

Essen, den 19.10.2022

GWÖ-Bericht 2021 der HeimatERBE GmbH



Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeine Informationen zum Unternehmen	5
2. Das Unternehmen und Gemeinwohl	10
3. Vollbilanz.....	12
A. Lieferanten	12
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	12
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	15
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	16
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	16
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen.....	16
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette .	18
A2.3 Negativ-Aspekt Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen	19
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	20
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	24
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	25
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	26
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen.....	26
A4.2 Positive Einflussnahme in der gesamten Zulieferkette	27
B. Eigentümer:innen und Finanzpartner:innen	28
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	28
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung.....	28
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	29
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner:innen	30
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	31
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	31
B2.2 Negativ-Aspekt Unfaire Verteilung von Geldmittel	34
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	34
B3.1 Sozial und ökologische Qualität von Investitionen	34
B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen	36
B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	36
B4 Eigentum und Mitentscheidung	37
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	37
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme.....	37
C. Mitarbeitende.....	38
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	38
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	38
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.....	40
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	41

C.1.4	Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	43
C2	Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	43
C2.1	Ausgestaltung des Verdienstes.....	43
C2.2	Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	44
C2.3	Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	45
C2.4	Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	46
C3	Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	47
C3.1	Ernährung während der Arbeitszeit	47
C3.2	Mobilität zum Arbeitsplatz.....	48
C3.3	Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung.....	49
C3.4	Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens..	50
C4	Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	50
C4.1	Innerbetriebliche Transparenz	50
C4.2	Legitimierung der Führungskräfte	51
C4.3	Mitentscheidung der Mitarbeitenden	52
D.	Kund:innen und Mitunternehmen.....	54
D1	Ethische Kund:innenbeziehungen	54
D1.1	Menschenwürdige Kommunikation mit Kund:innen	54
D1.2	Barrierefreiheit	56
D1.3	Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen	58
D2	Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	58
D2.1	Kooperation mit Mitunternehmen	58
D2.2	Solidarität mit Mitunternehmen	60
D2.3	Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	60
D3	Ökologische Auswirkung durch von Produkten und Dienstleistungen.....	61
D3.1	Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen	61
D3.2	Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	62
D3.3	Negativ-Aspekt: Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen	63
D4	Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz.....	63
D4.1	Kund:innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung.....	63
D4.2	Produkttransparenz	64
D4.3	Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	65
E.	Gesellschaftliches Umfeld	66
E1	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	66
E1.1	Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf	66
E1.2	Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	68
E1.3	Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	72
E2	Beitrag zum Gemeinwesen	72

E2.1	Steuern und Sozialabgaben	72
E2.2	Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	73
E2.3	Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung	75
E2.4	Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	76
E3	Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	77
E3.1	Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	77
E3.2	Relative Auswirkungen.....	78
E3.3	Negativ-Aspekt: Verstöße sowie unangemessene Umweltbelastungen.....	78
E4	Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	79
E4.1	Transparenz.....	79
E4.2	Negativ-Aspekt: Gesellschaftliche Mitentscheidung	80
E4.3	Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	81
4.	Ausblick.....	82
5.	Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	84

1. Allgemeine Informationen zum Unternehmen

- Firmenname: HeimatERBE GmbH
- Rechtsform: GmbH
- Eigentums- und Rechtsform: /
- Website: <https://heimaterbe.de>
- Branche: Forstwirtschaft, Dienstleistungen, Kompensation, ökologische Systemleistung
- Firmensitz: Im Welterbe 1-8, 45141 Essen
- Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 4
- Vollzeitäquivalente: 3
- Saison- oder Zeitarbeitende: 0
- Eng angebundene Berater: 3
- Umsatz: 1,75 Mio€
- Jahresüberschuss: 94.388€
- Berichtszeitraum: 2021
- Tochtergesellschaften mit Sitz in Deutschland: HeimatERBE Projektgesellschaft mbH (100%)

Hinweis: Auditiert wird nur die HeimatERBE GmbH, da die HeimatERBE Projektgesellschaft mbH keine operative Einheit ist.

Kurzpräsentation des Unternehmens

In HeimatERBE sind Ökologie, Ökonomie und Soziales gleichwertige Partner. Jedes Tun des Unternehmens wird gleichzeitig in seiner ökologisch-naturschutzfachlichen wie auch seiner kaufmännischen und sozialen Qualität begutachtet.

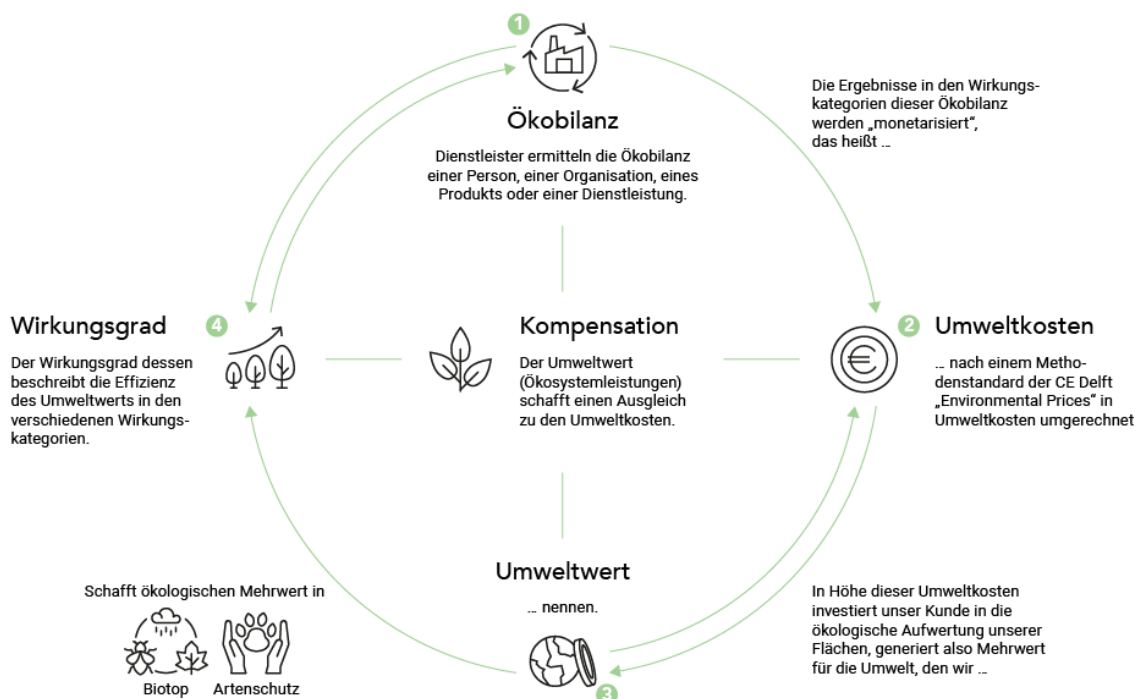
Antrieb, Vision und Mission haben gemeinsam mit der Muttergesellschaft und den weiteren Schwestergesellschaften entwickelt:

- Antrieb: „Uns eint der Antrieb, die Zukunft unserer Erde nachhaltig lebenswert zu gestalten.“
- Vision: „Eine achtsame Gesellschaft, in der umweltneutrales Handeln für alle möglich und selbstverständlich ist.“
- Mission: „Wir befähigen Menschen, Unternehmen und Institutionen selbstbestimmt nachhaltig zu leben und zu handeln.“

Moderne Unternehmen suchen Möglichkeiten, ökologisch negative Wirkungen und Konsequenzen ihres Wirtschaftens aktiv auszugleichen. Dabei steigt der Anspruch an die Qualität der Kompensation und an die Nachvollziehbarkeit dieses Ausgleichs. HeimatERBE steht ihnen zur Seite und begleitet jeden Schritt dieses Weges mit individuellen Kompensationsdienstleistungen.

Durch jedes Produkt und jede Dienstleistung entstehen negative Auswirkungen auf unsere Umwelt. Diese Umweltwirkungen können in sogenannte Umweltkosten umgerechnet werden. Um sie zu kompensieren wird den Umweltkosten ein ökologischer Mehrwert – wir nennen ihn Umweltwert – gegenübergestellt.

HeimatERBE schafft diesen Umweltwert, indem wir bevorzugt degradierten Flächen in Deutschland – insbesondere aus Montan- und Industrienutzung – neuen ökologischen Wert geben: Über viele Jahrzehnte entwickeln wir die HeimatERBE Flächen naturschutzfachlich bestmöglich und entlassen sie anschließend gesundet und geheilt in die Zukunft.



Produkte / Dienstleistungen

Ökologische Systemleistung („Umwert“) zur Kompensation von Umweltkosten, die in Verbindung mit einer Person, Organisation, Produkte, Dienstleistungen stehen. Diese nehmen 100% Anteil am Umsatz.

Vorher/Nachher Vergleiche unserer Flächen

Im Folgenden finden Sie ein pro Fläche einen Vorher/Nachher Vergleich bezogen auf unsere bisherigen Flächenaktivitäten:

Vergleich Ewald 5, Veränderungen im Offenland, der Wege und der Artenschutzschmiede



Vergleich Osthalde, Veränderungen im Offenland und der Wege



Vergleich Kurl 3, Veränderungen im Offenland und der Wege



2. Das Unternehmen und Gemeinwohl

HeimatERBE erstellt zum ersten Mal einen GWÖ-Bilanzbericht um ethisches Handeln zu unterstützen und das eigene Geschäftsverhalten transparent nach den Werten Menschenwürde, Solidarität/Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit und Transparenz/Mitbestimmung in der wirtschaftlichen Tätigkeit darzustellen. Hervorzuheben ist die Betonung und Gewichtung der ökologische Nachhaltigkeit/Umweltneutralität, welches als der Kern und Gründungsinhalt von HeimatERBE zu sehen sind. Der Grund, warum wir eine Bilanz der Gemeinwohlökonomie aufgestellt haben, ist der, dass wir als Unternehmen von Beginn an neben der klassischen betriebswirtschaftlichen Auswertung ebenso eine ökologische (Ökobilanzierung über greenzero.me GmbH) und eine sozial ausgerichtete Auswertung erhalten möchten. Hierfür sehen wir die GWÖ als passenden Prozess, um die Kultur des Unternehmens und unseren Einfluss auf das Gemeinwohl zu erfassen. Wir bedienen somit die drei Säulen der Nachhaltigkeit, auf der auch unser tägliches Tun fußt: Ökonomie, Ökologie, Sozial.

Unsere Unternehmens-DNA ist aufgrund unseres Sinns bereits gemeinwohlorientiert. Seit dem ersten Jahr versuchen wir einen holistischen Blick auf das eigene Schaffen und Wirken innerhalb des Unternehmens und über die Grenzen des Unternehmens hinaus zu haben.

Wir renaturieren degradierte Flächen und verbessern die Situation der Ökologie und somit auch die Gesundheit des Menschen. Indirekt ist somit unser tägliches Tun auch zuträglich für das GWÖ-Engagement. Durch die Bilanz werden wir den Fokus nochmals schärfen, nach Verbesserungsmöglichkeiten Ausschau halten und den GWÖ-Ansatz verbreiten.

Kontaktperson: Christoph Pauly, pauly@heimaterbe.de, 0201 8909 5261



Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	HeimatERBE GmbH
---------	----------------	-------------------	-----------------

M5.0 Vollbilanz	2021	Auditor*In: Ulrike Häußler
-----------------	------	--------------------------------------

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 50 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 40 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 20 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 50 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 20 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 20 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 90 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 80 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 90 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %

Testat gültig bis:
30.09.2024

BILANZSUMME:
406

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
 TestatID: 4u4nz
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

3. Vollbilanz

A. Lieferanten

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Die HeimatERBE GmbH hat sich als junges Unternehmen mit Fokus auf die Nachhaltigkeit eine Herangehensweise im Einkaufsmanagement vorgenommen, diese bislang jedoch noch nicht dokumentiert. Die ökologische Betrachtung ist für uns stets die höchst zu priorisierende. Wir achten demnach bei Online-Bestellungen ebenso wie bei Flächenarbeiten darauf, dass bspw. ein naturschonendes Verfahren angewandt oder die eingekauften Güter bspw. per Label zertifiziert sind. Beides ist im fortlaufenden Text an bestimmten Stellen weiter nachvollziehbar.

Übersicht der Dienstleister im Berichtsjahr 2021 unter Evaluierung der drei Säulen „Menschenwürde“, „Solidarität und Gerechtigkeit“ und „Transparenz und Mitentscheidung“:

Kontobezeichnung	Kategorie	%	Dauer der Geschäftsbeziehung 2021 (Monate)	Intensität (= Mitgestaltung)	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	Transparenz und Mitentscheidung	Erläuterung
Dienstleister 1	Beratung	26,47%	12	stark	x	x	x	Persönlicher und regionaler Bezug zum Dienstleister. Durch unseren persönlichen Austausch mit dem Geschäftsführer können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 2	Material	14,18%	12	stark	x	x	x	Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten; offene Gespräche zur Situation der Beschäftigten sowie fairem Verhältnis von AG und AN kommuniziert; aktive Einladung an den AN konstruktiv mitzudiskutieren & Einbezug in Planungsprozess um gemeinsam optimale Lösung zu erarbeiten
Dienstleister 3	Material	9,48%	12	stark	x	x	x	Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten; offene Gespräche zur Situation der Beschäftigten sowie fairem Verhältnis von AG und AN kommuniziert; aktive Einladung an den AN konstruktiv mitzudiskutieren & Einbezug in Planungsprozess um gemeinsam optimale Lösung zu erarbeiten
Dienstleister 4	Marketing	9,34%	12	gering	x	x	x	Persönlicher Bezug zum Dienstleister. Durch unseren persönlichen Austausch mit dem Geschäftsführer können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 5	Beratung	7,03%	12	stark	x	x	x	Persönlicher und regionaler Bezug zum Dienstleister. Durch unseren persönlichen Austausch mit dem Geschäftsführer können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 6	Administrativ	5,26%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 7	Administrativ	2,59%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 8	IT	2,23%	12	gering	x	x	x	Persönlicher und regionaler Bezug zum Dienstleister. Durch unseren persönlichen Austausch mit dem Geschäftsführer können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 9	Material	2,02%	12	stark	x	x	x	Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten; offene Gespräche zur Situation der Beschäftigten (es werden bewusst Personen aus schwierigen Verhältnissen beschäftigt) sowie fairem Verhältnis von AG und AN kommuniziert; aktive Einladung an den AN konstruktiv mitzudiskutieren & Einbezug in Planungsprozess um gemeinsam optimale Lösung zu erarbeiten
Dienstleister 10	Material	1,97%	3	gering	/	/	/	
Dienstleister 11	IT	1,92%	7	keine	/	/	/	
Dienstleister 12	Beratung	1,88%	12	stark	x	x	x	Persönlicher und regionaler Bezug zum Dienstleister (Alleinunternehmer). Durch unseren persönlichen Austausch können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 13	Marketing	1,78%	12	keine	/	/	/	
Dienstleister 14	Material	1,67%	12	stark	x	x	x	Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten; Zusammenarbeit ist nicht aktiv, da Probennahme und Laboranalyse mit Partnerunternehmen; Im Vorhinein erfolgt Abstimmung zu Planung und ggf. Anpassung nach Empfehlung
Dienstleister 15	Administrativ	1,66%	12	keine	/	/	/	

Dienstleister 16	Beratung	1,16%	12	stark	x	x	x	Persönlicher Bezug zum Dienstleister (Alleinunternehmer). Durch unseren persönlichen Austausch können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 17	Beratung	1,05%	12	gering	x	x	x	Persönlicher Bezug zum Dienstleister. Durch unseren persönlichen Austausch mit dem Geschäftsführer können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 18	Beratung	0,90%	3	keine	x	x	x	Persönlicher und regionaler Bezug zum Dienstleister (Alleinunternehmer). Durch unseren persönlichen Austausch können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 19	Material	0,77%	12	keine	/	/	/	
Dienstleister 20	Administrativ	0,72%	7	keine	/	/	/	
Dienstleister 21	Material	0,67%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 22	Finanzen & Versicherungen	0,62%	12	gering	x	x	x	* Persönlicher und regionaler Bezug zum Dienstleister. Durch unseren persönlichen Austausch können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist. * Internetrecherchen zeigen, dass der Dienstleister sich z.B. auf ihrer Website zu ihrer Verantwortung für Mitarbeiter:innen und Gesellschaft äußern, wie z.B. Regelungen zum Mindestlohn und Arbeitsbedingungen.
Dienstleister 23	Beratung	0,55%	6	keine	x	x	x	Persönlicher Bezug zum Dienstleister (Alleinunternehmer). Durch unseren persönlichen Austausch können wir davon ausgehen, dass Menschenwürde, Solidarität und Transparenz ein gelebtes Gut ist.
Dienstleister 24	IT	0,39%	0	keine	x	x	x	<u>EcoVadis-Rating: Bronzestatus bei der Nachhaltigkeitsbewertung</u>
Dienstleister 25	Büromaterial	0,34%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 26	Administrativ	0,34%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 27	Finanzen & Versicherungen	0,27%	12	keine	x	x	x	Weisen Nachhaltigkeitsberichte mit sozialen Aspekten aus.
Dienstleister 28	Beratung	0,26%	12	gering	/	/	/	
Dienstleister 29	Beratung	0,26%	12	gering	/	/	/	
Dienstleister 30	Administrativ	0,24%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 31	Administrativ	0,22%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 32	Marketing	0,22%	3	keine	/	/	/	
Dienstleister 33	Finanzen & Versicherungen	0,16%	12	keine	/	/	/	
Dienstleister 34	Material	0,14%	1	mittel	/	/	/	
Dienstleister 35	Finanzen & Versicherungen	0,13%	12	keine	x	x	x	Weisen Nachhaltigkeitsberichte mit sozialen Aspekten aus.
Dienstleister 36	Administrativ	0,12%	0	keine	/	/	/	Weisen Nachhaltigkeitsberichte mit sozialen Aspekten aus.
Dienstleister 37	Administrativ	0,09%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 38	Marketing	0,08%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 39	Administrativ	0,08%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 40	Administrativ	0,07%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 41	Administrativ	0,07%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 42	IT	0,07%	7	keine	/	/	/	
Dienstleister 43	Administrativ	0,06%	0	keine	/	/	/	

Dienstleister 44								
	Marketing	0,06%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 45								
	Material	0,06%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 46	Administrativ	0,05%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 47	Administrativ	0,04%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 48	IT	0,04%	12	keine	/	/	/	
Dienstleister 49								
	Administrativ	0,03%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 50	Administrativ	0,03%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 51	Material	0,02%	12	keine	/	/	/	
Dienstleister 52	Material	0,02%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 53								
	Administrativ	0,02%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 54								
	Administrativ	0,02%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 55								
	Administrativ	0,01%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 56	Beratung	0,01%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 57	Administrativ	0,01%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 58	Administrativ	0,01%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 59	Administrativ	0,01%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 60								
	Marketing	0,01%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 61								
	IT	0,01%	12	keine	/	/	/	
Dienstleister 62	Administrativ	0,00%	0	keine	/	/	/	
Dienstleister 63	Administrativ	0,00%	0	keine	/	/	/	

Wir zählen 63 Auflistungen und 17 Zählungen über das Auseinandersetzen mit den Aspekten „Menschenwürde“, „Solidarität und Gerechtigkeit“ sowie „Transparenz und Mitentscheidung“. Diese machen 79,37% am gesamten Einkaufsvolumen aus.

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Um ökologische Aufwertungsleistung zu vollbringen, ist es ungemein wichtig, die passenden Partner:innen an der Seite zu wissen, um gemeinsam und mit Wertschätzung naturschutzfachliche Wertschöpfung zu betreiben. Grundsätzlich befinden wir uns mit unserem Vorhaben in einem Umfeld, in dem die ökologische Komponente auch bei Dienstleister:innen schon einen entsprechend höheren Stellenwert hat, da sich viel um Natur und Umwelt dreht. Die soziale Komponente wird in Vorgesprächen mit den möglichen Dienstleister:innen erörtert. Nur wenn schon hierbei ein positives Bauchgefühl entsteht, Ehrlichkeit und Authentizität spürbar ist, wird die Zusammenarbeit weiter evaluiert. Es ist somit eine eher subjektive Einschätzung der Mitarbeiter:innen. Wenn es zu einer Zusammenarbeit kommt, begleiten wir die meisten der Maßnahmen vor Ort. Das ist für uns sehr wertvoll, da es einen Einblick in das alltägliche Sein gibt, wir sehen den Umgang des Chefs mit den Mitarbeiter:innen, den Umgang dieser untereinander und auch den Umgang mit Materialien & Werkzeugen in Verbindung mit unserer Fläche. Dies erlaubt uns, das Bauchgefühl mit Begeisterung und Unterstützung zu stärken oder im schlechtesten Fall eine Abneigung zum Verhalten zu entwickeln. In beiden Fällen wird das Gespräch gesucht. Im ersteren Fall, um das Vertrauen ineinander zu stärken oder im letzteren Fall, um andere Werte wie Respekt und Wertschätzung gegenüber dem Menschen und der Natur sowie eine entsprechende Kommunikation einzufordern, um doch noch eine Basis für die langfristige Zusammenarbeit zu legen. Wichtig sind uns hierbei die ordentliche Wortwahl sowie ein freundliches, kooperatives und wertschätzendes Miteinander.

Unsere benötigten (Hilfs- und Büro-)Materialien kaufen wir möglichst lokal, jedenfalls prinzipiell nicht bei Unternehmen, die wiederholend mit negativer Berichterstattung rund um sozial verträgliche Arbeitsbedingungen konfrontiert werden, wie bspw. amazon. Zudem achten wir auf eine möglichst ökologische Wertschöpfungskette. Das Holz für unsere Artenschutzschmiede in Herten kommt aus einem PEFC zertifizierten Wald in den Niedersächsischen Landesforsten, die Saat- und Bodenmassen haben Herkunftsnachweis mit Ursprung in Deutschland und unsere Pfähle für die Beschilderung auf unseren Flächen stammt aus Holz von eben diesen Flächen. PEFC stellt hohe Anforderungen an die Nachhaltigkeit, die Umweltverträglichkeit der Waldbewirtschaftung, die Arbeitsqualität und die soziale Kompetenz der Forstbetriebe.

Durch eine Begleitung der meisten Maßnahmen auf unseren Flächen können wir mit gutem Gewissen sagen, dass es bei den beauftragten Dienstleister:innen einen fairen Umgang untereinander sowie faire Arbeitsbedingungen gibt.

Die Ausgestaltung der Arbeitsbedingungen bei der Herstellung von uns benötigten Dienstleistungen wird jedoch nicht durch eine Checkliste oder Begutachtung bei den Dienstleister:innen selber weiter nachvollzogen. Durch Zertifikate eingekaufter Materialien, wie bspw. dem PEFC zertifizierten Holz, siehe oben, verstärkt sich das positive Gefühl.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Beziehungs- und Vertrauensaufbau mit lokalen Partner:innen
- Wertschöpfung mit Wertschätzung und Kooperation
- Einkauf von Produkten & Materialien von deutschen Anbietern

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Strategie erarbeiten, um Dialog mit Dienstleister:innen zu Arbeitsbedingungen zu intensivieren, bspw. über Checkliste zu Arbeitszeiten, Mindestlöhne, etc.

A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Da wir die einkauften Produkte (u.a. Saatgut, Holz) für den Materialaufwand aus Deutschland beziehen und diese oftmals zertifiziert (bspw. PEFC) sind, ist unsere Annahme, dass bei unseren Prozessen und den damit verbundenen Lieferketten keine besondere Gefährdung der Menschenwürde vorhanden ist. Eine Prüfung findet unsererseits, abgesehen von Vorgesprächen und Begleitung von Maßnahmen vor Ort, jedoch nicht statt. Die Mitarbeiter:innen wirken zufrieden, der Umgang untereinander ist gut und Rückschlüsse auf schlechte Arbeitsbedingungen lassen sich nicht ziehen. Dies ist sicherlich auch dadurch positiv bedingt, dass es kleine lokale Unternehmen sind und keine langen Wertschöpfungsketten existieren.

Die soziale Komponente wird in Vorgesprächen mit den möglichen Dienstleister:innen erörtert. Nur wenn schon hierbei ein positives Bauchgefühl entsteht, Ehrlichkeit und Authentizität spürbar ist, wird die Zusammenarbeit weiter erörtert gesprochen. Es ist somit eine eher subjektive Einschätzung der Mitarbeiter:innen. Wenn es zu einer Zusammenarbeit kommt, begleiten wir die meisten der Maßnahmen vor Ort.

