt sind abhängig vom Geschäftsmodell.

Relevante Fragestellungen sind:

- Welche (natürlichen) Ressourcen werden wie und in welchem Umfang genutzt?
- Wie können Ressourcen geschont und ihr Verbrauch reduziert werden?
- Gibt es eine Bilanzierung der Treibhausgase und gibt es Ziele zur Reduzierung?
- Welche Maßnahmen zur Energie- und Ressourceneffizienz können umgesetzt werden?
- Wie können regenerative Energien verwendet werden?
- Können die Produkte selbst zur Energie- und Ressourcenschonung beitragen?
- Kann externes Wissen zur Erhöhung der Energie- und Ressourceneffizienz genutzt werden (zum Beispiel Netzwerke)?

Betriebliche Maßnahmen, die das Umweltbewusstsein im Unternehmen stärken können:

- Nutzung von Sekundärrohstoffen oder nachwachsenden Rohstoffen
- Nutzung und Verwendung von regionalen Produkten und Lebensmitteln
- Ressourceneffizienz in Produktion und Verwaltung, zum Beispiel durch papierloses Arbeiten
- Schulungen für Mitarbeiter, zum Beispiel zum Thema Recycling und Ressourceneffizienz
- Nutzung von erneuerbaren Energien und Ökostrom
- Maßnahmen für umweltschonende Logistik
- Sanktionen bei Nichteinhaltung von Umweltstandards



Best Practice: Fuhrparkmanagement Kreissparkasse Reutlingen



Spenden für Klimaschutzprojekte. Michael Bläsius, Vorsitzender des Vorstands der Kreissparkasse Reutlingen, und Stefan Baumeister, Geschäftsführer von Myclimate, bei der Spendenübergabe für zwei Projekte. Foto: PR

Branche: Kreditinstitut
Unternehmensgröße: 943 Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter
Standort: 42 Filialen im Landkreis Reutlingen
Ansprechpartnerin: Ute Geiser

Wie alles begann ...

Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist in der Geschäftsstrategie und im Leitbild verankert. 2013 wurde die „Gesamtkonzeption Nachhaltigkeit“ eingeführt. Dazu gehörten eine verantwortungsvolle Unternehmensführung, nachhaltige Finanzprodukte und ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen.

Auf die Plätze, fertig, los ...

32 Firmenfahrzeuge kommen im Jahr

auf rund 460.000 Kilometer und 125 Tonnen Treibhausgase. Ziel war es, den CO₂-Ausstoß zu minimieren. Dazu wurde der Fuhrpark um zwei Pedelecs, zwei Erdgasfahrzeuge, zwei Hybrid- und ein Elektroauto erweitert. In Metzingen nutzt die Kreissparkasse Carsharing. Mitarbeiter können Fahrräder leasen. Zusätzlich werden die unvermeidbaren Treibhausgase finanziell kompensiert.

Erfolgsrezepte ...

Mit 2.000 Euro jährlich werden zwei Klimaschutzprojekte auf Madagaskar und in Kenia unterstützt. Beide Projekte helfen, der Abholzung lokaler Wälder entgegenzuwirken und die Lebensbedingungen der Menschen vor Ort zu verbessern.



Best Practice: Energie regenerativ erzeugen Bruderhaus Diakonie Reutlingen



Die Bruderhaus Diakonie erzeugt selber regenerative Energie. Hier ist die Steuerung des Holzhackschnitzel-Heizwerks zu sehen. Foto: PR

Branche: Sozialwirtschaft
Unternehmensgröße: 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
Standort: Reutlingen
Ansprechpartner: Armin Koch

Wie alles begann ...

2012 wurde bei der Bruderhaus Diakonie das Umweltmanagementsystem EMAS eingeführt. Das hat geholfen, den Ausstoß an CO₂ zu reduzieren. Ein Augenmerk liegt auf der Ermittlung von Verbrauchskennzahlen bei Wärme, elektrischer Energie, Abfall, Mobilität und Wasser. Der Verbrauch soll kontinuierlich reduziert werden.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Der Energiebedarf soll zunehmend

aus regenerativ erzeugter Energie gedeckt werden. Das gelingt mit Strom aus Wasserkraft und eigenen Photovoltaikanlagen. Im Bereich der Wärmeenergie wurden nicht-fossile Brennstoffe reduziert und etwa auf dem Gaisbühl-Gelände durch ein mit Hackschnitzel betriebenes Heizwerk ersetzt. 70 Prozent des Geländes werden so mit regenerativ erzeugter Wärmeenergie versorgt.

Erfolgsrezepte ...

Das Umweltmanagement lebt durch die Beteiligung aller. In jeder EMAS-zertifizierten Dienststelle gibt es ein Umweltteam, das sich regelmäßig trifft und umweltrelevante Themen bearbeitet.



