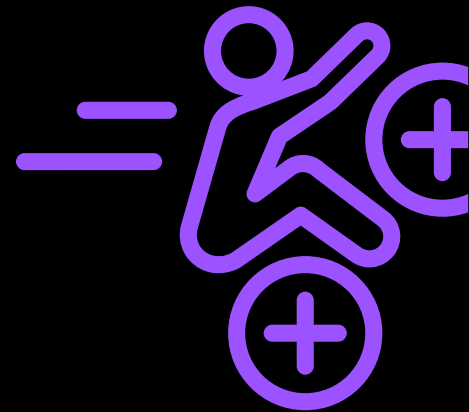




halle02 GmbH

Gemeinwohl-Bericht

Berichtsjahr 2024



halle02.de/plus



Vorbemerkung

Mit dieser Gemeinwohl-Bilanz legen wir erstmals einen umfassenden Bericht über die Wirkung unseres Unternehmens im Sinne der Gemeinwohl-Ökonomie vor. Grundlage ist die Gemeinwohl-Matrix 5.0.1, an der wir uns bei der Erstellung orientiert haben.

Unser Ziel war es, auf dieser Basis einen ehrlichen und strukturierten Blick auf unsere Tätigkeiten zu werfen: Wo leisten wir bereits einen positiven Beitrag zum Gemeinwohl? Wo bestehen noch Entwicklungspotenziale? Die Bilanz ist damit ein wichtiges Instrument, um unsere Werte sichtbar zu machen und zugleich unsere Organisation konsequent weiterzuentwickeln.

Der vorliegende Bericht ist nach bestem Wissen und Gewissen entstanden. Er versteht sich als Ausgangspunkt: ein erster Schritt, der uns Orientierung bietet und den wir in den kommenden Jahren vertiefen wollen. Eine formale Prüfung oder ein externes Testat liegt bislang nicht vor; perspektivisch kann dies jedoch ein sinnvoller nächster Schritt sein, um unsere Arbeit weiter zu professionalisieren.

Wir bedanken uns bei allen, die diesen Prozess unterstützt und mit ihrem Engagement ermöglicht haben, und freuen uns, die weitere Entwicklung gemeinsam zu gestalten.

Felix Grädler, Geschäftsführer & Isabell Bauer, Nachhaltigkeitsbeauftragte

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Allgemeine Informationen zum Unternehmen | 6 |
| Kurzpräsentation des Unternehmens | 6 |
| Das Unternehmen und Gemeinwohl..... | 9 |
| Gemeinwohlmatrix | 10 |
| Lieferant*innen | 11 |
| A1 Menschenwürde in der Zulieferkette | 12 |
| A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette | 12 |
| A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette | 13 |
| A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette | 15 |
| A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen | 15 |
| A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette..... | 16 |
| A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen..... | 16 |
| A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette | 18 |
| A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette | 18 |
| A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette | 19 |
| A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette | 20 |
| A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen | 20 |
| A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette | 20 |
| Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen | 22 |
| Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe | 23 |
| B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 24 |
| B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung | 24 |
| B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung | 25 |
| B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen..... | 26 |
| B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 28 |
| B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung..... | 28 |
| B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln | 29 |
| B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung | 30 |
| B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen | 30 |
| B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen | 32 |
| B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen | 33 |
| B4 Eigentum und Mitentscheidung | 35 |
| B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur..... | 35 |
| B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme | 37 |
| Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen | 39 |

| | |
|--|----|
| C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz | 40 |
| C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur | 40 |
| C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz | 42 |
| C1.3 Diversität und Chancengleichheit | 44 |
| C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen | 45 |
| C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge | 48 |
| C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes | 48 |
| C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit | 49 |
| C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance | 50 |
| C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge | 51 |
| C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden | 54 |
| C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit | 54 |
| C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz | 54 |
| C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse | 55 |
| C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens ... | 57 |
| C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz | 58 |
| C4.1 Innerbetriebliche Transparenz | 58 |
| C4.2 Legitimierung der Führungskräfte | 59 |
| C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden | 60 |
| C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates | 61 |
| Kund*innen und Geschäftspartner*innen | 62 |
| Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe | 63 |
| D1 Ethische Kund*innenbeziehungen | 64 |
| D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen | 64 |
| D1.2 Barrierefreiheit | 65 |
| D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen | 66 |
| D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen | 67 |
| D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen | 67 |
| D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen | 69 |
| D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen | 70 |
| D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | 71 |
| D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz) | 71 |
| D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz) | 72 |
| D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen | 73 |
| D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz | 75 |
| D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung | 75 |
| D4.2 Produkttransparenz | 76 |

