

# malzfabrik



**GEMEINWOHL-ÖKONOMIE**

**BERICHT 2016/2017**

GEMEINWOHL   
**ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft

Bilanzierendes  
Unternehmen



# INHALTSVERZEICHNIS

1. Vorwort / Präambel	5
2. Allgemeine Informationen zum Unternehmen	5
3. Kurzpräsentation des Unternehmens	6
4. Unser Produkt	6
5. Die Malzfabrik und Gemeinwohl	8
6. Der Erstellungsprozess der Gemeinwohl-Bilanz	10
7. Testat	11
8. Berührungsgruppen	12

## **A. LIEFERANT\*INNEN / ZULIEFERKETTE**

1. Menschenwürde in der Zulieferkette	12
2. Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	14
3. Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	15
4. Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	17

## **B. EIGENTÜMER\*INNEN UND FINANZPARTNER\*INNEN**

1. Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	17
2. Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
3. Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	20
4. Eigentum und Mitentscheidung	21

## **C. MITARBEITENDE**

1. Menschenwürde am Arbeitsplatz	23
2. Ausgestaltung der Arbeitsverträge	25
3. Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	27
4. Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	28

## **D. KUND\*INNEN UND MITUNTERNEHMEN**

1. Ethische Kundenbeziehungen	29
2. Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern	31
3. Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	33
4. Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	35

## **E. GESELLSCHAFTLICHES UMFELD**

1. Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	36
2. Beitrag zum Gemeinwesen	38
3. Reduktion ökologischer Auswirkungen	41
4. Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	42
9. Ausblick	44
10. EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)	45
11. Schlusswort	47



Schultheiss  
Brauerei  
Malzfabrik  
Schönbach

WHISKY

Advertisement for a film or exhibition featuring portraits of three people.

# 1. VORWORT

Wir möchten nicht nur nachhaltiger, sondern auch gemeinwohlig werden und freuen uns durch die Erstellung unserer ersten Gemeinwohl-Bilanz einen Einblick in das Universum Gemeinwohlökonomie bekommen zu haben. Das erste Einnorden in die Gemeinwohl-Matrix unsererseits ist geschehen und wir haben viele Inspirationen durch die Erstellung des Gemeinwohl-Berichtes erfahren.

Nun sind wir auf dem unumkehrbaren Weg zu mehr Gemeinwohl in unserem Handlungsumfeld und sind gespannt auf die daraus resultierenden vielen kleinen und großen Schritte.

## 2. ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

**Firmenname:** Immobiliengrundstücksgesellschaft Malzfabrik mbH  
**Rechtsform:** GmbH  
**Website:** [www.malzfabrik.de](http://www.malzfabrik.de)  
**Branche:** Immobilien  
**Firmensitz:** Berlin

**Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:** 16 (2016) | 16 (Dez. 2017)  
**Vollzeitäquivalente:** 13 (2016) | 12 (2017)  
**Saison- oder Zeitarbeitende:** 0

**Umsatz:** 1.980.000 € (2016)  
**Jahresüberschuss:** -1.473.000 € (2016)

**Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:**  
Die RF Alpha GmbH mit Sitz in Deutschland ist 100%-ige Eignerin der IGG Malzfabrik mbH.

**Berichtszeitraum:** 2016 / 2017

**Kontaktpersonen:** **Karoline vom Böckel** | Nachhaltigkeitsbeauftragte IGG Malzfabrik  
[kvb@malzfabrik.de](mailto:kvb@malzfabrik.de) | ökologische und soziale Inhalte

**Carsten Bredow** | Geschäftsführung IGG Malzfabrik  
[bc@malzfabrik.de](mailto:bc@malzfabrik.de) | Inhalte zu Finanzen, Dienstleistern und Personal

# 3. KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS

## WIR LEBEN DIE MALZFABRIK

Wir sind die Gestalter eines Ortes, der durch Kreativität und Kultur geprägt ist und sich durch eine umweltbewusste Positionierung hervorhebt. Unser nachhaltiges Immobilienentwicklungskonzept fußt auf einem Wertekonstrukt, welches die Basis all unserer Schritte bildet.

Seit 2009 arbeiten wir an der Umsetzung eines neuartigen Nutzungskonzeptes für das denkmalgeschützte Industrieareal der ehemaligen Mälzerei. Etappenweise werden verschiedene Produktions-, Büro- und Veranstaltungsflächen entwickelt. Dabei legen wir besonderen Wert auf die liebevolle Restaurierung und ökologische Optimierung.

Hier entscheiden wir uns meist für die originalgetreue Restauration, inklusive der Wiederverwendung bzw. Aufwertung alter Materialien. Uns ist es wichtig die bestehende Bausubstanz und den alten Flair zu erhalten, wodurch Ressourcen geschont werden, die für einen Neubau benötigt werden. Dadurch erhalten wir die Spuren der Geschichte, wofür wir im November 2012 als Denkmal des Monats ausgezeichnet wurden und in 2014 die Auszeichnung der Denkmalpflege, die Ferdinand-von-Quast Medaille, verliehen bekommen haben.

Um langfristige finanzielle Tragfähigkeit zu schaffen, braucht es eine solide Finanzstruktur. Hier liegt die Herausforderung darin passende Partner zu finden, die unser Wertekonstrukt mittragen. Unsere Investmentphilosophie wird von unseren Investoren gestützt. Seit Anfang 2014 ist die nachhaltige Pensionskasse Stiftung Abendrot unser Finanzierungspartner, seit 2016 ist die GLS Bank unsere Hausbank und ab 2017 wurde zudem eine Teil-Refinanzierung mit der Nachhaltigkeitsbank Triodos realisiert.

Die ganzheitliche Integration des nachhaltigen Gedankens auf allen Ebenen unseres Geschäftsfeldes ist uns sehr wichtig. Das fängt bei der Entwicklung grüner Leitfäden für unsere Mieter, Partner, Veranstalter und Besucher an, geht über die soziale Mitarbeiterkultur, das ökologische Büro, den Ressourcenschutz, der Förderung von Kunst und Kultur bis hin zur Erschaffung eines grünen Firmengeländes durch Renaturierung.

Für unsere nachhaltigen Bemühungen wurden uns der Berliner Umweltpreis (2011), der Location Award in der Kategorie Nachhaltigkeit und Innovation (2012) und der Green Buddy Award in der Kategorie Denkmalschutz (2017) verliehen.

# 4. UNSER PRODUKT

Unser Produkt ist der Raum, den wir vermieten, betreiben und betreuen. Wir vermieten zu 100 % eine Vielfalt von Gewerbeflächen inklusive der Verwaltung, Administration und deren Pflege.



## 5. DIE MALZFABRIK UND GEMEINWOHL

Wir vermieten Gewerbeflächen aus altem Bestand, die wir liebevoll und ökologisch sanieren lassen und zu einem Arbeitsplatz mit Lebensqualität gestalten.

Das Team der Malzfabrik arbeitet aktiv in einem „grünen Büro“, welches sich vom Kaffeehersteller über die LED-Beleuchtung bis hin zur Naturstromversorgung und dem Teamsport, in allen Bereichen permanent nachhaltig optimiert.

Die Mieter und Veranstalter, die unsere Flächen nutzen, werden zu nachhaltigem Denken angeregt und ihnen wird eine schöne Arbeitsplatzatmosphäre geboten. Das Ambiente besteht aus einem Naherholungspark mit zwei großen Wasserbecken, Naturgärten und einem hochwertigen Wirtshaus – alles eingebettet in die kreative Energie eines Campus, der für Synergien und gegenseitige Inspiration steht.

Arbeit gehört zum Leben und so ist das Zurverfügungstellen von ausbalanciertem Arbeitsraum in unseren Augen für ein physisch und psychisch gesundes Leben wichtig und nötig.

Wir erhalten die alten Geschichtsspuren des Industriedenkmal für ein dauerhaftes Wahrzeichen in Tempelhof-Schöneberg und machen es für die Allgemeinheit wieder zugänglich. In unserem Museum „Malzkabinett“ kann die Geschichte der Mälzerei begutachtet werden und bei unserer historischen Führung „Malzreise“ kann sich jeder durch die nostalgische Fabrik führen lassen.

Bei unserem Festival „Malzwiese“ laden wir die ganze Stadt ein uns zu besuchen und sich von unseren Ideen inspirieren zu lassen. Der außergewöhnliche Charme der altherwürdigen roten Klinkergebäude in Kombination mit der kreativen und experimentierfreudigen Energie der Entwickler der Malzfabrik macht diesen Ort zu einer pulsierenden Insel.

Unsere Räumlichkeiten werden sozialverträglich und ökologisch so schonend wie möglich nutzbar gemacht. Indem wir energetisch kernsanieren und die bestehende Bausubstanz und den alten Flair erhalten. Außerdem verwenden wir alte Materialien wieder und restaurieren originalgetreu. Bis wir unsere eigene Energie erzeugen, nutzen wir die Energie der Firma Naturstrom.

Wir bieten faire Mietkonditionen an und unterstützen an vielen Stellen nachhaltige Events und Künstler.

Auf einem Teilstück unseres Geländes hat sich die „Urbane Oase“ entwickelt, ein Nachbarschaftsprojekt für jeden zugänglich, initiiert von jungen Leuten, die wir durch ihre freie Interpretation der kleinen und unentgeltlich zur Verfügung gestellten Außenfläche in ihrer Kreativität unterstützen.

## UNSER GWÖ-ENGAGEMENT IN 2016 VOR DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ WAR UNTER ANDEREM:

- Die finanzielle Förderung der ortsansässigen District Kunst- und Kulturförderung gGmbH.
- Die Unterstützung eines GWÖ-Startups (IPGarten GmbH), durch das kostenfreie Zurverfügungstellen einer Außenfläche für ihren Schaugarten, einen günstigeren Mietpreis und die Unterstützung bei der Firmenentwicklung/Fundraising durch die Geschäftsführung der Malzfabrik.
- Das Anlegen eines Naturparks, der als Naherholungsoase für die Mieter fungiert und am Wochenende auch für die Nachbarschaft offen steht. Das Highlight dabei ist ein kleiner, inoffizieller Badebetrieb in einem von uns angelegten Wasserbecken.
- Im Rahmen unseres jährlichen Festival „Malzwiese“ bieten wir eine Plattform für nachhaltige Unternehmen und Künstler\*innen.
- Die Schaffung einer sozialversicherungspflichtigen Vollzeitarbeitsstelle für einen Menschen syrischer Herkunft als Geländepfleger.
- Die Förderung der biologischen Artenvielfalt durch das Anlegen von Dach- und Fassadenbegrünungen, die Renaturierung von 13.000 m<sup>2</sup> Brachland zu einem Naturpark und das Anlegen eines Wasserbiotops.



## 6. DER ERSTELLUNGSPROZESS DER GEMEINWOHL-BILANZ

Im Zeitraum von Oktober 2017 bis Juli 2018 haben wir in einem partizipativen Prozess mit zwei branchenfremden Partnerfirmen im Rahmen einer Peer-Group Evaluierung unsere erste Gemeinwohl-Bilanz und den Gemeinwohl-Bericht erstellt. Mitgewirkt haben fünf Mitarbeiter aus der Malzfabrik, die folgende Ressorts leiten: Entwicklung, Finanzen, Personal, Mietermanagement und Nachhaltigkeit.

- **Karoline vom Böckel** | Nachhaltigkeitsbeauftragte
- **Carsten Bredow** | Geschäftsführung, operative Leitung Betrieb
- **Frank Sippel** | Geschäftsführung, strategische Leitung Finanzierung
- **Kathleen Henke** | Finanzen & Verwaltung
- **Ulrike Peters** | Mietermanagement

Der Prozess startete mit einer Kick-Off-Veranstaltung, führte durch fünf GWÖ-Workshops mit zwei GWÖ-Berater\*innen, in denen wir die Zusammenhänge der Indikatoren erörterten, um schließlich unsere Bilanz und den Bericht zu erstellen.

Der Zeitaufwand für den Prozess belief sich auf ca. 348 Stunden der fünf Personen. Dies beinhaltete die Teilnahme an den Workshops, die Vorbereitung der Berichtsgruppen, das Texten und die Gestaltung bis zur Veröffentlichung des Berichts.

Intern wurden unsere Mitarbeiter durch den Mitarbeiterfragebogen in den Prozess integriert und informiert. Außerdem wurde die GWÖ-Bilanz-Erstellung im Teammeeting vorgestellt.