Best Practice: Der „Schwäbische Bumerang“ Mey Unternehmensgruppe

Branche: Textil und Bekleidung

Unternehmensgröße: ca. 1.000

Mitarbeiter/innen

Standort: Albstadt-Lautlingen

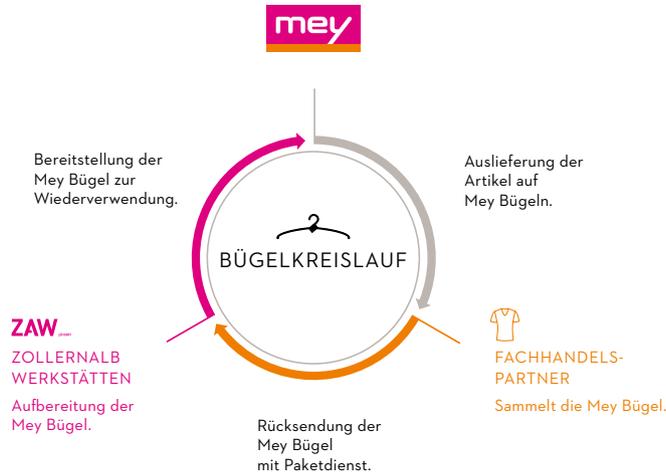
Ansprechpartnerin: Isabell Haasis

Wie alles begann ...

Der „Schwäbische Bumerang“ ist eine von Mey entwickelte Innovation aus dem Jahr 1997, welche nicht nur das umweltbewusste Handeln, sondern auch das soziale Engagement bei Mey unterstreicht.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Die mit Ware bestückten Bügel kommen in den Handel. Dort werden sie gesammelt und zur Aufbereitung in die Werkstatt für Menschen mit Behinderung nach Albstadt geschickt. Bei Mey schließt sich der Kreislauf: Die wiederaufbereiteten Bügel werden mit neuer Ware bestückt und fügen sich so wieder in den Kreislauf ein.



Erfolgsrezepte ...

Der „Schwäbische Bumerang“ ist ein schlüssiges Konzept, das sich seit seiner Einführung im Jahr 1997 bewährt hat. Jährlich bleiben so mehr als zwei Millionen Bügel im Kreislauf und 50 Tonnen Abfall werden eingespart. Weiterhin sichert das System wertvolle Arbeitsplätze in der Region.

„Schwäbische Bumerang“. Das Unternehmen Mey hat für den Bügel einen Kreislauf entwickelt. Grafik: PR





Foto: NPFire/shutterstock.com



Handlungsfeld Arbeit

Eine der wertvollsten Ressourcen eines Unternehmens sind seit jeher die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Beim Handlungsfeld Arbeit liegt der Fokus auf eben dieser Ressource. Der demografische Wandel und der damit einhergehende Wettbewerb um Fachkräfte und Nachwuchs gehört zu den größten Herausforderungen der Zukunft. Auch die Region Neckar-Alb ist davon nicht ausgenommen. Bis zu 28.700 Fachkräfte werden nach jetzigen Prognosen im Jahr 2030 in Neckar-Alb fehlen (Fachkräftemonitor des BWIHK, 2018). Bisher gibt es seitens Gesellschaft, Politik und Wirtschaft nur wenige Lösungsstrategien, um dieser Problematik entgegenzuwirken. Faktoren wie Arbeitgeberattraktivität, auch in Bezug auf das nachhaltige Engagement eines Unternehmens, werden deshalb immer wichtiger. Eine

nachhaltige Arbeitgeberkommunikation sowie strategisches Employer Branding, um das Unternehmen langfristig als attraktiven und nachhaltigen Arbeitgeber zu positionieren, kann gegenüber den Mitbewerbern von Vorteil sein. Zugleich gilt es, die vorhandenen Mitarbeiter/innen langfristig an das Unternehmen zu binden.

Zu den wichtigsten Fragen für ein Unternehmen gehören folglich:

- Welchen Stellenwert haben Themen wie Chancengerechtigkeit, Gesundheit, Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Inklusion im Unternehmen?
- Wie geht das Unternehmen mit den Auswirkungen des demografischen Wandels um?

Betriebliche Maßnahmen, die die Attraktivität des Unternehmens für Fachkräfte steigern können:

- Einführung von Gesundheitsmanagementsystemen
- Angebote zur beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung (Aus- und Weiterbildungsangebote)
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf, zum Beispiel durch flexible Arbeitszeiten, Teilzeitmodelle, Kinderbetreuung und Jobsharing für Führungskräfte
- Schaffung eines Arbeitsumfelds, in dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zufrieden und motiviert ihrer Arbeit nachgehen
- Maßnahmen zur Antidiskriminierung und Chancengleichheit
- Eingliederung von Personen mit geistigen oder psychischen Handicaps und Behinderungen im Unternehmen
- Pflege von Angehörigen ermöglichen durch zum Beispiel gleitende Arbeitszeiten, Pflegeteilzeit, Sonderurlaub, Informationsplattformen und Veranstaltungen zum Thema Pflege
- Förderung der intrinsischen Motivation durch Anreizsysteme und Schulungen zur Nachhaltigkeit



Best Practice: Familienfreundlich

Advanced UniByte GmbH

Branche: IT (IT-Infrastruktur-Lösungen und Managed Services)

Unternehmensgröße: 190 Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter

Standort: Metzingen, drei Niederlassungen in Deutschland

Ansprechpartnerinnen: Stefanie Hempel, Delphine Spethmann

Wie alles begann ...