| | |
|---|-----------|
| D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen..... | 77 |
| Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen..... | 78 |
| Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe..... | 79 |
| E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen | 80 |
| E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben..... | 80 |
| E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen..... | 81 |
| E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen..... | 83 |
| E2 Beitrag zum Gemeinwesen..... | 86 |
| E2.1 Steuern und Sozialabgaben | 86 |
| E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens..... | 87 |
| E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung | 90 |
| E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention | 91 |
| E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen..... | 93 |
| E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie | 93 |
| E3.2 Relative Auswirkungen | 94 |
| E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen | 95 |
| E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung..... | 96 |
| E4.1 Transparenz | 96 |
| E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung | 97 |
| E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation | 98 |
| Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz | 99 |

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

| | |
|--|---|
| Firmenname | halle02 GmbH |
| Rechtsform | GmbH |
| Eigentum- und Rechtsform | In privater Hand, 5 Gesellschafter mit jeweils 20%, davon 3 Gründungsgesellschafter |
| Website | www.halle02.de |
| Branche | Event und Gastronomie |
| Firmensitz | Deutschland |
| Bilanztyp | Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1 |
| Berichtszeitraum | 01.01.2024 bis 31.12.2024 |
| Gesamtanzahl der Mitarbeitenden | 197 Personen alle Arbeitnehmer*innentypen |
| Vollzeitäquivalente | 37 FTE |
| Saison- oder Zeitarbeitende | 0 Personen |
| Umsatz | 4.829.751 € |
| Jahresüberschuss | 271.814 € |

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2024.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen Keine Tochtergesellschaften.

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die halle02 hat eine bewegte Geschichte und trotzte in ihren 22 Jahren so manchen Widrigkeiten. Ein unerschütterlicher Team-Geist, das Hochhalten von Werten und Normen und eine verbindliche Unternehmensphilosophie sind hierfür die Garanten.

Als **inhabergeführtes Kreativunternehmen** sind Werte und Normen ein wichtiger Faktor im Umgang mit Mitarbeiter:innen, Besucher:innen und Partner:innen – und gleichzeitig für das Erreichen unserer

Unternehmensziele elementar. Die Verknüpfung von ökologischem und ökonomischem Handeln sowie sozialer Verantwortung ist die Basis unserer verbindlichen Unternehmensstrategie.

Innovative, technisch anspruchsvolle und ideenreiche Veranstaltungen bilden die Grundlage für einen erfolgreichen Betrieb und unsere Mitarbeiter:innen den Schlüssel zum Erfolg der halle02. Die **Digitalisierung ist hierbei eines unserer wichtigsten Werkzeuge** zur Erreichung dieser Ziele.

Gezielte Schulungen und individuelle Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter:innen, demokratische und transparente Entscheidungsprozesse, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, gelebte Diversität und Inklusion, ohne dabei den demographischen Wandel aus dem Auge zu verlieren, kommen bei der Gestaltung des strategischen Personalkonzepts eine herausragende Bedeutung zu.

Unser **unternehmerisches Handeln** berücksichtigt die **Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft**. Über die Einhaltung relevanter Gesetze und Regelungen hinaus setzt sich die halle02 selbstverpflichtend weitergehende Ziele im Hinblick auf verantwortliches unternehmerisches Handeln gegenüber der Umwelt sowie den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen.

Für die halle02 ist **soziale Verantwortung** eine wichtige Prämisse. **Langfristige kontinuierliche Wertentwicklung sowie eine positive Gemeinwohlbilanz** sind uns wichtiger als kurzfristiger ökonomischer Gewinn. Profitabilität, Effizienz, Ressourceneinsatz und angemessene Wertschöpfung sind dabei wichtige Notwendigkeiten, um das Fortbestehen des Unternehmens zu sichern.

Wir identifizieren uns mit unserem **Standort und dem Umfeld** in der Heidelberger Bahnstadt und engagieren uns für ein gutes nachbarschaftliches Miteinander. Die Unternehmenstätigkeiten der halle02 sind von der ganzheitlichen und übergeordneten gesellschaftlichen Verantwortung geprägt und dienen auch dem Allgemeinwohl.