Den Abschluss des Prozesses bildete eine Darstellung der Ergebnisse vor dem gesamten Team und den Gesellschaftern.

# 7. TESTAT



## TESTAT: PEER-EVALUIERUNG

### KOMPAKT

Gemeinwohl-Bilanz  
2016-2017/20

für:

Malzfabrik

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
	<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Zulieferkette 20 %	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 30 %	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 50 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ- PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 50 %	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 0 %	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 50 %	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung 20 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz 80 %	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge 20 %	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 40 %	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 40 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen 50 %	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 30 %	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 50 %	<b>D4</b> Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 40 %
<b>E: GESELLSCHAFT- LICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 70 %	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen 30 %	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen 50 %	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 50 %

Testat gültig bis: 30.10.2020

BILANZSUMME 408

# 8. BERÜHRUNGSGRUPPEN

- A. LIEFERANT\*INNEN / ZULIEFERKETTE
- B. EIGENTÜMER\*INNEN UND FINANZPARTNER\*INNEN
- C. MITARBEITENDE
- D. KUND\*INNEN UND MITUNTERNEHMEN
- E. GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

## A. LIEFERANT\*INNEN/ZULIEFERKETTE

### A.1. MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

#### ZUGEKAUFTE PRODUKTE



Büromaterialien kaufen wir beim nachhaltigen Bürobedarf Memo.



Wir benutzen Spül- und Handtücher aus Baumwolle in Bioqualität, die wir selbst mit Öko-Waschmittel waschen.



Bei der Müllentsorgung sind wir an den regionalen Anbieter gebunden.



Unseren Strom beziehen wir von der Firma Naturstrom.



Für unsere Teeküche kaufen wir Kaffee mit Bio-Siegel von einer Kaffeekooperative in Chiapas, die Kleinbauern unterstützt. Die Milch lassen wir uns in Bioqualität von der Firma Landkorb liefern.



Unsere Bürotechnik stammt zu ca. 50% von unserem Mieter AfB social & green IT, der Altgeräte durch Menschen mit Behinderung aufarbeiten lässt.

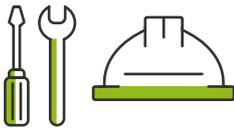


Unser Gas beziehen wir von dem regionalen Anbieter GASAG.



Wir haben den sogenannten Amazon-Bann eingeführt, d.h. bei uns wird nichts über diese Plattform bestellt.

## ZUGEKAUFTE DIENSTLEISTUNGEN



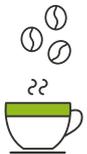
Wir kaufen Dienstleistungen von Bauplanern und -unternehmen, Elektrikern, Sanitär- und Reinigungsfirmen ein. Die Firmen wählten wir vor allem aufgrund ihrer Verlässlichkeit, langjährigen Erfahrung und Vertrautheit mit unserem Gelände und dessen Zusammenhänge aus. Unser Landschaftsarchitekturbüro ist ein zertifiziertes Naturgartenunternehmen, das mit einheimischen und biologischem Saatgut und Dünger arbeitet. Unsere Post versenden wir mit PIN MAIL AG – 100 % klimaneutraler Versand.

## 1.2. ÜBERPRÜFUNG UND EVALUIERUNG SOZIALER RISIKEN

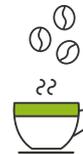
Wir werden im Nachgang an diese Berichtserstellung einen Fragebogen für Dienstleister entwickeln, mit Fragen zu fairen Löhnen, fairem Umgang und Umweltstandards, um uns einen genaueren Einblick in die Geschäftsstrukturen unserer Dienstleister zu verschaffen.

## 1.3. ZERTIFIKATE DER ZUGEKAUFTEN PRODUKTE

Unser Anteil der zugekauften Produkte und Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen liegt bei 100 %.



**FAIRTRADE**  
Kaffee



**BIO BZW. ÖKO ZERTIFIKATE**

Büromaterialien, Waschmittel, Spülmittel, Milch, Kaffee



**BIO-BAUMWOLLE**  
Handtücher



**FSC**  
Papier, Holz der Bleistifte



**RECYCLING**  
Druckerpapier, Versandkuverts



**NATURSTROM-ZERTIFIKAT**  
Strom

**DER ANTEIL DER EINGEKkauften PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN, DIE UNTER FAIREN ARBEITSBEDINGUNGEN HERGESTELLT WURDEN SETZT SICH WIE FOLGT ZUSAMMEN:**

**Milch:** Naturland

**Kaffee:** Fairtrade, Kooperative, Bio-Siegel

**Bürobedarf Memo:** Blauer Engel, Fairtrade, FSC, Bio-Siegel

**Bürotechnik:** AfB - Gewinner Deutscher Nachhaltigkeitspreis und Inklusionspreis Baden Württemberg

**Strom:** Naturstrom - Ökostromlabel der Umweltverbände

**Ecover:** Waschmittel, Spülmittel - Leaping Bunny Siegel (tierfreundlich), Bio-Siegel

## **IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT**

- Wir haben den Amazon-Bann eingeführt.
- Eigene Handtücher aus Bio-Baumwolle für jeden Mitarbeiter wurden installiert.
- Die Gestaltung unseres Parks übernimmt eine zertifizierte Naturgarten-Firma.

### **ZIELE**

- Die Menschenwürde in der Zuliefererkette über unseren Fragebogen für die Dienstleister zu evaluieren.

**WIR BESTÄTIGEN KEINE VERLETZUNG DER MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE.**

**BEWERTUNGSSTUFE: FORTGESCHRITTEN** ★ ★

## **A. 2. SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE**

### **2.1. FÖRDERUNG EINES FAIREN UND SOLIDARISCHEN UMGANGS ENTLANG DER ZULIEFERKETTE**



Wir legen Wert auf ein langjähriges Miteinander. Wir wechseln nicht wegen jeder Preiserhöhung den Anbieter und schreiben nicht bei jedem Bauvorhaben neu aus, um immer den billigsten Preis zu erzielen. Lokale Firmen werden von uns bevorzugt.

### **2.2. PRÜFUNG UND SANKTIONEN BEI RISIKEN UND MISSSTÄNDEN**



Bei offensichtlichen solidarischen Missständen machen wir die Firma darauf aufmerksam und suchen das Gespräch. Gegebenenfalls wechseln wir dann die Firma. In dem Dienstleister Fragebogen, den wir entwickeln, werden wir auch das Thema fairer und solidarischer Umgang mit den Mitarbeitern berücksichtigen.

### **VERPFLICHTENDE INDIKATOREN**

#### **ANTEIL DER EINGEKkauFTEN PRODUKTE UND ROHWAREN, DIE EIN LABEL TRAGEN, WELCHES SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT BERÜCKSICHTIGT**

Bei uns sind es die Produkte für die Küche, die Büromaterialien und die Bürotechnik.

#### **ANTEIL DER LIEFERANT\*INNEN, MIT DENEN EIN FAIRER UND SOLIDARISCHER UMGANG MIT ANSPRUCHSGRUPPEN THEMATISIERT WURDE BZW. DIE AUF DIESER BASIS AUSGEWÄHLT WURDEN**

Bei uns sind es die Lieferant\*innen der Produkte für die Küche, die Büromaterialien und die Bürotechnik.

### **ZIELE**

- Fragebogen für die Dienstleister entwickeln

**WIR BESTÄTIGEN KEINE AUSNUTZUNG DER MARKTMACHT GEGENÜBER LIEFERANT\*INNEN.**

**BEWERTUNGSSTUFE: FORTGESCHRITTEN** ★ ★ ★

## A. 3. ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

### 3.1. AUSWAHLKRITERIEN FÜR PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

#### NACH LOKALITÄT, ORTSANSÄSSIGE FIRMEN (MIETER)

- Gartenbau (Staude & Stein Garten- und Landschaftsgestaltung, Dargel Garten und Landschaftsbau)
- Druckerzeugnisse (New Wave Kreativmanufaktur)
- Tischlerei (Marian Linkner)
- Tischler und Metallfachmann (Max Junker)
- Computertechnik (AfB gGmbH ca. 50 %)
- Imagefilm (breuerundsander)
- Veranstaltung (Malzfabrik Event GmbH)
- Bauprojektentwickler (Real Future GmbH)

#### NACH ÖKO / BIO SIEGEL

- Naturstrom
- Küche und Büromaterial
- Gartenbau

#### ALTBEWÄHRT, REGIONAL

- Reinigungsunternehmen
- Sanitärfirma
- Elektronikbetrieb

#### BAU

- altbewährt, Architekten-  
bindung, Preis

#### STEUERBÜRO

- Qualität, regional

#### RECHTSANWALT / NOTAR

- altbewährt

### 3.2. EVALUIERUNG ÖKOLOGISCHER RISIKEN IN DER ZULIEFERKETTE



Im Dienstleister Fragebogen, den wir entwickeln, wird das Thema Umweltstandards und ökologische Risiken in der Zulieferkette beleuchtet.

### 3.3. ÖKOLOGISCHE KRITERIEN BEI DER AUSWAHL DER PRODUKTE UND LIEFERANT\*INNEN



**ÖKO / BIO SIEGEL:** Küche / Büromaterial / Naturstrom

**ÖKO GARTENBAUFIRMA:** Ökosiegel Pflanzen, Saatgut und Dünger

### 3.4. UNTERSCHIEDE BEIM ÖKOLOGISCHEN EINKAUF



Wir unterscheiden uns von den Mitbewerbern, da wir ein grünes Büro betreiben. Dies besteht aus ökologischem Büromaterial, Mobiliar, ökologischen Küchenprodukten und vielem mehr.



Wir bieten einen Naturstrom-Rahmenvertrag für unsere Mieter an, die dann von Naturstrom vergünstigte Konditionen erhalten.



Wir benutzen zu ca. 50 % gebrauchte und aufgearbeitete Computer unseres Mieters AfB gGmbH.



Wenn alle Flächen der Malzfabrik entwickelt und bezogen sind, wollen wir unsere eigene Energie herstellen, um unseren Bedarf vor Ort zu decken.



Wir haben uns zum Teil unabhängig von den Berliner Wasserbetrieben gemacht, indem wir durch unsere Regenwasserversickerungsanlage unser Regenwasser vor Ort zurückhalten und hier verdunsten bzw. versickern lassen. Dazu kommt die Reaktivierung eines 100 Meter tiefen Brunnens zur Bewässerung unseres Parkgeländes.

#### VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

**ANTEIL DER EINGEKkauFTEN PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN, DIE ÖKOLOGISCH HÖHERWERTIGE ALTERNATIVEN SIND** Bei uns sind das die Produkte für die Küche, die Büromaterialien und die Bürotechnik.

#### IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

- Wir haben einen Naturstromrahmenvertrag für unsere Mieter ausgehandelt
- Unsere Regenwasserversickerungsanlage mit den beiden Wasserbecken wurde fertiggestellt

#### ZIELE

- Die ökologische Nachhaltigkeit in der Zuliefererkette über unseren Fragebogen für die Dienstleister zu evaluieren.

**WIR BESTÄTIGEN KEINE UNVERHÄLTNISSMÄSSIG HOHEN UMWELTAUSWIRKUNGEN IN DER ZULIEFERKETTE.**

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★ ★

## A.4. TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

### 4.1. TRANSPARENTER UND PARTIZIPATIVER UMGANG ENTLANG DER ZULIEFERKETTE



Wir arbeiten mit vielen Unternehmen vor Ort zusammen. Dabei wird das offene Gespräch gesucht und über verschiedene Vorschläge beraten. Wir haben immer ein offenes Ohr und sind generell offen für jede Art von Partizipation.

### 4.2. PRÜFUNG UND SANKTIONEN BEI RISIKEN UND MISSSTÄNDEN



Bei offensichtlichen Missständen machen wir die Firma darauf aufmerksam und suchen das Gespräch. In dem Dienstleister Fragebogen, den wir entwickeln, wird das Thema transparenter und partizipativer Umgang entlang der Zulieferkette berücksichtigt.

#### ZIELE

- Fragebogen für die Dienstleister entwickeln

**BEWERTUNGSSTUFE: ERSTE SCHRITTE** ★

## B. EIGENTÜMER\*INNEN UND FINANZPARTNER\*INNEN

### B.1. ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

#### 1.1. MÖGLICHKEITEN DES GEWINNS VON EIGENMITTELN



Wir generieren Eigenkapital durch Eigenmittel unserer Gesellschafter. Wir achten auf eine homogene Gesellschafterstruktur. Uns ist es wichtig, dass die Gesellschafter unsere Werte mittragen. Die Gesellschafter gewinnen wir über das Netzwerk eines der Geschäftsführer und über persönliche Kontakte.