Mitarbeiterinnen gaben den Anstoß zur firmeneigenen Kinderbetreuung. Nach der Evaluation von Möglichkeiten und der Präsentation auf der Jahreszielplanung fiel die Entscheidung auf das Projekt „TigeR – Tagespflege in anderen geeigneten Räumen“. Anfang 2014 ging es los.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Direkt im Gebäude wurden weitere

Räume angemietet und das „TigeR-Konzept“ des Tagesmüttervereins Reutlingen gemeinsam realisiert. Im Neubau in Metzingen verfügt „TigeR“ über viel Platz mit Außenbereich und befindet sich mitten im Firmengeschehen. Inzwischen gibt es zwei Gruppen mit 19 Plätzen, geöffnet auch für externe Kinder.

Erfolgsrezepte ...

Bei der Evaluation unterstützte ein externer Berater. Bei der Entscheidung wurde ein Budget für die Realisierung festgelegt, über das die Verantwortlichen fast frei verfügen konnten. Die Mitsprache bei der Auswahl des Betreuungspersonals war ganz wichtig. Die Tagesmütter sind fester Bestandteil des Unternehmens und bei internen Veranstaltungen mit dabei.



Kinder gehören bei Advanced UniByte dazu. Bundesliga-Spielerin und Kollegin Delaila Amega mit einem Kind aus dem TigeR. Foto: PR



Best Practice: Bewegung

SchwörerHaus KG

Branche: Bau- und Immobilien

Unternehmensgröße: 1.349 Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter

Standort: Hohenstein-Oberstetten

Wie alles begann ...

Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter klagten immer wieder über Verspannungen. Gewünscht war ein Angebot für „geschwind zwischendrin“, also eine 5- bis 10-minütige Bewegungspause für alle – von der Produktion bis in die Verwaltung.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Es begann mit einem Workshop zu „Heben & Tragen“. Daraus entwickelte sich der „SchwörerMove“, den Freiwillige als Bewegungs-Scouts in den

verschiedenen Abteilungen vorstellten und erklärten. Mit der AOK wurden Schulungen durchgeführt und ein Demovideo mit zwölf einfachen Übungen fürs Intranet gedreht. Plakate, auf denen jede Übung erklärt wird, runden das Angebot ab.

Erfolgsrezepte ...

Der „SchwörerMove“ wird auch ein Jahr nach Einführung praktiziert. Bei einer Nachschulung der Scouts wurden Übungsalternativen gezeigt. Die Bewegungs-Scouts geben sich gegenseitig Tipps und erweiterten ihr Repertoire. Die kleinen Bewegungspausen sind gut für die Gesundheit und fördern das soziale Miteinander und die Kreativität.



Bewegung bei der Arbeit ist wichtig. Mitarbeiter der Schreinerei und Flying-Space-Fertigung praktizieren den „SchwörerMove“ vor den Werkshallen. Foto: PR



Handlungsfeld Gemeinwesen

Beim Handlungsfeld Gemeinwesen wird die Beziehung des Unternehmens zum direkten gesellschaftlichen Umfeld betrachtet. Es wird in Augenschein genommen, inwiefern der Betrieb ins lokale Umfeld eingebunden wird und welchen Beitrag es an den regionalen, aber auch internationalen Standorten leisten kann. Unternehmen können sich in vielerlei Hinsicht am Standort einbringen. Die Geschäftstätigkeit selbst sollte dabei stets im Vordergrund stehen. Es gilt dabei beispielsweise zu beachten, ob die Produkte und Dienstleistungen helfen, Probleme am Standort zu lösen, oder ob das Unternehmen sein Umfeld mit Emissionen und Lärm belastet.

Fragen, die an dieser Stelle gestellt werden können sind:

- Welche Rolle nimmt das Unternehmen in der Kommune, Region und eventuell darüber hinaus ein?
- Welchen gesellschaftlichen Beitrag leistet das Unternehmen?

Betriebliche Maßnahmen, um einen Beitrag am Standort zu leisten:

- Bildungs-, Kinder- und Jugendförderung, Unterstützung von Vereinen, Kunst und Kultur, Investitionen in die regionale Versorgungs- und Infrastruktur
- Investitionen in wissenschaftliche Forschung
- Einsatz für Natur-, Umwelt- und Katastrophenschutz
- Förderung der sozialen Kompetenz und des ehrenamtlichen Engagements der Mitarbeiter



Best Practice: Verantwortung für den Standort

Interstuhl Büromöbel GmbH & Co. KG

Branche: Herstellung von Büromöbeln

Unternehmensgröße: 850 Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter

Standort: Meßstetten-Tieringen

Wie alles begann ...

Die Firma, hervorgegangen aus einer Dorfschmiede, prägt den Ort Tieringen. Aber vor allem hat Tieringen Interstuhl geprägt. So ist das Engagement die logische Folge der eigenen Verwurzelung und Entwicklung.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Der Interstuhl Generationen-Vertrag umfasst drei Engagement-Bereiche: Für die Menschen aller Generationen, für ein Gemeinwesen mit allen Generationen und für künftige Generationen. Ziel ist es, die Lebensbe-

dingungen in Tieringen zu verbessern und überregional ein Vorbild zu sein für Partner und andere Unternehmen. Man engagiert sich dafür, die Bleibeperspektiven im ländlichen Raum zu verbessern. Dies beinhaltet das Sozial- und Gemeinwesen genauso wie Sportangebote, Bildung, Familienorientierung oder die Infrastruktur.

