

# NACH HALTIG KEITS BERICHT

# 2024





|                  |           |
|------------------|-----------|
| <b>Editorial</b> | <b>03</b> |
| Status Quo       | 04        |

---

## STRATEGIE 05

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>UNTERNEHMENSPROFIL</b> | <b>07</b> |
| Wir über uns              | 07        |
| Was wir bieten            | 09        |

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>WESENTLICHKEITSANALYSE</b> | <b>10</b> |
| Wesentlichkeit                | 10        |
| GAP-Analyse                   | 11        |

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| <b>STAKEHOLDERDIALOG</b> | <b>12</b> |
| Konzeption               | 12        |
| Ergebnisse               | 13        |

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE</b> | <b>14</b> |
| Vision und Mission              | 14        |
| Leitprinzipien und Werte        | 14        |
| Nachhaltigkeitsziele            | 15        |
| Maßnahmen und Implementierung   | 16        |
| Monitoring und Reporting        | 17        |
| Kommunikation                   | 18        |
| Ausblick                        | 18        |



---

## ESG 19

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ENVIRONMENT</b>                        | <b>21</b> |
| Mobilität und CO <sub>2</sub> -Fußabdruck | 22        |
| Sonstige Ressourcen                       | 22        |

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>SOCIAL</b>             | <b>23</b> |
| Mitarbeitende             | 24        |
| Gemeinnütziges Engagement | 24        |

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| <b>GOVERNANCE</b>       | <b>25</b> |
| Compliance & Guidelines | 26        |

---

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>Abschließendes Statement</b> | <b>27</b> |
|---------------------------------|-----------|

|           |    |
|-----------|----|
| Impressum | 28 |
|-----------|----|



# Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Leserinnen und Leser,

ich freue mich, Ihnen unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht präsentieren zu dürfen. Als Gründer von GrünKern ist es mir ein persönliches Anliegen, unser junges Unternehmen von Beginn an als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit zu positionieren. Obwohl wir als kleines Start-Up nicht verpflichtet sind zu reporten, gehen wir freiwillig voran und übernehmen Verantwortung.

Die erarbeitete Nachhaltigkeitsstrategie ist unser Kompass für verantwortungsvolles Wachstum. Sie bildet das Fundament unserer Unternehmensphilosophie und hilft uns, wirtschaftlichen Erfolg, ökologische Verantwortung und soziales Engagement in Einklang zu bringen. In diesem Bericht dokumentieren wir unseren aktuellen Stand und stellen Ihnen unsere ambitionierten Ziele vor. Wir zeigen konkret auf, wie wir unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß reduzieren, Ressourcen effizient nutzen und durch Innovation den Herausforderungen der Zukunft begegnen.

## Warum das alles?

Für uns liegt es auf der Hand: Wir wollen aktiv Verantwortung übernehmen. Als Teil der Gesellschaft sind wir verpflichtet, nicht nur wirtschaftlich erfolgreich zu sein, sondern auch einen positiven Beitrag für Umwelt und Gemeinschaft zu leisten. Indem wir unsere Fortschritte und auch Herausforderungen offen kommunizieren, schaffen wir Glaubwürdigkeit und Transparenz – und stärken so das Vertrauen unserer Stakeholder. Gleichzeitig machen wir unser Unternehmen fit für die Zukunft.

In einer schnelllebigen Welt reagieren wir proaktiv auf aktuelle und kommende Herausforderungen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie gibt uns einen klaren Rahmen. So können wir flexibel agieren und langfristige Lösungen entwickeln, die den Ansprüchen unserer Kunden, Mitarbeiter und der Gesellschaft gerecht werden.

## Klarheit & Inspiration

Ein zentraler Aspekt unserer Strategie ist die Motivation und Einbindung unseres Teams. Eine klare, inspirierende Nachhaltigkeitsstrategie steigert das Engagement unserer Mitarbeiter und ihre Identifikation mit unseren Zielen. Indem wir alle aktiv einbeziehen, schaffen wir eine positive, dynamische Unternehmenskultur, die auf Zusammenarbeit und Innovation baut.

Wir wollen proaktiv den Weg in eine nachhaltige Zukunft ebnen. Wir wollen beweisen, dass auch ein junges Start-up weitreichende, zukunftsorientierte Maßnahmen ambitioniert umsetzen kann.

Ich lade Sie herzlich ein, uns auf diesem Weg zu begleiten und einen Blick hinter die Kulissen unseres Engagements zu werfen. Lassen Sie uns gemeinsam an einer nachhaltigen, innovativen Zukunft arbeiten, in der wirtschaftlicher Erfolg, ökologische Verantwortung und soziale Werte harmonisch verschmelzen.

Mit herzlichen Grüßen,

  
Johann Kaden  
Geschäftsführender Gesellschafter



# STATUS QUO

**Unsere Nachhaltigkeits-DNA.** Nachhaltigkeit ist für uns mehr als Zahlen und KPIs – sie ist Teil unserer Unternehmenskultur. Schon mit unserer Gründung im Jahr 2023 haben wir uns dem Grundsatz von ESG verpflichtet. Viele Maßnahmen, die wir bereits umsetzen, lassen sich nicht einfach in Kennziffern und Diagrammen darstellen, aber sie prägen unser tägliches Handeln. **Wir leben ESG ganzheitlich.** Diese Prinzipien sind nicht nur Strategie, sondern Überzeugung. Und genau das macht schon heute für uns den Unterschied.

Innovative und ressourcenschonende Elektrogeräte

Büro mit 100 % LED-Beleuchtung

Wasseraufbereitung des Leitungswassers im Büro mit Nanopartikel- und Kohlefilter

Nutzung von vor Ort erzeugtem Solarstrom

100% Ergonomische Arbeitsplätze

Grüne IT: serverfreie Cloudlösung mit Office 365 (bis Ende 2025 werden die Rechenzentren ausschließlich mit erneuerbaren Energien betrieben)

Gesunde Snacks: 100 % Bio-Produkte zur Verpflegung der Mitarbeiter

ÖPNV-Zuschuss & geförderte Weiterbildungsmaßnahmen

100% E-Fahrzeugflotte & eigene Lademöglichkeit am Standort

Büroteppich aus recycelten Fischernetzen

Kulturförderung: Sponsoring des Blues & Jazz Festivals in Bamberg im August



Soziales Engagement: Prothesenbau beim Teamevent im Dezember mit „The Hand Project“

Regionale Verantwortung: Spende an die Diakonie Erlangen zur Weihnachtszeit

**Diakonie**   
Erlangen



# STRATEGIE





*Unsere Nachhaltigkeitsstrategie: Zukunft gestalten, heute handeln.*


*Nachhaltigkeit ist für uns kein Trend, sondern eine Verantwortung – und eine Chance. Mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht setzen wir ein klares Zeichen: Wir wollen aktiv zur positiven Veränderung beitragen. Unser Fokus liegt auf echten, messbaren Fortschritten statt leeren Versprechen.*