Unseres Erachtens kaufen wir keine ethisch riskanten Produkte ein. Gemäß unserem naturschutzfachlichen Vorhaben kaufen wir bspw. keine Pestizide o.ä. ein. Wie aus obigem Text hervorgeht, sind wir jedoch nicht so aufgestellt, dass wir dies geprüft haben.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen

Hinweis aus dem Handbuch: „Grundsätzlich gilt, dass dieser Aspekt nur für Unternehmen relevant ist, die gegenüber ihren Lieferant:innen über eine relevante Marktmacht und somit über einen Gestaltungsspielraum bei der Ausgestaltung der Geschäftsbeziehungen verfügen.“

➔ Zwar verfügen wir nicht über eine Marktmacht, sind unserer Ansicht jedoch durch die stets hohen Investitionen schon nach dem ersten Jahr ein relevanter Faktor für die Auftragslage der lokalen Partner:innen.

Hinweis: Da wir kein produzierendes Unternehmen sind, kaufen wir weniger Produkte zur weiteren Produktion ein als eher Dienstleistungen für unsere Flächen. Wir nutzen daher den Begriff „Dienstleister:innen“ statt „Lieferant:innen“ im weiteren Verlauf.

Wir arbeiten mit lokalen Partner:innen auf unseren Flächen zusammen, durch unsere noch junge Unternehmenshistorie ist die maximale Dauer der Geschäftsbeziehung 12 Monate. Es ist uns ein großes Anliegen eine vertrauensvolle Beziehung zu den lokalen Partner:innen zu haben. Das Wohl unserer Fläche hängt schließlich auch ganz maßgeblich von der Fürsorge der Partner:innen ab. Daher ist die Grundlage unserer gemeinsamen Tätigkeit eine faire und solidarische Interaktion. Wir pflegen eine kooperative Zusammenarbeit und legen den Fokus auf die Qualität statt auf den Preis. Dies zeigt sich auch dadurch, dass die Dienstleister aktiv mit Verbesserungsvorschlägen hin zu einer noch ökologischeren Arbeitsweise auf uns zukommen. Das zeigt das Verständnis und die Begeisterung über unsere Prinzipien und die gegenseitige Wertschätzung und Kooperation. Das Zitat eines wesentlichen Dienstleisters im Berichtsjahr lautete wie folgt:

„Wir als Firma Holzbau Schmidtke GmbH, sind von Beginn an sehr gut in die Planung und die Umsetzung des Bauvorhabens der Artenschutzschmiede einbezogen worden und hatten speziell mit Frau Froese, eine sehr freundliche und engagierte Ansprechpartnerin. Die Absprachen zwischen Planern und den unterschiedlichsten Gewerken war immer sehr zuverlässig, was die erfolgreiche Umsetzung eines tollen Projekts in jeder Form begünstigt hat.“

Um möglichst geringe negative gesellschaftliche und ökologische Auswirkungen mit dem Zukauf von Produkten und Materialien auszulösen, suchen wir die Partner:innen in lokaler Abhängigkeit zu den Flächen. Wir bevorzugen Klein- und Familienunternehmen, damit es leichter gelingt, die soziale Komponente zu inkludieren und schnellere Entscheidungswege bei Diskussionen rund um Prozessänderung hin zu naturschonenden Verfahren zu erreichen.

Was uns sehr gefreut hat, ist das Verständnis und die Bereitschaft der lokalen Partner:innen, auf neue Verfahren und die HeimatERBE-Wünsche umzusteigen. Es ist sogar mehr als die bloße Bereitschaft, denn die lokalen Partner:innen kommen mittlerweile aktiv mit Vorschlägen zur Optimierung auf uns zu. Es zeigt, dass wenn nicht nur versucht wird, den möglichst optimalen Preis zu erhalten und stattdessen wertschätzend und kooperativ auf Augenhöhe miteinander gesprochen wird, letzten Endes ein besseres Ergebnis für die Vertragspartner:innen erwirkt werden kann. So werden nicht nur Leistungen eingekauft, sondern es wachsen auch die menschlichen Beziehungen und ein Wissenstransfer geschieht. Resultierend haben wir eine win-win-win Situation für die Dienstleister, HeimatERBE und unser gemeinsames Anliegen, die Umwelt.

Grundsätzlich erfolgt unsere Suche nach Dienstleister:innen nicht nach dem günstigsten Anbieter, sondern den Kriterien ‚Lokalität‘ und ‚ökologischer Arbeitsweise‘ bzw. die Bereitschaft zur Änderung der Arbeitsweise für unsere Maßnahmen hin zu naturschonenden Verfahren. Der Faktor Lokalität führt auch momentan schon dazu, dass wir verschiedene Unternehmen je Fläche für die gleichen Dienstleistungen beauftragen. Dieser Faktor wird in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen.

Um den Dienstleister:innen einen zusätzlichen Anreiz zu geben, Verfahren umzustellen und ggf. sogar neue Maschinen und Materialien einzukaufen, streben wir nach langfristigen Verträgen, um beiden Parteien auch entsprechende Sicherheit zu geben.

Die Verträge basieren auf standardisierten Entwürfen, sodass alle Dienstleister auf Basis derselben Grundlagen arbeiten. Uns ist es hierbei wichtig, dass in den Verträgen festgehalten ist, dass die Arbeitsschutzbestimmungen, z.B. der maßgebenden Berufsgenossenschaften, eingehalten werden. Subunternehmer dürfen nur nach vorheriger Genehmigung beauftragt werden, wodurch wir sicherstellen können, dass keine günstigen Dienstleister:innen zu nicht prüfbareren Arbeitsbedingungen beauftragt werden (die ggf. somit den Mindestlohn umgehen können). Teil der Verträge sind zudem die gemeinsam erstellten Leistungsverzeichnisse, in denen die Maßnahmen beschrieben sind.

In der Regel arbeiten wir mit Festpreisen, damit beidseitig eine größtmögliche Sicherheit vorliegt. Im Verlaufe des Berichtsjahres hat sich herausgestellt, dass unsere Flächen eine nicht immer vorhersehbare Komplexität aufweisen können. Wir haben die Lernkurve als Anlass genommen, uns gesprächsbereit bzgl. von Nachträgen zu zeigen und haben dies in die Vorlage als fixen Vertragsbestandteil aufgenommen - verbunden mit der Bitte zur frühzeitigen Information und Dokumentation der zusätzlichen Aufwände.

Durch unsere noch junge Unternehmenshistorie ist die maximale Dauer der Geschäftsbeziehung 12 Monate. Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen (=Kontakt mind. 1 Monat) im Berichtsjahr 2021 gemäß obiger Tabelle sind 10 Monate.

Das geschätzte Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant:innen beträgt 33%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Prinzip: Ökologisches Verfahren wichtiger als Preis
- Vertragsvorlage mitsamt Regelungen zum Arbeitsschutz, Subunternehmer
- Lernkurve als Anlass für Nachträge und Anpassung der Vorlage genommen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Lernkurve weiter nutzen, um ggf. Vertragsgestaltung zu optimieren
- Software für LV aufsetzen, um Prozesse nach innen und außen zu optimieren

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Wir fordern und fördern eine offene und transparente Kommunikation zwischen uns und den Dienstleister:innen und wünschen uns solch eine Kommunikation auch auf der Ebene zwischen unseren direkten Dienstleister:innen und deren Subunternehmern. Durch häufige Präsenz auf den

Flächen, vor allem auch dann, wenn unsere Dienstleister:innen tätig sind, schärfen wir die Achtsamkeit für die Umwelt, insbesondere den Biotop- und Artenschutz und können gemeinsam bessere Methoden und Verfahren entwickeln, die unserem naturschutzfachlichen Ansatz entsprechen und die Kommunikation stärken. Ebenso findet durch die Begleitung der Maßnahmen eine Beobachtung des Dienstleisters bzgl. des Umgangs mit den Mitarbeiter:innen statt, wie die Kommunikation abläuft und wie kooperativ und gerecht das Verhalten ist. Jedoch wird, wo möglich, stets auf zertifizierte Produkte geachtet, bspw. beim Holz für die Artenschutzschmiede, den Outdoor-Jacken für die Mitarbeiter:innen oder dem Saat- und Pflanzgut aus regionalem Ursprungsgebiet. Das Zertifikat gibt uns Zuversicht, dass ein solidarischer und fairer Umgang über die ökologische Gewissheit hinaus existiert.

Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt ist gering, da eher Dienstleistungen und Beratungen für die Flächen eingekauft werden als Produkte und Rohwaren. Volumenmäßig ca. 5% der Produkte für den Materialaufwand, da die Label sich auf Ökologie fokussieren und andere Aspekte der Nachhaltigkeit nebenbei berücksichtigen: [Laptoptaschen](#), [bluesign](#)-zertifizierte [Outdoorjacken](#) (ausgezeichnet mit „[Grünem Knopf](#)“), regionales [ZgG-zertifiziertes](#) Pflanzgut, [vww-zertifizierte](#) Saatgut aus deutschem Ursprungsgebiet und Holz ([PEFC](#)).

Der Anteil der Lieferant:innen, bei denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen geprüft/besprochen wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden beträgt 27%. Der Fokus lag hier zugegebenermaßen auf Lokalität und ökologischem Verständnis/Bewusstsein und den damit verbundenen naturschonenden Maßnahmen. Nichtsdestotrotz wird aus den Vorgesprächen versucht rauszuhören, wie die Persönlichkeit und Verhaltenseinstellung sind und durch die Begleitung der Maßnahmen ergibt sich ein Bild über den internen Umgang bei den Dienstleister:innen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Bei allen Einkäufen von Produkten auf Nachhaltigkeit achten
- Obige angegebene Produkte mit Label/Zertifizierung eingekauft

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Erarbeitung eines HeimatERBE-Kodex zur Aushandigung an Dienstleister:innen
- Ausschließlicher Einkauf von Produkten mit Label/Zertifizierung

A2.3 Negativ-Aspekt Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen

HeimatERBE besitzt keine Marktmacht gegenüber den Dienstleister:innen und nutzt diese daher nicht aus, um bessere Konditionen zu erhalten.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette

Übersicht der Dienstleister im Berichtsjahr 2021 unter Evaluierung der Säule „Ökologische Nachhaltigkeit“:

Kontobezeichnung	Kategorie	%	Dauer der Geschäftsbeziehung 2021 (Monate)	Intensität (= Mitgestaltung)	Ökologische Nachhaltigkeit	Erläuterung
Dienstleister 1	Beratung	26,47%	12	stark	x	Durch die Erfassung seiner persönlichen Ökobilanz, dem Aufkauf einer Brachfläche zur Renaturierung können wir davon ausgehen, dass Ökologische Nachhaltigkeit gelebt wird.
Dienstleister 2	Material	14,18%	12	stark	x	Nachfragen unsererseits zu diesen Themen ist erfolgt, Dienstleister beschäftigen sich damit, suchen Möglichkeiten zur Reduktion und werden durch die Erfassung der Ökobilanz mit ihrem Impact konfrontiert, was im Nachgang zu weiteren Verbesserungsvorschlägen seitens der DL geführt hat
Dienstleister 3	Material	9,48%	12	stark	x	Nachfragen unsererseits zu diesen Themen ist erfolgt, Dienstleister beschäftigen sich damit, suchen Möglichkeiten zur Reduktion und werden durch die Erfassung der Ökobilanz mit ihrem Impact konfrontiert, was im Nachgang zu weiteren Verbesserungsvorschlägen seitens der DL geführt hat
Dienstleister 4	Marketing	9,34%	12	gering	x	Nachhaltigkeitsziele sind definiert, wir befinden uns in Gesprächen zur Umweltneutralität bis 2030
Dienstleister 5	Beratung	7,03%	12	stark	/	Es sind keine besonderen Maßnahmen bekannt.
Dienstleister 6	Administrativ	5,26%	0	keine	/	
Dienstleister 7	Administrativ	2,59%	0	keine	/	
Dienstleister 8	IT	2,23%	12	gering	x	https://www.greenpeace.de/publikationen/guide-greener-electronics-2017 : Lenovo Laptops sind auf "C" (Energy & Resources) und "D" (Chemicals) bewertet.
Dienstleister 9	Material	2,02%	12	stark	x	Nachfragen unsererseits zu diesen Themen ist erfolgt, Dienstleister beschäftigen sich damit, suchen Möglichkeiten zur Reduktion und werden durch die Erfassung der Ökobilanz mit ihrem Impact konfrontiert, was im Nachgang zu weiteren Verbesserungsvorschlägen seitens der DL geführt hat
Dienstleister 10	Material	1,97%	3	gering	/	
Dienstleister 11	IT	1,92%	7	keine	/	

Dienstleister 12						
	Beratung	1,88%	12	stark	x	Als Forstwirt und Imker mit einem starken Verhältnis zur Ökologie
Dienstleister 13	Marketing	1,78%	12	keine	/	
Dienstleister 14						
	Material	1,67%	12	stark	x	Nachfragen unsererseits zu diesen Themen ist nicht erfolgt, um Möglichkeiten zu einer effizienten und lokalen Umsetzung wird gebeten
Dienstleister 15	Administrativ	1,66%	12	keine	/	
Dienstleister 16						
	Beratung	1,16%	12	stark	x	Bekannt, dass Sie mit ihrer Familie ein Haus ökologisch modernisiert hat.
Dienstleister 17						
	Beratung	1,05%	12	gering	x	Als LCA- und Nachhaltigkeitsberater mit einem Gefühl und Auge für Ökologie
Dienstleister 18						
	Beratung	0,90%	3	keine	/	Es sind keine besonderen Maßnahmen bekannt.
Dienstleister 19	Material	0,77%	12	keine	/	<u>regionales ZgG-zertifiziertes Pflanzgut</u>
Dienstleister 20	Administrativ	0,72%	7	keine	/	
Dienstleister 21	Material	0,67%	0	keine	/	
Dienstleister 22						
	Finanzen & Versicherungen	0,62%	12	gering	/	* Es sind keine besonderen Maßnahmen bekannt. * Internetrecherche zeigen, dass DATEV sich z.B. auf ihrer Website zu ihrer Verantwortung für Umweltschutz und ökologische Nachhaltigkeit äußern. Siehe vollständige Nachhaltigkeitsleitlinien. Seit 1996 ISO 14001 zertifiziert. Mitarbeiter:innen werden zu umweltgerechtem Handeln geschult und aufgerufen. Ziel der Klimaneutralität bis 2030. Elektroladesäulen wurden montiert und E-Bikes zum Leasing angeboten
Dienstleister 23						
	Beratung	0,55%	6	keine	x	Als Geschäftsführer der Stiftung Natur und Umwelt Rheinland-Pfalz mit Gefühl und Auge für die Ökologie
Dienstleister 24	IT	0,39%	0	keine	x	<u>EcoVadis-Rating: Bronzestatus bei der Nachhaltigkeitsbewertung</u>
Dienstleister 25	Büromaterial	0,34%	0	keine	/	
Dienstleister 26	Administrativ	0,34%	0	keine	/	

Dienstleister 27	Finanzen & Versicherungen	0,27%	12	keine	x	Weisen Nachhaltigkeitsberichte aus.
Dienstleister 28	Beratung	0,26%	12	gering	/	
Dienstleister 29	Beratung	0,26%	12	gering	/	Es sind keine besonderen Maßnahmen bekannt.
Dienstleister 30	Administrativ	0,24%	0	keine	/	
Dienstleister 31	Administrativ	0,22%	0	keine	/	
Dienstleister 32	Marketing	0,22%	3	keine	/	
Dienstleister 33	Finanzen & Versicherungen	0,16%	12	keine	/	
Dienstleister 34	Material	0,14%	1	mittel	/	
Dienstleister 35	Finanzen & Versicherungen	0,13%	12	keine	x	Weisen Nachhaltigkeitsberichte aus.
Dienstleister 36	Administrativ	0,12%	0	keine	/	Weisen Nachhaltigkeitsberichte aus.
Dienstleister 37	Administrativ	0,09%	0	keine	/	
Dienstleister 38	Marketing	0,08%	0	keine	/	
Dienstleister 39	Administrativ	0,08%	0	keine	/	
Dienstleister 40	Administrativ	0,07%	0	keine	/	bluesign-zertifizierte Outdoorjacken (ausgezeichnet mit „Grünem Knopf“)
Dienstleister 41	Administrativ	0,07%	0	keine	/	
Dienstleister 42	IT	0,07%	7	keine	/	
Dienstleister 43	Administrativ	0,06%	0	keine	/	
Dienstleister 44	Marketing	0,06%	0	keine	x	Als Familienunternehmen sind sie sich ihrer generationsübergreifenden Verantwortung bewusst und engagieren sich über ihre angebotenen Materialien und Ökostrom für den Klimaschutz
Dienstleister 45	Material	0,06%	0	keine	/	
Dienstleister 46	Administrativ	0,05%	0	keine	/	
Dienstleister 47	Administrativ	0,04%	0	keine	/	
Dienstleister 48	IT	0,04%	12	keine	/	
Dienstleister 49	Administrativ	0,03%	0	keine	/	
Dienstleister 50	Administrativ	0,03%	0	keine	/	
Dienstleister 51	Material	0,02%	12	keine	/	www-zertifizierte Saatgut aus deutschem Ursprungsgebiet und Holz (PEFC).
Dienstleister 52	Material	0,02%	0	keine	/	
Dienstleister 53	Administrativ	0,02%	0	keine	/	
Dienstleister 54	Administrativ	0,02%	0	keine	/	
Dienstleister 55	Administrativ	0,01%	0	keine	/	
Dienstleister 56	Beratung	0,01%	0	keine	/	
Dienstleister 57	Administrativ	0,01%	0	keine	/	
Dienstleister 58	Administrativ	0,01%	0	keine	/	

Dienstleister 59	Administrativ	0,01%	0	keine	/	
Dienstleister 60	Marketing	0,01%	0	keine	/	
Dienstleister 61	IT	0,01%	12	keine	/	
Dienstleister 62	Administrativ	0,00%	0	keine	/	
Dienstleister 63	Administrativ	0,00%	0	keine	/	

Wir zählen 63 Auflistungen und 15 Zählungen über das Auseinandersetzen mit den Aspekten „Ökologische Nachhaltigkeit“. Dies macht 70,88% am gesamten Einkaufsvolumen aus.

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

HeimatERBE ist zurzeit nicht so aufgestellt, dass es formelle Richtlinien vorweisen kann. Doch wir sind überzeugt, dass wir mit unserer innovativen Geschäftsidee, unseren nachhaltigen Prinzipien und der dahinterstehenden sinnstiftenden Arbeit sehr vorbildlich agieren und sich dies durch unsere Gespräche und Wissensvermittlung auch auf andere Anspruchsgruppen, insbesondere unsere Dienstleister:innen überträgt. Maßgeblich wirken tun wir über die Ökobilanzierung unserer eigenen Tätigkeiten. Wir analysieren Scope 1, 2 und 3 und schaffen somit in Gesprächen mit den flächenbezogenen Dienstleistern Aufmerksamkeit und (Teil-Verständnis) für die ökologischen Themen.

HeimatERBE ist kein produzierendes Unternehmen und nutzt eingekaufte, möglichst zertifizierte, Produkte und Materialien daher nicht zur Produktion, sondern zur direkten An-/Verwendung auf unseren Flächen, wie bspw. Holz ([PEFC](#)), regionale Saatmischungen ([VWW-zertifiziert](#)) und regionales Pflanzgut ([ZgG-zertifiziert](#)) sowie Nistkästen und Bienenziegel für unsere Sonderbiotope. Eher werden Dienstleistungen eingekauft, die die Mahd vollziehen, Saatgut aussäen und hierfür in der Regel diesel-betriebene Maschinen nutzen. Im Notfall wird gar ein Stromaggregat mitgebracht, denn auf den Flächen selber kann mit keiner Energieleistung gedient werden. Gespräche mit den DL ergaben erst kürzlich, dass Maschinen mit alternativen Antrieben leider nicht realistisch auf dem Markt einsetzbar sind, da die Laufzeiten zu kurz und die Lade-Infrastruktur zu schlecht bzw. die Ladezeiten schlicht zu hoch sind.

Wir suchen die Partner:innen in lokaler Abhängigkeit zu den Flächen, bevorzugen Klein- und Familienunternehmen, damit es leichter gelingt, die soziale Komponente zu inkludieren und schnellere Entscheidungswege bei Diskussionen rund um Prozessänderung hin zu naturschonenden Verfahren zu erreichen. Außerdem wird in Kooperation mit den Dienstleister:innen versucht, möglichst ökologisch bodenschonende Verfahren zu wählen, bspw. wird eher mit Kleinschleppern oder kleinen Raupen gearbeitet als mit Großschleppern oder durch Austausch von Materialien von bspw. Plastik auf biologisch abbaubare Produkte zu wechseln.

Wissend, dass trotz unseres umweltfreundlichen Vorhabens all die eingekauften Produkte und Dienstleistungen auch negative Umweltauswirkungen haben, erfassen wir über unsere HeimatERBE-Ökobilanz, welche negativen Umweltwirkungen wir unmittelbar oder mittelbar über die Dienstleister:innen verursachen. Wir wissen somit, welche Umweltkosten wir verursacht haben. Diese Umweltkosten kompensieren wir vollständig auf unseren Flächen. Die Ökobilanz soll zudem auf der Homepage veröffentlicht werden, um aufzuzeigen, dass jede Tätigkeit und jedes Handeln einen ökologischen Fußabdruck hinterlässt, der gefunden und analysiert werden kann. Wir wollen die Aufmerksamkeit hierfür erhöhen und die Ökologie auf die gleiche Betrachtungshöhe wie die Ökonomie setzen. Im Rahmen der Ökobilanz wird zudem ersichtlich, wo ökologische Optimierungspotentiale vorherrschen. Diese besprechen wir mit den Dienstleister:innen und

erhöhen somit nicht nur unsere Sensibilisierung, sondern auch die der Dienstleister:innen, was mittelfristig für eine Reduktion der ökologischen Auswirkungen sorgt.

Das Erfassen der eigenen und vollständigen Ökobilanz ist ein großes Unterscheidungsmerkmal zu anderen Unternehmen und somit auch zu den Mitbewerbern, welche wir aufgrund unserer Pionierstätigkeit eher in der CO₂-Kompensation verorten. Ein direkter Vergleich ist jedoch nicht erfolgt.

Der Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind Schätzungsweise 80%. Nicht immer stehen Informationen über die Nachhaltigkeit zur Verfügung, doch wir bemühen uns stets, die Produkte zu finden, die ökologisch den geringsten Fußabdruck mit sich bringen und wählen den möglichst effizientesten Transportweg.

Der Anteil der Lieferant:innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen, ist 100%, da wir mit den Ergebnissen der Ökobilanz für Reduktion sorgen und die Dienstleister:innen sensibilisieren.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Bewusstes Einkaufen von (zertifizierten) nachhaltigen Produkten, siehe obige Beispiele
- Ökobilanzfassung

Verbesserungspotenziale/Ziele: /

A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Das Abrissunternehmen, welches ehemalige Bergbau-Gebäude abreißt oder asphaltierte Straßen entsiegelt hat aufgrund des hohen Kraft- und Energieaufwands den größten Einfluss auf die Umwelt. HeimatERBE erfasst dies in der Ökobilanz und gibt der Natur als Kompensation dieser schädlichen Auswirkungen neuen Raum zurück. Auch der Transport von schweren Bodenmassen oder großen Mengen an Mahdgut führen außerdem zu erhöhten negativen Umweltwirkungen.

Daher sind wir darum bemüht, vorhandene Strukturen umzunutzen, soweit dies artenschutzfachlich sinnvoll erscheint (Bsp. Artenschutzschmiede), Transportwege zu reduzieren und auch für die Biomasse ein Entsorgungskonzept zu entwickeln.

Die Ökobilanzierung legt den Grundstein zur vollumfänglichen Kompensation. Möglichkeiten zu Reduktionsmaßnahmen werden den Dienstleister:innen bereitgestellt. Möglichkeiten zur Vermeidung bestimmter Transportwege, beispielsweise biologische (Beweidung) statt mechanischer Verfahren (Mahd & Abtransport des Mahdgutes) werden geprüft und langfristig angestrebt.

Der Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen, ist 0%, da nicht „unverhältnismäßig“.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen

Wir informieren transparent und ausführlich über HeimatERBE, wenn sich eine Geschäftsbeziehung anbaut. Wir streben ein persönliches Kennenlernen auf der entsprechenden Fläche an, auf welcher Maßnahmen durchgeführt werden sollen und machen von Anfang an unsere nachhaltigen Prinzipien und Prioritäten deutlich:

- Biodiversität als sehr hohes Gut,
- gleichzeitige Berücksichtigung der Säulen „Ökologie“, „Soziales“, „Ökonomie“,
- Einsetzen von ökologisch schonenden Verfahren,
- Offenheit gegenüber Verbesserungsvorschlägen,
- ehrlicher und transparenter Dialog,
- offenes Ansprechen von Problemen, Nachträgen/Zusatzaufwänden.