Erfolgsrezepte ...

Es ist gelungen, an einem eigentlich strukturschwachen Standort soziale und unternehmerische Bedürfnisse so miteinander zu verweben, dass beide Seiten profitieren. Das Ergebnis: Weniger Landflucht junger Menschen und keine Nachwuchssorgen. Interstuhl ist vom Fachkräftemangel weniger betroffen als andere Firmen im ländlichen Raum.



Verantwortung für den Standort. Dieses Verständnis ist Helmut und Joachim Link, den geschäftsführenden Gesellschaftern von Interstuhl, wichtig. Foto: PR



Best Practice: Lokale Wirtschaft stärken

Fink GmbH Druck und Verlag

Branche: Druck und Verlagswesen

Unternehmensgröße: Druckerei: 50, Verlag: 310 Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter

Standort: Pfullingen

Wie alles begann ...

Aus einem internen Jahresmotto für 2017 entstand „100% lokal“. Wir wollen die lokale Wirtschaft stärken und ein Netzwerk zwischen Lieferanten und Kunden entstehen lassen sowie endlich mal das Richtige tun.

Auf die Plätze, fertig, los ...

Sämtliche Rohstoffe und alle Materialien, die bei Fink für die Herstellung der Druckprodukte benötigt werden, werden in einem Umkreis von maxi-

mal 100 km entwickelt und hergestellt – von der Seife über die natürlichen Schmierstoffe der Maschinen, die Maschinen selbst, das Papier, die Farben bis hin zu den Verpackungen und Paletten. Dabei war viel Aufklärungsarbeit bei Kunden und Lieferanten zu leisten – keiner kennt die Zulieferer seiner Lieferanten.

Erfolgsrezepte ...

Das Erfolgskonzept liegt in der Einbindung von Lieferanten, Produzenten und Kunden. Der Kunde kann sein Produkt als „100% lokal“ zertifizieren lassen – nach den Kriterien von Fink – und erhält ein Zertifikat mit sämtlichen Produktangaben sowie Produktionsnummern.



100% lokal. Bei Fink in Pfullingen kommen die Rohstoffe und Materialien aus einem Umkreis von 100 Kilometern. Foto: PR



Fotos: Artem Avetisyan, D-Krab/shutterstock.com

Was Firmen erwarten

Forderungen an die Politik

Für viele Betriebe gehört die Übernahme sozialer und ökologischer Verantwortung zur unternehmerischen Selbstverständlichkeit. Dabei ist das Engagement oftmals von finanziellen und personellen Ressourcen abhängig. Die Politik kann hier noch stärker unterstützen.

Das erwarten Betriebe in der Region Neckar-Alb von einer nachhaltigen Politik:

1. Gute und verlässliche Rahmenbedingungen sowie ausreichend Gestaltungsräume für unternehmensspezifische Verantwortung.

Was kann getan werden?

- Einheitliche Standards und gesetzliche Vorgaben können durch einen erhöhten Zeit- und Kostenaufwand zu einer bürokratischen Belastung werden und somit eine Hürde für

nachhaltiges Engagement darstellen. Gesetzliche Standards und Berichtspflichten sollten demnach so aufgebaut sein, dass diese die Bandbreite an freiwilligem und innovativem Engagement und CSR-Maßnahmen der Unternehmen stärken.

- Bei der Entscheidung für eine Anwendung von regionalen, nationalen, europäischen oder internationalen Berichtsrahmen helfen freie Wahlmöglichkeiten den Unternehmen dabei, ihren spezifischen Anforderungen gerecht werden zu können. Viele Firmen engagieren sich

freiwillig, insofern sollte ihnen auch die Entscheidung über die Standards und Berichterstattung obliegen.

- Eine Einführung weiterer, wenn auch freiwilliger Standards zur Erfüllung der Berichtspflicht, ist nicht erforderlich. Die Auswahlmöglichkeiten sind bereits gegeben.
- Von der Politik geschaffene verlässliche Rahmenbedingungen können Unternehmen dabei unterstützen, verantwortungsvoll und langfristig erfolgreich zu handeln.

2. Zusammenarbeit schaffen: Vernetzung der Politik mit Wirtschaft und Gesellschaft sowie Förderung einer landesweiten kohärenten, interministeriellen Zusammenarbeit

Was kann getan werden?

- Die Politik sollte das ökonomische, soziale und ökologische Engagement der Unternehmen der Region Neckar-Alb sichtbar anerkennen und im Sinne einer Verantwortungspartnerschaft ihren Teil zur nachhaltigen Entwicklung beitragen.
- Damit Unternehmen ihrer Verantwortung nachkommen können, ist das Engagement interner Stakeholder ebenso gefragt wie das externer. Neben Inhaberinnen und Inhabern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sollten auch Lieferanten, Kunden, Politik und Öffentlichkeit ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen.
- Zu den Aufgaben des Staates gehört es, die Einhaltung von Menschenrechten durchzusetzen sowie Sozi-

al- und Umweltstandards zu fördern, sowohl national als auch international. Es ist nicht zielführend, die diesbezügliche Verantwortung einseitig auf Unternehmen zu übertragen. Ansonsten könnte insbesondere KMUs der internationale Marktzugang deutlich erschwert werden, da sie nicht über ausreichend Marktmacht, Kapitalkraft und Personalstärke verfügen, um vorgeschriebene Standards in anderen Ländern einzufordern.