*Von unseren Mitarbeitenden bis zu unseren Partnern – gemeinsam mit allen Stakeholdern entwickeln wir Lösungen, die ökologisch, sozial und wirtschaftlich sinnvoll sind. Zunächst gilt es jedoch zu ermitteln, wo wir heute stehen und welche Ziele wir uns setzen. Kurzum, wie können wir Nachhaltigkeit in unser tägliches Handeln integrieren. Kurz gesagt: Wir packen es an – transparent, dynamisch und zukunftsorientiert.*





# WIR ÜBER UNS

 Für uns sind Investitionen in Immobilien mehr als nur eine Kapitalanlage. Wir sind überzeugt: Immobilienanlagen bieten die einzigartige Möglichkeit, aktiv zum Umweltschutz beizutragen und gleichzeitig langfristige, stabile Erträge zu erzielen.

**Wir kreieren Vermögenswerte, die Mensch und Umwelt verbinden.**

Mit einem klaren Fokus auf nachhaltige und sozial verantwortliche Investitionen kombinieren wir ESG-Kriterien mit unserer langjährigen Immobilienexpertise, um für jedes Asset innovative Lösungen zu schaffen.



## Unser Antrieb

**Nachhaltigkeit schafft Wohlstand, Wohltätigkeit bringt Wandel** – unser Engagement geht über den Unternehmensalltag hinaus.

Wir setzen uns aktiv für **nachhaltige Lösungen** ein und unterstützen überregionale Initiativen in den Bereichen Tierwohl, Menschenrechte, Umweltschutz und kulturelles Erbe.

Mit unseren Projekten und Partnerschaften stoßen wir **positive Veränderungen** an, von denen Gesellschaft und Umwelt gleichermaßen profitieren.

Nachhaltigkeit und Wohltätigkeit gehen bei uns Hand in Hand – für eine Zukunft, in der **alle gemeinsam Verantwortung übernehmen**.





# Unsere KernWerte



Bei GrünKern sind unsere Werte die **Wurzeln**, die unser Handeln mit Nachhaltigkeit und Verantwortung verbinden. Sie wachsen mit uns, prägen unsere Identität und lenken unseren Weg – immer im Einklang mit einer **grünen Zukunft**.



## Bewusstsein

Wir haben ein tiefes Verständnis für Umwelt, Gesellschaft und regulatorische Anforderungen. Dieses ganzheitliche Verständnis führt zu **verantwortungsvollem Handeln** und bringt die Bedürfnisse von Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft in **Einklang**.



## Engagement

Mit unermüdlichem **Einsatz** entwickeln wir neue, effiziente und umweltfreundliche Lösungen, die den Wandel in der Immobilienbranche vorantreiben. Unser Engagement gilt nicht nur wirtschaftlichen Zielen, sondern auch dem **Gemeinwohl**. Deshalb unterstützen wir überregionale soziale Projekte und packen selbst mit an.



## Einsicht

Wir sind überzeugt, dass nachhaltige Beziehungen auf dem Teilen von Wissen, Ressourcen und Perspektiven beruhen. In unserem Alltag fördern wir **offene Kommunikation** und sorgen für **Transparenz** in unseren Geschäftspraktiken und Investitionsstrategien.



## Austausch

Wir pflegen einen **offenen, ehrlichen und kontinuierlichen Dialog** mit unseren Partnern und Kunden. Dieser aktive Austausch schafft Vertrauen und bildet die Basis für gemeinsamen Erfolg und langfristige Zusammenarbeit.





# WAS WIR BIETEN

Wir bei GrünKern Asset Management verstehen uns als das **Wurzelwerk**, das **Wertschöpfung und Nachhaltigkeit** in der Immobilienwelt verbindet. Unsere Mission ist es, **nachhaltige Strukturen** zu schaffen, die ökologisch und ökonomisch zukunftsfähig sind. Mit unserem Fachwissen legen wir das Fundament für eine wertbeständige und verantwortungsvolle Entwicklung von Immobilieninvestitionen.

## Gebäude-Zertifizierung

Enge Zusammenarbeit mit der DGNB zur Zertifizierung und damit Stärkung der Reputation sowie des Werts der Gebäude.

## ESG-Consulting & Performance Analyse

Strategische Beratung und Unterstützung bei der Implementierung von ESG-Initiativen, Entwicklung maßgeschneiderter Nachhaltigkeitsstrategien und Integration von ESG-Kriterien in Immobilienportfolios. Ergänzende ESG-Performance-Analyse samt Reporting anhand des CRREM-Pfades zur Ableitung von Investitionsempfehlungen unter Berücksichtigung von CAPEX-Schätzungen sowie verfügbarer Fördermittel und Subventionen.

## ESG-Due-Diligence & Transaktionsberatung

Unterstützung bei der nachhaltigen Immobilienakquisition, inklusive ESG-Due-Diligence und Risikobewertung. Aufbereitung und Strukturierung von Datenräumen für An- und Verkaufsprozesse sowie Koordination der beteiligten Akteure zur Sicherstellung einer effizienten und ESG-konformen Abwicklung.

## Green Asset Management

Nachhaltige Verwaltung und Management von Investments, Integration von ESG-Kriterien sowie den Anforderungen der EU-Taxonomie, Gewährleistung langfristiger Wertsicherung bei gleichzeitiger wirtschaftlicher Rentabilität.







# WESENTLICHKEIT

*Nachhaltigkeit ist kein statisches Konzept – sie entwickelt sich ständig weiter. Deshalb analysieren wir kontinuierlich, welche Themen für uns und unsere Stakeholder besonders relevant sind. In unserer Wesentlichkeitsanalyse identifizieren wir die zentralen Nachhaltigkeitsaspekte, auf die wir unseren Fokus legen.*

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein zentrales Instrument, um die **wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen** für unser Unternehmen und unsere Stakeholder zu bestimmen. Sie hilft uns, unsere Strategie auf jene Bereiche auszurichten, in denen wir den größten Einfluss haben und die für unsere Partner, Kunden und die Gesellschaft besonders relevant sind.