#### 1.2. FORMEN UND ANTEILE VON FINANZIERUNG

 **70%**

##### FREMDKAPITAL

Ca. 70 % (2016) vom Darlehensvolumen wird durch ein Refinanzierungsdarlehen der Pensionsstiftung Stiftung Abendrot abgedeckt.

 **20%**

Ab 2017 beteiligt sich die Triodos Bank zu ca. 20% des Volumens mit einem Bau-Investitionsdarlehen und einem Refinanzierungsdarlehen.

 **10%**

10 % des Fremdkapitalvolumens wird durch diverse Darlehensgeber aus dem Gesellschafterkreis gedeckt.

##### EIGENKAPITAL

Unser Eigenkapital sind die Eigenkapitalrücklagen unserer Gesellschafter.

### 1.3. ABLÖSUNG KONVENTIONELLER KREDITE UND VERRINGERUNG VON FINANZRISIKEN

Dies geschieht durch die Refinanzierung mit der nachhaltigen Pensionsstiftung Abendrot und der Triodos Bank, sowie durch weitere Eigenkapitalrücklagen der Gesellschafter\*innen.

### 1.4. ETHISCH-NACHHALTIGE AUSRICHTUNG DER FINANZPARTNER\*INNEN



Die Stiftung Abendrot ist eine nachhaltige Pensionskasse. Die Triodos Bank ist Europas führende Nachhaltigkeitsbank. Die GLS Bank ist unsere Hausbank und eine sozial-ökologische Bank.



Unsere Gesellschafter\*innen sind Privatpersonen und tragen unsere nachhaltigen Werte und Ideen mit.

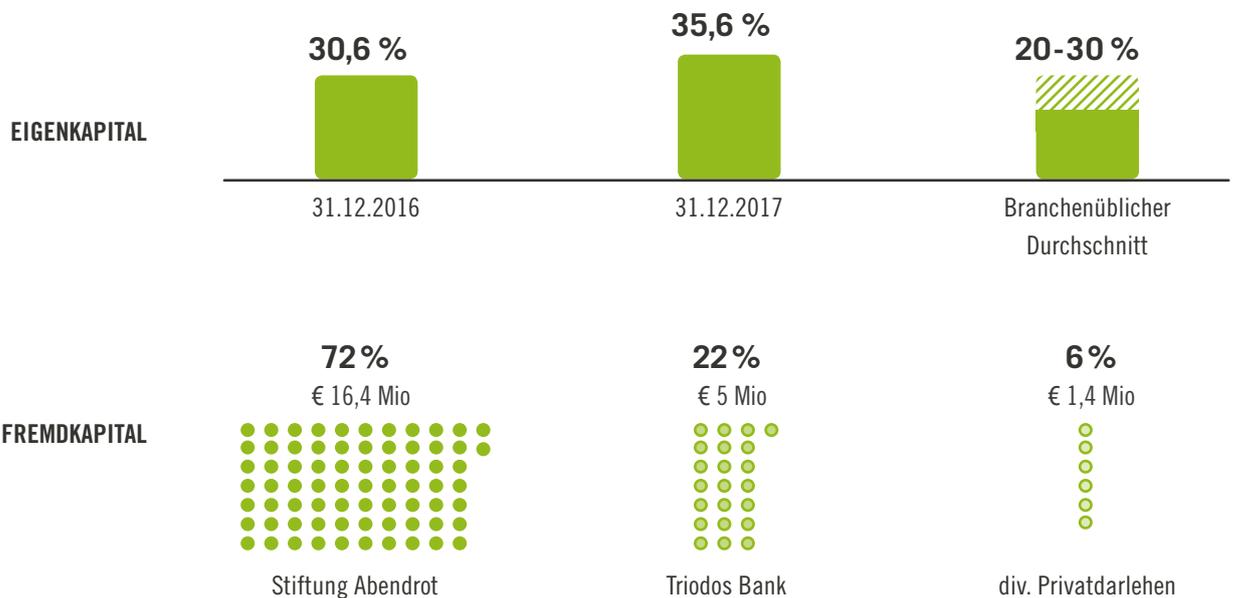


Die Allianz Versicherung – unsere Gebäudeversicherung für das zum Areal gehörige, moderne Haus NEXT – erstellt einen jährlichen Nachhaltigkeitsbericht und wurde mit dem Dow Jones Sustainability Index ausgezeichnet.



Die Versicherungskammer Bayern, unsere Gebäudeversicherung und Grundbesitzerhaftpflicht für das Malzfabrik Gelände und unsere Berufshaftpflicht, erstellt keinen Nachhaltigkeitsbericht.

### VERPFLICHTENDE INDIKATOREN



### IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

- Ab Anfang 2017 wurden temporäre Darlehen mit niedrigzinsigen Hypothekendarlehen der Triodos Bank abgelöst.
- Wir haben einen Wechsel der Hausbank von der Commerzbank zur nachhaltigen GLS Bank vorgenommen.
- Das Eigenkapital wurde um knapp EUR 2,7 Mio. ausgeweitet (Zuwachs von 26,8%).

## ZIELE

- restliche Privatdarlehen refinanzieren
- Versicherungskammer Bayern auf ihre nachhaltige Ausrichtung prüfen

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★ ★

## **B.2. SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN**

### 2.1. ZUKUNFTSAUSGABEN UND RISIKOVORSORGE

Unsere Zukunftsausgaben (Investitionen) sollen langfristig mit einem Baukredit der Triodos Bank getragen werden. Mittelfristig soll das Eigenkapital noch um ca. 15 % ausgeweitet werden. Die Risikovorsorge stellt die Bank sicher.

### 2.2. ANSPRÜCHE DER EIGENTÜMER\*INNEN AN KAPITALERTRÄGE

Natürlich haben auch wir die Erwartungen der Investoren zu erfüllen. Unsere Gesellschafter\*innen tragen allerdings unsere nachhaltige Entwicklungsstrategie mit und kalkulieren langfristig. Sie haben keinen Gewinnmaximierungsfokus.

### VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

**0€**  
**MITTELÜBERSCHUSS**  
aus laufender  
Geschäftstätigkeit

**CA. 59€ MIO.**  
**GESAMTBEDARF**  
**ZUKUNFTSAUSGABEN**  
Baukosten bis zum Jahr 2024,  
59 Mio. für beide Fabriken  
(Geb. B + A)

**CA. 1,9€ MIO.**  
**GETÄTIGTE/R STRATEGISCHER**  
**AUFWAND / STRATEGISCHE**  
**AUSGABEN (2016)**  
Summe aller Bauinvestitionen  
im Berichtszeitraum

**CA. 1,9€ MIO.**  
**ANLAGENZUGÄNGE**

**0€**  
**AUSZUSCHÜTTENDE KAPITALERTRÄGE**  
vom Stamm- oder Grundkapital

**0€**  
**ZUFÜHRUNG ZU RÜCKLAGEN**  
nicht entnommener Gewinn

### IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

- Es wurden 3 neue Gesellschafter, die unsere Werte mittragen, hinzugewonnen.
- Zusammen mit Aufstockungen einzelner bestehender Gesellschafter, wurde das Eigenkapital dadurch im Geschäftsjahr 2017 um 26,8% ausgeweitet.

## ZIELE

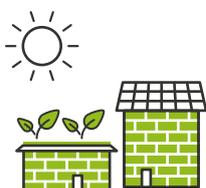
- Weitere nachhaltige Optimierung der Finanzierungsstruktur, durch eine Verbesserung der Eigenkapitalquote

WIR BESTÄTIGEN KEINE UNFAIRE VERTEILUNG VON GELDMITTELN.

**BEWERTUNGSSTUFE: ERSTE SCHRITTE** ★

## **B.3. SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG**

### 3.1. ÖKOLOGISCHES VERBESSERUNGSPOTENZIAL EIGENER ANLAGEN



Unsere eigenen Anlagen sind unsere Gebäude und deren Ausstattungen. Ökologisches Verbesserungspotenzial besitzen dort zum Beispiel die Nutzbarmachung aller bisher nicht genutzten Gebäude, des Weiteren die Dämmung nach KfW Norm, Ausstattung der Dächer mit Solaranlagen und der Betrieb eines BHKW, viele ressourcenschonende Umbauten und diverses Upcycling.

### 3.2. MITTEL UND FÖRDERPROGRAMME

Wir arbeiten mit der KfW Bank im Rahmen der Energieeffizienz-Förderung zusammen. Außerdem erhalten wir immer wieder Zuwendungen von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz und dem Landesdenkmalamt Berlin, mit deren Hilfe wir schon Einiges originalgetreu restaurieren konnten.

### 3.3. INVESTITIONEN

Momentan werden Gelder für vorbereitende Bauinvestitionen sowie die Genehmigungsplanung akquiriert.

### 3.4. FINANZIERUNGSFORMEN SOZIAL-ÖKOLOGISCHER PROJEKTE

Mit durchschnittlich TEUR 400, bzw. 20 % unseres Umsatzes finanzieren wir 3,5 Vollzeitstellen und gaben 2016-2018 jährlich davon ca. TEUR 250 aus für die Förderung der ortsansässigen Kunst- und Kulturförderung (für Bildung und Nachhaltigkeit), sowie für unser Festival Malzwiese.

## VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

CA. **59** €  
MIO.

#### INVESTITIONSPLAN

inkl. ökologischer Sanierungsbedarf

CA. **1,065** €  
MIO.

#### REALISIERUNG

der ökologischen Investitionen  
(2016/2017) und 1,7 % des Bedarfs

**0** €

#### FINANZIERTE PROJEKTE / FONDS-VERANLAGUNGEN

**IM BERICHTSZEITRAUM WURDE VERBESSERT**



Der Bau und die Inbetriebnahme von zwei Elektrotankstellen. Die Anschaffung eines Elektro-Firmenfahrzeugs BMW I3.

Die Inbetriebnahme der nachhaltigen Regenwasser-management-Anlage. Ausbau des Naturparkes durch zwei neue Gärten mit hohem, biologischem Reichtum.

Die Anschaffung eines Elektro-Lastenrades für das Team, um bei kurzen Transportwegen kein Auto benutzen zu müssen.

Das Untergeschoss des Kachelhauses wurde nach den Richtlinien der Energie-einsparverordnung (EnEV) saniert.

**ZIELE**

- Konsequenter Einsatz ökologischer Baustoffe

**WIR BESTÄTIGEN KEINE ABHÄNGIGKEIT VON ÖKOLOGISCH BEDENKLICHEN RESSOURCEN ZU NUTZEN.**

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN ★ ★ ★ ★ ★**

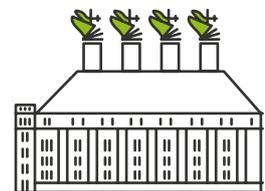
**B.4. EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG**

**4.1. EIGENTÜMER\*INNEN, ANTEILE, RECHTE, PFLICHTEN, HAFTUNG**



**HOLDING**

Die Gesellschafter entscheiden über zukünftige Strategien und Vorgehensweisen.



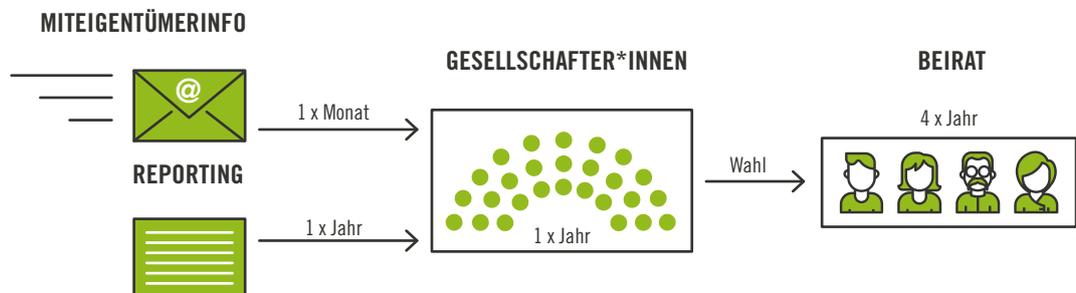
**IGG MALZFABRIK MBH**

Die IGG Malzfabrik mbH ist eine Gesellschaft mit begrenzter Haftung. Neben der Geschäftsführung haftet das Stammkapital und Eigenkapitalrücklagen.