Es ist uns sehr wichtig, dass unsere Dienstleister:innen eine zumindest ähnliche Arbeitsphilosophie bzw. ökologisches Verständnis haben, damit über die gesamte Kette eine möglichst umweltschonende Art und Weise des Arbeitens praktiziert wird. Aus diesem Grund beteiligen wir unsere Dienstleister:innen vor Ort an den Vorüberlegungen unseres Vorhabens, wir hören auf- und lernen voneinander, denn letztendlich kennt jeder sein Metier am besten und findet am ehesten (ökologische) Optimierungspotentiale. Das Ziel bzw. unser Wunsch ist klar definiert, doch bei der Definition des Wegs zur Zielerreichung hat der Dienstleister:innen einen großen und entscheidenden Einfluss. Der Grad der Mitentscheidung von betroffenen Dienstleister:innenn geht also von der Anhörung über den Dialog und das Mitgestalten bis hin zum Mitentscheiden. Konkret gezeigt hat sich das aktive Mitdenken und Vorschlagen von Verbesserungen beispielweise bei der Nutzung von ökologisch abbaubaren Fegeschutzspiralen statt dieser im Material „Plastik“. Maßgeblich bewirkt hat dieses aktive Vorschlagen unseres Erachtens nicht nur die HeimatERBE-Denke, welche in Gesprächen übermittelt werden, sondern auch die Abstimmung mit den Dienstleister:innen zur Erfassung der flächenbezogenen Aktivitäten, um die Ökobilanzierung der HeimatERBE GmbH zu ermöglichen. Wir analysieren Scope 1, 2 und 3 und schaffen somit in Gesprächen mit den flächenbezogenen Dienstleistern Aufmerksamkeit und (Teil-Verständnis) für die ökologischen Themen.

Hierbei fokussieren wir uns auf die eingekauften Dienstleistungen für die Flächenarbeiten und nicht auf die eingekauften Produkte im lokalen Geschäft oder online-Shops.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Information über HeimatERBE mit Dienstleister:innen vor Ort
- Intensiver Austausch über den Weg zum Ziel
- Beidseitige Bereitschaft zum Lernen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Erarbeitung eines HeimatERBE-Kodex zur Aushändigung an Dienstleister:innen

A4.2 Positive Einflussnahme in der gesamten Zulieferkette

Wir regen durch unser eigenes Verhalten auch unsere Dienstleister:innen dazu an, ähnlich wertschätzend, integrierend und kooperativ in anderen Kontexten der Lieferkette zu agieren, verfolgen zurzeit jedoch keine aktiven Strategien und Maßnahmen, dies sicherzustellen.

Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, ist gering, da eher Dienstleistungen und Beratungen für die Flächen eingekauft werden als Produkte und Rohwaren. Volumenmäßig ca. 5% der Produkte für den Materialaufwand, da die Label sich auf Ökologie fokussieren und andere Aspekte der Nachhaltigkeit nebenbei berücksichtigen: [Laptotaschen](#), [bluesign-zertifizierte Outdoorjacken](#) (ausgezeichnet mit „Grünem Knopf“), regionales [ZgG-zertifiziertes](#) Pflanzgut, [www-zertifizierte](#) Saatgut aus deutschem Ursprungsgebiet und Holz ([PEFC](#)).

Der Anteil der Lieferant:innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden, ist 100%, da alle flächenbezogenen Dienstleister intensiv einbezogen werden, siehe obige Tabelle (Pennekamp, Schmidtke und Herberholz)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Anregung für unsere Dienstleister:innen nachhaltig zu arbeiten durch intensiven Austausch mit HeimatERBE

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mit der GWÖ Bilanz und deren Veröffentlichung auf unserer Homepage schließen wir eine Lücke in Richtung Transparenz. Womöglich regt dies auch dazu an, um mit anderen Akteur:innen der Zulieferungskette in einen konstruktiven Austausch zu kommen
- Strategie erarbeiten, um Dialog mit Dienstleister:innen zu Arbeitsbedingungen zu intensivieren, bspw. über Checkliste zu Arbeitszeiten, Mindestlöhne, etc.

B. Eigentümer:innen und Finanzpartner:innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Das Stammkapital der HeimatERBE GmbH wurde in voller Höhe (25.000€) eingezahlt.

In das Berichtsjahr sind wir mit einem Darlehen der Gesellschafter gestartet, um die Zeit bis zur vertraglich vereinbarten Abschlagszahlung einer Kund:in zu überbrücken. Das Darlehen wurde frühzeitig im Berichtsjahr zurückgezahlt. Seitdem waren wir auf keine weiteren finanziellen Hilfen angewiesen und konnten alle Kosten durch die Umsatzerlöse decken. HeimatERBE ist insofern finanziell unabhängig.

Eine flächenbezogene Risikobetrachtung haben wir im Zuge unserer Umweltwertberechnung eingearbeitet, um bspw. für den Fall einer notwendigen Altlastensanierung finanzielle Rücklagen zur Verfügung zu haben. Bspw. handelt es sich bei der Osthalde Westfalen um eine Abraumhalde. Bis zu einer Höhe von ca. 90 m wurde hier i.W. Abraummaterial der Kohleförderung abgelagert. In einem Teilbereich der Halde befinden sich ehemalige Flotationsbecken. Hier erfolgte die Sedimentation des Prozesswassers aus der Kohlewäsche. Alle drei Flächen wurden aus der bergbaulichen Aufsicht entlassen. Ausnahme hiervon bildet der Teilbereich der o.g. Flotationsbecken, der sich aktuell noch in der abschließenden Bewertung befindet.

Die Höhe der Risikorückstellung wurde in einem Gutachten für unsere drei Flächen von einem Ingenieurbüro der (Hydro-)Geologie erfasst und wird über die kommenden 25 Jahre angespart. Die Wahrscheinlichkeit, dass das Risiko für alle drei Flächen gleichzeitig eintritt, ist sehr gering. Dass das Risiko in einzelnen Bereichen auftritt, kann jedoch nicht ausgeschlossen werden. Zudem haben wir im Berichtsjahr festgestellt, dass es seitens der Behörden in Vorbereitung unserer Maßnahmen Rückfragen gibt. Das hat u.a. dazu geführt, dass wir Bodenproben entnommen haben und die Maßnahme erst genehmigt werden musste. Diese Erfahrung unterstützt unsere Vorgehensweise der Risikobetrachtung. Die Höhe der Rückstellungen verringert sich von Jahr 1 zu Jahr 25, verhält sich also degressiv. Die Rückstellungen für den Umweltschutz reduzieren die Eigenkapitalquote erheblich.

Die flächenmäßig größte Fläche hat auch das größte Risiko. Um hier keine finanzielle Gefahr aufkommen zu lassen, wurde für den Flächenkauf die HeimatERBE Projektgesellschaft mbH gegründet, die die Fläche gekauft hat und somit das Risiko trägt, sodass die HeimatERBE GmbH als juristische Person nicht gefährdet wäre. Die HeimatERBE zahlt der Projektgesellschaft eine jährliche Pacht in Höhe des Risikowertes, damit dort das Kapital für den Fall des Risikoeintritts angespart werden kann.

Als Besonderheit für eine GmbH ist es erwähnenswert, dass wir in unserer Satzung festgeschrieben haben, dass abweichend vom Grundsatz der Vollausschüttung 75% des jährlichen Gewinns in den

Erwerb und die ökologische Aufwertung von degradierten Flächen reinvestiert werden, nur der danach verbleibende Gewinnanteil stünde zur Ausschüttung zur Verfügung.

Der Eigenkapitalanteil beträgt 7,2%. Diese relativ geringe Quote ist auf die hohen Rückstellungen (bspw. Risiko aus Altlasten) zurückzuführen.

	Absoluter Wert	Relativer Wert
Eigenkapital	80.395 €	7,20%
Rückstellung	861.431 €	77,12%
Verbindlichkeit	175.185 €	15,68%
Bilanzsumme	1.117.010 €	

Die Rückstellungen verteilen sich wie folgt:

- Steuerrückstellung: 97.647€; ca. 11,34%
- Urlaub: 1.135€; ca. 0,13%
- Abschluss & Prüfung: 12.750€; ca. 1,48%
- Sonstige: 169.254€; ca. 19,65% (für 2021 geplante Leistungen, die (behörden- und witterungsbedingt erst in Q1/2022 vollzogen werden)
- Risiko „Altlasten“: 85.203€, ca. 9,89%
- Umweltschutz (Kompensationsschuld ggü. Kund:innen): 495.440€; ca. 57,51%.

Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil der Branche ist: unbekannt, da wir Pionier eine neuen, sich zu entwickelnden Branche „Umweltneutralität“ sind.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Eigenfinanzierung
- Satzungsmäßige Vorgabe der Reinvestition von 75% des jährlichen Gewinns
- Risikovorsorge

Verbesserungspotenziale/Ziele: /

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Im Berichtsjahr hat die HeimatERBE keinen Kredit und auch keine Förderungen in Anspruch genommen, beides ist künftig nicht auszuschließen. Insbesondere eine Kreditaufnahme ist möglich, da wir mit dieser ein Versprechen auf eine Steigerung der Wertschöpfung sehen und zwar in dem Sinne eines Flächenankaufs, um auf dieser die ökologische Aufwertungsleistung zu betreiben. Somit generieren wir wiederum Umweltwert, damit unsere wachsende Anzahl an Kund:innen ihre Umweltkosten kompensieren können. Einen Kredit würden wir sehr wahrscheinlich bei der Ethikbank

„GLS Bank“ beantragen, da wir dort auch ein Konto führen. Die GLS Bank agiert nachhaltig, sozial, ökologisch. Dort sind wir Teil der nachhaltigen Gemeinschaft und können als Unternehmen mit einem möglichst kleinen Fußabdruck wachsen. Ein jährlicher Betrag von 60 Euro befähigt die GLS Bank zudem dazu, Geld genau dahin zu bringen, wo es sozial und ökologisch positiv wirkt.

Neben dem Konto bei der GLS Bank führen wir historisch- und netzwerkbedingt noch ein Konto bei der Sparkasse.

Es liegt keine Kreditfinanzierung seitens einer Bank vor.

Negativ zu sehen sind die hohen Rückstellungen auf Basis des Altlastenrisikos. Zum Berichtsjahrende 2021 ist der FK-Anteil 92,8%. Diese relativ hohe Quote ist auf die hohen Rückstellungen (Risiko aus Altlasten) zurückzuführen. Anteil der Verbindlichkeiten:

	Absoluter Wert	Relativer Wert
Eigenkapital	80.395 €	7,20%
Rückstellung	861.431 €	77,12%
Verbindlichkeit	175.185 €	15,68%
Bilanzsumme	1.117.010 €	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kontoeröffnung bei der Ethikbank „GLS Bank“
- Beitragszahlung bei GLS Bank

Verbesserungspotenziale/Ziele: /

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner:innen

GLS Bank: Als Ethikbank anerkannt. Sie wollen die Welt besser machen, das treibt sie seit der Gründung an. Sie machen einen Unterschied, indem sie mit Geld die Gesellschaft zukunftsfähig gestalten und der Mensch mit seinen Bedürfnissen im Mittelpunkt steht. Das Konto im August 2021 eröffnet. Im Fair Finance Guide weist die GLS Bank 96% auf.

Sparkasse Aachen: starker regionaler Fokus, die Stiftungen der Sparkassen-Finanzgruppe unterstützen Projekte in den Bereichen Kunst und Kultur, Sport, Soziales, Bildung, Wissenschaft und Umwelt. All dies erfolgt für das Ziel den jetzigen und späteren Generationen eine lebenswerte Welt zu schaffen. Zudem verpflichtet sich die Sparkasse zu mehr Klimaschutz. Die Ziele: eine deutliche und kontinuierliche CO2-Reduktion, Klimaneutralität im Geschäftsbetrieb bis spätestens 2035, nachhaltigeres Wirtschaften im eigenen Haus, im Umgang mit der Kundschaft und im Geschäftsgebiet. Das Konto wurde mit Geschäftsgründung eröffnet. Im Fair Finance Guide wird die Sparkasse Aachen nicht aufgeführt.

Wesentliche Finanzpartner:innen:

- GLS Bank, Girokonto. Keine Finanzierung (Darlehen) oder Geldanlage. 5% aller Kontenumsätze, Konto seit Juni 2021 vorhanden.
- Sparkasse, Girokonto. Keine Finanzierung (Darlehen) oder Geldanlage. 95% aller Kontenumsätze, Konto seit Januar 2021 vorhanden.
- Darüber haben wir über einen Versicherungsmakler folgende Versicherungen bezogen:
 - D&O über die [R+V Versicherung](#), [Fair-Finance](#) von 26%.
 - Haftpflicht über die [Zurich](#), [Fair Finance](#) von 22%.
 - Elektronik über die UNITA.
 - Rechtsschutz über die Roland.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kontoeröffnung bei der Ethikbank „GLS Bank“
- Beitragszahlung bei GLS Bank

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Geschäftsvolumen auf GLS wechseln
- Sparkasse ansprechen, ob Sie sich zur Teilnahme am Fair Finance Guide motivieren wollen

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Die Kompensationsbereitschaft unserer Kund:innen führte im Berichtsjahr dazu, dass wir über ausreichende Mittel verfügen, um unsere betrieblichen Kosten zu decken, Lieferant:innen und Mitarbeiter:innen pünktlich zu bezahlen und darüber hinaus auch die eigene Zukunftssicherung zu bestreiten. Als Teil der Zukunftssicherung ist auch der wissenschaftlich und/oder validierte Anteil im HeimatERBE Geschäftsmodell zu sehen. Das betriebswirtschaftliche Modell wurde in Kooperation mit der TU Braunschweig erarbeitet und wird jährlich von einem Wirtschaftsprüfer bzgl. der korrekten Anwendung evaluiert. Bei Flächenankäufen wird detailliert bewertet und protokolliert, welche Aufwertungsleistungen und ggf. Risiken existieren. Die ökologische Planung und darauf basierende Umsetzung wird von einem Umweltplanungsbüro vor Umsetzung geprüft und die Flächen regelmäßig überprüft, um die Entwicklung der Biotope und Arten zu erfassen.

Die Weiterentwicklung des Unternehmens hat eindeutigen Vorrang vor der Gewinnausschüttung oder der Realisierung von Kapitalerträgen. Eine Ausschüttung von Kapitalerträgen auf Kosten einer Neuverschuldung ist ausgeschlossen.

Als Besonderheit für eine GmbH ist es erwähnenswert, dass wir in unserer Satzung festgeschrieben haben, dass abweichend vom Grundsatz der Vollausschüttung 75% des jährlichen Gewinns in den

Erwerb und die ökologische Aufwertung von degradierten Flächen reinvestiert werden, nur der danach verbleibende Gewinnanteil stünde zur Ausschüttung zur Verfügung. Darüber hinaus wurden im Berichtsjahr keine Ansprüche an Kapitalerträge seitens der Eigentümer:innen gestellt.

Als notwendige Zukunftsausgaben werden in allererster Linie die betriebliche Aufrechterhaltung und ökologische Aufwertungsleistung gesehen. Über die Umsatz- und Kostenplanung ist die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens ersichtlich. Diese Gewissheit existiert vor allem dank langfristiger Kund:innenverträge.

Als strategische Zukunftsausgaben werden neben den Investitionen in die „umweltneutral“-Standard-Erstellung (Vgl. D2.1) und Flächenankäufe betrachtet. Letztere sind höchst relevant für das Geschäftsmodell, weil Sie die Basis der ökologischen Aufwertungen sind. Sie dienen zugleich der Risikovorsorge hinsichtlich der Inflation, da bekanntlich Rückstellungen für die Risiken zu bilden sind. Flächenankäufe werden anteilig eventuell über Kredite bei der Ethikbank finanziert. Die Rückzahlung des Kredits mitsamt der Zinsen würde entsprechende Berücksichtigung in der Umsatz- und Kostenplanung finden. Anlagenzugänge sind bislang nicht notwendig gewesen und derzeit auch nicht für die Zukunft geplant, es sei denn wir wachsen personell.

Darüber hinaus betrachten wir auch Risikofaktoren, wie zum einen bspw. die Gefahr von Sturm, Brand oder anderen biologischen Risiken. Zum anderen auch die abiotischen Risiken - auch wenn die Flächen vor dem Kauf geprüft wurden, besteht weiterhin ein Altlastenrisiko. Diesbezüglich haben wir ein Gutachten von einem Ingenieurbüro der (Hydro-)Geologie erfassen lassen. Das dort definierte Kapital sparen wir über 25 Jahre an und planen dies gesondert auszuweisen, sodass wir das Kapital nicht für andere Zwecke nutzen. So beugen wir der Gefahr einer illiquiden Situation, ausgelöst durch ein bekanntes Risiko, vor.

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR): 94 TEUR
- Anlagenzugänge (in Tsd. EUR): Anlagevermögen um +81 TEUR gestiegen
- Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR): 0€. Der Jahresüberschuss von 2021 wird definitiv nicht ausgeschüttet.
- Auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital): 0€

	Getätigte Ausgabe 2021	Geplante Ausgaben 2022
Strategischer Aufwand		
Weiterbildung	0€	5.000€
Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	31.072€	10.000€
Werbekosten	45.297€	40.000€
Flächenerwerb	36.099€	20.000 bis 1.500.000€ (sehr unsicher, da flächenabhängig)
Markenschutz „Umweltwert“	15.009€	2.000€
Anteile an verbundenen Unternehmen (Projektgesellschaft wegen Osthalde [Risikoauslagerung])	30.877€	0€
Entwicklung des Standards	40.000€	100.000€
Rückstellungen	861.430€	500.000€ bis 700.000€ (Unsicherheit bzgl. der ausstehenden Leistungen wegen bspw. Verzögerungen aufgrund von Genehmigungen, Witterung, ...)
Ausschüttung	0€	0€

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Langfristige Kund:innenverträge wurden abgeschlossen
- Umsatz- und Kostenplanung erstellt
- Risikoanalyse bzgl. der Altlasten (Gutachten) und Auslagerung in Projektgesellschaft
- Satzungsmäßige Vorgabe der Reinvestition des jährlichen Gewinns

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weitere Kund:innen gewinnen, um finanzielle Sicherheit zu erhöhen und das Altlastenrisiko abzudecken
- Risikobetrachtung weiterführen und um DueDiligence für Flächenankauf aus Industrie- und Montannutzung ergänzen

B2.2 Negativ-Aspekt Unfaire Verteilung von Geldmittel

Eine unfaire Verteilung von Geldmitteln ist bei uns nicht zutreffend, da keine Arbeitsplätze abgebaut, Standorte geschlossen oder hohe Renditen ausgezahlt wurden.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Sozial und ökologische Qualität von Investitionen

Als Untermieter in einem modernen Gebäudekomplex und aufgrund des geringen Anlagevermögens vollziehen sich unsere Investitionen nicht bzgl. des Betriebs, Bürogebäudes oder Maschinen. Als „Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung“ gelten die jeweils neu angeschafften Laptops, Drucker, Drohne und Vermessungsgerät für die Kartierung. Zudem haben wir ein gebrauchtes PKW gekauft, welches für die Flächenfahrten bereitgestellt wird. Als Büroausstattung haben wir gebrauchte Schreibutensilien, Schreibtische, Bürostühle und Regale in Nutzung. Die aufgeführten Punkte weisen neben den Flächen, die in das Anlagevermögen fließen kein Sanierungspotential auf.

Vielmehr bemühen wir uns um eine Transformation zu einer ökologisch nachhaltigen Gesellschaft und die Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei Investitionen. Als Anbieter von Kompensationsleistungen und der damit verbundenen ökologischen Aufwertungsleistung vollzieht sich unsere Investition „im Auftrag“ unserer Kund:innen in primär ökologische Projekte: die Bewirtschaftung unserer Flächen.

Mittelbar unterstützen wir auch soziale Vorhaben, wie bspw. Umweltbildung per Führungen. Im Berichtsjahr haben wir zudem mit der Erarbeitung eines Beschilderungskonzepts begonnen. Auf ausgewiesenen Wegen und Stationen dienen unsere Flächen somit auch als Erholungsgebiet für Bürger:innen. Zudem werden sie für Bildungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen intern und von Kooperationspartner:innen (bspw. NABU) genutzt. Wir bedienen somit mit unseren Investitionen zu gleicher Zeit zwei Säulen der Nachhaltigkeit: „Ökologie“ und „Soziales“.

Im Berichtsjahr 2021 haben wir sämtliche Aufwertungsleistungen aus eigenem Kapital heraus finanziert und keine Förderprogramme in Anspruch genommen. Für die Zukunft ist das nicht ausgeschlossen. Bei jeder Maßnahme die wir planen, ist der ökologische Gedanke maßgeblich, insofern ist bei jeder unserer Investitionsentscheidung gesichert, dass wir mindestens die ökologischen Aspekte berücksichtigen, teilweise sogar ebenfalls unter gleichzeitiger Berücksichtigung der sozialen Ebene, siehe Bildungsmaßnahmen.

Als Beispiele können im Berichtsjahr 2021 Entsiegelungsarbeiten von asphaltierten Wegen, Abrissmaßnahmen von nicht mehr genutzten, abrisssreifen Gebäuden sowie ökologisch vertretbare Wegeinstandsetzung auf unseren Flächen angeführt werden. Bei Entdeckung von Potenzialen zur Herstellung eines Sonderbiotops, bspw. die Artenschutzschmiede in Hertzen kann auch eine Sanierung erfolgen. Das 268 m² große Gebäude im Zentrum der Fläche wies bereits erste

Besiedlungsspuren durch Fledermäuse, Vögel und Amphibien auf und ist somit eine primär ökologische Investition. Um das Potenzial auszubauen, waren Instandhaltungs- und umfassende Installationsarbeiten über mehrere Monate notwendig:

- Sicherstellen der Statik,
- Instandsetzung der Gebäudesicherheit, insbesondere der Dachkonstruktion, und Beseitigung von Gefahrenstellen mit Verletzungsgefahr für Tier und Mensch,
- Installation von Nistkästen für verschiedene Vogelarten, von Fledermausflachkästen und Wildbienenhilfen,
- Schaffung geeigneter Quartiers-Strukturen in der schmalen Unterkellerung des Gebäudes (Winterquartier),
- Einbringung sandigen Substrats auf dem Boden sowie stellenweise Anhäufungen von Steinen als Winterquartier für Amphibien, Reptilien, Säugetiere oder auch Fledermäuse,
- Verkleidung der Fenster mit Holzbohlen ähnlich einer Stülpschalung als potenziellen Spaltenverstecke für Fledermäuse (Sommerquartiere).

Aufgrund der zahlreichen Vorrichtungen bietet die Artenschutzschmiede potenzielle Quartiere für Singvögel, wie der Mehlschwalbe, dem Gartenrotschwanz und vielen weiteren; Seglervögel, wie dem Mauersegler; Eulenvögel, wie der Schleiereule; Greifvögel, wie dem Turmfalke, sowie der Artengruppen der Fledermäuse, Amphibien, Reptilien, Insekten und Säugetiere. Für Unterschlupf und Schutz ist nun gesorgt. In den nächsten Jahren wird durch unsere Pflegemaßnahmen auch das Umfeld so entwickelt, dass die potenziellen Bewohner auch geeignete Nahrungshabitats vorfinden.

- Der Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf (in Tsd. EUR):
 - o Als Untermieter und aufgrund des geringen Anlagevermögens vollziehen sich unsere Investitionen nicht bzgl. des oben erwähnten „Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung“, da diese kein Sanierungspotential aufweisen
 - o Unser Investitionsplan hängt an der Summe von Kompensation, der von unseren Kund:innen kommt. Nur das, was reinkommt, kann auf die Flächenarbeit angewendet werden.
 - o Bezogen auf unseren Geschäftszweck, der ökologischen Aufwertung unserer Flächen, und in Abhängigkeit unserer Flächenverfügbarkeit hätten wir im Jahr 2021 gemäß unserer Vollkostenrechnung 3.071.934,16€ an produziertem Umweltwert geplant.
 - o Das tatsächliche Investitionsvolumen unserer Kund:innen (verkaufter Umweltwert) belief sich auf 1.758.217,87€.
- Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)
 - o Tatsächlicher Umweltwert gemäß Vollkostenrechnung im Jahr 2021: 1.262.956,44 €

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Investition in unsere sozial-ökologische Projekte im Rahmen der Kompensationsleistung unserer Kund:innen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Möglichkeit prüfen, ob eine rechtliche Sicherheit geschaffen werden kann, dass Flächen nicht verkauft werden
- Matrix für Entscheidungsfindung (sozial-ökologisch-ökonomisch)
- Positionspapier bzgl. Nutzung von Fördergeldern erstellen

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Wir haben im Berichtsjahr kein Geld in (nachhaltige) Fonds angelegt und uns nicht an gemeinwohlorientierten Geldanlagen beteiligt. Unser Geld wird über den Umweltwert für Investitionen in unsere Flächen oder für den Flächenankauf (könnte ebenso als eine gemeinwohlorientierte Anlage gesehen werden) genutzt.