Die Besucher:innen unserer Veranstaltungen stehen bei all unseren Bemühungen im **Mittelpunkt**. Jeder Mensch ist uns willkommen. Explizit nicht-willkommen dabei sind Personen, die aufgrund ihres Verhaltens den Betrieb potenziell oder tatsächlich stören: Gewalt, Diebstahl, Beschädigungen, Konsumexzesse, sexuelle, rassistische und sonstige Übergriffshandlungen und/oder Diskriminierungen jedweder Art werden, selbst im Ansatz, von der halle02 nicht toleriert.

Kurz gesagt: Wir verstehen uns als ein **innovatives Unternehmen**, das ein Veranstaltungszentrum im urbanen Umfeld betreibt und flexibel, kreativ sowie nachhaltig qualitative Veranstaltungen und Dienstleistungen anbietet und dabei stets authentisch bleibt.

| Produkte / Dienstleistungen | Produkt / Dienstleistung | Anteil am Umsatz (in %) |
|------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| | Vermietungen B2C | 30 |
| | Vermietungen B2B | 60 |
| | hauseigene Veranstaltungen B2C | 10 |

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Unser unternehmerisches Handeln berücksichtigt die Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft. Über die Einhaltung relevanter Gesetze und Regelungen hinaus setzt sich die halle02 selbstverpflichtend weitergehende Ziele im Hinblick auf verantwortliches unternehmerisches Handeln gegenüber der Umwelt sowie den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen.

Für die halle02 ist soziale Verantwortung eine wichtige Prämisse. Langfristige kontinuierliche Wertentwicklung sowie eine positive Gemeinwohlbilanz sind uns wichtiger als kurzfristiger ökonomischer Gewinn. Profitabilität, Effizienz, Ressourceneinsatz und angemessene Wertschöpfung sind dabei wichtige Notwendigkeiten, um das Fortbestehen des Unternehmens zu sichern.

Wir identifizieren uns mit unserem Standort und dem Umfeld in der Heidelberger Bahnstadt und engagieren uns für ein gutes nachbarschaftliches Miteinander. Die Unternehmenstätigkeiten der halle02 sind von der ganzheitlichen und übergeordneten gesellschaftlichen Verantwortung geprägt und dienen auch dem Allgemeinwohl.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

2023 wurde die erste CO2-Bilanz für die halle02 für das Geschäftsjahr 2022 erstellt und veröffentlicht. Diese soll fortan min. alle 2 Jahre berechnet und veröffentlicht werden. Damit einhergehend nahm das Unternehmen beim Green Culture Index Baden-Württemberg teil und erarbeitete zusammen mit weiteren Clubs wertvolle Insights für die Klimawirksamkeit von Musikspielstätten. Die halle02 legt seit Anbeginn großen Wert auf Nachhaltigkeit und setzt verschiedene Maßnahmen um. Dies umfasste im laufenden Betrieb die Inkludierung eines ÖPNV-Tickets bei allen Veranstaltungen mit Vorverkauf. Seit 2023 hat die halle02 ein hauseigenes Awarenesssteam aufgebaut und implementiert.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Isabell Bauer, isabell@halle02.de

Gemeinwohlmatrix

Bilanzsumme:

553 von 1000 Punkten

| | Menschenwürde | Solidarität und Gerechtigkeit | Ökologische Nachhaltigkeit | Transparenz und Mitentscheidung |
|--|--|--|--|--|
| A: Lieferant:innen | A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 10 % | A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 40 % | A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 10 % | A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 10 % |
| B: Eigentümer:innen & Finanzpartner:innen | B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 80 % | B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 90 % | B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 80 % | B4 Eigentum und Mitentscheidung 80 % |
| C: Mitarbeitende | C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 70 % | C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 70 % | C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 70 % | C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 40 % |
| D: Kund:innen & Mitunternehmen | D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 70 % | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 80 % | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 70 % | D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz 30 % |
| E: Gesellschaftliches Umfeld | E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 70 % | E2 Beitrag zum Gemeinwesen 70 % | E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 80 % | E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 30 % |

Berühungsgruppe A

Lieferant*innen



A1 Menschenwürde in der Lieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Lieferkette

Berichtsfragen

Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Wie werden soziale Risiken in der Lieferkette evaluiert?

Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?

Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Die halle02 bezieht unterschiedliche Produkte und Dienstleistungen, darunter Waren von Großhändlern wie Blumen, Lebensmittel von lokalen Betrieben wie der Bäckerei Görtz, sowie weitere Artikel auch über Online-Plattformen wie Amazon. Hinzu kommen Dienstleistungen von Soloselbständigen und langjährigen Partner*innen aus der Region.