## 4.2. FORM VON MITENTSCHEIDUNG UND EIGENTUMSBETEILIGUNG

Es finden jährliche Gesellschafterversammlungen statt. Stimmrechte ergeben sich jeweils anhand der Eigentumsanteile. Keine Einzelperson hält hierbei mehr als 15 % der Anteile bzw. der Stimmen.

## 4.3. SICHERUNG TRANSPARENTER ENTSCHEIDUNGSGRUNDLAGEN FÜR ALLE EIGENTÜMER\*INNEN



- Seit 2017 gibt es den monatlichen Gesellschafter Report "Miteigentümerinfo", in dem über die laufenden Entwicklungen informiert wird. Dazu gibt es ein Mal jährlich ein finales Reporting zur Gesellschafterversammlung, die ebenfalls jährlich stattfindet.
- Vier Mal jährlich tagt der Beirat, welcher bei der Gesellschafterversammlung gewählt wird. Der Beirat besteht aus vier Gesellschaftern, die Projekte und wesentliche Detailentscheidungen vorbereiten.
- Außerdem besteht ein permanenter Kontakt zur Geschäftsführung und dem Bauherrenberater.

## 4.4. ENTWICKLUNG DER EIGENTÜMERSTRUKTUR

Seit 2012 werden jährlich ausgesuchte neue Gesellschafter, im Rahmen von Kapitalerhöhungen der RF Alpha GmbH als Holding hinzugewonnen.

Der Prozess endet voraussichtlich in 2018/ 2019. Die Gesellschafterstruktur ist in den letzten Jahren stets homogen geblieben.

### VERPFLICHTENDE INDIKATOREN



### IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

- Es wurde eine monatliche Eigentümerinformation eingeführt.

WIR BESTÄTIGEN, DASS KEINE FEINDLICHEN ÜBERNAHMEN ERFOLGT SIND.

**BEWERTUNGSSTUFE: FORTGESCHRITTEN** ★ ★

# C. MITARBEITENDE

## C.1. MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

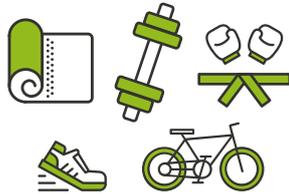
### 1.1. UNTERNEHMENSKULTUR

Unsere Unternehmenskultur lebt und ist ein respektvolles, ehrliches, selbstverantwortliches, freundschaftliches, kreatives und soziales Miteinander.

Es gibt sehr flache Hierarchien im Team mit individuellen Wachstumsmöglichkeiten.

### 1.2. BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG UND ARBEITSSCHUTZ

#### SPORTANGEBOT



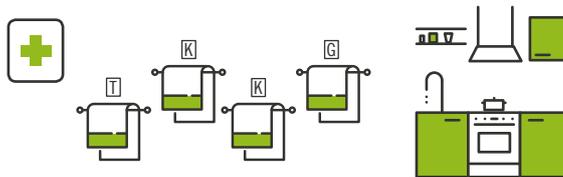
Wir haben verschiedene Sportangebote bei uns auf dem Gelände etabliert wie Personal Training, Kampfsport und Yoga. Dazu gibt es die freiwillige Teilnahme an der jährlichen Aktion "Mit dem Rad zur Arbeit" und den Firmenlauf B2Run.

#### ARBEITSPLATZ



Unsere Mitarbeiter wurden in einem eintägigen Seminar der "Augenschule", Training der Augen für die Bildschirmarbeit, geschult. Außerdem wurden die Bedürfnisse eines jeden Mitarbeiters zum ergonomischen Arbeiten erfasst und in einem eintägigen Seminar "Yoga@Work" erörtert. Im Büro sorgt LED-Tageslichtbeleuchtung für wache Augen und es gibt ein herrliches naturnahes Gelände, welches zur Pausenentspannung im Grünen einlädt.

#### GESUNDHEIT

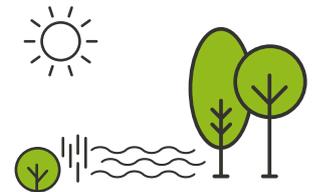


Regelmäßig werden Erste Hilfe Kurse angeboten. Zur allgemeinen Gesunderhaltung und zur Vorbeugung vor Ansteckung im Team haben wir drei Krankentage Kulanz ohne Krankschreibung eingeführt.

In den Toiletten hat jeder Mitarbeiter sein eigenes beschriftetes Stoffhandtuch aus biologischen Textilien zur Prävention vor Keimübertragung.

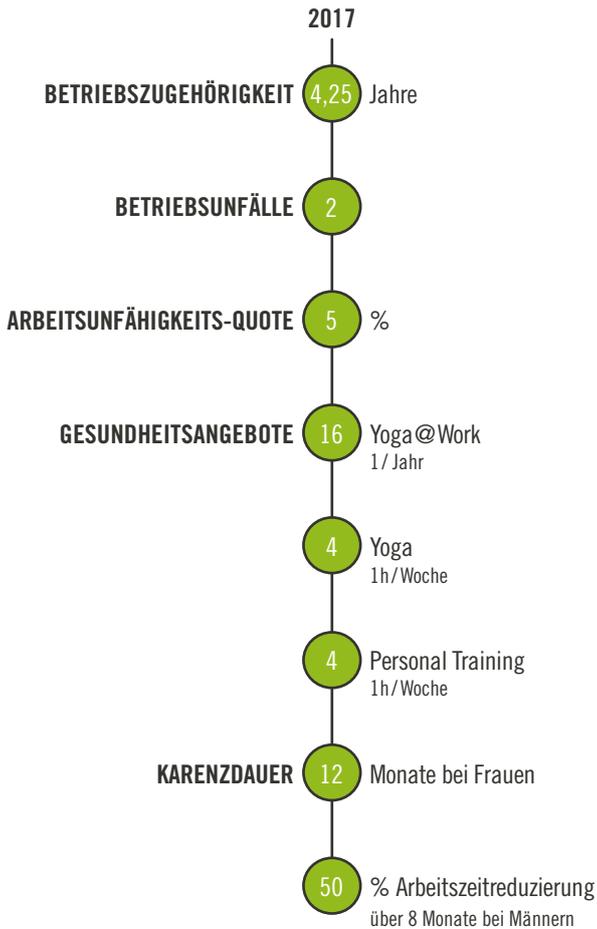
In der Büroküche gibt es eine Kochmöglichkeit und einen Wasserfilter. Unsere Hausmeister werden mit spezieller Arbeitskleidung ausgestattet.

#### UMGEBUNG



Unser naturnahes Gelände lädt zur Pausenentspannung im Grünen ein. An der frischen Luft kann nach Möglichkeit im eigens eingerichteten *Draußenbüro* gearbeitet werden.

### 1.3. DIVERSITÄT, UMGANG MIT MITARBEITENDEN, BETRIEBSVEREINBARUNGEN



#### DIVERSITÄT

Das Gleichgewicht von Männern und Frauen soll beibehalten werden. Die Altersstruktur ist durchmisch. Betriebsvereinbarungen und Maßnahmen gibt es nicht, da von Fall zu Fall entschieden wird.



Die Religion oder sexuelle Orientierung spielt bei uns keine Rolle.

#### ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN

Solche Möglichkeiten befinden sich bei uns gerade im Aufbau. Sie sind erwünscht und werden zum Teil schon selbst organisiert und umgesetzt.

#### IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

- Das *Draußenbüro* wurde gebaut und mit Infrastruktur versehen.
- Eine Vollzeitarbeitsstelle für einen syrischen Geflüchteten wurde geschaffen.
- Der Naturpark zur Pausenerholung wurde fertig gestellt, sowie ein innenliegender Pausenraum ausgebaut und zur Verfügung gestellt.

#### ZIELE



Weiterbildungsmöglichkeiten im Team kommunizieren



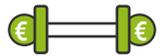
international arbeiten



Kranken-/Gesundheitsquote jährlich erheben und dokumentieren



Verbesserung der Vertretungsstruktur im Krankheitsfall



Mehr finanziell subventionierte Sportaktivitäten

WIR BESTÄTIGEN KEINE MENSCHENUNWÜRDIGEN ARBEITSBEDINGUNGEN.

**BEWERTUNGSSTUFE: VORBILDLICH** ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

## **C. 2. AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE**

### **2.1. AN REGIONALE LEBENSHALTUNGSKOSTEN ANGEPASSTER VERDIENST**

Bei Gehaltsverhandlungen achten wir darauf, dass das Gehalt fair verhandelt wird. Alle Mitarbeitende erhalten über 1250 Euro netto. (40h/ Woche, lebenswürdig in Berlin)  
Eine Urlaubstage-Matrix ist aktuell in der Verfeinerung.

### **2.2. SELBSTORGANISIERTER VERDIENST**

Es gibt keine Möglichkeiten den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen. Der Verdienst wird am Anfang der Anstellung verhandelt und in regelmäßigen Personalgesprächen mit der Geschäftsführung ggf. angepasst.

### **2.3. ARBEITSZEITEN, ARBEITSLAST UND ÜBERSTUNDEN**

- Wir arbeiten nach dem Gleitzeitmodell. Überstunden sollen bei uns vermieden werden. Nur wenn es nicht anders geht, werden die Überstunden durch Urlaubstage ausgeglichen.
- Einige Mitarbeiter erfassen ihre Arbeitszeit auf freiwilliger Basis über ein Online-Portal (HeavenHR), ansonsten wird die Arbeitszeiterfassung auf Vertrauensbasis praktiziert.
- Jede Abteilung hat ihren eigenen Bereich und ihre eigene Arbeitslast, diese muss im Arbeitsbereich selbst kompensiert werden, untereinander hilft man sich aber natürlich gelegentlich aus.

### **2.4. ERWEITERUNG DER GESELLSCHAFTLICHEN TEILHABE DER MITARBEITENDEN**

Dies ist durch das individuelle Verhandeln von, auch temporären, Teilzeitmodellen möglich.  
Im Zuge einiger Sozialprojekte wird die Möglichkeit zur Mitwirkung während der Arbeitszeit gegeben.

### **2.5. ARBEITSZEITMODELLE**



**KERNZEIT**

Die Anwesenheit in der Firma ist uns wichtig, weshalb nur in Ausnahmefällen im Homeoffice gearbeitet wird. Für Arztbesuche und Handwerkertermine werden die Mitarbeiter\*innen freigestellt und müssen diese Arbeitszeit nicht nachholen.

### **2.6. WORK-LIFE-BALANCE**

- Bei uns gibt es die erwähnte Option von flexiblen Teilzeitmodellen, sowie Gleitzeit. Eine kurzfristige Urlaubsplanung ist möglich, wie auch jederzeit ein dringender Arzttermin.
- Bei Krankheit des Kindes kann zum Beispiel in flexiblen Zeiten gearbeitet werden. Außerdem haben wir die Möglichkeit der festen Arbeitszeitreduzierung wegen der Kinder auf z.B. 80% und 75%.
- Dazu nutzen einige Eltern bei uns den *Papatag/Mamatag*, an dem ein Nachmittag frei genommen wird, der dann in dem Rest der Woche durch längere Arbeitszeiten seinen Ausgleich findet.

## VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

### GEHALTSSPREIZUNG

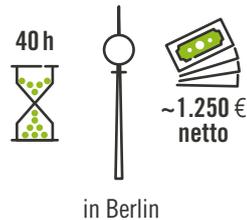


Unsere innerbetriebliche Spreizung liegt bei 1:2,6. Betrachtung ohne unseren Geschäftsführer Frank Sippel. Hierfür besteht ein Dienstleistungsvertrag.

### MEDIANVERDIENST



### LEBENSWÜRDIGER VERDIENST



### WOCHEARBEITSZEIT



Bei uns werden 40 Stunden pro Woche gearbeitet. Die Arbeit in Teilzeit ist auf Anfrage möglich.

### ÜBERSTUNDEN

+0

Bei uns gibt es keine unbezahlten Überstunden. Der Ausgleich findet durch Abummeln oder Urlaubstageausgleich statt.

## IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

- Die Gleitzeit wurde definiert und eingeführt.
- Der Überstundenausgleich über Freizeitausgleich wurde eingeführt.