Es gibt keine finanzierten Projekte oder Fonds-Veranlagungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: /

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Keine, da dies nicht dem Sinn des Unternehmens entspricht. Wir sind selber eine gemeinwohlorientierte Anlage und nutzen die Kompensationsgelder für die sozial-ökologischen Projekte: unsere Flächen.

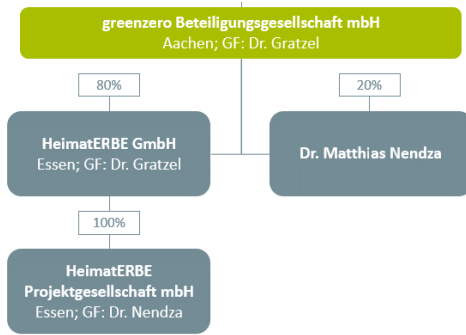
B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Nicht zutreffend, da wir zum einen der Umwelt neuen Raum geben anstatt ihn zu entziehen und zum anderen die eigenen Umweltkosten über die Ökobilanz erfassen lassen und entsprechend kompensieren. Jede Handlung die wir unmittelbar oder mittelbar über Dienstleistungen anstoßen und welche eine negative Wirkung auf die Umwelt nach sich zieht, wird hierüber analysiert. Zudem folgen wir dem Prinzip bereits vor der Durchführung einer Maßnahme nach ökologischer Optimierung zu suchen (Reduktionsgedanke), um möglichst geringe Umweltkosten zu verursachen. Unabhängig davon sind wir bis auf Treibstoff für die Maschinen und Fahrzeuge von uns und den Dienstleister:innen nicht auf ökologisch bedenkliche Ressourcen wie Atomstrom, durch Gentechnik verändertes Saatgut, Pestizide, Antibiotika in Tierfutter, Asbest und andere Stoffe aus der Chemikalienverbotsverordnung angewiesen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Wir leben vom gemeinsam getragenen Sinn der unternehmerischen Tätigkeit, dem daraus entwickelten gemeinsamen Zukunftsbild und kooperativer Zusammenarbeit. Trotzdem sind wir gesellschaftsrechtlich als GmbH organisiert, haben zwei Gesellschafter und keine Mitarbeiterbeteiligung. Wie mit dem jährlichen Ergebnis umgegangen wird, wird in der Gesellschafterversammlung entschieden. Unabhängig von der Rechtsform wird den Mitarbeiter:innen die Teilnahme an Entscheidungen durch bestmögliche Transparenz über die unternehmerische Tätigkeit und geplante Ziele ermöglicht. Der geschäftsführende Gesellschafter informiert regelmäßig und ausführlich über die unternehmerischen Entwicklungen und sich ergebenden Chancen & Risiken. Die Mitarbeiter:innen werden in den Großteil der Entscheidungsprozesse eingebunden.



Die HeimatERBE wurde initial im Oktober 2020 von Herrn Dr. Dirk Gratzel und Herrn Dr. Matthias Nendza gegründet. Das Eigenkapital ist zu 100% bei den Unternehmerinnen. Herr Dr. Gratzel hat im Juni 2021 die greenzero Beteiligungsgesellschaft mbH gegründet und seine Anteile an der HeimatERBE dort eingebracht. Herr Dr. Gratzel ist gleichzeitig Geschäftsführer der HeimatERBE GmbH und der greenzero Beteiligungsgesellschaft mbH. Die HeimatERBE Projektgesellschaft mbH ist keine operative Einheit. Sie wurde gegründet, um das Altlastenrisiko der größten Fläche auszulagern und somit die HeimatERBE GmbH zu schützen für den Fall, dass das Risiko sich realisiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Regelmäßige Information durch die Geschäftsführung
- Aktive Einbindung in Entscheidungsprozesse

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ggf. über Mitarbeiterbeteiligung diskutieren

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Als nicht börsennotiertes Unternehmen und gleichzeitiger eigenkapitalfinanzierter Situation ist die Gefahr von feindlichen Übernahmen nicht vorhanden.

Auch unsererseits hat keine Übernahme anderer Unternehmen stattgefunden.

C. Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Als junges Unternehmen ist unsere Lernkurve steil. Veränderungen geschehen beinahe täglich. Dank hoher Fachkompetenz und hohem Engagements der Mitarbeiter:innen kann HeimatERBE seit seiner Gründung vor gut einem Jahr ungewöhnlich schnell und effizient an seinen Aufgaben wachsen und sowohl ökonomisch wie ökologisch Erfolge feiern.

Zentrales Erfolgsmoment ist dabei, dass die Mitarbeiter:innen die Vision des Unternehmens „Der Umwelt neuen Wert geben“ umfassend teilen und so eine Sinn stiftende Arbeit unser tägliches Handeln bestimmt. Die intrinsische Motivation ist hoch, da das eigene Leben durch die Arbeit mit und um die Natur eine deutliche Bereicherung erfährt. Die Möglichkeit, für reale, sicht- wie messbare Verbesserung in der Natur zu sorgen, umtreibt Mitarbeiter:innen auch im privaten Bereich, wo sich beispielsweise eine Mitarbeiterin um ihren eigenen Hof kümmert: „Naturschutzarbeit ist meine Leidenschaft. Zu sehen, wie sich Biotop dank meiner Arbeit zum positiven wandeln, und dies nun auch beruflich großmaßstäblich im Sinne des ehrlichen Naturschutzes umsetzen zu dürfen, ist für mich ein großes Glück.“

Die Schnittstellen zwischen persönlichem Bedürfnis und den Arbeitsergebnissen sind hoch. Wie genau unsere degradierten Flächen ökologisch entwickelt werden, liegt in den Händen der Mitarbeiter:innen. Somit hat jede(r) mit seinen persönlichen Kompetenzen unmittelbar Einfluss auf unsere Flächen und auch unsere Unternehmensentwicklung, auf die Arbeitsweise, Haltung und „Denkart“ im Team und folglich auch auf die Kultur des Unternehmens und seiner Partner:innen, Kund:innen und Gestaltungsfelder.

Die hohe Motivation der Mitarbeiter:innen und der von Vertrauen, Respekt und Wertschätzung in bzw. für den anderen geprägte Umgang macht es zudem leicht, die gewünschte selbstorganisierte und eigenverantwortliche Arbeit täglich zu leben. Das ist zugleich auch die Basis für die Gestaltung flexibler Arbeitszeitmodelle und des 80%-igen Anteils vom mobilen Arbeiten, der eine gute Vereinbarkeit von privaten Bedürfnissen und beruflichen Aufgaben ermöglicht.

Einen offenen Umgang mit Fehlern sehen wir als notwendigen und wertvollen Bestandteil unserer Prozesse, um zu lernen, zu wachsen und stetig innovative Ideen zu produzieren. Feedback wird gegenseitig und sehr wertschätzend gegeben, direkt im Tagesgeschäft oder durch aktives Einholen bei Kolleg:innen und der Geschäftsführung sowie durch jährliche Feedbackgespräche. Gepaart mit der offenen Fehlerkultur können Konflikte oder divergente Meinungen frühzeitig erkannt werden, um rechtzeitig gegenzusteuern und letztlich gemeinsam die Entscheidungen in Übereinstimmung mit unserer gemeinsamen Vision zu treffen. Emotional belastenden Situation wird so vorgebeugt - und falls der Schreibtischstress doch mal zu groß ist, laden die Aufgaben auf unseren HeimatERBE-Flächen zu körperlicher Bewegung in der Natur, einem tiefen Durchatmen und Reflektion und innerer

Geschäftsführer: Dr. Dirk C. Gratzel

Steuernummer 202 5807 1792 | Finanzamt Essen | USt-ID: DE 342187877 | AG Essen HRB 32420
Bankverbindung: GLS Gemeinschaftsbank eG | IBAN: DE23 4306 0967 1214 3500 00 | BIC: GENODEM1GLS

Neusortierung ein. Für die Ökolog:innen sind regelmäßige Flächenbesuche selbstverständlich, und auch als Team besuchen wir mindestens zweimal im Jahr gemeinsam unsere verschiedenen Flächen.

Damit die Mitarbeiter:innen das große Ganze kennen, berichtet die Geschäftsführung regelmäßig über aktuelle Geschehnisse rund um das Unternehmen, lässt die Erlebnisse der Vergangenheit Revue passieren und gibt einen Ausblick auf die anstehenden Monate. In zweiwöchentlichen JourFix tauschen wir uns im gesamten HeimatERBE Team über das „Alltagsgeschäft“ und aktuell anstehende Tätigkeiten aus. So gelingt es, einen Überblick über die laufenden Tätigkeiten, Herausforderungen und Erfolge in den vielfältigen Arbeitsbereichen mit allen zu teilen und die gemeinsame Arbeit zu fördern. Ergänzt wird dies durch regelmäßige interne Workshops, die uns als Team wachsen, das Verständnis und Vertrauen untereinander stärken und ggf. auch Konflikte lösen lassen.

Zu einer mitarbeiterorientierten Kultur gehört es auch, den Mitarbeiter:innen Raum zur Entwicklung zu geben. Natürlich sind die Mitarbeiter:innen an ihren Aufgaben gewachsen. Selbstinitiierte Anfragen zur Teilnahme an einem Seminar, Workshop oder einer Messe wurden 2021 stets positiv entgegengenommen und beantwortet. Die Geschäftsführung leitet eigenständig Veranstaltungseinladungen weiter, die ihrer Ansicht nach zu einzelnen Personen und zu einer Erweiterung ihres Wissens und ihrer Perspektiven passen. Nichtsdestotrotz sollen den Mitarbeiter:innen auch aktiv fachliche/persönliche Entwicklungsmöglichkeiten angeboten werden, weshalb zum Januar 2022 ein PE-/OE-Berater engagiert wird.

- Fluktuationsrate: 0%
- durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: 9,6 Monate (das Unternehmen existiert erst seit einem Jahr)
- Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen: 4 Initiativbewerbungen
- Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur: Aufgrund der kurzen Kommunikationswege und des großen Vertrauens im kleinen Team fanden bislang keine Evaluationen oder Mitarbeiterbefragungen statt.
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene:
- Angeboten: 8 Stunden über Zertifizierungen und Kompensationsleistung (TU Berlin)
- Es ist jedem offen gestellt, auch die Arbeitszeit dazu zu nutzen, sich im Sinne des Unternehmens und der Arbeit weiterzubilden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Flexible Arbeitszeit
- Mobiles Arbeiten
- Sinn stiftende Arbeit

- Vertrauen, Respekt und Wertschätzung sind die Grundpfeiler der täglichen Handlungen
- Offene Feedback- und Fehlerkultur
- All das fördert und fordert selbstorganisiertes und eigenverantwortliches Arbeiten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Zum Januar 2022 wird die Muttergesellschaft „greenzero Beteiligungsgesellschaft mbH“ mit einem PE/OE-Berater verstärkt, der Ansprechpartner und Initiator für weitere Entwicklungsmaßnahmen und soziale Innovation sein wird.
- Ziel wird es sein, auch bei Vergrößerung des Teams diese Vorgehensweise und das hiermit verbundene Vertrauen beizubehalten.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Durch gesetzte Standards wie den höhenverstellbaren Tischen oder der flexiblen Arbeitszeitgestaltung und des hohen Anteils vom mobilen Arbeiten steht es Mitarbeiter:innen frei, nach eigenem Ermessen den Bildschirm zu verlassen, um bspw. den Bewegungsbedürfnissen nachzugehen.

Auch haben wir dem Arbeits- und Gesundheitsschutz entsprochen, in dem wir den Verkehrssicherungspflichten auf unseren Eigentumsflächen nachkommen und den Mitarbeiter:innen Taschenlampen, Helme und Outdoorjacken zur Verfügung stellen und dies nach Möglichkeit zudem mit einem Aspekt des Corporate Branding verbinden, denn unsere Jacken sind nicht nur 3-in-1, sondern auch mit dem HeimatERBE-Logo versehen. Zugleich sind wir in der glücklichen Lage, dass die Mitarbeiter:innen durch regelmäßige Anwesenheit auf unseren Naturflächen in den Genuss von Natur, frischer Luft und Sonne kommen können, was der Gesundheitsförderung zuträglich ist.

Das mobile Arbeiten verleitet erkrankte Mitarbeiter:innen dazu, verfrüht wieder einzusteigen und sich nicht vollständig auszukurieren. Auch wenn zu Hause zumindest keine Ansteckungsgefährdung weiterer Mitarbeiter:innen vorliegt, ist es uns in den Fällen der Krankmeldung wichtig zu betonen, dass eine vollständige Genesung mittel- und langfristig mehr wert ist, als eine frühzeitige Rückkehr zur Arbeit.

Aufgrund der kurzen Kommunikationswege, des großen Vertrauens und des kleinen Teams fanden bislang jedoch keine Evaluationen oder Mitarbeiterbefragungen statt, um das Thema Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz zu bewerten.

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung); Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen: im Jahr 2021 haben sich die Mitarbeiter:innen an 5 Tagen krankgemeldet. Zusätzlich gab es 5 Krankmeldungen der eng gebundenen Berater:innen.

- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle: 0
- In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden: 0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Gute Grundausstattung an Arbeitsmaterialien (Helm, Jacken, ergonomische Stühle, höhenverstellbare Tische)
- Aufforderung zum vollständigen Auskurieren im Erkrankungsfall
- Verkehrssicherung auf den Eigentumsflächen
- Freiluftaufgaben
- Gemeinsame Exkursionen/Outdoor-Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Arbeitsschutz formal aufsetzen und ebenso die Dienstleister & Besucher aktiv über mögliche Gefährdungen und entsprechende Maßnahmen informieren
- Stahlkappenschuhe

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

In unserem jungen Unternehmen und kleinem Team agieren wir transparent und fördern das Gefühl, jederzeit individuelle Bedürfnisse ansprechen zu können. Einer Benachteiligung steuern wir aktiv entgegen, indem die Geschäftsführung das gesamte Team mindestens quartalsweise über die neuesten Erkenntnisse und Situationen informiert. Arbeitsmaterialien werden allen aktuellen Mitarbeiter:innen bereitgestellt und zusätzlich auf Lager gelegt, damit auch zukünftige Kolleg:innen von Beginn an das Wir-Gefühl durch einheitliches Auftreten erleben können.

Das Team besteht momentan aus zwei weiblichen und zwei männlichen Mitarbeitern (ein Werkstudent). Zudem sind 4 eng gebundene Berater:innen (seit mind. 6 Monaten beratend tätig und/oder mehr als 4 Stunden die Woche und/oder regelmäßige Tätigkeit) als Teil des Teams anzusehen, wodurch das Verhältnis zwischen Mann/Frau bei 5/3 liegt. Wir haben keine Tätigkeiten aus dem Niedriglohnsektor beauftragt.

	20-30J	30-40J	40-50J	50-60J	Ü60
Männlich	1	1	0	2	1
weiblich	2	1	0	0	0
divers	0	0	0	0	0

Weitere Aspekte der Diversität wie bspw. die sexuelle Orientierung, politische Stellung oder Religionszugehörigkeit spielen bei der Stellenbesetzung selbstverständlich keine Rolle. Wunsch ist

es, das Team weiterhin divers aufzustellen, um so von den Stärken verschiedenster Persönlichkeiten zu profitieren. Unserer Ansicht steigt die Entscheidungsqualität durch unterschiedlichste Bedürfnisse, Perspektiven und Potenziale entscheidend an.

Chancengleichheit begegnen wir insofern, als dass wir nicht auf eine hierarchische Ordnung ausgelegt sind und stets die gleichen Arbeitsvoraussetzungen vorherrschen. Die Stellenbezeichnungen der Mitarbeiter:innen sind ohne hierarchischen Titel, somit gibt es keine per Name definierte Führungskraft (abgesehen von dem Geschäftsführer). Die Kolleg:innen begegnen sich auf Augenhöhe, einzig die Aufgabenverantwortung führt dazu, dass Freigaben von den jeweils aufgabenspezifisch zu adressierenden Personen angefragt werden.

- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z. B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion - sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen
 - o Siehe obige Tabelle bzgl. Alter und Geschlecht
 - o Andere Diversitätsaspekte spielen keine Rolle bei der Besetzung ausgeschriebener Stellen.
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden: 0
- Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)
 - o Was das Alter und Geschlecht angeht, ist das Umfeld divers aufgestellt. Zu den anderen Dimensionen von Diversität lässt sich keine Aussage treffen, da bspw. Religion, politische Orientierung nicht bekannt sind.
- Anzahl von Väter-/Mütter-Karenz in Monaten: 0/3 (MAs) bzw. 0/4 (Berater:innen)
- Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen
 - o Im operativen Startjahr unserer Unternehmung 2021 wurden alle vorhanden fest angestellten Mitarbeiter:innen (3) sowie ein Werkstudent eingestellt. Es gab keine Fluktuation. Auch alle Berater:innen (4) wurden in diesem Jahr engagiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Diverses und interdisziplinäres Team aufgestellt
- Gleiche Arbeitsvoraussetzungen geschaffen
- Keine hierarchische Ordnung etabliert

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ziel wird es sein, auch bei Vergrößerung des Teams diese Vorgehensweise und Ausgeglichenheit bei gleichzeitiger klarer Struktur und Zuständigkeit beizubehalten.

C.1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Es gibt keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen bei der HeimatERBE GmbH.

- Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen: Betriebsrat nicht vorhanden
- Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab: 0
- Anzahl/Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden: 0

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Bei der HeimatERBE GmbH wird die Wochenarbeitszeit von aktuell 40 Stunden mit einem monatlichen, pünktlich ausbezahlten Fixgehalt vergütet. Alle Mitarbeiter:innen haben einen akademischen Abschluss und im Berichtsjahr 2021 mindestens ein Brutto-Gehalt von ca. dem Bundesdurchschnitt erhalten. Zudem sind alle Mitarbeiter:innen auch unbefristet angestellt und haben somit ein hohes Sicherheitsgefühl. Vor diesem Hintergrund kann gesagt werden, dass alle Mitarbeiter:innen sowie auch die Berater:innen einen lebenswürdigen Verdienst beziehen. Die Spreizung zwischen dem niedrigsten und höchsten Verdienst liegt bei max. 1:4. Genaue Angaben unterliegen jedoch dem Schutz personenbezogener Daten, was gleichzeitig bedeutet, dass intern nicht selbstorganisiert der Verdienst des Einzelnen bestimmt wird oder transparent dargestellt ist, wer aktuell in welcher Stufe wieviel verdient.

Zudem wird am Jahresende die betriebswirtschaftliche Situation analysiert, sodass die Geschäftsführung über eine variable Vergütung entscheiden kann. Auch bietet das Produkt der HeimatERBE GmbH, der sogenannte „Umwert“ die Möglichkeit für einen darüber hinausgehenden Bonus. Im Berichtsjahr 2021 hat die Geschäftsführung von beiden Optionen Gebrauch gemacht und damit den großartigen Leistungen des Teams Rechnung getragen.

- Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung): unterliegt der Geheimhaltung laut Arbeits-/Beratervertrag. Zwischen niedrigstem und höchstem Gehalt (inkl. Geschäftsführung) liegt die Spreizung bei max. 1:4

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Sicherstellung eines lebenswürdigen Verdienstes
- Bonus erhalten:

- Monetäre Auszahlung und
- HeimatERBE Umweltwert

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Evaluation der Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen bzgl. Wochenarbeitszeit - (Interesse an Voll- oder Teilzeit?)
- Ein erfolgreiches Jahr zu bestreiten und die Bonuszahlung erneut auszuzahlen

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Bei der HeimatERBE GmbH wurde die Wochenarbeitszeit im Konsens auf 40 Stunden festgelegt. Hierbei werden die Aufgaben so verteilt, dass sie den Interessen und Qualifikationen der Mitarbeiter:innen gerecht werden und gleichzeitig Entwicklungspotenzial für den Einzelnen aufweisen. Grundsätzlich ist es dem Unternehmen wichtig, dass die Mitarbeiter:innen die Arbeitszeit flexibel und ohne Vorgabe einer Kernarbeitszeit gestalten können. Dies geschieht natürlich unter Berücksichtigung der aktuellen Aufgabenstellungen in Abstimmung mit der Geschäftsführung und den direkten Kolleg:innen, um das Unternehmen gemeinschaftlich voranzubringen und die Belastungssteuerung des Teams im Blick zu haben. Der einzige terminliche Fixpunkt ist der zweiwöchige JourFix, in dem wir gegenseitig über aktuelle Aufgaben und Herausforderungen sowie die internen Workshops terminieren und inhaltlich organisieren. Es findet keine Kontrolle der Arbeitszeiteinhaltung statt, vielmehr basiert auch dies auf dem gegenseitigen Vertrauen, der Selbstorganisation und Eigenverantwortlichkeit.

Innerhalb des Teams wird zudem stets versucht, auf die individuellen Bedürfnisse einzugehen, bspw. in der Urlaubsplanung oder bei persönlichen Verpflichtungen, und somit eine optimale Ausgewogenheit zwischen Privatem und Beruflichem zu ermöglichen. Eine der wenigen fixen Regeln, die das Team für sich definiert hat, ist, dass wir uns im Berichtsjahr auf einen Tag pro Woche der physischen Anwesenheit im Büro geeinigt haben, mit dem übergeordneten Ziel der Stärkung des „Wir-Gefühls“.

Überstunden werden weder als selbstverständlich angenommen noch explizit eingefordert. Wir achten gemeinschaftlich darauf, dass es einen entsprechenden Ausgleich gibt, sollte es aufgrund von Veranstaltungen zu Wochenendarbeiten kommen, bspw. in Form eines zusätzlichen Urlaubstags. Jeder Person ist es gestattet, die bspw. am Montag erbrachten Überstunden am bspw. Freitag auszugleichen und somit auf seine vertraglich fixierte Arbeitszeit zu kommen. Gleichwohl sei erwähnt, dass die momentanen Mitarbeiter:innen eine hohe intrinsische Motivation in ihren Berufsalltag einbringen und gerne eine Extrameile gehen, wenn dies der Fläche und somit der Umwelt zu Gute kommt. Gleichzeitig wird darauf geachtet, dass die Mitarbeiter:innen ihre dem Jahr zugeordneten Urlaubstage großteilig nehmen und diese Tage auch am Stück nehmen statt gestückelt. Zudem haben wir im Berichtsjahr die Woche zwischen Weihnachten und Neujahr als Betriebsferien deklariert, damit das Team als Ganzes sich in diesen Tagen erholen kann.

Wichtig ist es uns als Team zudem, in unseren regelmäßigen JourFix's und internen Workshops die Frage nach der individuellen Belastung zu stellen, um frühzeitig Ressourcenengpässe zu identifizieren und entsprechend gegensteuern zu können. Auch wird im Team darauf geachtet, dass nicht priorisierte Aufgaben aktiv verschoben werden, wenn sich abzeichnet, dass ein(e) Mitarbeiter:in andere zu priorisierende Aufgaben auf dem Schreibtisch liegen hat.

Es erfolgt keine Erfassung der Überstunden. Es wird gemeinschaftlich darauf geachtet, dass die Arbeitsauslastung im Rahmen bleibt und Überstunden nicht erforderlich sind. Eine explizite Veranlassung von Überstunden hat es im Berichtsjahr nicht gegeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Im Konsens definierte
 - Arbeitszeit von 40 Stunden/Woche
 - flexible Gestaltung
 - einem Bürotag pro Woche
- Berücksichtigung individueller Bedürfnisse, bspw. bzgl. Urlaubsplanung
- Aktive Frage nach der Belastung, mind. in den regelmäßigen JourFix's & internen Workshops

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Evaluation der Arbeitszeit, Belastung, Arbeitszufriedenheit?
- Ziel wird es sein, auch bei Vergrößerung des Teams diese Vorgehensweise und das hiermit verbundene Vertrauen beizubehalten.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Wir praktizieren eine 100% selbstorganisierte Arbeitszeit und ermöglichen somit eine sehr hohe Vereinbarkeit von individuellen privaten Bedürfnissen und beruflichen Aufgabenstellungen. Eine ausgewogene Work-Life-Balance ist uns sehr wichtig, da wir der Überzeugung sind, dass nur so die Mitarbeiter:innen Ihr Optimum an Wertschöpfung erreichen. Zudem gibt es keine Kernarbeitszeit im Unternehmen, mit Ausnahme des im Konsens definierten Bürotages. Die Mitarbeiter:innen können somit jederzeit auch ihre privaten Termine wahrnehmen.