- Die interministerielle Zusammenarbeit sollte weiterhin gestärkt werden, damit beispielsweise Förderprogramme, Informationsangebote und -plattformen besser aufeinander abgestimmt werden können.
- Initiativen wie das Nationale CSR-Forum, das sich aus Experten aus Wirtschaft, Gewerkschaften, NROs, der Wissenschaft und Vertretern der Bundesministerien zusammensetzt, können auch auf regionaler Ebene weiter ausgebaut werden, um die regionale und interministerielle Kooperation zu fördern.

3. Unternehmen vernetzen: Etablierung von Nachhaltigkeitspartnerschaften bei Unternehmen

Was kann getan werden?

- Auf kommunaler Ebene wurden bereits Nachhaltigkeitspartnerschaften etabliert. Dies könnte auf Unternehmen übertragen werden. Nachhaltigkeitspartnerschaften zwischen Unternehmen können den beteiligten Firmen die Möglichkeit geben, einen Dialog zum nachhaltigen Wirtschaften einzuführen und eine strategische Zusammenarbeit zur Etablierung und Umsetzung von Maßnahmen zu erarbeiten.
- Im Mittelpunkt dieser Herangehensweise können dabei die bestehenden Nachhaltigkeitsstrategien der beteiligten Unternehmen stehen. Im Rahmen der Partnerschaft kann ein Fachaustausch sowie eine gegenseitige Beratung zu den vorhandenen Konzepten durchgeführt werden, um eine Weiterentwicklung und Verbesserung der strategischen Ausrichtung zu ermöglichen.
- Aufbauend auf diesem Fachaustausch können die Unternehmen ein gemeinsames Handlungsprogramm entwickeln, sodass eine konkrete Ziel- und Maßnahmenplanung entsteht. Das Handlungsprogramm kann dabei Maßnahmen in beiden Unternehmen enthalten, die im Anschluss im Rahmen der Partnerschaft gemeinsam umgesetzt werden. >



Wie könnte die Politik nachhaltige Unternehmenspartnerschaften unterstützen?

- Inhaltliche Beratung und Begleitung des Prozesses
- Finanzierung und Organisation des Erfahrungsaustauschs zwischen den Partnerunternehmen
- Vorbereitungs- und Qualifizierungsseminare vor dem Erfahrungsaustausch
- Vernetzung der beteiligten Unternehmen durch Workshops
- Unterstützung bei der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit
- Finanzierung einer öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung
- Finanzierung einer Pilotmaßnahme im Bereich unternehmerische Nachhaltigkeit in jedem Unternehmen

4. Unterstützung anbieten: Unternehmen befähigen, die Leitlinien der Nachhaltigkeit in das Kerngeschäft und die Unternehmenskultur zu integrieren.

Was kann getan werden?

- Die Unterstützung insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen sollte ein zentrales Anliegen der Politik und ihrer CSR-Strategie sein. Mittels der angebotenen KMU-Praxistage in den einzelnen Regionen können Themen rund um unternehmerische Nachhaltigkeit verständlich aufbereitet werden und der Best-Practice Transfer befördert werden. Dieses Angebot könnte weiter ausgebaut werden.
- Unternehmen sollte der Zugang zu Informationen im Bereich unternehmerische Nachhaltigkeit erleichtert werden. Ein Überblick über Infoportale, Initiativen, Siegel, Standards, Preise und Wettbewerbe ist von Vorteil.

- Kostenfreie Nachhaltigkeitschecks und Beratungsangebote können Unternehmen dabei unterstützen, Potenziale im Bereich der ökonomischen, ökologischen, gesellschaftlichen, aber auch sozialen Nachhaltigkeit aufzudecken und Maßnahmen in diesen Bereichen zu etablieren.
- Der Ausbau von Informationsveranstaltungen, Best-Practice-Beispiele und der Auf- und Ausbau von Netzwerken, wie zum Beispiel dem IHK-Netzwerk Nachhaltigkeit und dem dazugehörigen Forum Nachhaltigkeit mit Best-Practice-Vorträgen von regionalen Unternehmen, sind Maßnahmen, die das nachhaltige Engagement von Unternehmen zusätzlich unterstützen können.

5. Anreize schaffen: Anreizsysteme schaffen, um Unternehmen für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.

Was kann getan werden?