## ZIELE

- Feedbackrunde im Quartal „Wie fühlt man sich im Betrieb?“
- bessere Kommunikation der betrieblichen Möglichkeiten - Weiterbildung ect.
- Kommunikation von Aufstiegsmöglichkeiten in der Firma
- Mitarbeiterentwicklung ausbauen
- Lohn-Baukastensystem wird geprüft

WIR BESTÄTIGEN KEINE UNGERECHTE AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE.

**BEWERTUNGSSTUFE: FORTGESCHRITTEN** ★ ★

## C.3. ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN UNTERSTÜTZEN

### 3.1. HERKUNFT DER LEBENSMITTEL AM ARBEITSPLATZ



Wir legen einen großen Wert auf die ökologisch-regionale Herkunft der Lebensmittel. Wir betreiben ein ökologisches Büro, dazu gehören u.a. Bio-Fairtrade-Kaffee, Bio-Milch und Bio-Tee.

Unentgeltlich stellen wir hier in der Malzfabrik einen Ort zur Verfügung an dem die Erzeuger von Lebensmitteln direkt an die Kunden verkaufen können, die sogenannte Marktschwärmerei, eine Onlineplattform bei der man die Lebensmittel online bestellt und einmal die Woche bei uns vor Ort abholt.

Außerdem gibt es die Möglichkeit für unsere Mitarbeitenden, Privatkunde bei unserem Mieter *IP-Garten GmbH* zu werden, die regionale Lebensmittel herstellen. Des Weiteren stellen wir der *IP-Garten GmbH* kostenfrei eine Außenfläche für ihren Schaugarten in Berlin zur Verfügung.

### 3.2. VERKEHRSMITTEL



Unsere Mitarbeiter benutzen zur An- und Abfahrt den ÖPNV, das Rad oder das Auto. Um während der Arbeitszeit Strecken zu Außer-Haus-Terminen zurückzulegen oder Besorgungen zu machen, haben wir ein firmeneigenes Elektroauto und ein E-Lastenrad, die alle Mitarbeiter benutzen können.

### 3.3. UNTERSTÜTZUNG DES ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS

- Wir optimieren uns im Team ökologisch und spornen uns gegenseitig an.
- Ein BVG Ticket wird bei Bedarf von der Firma bezahlt und als geldwerte Zuwendung über die Lohnabrechnung erfasst.
- Die Einrichtung einer vollwertigen Küche soll unsere Mitarbeiter dazu anregen, sich selber etwas in der Mittagspause zu kochen – am Besten aus regional-ökologischen Zutaten, die bei der Marktschwärmerei erworben werden können. Diese findet zweimal im Monat auf unserem Gelände statt.

### VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

#### VERPFLEGUNG



Unsere Büroverpflegung (Kaffee, Milch, Tee) besteht zu 100% aus biologischer Landwirtschaft.

Die Privatverpflegung (Mittag) wird individuell gestaltet. Ein Besuch bei unserem Mieter vor Ort, dem Wirtshaus zum Oberstübchen mit hochwertigen und abwechslungsreichen Lebensmitteln, wird zu Gunsten unserer Mitarbeiter rabattiert.

#### ANREISE



Im Sommer kommen bei uns die meisten Mitarbeiter mit dem Fahrrad.

Ansonsten gibt es eine Mischung aus ÖPNV und PKW. 45% der Mitarbeiter nutzen im Winter den PKW.

#### NUTZUNG DES ÖKOLOGISCHEN BETRIEBSANGEBOTES



Unsere Büroverpflegung wird zu 100% von allen Mitarbeitenden genutzt.

## IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

- Das Elektro-Lastenrad wurde angeschafft, wie auch der Elektro-Firmenwagen.
- Die Marktschwärmerei wurde bei uns etabliert.

## ZIELE

- Die Idee eines gemeinsam gekochten Mittagessens prüfen.

WIR BESTÄTIGEN KEINE ANLEITUNG ZUR VERSCHWENDUNG / DULDUNG UNÖKOLOGISCHEN VERHALTENS.

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★

## C.4. INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

### 4.1. ZUGÄNLICHKEIT VON WESENTLICHEN / KRITISCHEN DATEN

Alle Daten (außer der Personaldaten) sind für alle Zugangsberechtigten auf unserem Server einsehbar. Wir verwalten unsere Abwesenheiten und Termine online im Google-Kalender. Dieser ist von allen einsehbar.

### 4.2. ORGANISATION DER FÜHRUNGSKRÄFTE

Die Geschäftsführung evaluiert und wählt die Führungskräfte aus und setzt sie ggf. auch wieder ab.

### 4.3. MITBESTIMMUNG DER MITARBEITENDEN



Jede Abteilung entscheidet für sich allein. Wichtige Abstimmungen erfolgen allerdings mit der Geschäftsführung. Eine gemeinschaftliche Entscheidung gibt es nicht, jedoch wird die Kommunikation im Team darüber berücksichtigt.

### 4.4. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Wir haben noch keine detaillierten Erfahrungen mit Transparenz und Mitbestimmung gemacht. Bei uns wird über alles gesprochen, jedoch entscheidet dann jeder in seinem Kompetenzbereich.

## VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

### TRANSPARENZ



Die Verwaltung kann ca. 75% der kritischen und wesentlichen Daten einsehen, der Rest der Mitarbeiter eher weniger.

### MITARBEITERENTSCHEIDUNGEN



Es gibt bei uns keine Führungskräfte außer der Geschäftsführung. Die eigenen Bereiche/Abteilungen entscheiden für sich selbst bei Einstellung neuer Mitarbeiter, in Absprache mit der Geschäftsführung.

### ENTSCHEIDUNGEN



Innerhalb der Abteilungen gibt es einen hohen Anteil der Mitentscheidung, ca. 90%. Außerhalb der Abteilungen gibt es wenig bis hin zu gar keinem Anteil.

## ZIELE

- Gemeinschaftliche Entscheidungen
- mehr Transparenz über wesentliche Entscheidungen

WIR BESTÄTIGEN KEINE VERHINDERUNG EINES BETRIEBSRATES.

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★

# D. KUND\*INNEN | MIETER

## D.1. ETHISCHE KUND\*INNENBEZIEHUNG

### 1.1. NEUKUNDENGEWINNUNG UND STAMMKUNDENBETREUUNG



Wir gewinnen unsere Mieter durch den Abend der offenen Tür, den sogenannten *Malzabend*, an dem die Geschäftsführung das Konzept der Malzfabrik vorstellt und Interessenten durch die Fabrik führt.

Außerdem treten wir mit Interessenten über unsere Webseite, Facebook, Google Business und Instagram in Verbindung, wie auch über Inserate auf Immobilienplattformen. Vor allem aber gewinnen wir unsere Mieter durch Mundpropaganda.

Wir betreuen unsere Mieter vor Ort durch eine Verwaltung, die jederzeit persönlich ansprechbar ist und haben dazu noch einen Hausmeisterservice auf dem Areal.

Unsere Mieter werden durch Mietergeschenke zu Weihnachten und zu Ostern erfreut. In der Weihnachtszeit laden wir unsere Mieter zu einem gemeinsamen *Meeterglühwein-Umtrunk* ein und im Sommer zu einem Grillabend in unserem Park.

### 1.2. SICHERSTELLUNG DES KUNDENNUTZENS VOR DEM UMSATZSTREBEN

Wir bieten faire Mietkonditionen an, die ca. 30% günstiger als der lokale Durchschnitt sind. Unsere Mietvoraussetzungen (beizubringende Dokumente) sind weniger streng als bei den Wettbewerbern. Außerdem betreiben wir eine mieterfreundliche Inkassopolitik.

Unsere Verwaltung arbeitet verständnisvoll und lösungsorientiert. Vieles ist verhandelbar: wir sind sozio-ökonomisch kompromissbereit, Künstler werden unterstützt und z.B. Bandproberäume und Ateliers günstig vermietet.

Für Jugendliche haben wir eine Brachfläche kostenfrei zur Verfügung gestellt, welche sie zu einer urbanen Oase umgestaltet haben.

Wir bieten kleine Räume für Start-Ups mit fairen Mietkonditionen an.

### 1.3. MASSNAHMEN GEGEN EINEN ERSCHWERTEN ZUGANG

Für unseren Mieter AfB gGmbH – Arbeit für Menschen mit Behinderung – haben wir eine Rampe gebaut und die Zuwegung der gesamten Mietfläche behindertengerecht gestaltet. Wir bieten einen kostenlosen Parkplatz für eine gehbehinderte Mieterin an. Um zu unserer Kantine im 2. Stock zu gelangen, haben wir den alten Industriefahrstuhl aufwendig restauriert und auf den neuesten Stand gebracht.

#### VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

##### AUSGABEN FÜR MARKETING



Budget in 2016: 200.000,-€ ohne Löhne für Marketing, inkl. Festival, Repräsentations- und Reisekosten

Budget 2017: Marketingbudget inkl. Festival, Reise- und Repräsentationskosten ca. 213.000,-€

##### VERKAUFSMITARBEITENDE



Wir haben keine direkten Verkaufsmitarbeiter\*innen.

##### UMSATZVORGABEN



Es gibt keine internen Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens.

##### UMSATZANTEIL VON BENACHTEILIGTEN KUND\*INNEN-GRUPPEN



Unser Mieter AfB gGmbH (Arbeit für Menschen mit Behinderung) hält aktuell 7% Umsatzanteil.

Unsere Veranstaltungsflächen im Kachelhaus sind u.a. durch Nachrüstung des Fahrstuhls behindertengerecht, bis auf die Fläche *Speicher*.

#### IM BERICHTSZEITRAUM WURDE FOLGENDES UMGESETZT

- Fahrstuhl im Kachelhaus – unsere Eventlocation

#### ZIELE

- behindertengerechter Zugang zum Veranstaltungsraum *Speicher*
- Rollstuhlrampe am Gebäude *Kellerei*
- Verschriftlichung der Ethikleitlinien

WIR BESTÄTIGEN KEINE UNETHISCHEN WERBEMASSNAHMEN.

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★ ★

## D.2. KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

### 2.1. KOOPERATION MIT MITUNTERNEHMEN

Wir pflegen langjährige Geschäftsbeziehungen zu unseren Dienstleistern und Gewerken. Es ist uns wichtig die Unternehmen hier vor Ort zu unterstützen. Mit der Etablierung einer eigenen Marke und eines Wertekonstruktes ziehen wir ein bestimmtes Klientel an, das gut zu uns passt und mit denen ein harmonisches Miteinander möglich ist.



- Von unserem Mieter AfB gGmbH (Arbeit für Menschen mit Behinderung) beziehen wir ca. 50 % unserer IT-Produkte.
- Unseren Mieter IP-Garten GmbH unterstützten wir in der Gründungsphase.
- Bei unserem Mieter New Wave lassen wir unsere Drucksachen lokal produzieren.
- Das Cateringunternehmen Foodpol unterstützen wir finanziell und auch durch regelmäßiges Essen in ihrem Wirtshaus.
- Den Mieter ECF Farmsystems GmbH unterstützen wir durch einen günstigen Mietzins und dem ihrerseitigen Baurecht auf unserer Fläche für ihre ca. 2000 m<sup>2</sup> große Farm.
- Unser Mieter Real Future GmbH betreut unsere Bauprojekte, vertritt uns als Bauherr und koordiniert die Planung mit Architekten, Fachplanern und Behörden. Dessen Schwwestergesellschaft, die Real Future AG, stellt zudem unseren Geschäftsführer Frank Sippel und ist für das übergeordnete Asset-Management verantwortlich.

### 2.2. SOLIDARITÄT UND UNEIGENNÜTZIGKEIT GEGENÜBER ANDEREN UNTERNEHMEN



Für verschiedene Ausstellungen wie zum Beispiel die Ausstellungsreihe *Brahman/Atman* haben wir die Ausstellungsfläche und den Strom kostenfrei zur Verfügung gestellt.

Das Projekt *Tiny House* hat bei uns fünf Monate mietfrei ein kleines Haus auf Rädern gebaut.

Unser Mieter *Ackerdemia* bekommt von uns eine Freifläche als Versuchsacker zu einem symbolischen Preis.

Unser Mieter *IP-Garten* bespielt kostenfrei eine Freifläche mit Schaugarten und Container.

Der Initiative *Marktschwärmer* stellen wir unentgeltlich eine Verteilerfläche für lokale Nahrungsmittel direkt vom Bauern zur Verfügung.