Die Zusammenarbeit mit vielen Lieferant*innen basiert auf gewachsenen Beziehungen und gegenseitigem Vertrauen. Standardisierte Kriterien zur Auswahl und Bewertung der Lieferant*innen hinsichtlich sozialer Risiken und menschenwürdiger Bedingungen existieren derzeit noch nicht. Zertifizierungen oder soziale Nachhaltigkeitsstandards der eingekauften Produkte wurden bislang ebenfalls nicht systematisch überprüft.

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2024

| Branche | Ausgaben (in €) |
|---|-----------------|
| I - Beherbergung und Gastronomie | 770.835,32 |
| M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen | 88.586,17 |
| S - Andere Dienstleistungen | 167.954,18 |
| R - Kunst, Unterhaltung und Erholung | 547.611,23 |
| N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen | 208.870,83 |
| Übrige Lieferanten | 957.740,58 |

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

2024

Keine Quantifizierung möglich

Verbesserungspotenziale/Ziele

Auswahlkriterien für Lieferant*innen definieren

Informationen über Lieferant*innen sammeln

Management-System einführen und Lieferant*innen systematisch erfassen, analysieren und bewerten

Katalog von relevanten Informationen über Lieferant*innen definieren

Mitarbeitende zur Anwendung der Kriterien bei jedem Einkauf schulen

Selbsteinschätzung



Erste Schritte

Einige wesentliche Lieferant*innen werden hinsichtlich der Arbeitsbedingungen geprüft, und es werden Strategien bzw. Maßnahmen für Verbesserungen abgeleitet. Erste Ausschlusskriterien beim Einkauf werden eingehalten.

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

| | |
|---|--|
| <p>Berichtsfragen</p> <p>Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?</p> <p>Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?</p> | <p>Die halle02 bezieht unterschiedlichste Produkte und Dienstleistungen, wobei besonders der Einkauf von Waren über Großhändler und Online-Plattformen wie Amazon sowie Lebensmittelprodukte Bereiche darstellen, in denen soziale Risiken hinsichtlich der Wahrung der Menschenwürde in der Zulieferkette bestehen könnten. Gerade im Bereich Blumen, technischer Ausstattung und bei Verbrauchsmaterialien des täglichen Betriebs liegen potenziell problematische Lieferketten vor, da Herkunft und Produktionsbedingungen bislang nicht ausreichend transparent sind.</p> <p>Derzeit existieren bei der halle02 noch keine systematischen Verfahren, um soziale Risiken aktiv zu überprüfen oder einzudämmen. Aufgrund der gewachsenen und vertrauensbasierten Beziehungen zu regionalen Partner*innen, können gewisse Risiken zumindest in lokalen Zusammenhängen reduziert werden.</p> |
| <p>Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind</p> | <p>Indikator mit aktuellem Monitoring nicht auswertbar.</p> |
| <p>Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind</p> | <p>Indikator mit aktuellem Monitoring nicht auswertbar.</p> |
| <p>Kommentar</p> | <p>Da bisher kein Monitoring implementiert ist, kann hier keine quantitative Bewertung vorgenommen werden.</p> |
| <p>Verbesserungspotenziale/Ziele</p> | <p>Ethikleitlinie / Code of Conduct formulieren</p> <p>Ethikleitlinie / Code of Conduct an Mitarbeitende, Kund*innen und Öffentlichkeit kommunizieren</p> |

**Ethikleitlinie / Code of Conduct durch konkrete Beispiele
anreichern**

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

Das Unternehmen hat geringe Risiken in der Zulieferkette bzw. reduziert die potenziellen negativen sozialen Auswirkungen in der Zulieferkette auf ein Minimum.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen
Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Die halle02 legt großen Wert auf faire und solidarische Geschäftsbeziehungen zu ihren direkten Lieferant*innen. Dies zeigt sich vor allem durch langjährige, vertrauensvolle Partnerschaften, die auf gegenseitiger Wertschätzung basieren und frei von Preisdumping sind. Viele Kooperationen bestehen bereits seit mehreren Jahren, wodurch eine verlässliche Grundlage für die Zusammenarbeit geschaffen wurde.

Im operativen Tagesgeschäft werden auf Wunsch individuelle Lösungen angeboten, beispielsweise durch die Leistung von Vorkasse zur Unterstützung der Liquidität von Partnerunternehmen. Mit wichtigen Lieferanten bestehen Rahmenverträge, die für Planungssicherheit und Verlässlichkeit sorgen. Weitere Lieferant*innen profitieren auf Wunsch von frühzeitiger Zahlung oder Vorkasse, was die finanzielle Stabilität der Partnerinnen unterstützt.