In einem internen Workshop haben wir uns intensiv mit den **ESG-Themen** (Environment, Social, Governance) auseinandergesetzt und analysiert, in welchen Bereichen unser Unternehmen Berührungspunkte hat:

## WESENTLICHE BEREICHE

THG-Emissionen  
Energieverbrauch  
Grüne Produkte  
umweltschonende  
Mobilität  
Verantwortung für  
Lieferkette  
Energieeffiziente IT  
Kreislaufwirtschaft  
Ressourceneffizientes  
Wirtschaften  
Nachhaltige Gebäude  
Nutzung Erneuerbarer  
Energien  
Umweltstandard-  
Zertifizierungen  
Verpflegung

Compliance  
Anti-Korruption  
Datensicherheit  
(Unternehmen,  
Mitarbeiter)  
Zertifizierungen  
faire  
Geschäftsbeziehungen  
Kommunikation mit  
Stakeholdern  
ESG-Impact

Arbeitgeber-  
attraktivität  
Mitarbeiterschulung /  
-förderung  
Datensicherheit  
(Kunden)  
Produktsicherheit /  
-qualität  
Arbeitnehmerrechte  
Wohltätigkeit,  
Sponsoring  
Mitarbeiter-  
gesundheit  
Arbeitssicherheit  
Konfliktmanagement



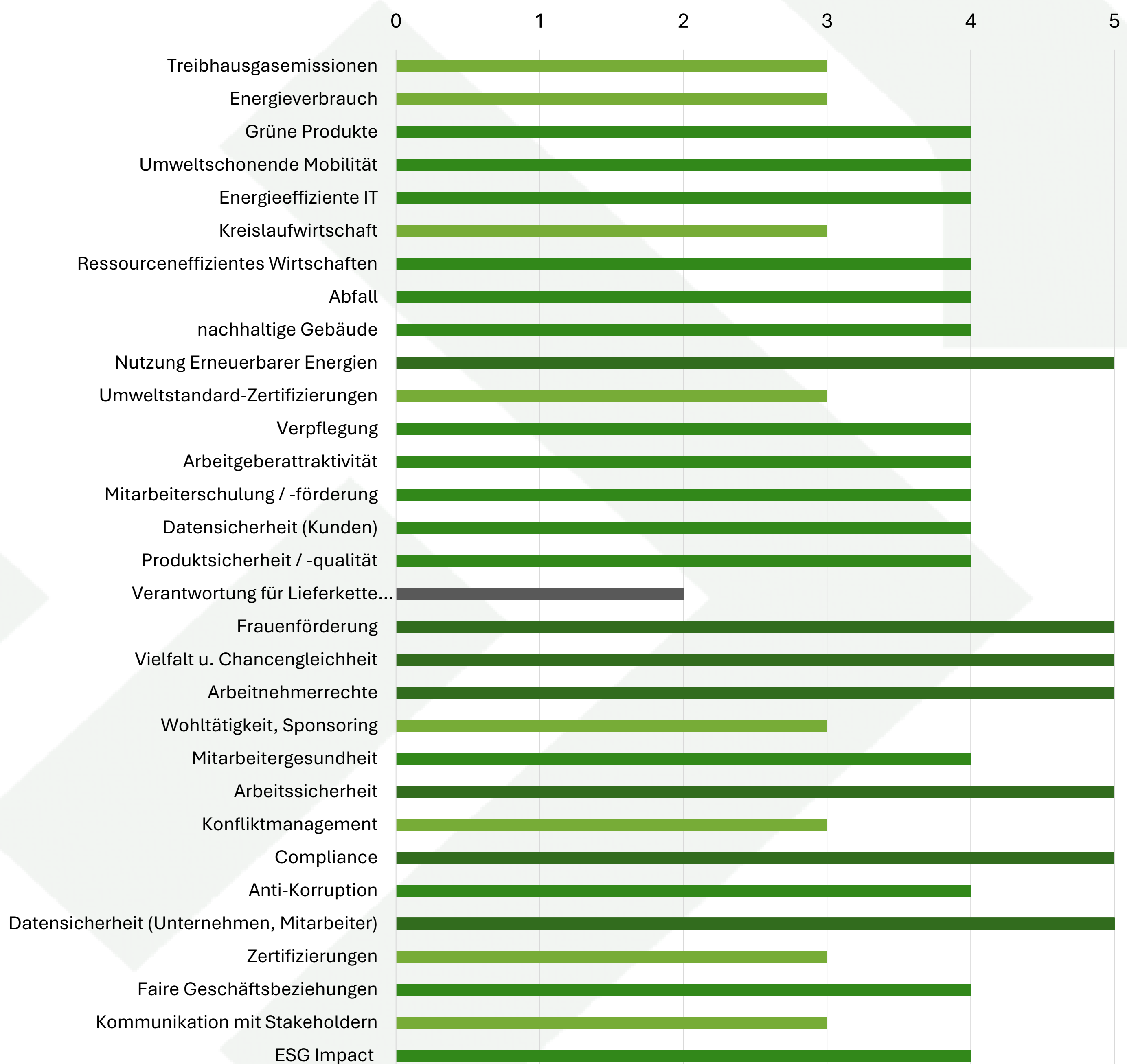


# GAP-Analyse

Anschließend haben wir eine **GAP-Analyse** durchgeführt, um Handlungsbedarfe zu identifizieren. Diese Analyse zeigt die Lücke zwischen dem Ist- und dem Soll-Zustand auf. Dabei wurde deutlich, dass in Bereichen THG-Emissionen, Energieverbrauch, Kreislaufwirtschaft, Umweltzertifizierungen im Einkauf, Verantwortung für die Lieferkette, Wohltätigkeit & Sponsoring, Konfliktmanagement, Unternehmenszertifizierungen und Stakeholder-Kommunikation die größten Optimierungsmöglichkeiten bestehen. Begründet wurde dies von allen Befragten mit dem Fehlen von **internen Richtlinien**, anhand derer die Umsetzung gemessen werden kann. Hieraus ziehen wir ein ToDo für das Jahr 2025.

## Inwieweit wird das jeweilige Thema bereits im Unternehmen abgebildet?

(1 = überhaupt nicht, 5 = best practice)