Ein Imker, der seine Bienen nach ökologischen Richtlinien hält, hat einige seiner Bienenstöcke in unserem Naturgarten aufgestellt. Seine Pacht zahlt er uns in Honig.

Das *Coffee Bike* hat bei uns mietfrei den Sommer über mit seinem Kaffeeauschank gestanden. Sie konnten 100 % ihrer Einnahmen behalten.

## VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

### INVESTIERTER ZEIT- / RESSOURCENAUFWAND FÜR PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN, DIE IN KOOPERATION ERSTELLT WERDEN IM VERHÄLTNISS ZUM GESAMTEN ZEITAUFWAND FÜR DIE ERSTELLUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Wir sind eine Insel und pflegen zur Zeit (noch) keine Kooperationen.

### 0% ZEIT / UMSATZ WIRD DURCH KOOPERATIONEN MIT

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen
- Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer Zielgruppe

### KOOPERATIONEN MIT ZIVILGESELLSCHAFTLICHEN INITIATIVEN

Wir sind Partner des Projektes *Unternehmen und biologische Vielfalt - Naturnahe Gestaltung von Firmengeländen* in Kooperation mit dem Bundesumweltministerium (BMU), dem Bundesamt für Naturschutz (BfN), der Heinz Sielmann Stiftung, der Bodenseestiftung und des Global Nature Funds.

Außerdem arbeiten wir mit der Industrie- und Handelskammer (IHK) im Rahmen der Ausbildungen in unserem Betrieb zusammen und sind in der Verbundberatung tätig, indem wir Kooperationen zum Thema Gewerbeimmobilien anbieten.

### ERHÖHUNG GESETZLICHER BRANCHENSTANDARDS

Momentan leisten wir einen Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards, indem wir durch unser Wertekonstrukt Mieter anziehen, die sich auch nachhaltig positionieren oder positionieren möchten.

In Planung ist der *Grüne Mietvertrag* mit nachhaltigen Leitlinien zur Vermietung von Gewerbeimmobilien.

### WEITERGABE VON MITARBEITERN ZUR MITUNTERNEHMENSUNTERSTÜTZUNG

Wir geben keine Mitarbeiter per se weiter, kooperieren jedoch mit diversen Mietern auf dem Gelände z.B. bezüglich kleinerer Design- und Marketingprojekte, als auch hinsichtlich technisch-infrastruktureller Herausforderungen. Jedoch besteht generell die Bereitschaft dazu unter Beachtung des gesetzlichen Rahmens solche Projekte zu unterstützen.

### WEITERGABE VON AUFTRÄGEN AN MITUNTERNEHMEN

Vereinzelt wurden in der Vergangenheit Mietanfragen, die wir nicht bedienen konnten an Mitunternehmern uneigennützig und ohne Provision weitergeleitet.

## ZIELE

- Ausbau von Kooperationen
- Ansiedlung von nachhaltigen Firmen

WIR BESTÄTIGEN KEINE UNGERECHTE AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE.

**BEWERTUNGSSTUFE: FORTGESCHRITTEN** ★ ★ ★

## **D.3. ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN**

### **3.1. ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN UNSERES PRODUKTES**



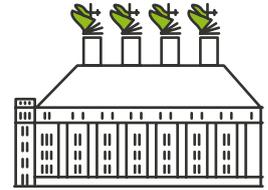
Bei Umbauten achten wir auf ausreichende Dämmung und gute Fenster, um Heizkosten und damit den CO<sub>2</sub> Ausstoß zu minimieren.



Die Anfahrt zu uns ist sehr verkehrsgünstig an einem Bahnhofskreuz gelegen, an dem Regionalzüge, ICEs, S-Bahnen, Busse und Fernbusse abfahren.



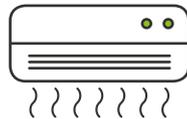
Der Großteil unseres Regenwassers wird vor Ort verdunstet bzw. versickert und nicht mehr in die Kanalisation geleitet.



Unser Produkt – die Mietfläche – wird nicht verbraucht. Die Fläche bleibt bestehen und wird nur bespielt.



Für unser Produkt benötigen wir keinen Transport und somit wird kein CO<sub>2</sub> ausgeschüttet.



Wir vermeiden aktiv Klimaanlagen.



Wir beziehen Naturstrom.

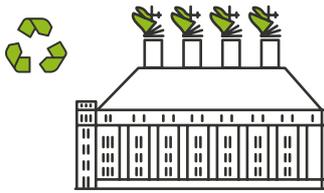


Wir trennen Abfall.

### **3.2. REDUZIERUNG DER ÖKOLOGISCHEN AUSWIRKUNGEN**

- Wir revitalisieren eine Industriebrache und ein Denkmal, anstatt ein neues Haus zu bauen und Rohstoffe zu gebrauchen.
- Wir bieten unseren Mietern einen Naturstrom-Rahmenvertrag mit vergünstigten Konditionen an.
- Wir planen neue Umbauten energieeffizient und revitalisieren behutsam, das heißt alte Baustoffe und das Gebäude werden weitestgehend erhalten.
- Wir achten auf die richtige Entsorgung von eventuellen Altlasten bei Umbauten.

### 3.3. KONSISTENZ, EFFIZIENZ, SUFFIZIENZ IM GESCHÄFTSMODELL



Wir nutzen so gut wie alle Baumaterialien wieder, bauen sehr viel um, restaurieren originlgetreu und upcyclen vieles. Dadurch haben wir eine geringere Nachfrage an Baumaterialien.



Bei den Veranstaltungen werden Technik und Ausstattung nur geliehen und nicht gekauft.



Wir haben einen alten 100 m tiefen Brunnen auf unserem Gelände reaktiviert und nutzen unser eigenes Wasser und unser Regenwasser um unseren Park zu bewässern.



Wir beziehen Strom von der Firma Naturstrom, welcher zu 100 % aus regenerativen Energien gewonnen wird.



Eine Photovoltaikanlage und ein Blockheizkraftwerk sind in Planung.

### 3.4. STRATEGIEN ZU MASSVOLLEM KONSUM



Wir achten auf lange Produktlebenszyklen in unserem Büro. Für unsere Mieter haben wir die Green Tips entwickelt, mit direkten Tipps für ihr nachhaltiges Büromanagement.

### 3.5. FÖRDERUNG VON MASSVOLLER NUTZUNG IN DER KOMMUNIKATION MIT KUND\*INNEN

- Für unsere Mieter gibt es pfiffige Mietergeschenke zu Weihnachten und zu Ostern, die immer etwas nachhaltiges an sich haben und zum Nachdenken anregen.
- Bei unserem Merchandise achten wir auf nachhaltige Produkte, die dann unser Aushängeschild sind.
- Auf unserer Internetseite kann man unsere Green Steps und Green Tips finden, die zu nachhaltigem Handeln anstiften sollen.

#### **IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT**

- ein Rahmenvertrag mit Naturstrom
- Fertigstellung der Regenwasseranlage

#### **ZIELE**

- Entwicklung eines grünen Mietvertrags
- unsere Green Tips und Green Steps an Neumietverträge anhängen

**WIR BESTÄTIGEN KEINE UNETHISCHEN WERBEMASSNAHMEN.**

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★ ★

## **D.4. KUND\*INNEN – MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ**

### **4.1. MITSPRACHE UND MITENTSCHEIDUNG VON KUND\*INNEN**



Bei mieterspezifischen Umbauten bei Neuvermietung haben unsere Mieter ein Mitspracherecht, welches der Zufriedenheit des Mieters und der langfristigen Bindung dient.

### **4.2. IMPULSE ZUR SOZIAL-ÖKOLOGISCHEN VERBESSERUNG**

Wir sind immer offen für Anregungen.

### **4.3. ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE PRODUKTINFORMATIONEN**



Fotos und Flächenangaben von unseren Veranstaltungsflächen sind auf unserer Internetseite öffentlich zugänglich. Bei der Neuvermietung von Flächen werden Fotos und allgemeine Informationen auf unserer Homepage und bei Immobilienportalen veröffentlicht. Preise gibt es bei uns auf Anfrage.

### **VERPFLICHTENDE INDIKATOREN**

**20%**

Unserer Eventflächen sind Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen.

### **ZIELE**

- Gebäudeenergieausweis für alle Häuser
- Veröffentlichung der Preise auf Immobilienportalen

### **AUSWEIS VON GEFAHRENSTOFFEN**

Wir können bestätigen, dass die Fußböden, Wandfarben und Materialien der Einbauten keine Gefahrenstoffe enthalten.

Es ist allerdings aus ökologischen Gesichtspunkten angedacht im Rahmen des grünen Mietvertrages nur noch Produkte der Marke "Blauer Engel" oder vergleichbares bei der Herrichtung der Räume zur Neuvermietung zu verwenden und den Mietern dasselbe nahezu legen, wenn sie renovieren oder etwas verändern möchten.

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★

# E. GESELLSCHAFT

## E.1. SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

### 1.1. FOLGENDE GRUNDBEDÜRFNISSE ERFÜLLEN WIR



#### SCHUTZ UND SICHERHEIT

Der Arbeitsplatz (Geschäftsraumanmietung) sichert die Existenz.



#### TEILNAHME UND GEBORGENHEIT

Auf unserem Gelände entstehen viele Synergien von Einzelunternehmen untereinander. Wir geben unsere hauseigenen Aufträge auch an die ortsansässigen Firmen weiter, wie zum Beispiel den Tischlern und dem Schlosser, den Werbefilmern oder den Kulissenbauern.



#### FREIHEIT UND AUTONOMIE

Unsere Mieter, wie auch unsere Gäste bewegen sich frei auf dem Gelände und haben vermietetseits viele Freiheiten. Durch viele Erfahrungsräume wollen wir zu Selbstverantwortung anregen.



#### ERHOLUNG

Einen Arbeitsplatz mit Lebensqualität bieten wir unseren Mietern, indem sie ihre Erholungspausen oder den Feierabend in unserem Naturpark erleben können, mit eigens für die Mieter angelegtem Badespaß, einem Außenbüro, Beetsitzbänken und *Meeterbeet*-Parzellen zum Office-Gärtnern.

Inspiration kann beim Durchstreifen des Naturparks gefunden werden, in der Begegnung mit der Natur oder den Skulpturen im Park, wie auch bei den vielen Ausstellungen, die in den Ausstellungsräumen stattfinden.



#### KREATIVES SCHAFFEN

Auf unserem Gelände wird kreativ geschaff. Es gibt diverse Künstlerateliers und ein großes Gemeinschaftsatelier, Ausstellungsräume zur Anmietung und viele Off-Locations in der alten Fabrik für Foto- und Film-Shootings. Handwerker und Start-Ups arbeiten an kreativen Ideen und wir bestücken das Gelände mit Upcycling-Objekten aus der alten Fabrik, wie zum Beispiel unseren Fahrradständern, der Besucherbank am Pförtnerhäuschen, zwei geschweißten drei Meter hohen Rosenbögen aus alten Fabrikgegenständen, wie auch einem großen Skulpturen-Zaun an den *Meeterbeeten*.

### 1.2. LUXUSPRODUKTE

Unsere Konditionen zur Vermietung sind kein Luxus. Sie decken Grundbedürfnisse und sind zur Gestaltung eines guten Lebens notwendig. Wir entwickeln keine Luxusimmobilien als Statussymbol.

### 1.3. PERSÖNLICHES WACHSTUM

Menschen können sich bei uns entfalten. Firmen haben Raum um sich kreativ und finanziell zu entwickeln. Unser Gelände mit den diversen Innen- und Außenflächen wirkt als Petrischale der Innovation und Ideengeber, wo sich Kreativfirmen, Start-Ups, Künstler und Musiker ausprobieren können. Unser Naturpark ist eine Oase, in der unsere Mieter entschleunigen können, um ihre Gesundheit im Arbeitsalltag zu schonen.