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

durchschnittlich ca. 10 Jahre (tw. Wechsel weil große Veränderung in Branche durch Corona)

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Faire Geschäftsbeziehungen zu allen Lieferant*innen sind auf einem überdurchschnittlichen Niveau etabliert. Maßnahmen, welche einen gerechten Anteil der Lieferant*innen an der Wertschöpfung sicherstellen sollen, sind umgesetzt. Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen beträgt mind. zehn Jahre, und/oder alle Lieferant*innen sind sehr zufrieden mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie der Verteilung der Wertschöpfung.

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

Berichtsfragen

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

Selbsteinschätzung

Die halle02 engagiert sich insbesondere im B2C-Bereich aktiv in Branchennetzwerken, um einen fairen und solidarischen Umgang entlang der Zulieferkette zu fördern und weiterzuentwickeln. Durch den Austausch mit anderen Unternehmen innerhalb dieser Netzwerke entstehen Möglichkeiten, gemeinsam Strategien und Maßnahmen für verantwortungsvolle Geschäftspraktiken zu erarbeiten.

Aktuell setzt die halle02 darauf, Bewusstsein für Themen wie Fairness, Solidarität und nachhaltige Beschaffung innerhalb ihres unmittelbaren Einflussbereichs zu schaffen. Dabei fördert das Unternehmen langfristige und vertrauensvolle Beziehungen zu Lieferant*innen und Partner*innen und bevorzugt lokale sowie regional verankerte Anbieter, um die Zusammenarbeit transparent und verantwortungsvoll zu gestalten.

Lieferant*innen wurden nicht explizit anhand dieser Kriterien ausgewählt. Implizit spielt dies jedoch eine Rolle, insbesondere als Negativ-Aspekt: sind Verstöße bekannt, wurden Unternehmen nicht ausgewählt.



Erste Schritte

Das Unternehmen verschafft sich erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Solidarität und Gerechtigkeit entlang der Zulieferkette. Erste Maßnahmen zur positiven Beeinflussung eines fairen und solidarischen Umgangs aller Beteiligten entlang der Zulieferkette werden umgesetzt. Einige eingekaufte Produkte und Rohwaren tragen ein Label, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.

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

Berichtsfragen

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?

Die halle02 verfügt über keine ausgeprägte Marktmacht gegenüber ihren Lieferant*innen, sondern setzt auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Es gibt keine Hinweise oder Anzeichen

Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden? Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

dafür, dass Lieferant*innen aufgrund einer dominanten Marktposition der halle02 in ihren Geschäftsbedingungen oder in der Preisgestaltung beeinträchtigt oder benachteiligt würden. Beschwerden seitens der Lieferant*innen oder negative Berichterstattung im Zusammenhang mit einer möglichen Marktmacht oder unfairen Zahlungs- und Lieferbedingungen sind im Berichtszeitraum nicht aufgetreten.

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

Das Unternehmen hat ein geringes Risiko zur Ausnutzung der Marktmacht und reduziert die potenziellen negativen Auswirkungen durch die bestehende Marktmacht auf ein Minimum.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

| | |
|--|---|
| Berichtsfragen | |
| Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet? | Die halle02 ist kein produzierendes Gewerbe, weshalb keine klassischen Rohstoffe verarbeitet werden. Dennoch werden für Veranstaltungen Materialien wie Getränke, Dekorationen und technisches Equipment eingekauft. Die Auswahl dieser Produkte erfolgt bislang ohne systematisierte ökologische Kriterien, jedoch besteht grundsätzlich die Absicht, möglichst ökologisch vorteilhafte Produkte zu bevorzugen, sofern dies wirtschaftlich vertretbar ist. |
| Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt? | |
| Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt? | Bei der Auswahl der Lieferant*innen wird insbesondere auf Regionalität geachtet, um Transportwege und damit verbundene Umweltauswirkungen zu minimieren. Eine systematische Evaluation von ökologischen Risiken innerhalb der Zulieferkette wurde bisher noch nicht durchgeführt. Seit dem Berichtsjahr 2022 erstellt die halle02 jedoch eine Klimabilanz, um die Umweltauswirkungen transparenter zu machen. |
| Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert? | |
| Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten? | Die halle02 strebt an, ökologische Kriterien künftig stärker systematisch in den Einkaufsprozess einzubeziehen und entsprechende Risiken gezielt zu evaluieren und zu reduzieren. |
| Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt? | Im Vergleich zum Branchenstandard in der Veranstaltungsbranche, wo hoher Kostendruck oft ökologische Aspekte in den Hintergrund drängt, positioniert sich die halle02 bewusst nachhaltig und integriert Nachhaltigkeitsaspekte aktiv in ihre Unternehmensphilosophie. |
| Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht? | Um mehr Punkte in diesem Feld der Gemeinwohlmatrix zu erreichen, müssen Produkte und Dienstleistungen auf ökologische Auswirkungen geprüft werden. Daher ist dies auch der folgerichtig nächste Schritt für das Unternehmen. |
| Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf? | |
| Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind | Kein Monitoring vorhanden, keine quantifizierbare Aussage machbar. |
| Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen | Kein Monitoring vorhanden, keine quantifizierbare Aussage machbar. |
| Verbesserungspotenziale/Ziele | Regionale Lebensmittel für Büro beziehen Regionalen Rohstoffbezug prüfen Auswahlkriterien für Lieferant*innen definieren |