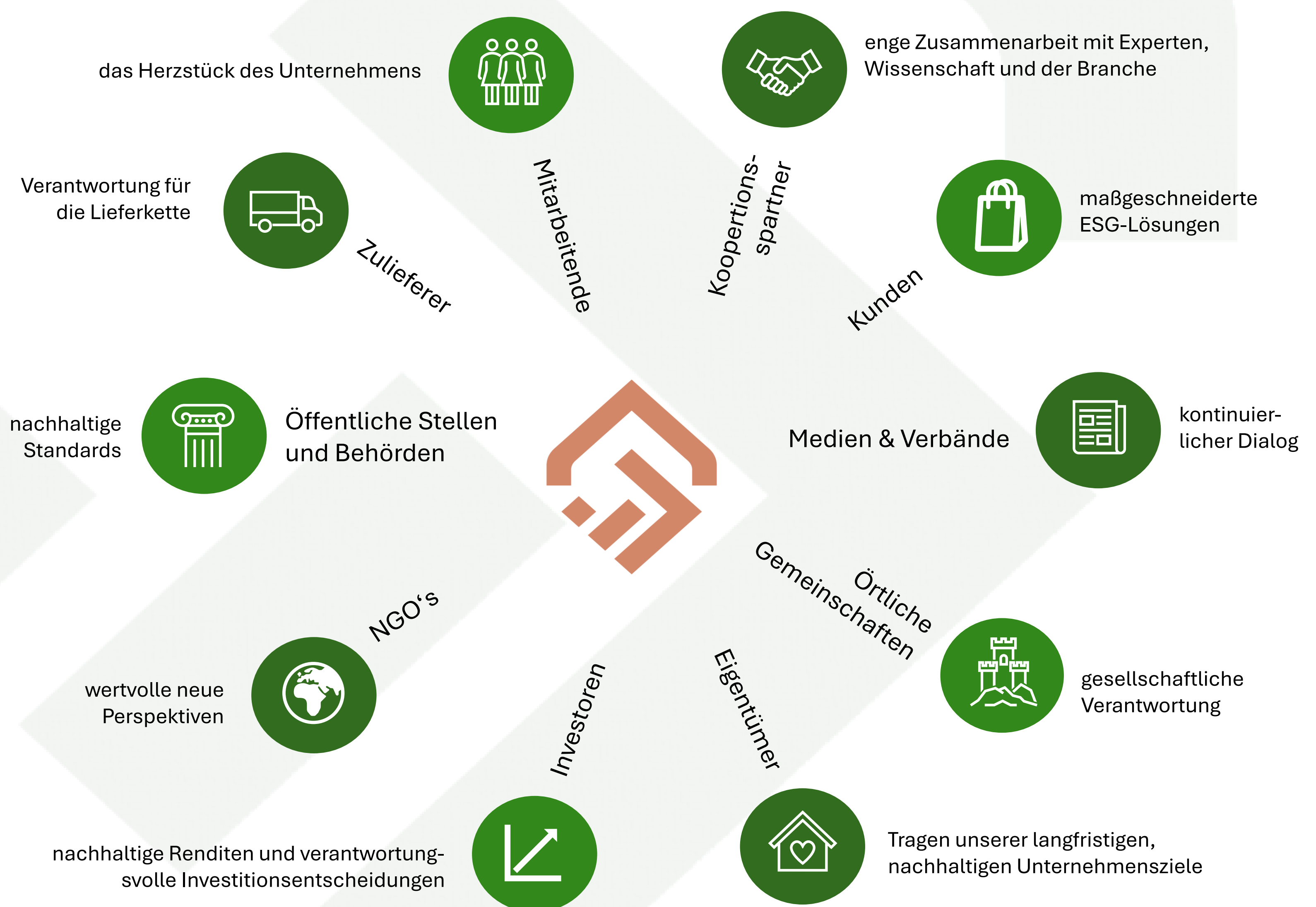




# Stakeholderdialog: Konzeption

Die Wesentlichkeitsanalyse hat uns gezeigt, welche Themen besonders wichtig für unser Unternehmen sind. Ebenso wichtig ist es, die Erwartungen und Bedürfnisse unserer **Anspruchsgruppen (Stakeholder)** zu verstehen. Daher haben wir aktiv den Dialog mit unseren Stakeholdern gesucht. Dieser offene Austausch ist entscheidend, um nachhaltige Entwicklungen gezielt voranzutreiben. Indem wir die Bedürfnisse erkennen und Herausforderungen gemeinsam angehen, werden unsere Stakeholder zu aktiven Mitgestaltern auf unserem Weg zu einer verantwortungsvollen Unternehmensführung.

**Unsere Stakeholdergruppen:** Für eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie haben wir die wichtigsten Interessengruppen identifiziert und ihre Erwartungen analysiert. Dazu gehören:







# Ergebnisse

## Dialogformate und Interaktionswege





Um zukünftige Stakeholderbefragungen vorzubereiten, haben wir intern ein **Rollenspiel** durchgeführt. Die Teilnehmer schlüpften in die Rolle verschiedener Stakeholdergruppen und beantworteten aus deren Perspektive die Frage: „*Wie relevant ist es für den jeweiligen Stakeholder, dass GrünKern bestimmte Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt oder umsetzt?*“. Auf Grundlage der internen Analyse haben wir zudem eine erste **externe Stakeholder-Umfrage** durchgeführt. Die Rücklaufquote lag bei 50 %, und die Ergebnisse lieferten wertvolle Einblicke:

## Ergebnisse und Auswirkungen des Stakeholderdialogs

Über alle Themenbereiche hinweg wurden folgende Aspekte als besonders relevant identifiziert:

- 1 **Datensicherheit**
- 2 **Compliance & Anti-Korruption** **Produktqualität und -sicherheit** **ESG-Impact**  
**Konfliktmanagement** **Stakeholder-Kommunikation** **Faire Geschäftsbeziehungen**
- 3 **Ressourceneffizientes Wirtschaften** **Grüne Produkte** **„Soziale DNA“-Themen**  
**Arbeitssicherheit & Mitarbeitergesundheit** **Nachhaltige Gebäude**  
**Zertifizierungen**

Die gewonnenen Erkenntnisse sind direkt in unsere Nachhaltigkeitsstrategie eingeflossen. Durch den regelmäßigen Austausch mit unseren Stakeholdern können wir gezielt auf Anregungen reagieren, Herausforderungen frühzeitig erkennen und nachhaltige Lösungen entwickeln. Unsere Stakeholder sind somit nicht nur Beobachter, sondern aktive Mitgestalter unseres Weges.

-  **100 %** der befragten Stakeholder bestätigen, dass Nachhaltigkeit für sie ein wichtiges Thema ist.
-  **75 %** der Teilnehmenden formulierten **klare Erwartungen** an unsere Nachhaltigkeitsstrategie.
-  **88 %** wünschen sich **regelmäßige Updates** zu unseren Nachhaltigkeitsbemühungen.
-  **50 %** wären bereit, sich **aktiv an der Umsetzung** der Strategie zu beteiligen.

Diese Ergebnisse bestärken uns darin, transparent zu kommunizieren und unsere Stakeholder weiterhin eng einzubinden, um gemeinsam erfolgreich zu sein.



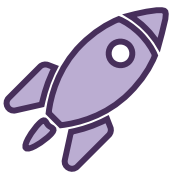


# STRATEGIE

## 1 Vision und Mission



Wir stärken das Fundament jeder Immobilie in Einklang mit der nachhaltigen Entwicklung der UN-Agenda 2030. Gemeinsam gestalten wir lebenswerte Räume, die sowohl den Menschen als auch der Umwelt zugutekommen.