Derzeit sind drei Mitarbeiter:innen Vollzeit angestellt und haben die Möglichkeit vier Tage die Woche mobil zu arbeiten. Ein Mitarbeiter unterstützt uns als Werkstudent 10 Stunden pro Woche, die er vollständig im HomeOffice frei verteilt und in Vereinbarkeit mit seinen studentischen Verpflichtungen organisiert. Bei den Berater:innen gibt es separate Vereinbarungen gemäß der eigenen Gestaltung ihrer Freiberuflichkeit. Zurzeit gibt es bei uns bislang noch keine Teilzeitstellen

für fest angestellte Mitarbeiter:innen. Dies ist nicht der Tatsache geschuldet, dass es diese Möglichkeit nicht geben soll, sondern eher daran gelegen, dass sich der Bedarf noch nicht ergeben hat. Andere Modelle, wie bspw. Job-Sharing oder eine 4-Tage Woche wurde bislang intern noch nicht diskutiert. Wir zeigen uns jedoch offen für entsprechende Absprachen, da es uns wichtig ist, den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeiter:innen zu entsprechen und sie zeitgleich weiterhin an Bord zu haben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: /

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ziel wird es sein, auch bei Vergrößerung des Teams diese Vorgehensweise und das hiermit verbundene Vertrauen beizubehalten.
- Aktive Ansprache der Mitarbeiter:innen, ob jemand eine 4-Tageweche/mehr Urlaubstage/Verringerung der Arbeitsstunden dem aktuellen Stand gegenüber bevorzugen würde

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

- Kann für alle Mitarbeitenden ein "lebenswürdiger Verdienst" sichergestellt werden und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
 - Ja, siehe oben.
- Welche Rolle spielt die "investierte" Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
 - Die investierte Arbeitszeit spielt keine Rolle bei der Erreichung von Karriereschritten
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende (z. B. Schüler, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) gerechtfertigt?
 - Auszubildende gibt es zurzeit nicht.
 - Der Werkstudent (Bachelorstudent) wird derzeit weit über Mindestlohn bezahlt.
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z. B. bei Saisonarbeit) und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
 - Es gibt keine Zeitarbeitende.
- Wieviel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?
 - Alle Mitarbeiter:innen sind unbefristet angestellt.
- Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst": Es liegen keine besonderen Verdienstumstände vor
- JÜ: 94.388,56€
- Mitarbeiter:innenanzahl: 4 (inkl. Werkstudent)
- Höchst- und Mindestverdienst: /

- Anzahl der Pauschalverträge: Alle Mitarbeiter:innen haben den gleichen, unbefristeten Arbeitsvertrag mit gleicher Urlaubstageanzahl. Einzig das Gehalt ist derzeit eine variable Komponente bei den Verträgen. Zudem beschäftigen wir 2021 einen Werkstudenten.
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge: Nicht vorhanden
- Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden: Nicht vorhanden
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden): 4
- Anzahl der Zeitarbeitenden: 0
- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen: Nicht vorhanden, da alle unbefristet angestellt sind
- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen: 0
- Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen: Nicht vorhanden, da alle unbefristet angestellt sind

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und eine ökologische Lebensweise wird in unseren Entscheidungen stets berücksichtigt und daher haben wir aufgrund des großen Anteils vom mobilen Arbeiten entschieden, dass wir kein eigenes Bürogebäude benötigen. Stattdessen nutzen wir zwei kleine Büroräume als Untermieter, um unseren ökologischen Fußabdruck an dieser Stelle zu minimieren. Hierbei wurde darauf geachtet, dass während der Arbeitszeit stets Getränke (Gefiltertes Wasser vom Trinkwasseranschluss, Bohnenkaffee aus dem Vollautomaten und Tee) kostenfrei verfügbar sind. Zudem kann eine Kantine mitgenutzt werden, wenngleich die Mitarbeiter:innen eher Selbstversorger sind. Das Unternehmen nimmt derzeit keinen Einfluss auf die Zusammenstellung der vielfältigen und täglich frisch gekochten Mahlzeiten in der Kantine, welche aus einem Angebot von Salat, Obst, Sandwiches sowie warmen Mahlzeiten, vegetarisch sowie fleisch-/fischhaltig (ca. 50/50) besteht.

Die Mitarbeiter:innen sind passend zur Unternehmenskultur, per se sensibilisiert für die Herausforderungen der Umwelt, u.a. eben in Verbindung mit Ernährungsaspekten, konsumieren reduziert (Bio bzw. Wildfleisch aus umliegenden Wäldern) bis gar kein Fleisch und achten auf eine möglichst regionale Herkunft der Produkte. Einer der Berater ist hobbymäßig als Imker tätig und kocht eigene Marmelade ein, die mitunter vom Team verköstigt werden.

Auf unseren Eigentumsflächen planen wir bspw. je nach flächenindividuellen Begebenheiten auch die Pflanzung von Streuobstwiesen, beziehen Samen und Ansaatmischungen aus deutschen, möglichst regionalen/lokalen Ursprungsgebieten, achten auf Artenvielfalt und verankern so das Bewusstsein einer Verantwortung für Mensch und Natur in unserer Flächenentwicklung.

Die Mitarbeiter:innen sind am Bürotag Selbstversorger, das Unternehmen stellt zurzeit keine Verpflegung bereit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Sorge dafür getragen, dass Getränke und Essen im Bürogebäude bereitstehen
- Streuobstwiesen in den Flächenentwicklungen besprochen
- Ansaatmischungen aus regionalen Ursprungsgebieten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Eine der Mitarbeiter:innen ist recht aktiv, wenn es um Bewusstseinsbildung geht und möchte dem Team in einem der internen Workshops weiteres Wissen rund um Tierhaltung und vegetarischer Ernährung vermitteln und ggf. ergänzend Material zum Selbststudium an die Hand geben
- Ggf. in internen Workshops je nach Möglichkeit nach Ort & Restaurant lediglich ein vegetarisches Menü anzubieten. Auf der ausgefallenen Weihnachtsfeier wurde bereits ein rein vegetarisches Restaurant ausgesucht, dies wollen wir in Zukunft verstärkt verfolgen.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Ein ganz bemerkenswertes Ziel der HeimatERBE GmbH ist es, vom ersten Jahr der Existenz an, seine eigene Ökobilanz zu kennen und die entsprechenden ökologischen Wirkungen zu reduzieren sowie die nicht vermeidbaren Umweltwirkungen zu kompensieren. Das bedeutet, dass nicht nur all unsere Flächenarbeiten analysiert werden, sondern bspw. auch die Auswirkungen unserer Mobilitätsnutzung.

Vor dem Hintergrund dieses Wissens, ist es umso lobenswerter, dass die intrinsisch motivierten Bemühungen der Mitarbeiter:innen auch dahingehend sind, je nach Möglichkeit entsprechende Fahrgruppen zu bilden, um gemeinsam von A nach B zu gelangen. Das stärkt zum einen das Wir-Gefühl durch gemeinsam verbrachte Zeit und reduziert zum anderen die ökologischen Auswirkungen der Wegenutzung. Darüber hinaus bemüht sich das Unternehmen auch stets darum, dass zu Dienstreisen die Bahn genutzt wird oder mietet gar E-Autos an, um diese Reisen möglichst ökologisch verträglich zu gestalten.

Dennoch ist es in der geografischen Verteilung der Mitarbeiter:innen und den strukturellen Gegebenheiten der öffentlichen Verkehrsmittel begründet, dass das Auto teilweise weiterhin eine Notwendigkeit ist, um zu unseren Flächen bzw. zu unserem Büro zu gelangen. Erfreulicherweise ist es einer Mitarbeiterin möglich durch Nutzung der Bahn zum Büro und sogar zu einer unserer Flächen per Fahrrad zu gelangen. Die beiden anderen Mitarbeiter:innen nutzen E-Autos und können auf dem Firmengelände die Ladesäulen kostenlos nutzen, zudem sind Fahrradabstellplätze vorhanden. Mitunter bedingt die Terminsituation jedoch auch die Nutzung von benzinbetriebenen Autos, die damit verbundenen Umweltkosten werden erfasst und vom Unternehmen auf den eigenen Flächen kompensiert.

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

- 1 Person kommt mit der Bahn (33%)
- 1 Person kommt mit dem E-Auto (mind. 33%)
- 1 Person kommt mit dem Auto (je nach Verfügbarkeit und Einsatzort/Zweck E-Auto, sonst Benzin oder bei Geländefahrten Gas)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Ökobilanzierung & Kompensation der Umweltkosten
- Kostenlose Bereitstellung von E-Säulen auf Bürogelände
- Fahrgruppenbildung
- Bahnnutzung bzw. E-Automiete für Dienstreisen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Perspektivisch wird über Job-Tickets oder E-Autos für Dienstreisen nachgedacht

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Unsere Mission ist, der Umwelt neuen Wert zu geben. Das lässt sich zum einen so verstehen, dass wir die Ökologie auf dieselbe Betrachtungsebene wie die Ökonomie stellen möchten und so ein Gleichgewicht beider Faktoren hergestellt wird. Andererseits befreien wird degradierte, devastierte Flächen aktiv von einer „konventionellen“ wirtschaftlichen (Über-)Nutzung und überführen sie (teils auch nach vorheriger Entfernung von Beeinträchtigungen) durch gezielte Herstellungs-, Pflege- und Artenschutzmaßnahmen oder durch das Zulassen der Sukzession (Prozessschutz) in einen Zustand, in dem sie natur- und umweltschutzfachliche Wertig- und Leistungsfähigkeit erreichen. Unser innerstes Bestreben ist es, Biodiversität und Artenvielfalt zu fördern, um der Umwelt Gutes zu tun und infolgedessen auch dem Klima sowie der menschlichen Gesundheit Positives zu geben. Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Ökologie ist demnach Teil unserer Unternehmens-DNA, Kultur und Mission. Alle aktuellen sowie zukünftigen Mitarbeiter:innen sollten demnach bereits dieses Bewusstsein aus der Ausbildung heraus mitbringen oder zumindest für diese Themen sensibilisiert sein und ein Gefühl sowie Interesse für die Belange der Natur haben. Ein bisschen „Weltverbesser“ sollte man sein (wollen), wenn man sich für den Weg mit HeimatERBE entscheidet. Ein ökologisches Verhalten sollte demnach auch optimalerweise in privaten Rahmen stattfinden, jedoch auch unter Berücksichtigung, dass private Bedürfnisse/Wünsche befriedigt werden können. Mitarbeiter:innen werden nicht schlechter gesehen, wenn er/sie mit dem Benziner oder dem Flugzeug seinen Urlaub antritt – für die Kompensation dessen steht HeimatERBE natürlich gerne zur Verfügung 😊 Jedenfalls erleben die Mitarbeiter:innen diese Bedeutung tagtäglich im beruflichen Kontext, da versucht wird, jede Entscheidung ökologisch optimal zu treffen. Bei uns erfährt man diese Bedeutung also on-the-

job und sollten dennoch ein paar Wissenslücken existieren, so stehen die Kolleg:innen mit Rat und Wissen zur Seite.

- Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %
 - Die Unternehmenspolitik ist innerhalb von HeimatERBE bekannt: 100%
- Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %
 - Ökologische Betriebsangebote wie E-Auto usw. werden zu 100% angenommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Ökologisches Bewusstsein ist Teil der Unternehmensgeschichte, da der gesamte unternehmenszweck auf eine Verbesserung des Status quo abzielt.
- Mülltrennung
- Regeln zur Bahnnutzung bzw. E-Automiete für Dienstreisen
- Ökobilanz für alle Unternehmensaktivitäten wird erfasst, die Umweltkosten werden kompensiert

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ein mögliches Ziel kann es fortan sein, sich auch lobbymäßig und politisch zu engagieren, um das Thema der Umweltneutralität zu fördern. Unseres Erachtens, untermauert durch wissenschaftliche Studien, bspw. der der planetaren Grenzen zeigen, dass nicht nur der Klimawandel zu betrachten ist, sondern sich mindestens genau so intensiv um die Biodiversität gekümmert werden sollte. Dies geht unseres Erachtens in der gesellschaftlichen Diskussion zu sehr unter. Hier möchten wir einen Ausgleich schaffen. Dies wird natürlich auch gefördert, indem weitere Kund:innen gewonnen werden, die dann umweltneutrale Produkte oder Dienstleistungen anbieten bzw. die ihre Organisationen umweltneutral stellen.
- Bewertung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter:innen abbilden
- Ziel wird es sein, auch bei Vergrößerung des Teams diese Vorgehensweise beizubehalten und kurzfristigen Profit nicht ökologischen Nachteilen unterzuordnen.

C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Es gibt kein Geschäftsfahrzeug der Oberklasse (>180g/km CO₂), aber ein Poolfahrzeug mit 154g/km CO₂-Ausstoß, welches als Gebrauchtwagen in den Unternehmensbesitz aufgenommen wurde und für die Flächen benutzt wird (4Wheel) und keinen alternativen Antrieb besitzt, sondern mit Benzin betrieben wird. Für die Flächen ist dies unseres Erachtens zurzeit alternativlos.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Bei uns ist es Teil der Kultur, transparent zu sein und zu agieren. Daher stehen auch alle operativ wesentlichen sowie auch viele kritische Informationen (Arbeitsverträge sind aufgrund des Datenschutzes ausgenommen) jedermann über die Microsoft Office Infrastruktur zur Verfügung, dazu gehören bspw. auch die Verträge mit den Dienstleistern, die auf den Flächen arbeiten ebenso wie unsere Umweltwertberechnung (ähnlich der internen Kostenrechnung). Es wird eine Kultur der Transparenz gelebt, um ein optimal effizientes Arbeiten ohne Hürden der Ökolog:innen mit ihren Flächen zu ermöglichen. Auch bspw. auf unsere Ökobilanzerfassung und diesen GWÖ-Bericht haben alle Mitarbeiter:innen entsprechenden Zugriff und werden aktiv einbezogen.

Technische Hürden werden versucht von Beginn an nicht aufkommen zu lassen, indem den Mitarbeiter:innen ein vorkonfigurierter Laptop verbunden mit einer Einführung in die Ordnerstruktur bereitgestellt werden. Das ermöglicht ein schnelles Zurechtfinden und sich zugehörig fühlen. Sollten dennoch etwaige technische Hürde aufkommen, ist ein(e) Mitarbeiter:in der erste Ansprechpartner, welcher das Problem, ggf. mit Unterstützung des IT- Dienstleisters löst, sodass die Mitarbeiter:innen schnellstmöglich wieder arbeitsfähig sind.

Alle Dokumente, Präsentationen o.ä. werden stets mit dem Angebot einer Erklärung verbunden. Es gilt die aktiv gelebte open-door-policy, sodass auch jederzeit Rückfragen gestellt werden können, sollten Unklarheiten herrschen oder Informationen nicht auffindbar/verständlich sein. Wir lernen somit voneinander und zeigen Respekt und Wertschätzung für die Arbeit des anderen.

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %): Einschätzung: 90%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- open-door-policy
- Gleiche IT-Infrastruktur für alle, gleich Zugangsrechte, Vorkonfiguration der Laptops und Erläuterung der Struktur zur schnellen Erlangung der Zugehörigkeit

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ziel wird es sein, auch bei Vergrößerung des Teams diese Vorgehensweise und das hiermit verbundene Vertrauen beizubehalten.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Momentan gibt es, bis auf die Geschäftsführung, keine Mitarbeiter:innen, die explizit als Führungskraft gesehen werden, siehe Positionsbezeichnungen. Daher ist 4.2 nicht anwendbar.

Wenn wir auf der Suche nach Verstärkungen sind, werden die Mitarbeiter:innen in den Auswahlprozess insofern eingegliedert, dass jeder sich mit den Bewerber:innen unterhalten kann und letztlich auch zu seiner Meinung über die Teampassung gefragt wird.

Die Geschäftsführung berücksichtigt die Meinung des Teams, da ihr daran gelegen ist, weiterhin eine gute Team-Dynamik zu erhalten.

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden: Keine.

Geschäftsführer: Dr. Dirk C. Gratzel

Steuernummer 202 5807 1792 | Finanzamt Essen | USt-ID: DE 342187877 | AG Essen HRB 32420
Bankverbindung: GLS Gemeinschaftsbank eG | IBAN: DE23 4306 0967 1214 3500 00 | BIC: GENODEM1GLS

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: /

Verbesserungspotenziale/Ziele: /

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Momentan gibt es, bis auf die Geschäftsführung, keine Mitarbeiter:innen, die explizit als Führungskraft gesehen werden, siehe Positionsbezeichnungen. Das bedeutet jedoch eindeutig nicht, dass der Geschäftsführer alle Entscheidungen trifft, sondern viel mehr, dass alle Mitarbeiter:innen Entscheidungen treffen können und hierzu befähigt und ermuntert werden; eine hohe Mitwirkung, Selbstorganisation und Eigenverantwortlichkeit ist seitens der Geschäftsführung explizit gewünscht. Die gesellschaftsrechtlichen Themen werden in der Regel von der Geschäftsführung entschieden; diese berichtet in den JourFix's sowie internen Workshops regelmäßig über den aktuellen Stand.

Die Mitarbeiter:innen sollen und können wesentliche Entscheidungen über betriebliche Abläufe oder flächenbezogene Maßnahmen jederzeit treffen. Die Geschäftsführung steht für Rückfragen, Hilfestellung oder Bekräftigung des Vorhaben jederzeit zur Verfügung, doch die Initiierung soll maßgeblich von den Mitarbeiter:innen angestoßen sein. Dies ist nur möglich, weil zwischen der Geschäftsführung und den Mitarbeiter:innen ein enorm hohes Vertrauensverhältnis herrscht und jeder sicher ist, dass eine Entscheidung stets entlang der Vision zum Wohle des Unternehmens, der Flächen und somit der Umwelt getroffen wird.

Durch dieses Vorgehen, wird eindeutig belegt, dass alle sich auf Augenhöhe begegnen und eine klar inhaltsbezogene Ansprache über die zu erledigenden Aufgaben erfolgt. Das ist Teil der Kultur und wird somit im Alltag gelebt und jedem auf seinem/ihrem Weg mitgegeben.

Auch die Suche nach Verstärkungen wird von den Mitarbeiter:innen begleitet und zwar insofern, dass jeder sich mit den Bewerber:innen unterhalten kann und letztlich auch zu seiner Meinung über die Teampassung gefragt wird. Die Geschäftsführung berücksichtigt die Meinung des Teams, da ihr daran gelegen ist, weiterhin eine gute Team-Dynamik zu erhalten. Bislang wurden alle Mitarbeiter:innen in Gesprächen mit Bewerber:innen involviert. Wir nehmen an, dass mit steigender Anzahl von Mitarbeiter:innen nicht alle die Möglichkeit haben werden, sich einen persönlichen Eindruck zu verschaffen. Dies soll gelöst werden, indem vom Team 2-3 Personen definiert werden, die sich für das Team einen Eindruck bilden und entsprechend berichten.

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %): Einschätzung: 90%, da gesellschaftsrechtliche Entscheidungen der Geschäftsführung obliegen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Befähigung und Bestärkung der Mitarbeiter:innen zur Entscheidungsfindung (in sämtlichen Themenfeldern wie etwa der Flächenplanung, die Suche von Kooperationspartner:innen, wissenschaftlicher Begleitung etc.).
- Involvierung in Auswahlprozessen neuer Mitarbeiter:innen
- Regelmäßige Information der Geschäftsführung über aktuelle Geschehnisse, sodass die Mitarbeiter:innen diese neue Begebenheiten ggf. in die Entscheidungsfindung einfließen lassen können.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ziel wird es sein, auch bei Vergrößerung des Teams diese Vorgehensweise und das hiermit verbundene Vertrauen beizubehalten.

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Es gibt keinen Betriebsrat, vornehmlich aufgrund des hohen Vertrauens im Team. Unserer Ansicht nach sind gleichwertige Mitbestimmungsrechte auch ohne diesen in unserem Unternehmen möglich. Ein direktes Gespräch mit der Geschäftsführung ist bei der aktiv gelebten open-door-policy jederzeit möglich.

D. Kund:innen und Mitunternehmen

D1 Ethische Kund:innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund:innen

Kund:innen sind bei der HeimatERBE bislang aus dem Geschäftskund:innenbereich, momentan wird noch kein aktiver vertrieblicher Privatkund:innenansatz verfolgt. Wir befriedigen das Kund:innenbedürfnis nach Nachhaltigkeit und das in dem Sinne, dass die verursachten Umweltkosten im Lebenszyklus einer Organisation, Dienstleistung oder eines Produkts unter Gesichtspunkten verschiedenster Umweltkategorien bei uns kompensiert werden können. Wir investieren diese Kompensationsgelder unserer Kund:innen in degradierte Flächen und renaturieren diese. Durch eine kommunikative Begleitung kann der Kunde ein weiteres Bedürfnis befriedigen: „Tu Gutes und rede darüber“. So kann der Kunde über eine verbesserte Reputation seine Bestandskund:innen glücklich machen und Neukund:innen gewinnen.

Damit HeimatERBE das Thema der Umweltneutralität weiter verbreiten kann, werben wir mit unserer Homepage, dem Erklärfilm (Youtube-Kanal) und den News sowie Pressebeiträgen authentisch, transparent und ehrlich, wie es auch unsere übrigen Prozesse, bspw. die Umweltwertberechnung kennzeichnet. Oftmals kommen Kund:innen auf uns zu, weil Sie über verbundene Geschäftspartner:innen, Presseberichte oder die [umweltneutralen Produkte von dm](#) auf uns aufmerksam geworden sind. Dies geschieht dann über eine direkte Email-/Telefonansprache oder per Kontaktformular unserer Homepage. Das Formular befindet sich auf jeder (Unter-)Seite unserer Homepage und kann daher sehr schnell und einfach von Interessent:innen gefunden werden. In Fällen der Kontaktaufnahme seitens der Kund:innen ist es uns ein sehr wichtiges Anliegen, innerhalb eines Tages mit einer Email oder einem Anruf zu reagieren, erweiterte Informationen zu übermitteln und vor allem einen digitalen Austausch anzubieten, um in einem Erstgespräch einander persönlich kennenzulernen und die Unternehmen und Bedürfnisse vorzustellen. Die Kund:innendaten werden selbstverständlich nur intern genutzt, bzw. an das Partnerunternehmen greenzero.me (Anbieter von Ökobilanzierungen) weitergeleitet, wenn die Interessent:innen eine Fortführung der Gespräche wünschen.

Eine aktive Ansprache von Zielgruppen geschieht bei uns zurzeit eher vereinzelt. Aktuell haben aus Marketing- und Vertriebsperspektive noch keinen strukturierten Prozess etabliert haben oder Personen diesbezüglich eingestellt haben, geschieht die aktive Kund:innenansprache unregelmäßig und mit standardisierten Emails, ergänzt durch unseren 3-Pager. Wenn sich Ereignisse ergeben, wie bspw. der Gewinn des Deutschen Nachhaltigkeitspreises (der dm Produkte), nutzen wir dies zur Ansprache bspw. der weiteren Finalisten.

Da der Umweltwert von den internen Planungen bestimmt wird, ist der letztendliche Preis pro qm für alle Kund:innen gleich. Kleine und mittelgroße sowie regionale Unternehmen, die sich besonders für das Gemeinwohl engagieren, erhalten gleichwertige Konditionen und Services wie

großabnehmende Unternehmen. Die überall geführte Transparenz wird auch an dieser Stelle gelebt, indem den Kund:innen quartalsweise Berichte der vollzogenen und geplanten Maßnahmen in Form von Projektbüchern bereitgestellt werden und wir über Hindernisse und Besonderheiten berichten. Für Rückfragen und weitere Inhalte sowie Bildmaterial stehen wir jederzeit bereit. Ebenso laden wir unsere Kund:innen mindestens einmal jährlich zur gemeinsamen Flächenbegehung ein, sodass sie einen authentischen Eindruck erhalten und ehrlich erleben können, wozu sie aktiv beigetragen haben. Auch dann, wenn größere (sichtbare) Leistungen auf unseren Flächen vollbracht sind, bieten wir Kund:innen die Möglichkeit, diesen Moment durch Pressetermine für ihre Marketingzwecke zu nutzen.

Auch die Zusammensetzung des Umweltwertes, dessen Methode von der TU Braunschweig erarbeitet wurde, kann bei Interesse vom Kund:innen nachvollzogen werden, sodass ersichtlich ist, wie der €/m² entsteht. Zusätzlich lassen wir zu Beginn eines Jahres die Umweltwertberechnung von einem unabhängigen Wirtschaftsprüfer überprüfen, um eine korrekte Berechnung des Umweltwertes, den korrekten Einbezug der Eingangsrechnungen sicherzustellen und zu verhindern, dass unsachgemäße Kosten zu Lasten der Kund:innen gehen. Der zu entrichtende Geldbetrag durch den/die Kund:innen verändert sich durch eine veränderte Planung nicht. Es ändert sich lediglich die ökologische Aufwertungsleistung pro eingesetzte Geldeinheit bzw. die Höhe des Umweltwertes pro Quadratmeter. Diese Änderungen ergeben sich für alle Kund:innen gleichermaßen; keiner wird bevor- oder benachteiligt.