- Positive Anreize, wie Nachhaltigkeitswettbewerbe, können Unternehmen zusätzlich für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren und bei der Umsetzung unterstützen. Wettbewerbe können entscheidend dazu beitragen, dass nachhaltiges Handeln von den Unternehmen umgesetzt und mit Leben gefüllt wird.
- Nachhaltigkeitswettbewerbe und -preise wie der CSR-Preis der Bundesregierung, der deutsche Nachhaltigkeitspreis, der LEA-Mittelstandspreis für soziale Verantwortung in Baden-Württemberg oder die verschiedenen Wettbewerbe des Ministeriums für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg können positive Anreize setzen. ■





Energie, Außenwirtschaft, Vernetzung

Nachhaltigkeit in der IHK

Nachhaltigkeit bei der IHK hat viele Gesichter. Als Einrichtung der regionalen Wirtschaft bietet die IHK zahlreiche Angebote, mit denen nachhaltige Projekte in der Region etabliert werden sollen.

Die IHK Reutlingen ist Partner der regionalen Wirtschaft, vertritt die Interessen der Mitgliedsunternehmen, erledigt hoheitliche Aufgaben und bietet zahlreiche Dienstleistungen für die Betriebe an.

Im internationalen Bereich unterstützt die IHK Unternehmen, in Schwellenländern aktiv zu werden und so Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung dieser Länder zu geben. Seit April 2012 beteiligt sich die IHK Reutlingen am EZ-Scout-Programm des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und berät Unternehmen bei ihrem Engagement in Entwicklungs- und Schwellenländern. Ein EZ-Scout fungiert als Mittler für diese Regionen bei der IHK Reutlingen und arbeitet im Sinne einer nachhaltigen globalen Entwicklung.

Die IHK hilft Unternehmen, Energie nachhaltig und sparsam einzusetzen. Mit der „Kompetenzstelle Energieeffizienz Neckar-Alb“ (KEFF) unterstützt sie vor allem kleinere Betriebe beim effizienten Umgang mit Energie und Ressourcen. Unternehmen können KEFF als neutralen ersten Ansprechpartner zum Thema kontaktieren. Zum KEFF-Angebot gehören kostenfreie Dienstleistungen, wie Effizienzchecks in Unternehmen („KEFF-Check“), Informations- und Fachveranstaltungen, Vermittlung von Erstkontakten zu relevanten Partnern und Beratern, Informationen zu Förderprogrammen sowie Unterstützung bei der Implementierung.

Energietische

Die IHK-Energietische stellen ein weiteres Angebot im Bereich Energieeffizienz dar. Am „Energietisch Neckar-Alb“ sitzen Großverbraucher aus den Landkreisen Reutlingen, Tübingen und Zollernalb, die im Jahr über 100.000 Euro für Energie ausgeben. Parallel dazu gibt es auf kommunaler Ebene Energietische für Unternehmen mit geringeren Energieverbräuchen

– vom Energietisch Albstadt bis zum Energietisch Sonnenbühl. Was alle Energietische eint: Die teilnehmenden Unternehmen wollen Energie noch effizienter einsetzen und entwickeln gemeinsam Einsparmöglichkeiten. Jeder Betrieb bekommt einen eigenen Maßnahmenkatalog, der genau zeigt, was die Umsetzung kostet und was sich sparen lässt. Ein gemeinsam vereinbartes Einsparziel sorgt stets für den notwendigen Ehrgeiz und Ansporn bei der Umsetzung.

Weiter bietet die IHK eine Vielzahl an Berufs-, Fach- und Branchennetzwerken an. Diese bieten Praxis-Tipps, neue Impulse für den Berufsalltag, Fachvorträge und persönliche Kontakte. Sechs dieser Netzwerke zielen auf Aspekte der Nachhaltigkeit ab:

Das **Netzwerk Umwelt** erstellt einen regelmäßigen Newsletter zur Umweltgesetzgebung und thematisiert wichtige Themen des Umweltschutzes in seinen Treffen. Neben der Informationsvermittlung werden gemeinsam praxisnahe Strategien zur Problemlösung entwickelt. >



Das **KEFF-Netzwerk Energiemanagement/Energiebeauftragte** bietet zwei Mal jährlich Workshops mit Fachvorträgen und der Möglichkeit zum Austausch von Ideen sowie Erfahrungen beim effizienten Umgang mit Energie und Ressourcen.

Das **Netzwerk Photovoltaik** bringt Betreiber von Photovoltaikanlagen miteinander in Kontakt. Bei den Netzwerk-Treffen gibt es Fachvorträge zu technischen und rechtlichen Themen. Auch Projekte, wie eine Zusammenstellung von Tipps zur Effizienzsteigerung von PV-Anlagen, werden gemeinsam umgesetzt.

Beim **Netzwerk Virtuelles Kraftwerk Neckar-Alb** treffen sich Experten aus den Bereichen Netzausbau, Smart Grid, Speicherlösungen und konventionellen sowie erneuerbaren Erzeugungssystemen. Sie arbeiten zusammen an Lösungen für die dezentrale Energieerzeugung

Mit dem **Netzwerk Betriebliches Gesundheitsmanagement** will die IHK Reutlingen die betriebliche Gesundheitsförderung in der Region Neckar-Alb unterstützen und die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter angesichts des Fachkräftemangels und des demografischen Wandels stärken. Ein wichtiger Aspekt ist dabei der Austausch der Unternehmen untereinander über erfolgreiche Maßnahmen.