Unsere Mission ist es, durch nachhaltige und sozial verantwortliche Investitionsstrategien neue Maßstäbe für das Asset Management zu setzen. Mit unserer langjährigen Erfahrung im Immobiliensektor und dem entscheidenden Beitrag unserer ESG-Manager bringen wir Fachkenntnis und Innovation in jedes Projekt. So agieren wir agil am Puls der Zeit, indem wir die neuesten Nachhaltigkeitsrichtlinien berücksichtigen, um zukunftsorientierte Lösungen zu schaffen.

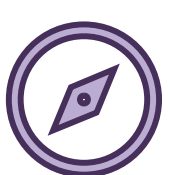
## 2 Leitprinzipien und Werte



Unsere Strategie basiert auf klaren Prinzipien und den Werten von GrünKern - unsere Wurzeln, die alles, was wir tun, mit Nachhaltigkeit und Verantwortung verbinden.

- **Bewusstsein:** ganzheitliches Verständnis für Umwelt, Gesellschaft und Vorgaben; Handeln, das ökologische, soziale und ökonomische Bedürfnisse in Einklang bringt.
- **Engagement:** unermüdlicher Einsatz für nachhaltige Lösungen; aktives gesellschaftliches Engagement über das Kerngeschäft hinaus.
- **Einsicht:** offene Kommunikation und Transparenz in allen Geschäftspraktiken; daraus entstehendes Vertrauen bei unseren Partnern.
- **Austausch:** kontinuierlicher Dialog auf Augenhöhe mit allen Stakeholdern; gemeinsame Lösungen entwickeln für eine nachhaltige Zukunft.

## 3 Nachhaltigkeitsziele im Unternehmensfokus



Unsere Strategie basiert auf der internen Wesentlichkeitsanalyse, dem Stakeholderdialog und den erweiterten Nachhaltigkeitszielen. Dabei haben wir unsere Ziele den Bereichen Environment, Social und Governance zugeordnet.





## ENVIRONMENT

### *CO<sub>2</sub>-Fußabdruck erfassen und reduzieren:*

- Schätzung für 2024 und Erfassung der Emissionen für 2025
- Förderung nachhaltiger Mobilität
- Ausbau digitaler Arbeitsformen zur Senkung von Reiseemissionen

### *Ressourcenverbrauch minimieren:*

- Strom-, Wasser- und Wärmeverbrauch systematisch erfassen und optimieren
- Kreislaufwirtschaft etablieren
- Papierverbrauch reduzieren und digitale Signaturen einsetzen
- weiterhin nachhaltige Lebensmittel und Getränke beziehen

## SOCIAL

### *Attraktive Arbeitsbedingungen und Mitarbeiterentwicklung:*

- flexible Arbeitsmodelle
- gezielte Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote
- Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden (z.B. durch Well-Being Monday, Urban Sports Club-Mitgliedschaft)
- Konfliktmanagement-Richtlinie ein- und anonyme Mitarbeiterbefragungen durchführen

### *Sicherheit und Gesundheit:*

- regelmäßige Schulungen zu Ergonomie, Brandschutz und Erster Hilfe
- hohe Arbeitssicherheitsstandards gewährleisten

## GOVERNANCE

### *Compliance und Anti-Korruption:*

- Verhaltenskodex entwickeln und klare Prozessbeschreibungen für alle operativen Bereiche festlegen
- regelmäßige Schulungen und Audits zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften

### *Datensicherheit und Transparenz*

- Datenschutz- und IT-Sicherheitsrichtlinien im Unternehmensguide verankern
- Mitarbeiter kontinuierlich für den sicheren Umgang mit Daten sensibilisieren

### *Stakeholder-Kommunikation:*

- laufend über Fortschritte, Erfolge und Herausforderungen berichten
- offene, konstruktive Dialogformate mit internen und externen Stakeholdern etablieren



# 4 Maßnahmen und Implementierung



## 4.1 Aufbau von Strukturen und Verantwortlichkeiten

- **Nachhaltigkeitsteam:** die ESG-Initiativen werden vom ganzen Team koordiniert und in regelmäßigen Statusupdates kommuniziert
- **Sustainability Manager:** eine zentrale Ansprechperson steuert die Umsetzung der Maßnahmen, überprüft KPIs und sichert die Kommunikation mit den Stakeholdern

## 4.2 Konkrete Maßnahmen

### UMWELT & RESSOURCEN

- **E-Auto-Richtlinie:** Einführung einer Richtlinie zur Nutzung von E-Autos inkl. Emissionserfassung
- **ÖPNV-Förderung:** Deutschlandticket weiterhin anbieten, um nachhaltige Mobilität zu unterstützen
- **Dienstfahrräder:** Möglichkeit der Einführung von Dienstfahrrädern prüfen
- **Geschäftsreisen:** Reise- und Übernachtungskosten zentral erfassen; wo möglich auf Online-Meetings ausweichen
- **Homeoffice-Regelung:** bis zu zwei Homeoffice-Tage pro Woche beibehalten, um Work-Life-Balance zu fördern und den Teamzusammenhalt aufrechtzuerhalten
- **Digitale Meetings:** Online-Besprechungen priorisieren, um Emissionen und Kosten zu reduzieren
- **CO<sub>2</sub>-Erfassung:** für 2024 die Emissionen hochrechnen; ab 2025 vollständige Emissionsanalyse durchführen
- **Stromverbrauch:** Monatlich messen und auswerten; Maßnahmen zur Reduktion umsetzen
- **Wasserverbrauch:** Erfassen und pro Kopf auswerten; ggf. Wasserdruck reduzieren
- **Heizenergie:** Verbrauch analysieren; Effizienzmaßnahmen einleiten
- **Richtlinien zur Kreislaufwirtschaft:** In den Unternehmensguide integrieren (z. B. Mülltrennung, nachhaltige Müllbeutel)
- **Papierverbrauch:** Richtlinie für Druck und Papierbeschaffung einführen; digitale Signaturtools einsetzen
- **Nachhaltige Lebensmittel:** Bevorzugt fair produzierte Lebensmittel einkaufen; Wasserfilter installieren; auf losen Tee umsteigen

### MITARBEITENDE & SOZIALES

- **Ausbildung und Nachwuchsförderung:** Einrichtung eines dualen Studienplatzes prüfen; Nachwuchsförderung durch Richtlinie im Unternehmensguide verankern.
- **Sicherheit und Gesundheit:** Schulungen zu Ergonomie, Brandschutz und Erster Hilfe durchführen; **Well-Being Monday** (gesunde gemeinsame Mahlzeit) etablieren und weitere Benefit-Programme prüfen.
- **Fort- und Weiterbildung:** Einsatz einer Web-Plattform (z. B. LinkedIn Learning) für flexible, hochwertige Lernangebote evaluieren.
- **Konfliktmanagement:** Richtlinie für internes und externes Konfliktmanagement entwickeln; jährliche anonyme Mitarbeiterbefragungen und regelmäßige **Wurzeltage** (offene Austauschformate) einführen.
- **Freiwilliges Spenden:** Spendenkonzept entwickeln und im Unternehmensguide verankern.
- **Wirtschaft vor Ort:** Weiterhin bevorzugt regional einkaufen (z. B. regionale „Abokiste“ nutzen).
- **Sportsponsoring:** Einen regionalen Kindersportverein unterstützen, um Gesundheit und Gemeinschaft zu fördern.
- **Gemeinnützige Aktionen:** Einen jährlichen Social Day für das Team durchführen (erstes Event: Paddeltour zum Müllsammeln).