Katalog von relevanten Informationen über Lieferant*innen definieren

Selbsteinschätzung



Erste Schritte

Zugekaufte Produkte/ Dienstleistungen werden auf ökologische Risiken/ Auswirkungen geprüft, und ökologisch höherwertige Alternativen werden gesucht. Erste Ausschlusskriterien im Einkauf werden eingehalten.

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

| | |
|--|--|
| <p>Berichtsfragen</p> <p>Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?</p> <p>Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?</p> | <p>Der Aspekt trifft auf die halle02 nicht unmittelbar zu, da keine Lieferant*innen oder zugekaufte Produkte bekannt sind, die in besonderem Maße mit unverhältnismäßig hohen schädlichen Umweltauswirkungen verbunden sind. Dennoch verfolgt die halle02 das Ziel, ökologische Auswirkungen innerhalb ihrer Zulieferkette kontinuierlich zu evaluieren und zu minimieren.</p> |
|--|--|

| | |
|--|-------------------------------|
| <p>Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen</p> | <p>2024</p> <p>0 %</p> |
|--|-------------------------------|

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**

Das Unternehmen hat geringe ökologische Risiken in der Zulieferkette bzw. reduziert die potenziellen negativen Auswirkungen in der Zulieferkette auf ein Minimum.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen
Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Die halle02 kommuniziert transparent und offen auf diversen Plattformen über ihre Aktivitäten, Ziele und Schwerpunkte, sodass auch Lieferant*innen einen umfassenden Einblick erhalten, worauf im Unternehmen besonderer Wert gelegt wird. Sofern möglich, setzt die halle02 zudem auf langfristige Planungen und frühzeitige Kommunikation relevanter Informationen, wodurch Lieferant*innen bestmöglich in ihrer eigenen Planung unterstützt werden. Allerdings bestehen derzeit keine formalisierten Prozesse zur expliziten Mitentscheidung der Lieferant*innen. Die Zufriedenheit der Lieferant*innen hinsichtlich dieser Informationspolitik wird als hoch eingeschätzt, was sich insbesondere in langjährigen, stabilen Geschäftsbeziehungen widerspiegelt.

Da bislang keine formalisierten Mitentscheidungsprozesse bestehen und die Teilhabe der Lieferant*innen somit noch nicht durchgängig gewährleistet ist, erreicht die halle02 trotz hoher Zufriedenheit nur den Bewertungsgrad 2.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Maßnahmen zur Etablierung transparenter und partizipativer Geschäftsbeziehungen mit Lieferant*innen sind erfolgreich umgesetzt. Die Lieferant*innen sind bis auf wenige Ausnahmen zufrieden mit der Informationspolitik des Unternehmens und ihren Mitentscheidungsmöglichkeiten.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen
Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen

Der Aspekt eines transparenten und partizipativen Umgangs innerhalb der Zulieferkette hat bei der halle02 bislang keine explizite Rolle gespielt, da sich aufgrund der vertrauensvollen und langfristigen Geschäftsbeziehungen keine entsprechenden Risiken oder Missstände ergeben haben. Aufgrund

transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
 Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
 Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

dieser stabilen Beziehungen wurde bislang auf formale Maßnahmen zur Sicherstellung von Transparenz und Partizipation verzichtet. Perspektivisch besteht jedoch das Bewusstsein, dass die Einführung gezielter Maßnahmen zur Förderung von Transparenz und Mitgestaltung entlang der gesamten Zulieferkette einen weiteren Mehrwert schaffen könnte. Daher plant die halle02, zukünftig klare Kriterien und Prozesse zu entwickeln, um diesen Aspekt aktiv zu unterstützen und kontinuierlich zu verbessern.