## 1.4. MINDERUNG GESELLSCHAFTLICHER UND ÖKOLOGISCHER PROBLEME

### UN-ENTWICKLUNGSZIELE

- 1 Keine Armut
- 2 Keine Hungersnot
- 3 Gute Gesundheitsversorgung
- 4 Hochwertige Bildung
- 5 Gleichberechtigung der Geschlechter
- 6 Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen
- 7 Erneuerbare Energie
- 8 Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum
- 9 Innovation und Infrastruktur
- 10 Reduzierte Ungleichheiten
- 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden
- 12 Verantwortungsvoller Konsum
- 13 Maßnahmen zum Klimaschutz
- 14 Leben unter dem Wasser
- 15 Leben an Land
- 16 Frieden und Gerechtigkeit
- 17 Partnerschaften, um die Ziele zu erreichen



#### SAUBERES WASSER UND SANITÄRE EINRICHTUNGEN

Wir arbeiten an sauberem Wasser, indem wir unser Regenwasser sammeln, ökologisch filtern und vor Ort verdunsten und versickern lassen.



#### GUTE ARBEITSPLÄTZE UND WIRTSCHAFTLICHES WACHSTUM

Wir sorgen für gute und stabile Arbeitsplätze in einem lebenswerten Umfeld mit sozialer Absicherung in unser Firma. Außerdem gewährleisten wir unseren Mietern viel Flexibilität bei Mietkonditionen mit autarker Selbstbestimmung ihrer Mietfläche und der Möglichkeit der Expansion bei wirtschaftlichem Wachstum.

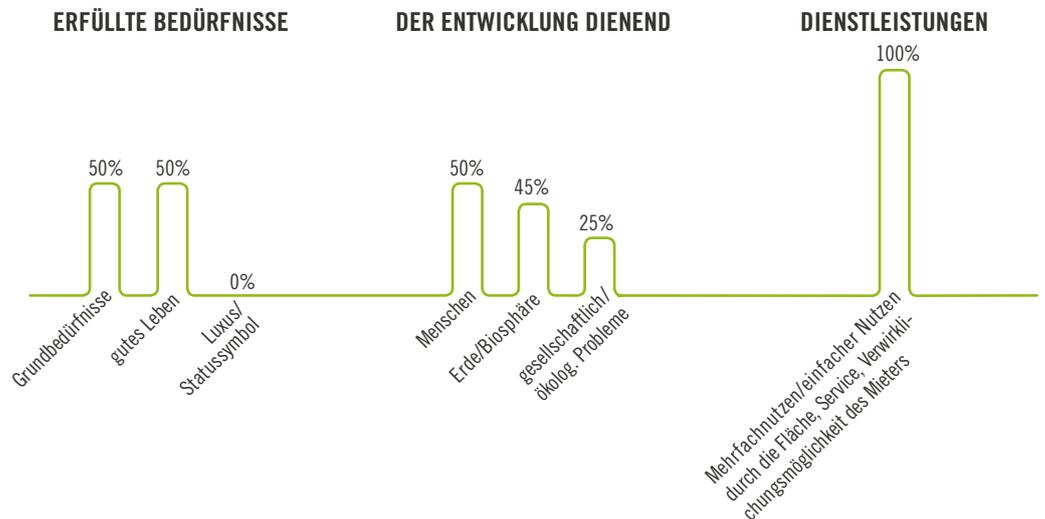


#### NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN

Als Leuchtturmprojekt versuchen wir, andere Städte und Gemeinden/ Bezirke dazu anzuregen innerstädtische Immobilienentwicklung wertebasiert anzugehen. Viele Planer im (halb)öffentlichen Dienst besuchen uns und wir vermitteln unsere Ansätze gerne weiter.

### VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

#### NUTZEN FÜR DIE GESELLSCHAFT



### IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

- Anlegen von Naturgärten
- Nutzung von nachhaltigem Regenwassermanagement
- Anlage und Vermietung der *Meeterbeete* für das Office-Gärtnern

### ZIELE

- Schaffung von mehr Lebensraum für Tiere und Pflanzen und mehr Arbeitsraum für den Menschen.
- Inklusion

WIR BESTÄTIGEN KEINE MENSCHENUNWÜRDIGEN PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN ZU PRODUZIEREN BZW. ZU VERKAUFEN.

BEWERTUNGSSTUFE: VORBILDLICH ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

## E. 2. BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

### 2.1. MATERIELLER BEITRAG ZUR SICHERUNG DES GEMEINWESENS UND EXTERNE MATERIELLE UNTERSTÜTZUNG

- Wir zahlen unseren Arbeitgeberanteil der Sozialversicherungen für unsere Mitarbeiter und haben eine sozialversicherungspflichtige Vollzeitstellung für einen ehemaligen Geflüchteten aus Syrien geschaffen.
- Unser unbezahltes Engagement ist zum Beispiel die Unterstützung eines Flüchtlingsheims (Bau eines Gemeinschaftsraums mit Bibliothek), unser Patenkind Eduardo über World Vision, sowie die Öffnung der Malzfabrik für die Allgemeinheit am Tag des offenen Denkmals und dem Tag der Architektur.
- Außerdem leisten wir finanzielle Unterstützung von künstlerischen und kulturellen Projekten wie Atman und Brahman, Children of the Forgotten, Urs Jäggi, Malzkabinett, District und bieten vergünstigte Mietflächen für Künstler an.
- Wir erhalten Denkmalschutzförderung bei Bauprojekten.

### 2.2. FREIWILLIGES ENGAGEMENT IN ZAHLEN UND EIGENNUTZEN

ARBEITSLEISTUNG 	Stunde	<b>200</b>	<b>20</b>
		Arbeitsstunden für den Bau einer Bibliothek in einem Flüchtlingsheim (5 Personen des Teams mit je einer Arbeitswoche involviert)	Monatsstunden für den verwaltungstechnischen Aufwand der Ausstellungsbespielung (z.B. Pförtner*innen, Verwaltung)

#### EIGENNUTZEN

Unser Eigennutzen besteht in der Werbung, Repräsentation der Firma und des Geländes sowie in der stabilen und sozial abgesicherten Mitarbeiterstruktur. Das steigert vor allem die Zufriedenheit bei uns.

### 2.3. NACHHALTIGE VERÄNDERUNGEN DURCH FREIWILLIGE AKTIVITÄTEN

Das Wirkspektrum unserer freiwilligen Aktivitäten erstreckt sich über die Integration von Flüchtlingen und die Erhöhung des Wohlbefindens durch kulturelle Veranstaltungen, bis hin zur Inspiration von Gästen und Besuchern durch Ausstellungen, die sonst nicht oder nur schwer realisierbar wären.

Wir machen auf die geschichtliche Entwicklung und das Thema Nachhaltigkeit aufmerksam und sensibilisieren dafür.

### 2.4. ILLEGITIME STEUERVERMEIDUNG, KORRUPTION UND NEGATIVER LOBBYISMUS

Durch das ethische Wertekonstrukt unserer Führungskräfte und der Geldgeber können wir sicherstellen, dass wir oben genanntes nicht begünstigen.

## VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

UMSATZ **1.980.000 €**

### NETTOABGABENQUOTE

**EFFEKTIV BEZAHLTE ERTRAGSSTEUERN:** 0€  
(Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)

#### LOHNSUMMENABHÄNGIGE STEUERN UND SOZIALVERSICHERUNGSBEITRÄGE DER ARBEITGEBER:

2.265,00 €	Fahrtkostenerstattungen
1.396,47 €	pauschale Steuern
75,00 €	freiwillige soziale Aufwendungen (LSt-pflichtig)
7.676,26 €	freiwillige soziale Aufwendungen (LSt-frei)
1.860,00 €	Beiträge zur Berufsgenossenschaft
950,00 €	Aufwendungen zur Altersvorsorge

#### SUMME DER LOHNSTEUER UND SOZIALVERSICHERUNGSBEITRÄGE DER UNSELBSTSTÄNDIG BESCHÄFTIGTEN

21.574 €	Verwaltung
11.840 €	Hausmeister
12.553 €	Sicherheit/ Pförtnerie
4.874 €	Intern
25.279 €	Marketing
9.449 €	Veranstaltungen

#### ABZÜGLICH ALLER UNTERNEHMENSBEZOGENER SUBVENTIONEN UND FÖRDERUNGEN:

57.766 €	Investitionszuschüsse
----------	-----------------------

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die relative Netto-Abgabenquote.

-1.332.627 €	Gewinn vor Steuern
932.627 €	Fremdkapitalzinsen
1.980.000 €	Umsatzerlöse

## GELDWERTE, FREIWILLIGE LEISTUNGEN FÜR DAS GEMEINWESEN ABZÜGLICH DES ANTEILS AN BETRIEBLICHEM NUTZEN DIESER LEISTUNGEN

785,21 €	Zuwendungen, Spenden
31.667,92 €	Malzwiese
11.045,31 €	betrieblicher Nutzen - Marketing

### IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT

Bis zum Sanierungsabschluss aller Gebäude des Malzfabrik Geländes werden wir voraussichtlich durch Bau- und Entwicklungskredite bedingt, keinen Gewinn erwirtschaften, der versteuert werden könnte. Das Gelände wird und soll sich aber nach Fertigstellung wirtschaftlich tragen.

### ZIELE

- Herzensprojekte der einzelnen Mitarbeiter stärken für ihre eigene Entwicklung.

**WIR BESTÄTIGEN KEINE ILLEGITIME STEUERVERMEIDUNG ZU BETREIBEN.  
WIR BESTÄTIGEN KEINE MANGELNDE KORRUPTIONSPRÄVENTION.**

**BEWERTUNGSSTUFE: FORTGESCHRITTEN** ★ ★ ★

## E. 3. REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

### 3.1. UMWELTAUSWIRKUNGEN



Für unsere hauseigenen Flächen beziehen wir Ökostrom der Firma Naturstrom. Unseren Mietern empfehlen wir die Firma Naturstrom und bieten mit Naturstrom verhandelte Extrakonditionen für sie an.



Wir betreiben die Heizanlage für die Gebäude mit Gas und haben die alten Ölöfen abgeschafft. Perspektivisch möchten wir unsere eigene Energie erzeugen. Der Bau eines BHKW und einer PV Anlage ist schon in Planung.



Auf unserem Gelände wird die gesamte Infrastruktur zur Mülltrennung angeboten. Der Papiermüll des gesamten Geländes wird in einer Papierpressanlage vor Ort gesammelt.

### 3.2. ERHEBUNG UND VERÖFFENTLICHUNG VON UMWELTKONTEN

Momentan werden unsere im Sinne der allgemeinen Buchführung erhobenen Umweltdaten nicht veröffentlicht.

### 3.3. VERÖFFENTLICHUNG DER UMWELTDATEN

Unsere Umweltdaten werden nicht veröffentlicht.

## VERPFLICHTENDE INDIKATOREN

BERICHT ÜBER UMWELTKONTEN	BEZUGSGRÖSSE	Umsatz 2016	ca. 2 Mio €
	Ausstoß klimawirksamer Gase		noch nicht erfasst
	Transporte		noch nicht erfasst
	Benzinverbrauch		noch nicht erfasst
	Stromverbrauch		395.000 kWh/ Jahr
	Gasverbrauch		1.940.000 kWh/Jahr + 15.217 Liter Propangas
	Heizenergie		noch nicht berechnet
	Verbrauch von Trink- und Regenwasser		Trinkwasser: 8455 m <sup>3</sup> , Regenwasser: 12.900 m <sup>2</sup> indirekt entsiegelte Fläche (Versickerung vor Ort)
	Chemikalienverbrauch (giftig/ungiftig)		0 kg
	Papierverbrauch		70 kg (2,45 kg/500 Blatt mit 80g/m <sup>2</sup> , 2016 = 30 Pakete)
	Einsatz sonstiger Verbrauchsmaterialien		noch nicht erfasst
	Kunstlichteinsatz		noch nicht berechnet
	Schadstoffemissionen (CO <sub>2</sub> )		noch nicht berechnet

## IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT



Die Regenwasserversickerungsanlage wurde gebaut und in Betrieb genommen. Das Regenwasser von 12.900 m<sup>2</sup> versiegelter Flächen wurde von der Kanalisation abgekoppelt und wird nun vor Ort verdunstet und versickert.



Zwei Elektrotankstellen wurden gebaut.  
Eine Umstellung des Firmenwagens auf Elektromobilität fand statt.  
Es wurde ein Elektro-Lasten-fahrrad angeschafft.



Die Beleuchtung ist auf LED-Technik umgestellt worden.



Die Verwaltung wird fortgehend digital optimiert, durch digitalen Belegtransfer mit dem Steuerberater, eine digitale Belegablage und einen papierlosen Rechnungsausgang

## ZIELE

- Eigene Energieerzeugung vor Ort, nach Fertigstellung aller Gebäude
- Ökologisches Verhalten der Mieter anregen, z.B. Müllfassung

WIR BESTÄTIGEN KEINE VERSTÖSSE GEGEN UMWELTAUFLAGEN SOWIE KEINE UNANGEMESSENEN UMWELTBELASTUNGEN.