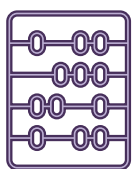




## GOVERNANCE

- **Operative Guidelines:** Verhaltenskodex und Prozessbeschreibungen für alle operativen Bereiche erstellen; im Unternehmensguide integrieren
- **Datensicherheit:** Datenschutz- und Datensicherheitsrichtlinie erstellen; regelmäßige Mitarbeiterschulungen zum sicheren Datenumgang durchführen

# 5 Monitoring und Reporting



- **Reporting:** Erstellung eines **jährlichen Nachhaltigkeitsberichts**, der offen Fortschritte, Herausforderungen und Maßnahmen darlegt
- **Regelmäßiges Feedback:** Kontinuierliche Einbindung unserer Stakeholder (Mitarbeiter, Investoren, Kunden, Lieferanten etc.) durch Umfragen, Workshops und Dialogformate, um Rückmeldungen aufzunehmen
- **Zertifizierungen und Audits:** Prüfung externer Zertifizierungen und Durchführung externer Audits, um die Glaubwürdigkeit und Qualität unserer Maßnahmen zu bestätigen
- **KPIs und Erfolgsmessung:** Definition quantitativer und qualitativer Kennzahlen für Umwelt, Soziales und Governance, um unseren Fortschritt messbar zu machen

| Environment   | Social  | Governance   |
|---|---|--|
| Anzahl der Mitarbeiter, die ein E-Auto nutzen   | Anzahl der eingerichteten dualen Studienplätze / Ausbildungsplätze              | Fertigstellung des Unternehmensguides                            |
| Anzahl der E-Ladevorgänge pro Monat und dadurch entstandene CO <sub>2</sub> -Emissionen   | Anzahl der angebotenen Schulungen zur Mitarbeitergesundheit u. Arbeitsschutz    | Anzahl der erstellten Verhaltenskodizes u. Prozessbeschreibungen |
| Anzahl der Mitarbeiter, die das Deutschlandticket nutzen  | Teilnahmequote der Mitarbeiter an Schulungen                                    | Status der DGNB-Zertifizierung                                   |
| Anzahl der Mitarbeiter, die Interesse an einem Dienstfahrrad haben  | Anzahl der durchgeführten Well-Being Mondays                                    | Prüfung der Kriterien für B-Corporation                          |
| Anzahl der Geschäftsreisen und dadurch entstandene CO <sub>2</sub> -Emissionen  | Anzahl der Mitarbeiter, die Weiterbildungsformate nutzen                        | Zuständige Mitarbeiter für ESG-Ziele                             |
| Durchschnittliche Anzahl der Homeoffice-Tage pro Mitarbeiter/Woche  | Gesamtbetrag der gespendeten Mittel (insgesamt) pro Jahr                        |  |
| Geschätzte CO <sub>2</sub> -Einsparungen durch reduziertes Pendeln  | Anzahl der jährlichen Mitarbeiterbefragungen                                    |  |
| Anzahl der digitalen Meetings, die statt eines Vor-Ort-Termines durchgeführt werden konnten und dadurch eingesparte CO <sub>2</sub> -Emissionen | Teilnahmequote an den Mitarbeiterbefragungen                                    |  |
| Gesamter Stromverbrauch pro Jahr und dadurch verursachte CO <sub>2</sub> -Emissionen  | Anzahl der „Wurzeltage“   |  |
| Wasserverbrauch pro Jahr und durchschnittlicher Verbrauch pro Mitarbeiter   | Anzahl der abgeschlossenen Kurse und Lernmodule auf der Weiterbildungsplattform |  |
| Verbrauch der Fußbodenheizung und dadurch verursachte CO <sub>2</sub> -Emissionen   | Prozentsatz des Einkaufs für regionale Produkte                                 |  |
| Gesamter Papierverbrauch pro Jahr   | Anzahl der Social Days pro Jahr   |  |
| Anzahl der Dokumente, die digital signiert werden konnten   | Teilnahmequote an den Social Days   |  |
| Anteil fair produzierter Lebensmittel am Gesamteinkauf  |   |  |





## 6 Kommunikation und Stakeholder-Engagement



- **Interner Dialog:** transparente Information aller Mitarbeiter über Nachhaltigkeitsziele, -maßnahmen und -erfolge
- **externe Kommunikation:** regelmäßige Berichte und Updates für Investoren, Kunden, Lieferanten und weitere Stakeholder; aktive Teilnahme an Branchenforen, Verbänden und öffentlichen Veranstaltungen, um unsere Fortschritte zu teilen
- **Stakeholder-Dialog:** Fortführung von Stakeholder-Umfragen, Rollenspielen und Workshops, um Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen und in die Strategie zu integrieren.

## 7 Fazit und Ausblick



Mit dieser erweiterten Nachhaltigkeitsstrategie bekennt sich GrünKern klar zu einer **verantwortungsvollen, zukunftsfähigen Unternehmensführung**. Die definierten Ziele und Maßnahmen verbinden wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte und schärfen unser Profil als **nachhaltiger Akteur** in der Immobilienbranche.

Unsere Strategie ist **dynamisch** angelegt und wird regelmäßig überprüft, um flexibel auf neue Herausforderungen und Chancen reagieren zu können. Auf dieser Grundlage entwickeln wir als nächsten Schritt **objektspezifische Maßnahmen** für die von uns betreuten Immobilien. So stellen wir sicher, dass sich Nachhaltigkeit **durchgängig in unserer gesamten Wertschöpfungskette** widerspiegelt.