2016 wurde das **Netzwerk Nachhaltigkeit** ins Leben gerufen. In diesem Netzwerk geht es um nachhaltiges Wirtschaften und die Übernahme von sozialer, ökologischer und ökonomischer Verantwortung. Hier treffen sich Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen der Region, um sich über aktuelle Themen im Bereich Nachhaltigkeit auszutauschen. Das Strategiepapier „Nachhaltigkeit ganz praktisch“ stellt ein Projekt des Netzwerks dar. ■

Impressum

WNA | Wirtschaft Neckar-Alb

Das Wirtschaftsmagazin für Reutlingen, Tübingen, Zollernalb

„Nachhaltigkeit ganz praktisch“ ist eine Sondernummer außerhalb der Auflage von WNA und ist im März 2019 erschienen.

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Reutlingen
Ernst-Simon-Straße 10, 72072 Tübingen
Telefon: 07121 2010, E-Mail: info@reutlingen.ihk.de
ihk.de, Internet: www.reutlingen.ihk.de

Redaktion

Lea Delfs,
07121 201-122, delfs@reutlingen.ihk.de
Dr. Kirstin Schreiber,
07121 201-275, schreiber@reutlingen.ihk.de

mit redaktioneller und grafischer Unterstützung von Christian Rohm und Christoph Heise sowie Lektorat von Winfried Baier.

Verlag und Gesamtherstellung

Leibfarth + Schwarz GmbH + Co. KG
72581 Dettingen/Erms
Telefon: 07123 9391-14
E-Mail: rohrmann-leibfarth@logoprint-net.com
Internet: www.logoprint-net.com

Layoutkonzept

neunpunktzwei Werbeagentur GmbH
Bahnhofstraße 26, 72138 Kirchentellinsfurt
Telefon: 07121 680570
E-Mail: info@neunpunktzwei.de
Internet: www.neunpunktzwei.de

Haftung und Urheberrecht

Der Inhalt des Heftes wurde sorgfältig erarbeitet. Herausgeber, Redaktion, Autoren und Verlag übernehmen jedoch keine Haftung für mögliche Fehler. Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung der Herausgeber.

Nachhaltigkeit ganz praktisch

Das vorliegende Papier wurde vom IHK-Netzwerk Nachhaltigkeit initiiert. Der Arbeitskreis Nachhaltigkeit, ein Zusammenschluss mehrerer Unternehmen und Institutionen aus der Region Neckar-Alb, die sich für Fragen der Nachhaltigkeit interessieren, hat das Projekt umgesetzt.

Im IHK-Arbeitskreis Nachhaltigkeit wirkten mit:

- Lisa Backes, Tripl3Leader
- Susanne Blum, Landratsamt Reutlingen, Geschäftsstelle Inklusionskonferenz
- Dr. Katie Böhme, iPoint-systems gmbh
- Dr. Odette Deuber, KlimAktiv Consulting GmbH
- John James Christopher Farquharson, Bitzer Kühlmaschinenbau GmbH
- Martin Fink, Fink GmbH Druck und Verlag
- Maurizio Gasperi, Managecon Maurizio Gasperi; Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik
- Ute Geiser, Kreissparkasse Reutlingen
- Karl-Ulrich Gscheidle, Kirchlicher Dienst in der Arbeitswelt / Ev. Akademie Bad Boll
- Stefanie Hempel, Advanced UniByte GmbH
- Dr. Franziska Huttenlocher, Landratsamt Reutlingen, Kreisamt für nachhaltige Entwicklung
- Armin Koch, Bruderhaus Diakonie Reutlingen
- Martin Priebe, Profit mit Moral (Moderation)
- Sabine Schädle, Holcim (Süddeutschland) GmbH
- Dr. Klaus Schmidt-Ulm, Radio Neckaralb Live GmbH & Co. KG
- Klaus Schuler, Tripl3Leader
- Delphine Spethmann, Advanced UniByte GmbH
- Inge Tress, TRESS Gastronomie GmbH & Co. KG
- Lea Delfs, IHK Reutlingen
- Simone Iltgen, IHK Reutlingen
- Dr. Kirstin Schreiber, IHK Reutlingen

Folgende Unternehmen und Institutionen sind Teilnehmer im Netzwerk Nachhaltigkeit:

Advanced UniByte GmbH, Bizerba SE & Co. KG, BruderhausDiakonie Reutlingen, Erdgas Südwest GmbH, Eschler Textil GmbH, Fink GmbH Druck und Verlag, Genkinger GmbH, Holcim (Süddeutschland) GmbH, Interstuhl Büromöbel GmbH & Co. KG, iPoint-systems gmbh, Kirchlicher Dienst in der Arbeitswelt, KlimAktiv Consulting GmbH, Kreissparkasse Reutlingen, Kreissparkasse Tübingen, Mey GmbH & Co. KG, Stadthalle Reutlingen GmbH, Stoz GmbH, Sülzle Holding GmbH & Co. KG, TOPAS GmbH, Walter AG

Die politischen Forderungen des Papiers wurden von der IHK-Vollversammlung am 4. Dezember 2018 beschlossen.

Die Veröffentlichung des Papiers wurde vom Förderkreis Standortmarketing der IHK Reutlingen gefördert.