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

Kein Monitoring vorhanden, keine quantifizierbare Aussage machbar.

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

Lieferant*innen wurden nicht explizit Anhand dieser Kriterien ausgewählt. Implizit spielt dies jedoch eine Rolle, insbesondere als Negativ-Aspekt: sind Verstöße bekannt, wurden Unternehmen nicht ausgewählt.

Verbesserungspotenziale /Ziele

Auswahlkriterien für Lieferant*innen definieren

Informationen über Lieferant*innen sammeln

Katalog von relevanten Informationen über Lieferant*innen definieren

Selbsteinschätzung



Basislinie

Das Unternehmen beschäftigt sich nicht explizit mit Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette, hält aber sämtliche erforderlichen Gesetze und Vorschriften ein.

Berühungsgruppe B

Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen



Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Die Berührungsgruppe **Eigentümer*innen & Finanzpartner*innen** umfasst alle Personen, Organisationen und Institutionen, die direkt oder indirekt an der Finanzierung und wirtschaftlichen Steuerung der halle02 beteiligt sind. Dazu gehören die Eigentümer des Unternehmens sowie Banken und weitere finanzielle Stakeholder, die Kapital bereitstellen oder finanzielle Dienstleistungen anbieten.

Diese Gruppe trägt maßgeblich zur wirtschaftlichen Stabilität und langfristigen Entwicklung der halle02 bei. Ihre Entscheidungen beeinflussen nicht nur die finanzielle Nachhaltigkeit des Unternehmens, sondern auch dessen soziale und ökologische Verantwortung. In einer gemeinwohlorientierten Unternehmensführung spielen daher ethische Finanzierungsansätze, transparente Eigentümerstrukturen und nachhaltige Investitionsstrategien eine zentrale Rolle.

Die halle02 verfolgt eine Unternehmenspolitik, die über rein wirtschaftliche Interessen hinausgeht. Finanzielle Entscheidungen orientieren sich nicht nur an Profitabilität, sondern auch an den Werten der **Menschenwürde, Solidarität & Gerechtigkeit, ökologischen Nachhaltigkeit sowie Transparenz & Mitentscheidung**. Dies spiegelt sich in der Zusammenarbeit mit ethisch ausgerichteten Finanzpartner*innen wieder, in der verantwortungsbewussten Nutzung finanzieller Mittel sowie in einer offenen und partizipativen Unternehmensführung.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen
Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Die halle02 setzt auf eine langfristig stabile und unabhängige Finanzstrategie, die eine **ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel** sicherstellt. Dies geschieht durch eine gezielte Kombination aus **Eigenkapitalaufbau, nachhaltigem Wirtschaften und verantwortungsbewusster Investitionspolitik.**

Sicherung der Risikodeckung durch Eigenmittel

Um finanzielle Unabhängigkeit zu gewährleisten und wirtschaftliche Risiken abzufedern, verfolgt die halle02 mehrere Maßnahmen:

- **Reinvestition von Gewinnen:** Ein wesentlicher Teil der erwirtschafteten Überschüsse wird in das Unternehmen zurückgeführt, um eine solide Eigenkapitalbasis zu erhalten und zukünftige Herausforderungen selbstständig bewältigen zu können.
- **Reservebildung für Krisenzeiten:** Durch die systematische Bildung von Rücklagen kann das Unternehmen wirtschaftliche Schwankungen oder unvorhergesehene Ereignisse ohne externe Finanzierung bewältigen.
- **Nachhaltige Kostenstruktur:** Eine umsichtige betriebswirtschaftliche Planung stellt sicher, dass finanzielle Mittel effizient genutzt und unnötige finanzielle Risiken minimiert werden.

Diese Maßnahmen tragen dazu bei, dass die halle02 **keine Abhängigkeit von kurzfristigen Krediten oder spekulativen Finanzierungsmodellen** eingeht und dadurch eine nachhaltige wirtschaftliche Stabilität bewahrt.

Möglichkeiten zur Gewinnung von Eigenmitteln

Um das Eigenkapital weiter zu stärken und finanzielle Unabhängigkeit zu sichern, hat die halle02 verschiedene Wege der Eigenmittelbeschaffung geprüft und teilweise bereits umgesetzt:

- **Erweiterung des Geschäftsmodells:** Durch die Diversifikation von Angeboten – etwa durch Business-Events, nachhaltige Veranstaltungsformate oder Kooperationen mit Unternehmen – werden zusätzliche Eigenmittel generiert.
- **Kooperationen mit gemeinwohlorientierten Förderinstitutionen:** Fördermittel von nachhaltigen Stiftungen oder öffentlichen Programmen wurden als ergänzende Finanzierungsquelle analysiert.