# ESG







*Im zweiten Teil unseres Nachhaltigkeitsberichts widmen wir uns den zentralen Aspekten von Nachhaltigkeit: der Umwelt, dem Sozialem und der Unternehmensführung.*

*Wir ziehen Bilanz unserer Fortschritte in allen Bereichen und vergleichen den aktuellen Status Quo mit unseren Zielen. Dabei beleuchten wir detailliert, wie wir unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren, soziale Verantwortung fördern und eine transparente, verantwortungsvolle Unternehmensführung stärken.*

*Unser Ziel ist es, sowohl Erfolge als auch Herausforderungen offen aufzuzeigen, um den Weg für kontinuierliche Verbesserungen zu ebnen und nachhaltiges Wachstum zu sichern.*





# ENVIRONMENT





*Nachhaltigkeit braucht klare Fakten – deshalb starten wir mit der ersten Erfassung unserer Umwelt-KPIs. Wo stehen wir heute? Welche Stellschrauben haben den größten Impact? Diese Bestandsaufnahme ist unser Sprungbrett, um Umweltziele nicht nur zu setzen, sondern auch messbar zu erreichen. Energieverbrauch, Emissionen, Ressourcennutzung – wir schauen genau hin, um smarte Lösungen für eine nachhaltigere Zukunft zu entwickeln. Denn nur, wenn wir wissen, wo wir stehen, können wir wirklich etwas verändern.*

## Mobilität & CO<sub>2</sub>-Fußabdruck

|   |                                |
|---|--------------------------------|
| Anteil elektrisch betriebener Firmenwägen:                          | 100 %                          |
| Gesamte CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Firmenwägen:              | k.A.* kg CO <sub>2</sub> /Jahr |
| Mitarbeiter, die mit dem ÖPNV den Arbeitsweg zurücklegen:           | 25 %                           |
| Mitarbeiter, die Interesse an einem Dienstfahrrad haben:            | 25 %                           |
| Anzahl der Geschäftsreisen  |                                |
| CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Geschäftsreisen:                  | k.A.* kg CO <sub>2</sub> /Jahr |
| durchschnittliche Anzahl der Homeoffice-Tage pro Mitarbeiter/Woche: | 1 Tag / Mitarbeiter            |
| Geschätzte CO <sub>2</sub> -Einsparungen durch reduziertes Pendeln: | k.A.* kg CO <sub>2</sub> /Jahr |
| Gesamter Stromverbrauch:  | k.A.* kWh                      |
| CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Stromverbrauch:                   | k.A.* kg CO <sub>2</sub> /Jahr |
| Anzahl der E-Ladevorgänge pro Jahr:                                 | k.A. *                         |
| Gesamter Wasserverbrauch:   | k.A.* cbm                      |
| Durchschnittlicher Wasserverbrauch pro Mitarbeiter:                 | k.A.* cbm/p.a.                 |
| Verbrauch der Fußbodenheizung:                                      | k.A.* kWh                      |
| Geschätzte CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Heizenergie:           | k.A.* kg CO <sub>2</sub> /Jahr |
| Geschätzte CO <sub>2</sub> -Emissionen für 2024 (Hochrechnung):     | k.A.* kg CO <sub>2</sub> /Jahr |

## Sonstige Ressourcen

|  |             |
|--|-------------|
| Gesamter Papierverbrauch pro Jahr:                         | 1397 Seiten |
| Anzahl der Dokumente, die digital signiert werden konnten: | 0           |
| Anteil fair produzierter Lebensmittel am Gesamteinkauf:    | 100 %       |

\* keine Angabe aufgrund noch nicht vorliegender Abrechnung oder noch zu etablierender Erfassungstools möglich. Die Zahlen für das Jahr 2024 werden im Nachhaltigkeitsbericht 2025 ergänzt und verglichen.





# SOCIAL



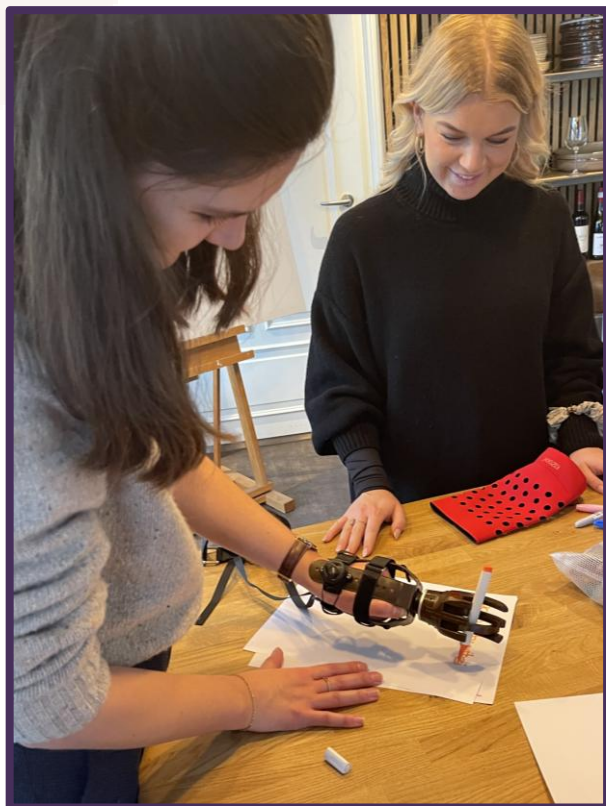
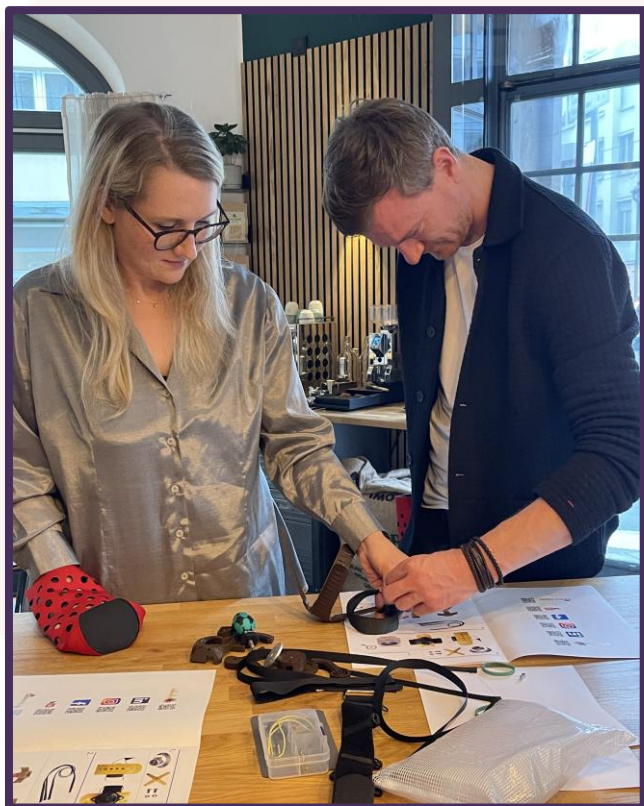