Wie viel Kompensation der Kunde zahlt, hängt nicht von HeimatERBE ab, sondern von seinem definierten Projektrahmen der Ökobilanzierung, bspw. bestimmte Produkte, Dienstleistungen oder Organisationen (Fuhrpark, Energieverbrauch, ...), woraus die Umweltkosten resultieren. Welche Anzahl an qm dann für diesen Kund:innen als Kompensationsfläche reserviert sind, hängt von diesen definierten Umweltkosten ab.

HeimatERBE arbeitet in enger Abstimmung mit Experten, Gutachtern und Behörden um die ökologische Aufwertungsleistung stets naturschutzfachlich optimal durchzuführen. Unsere Flächenplanung und somit der Umweltwert werden nicht auf Kund:innenwünsche angepasst, aber Kund:innen können entscheiden, dass seine Kompensation einer bestimmten Fläche zugewiesen werden soll.

- Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen
 - Budgets sind nicht vorhanden, die tatsächlichen Werbekosten laut Jahresabschluss beziffern sich auf ca. 45.000€. Hier flossen im ersten Jahr der Unternehmensgeschichte vor allem die Kosten für die Erstellung der
 - Homepage
 - Erklärfilm
 - 3-Pager und Masterpräsentation ein.

- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %
 - Momentan gibt es keine Verkaufsmitarbeitenden.
- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein
 - Im ersten Jahr gab es keine konkrete Vorgabe, dennoch ein Ziel (Profitabilität) auf das wir hingearbeitet haben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Informationsgrundlage geschaffen (Präsentation, Erklärfilm, 3-Pager)
- Transparente und authentische Ansprache sichergestellt - Homepage und News
- Barrierefreie Kontaktaufnahme über die Homepage ermöglicht, da Kontaktformular auf jeder (Unter-)Seite verfügbar ist.
- Zielsetzung festgelegt, dass Anfragen von Interessent:innen innerhalb eines Tages Antwort auf Ihre Rückmeldung erhalten
- Kund:innen ihre Kompensation „erlebbar“ machen, bspw. durch Flächenbesuche und Projektbücher

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die Veröffentlichung und Zertifizierung des HeimatERBE unweltneutral -Standards wird die Transparenz den Kund:innen gegenüber zusätzlich erhöhen und das Sicherheitsgefühl der Kund:innen stärken.
- Etablierung eines aktiveren Kund:innenangangs

D1.2 Barrierefreiheit

Wir sind im B2B-Bereich tätig, wenn es um die aktive Ansprache geht. Theoretisch können auch Individuen bei der HeimatERBE kompensieren, sofern eine Ökobilanz zwecks Definition der Umweltkosten erfasst wurde, was neben eigener Rechercharbeit auch Beratungsleistung des Ökobilanzierers bedeutet. Bisherige Kontakte zu potenziellen Kund:innen haben gezeigt, dass dieser Umstand eine gewisse Hürde darstellt, die sich z.T. aus finanziellen oder zeitlichen Gründen oder innerbetrieblichen Herausforderungen ergeben. Wichtig ist ebenfalls, dass wir von mehr als nur CO2 sprechen, einzig eine CO2-Kompensation bei der HeimatERBE GmbH zu betreiben, ist nicht möglich. HeimatERBE stellt die Kompensationsmöglichkeit somit grundsätzlich jedem zur Verfügung. Die Ökobilanz ist eine Voraussetzung, um die Umweltkosten zu erfahren. Hier hat HeimatERBE keinen direkten Einfluss, da diese von externen Beratungsunternehmen in Kooperation mit den Kund:innen erarbeitet werden. Seitens der Beratungsunternehmen kann auf die individuellen Bedürfnisse eingegangen werden, seitens HeimatERBE findet stets eine Bemühung statt, einen gemeinsamen Nenner zu finden und stellt hierfür gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen angemessene Ressourcen für die Betreuung bereit. Eine Internalisierung

der externen Effekte ist somit erforderlich, um bei HeimatERBE Kund:in werden zu können. Wir verzichten somit ausdrücklich auf Umsatz, um das Thema ganzheitlich anzugehen.

Darüber hinaus gibt es keine Hürde, um bei der HeimatERBE seinen Umwelt-Fußabdruck zu kompensieren. Da der Umweltwert von den internen Planungen bestimmt wird, ist der letztendliche Preis pro qm für alle Kund:innen gleich. Kleine und mittelgroße sowie regionale Unternehmen, die sich besonders für das Gemeinwohl engagieren, erhalten gleichwertige Konditionen und Services wie großabnehmende Unternehmen. Auch der Zugang über das Kontaktformular unserer Homepage ist barrierefrei, da es sich auf jeder (Unter-seite) der Homepage finden lässt. Und dadurch, dass der qm-Preis für alle gleich ist, werden alle Kund:innen gleich behandelt, ob groß oder klein, NGO oder Konzern - alle erhalten den gleichen Zugang und Service.

Neben dem bloßen Erwerb der Umweltneutralität als Kompensation der Umweltkosten, ist für die Mission von HeimatERBE jedoch auch das Erreichen eines tiefgreifenden Verständnisses in allen Gesellschaftsgruppen für die Zusammenhänge und die Umfänglichkeit unseres Tuns relevant. Aktuell überwiegt auf der Homepage bzw. in der Außenkommunikation noch eine akademisierte und wissenschaftlichen Sprache, die Menschen mit weniger ökologischem Wissen den Zugang zum Thema sowie ein intrinsisches Verständnis dessen erschwert. Um den Zugang zu den Themen für jedermann zu vereinfachen, arbeiten wir mit einigen Informationsgrafiken, um Inhalte schnell erfassen zu können.

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund:innen-Gruppen gekauft wird:
0%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Barrierefreie Kontaktaufnahme über die Homepage ermöglicht, da Kontaktformular auf jeder (Unter-)Seite verfügbar ist.
- Informationsgrafiken erstellt für den vereinfachten Zugang an komplexe, wissenschaftliche Themen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einen Weg mit externen Beratungsunternehmen finden, die Kosten der Ökobilanzierung zu reduzieren, damit KMUs und Individuen ihre Ökobilanz kostengünstiger erfassen lassen, soziale Preisstaffelung gefunden oder adäquate Zugangserleichterungen bereitgestellt werden können. Selbstverständlich darf dies nicht zu Lasten der Qualität gehen.
- Womögliche Anwendung einfacherer Sprache für die Erläuterung und Außenpräsentation, um das Verständnis für alle Bevölkerungsgruppen zu fördern/ermöglichen

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Über unsere Homepage, den Erklärfilm (Youtube-Kanal) und 3-Pager hinaus gibt es keine aktiven Werbemaßnahmen, keine dieser ist unseres Erachtens als unethisch zu sehen.

Der Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen: 0%.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Wir möchten dafür sensibilisieren, dass es um mehr als nur CO₂ geht und es weitere schädliche Umwelteinflüsse gibt und motivieren die Gesellschaft transparent und authentisch zur Umweltneutralität. Den Branchenstandard wollen wir von „Klimaneutralität“ hin zu „Umweltneutralität“ erhöhen. Dies bedingt für den Moment, dass Anbieter von Klimaneutralität Kund:innen verlieren könnten, die holistischer denken sowie handeln wollen und deshalb womöglich zu HeimatERBE wechseln. Organisation wie bspw. NABU können als Mitunternehmen gesehen werden. Doch mit den ortsansässigen NABU-Organisationen unserer Flächen sind wir im kooperativen Austausch. Gerade zu Beginn einer Flächenentwicklung tauschen wir uns intensiver aus, ermöglichen Führungen (bspw. zu den Orchideen auf Kurl 3, Lünen) und unterstützen uns durch Wissenstransfer.

Unser Angebot kann auch von anderen Unternehmen durchgeführt werden, auch wenn es momentan noch keine Mitunternehmen gibt, die auf unseren Zug aufgesprungen sind und mit denen wir kooperieren könnten. Doch, dass wir dazu bereit sind, zeigt der umweltneutral-Standard, der mit einem vollumfänglichen Wissenstransfer einhergeht. Eine Zertifizierung dessen ist zurzeit in Planung, wird aber außerhalb der HeimatERBE geschehen, um auch an dieser Stelle eine größtmögliche Transparenz und Unvoreingenommenheit zu ermöglichen. Im Zuge der Standardbeschreibung haben wir entsprechend intensiv mit der TU Berlin kooperiert, Wissen ausgetauscht und somit die Grundlage geschaffen, Kooperation über den Standard mit anderen Unternehmen zu ermöglichen.

Kooperationen haben wir momentan eher im Dienstleister:innen- und Kund:innen-Bereich. Mit den Dienstleister:innen vollziehen wir kooperativ die Flächenanalyse-, entwicklung und das -monitoring. Und im Kund:innenbereich hören wir uns die Bedürfnisse der Kund:innen bzgl. der Standardentwicklung an oder entwickeln bspw. mit einem Telekommunikationsanbieter eine Sensorik. Wir wollen gemeinsam ein System ermöglichen, das auf Basis von Sensortechnik eine Überwachung von Biotopen, wie Wäldern, Wiesen und Gewässern ermöglicht, die bei der Abbildung vorhandener Ökosystemleistungen und bei der gezielten Maßnahmenplanung auf den Flächen (primär in Hinblick auf Renaturierung) unterstützen soll.

- Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten

Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

- Ca. 50% mit unseren Dienstleister:innen, da wir stets im Austausch über die naturschutzfachlich optimalen Maßnahmen sind.
- Ca. 25% der Zeit investieren wir in Dokumentation für und Kommunikation mit unseren Kund:innen, um HeimatERBE und unseren Umweltwert auch aus der Ferne erlebbar zu machen. Hier fließt zudem die Unterstützungsarbeit von HeimatERBE für unsere Kund:innen ein, damit sie die freiwillige Kompensation auch kommunikativ und marketingtechnisch nutzen können.
- Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 5% mit NABU
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen: 0%
 - Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe: 0%
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: 3/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
- ➔ Alle 3, da wir daran arbeiten, dass sich der Branchenstandard von Klimaneutralität hin zu Umweltneutralität weiterentwickelt. Um dies zu erreichen braucht es neben der Aufmerksamkeit des Marktes auch die Aufmerksamkeit aus Politik und anderen Unternehmen aus der Nachhaltigkeit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Beschreibung des Standards in Kooperation mit der TU Berlin unter Einbezug der Kund:innenbedürfnisse
- Kooperatives Miteinander zwischen HeimatERBE und den Dienstleister:innen bzgl. der Flächenanalyse-, entwicklung und -monitoring
- Kooperation mit einem Telekommunikationsunternehmen bzgl. einer Sensorik auf Naturarealen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Veröffentlichung des Standards
- Zertifizierungsfähigkeit des Standards aufbauen (Kooperation mit Zertifizierer)

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmern

Mit Mitunternehmern findet derzeit kein solcher Austausch statt, da es keine Anbieter der Umweltneutralität gibt. Unsere Kund:innen unterstützen wir mit Wissenstransfer und kommunikativer Begleitung und unsere Dienstleister:innen mit Wissenstransfer und der Motivation auf ökologischere Einzelprodukte oder Verfahren umzusteigen. Beiden vermitteln wir ein ökologischeres Bewusstsein und Handeln.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: /

Verbesserungspotenziale/Ziele: /

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Da wir holistisch denken und mehr als CO₂ berücksichtigen, drängen wir Anbieter der Klimaneutralität über die Zeit in die Enge. Gerne können Sie auf unseren Zug aufspringen, denn der umweltneutral-Standard wird öffentlich zugänglich sein. Ziel ist es, möglichst große Anteile im Bereich der (freiwilligen) Kompensation von Umweltwirkungen zu erreichen, da die ganzheitliche Kompensation gegenüber der „Klimaneutralität“ die einzige wahrhaftig zukunftsfähige Lösung darstellt. Die bloße Konzentration auf das CO₂ hingegen ist kein langfristiger Ansatz. Vielmehr verschieben diese Kompensationsmodelle das Problem, statt es dauerhaft zu verringern, da das Treibhausgas nur eins von mehreren ist, es ist nicht klimawirksamste ist und nach einer gewissen Zeit wieder in den globalen Stoffkreislauf gelangt. Aus Sicht von Experten wird dieses Geschäftsmodell daher nur ein kurzweiliges sein können. Eine Revolution dieses unvollständigen Konzeptes ist von HeimatERBE durchaus gewollt und notwendig, um tatsächlich etwas mit der Kompensation bewirken zu können.

Dabei ist es nicht essenziell, dass der Großteil der „umweltneutral“-Kompensation von HeimatERBE erzielt wird, wengleich wir uns eine starke Position unzweifelhaft wünschen.

- Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmern in der Kommunikation statt?
 - Nein
- Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?
 - Nein
- Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?
 - Nein
- Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmern, Kund:innen oder Produzent:innen in der Unternehmensstrategie verankert?
 - Nein

- Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?
 - Nein

D3 Ökologische Auswirkung durch von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen

Die ökologischen Auswirkungen unserer täglichen Arbeit wie insbesondere den Flächenarbeiten durch Dienstleister:innen sind uns sehr gut bekannt, da wir unsere eigene Ökobilanz erfassen lassen. Die Erfassung der Ökobilanz zielt u.a. darauf ab Evaluierungen vornehmen und Empfehlungen zur Reduktion (durch den Ökobilanzierer) intern und mit den Dienstleister:innen umzusetzen zu können. Bei der Ökobilanz wird der gesamte Produktlebenszyklus im Kontext unserer Dienstleistungen berücksichtigt. Somit lassen sich auch Hotspots der Umweltkosten an verschiedenen Stellen des Herstellungs- und Pflegezyklus zur Umweltwertproduktion aufdecken - und im nächsten Schritt optimieren bzw. reduzieren. Unsere verbleibenden Umweltkosten kompensieren wir schlussendlich auf unseren eigenen Flächen. Bezogen auf die ökologischen Auswirkungen, hat der Umweltwert ein sehr gutes Verhältnis von Nutzen- bzw. Bedürfnisbefriedigung zu negativen ökologischen Auswirkungen und ist nach GWÖ-Definition effizient. Ebenso ist es konsistent, da unsere Leistung sich per se in den natürlichen Kreislauf einfügt und jegliche negative Auswirkung von HeimatERBE über die Ökobilanz (siehe Kapitel E) kompensiert wird.

Bereits vor der Erstellung der Ökobilanz wurden mit den Dienstleister:innen oder Dienstleister:innen erste Optimierungen in deren Tun besprochen und umgesetzt. Die Bereitschaft bzw. Fähigkeit zur Bereitstellung/Anwendung nachhaltigerer Dienstleistungen oder Verwertungskonzepte spielt bei der Auswahl der Dienstleister:innen und Dienstleister:innen ebenfalls schon jetzt eine wichtige Rolle. Neben der Lokalität aus Sicht des Umweltschutzes müssen auch die Verfahren aus Sicht des Naturschutzes unseren Prinzipien entsprechen. Die Verwendung von Doppelmessermähwerk statt Scheiben- oder Trommelmähwerk bei der Mahd oder einer Wallheckenschere statt eines Forstmulchers bei einer Gehölzentfernung stellen Beispiele für schonende Verfahren dar, welche einige Dienstleister:innen uns auf Nachfrage explizit zur Verfügung stellen, obwohl sie nicht deren „Branchenstandard“ entsprechen und einen Zusatzaufwand bedeuten. Auch an der Erstellung eines Verwertungskonzeptes von Mahdgut oder Gehölzschnitt für die „optimale“ Kreislaufwirtschaft wird mit den Dienstleister:innen gearbeitet. Das verbuschte Offenland wird beispielsweise mit einem schonenden Doppelmesserverfahren (Wallheckenschere) statt eines Schlegelmulchers durchgeführt. Dadurch werden die Gehölze lediglich am Grunde abgeschnitten und beiseite geschichtet und nicht zerhäcksel. So werden Eier, Puppen und sonstige junge Entwicklungsstadien verschiedener Tierarten erhalten und der Boden mit unterirdisch verweilenden Orchideen nicht

beschädigt. Das Schnittgut wird im Anschluss einer Benjeshecke zugeführt. Dort dient es als Rückzugsraum für viele Tierarten sowie auch dem Sicht- und Lärmschutz, z.B. zu angrenzenden Straßen und zu guter Letzt können sich die darin befindlichen Entwicklungsstadien entwickeln. So entsteht ein sinnvoller Kreislauf.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Ökobilanz beauftragt und im Folgejahr fertiggestellt
- Suche nach ökologischeren Methoden mit den Dienstleister:innen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Stetige Analyse und Recherche für optimierte Verfahren unserer Flächenarbeiten (bspw. biologische statt mechanischer Verfahren)

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

HeimatERBE verfolgt einen kurativen Ansatz bei der Flächenentwicklung. Wir renaturieren vorhandene, jedoch in Mitleidenschaft gezogene und nicht gepflegte Flächen und geben der Natur wieder neuen Raum. Wir gehen verantwortungsvoll damit um, was bereits gegeben ist und ökologischen Wert hat und reichern es naturschutzfachlich optimal an.

Seitens HeimatERBE findet keine Kommunikation zur maßvollen Nutzung (Suffizienz) statt. Da sich unser Produkt „Umwert“ bspw. durch erhöhte Nutzung der Kund:innen nicht abnutzt (kein haptisches Produkt), ist es uns wichtig, Suffizienz losgelöst zu sehen und stattdessen die Sensibilität für die „Reduktion“ zu erhöhen. „Reduktion“ wird als notwendige Maßnahme vor der Kompensation kommuniziert, sodass die Kund:innen motiviert werden, konkrete Ansätze zur Verbesserung zu erarbeiten. Dies führt zu einer gesamtgesellschaftlichen Reduktion von ökologischen Auswirkungen. Die Voraussetzung einer Ökobilanz zur Definition der Umweltkosten geht also einher mit Reduktionsmaßnahmen, um die Prozesse, Produkte und Dienstleistungen vor dem ökologischen Aspekt her zu optimieren. Somit wird mittelbar ein Bewusstsein für Suffizienz bei den Kund:innen gefördert (und dies trotz der Tatsache, dass ansonsten ein höherer Umweltkostenbetrag resultieren und der HeimatERBE bereitgestellt würde). Die Thematik der Reduktion ist auch im Standard fester Bestandteil, d. h. ein zertifiziertes umweltneutrales Produkt/Dienstleistung muss entsprechende Nachweise von Reduktionsmaßnahmen erbringen.

Eine andere Perspektive ist die, dass es für die Umwelt von großem Nutzen wäre, wenn umweltneutrale Produkte oder Dienstleistungen vermehrt genutzt würden, da diese ökobilanziell erfasst sind und damit bereits eine Reduktion von negativen Umweltwirkungen einhergeht, für die verbleibenden negativen Umweltwirkungen eine erhöhte Kompensation stattfinden und somit erhöhte Investitionen in unsere Flächen erfolgen würden. Dies kommt uns allen zu Gute und fördert unsere Schutzgüter „Biodiversität“ sowie „menschliche Gesundheit“. Infolgedessen wird auch die

Geschäftsführer: Dr. Dirk C. Gratzel

Steuernummer 202 5807 1792 | Finanzamt Essen | USt-ID: DE 342187877 | AG Essen HRB 32420
Bankverbindung: GLS Gemeinschaftsbank eG | IBAN: DE23 4306 0967 1214 3500 00 | BIC: GENODEM1GLS

klimatische Situation verbessert. Zusätzlich würde dies eine schnellere Bewegung der gesellschaftlichen Transformation bedeuten, sodass das Umweltbewusstsein steigt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Nachhaltiger Ansatz als feste Verankerung im Unternehmen etabliert
- Reduktion vor Kompensation als Leitlinie ggü. Kund:innen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Im umweltneutral-Standard ist eine Verpflichtung zur Reduktion vor der Kompensation und eine Forderung nach einer stetigen Optimierung bzw. Auseinandersetzung mit dem Thema an die Kund:innen formuliert. Mit der Veröffentlichung des Standards wird der Suffizienz-Gedanke weiter verstärkt kommuniziert.

D3.3 Negativ-Aspekt: Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Es gibt keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger oder negativer ökologischer Auswirkungen bei den Dienstleistungen von HeimatErbe. Wir suchen mit unseren Dienstleister:innen nach ökologischeren Methoden, motivieren Kund:innen zur Reduktion vor Kompensation und erfassen unsere eigene Ökobilanz, damit unsere Dienstleistung eine umweltneutrale Dienstleistung wird. Gemeinsam reduzieren wir die Überschreitung planetaren Belastungsgrenzen bzw. stärken wir das Regenerationsvermögen des Planeten.

D4 Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund:innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Durch Zusammenarbeit mit HeimatERBE entwickelt der Kund:innen Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung, indem wir Reduktionsmaßnahme voraussetzen und anschließend die nicht vermeidbaren Umweltkosten kompensieren.

In die Renaturierung unserer Flächen erzielen wir die höchste Nachhaltigkeitswirkung durch das Einbeziehen von Experten, Gutachtern und Behörden. Wir beziehen den Kund:innen nicht in die ökologische Aufwertung unserer Flächen ein, sondern fokussieren uns hierbei auf Umweltverbände und -experten. Jedoch bewirken wir durch die Zusammenarbeit einen Wissenstransfer auch hin zum Kund:innen. Bspw. resultiert aus der Ökobilanz und den Flächenbesuchen eine höhere Umweltsensibilität. Die gemeinsamen Flächenbesuche wirken auch in HeimatERBE rein, durch spannende Fragen und Interaktion der Besucher:innen, finden wir optimierte Kommunikationsmöglichkeiten oder kriegen gar Ideen und Tipps für unsere Renaturierung.

Grundsätzlich ist es auch den Bürger:innen im Einzugsgebiet unserer Flächen möglich, uns Feedback zu geben, bspw. über das Kontaktformular auf unserer Homepage.

Zudem zeigen wir uns gegenüber unseren Kund:innen offen für Diskussionen und Ansätze, die über unser eigentliches Wirken hinausgehen. Bspw. wird in Betracht gezogen, eine Fläche auch dafür zu nutzen, lokalen Heilpflanzen Raum zur Entfaltung zu geben. Wir dürfen hierbei explizit erwähnen, dass es nicht angedacht ist, dies als Produktionsfläche für die Kund:innen zu nutzen.

Der Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund:innen entstanden sind, ist 0%. Allerdings ist „dm“ intensiv involviert in die Entwicklung des umweltneutral-Standards. Hierbei geht es weniger um inhaltlichen Input als viel mehr die marktorientierten Bedürfnisse der Kund:innen einzubinden, um ihre Verbraucher:innen optimal zu informieren und ihnen die Werthaltigkeit der umweltneutralen Produkte dann auch per Zertifizierung aufzuzeigen.

Die Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund:innen entstanden sind ist auch 0%. Dies vollzieht sich eher im umgekehrten Fall. Durch die erforderliche Ökobilanzierung ergeben sich einige interessante Hinweise zur sozial-ökologischen Optimierung der Produkte und Dienstleistungen unserer Kund:innen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: /

Verbesserungspotenziale/Ziele:/

D4.2 Produkttransparenz

Wir informieren transparent über unsere ökologische Konzeption und Umweltwertberechnungsmethode. Diese stehen auf der Homepage zum Download bereit bzw. werden auf Anfrage verschickt. Auch die Ökobilanz soll veröffentlicht werden, sodass nachvollziehbar ist, welche externen Kosten wir verursacht haben und somit das Gemeinwesen belasten. Ebenso informieren wir über wichtige Ergebnisse unserer Tätigkeit in der News-Sektion bzw. über die Projektbücher an unsere Kund:innen. Auf den einzelnen Flächen werden wir ein Beschilderungskonzept umsetzen, um über die Historie der Fläche und zentrale Biotoptypen vor Ort zu informieren. Informationen und Details zur Umweltwertberechnung besprechen wir mit unseren Kund:innen, damit nachvollziehbar ist, wie sich der Umweltwert berechnet.

Über die erfasste Ökobilanz ist die Externalisierung unserer Umweltkosten möglich. Wir preisen unsere eigenen Umweltkosten jedoch nicht in den Umweltwert mit ein; sie mindern lediglich unseren unternehmerischen Gewinn, da wir uns für unsere ausgelösten Handlungen selber verantwortlich sehen.

- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes): 0, da keine solchen Produkte im Portfolio sind
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes): 100%, Umweltwertberechnungsmethode (Theorie) und Flächenberechnung (Praxis) auf Anfrage verfügbar
- Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen: 100% bekannt durch erfasste Ökobilanz, 0% berücksichtigt im eigenen Produktpreis

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: /

Verbesserungspotenziale/Ziele: /

D4.3 **Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen**

Unsere Flächen weisen teilweise Altlastenrisiken auf. Wir werden mit dem Beschilderungskonzept auf diese Situation eingehen und die Besucher:innen informieren. Wir warnen bereits vor Gefahrenbäumen des Eichenprozessionsspinners. Wichtig ist es dabei herauszustellen, dass sich die Belastungen nicht aus unserem Tun ergeben. Wir tragen dazu bei, diese Lasten der Vergangenheit und potenziell neu aufkommende Belastungen durch ein gezieltes Flächenmanagement zu minimieren bzw. das Gefahrenpotenzial gering zu halten. Insgesamt trägt unsere Arbeit zu einer Minimierung von Belastungsfaktoren durch Emissionen (beispielsweise durch die Filterfunktion von Pflanzengrün) bei.