**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★ ★

## E. 4. TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

### 4.1. ERFASSUNG VON UND BERICHT ÜBER GESELLSCHAFTLICHE BERÜHRUNGSGRUPPEN



Vollumfänglich berichten wir intern an Investoren und Peer Groups.

Es gibt eine monatliche Miteigentümerinfo und ein bis zwei jährliche Gesellschafterversammlungen. Nach außen hin berichten wir sehr viel über soziale Medien, wie Facebook, unsere Internetseite oder via Instagram.

Für unsere Mieter gibt es wöchentliche Mieterinfos per Email.

Für unsere Besucher des Geländes haben wir eine umfangliche Beschilderung aufgehängt, die beschreibt wer wir sind und was wir machen.

Außerdem weisen die Green Signs auf dem Areal verteilt auf unsere Green Steps – unsere Schritte auf dem nachhaltigen Weg – hin.

Im Format eines Buches gibt es die jährliche Chronik für unsere Investoren und Kunden, mit dem kompletten Jahresbericht über Bautätigkeiten, Events und alle wichtigen Geschehnisse.

### 4.2. BÜRGER\*INNENDIALOG



Bei uns ist immer der persönliche Kontakt via Mail oder Telefon möglich. Unsere Pförtner\*innen begrüßen jeden neuen Gast und beantworten gerne Fragen die sie ggf. an das Team weiterleiten. Jeder ist bei uns auf dem Gelände willkommen und kann im Park verweilen oder in unserem Wirtshaus einkehren. Am Wochenende ist unser Gelände offen für die Nachbarschaft. Dort kann sich an unserem Strand und in unserem Freizeitbecken erholen und die Ruhe des Naturparks genießen. Jeden zweiten Samstag im Monat bieten wir eine historische Führung durch die ehemalige Mälzerei an. Im hinteren Teil unseres Geländes haben sich Jugendliche aus der Nachbarschaft einen kleinen urbanen Garten, die *Urbane Oase*, geschaffen und heißen alle Besucher herzlich willkommen. Im *Malzkabinett*, einem Raum in der *Alten Mälzerei*, haben wir ein Museum geschaffen, in dem die Geschichte der Malzfabrik erfahren werden kann.

Außerdem laden wir alle Interessierten einmal im Quartal zu unserem Malzabend ein, dem Abend der offenen Tür, an dem wir über die Entwicklung der Malzfabrik berichten und in den Dialog treten. Einmal im Jahr laden wir zu unserem Festival Malzwiese ein, bei dem uns bis zu 5.000 Besucher beehren.

Diverse Anfragen von Universitäten über Studienarbeiten, Abschlussarbeiten und Forschungsarbeiten zu nachhaltigen Themen in der Malzfabrik werden von uns mit Begeisterung betreut.

Durch Mundpropaganda betreiben wir Mitarbeiterakquise in der Nachbarschaft.

### 4.3. DIALOGERGEBNISSE

Gespräche mit Bürger\*innen und Berührungsgruppen können protokolliert werden. Die Interessen werden intern diskutiert und fließen gegebenenfalls in unsere Arbeits- und Entwicklungsaktivitäten ein.

## **VERPFLICHTENDE INDIKATOREN**

### **ANTEIL DER BERÜHRUNGSGRUPPEN**



Unsere Berührungsgruppen, also das aktuelle Umfeld, sind Investoren, Mitarbeiter des Teams, Mieter, Dienstleister und interessierte Bürger. Der Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen liegt bei ca. 50%.

Jeder kann seine Ideen einbringen. Diese werden dann im Team nach Nutzen und Sinnhaftigkeit diskutiert, am Ende von der Geschäftsführung abgesegnet und umgesetzt. Viele Entscheidungen – vor allem beim Thema Bau – sind von Ämtern oder anderen Regularien abhängig.

### **IM BERICHTSZEITRAUM WURDE UMGESETZT**

Unsere Außen- und Innenkommunikation gibt es in der Form schon seit vielen Jahren. Sie wird stetig weiterentwickelt.

### **ZIELE**

- GWÖ-Bericht veröffentlichen

**WIR BESTÄTIGEN, KEINE FÖRDERUNG VON INTRANSPARENZ UND KEINE BEWUSSTE FEHLINFORMATION ZU VERBREITEN.**

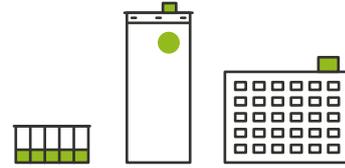
**BEWERTUNGSSTUFE: ERFAHREN** ★ ★ ★ ★ ★

# 9. AUSBLICK

## KURZFRISTIGE ZIELE BEI DER UMSETZUNG DER GEMEINWOHLÖKONOMIE (1-2 JAHRE)



Wir wollen mehr Transparenz intern, als auch extern umsetzen.



Wir wollen weitere brachliegende Flächen ausbauen (3 von 4 Gebäuden).



Durch die Einführung eines Dienstleisterfragebogens wollen wir die ökologischen und sozialen Faktoren unserer Dienstleister bestimmen und unsere Position dazu optimieren.



Wir streben mehr Kooperationen unter anderem mit GWÖ-Firmen an.

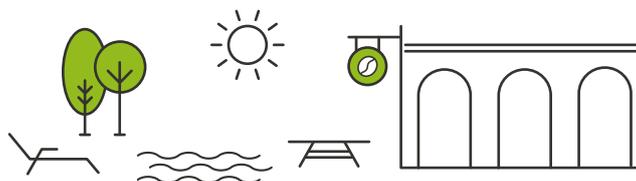
## LANGFRISTIGE ZIELE BEI DER UMSETZUNG DER GEMEINWOHLÖKONOMIE (3-5 JAHRE)



Wir wollen alle bisher brachliegenden Flächen nutzbar machen.



20-25 % unseres Energieverbrauches wollen wir bis dahin selbst erzeugen.



Durch die Ansiedlung von gastronomischen Einrichtungen, sowie der Etablierung der Malzfabrik als Kulturzentrum, wollen wir das Gelände noch mehr für die Bevölkerung / Nachbarschaft erlebbar machen.

# 10. EU KONFORMITÄT

## OFFENLEGUNG VON NICHT-FINANZIELLEN INFORMATIONEN (EU COM 2013/207)

Der Gemeinwohl-Bericht der IGG Malzfabrik mbH erfüllt die EU-Anforderungen zur Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen gemäß der selbigen EU Direktive. Auf die von der EU-Direktive geforderten Informationen wird auf die Textstellen im Gemeinwohlbericht verwiesen bzw. sind sie hier im Detail beschrieben.

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemein verständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

## BESCHREIBUNG DES GESCHÄFTSMODELLS

Die IGG Malzfabrik mbH ist eine Immobiliengrundstücksgesellschaft mit einem nachhaltigen Wertekonstrukt. Der Zweck des Unternehmens ist die Gestaltung, Pflege und Bewahrung der Malzfabrik und deren Gelände in Berlin Tempelhof-Schöneberg unter nachhaltigen Gesichtspunkten.

Der Kundennutzen besteht aus der Möglichkeit an einem kreativen, innovativen und nachhaltigen Standort einen Arbeitsplatz mit Lebensqualität zu erhalten. Die Gelder werden durch die Vermietung von Geschäftsräumen zu 100% inkl. der Verwaltung, Administration und des Services erwirtschaftet.

## DIE FIRMENPOLITIK

Zur Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen und zur Achtung der Menschenwürde ist ausführlich unter folgenden Punkten beschrieben:

**UMWELT** Kurzpräsentation des Unternehmens (S. 6)  
Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette (A3, S. 15)  
Ethisch-nachhaltige Ausrichtung der Finanzpartner\*innen (B1, S. 17)  
Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden (C3, S. 27)  
Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen (D3, S. 33)  
Reduktion ökologischer Auswirkungen (E3, S. 41)

**ARBEITNEHMERBELANGE** (C, ab S. 23)

**SOZIALE BELANGE** Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette (A2, S. 14)  
Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln (B2, S. 19)  
Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung (B3, S. 20)  
Menschenwürde am Arbeitsplatz (C1, S. 23)  
Ausgestaltung der Arbeitsverträge (C2, S. 25)  
Ethische Kund\*innenbeziehungen (D1, S. 29)  
Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen (D2, S. 31)  
Gesellschaftliches Umfeld (E ab S. 36)

**MENSCHENRECHTE** Menschenwürde in der Zulieferkette (A1, S. 12)  
Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln (B1, S. 17)  
Menschenwürde am Arbeitsplatz (C1, S. 23)  
Ethische Kundenbeziehungen (D1, S. 29)

## BEKÄMPFUNG VON KORRUPTION

Korruption hat bei der Malzfabrik keinen Platz.

Transparenz und faire Partnerschaften sind Grundprinzipien des Unternehmens.

## PRIMÄRE RISIKEN

Die Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen, sowie die Auseinandersetzung mit den primären Risiken und deren Handhabung der Geschäftsprozesse in diesen Feldern sind enthalten unter:

**UMWELT**      Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette (A3, S. 15)  
Ethisch-nachhaltige Ausrichtung der Finanzpartner\*innen (B1, S. 17)  
Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden (C3, S. 27)  
Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen (D3, S. 33)  
Reduktion ökologischer Auswirkungen (E3, S. 41)

**ARBEITNEHMERBELANGE**      (C1- C4, ab S. 23 )

**SOZIALE BELANGE**      Überprüfung und Evaluierung sozialer Risiken in der Zulieferkette (A1, S. 13)  
Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette (A2, S. 14)  
Evaluierung ökologischer Risiken in der Zulieferkette (A3, S. 15)  
Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln (B2, S. 19)  
Ethische Kund\*innenbeziehungen (D1, S. 29)  
Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen (D2, S. 31)  
Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen (E1, S. 36)

**MENSCHENRECHTE**      Menschenwürde in der Zulieferkette ( A1, S. 13)  
Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln (B1, S. 17)  
Menschenwürde am Arbeitsplatz (C1, S. 23)  
Ethische Kund\*innenbeziehungen (D1, S. 29)  
Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen (E1, S. 36)

## OFFENLEGUNG RELEVANTER NICHT-FINANZIELLER LEISTUNGSINDIKATOREN

Die relevanten Leistungsindikatoren sind detailliert in den jeweiligen Kapiteln dargestellt und erläutert. Dabei folgt der Bericht der Struktur der Gemeinwohl-Matrix 5.0 der Gemeinwohlökonomie (siehe Testat, S. 11).

# 11. SCHLUSSWORT

Mit dem Abschluss unserer ersten Gemeinwohl-Bilanz haben wir einen wichtigen Meilenstein erreicht. Für uns ist dies die erste Standortbestimmung von der aus wir mit viel Motivation in die zukünftige Entwicklung aufbrechen. Für mögliche Kooperationen möchten wir verstärkt das GWÖ-Netzwerk heranziehen.

Wir werden den Prozess und die Ergebnisse unserer Gemeinwohl-Bilanz nutzen, um uns und unsere Stakeholder zu inspirieren und im Sinne der Gemeinwohlökonomie weiter zu entwickeln.

## **IMPRESSUM**

© 2018 | IGG Malzfabrik mbH

**KONTAKT** Bessemerstraße 2-14  
12103 Berlin

T +49 30 755 12 48 00  
info@malzfabrik.de  
www.malzfabrik.de

**REDAKTION** Karoline vom Böckel | Nachhaltigkeitsbeauftragte  
Carsten Bredow | Geschäftsführung, operative Leitung Betrieb  
Frank Sippel | Geschäftsführung, strategische Leitung Finanzierung  
Kathleen Henke | Finanzen und Verwaltung  
Ulrike Peters | Mietermanagement  
Marleen Venus | Marketing und Presse

**GESTALTUNG** Anna Hofmann

**BILDNACHWEISE** Matthias Friel | Seite 1, 4, 7, 9

# malzfabrik

BESSEMERSTRASSE 2-14  
D-12103 BERLIN  
[www.malzfabrik.de](http://www.malzfabrik.de)

T +49 30 755 12 48 00  
F +49 30 755 12 48 29  
[info@malzfabrik.de](mailto:info@malzfabrik.de)