Mitarbeitende

|   |     |
|---|-----|
| Anzahl der eingerichteten dualen Studienplätze / Ausbildungsplätze:   | 0   |
| Anzahl der angebotenen Schulungen zur Mitarbeitergesundheit u. Arbeitsschutz (Ergonomie, Brandschutz und Erster Hilfe): | 0   |
| Teilnahmequote der Mitarbeiter an Schulungen:   | 0 % |
| Anzahl der durchgeführten Well-Being Mondays:   | 0   |
| Mitarbeiter, die Weiterbildungsformate nutzen:  | 50% |
| Anzahl der abgeschlossenen Kurse u, Lernmodule auf der Weiterbildungsplattform:   | 0   |
| Anzahl der durchgeführten Mitarbeiterbefragungen:   | 0   |
| Teilnahmequote an der Mitarbeiterbefragung:   | 0 % |
| Anzahl der „Wurzeltage“ (Austausch-Meetings):   | 0   |

Gemeinnütziges Engagement

|  |             |
|--|-------------|
| Gesamtbetrag der gespendeten Mittel (insgesamt) pro Jahr:  | 10.838,25 € |
| Anteil der gespendeten Mittel für die jeweiligen Bereiche: |             |
| Tierschutz:  | 0,00 €      |
| Menschenrechte:  | 2.588,25 €  |
| Kulturelles:   | 6.000,00 €  |
| Regionales:  | 2.250,00 €  |
| Prozentsatz des Einkaufs für regionale Produkte:           | 50 %        |
| Anzahl der veranstalteten Social Days:                     | 1           |
| Teilnahmequote an den Social Days:                         | 100 %       |







# GOVERNANCE





## Compliance & Guidelines

|   |                |
|---|----------------|
| Status Erstellung eines Unternehmensguides:                       | nicht begonnen |
| Anzahl der erstellten Verhaltenskodizes u. Prozessbeschreibungen. | 0              |
| Status der DGNB-Anerkennung des Asset Managements:                | nicht begonnen |
| Status Kriterienprüfung B-Corporation:                            | nicht begonnen |
| Anzahl der zuständigen Mitarbeiter für ESG-Ziele:                 | 4              |







# Abschließendes Statement und Ziele für 2025

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht setzen wir ein klares Zeichen: Nachhaltigkeit ist für GrünKern **kein Nebenschauplatz**, sondern ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Wir sind überzeugt, dass wirtschaftlicher Erfolg, ökologische Verantwortung und soziale Gerechtigkeit untrennbar miteinander verbunden sind. Das Jahr 2024 war für uns der Startpunkt einer ambitionierten Entwicklung. Wir haben unsere Nachhaltigkeitsstrategie definiert, Strukturen geschaffen und erste Maßnahmen umgesetzt. Doch wir wissen: **Nachhaltigkeit ist ein fortlaufender Prozess**. Unser Ziel für 2025 ist es, unsere Wirkung weiter zu verstärken und nachhaltige Veränderungen konsequent in unserem Geschäftsmodell zu verankern.

Wir haben 2025 einen klaren Fokus: nicht nur Ziele definieren, sondern sie auch in konkrete Ergebnisse überführen. Unser Weg in eine nachhaltige Zukunft ist ambitioniert, aber realistisch – denn Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern die Basis einer verantwortungsvollen und zukunftssicheren Immobilienbranche.

Wir danken allen, die diesen Weg mit uns gehen – unseren Mitarbeitenden, Partnern, Kunden und Investoren. Gemeinsam setzen wir neue Maßstäbe für nachhaltiges Wirtschaften und gestalten eine Zukunft, die für alle lebenswert bleibt.

## GrünKern Asset Management. Nachhaltigkeit im Kern.

### Unser Fokus für 2025

- ✓ **CO<sub>2</sub>-Fußabdruck erfassen und reduzieren:** Erste vollständige CO<sub>2</sub>-Bilanz erstellen und gezielte Maßnahmen ableiten.
- ✓ **Nachhaltige Mobilität ausbauen:** Anzahl der Mitarbeitenden mit E-Auto, ÖPNV-Ticket oder Dienstfahrrad steigern.
- ✓ **Kreislaufwirtschaft stärken:** Papierverbrauch um 30 % senken, Abfalltrennung optimieren, nachhaltige Büroartikel nutzen.
- ✓ **Energieverbrauch optimieren:** Strom- und Wasserverbrauch monatlich erfassen, energiesparende Maßnahmen technisch prüfen.
- ✓ **Mitarbeitende weiter fördern:** Fortbildungsangebote ausbauen, Zufriedenheit steigern, Gesundheit & Well-Being weiter stärken.
- ✓ **Diversität und Inklusion fördern:** Klare interne Richtlinien etablieren, gezielte Programme umsetzen.
- ✓ **Engagement ausweiten:** Mindestens zwei Social Days pro Jahr, stärkere Einbindung in lokale und soziale Projekte.
- ✓ **ESG-Reporting professionalisieren:** Einheitliche KPIs entwickeln, Fortschritte messbar machen und regelmäßig veröffentlichen.
- ✓ **Compliance & Datenschutz stärken:** Neue interne Richtlinien ausarbeiten, Transparenz für alle Stakeholder erhöhen.
- ✓ **Stakeholder-Dialog ausbauen:** Externe Umfragen und Feedback-Prozesse weiterentwickeln, um nachhaltige Entscheidungen auf breiter Basis zu treffen.





# IMPRESSUM

## Quellen:

S. 1 u. 28: <https://natrue.org/uploads/2020/06/Canva-Woman-Holding-Fern-Leaf-768x513.jpg>

S. 4: [https://static.wixstatic.com/media/390a93\\_46e55d1b13fb4936abc93414397d2920~mv2.jpg](https://static.wixstatic.com/media/390a93_46e55d1b13fb4936abc93414397d2920~mv2.jpg)

<https://handproject.org/wp-content/uploads/2022/03/The-Hand-Project-no-tb-logo-hi-res.jpg>

[https://betterplace-assets.betterplace.org/uploads/organisation/profile\\_picture/000/038/250/crop\\_original\\_bp1565617104\\_DIA\\_logo\\_1217\\_RZ\\_gross.png](https://betterplace-assets.betterplace.org/uploads/organisation/profile_picture/000/038/250/crop_original_bp1565617104_DIA_logo_1217_RZ_gross.png)

S. 9: [https://cdn.pixabay.com/photo/2015/10/08/00/50/tree-977047\\_1280.jpg](https://cdn.pixabay.com/photo/2015/10/08/00/50/tree-977047_1280.jpg)



## verantwortlich für den Inhalt:

GrünKern Asset Management GmbH  
Gewerbering 38a  
91341 Röttenbach

Tel. +49 9195 936494-0  
[info@gruenkern-am.de](mailto:info@gruenkern-am.de)  
[www.gruenkern-am.de](http://www.gruenkern-am.de)



# 2024