Der Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchs-Risiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes): 0%

E. Gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf

Durch jedes Produkt und jede Dienstleistung entstehen (zum Beispiel durch Emissionen, Landnutzung, etc.) negative Auswirkungen auf unsere Umwelt. Betrachten wir die [planetaren Belastungsgrenzen](#) ist ersichtlich, dass das Bedürfnis des Umweltschutz und somit unserer Gesundheit nicht allein auf das Klima reduziert werden kann. Daher berücksichtigen wir nicht nur die CO₂-Emissionen, sondern auch weitere Umweltwirkungen wie bspw. die Versauerung von Böden und Gewässern, die Eutrophierung (Überdüngung), den Schutz der Ozonschicht in der Stratosphäre und die Reduzierung der ozonbezogenen Belastung am Boden. Diese Umweltwirkungen können in sogenannte [Umweltkosten](#) (€) umgerechnet werden. Um sie zu kompensieren, wird ihnen ein ökologischer Mehrwert - wir nennen ihn Umweltwert - gegenübergestellt. Dieser ist das „Produkt“ der HeimatERBE GmbH. Die Produktion von Umweltwert vollzieht sich, indem wir bevorzugt degradierten/devastierten Flächen in Deutschland über viele Jahrzehnte naturschutzfachlich bestmöglich herrichten und pflegen, sodass sie sich zu leistungs- und funktionsfähigen Lebensräumen entwickeln, und sie anschließend gesundet und ‚geheilt‘ in die Zukunft entlassen. Wir reinvestieren unseren Gewinn per Satzung in weitere Flächen bzw. deren Aufwertung und sozialisieren somit unsere Gewinne.

Somit setzen wir einen neuen innovativen Wert über die Klimaneutralität hinaus, nämlich den der Umweltneutralität. Wir wirken disruptiv, indem wir das System der Kompensation auf ein neues Level heben und der Umwelt einen neuen Wert geben. Übergeordnetes Ziel ist es hierbei die Schutzgüter „Klima“, „Biodiversität“ und „menschliche Gesundheit“ zu fördern. Unsere ökologische Aufwertungsleistung erfüllt somit gleich mehrere menschliche Grundbedürfnisse mit respektive unterschiedlichen starken Wirkungseffekten. Während unsere Leistung einen unmittelbar starken stofflichen Effekt von 100% auf die „Gesundheit“ (1.) des Menschen hat, ist das Bedürfnis „Schutz“ (2.) eher mittelbar über die Natur erreicht. Durch das Kümmern um naturschutz- und artenschutzfachliche Aspekte wird sowohl die Umwelt als auch der Mensch in seiner bzw. der Existenz seines Lebensraumes geschützt. Unsere ursprünglichste Identität (8.) wird somit durch unsere ökologisch sinnstiftende Arbeit gestärkt und gefördert. Das Bewusstsein und Verständnis (4.) dieser Bedürfnisse fördern wir über Bildungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen der Besuchenden und Interessenten. Somit schaffen wir Zugang zu den Inhalten unserer Arbeit und tragen einen verstärkten Umweltgedanken in die Gesellschaft. Beispielsweise haben wir im Berichtsjahr nicht nur sämtliche mit unseren Flächen in Verbindung stehenden Interessengruppen über unser Vorhaben und dessen Notwendig- wie Sinnhaftigkeit informiert und proaktiv um Informationsaustausch sowie Möglichkeit zur Einbringung eigener Perspektiven motiviert, sondern auch im Rahmen des „Tür auf“-Tages der Maus, kleinen und großen Besuchern unsere Flächen nähergebracht und an unserem Vorhaben teilnehmen lassen (5.). Nebenbei erarbeiteten wir ein Beschilderungskonzept für die

Geschäftsführer: Dr. Dirk C. Gratzel

Steuernummer 202 5807 1792 | Finanzamt Essen | USt-ID: DE 342187877 | AG Essen HRB 32420
Bankverbindung: GLS Gemeinschaftsbank eG | IBAN: DE23 4306 0967 1214 3500 00 | BIC: GENODEM1GLS

Flächen, um einzelne Biotop auf den Flächen vorzustellen und somit das Gefühl zwischen Natur und Mensch zu stärken. Um die soziale Säule der Nachhaltigkeit zu bedienen, sind unsere Flächen auf ausgewiesenen Pfaden auch der Öffentlichkeit als Naherholungsgebiet (6.) zugänglich. Über diese Bildungsfaktoren wirken wir zudem auch in die politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ein und versuchen auch höhere Ebenen zu befähigen, das große Ganze nicht mehr nur unter ökonomischen Dimensionen zu sehen, sondern eine Balance zwischen Ökonomie und Ökologie herzustellen und sodann zu erhalten. Der Ansatz der Internalisierung externer Kosten, der den Kompensationsmechanismus maßgeblich bestimmt, nimmt hierbei eine wesentliche Rolle ein.

Münzen wir unser Vorhaben auf die Sustainable Development Goals (SDGs), so sind über unser übergeordnetes Ziel der „Förderung der Schutzgüter „Klima, „Biodiversität“ und „menschliche Gesundheit““ unmittelbare Überschneidungen mit den Zielen Gesundheit (3), Klimaschutz (13), dem Leben unter Wasser (14) und an Land (15) ersichtlich.

Weitere, mittelbare Überschneidungen mit den SDGs projizieren wir in sauberes Wasser (6), da ein gesünderes Umfeld für eine bessere Infrastruktur sorgt; die über die Ökobilanz eingeforderten Reduktionsmaßnahmen, welche innovative Ansätze, Produkte und Geschäftsmodelle fördern (9); Bewusstseinsbildung, wodurch wir einen nachhaltigeren Konsum und bewussteren Umgang mit den Leistungen der Natur erzielen (12); dem entsprechenden Einfluss auf die Bevölkerung, auf Gemeinden und Städten durch Bildungsmaßnahmen sowie gemeinsame Vorhaben, wie bspw. der intensiven Unterstützung des Ruhrort-Projekts „urbanzero“ (11) und in das Wissen, dass all unser Wirken, Sensibilisieren und erlebbar machen ohne die vorhandenen und noch auszuweitenden Partnerschaften nicht funktionieren würde (17).

Über die Zeitschrift „alverde“ von „dm“ erreichen wir 2,3 Millionen Leser:innen und haben somit eine Wirkung in die Gesellschaft hinein. Auch zeigt der erfolgreiche Absatz der bisherigen umweltneutralen Produkte (14 Stück) und das Vorhaben von dm, in den nächsten vier Jahren auf ca. 600 Produkte aufzustocken, dass unser Ansatz erfolgreich ist und in der Gesellschaft Anerkennung findet. Hierbei sind nicht nur die Kund:innen und deren Verbraucher:innen zu sehen, sondern auch, dass in diesem Zuge die Lieferant:innen von dm ebenfalls ein Verständnis für die Anforderungen erhalten, da eine Produktoptimierung oder -neuzusammenstellung nur in Zusammenarbeit mit den Lieferant:innen erfolgen kann. Wir wirken somit auch auf diese Ebene ein.

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- Erfüllte Bedürfnisse:
- Grundbedürfnisse (6/9, 66%)
 - Grundbedürfnis 1 wird hierbei zu 100% erfüllt, die anderen Grundbedürfnisse anteilig, wobei sich dies prozentual schwierig bewerten lässt.

- Statussymbole bzw. Luxus (0 %)
- Dient der Entwicklung ...
 - der Menschen (100 %)
 - der Erde/Biosphäre (100 %)
- Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen (9/17, 53%)
 - Die Ziele 13 und 15 werden hierbei zu 100% erfüllt, die anderen Grundbedürfnisse anteilig, wobei sich dies prozentual schwierig bewerten lässt.

Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

- Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (100 %)
- Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (0 %)
- Negativ-Nutzen (0 %)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Naturschutzfachliche Aufwertung auf unseren Flächen
- Artenschutzfachliche Aufwertung auf unseren Flächen (bspw. Artenschutzschmiede)
- Bildungsmaßnahmen (Tür-Auf der Maus)
- Beschilderungskonzept auf den Flächen zwecks Bildungsmaßnahme
- Kooperation mit anderen Unternehmen - Wissensweitergabe

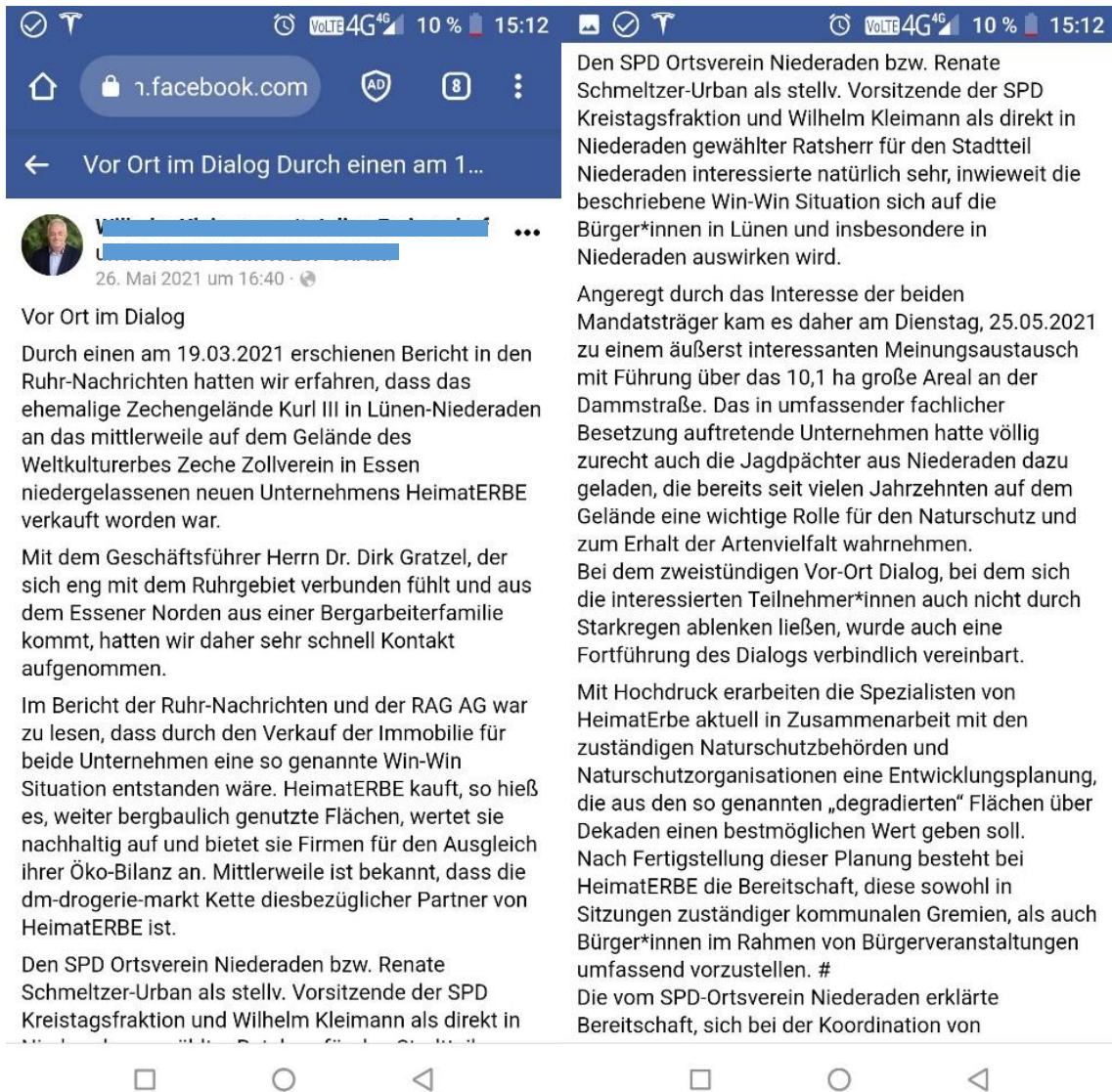
Verbesserungspotenziale/Ziele: /

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Mit unserer Leistung und darüberhinausgehenden Bemühungen ermöglichen wir einen soziokulturellen und gesellschaftlichen Wandel zur Lösung von Teilen der größten Herausforderungen der Menschheit: der Gesundheit und ökologischer Missstände. Zum einen schaffen wir Verständnis für die Umwelt, die uns alle miteinander verbindet und uns eint. Zum anderen geben wir der Umwelt einen neuen Wert, durch das Entstehen dafür, dass Ökologie und das Soziale auf die gleiche Stufe wie die Ökonomie gestellt werden und wir der Natur neuen Raum zur Entfaltung geben bzw. ihn ihr vielmehr zurückgeben. Ergänzend dazu, schaffen wir durch die Beschreibung unseres „umweltneutralen Standard“ und der darauf aufbauenden Zertifizierungsmöglichkeit die Basis für eine sich bildende Gemeinschaft, die sich gegenseitig ermutigen, bereichern und helfen kann, um verstärkt und zukunftsorientiert die drei Schutzgüter „Klima“, „Biodiversität“, „menschliche Gesundheit“ zu fördern, Missstände zu beheben und für eine nachhaltigere Denkweise zu sorgen.

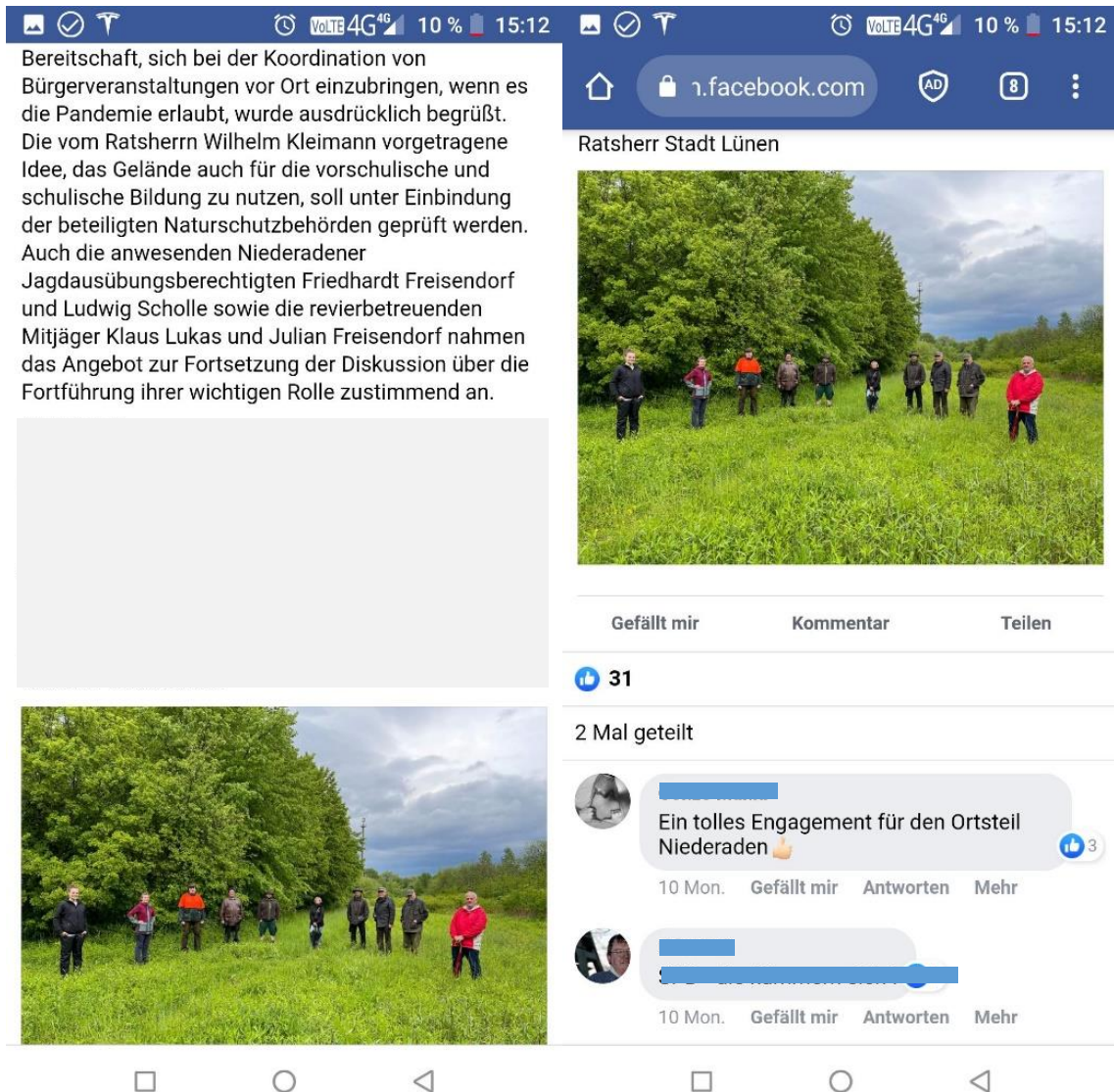
Durch unsere aktive Ansprache und der Beschilderung erreichen wir verschiedenste Interessengruppen und erzielen Einstellungs-/Verhaltensänderung sowie Achtsamkeit für die Natur und Umwelt. Beginnend mit den Bürger:innen und Spaziergänger:innen auf unseren Flächen über die Pächter:innen bis hin zu den eingetragenen Vereinen, ist uns viel am gemeinsamen Austausch und der Berücksichtigung vieler Belange im Rahmen des „naturverträglichen“ gelegen. So haben wir die Gründung eines Mountainbikervereins, für die ordentliche Regelung dieser Nutzung auf der Osthalde in Ahlen, vorgeschlagen und unterstützt. Die Nutzungsgewohnheiten weiterer Nutzergruppen wie etwa des Förderverein Ahleener Haldenkreuz, der Laufgemeinschaft Ahlen oder der Jagdgenossenschaften auf den Flächen wurden mit den jeweiligen Gruppen besprochen. Notwendige Veränderungen oder Anpassungen des Verhaltens zum Schutze der Natur wurden kommuniziert, um Verständnis und Akzeptanz seitens der verschiedenen Nutzergruppen zu schaffen. Durch unsere Kooperationen mit bspw. dm drogerie-market, und dem Erfolg der pro-climate Produktreihe kann abgeleitet werden, dass eine Bereitschaft zur Änderung des Konsumverhaltens vorhanden ist. [Der Gewinn des Deutschen Nachhaltigkeitspreises der pro climate Produktreihe](#) fördert die Aufmerksamkeit des Vorhabens und bestätigt uns, dass unser Weg der Umweltneutralität richtig und zukunftsorientiert ist. Auch am „Tür-auf“ Tag der Maus durften wir teilnehmen und den kleinen und großen Besucher:innen die Bedeutung unserer Umwelt näherbringen.

Zusätzlich sind wir bzgl. unseren Flächenarbeiten stets in Kontakt mit u.a. der Forstbehörde, dem lokalen NABU, den städtischen Stellen und kleineren Organisationen, wie bspw. der Arbeitsgemeinschaft Fledermausschutz (in Verbindung mit der Artenschutzschmiede), um parteiübergreifende Zufriedenheit mit den ökologischen Aufwertungsleistungen zu erzielen.



Quelle der Bilder: Auszug aus dem sozialen Netzwerk Facebook - Beitrag einer politischen Ortsgruppe zu einem gemeinsamen Ortstermin auf Kurl 3.

Bereitschaft, sich bei der Koordination von Bürgerveranstaltungen vor Ort einzubringen, wenn es die Pandemie erlaubt, wurde ausdrücklich begrüßt. Die vom Ratsherrn Wilhelm Kleimann vorgetragene Idee, das Gelände auch für die vorschulische und schulische Bildung zu nutzen, soll unter Einbindung der beteiligten Naturschutzbehörden geprüft werden. Auch die anwesenden Niederadener Jagdausübungsberechtigten Friedhardt Freisendorf und Ludwig Scholle sowie die revierbetreuenden Mitjäger Klaus Lukas und Julian Freisendorf nahmen das Angebot zur Fortsetzung der Diskussion über die Fortführung ihrer wichtigen Rolle zustimmend an.



Ratsherr Stadt Lünen

Gefällt mir Kommentar Teilen

31

2 Mal geteilt

Ein tolles Engagement für den Ortsteil Niederaden

10 Mon. Gefällt mir Antworten Mehr

Quelle der Bilder: Auszug aus dem sozialen Netzwerk Facebook - Beitrag einer politischen Ortsgruppe zu einem gemeinsamen Ortstermin auf Kurl 3.

HeimatERBE ist zudem Partner im urbanzero-Projekt, welches das Ziel hat, [Ruhort in Duisburg zum ersten umweltneutralen Quartier der Welt](#) zu wandeln. Die damit einhergehenden Analysen werden für ein ökologisch optimiertes Leben in Ruhort sorgen und die dort lebende Gesellschaft transformieren. Der Ansatz der Umweltneutralität und des Umweltwertes sorgt für Begeisterung, erhöht das Verständnis zwischen Mensch und Natur und ermöglicht wirklich innovative Nachhaltigkeitsvorhaben.

Die Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr beträgt ca. 20. Die Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Besucher:innen auf unseren Flächen wird nicht erfasst.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: /

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Geschäftsführer: Dr. Dirk C. Gratzel
 Steuernummer 202 5807 1792 | Finanzamt Essen | USt-ID: DE 342187877 | AG Essen HRB 32420
 Bankverbindung: GLS Gemeinschaftsbank eG | IBAN: DE23 4306 0967 1214 3500 00 | BIC: GENODEM1GLS

- (größere) Maßnahmen, vor allem im Zuge der Biotopherstellung, sollen künftig über entsprechende Aushänge an den jeweiligen Standorten angekündigt werden, um Interessierte und Nutzer:innen (ggf. auch über temporäre Nutzungseinschränkungen) zu informieren
- Überlegung, ob wir auch regelmäßige Informationsveranstaltungen für Interessierte/Bevölkerung anbieten können

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Freiheit: hier sehen wir eher eine positive Wirkung, denn wir haben die Nutzung von Teilbereichen unserer Flächen durch die Öffentlichkeit legalisiert. (vorher gar nicht, dennoch wurden sie illegal genutzt).

Biosphäre: Auch unsere Leistungen haben, wie jedes andere Produkt/Dienstleistungen entsprechende Umweltwirkungen. Dass wir versuchen, hier ökologisch optimiert zu agieren und unsere Dienstleister um eine ökologische Arbeitsweise zu bitten, ist selbstverständlich. Darüber hinaus erfassen wir mit jedem Dienstleister die Einzelleistung, um darauf basierend unsere eigene Ökobilanz zu erfassen und die Umweltkosten auf unseren Flächen zu kompensieren. Unser Unternehmen hat keinen Fußabdruck und wird auch niemals einen entwickeln!

Der Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen ist 0%

Der Kund:innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben ist 0%

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: /

Verbesserungspotenziale: /

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Die HeimatERBE zahlt die üblichen Steuern und Sozialabgaben einer GmbH in Deutschland. Sie hat im Berichtsjahr drei sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze sowie eine Werkstudentenstelle geschaffen und weitere beratende Stellen aufgebaut. Das Unternehmen wird einen Gewinn erzielen und hierauf entsprechende Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer zahlen. Im Berichtsjahr hat das Unternehmen keinerlei Subventionen oder Förderungen in Anspruch genommen.

Immaterielle Wertschöpfung geschieht durch die aktive Sensibilisierung von Umweltaspekten ebenso dem Nutzen von Netzwerk und Kontakten zu politischen Entscheidungsträger:innen, um gesellschaftlichen Wandel zu beschleunigen/vollziehen.

Darüber hinaus leisten wir zurzeit keinen monetären Beitrag zum Gemeinwesen, stattdessen sehen wir unseren Beitrag eher in den in E1 erwähnten Themen, welche nicht minder wichtig für den

gesellschaftlichen Fortschritt sind und gleichzeitig das von uns geforderte Gleichgewicht zwischen Ökonomie, Ökologie und dem Sozialen fördern.