Weiterführende Links ins IHK-Web:

Netzwerk Nachhaltigkeit: www.ihkrt.de/nw-nachhaltigkeit
 Netzwerk Umwelt: www.ihkrt.de/nw-umwelt
 Netzwerk Virtuelles Kraftwerk Neckar-Alb: www.ihkrt.de/nw-virtuelles-kraftwerk
 Netzwerk Betriebliches Gesundheitsmanagement: www.ihkrt.de/nw-bgm
 KEFF-Netzwerk Energiemanagement/Energiebeauftragte: www.ihkrt.de/keff
 Netzwerk Photovoltaik: www.ihkrt.de/nw-pv
 Energieberatung: www.ihkrt.de/energieberatung

DIE SUPERHELDEN DER REGION

Über 70 Firmen machen sich heldenhaft stark für die Region Neckar-Alb und finanzieren gemeinsame Projekte zur Standortwerbung.



alltax GmbH, Reutlingen; Autohaus Seeger GmbH & Co. KG, Tübingen; BANSBACH GmbH, Balingen; Bernhard Wohlfarth GmbH & Co. KG, Pfullingen; Bizerba GmbH & Co. KG, Balingen; Blickle Räder + Rollen GmbH u. Co. KG, Rosenfeld; botek Präzisionsbohrtechnik GmbH, Riederich; Brombach + Gess GmbH & Co. KG, Balingen; Buy & Build AG, Gomaringen; Commerzbank AG, Reutlingen; CompData Computer GmbH, Albstadt; CureVac AG, Tübingen; Danner IT-Systemhaus GmbH, Reutlingen; dataTec GmbH, Reutlingen; Deutsche Bank AG, Reutlingen; drink o mat (Verpflegungs-) Automatenvertrieb GmbH, Dettingen/Erms; Ebner Stolz Mönning Bachem Partnerschaft mbB, Reutlingen; EtringKlinger AG, Dettingen/Erms; ERBE Elektromedizin GmbH, Tübingen; Fiedler Immobilienentwicklung GmbH, Reutlingen; Flexco Europe GmbH, Rosenfeld; G&S Fahrzeugtechnik e.K., Albstadt; G. MAIER Elektrotechnik GmbH, Reutlingen; Garten-Moser GmbH u. Co. KG, Reutlingen; Gebrüder Bader GmbH, Reutlingen; Genkinger GmbH, Münsingen; Groz-Beckert KG, Albstadt; Hochschule

Albstadt-Sigmaringen; HOLY AG, Metzingen; Hotel DOMIZIL Tübingen; Hotel-Restaurant Schwanen Wetzell GmbH & Co. KG, Metzingen; HPC AG, Rottenburg; HVB Wiest + Schürmann, Hechingen; Joma-Polytec GmbH, Bodelshausen; JUNG-LEUCHTEN GmbH, Bodelshausen; KE-COMMUNICATION GmbH & Co. KG, Reutlingen; Kittelberger media solutions GmbH, Reutlingen; Klaus Belger Industrievertretung, Trochtelfingen-Mägerkingen; KORN Recycling GmbH, Albstadt; Landesmesse Stuttgart GmbH; Lechner GmbH, Metzingen; MDS Messdesign und Service GmbH, St. Johann-Würtlingen; Mediagnost Gesellschaft für Forschung und Herstellung von Diagnostika GmbH, Reutlingen; Mees + Zacke GbR Designbüro, Reutlingen; MEZ-TECHNIK GmbH, Reutlingen; MORGENSTERN AG, Reutlingen; Mühlenapotheke Inhaberin Stefanie Foster e.K., Reutlingen; NMI Technologie Transfer GmbH, Reutlingen; Pfister Roth Vogt Braun, Balingen; PROFILMETALL GmbH, Hirrlingen; RAMPF Holding GmbH & Co. KG, Grafenberg; Reutlinger General-Anzeiger Verlags GmbH & Co.

KG; Reutlinger Stadtverkehrsgesellschaft mbH; RIDI Leuchten GmbH, Jungingen; Riehle + Assoziierte GmbH & Co. KG, Reutlingen; RVM Versicherungsmakler GmbH & Co. KG, Eningen; RWT REUTLINGER WIRTSCHAFTSTREUHAND GmbH; Sanetta Gebrüder Ammann GmbH & Co. KG, Meßstetten; SCHILLER AUTOMATION GmbH & Co. KG, Sonnenbühl; SIEBFABRIK Arthur Maurer GmbH & Co. KG, Mössingen; Schwäbisches Tagblatt GmbH, Tübingen; SchwörerHaus KG, Hohenstein/Oberstetten; Seiz Industriehandschuhe GmbH, Metzingen; Skanista - Holger Grams und Phillip M. Braun GbR, Balingen; Stadthalle Reutlingen GmbH; Stadtwerke Tübingen GmbH; Tauster GmbH, Reutlingen; Taxi XXL – Shemsedin Balaj, Reutlingen; Theben AG, Haigerloch; Transline Deutschland GmbH, Reutlingen; TTR Technologieparks Tübingen-Reutlingen GmbH; URACA GmbH & Co. KG, Bad Urach; Vöhringer GmbH & Co. KG, Trochtelfingen; Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH; Zeljak+Tempel GmbH Steuerberatungsgesellschaft, Reutlingen; Zeltwanger Holding GmbH, Tübingen