- Erlöse: Summe aller Umsätze plus sonstige (betriebsfremde) Erträge: 1,765 Mio €
- Abgaben: 54.616,13€
 - effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Kapitalertragsteuer): 26.925,23€
 - lohnabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber:innen): 27.690,90€
 - (Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme: 27.690,90€ (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten - sofern diese vom Unternehmen direkt einbehalten werden)
- Subventionen: Summe aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen: 0€
- Wertschöpfung berechnet als:
 - Nettoerlöse (Umsatz plus sonstige Erträge) zuzüglich Subventionen abzüglich Aufwendungen für Vorleistungen und Abschreibungen.: 1.748.152,10€
 - Umsatz & Erträge: 1.764.896,49€
 - Subventionen: 0€
 - Aufwendungen für Vorleistungen (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe): 366,40€
 - Abschreibungen: 13.509,39€
 - oder Summe der Löhne und Gehälter, Zins und sonstige Finanzerträge sowie (Jahres-) Ergebnis
- Netto Abgabenquote (in %): Die Summe der Abgaben wird auf die Wertschöpfung bezogen: 3,12%
 - Wertschöpfung: 1.748.152,10€
 - Abgaben: 54.616,13€

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Wir haben im Berichtsjahr keine direkten finanziellen Mittel für gesellschaftliches Engagement aufgewendet und stattdessen unsere Arbeitszeit (Vor- und Nachbereitung sowie Durchführung) und damit verbundene eingekaufte Beratungsaufwände als Ressource gesehen und eingesetzt, um bspw. Vorträge über Umweltneutralität zu halten, Flächenführungen mit Naturverbänden und Interessierten durchzuführen oder Bildungsmaßnahmen, wie den [„Tür-auf“-Tag der Maus](#) zu unterstützen. Hier haben wir 100 Besucher:innen über unsere Fläche in Herten geführt und ihnen biotopische Besonderheiten der Fläche sowie unsere durchgeführten und geplanten Maßnahmen

erläutert. [„Es hat so doll geregnet, aber das war uns egal. Wir waren mit Matschsachen perfekt gerüstet. Wir waren in einem alten Haus \(Anm. der Red. „Artenschutzschmiede“\), wo bald Vögel, Fledermäuse und Insekten einen neuen Schlaf- und Nistplatz finden sollen. Uns hat es super gefallen. Mama und Papa haben auch viel gefragt.“](#) Die Veranstaltung hat trotz des Wetters große Freude bereitet und uns zugleich die wertvolle Erkenntnis gebracht, die Inhalte noch ein wenig vereinfachender zu kommunizieren. So können wir eine möglichst breite Sensibilisierung für die Umwelt erreichen, um über unsere Grenzen hinaus auch nachhaltig zu wirken.

In Ahlen haben wir an der Klimawerkstatt mitgewirkt. Ziel war es, Menschen jeder Altersgruppe für mehr Umweltschutz zu begeistern und ein alltagstaugliches Umweltbewusstsein zu schaffen. Teil dieses Sommerworkshops waren verschiedene Stationen für verschiedene Altersgruppen sein, für die Kleinsten eher was zum Mitmachen und Begreifen, für Jugendliche Veranstaltungen zum Mitdiskutieren und für Familien die Verknüpfung von Umweltbildung und schönen Ausflugszielen. Leider wurde diese Veranstaltung kurzfristig abgesagt.

Außerdem war einer unserer Berater auf der „KlimOS“ in Osnabrück und hat Bürger:innen die Möglichkeit gegeben, sich an Ständen über die HeimatERBE sowie den Klimawandel zu informieren. Auf dem Domvorplatz haben uns zahlreiche Besucher:innen besucht und Alternativmöglichkeiten zu konventionellen Produkten und unseren Kompensationsansätzen entdeckt.

Neben diesen aktiven Bildungsmaßnahmen unterstützen wir auch die Gründung eines Mountainbikevereins für die Nutzung von ausgewiesenen Wegen auf unserer Osthalde ebenso wie geführte Wanderungen zu extern organisierten Bildungsmaßnahmen (bspw. Forst) sowie Haldengänge des Fördervereins Ahleener Haldenkreuz e.V. Im Zusammenhang mit diesen Veranstaltungen kümmern wir uns in Abstimmung mit den jeweiligen Ansprechpartner:innen ebenso um die Pflege- und Erhaltungsmaßnahmen.

All dies machen wir aus dem Wunsch heraus eine höhere Sensibilisierung für das Thema Natur und Umwelt zu erzielen und die ein oder andere Einstellungs- und Verhaltensänderung pro Natur zu ermöglichen. Optimalerweise führt dies per Multiplikatoreffekt und Netzwerkbildung dazu, dass diesen Themen eine höhere Wichtigkeit und Dringlichkeit zugewiesen wird. Ein Interesse an kurzfristiger Umsatzsteigerung würde an dieser Stelle nicht realistisch sein, da wir kein haptisches und einfach zu erwerbendes Produkt vertreiben. Eine indirekte Umsatzsteigerung erfahren wir womöglich jedoch dadurch, dass unseren Kund:innen ggf. eine erhöhte Aufmerksamkeit zuteil wird.

Zudem darf erwähnt werden, dass unser Geschäftsführer und Gründer Dirk C. Gratzel sich privat eine Fläche in Polsum gekauft hat, welche er ökologisch aufwertet, um seine persönliche Ökobilanz auszugleichen. Auch diese Flächenaufwertung dient im Endeffekt dem Gemeinwesen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Drei Bildungsmaßnahmen aktiv unterstützt
- Extern organisierte Bildungsmaßnahmen oder Maßnahmen mit anderweitigem gesellschaftlichen Nutzen unterstützt
- Gründung eines Mountainbike-Vereins unterstützt
- Wir wollen versuchen, soziale Unternehmen einzubinden, bspw. für die Landschaftspflege

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Offenheit für weitere Teilnahmen an Bildungsmaßnahmen vorhanden
- Gute Kommunikationsebene mit Interessensgruppen auf unseren Flächen beibehalten
- Ggf. eigenes Bildungsmaterial erarbeiten und verteilen auf Veranstaltungen
- Feedbackformular zu Veranstaltungen o.ä. auf Homepage oder als Ausdruck/Email (Schüler, falls sie es weiterführend genutzt haben, bspw. Vortrag o.ä.)

E2.3 Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Nicht zutreffend. Die wirtschaftlich Begünstigten sind im Transparenzregister offen deklariert.

Länderspezifisches Reporting:

- Umsatz: ca. 1.765 Mio €
- Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung: 125.476,19€
- Veranlagungsvolumen/Anlagevermögen: 113.058€
- Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme: drei Angestellte und ein Werkstudent mit unterschiedlichen Eintrittsdaten, 165.832,19€, 138.141,29€
- Steuerleistung und Sozialabgaben (gegliedert nach Abgabenarten: Ertragsteuern, Lohnsummensteuer etc.):
 - o soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung: 27.690,90€
 - o KSt.: 12.386€
 - o Solidaritätszuschlag: 681,3€
 - o Gewerbesteuer: 13.858€
- Fördersumme: 0€
- Zinszahlungen und Zahlungen für immaterielle Leistungen (v.a. Lizenzgebühren) an ausländische Niederlassungen oder Partner:innen: 0€

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: /

Verbesserungspotenziale: /

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant:innen und Kund:innen?

→ NA

Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

→ Wir holen in der Regel Vergleichsangebote ein, wenn es um größere Maßnahmen auf unseren Flächen geht und arbeiten mit entsprechenden Abnahmeprotokollen, bevor es zur Zahlung geht. Diese Rechnungen werden inhaltlich freigegeben und vertraglich abgeglichen, wir vollziehen hier das 4-Augen Prinzip.

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?

→ Keine entsprechenden Kontakte

Welche Lobbyingaktivitäten betreibt das Unternehmen?

→ Keine

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

→ Keine

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

→ Zurzeit nicht, einzig durch etablierte Prozesse wie das 4-Augen Prinzip

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Vergleichsangebote, 4-Augen Prinzip, Abnahmeprotokolle

→ Keine

Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

→ Keine

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

→ Nicht vorhanden

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbyingaktivitäten (Eintrag ins Lobbyingregister) und Lobbyingaufwendungen?

→ Nicht vorhanden

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

→ Nicht vorhanden

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

→ Nicht vorhanden

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: /

Verbesserungspotenziale: /

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Bzgl. der negativen Umweltwirkungen verweisen wir auf die für das Berichtsjahr 2021 erfasste Ökobilanz der HeimatERBE GmbH:

- 73,8t CO₂ eq (Klimawandel)
- 538,1 kg SO₂ eq (Versauerung)
- 242,8 kg P eq (Süßwasser-Eutrophierung)
- 1,3 t NMVOC eq (Sommersmog)
- 0,01 kg CFC-11 eq (Abbau Ozonschicht)

So, wie der Jahresabschluss die ökonomische Auswertung ist und wir die GWÖ als soziale Auswertung sehen, vollziehen wir ebenso eine ökologische Auswertung, um alle drei Säulen der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen und eine Balance dieser Drei herzustellen. Dementsprechend haben wir eine Ökobilanz (basierend auf der Methode „Environmental Prices“ der CE-Delft) für das Berichtsjahr erfasst, in welchem wir die administrativen Themen (Energie, Büro, IT, Fahrwege) und internen Workshops sowie vor-Ort-Kund:innentermine über die online-Bestellungen bis hin zu den Maßnahmen auf unseren Flächen die negativen Umweltwirkungen gemäß unserer Umweltneutralität analysiert haben. Wir kompensieren unsere eigenen Umweltkosten auf unseren Flächen, ziehen die hierfür benötigten qm also von dem möglichen qm-Volumen ab und reduzieren somit auch unsere Umsatzmöglichkeiten. Für eine detaillierte Übersicht verweisen wir gerne auf den Bericht. Wir sind damit das erste Unternehmen weltweit, dass keinen Fußabdruck hinterlässt und dies auch in Zukunft nicht tun wird. Wir gehen als Pionier voran und leben vor, was wir fordern und fördern: Umweltneutralität.

Erfreulicherweise haben unsere Anfragen bei unseren Dienstleistern sogar dazu geführt, dass diese auch intern nach ökologischen Optimierungen gesucht haben, sodass ein indirekter Effekt an dieser Stelle resultiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erfassung aller relevanten Faktoren mit Umweltwirkungen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die vorhanden Umweltkosten je nach Möglichkeit durch Reduktionsmaßnahmen reduzieren

E3.2 Relative Auswirkungen

Wir sind kein klassischer Produkthersteller und haben demnach keinen Herstellungs- und Produktionsprozess. Daher sind bei uns vor allem die Dienstleistungen, die wir für unsere Flächenentwicklung einkaufen, zu betrachten. Hier achten wir bereits bei der Auswahl auf Lokalität, darauf, dass diese nach bestimmten Standards/Kriterien arbeiten und Materialien oder Stoffe nutzen, die zu unserem naturschutzfachlichen Angang passen. Im Rahmen der Ökobilanzierung erhalten wir Hinweise zu Reduktionsmaßnahmen, die wir sodann mit unseren Dienstleistern teilen und besprechen möchten, um auch an dieser Stelle für eine erhöhtes Verständnis ihres Wirkens zu sorgen. Für unsere internen Prozesse versuchen wir stets mit einem ökologischen Auge Entscheidungen zu treffen, bspw. durch die Nutzung einer nachhaltigen Bank oder dem Vermeiden von Einkäufen bei Amazon.

Da es bzgl. der Umweltneutralität noch keinen Mitunternehmer gibt ist ein Vergleich zurzeit schwierig. Betrachten wir Kompensationsanbieter von Klimaneutralität gehen wir jedoch stark davon aus, dass es bei uns erhöhte Umweltkosten gibt, da wir bspw. nicht nur die Maßnahme des „Aufforstens“, sondern komplizierte Vorgehen wie bspw. Entsiegelungs- oder Rückbaumaßnahmen vollziehen, für die schweres Werkzeug gebraucht wird.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: /

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Vergleichswert zu Aufforstungen herausfinden
- Ergebnisse der Ökobilanzierung mit Dienstleistern teilen

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße sowie unangemessene Umweltbelastungen

Da wir aktuell ehemalige Bergbauflächen gekauft haben, holen wir bei allen Maßnahmen behördliche Informationen/Genehmigungen und Überwachungs- und Berichtspflichten ein, um risikobehaftete Themen wie Altlasten zu berücksichtigen und der Gesellschaft keinen Schaden zuzufügen.

Zudem holen wir uns vor Maßnahmenstart Meinungen von bspw. dem NaBu oder der Forstbehörde ein, um Zielartenkonflikte zu vermeiden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: /

Verbesserungspotenziale:/

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Transparenz ist ein hohes Gut und das gilt auch für die HeimatERBE und unsere Verfahren.

Da die Natur und Umwelt für uns alle wichtig und bedeutend ist, ist letzten Endes auch das, was die HeimatERBE auf den Flächen tut, von legitimen Interesse für die Öffentlichkeit. Wir bemühen uns, dass die Wirkungen unseres unternehmerischen Handelns verständlich und transparent sind. Wir veröffentlichen auch kritische Gutachten (bspw. ifeu), News auf der Homepage, Testate durch unabhängige Dritte, wie bspw. dem GWÖ-Bericht und der Ökobilanz sowie auch den „umweltneutral-Standard“ zur Einsicht freigeben und diesbezüglich Feedback von NGOs zur kontinuierlichen Verbesserung einholen möchten. Jedoch ist es auch so, dass wir die ökologisch sinnvollste Methode wählen, um naturschutzfachlich optimal vorzugehen, was eine Integration in den Entscheidungsprozess mitunter schwierig gestaltet.

Im Rahmen von Kompensationsprojekten werden oftmals Vorwürfe des Greenwashings erhoben. Um diesem frühzeitig zu begegnen, haben wir eine große Dokumentationslage aufgebaut, unser HeimatERBE-Prinzip auf wissenschaftlichen Studien & ISO-Standards aufgesetzt, Experten hinzugezogen und einzelne Bestandteile des HeimatERBE-Prinzips durch unabhängige Dritte testieren lassen. Im Einzelnen bedeutet das, dass wir bereits bei der Flächenakquisition anhand einer Checkliste die Chancen und Risiken erörtern, nach Erwerb in die Kartierung und Entwicklungsplanung übergeben und mitsamt Umweltberatern ein Monitoring aufgesetzt haben, um die Entwicklung unserer Biotope und Arten auf den Flächen sehr detailliert nachverfolgen zu können. Das Monitoring wurde zum Jahr 2021 aufgesetzt, sodass wir derzeit noch keine Entwicklungen darstellen können. Das Jahr 2021 ist insofern das Ausgangsjahr gegen das fortan berichtet wird. Alle diese Prozesse und Ergebnisse werden dokumentiert, stehen intern jedem zur Verfügung und können auf Anfrage auch von Externen eingesehen werden. Da dies für unsere Kund:innen in der Regel zu sehr ins Detail geht, erstellen wir zusätzlich flächenbezogene Projektbücher, in welchen die Kund:innen nachvollziehen können, was im letzten Quartal tatsächlich umgesetzt wurde, unterfüttern dies mit Bildern und zeigen im Anschluss die Perspektive der Fläche auf. Über die ökologische Leistung hinaus, betrachten wir auch die ökonomische Perspektive anhand der geplanten Maßnahmen und dem daraus resultierenden Umweltwert, also der ökologischen Aufwertungsleistung, die wir auf unseren Flächen planen und umsetzen. Der Plan über unseren potenziell produzierten Umweltwert kann sich durch verschobene Maßnahmen ändern. Damit dies für unsere Kund:innen und Interessent:innen transparent ist, lassen wir unsere Umweltwertberechnung von einem Wirtschaftsprüfer methodisch prüfen, den im vergangenen Jahr tatsächlich produzierten Umweltwert sowie auch den für das kommende Jahr geplanten Umweltwert testieren. So stellen wir sicher, dass kein qm unserer Fläche doppelt verkauft wird und schaffen somit eine größtmögliche Transparenz unseres Tuns.

Nun gehen wir sogar noch einen Schritt weiter und haben in einem Standard von der TU Berlin beschreiben lassen, was es braucht, um umweltneutral zu agieren. Die Messlatte wird daher nochmal angehoben. Über entsprechende Zertifizierungsmöglichkeit befinden wir uns derzeit im Austausch. Zusätzlich zu diesen Aspekten stellen wir neben unserer ökonomischen Auswertung auch eine ökologische Auswertung über die Ökobilanzierung her sowie eine soziale Bilanz über diesen Bericht der GWÖ.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Standard beschrieben
- Testate über Umweltwert angestoßen
- Ökobilanzierung angestoßen
- GWÖ-Bilanz angestoßen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Zertifizierungsgespräche abschließen und umsetzen
- Umweltwertberechnung 2021 (IST) und 2022 (SOLL) testieren lassen
- Ökobilanz finalisieren
- GWÖ-Bilanz finalisieren

E4.2 Negativ-Aspekt: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Wir sind offen gegenüber einem Dialog mit Bürger:innen und haben dies auf Kurl auch bereits umgesetzt, aber wir fordern und fördern derzeit keine aktive Beteiligungsmöglichkeit, um den Fokus auf die naturschutzfachlich geleitete Arbeit zu lenken. Dennoch wird das Interesse durch einzelne Gruppen (Mountainbike, Haldenkreuz), Städte oder Organisationen (Nabu) berücksichtigt, da diese stellvertretend für einen bestimmten Interessentenkreis stehen und/oder das gesellschaftliche/ökologische Wohl im Auge haben. Die Dokumentation des Inputs aus derartigen Gesprächen vollzieht sich in der Regel über „interne“ Protokolle bzw. Mitschriften im Zuge des jeweiligen Gesprächs - gemeinsame Beschlüsse werden im Nachgang mit den Beteiligten geteilt.

Die Bürger erreichen uns aktuell per info@Adresse und werden zeitnah mit Berichten, Informationen oder Gesprächen bedient. Zukünftig werden unsere Kontaktdaten zudem unmittelbar am Flächeneingang präsentiert (Beschilderungskonzept).

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

➔ Nicht vorhanden

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

→ Nicht vorhanden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Dialog mit Vertretern von Bürger:innen nach Anfrage
- Aktives Einbeziehen von bspw. Nabu oder der Stadt

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ggf. Infoveranstaltungen für Bürger:innen durchführen und die Vorhaben mit „einfacher Sprache“ für alle Interessierte verständlich zu machen
- Feedbackmöglichkeit schaffen auch hinsichtlich Anregungen zur Verbesserungen
- einzelne Themen ggf. mit Bürger:innen und Stakeholdern abzustimmen

E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Wir sehen keine Fehlinformationen oder Abweichungen zwischen der internen und externen Kommunikation bzgl. HeimatERBE, unseren Maßnahmen oder unserem übergeordneten Zielen und Vorhaben. Unsere Entscheidungen basieren, vor allem bezüglich unserer Flächenentwicklung, auf anerkannten naturschutzfachlichen Aspekten, die wir oftmals mit Organisationen, wie bspw. der Forstbehörde oder dem Nabu abstimmen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: /

Verbesserungspotenziale:/

4. Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

- Ergänzung des betriebswirtschaftlichen Abschlusses von Unternehmensjahr 1 an, um den Vorbildcharakter zu erfüllen und die Balance zwischen Ökonomie, Ökologie und Sozialem zu fördern.
- Ansätze und Impulse von anderen Unternehmen erhalten, um das Unternehmen in Zukunft noch gemeinwohlorientierter aufzustellen
- Organisationsentwicklung vorantreiben unter Berücksichtigung der Ziele/Verbesserungsoptionen einzelner Kapitel

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

- Die Organisationsentwicklung aus einer zusätzlichen Perspektive angehen
- Mindset bei täglichen Entscheidungen nicht nur wirtschaftlich bewerten, sondern auch aus der gemeinwohlorientierten Perspektive
- Lernen: Ansätze und Impulse von anderen Unternehmen erhalten
- Identifizierte Verbesserungspotentiale ausschöpfen
- GWÖ-Community stärken, um die Definition des Wohlstands auf Ökologie und Soziales auszuweiten

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

In HeimatERBE sind Ökologie, Ökonomie und Soziales gleichwertige Partner. Jedes Tun des Unternehmens wird gleichzeitig in seiner ökologisch-naturschutzfachlichen wie auch seiner kaufmännischen und sozialen Qualität begutachtet.

Moderne Unternehmen suchen Möglichkeiten, ökologisch negative Wirkungen und Konsequenzen ihres Wirtschaftens aktiv auszugleichen. Dabei steigt der Anspruch an die Qualität der Kompensation und an die Nachvollziehbarkeit dieses Ausgleichs. HeimatERBE steht ihnen zur Seite und begleitet jeden Schritt dieses Weges mit individuellen Kompensationsdienstleistungen.

Durch jedes Produkt und jede Dienstleistung entstehen negative Auswirkungen auf unsere Umwelt. Diese Umweltwirkungen können in sogenannte Umweltkosten umgerechnet werden. Um sie zu kompensieren wird den Umweltkosten ein ökologischer Mehrwert - wir nennen ihn Umweltwert - gegenübergestellt.

HeimatERBE schafft diesen Umweltwert, indem wir bevorzugt degradierten Flächen in Deutschland - insbesondere aus Montan- und Industrienutzung - neuen ökologischen Wert geben: Über viele Jahrzehnte entwickeln wir die HeimatERBE Flächen naturschutzfachlich bestmöglich und entlassen sie anschließend gesundet und geheilt in die Zukunft.

Im Zuge unserer Dienstleistung beauftragen wir lokale Dienstleister:innen, um bestimmte Flächenarbeiten durchzuführen, bspw. Abriss oder Entsiegelung. Die ökologische Herangehensweise können wir mit unseren Kompetenzen gut bewerten, die soziale Komponente versuchen wir in den Gesprächen mit potentiellen Dienstleister:innen herauszufinden. Hier folgen wir derzeit keinen internen Richtlinien oder Checklisten, sondern hören auf das Bauchgefühl, ob eine Zusammenarbeit sinnvoll und gemäß unseren Prinzipien erfolgen wird. Durch enge Begleitung der Maßnahmen lässt sich im Verlauf der Zusammenarbeit immer besser bewerten, wie der Umgang untereinander ist, wie mit den Mitarbeiter:innen und sofern vorhanden, den Subunternehmer:innen umgegangen wird.

Als Risikoparameter sind die Flächenrisiken zu nennen, die bspw. Altlasten vorweisen können. Wir entgegnet diesen Risiken durch die Entnahme von Bodenproben vor der Flächenakquisition und weiteren Probenentnahmen in Abstimmung mit den Behörden, wenn Aufwertungsmaßnahmen durchgeführt werden. Außerdem stellen wir jährlich Kapitel zurück, um der hiermit verbundenen finanziellen Unsicherheit bei Auftreten des Risikos entgegenzuwirken.

Nicht finanzielle Indikatoren legen wir offen. Beispiele hierfür sind die Erfassung und Veröffentlichung unserer eigenen Ökobilanz, mit welcher wir unseren ökologischen Fußabdruck darlegen und diesen auf unseren Flächen kompensieren. Auch die GWÖ wird veröffentlicht, um die Transparenz über unser Tun weiter zu fördern.

5. Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

- Die drei fest angestellten Mitarbeiter:innen waren bei der Erstellung des GWÖ-Berichts intensiv involviert:
 - o Christoph Pauly, kümmert sich um die Organisation und Betriebswirtschaft im Unternehmen,
 - o Madlen Sprenger und Linda Froese, beides Ökologinnen sowie
- der Gründer Dr. Dirk C. Gratzel, gleichzeitig Geschäftsführer.
- Kenntnis hatten und informiert wurden die eng ans Unternehmen gebundenen Berater:
 - o Franz Gösling, Forstingenieur
 - o Dr. Matthias Nendza, (Hydro-)Geologe und Gesellschafter

GWÖ Berater:innen:

- Oliver Eller
- Sabine Berkelmann
- Sandra Paul
- Nora Kühnhausen

Beim Abschlussworkshop haben zudem zwei Vertreter:innen der Regionalgruppe Essen teilgenommen: Elizabeth Rasche und Ulrike Rittmann.

Es erfolgte keine Zeiterfassung, aber schätzungsweise wurden pro Kapitel ca. 15 Stunden aufgewendet, die sich wie folgt ergeben:

- Brainstorming von drei Personen zu je einer Stunde (=3)
- Bericht verfassen (=4)
- Ergänzungen aus dem Team (=1)
- Rücksprache mit den GWÖ-Berater:innen von mind. zwei Personen (3-4,5)
- Überarbeitung (=1)
- GF gibt Feedback (=1)
- Überarbeitung (=1)

Zusätzlich des Kapitels „Allgemein“ und „Ausblick“, was weniger Aufwand war, schätzen wir den Stundenaufwand auf 85 Stunden (15*5+10) exkl. der Telefonate und Workshops.

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

- Kick-Off mit Vorstellung aller Beteiligten, Ziel und Zweck am 06.01.2022
- Laufende Feedback-Sessions mit GWÖ-Berater durchgeführt
- Alle oben genannten Beteiligten haben die Bilanz lesen können, maßgeblich verfasst (gemeinsame Brainstormings, Ersterfassung und anschließende Ergänzungen) wurde er von den drei Mitarbeiter:innen.
- Die Geschäftsführung hat sich bewusst zurückgehalten und hatte eine Feedbackrolle inne.
- Abschlussworkshop am 18.03.2022
- Der Bericht/Testat wird intern sowie extern (Homepage, LinkedIn) kommuniziert.

Essen, den 19.10.2022

HeimatERBE GmbH