Die Kombination dieser Strategien ermöglicht es der halle02, ihre **finanzielle Autonomie zu bewahren und gleichzeitig verantwortungsvoll in die Zukunft zu investieren.**

Eigenkapitalanteil 2024
19,77 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche Es gibt keine validen Zahlen zur Eigenkapitalquote in der Branche. Laut einer Studie aus Köln ist alles zwischen **-7,9 bis 39,2%** branchenüblich.

Verbesserungspotenziale/ Ziele **Überführung in Verantwortungseigentum prüfen**

Selbsteinschätzung



Erfahren

Der Eigenkapitalanteil überschreitet den Branchendurchschnitt beachtlich.

Selbsteinschätzung aufgrund mangelnder Datenlage vage.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Die halle02 verzichtet aktuell vollständig auf Fremdfinanzierung und setzt auf **Eigenmittel, Rücklagenbildung und nachhaltiges Wirtschaften**. Dadurch bleibt das Unternehmen unabhängig und kann Entscheidungen frei von externen Kapitalgebern treffen.

Fremdfinanzierung wird nur in Betracht gezogen, wenn es um **größere, strategisch bedeutsame Investitionen** geht, die langfristig zur Weiterentwicklung des Unternehmens beitragen. In einem solchen Fall kämen ausschließlich **gemeinwohlorientierte Finanzierungsmodelle oder ethische Banken** infrage, um die Werte der halle02 auch in finanziellen Entscheidungen zu wahren.

Fremdkapitalanteil 2024
0 %

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Weit überwiegend solidarische Finanzierung über Berührungsgruppen und/ oder Kredit bei einer Ethikbank bis zur vollständigen Ablöse konventioneller Kredite.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen
 Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?
 Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Die halle02 arbeitet ausschließlich mit der **Sparkasse Heidelberg** als Finanzpartner zusammen. Die Entscheidung für eine **regionale, öffentlich-rechtliche Bank** basiert auf der Überzeugung, dass Finanzgeschäfte nicht nur wirtschaftlichen Zwecken dienen, sondern auch **einen positiven gesellschaftlichen und ökologischen Beitrag leisten** sollten.

Als kommunal verankertes Finanzinstitut verfolgt die Sparkasse Heidelberg eine nachhaltige Geschäftsstrategie, die sich an **regionaler Förderung, sozialer Verantwortung und langfristiger Stabilität** orientiert. Sparkassen investieren in die lokale Wirtschaft, unterstützen soziale und kulturelle Projekte und fördern kleine und mittelständische Unternehmen – Werte, die mit der gemeinwohlorientierten Ausrichtung der halle02 übereinstimmen.

Im Vergleich zu profitorientierten Großbanken verzichtet die Sparkasse auf hochspekulative Finanzgeschäfte und setzt stattdessen auf **regionale Wertschöpfung und nachhaltige Finanzierungsmodelle**. Durch diese Zusammenarbeit stellt die halle02 sicher, dass ihre finanziellen Mittel in einem ethisch verantwortungsvollen Rahmen verwaltet werden und nicht in **umweltschädliche oder unsoziale Investments** fließen.

Zusätzlich zu ihrer Hauptbankverbindung nutzt die halle02 weitere Finanzdienstleistungen über externe Partner, die indirekt in die Zahlungsprozesse eingebunden sind. So erfolgt die Abwicklung von Kreditkartenzahlungen über Payone, während für den externen Ticketshop auch Paypal als Zahlungsoption zur Verfügung steht. Diese Anbieter liegen nicht im direkten Einflussbereich der halle02, ermöglichen jedoch eine niederschwellige und bequeme Zahlungsabwicklung für Gäste und Kund*innen. Aktuell werden diese Zahlungsoptionen aufrechterhalten, um **eine größtmögliche Barrierefreiheit und Flexibilität bei Transaktionen** zu gewährleisten.

Mit der Wahl der Sparkasse Heidelberg als Finanzpartner bleibt die halle02 ihrer Strategie treu, nachhaltige und gemeinwohlorientierte Entscheidungen zu treffen – auch im Finanzbereich.

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

2024

| Partner*inneninstitut | Finanzprodukt | Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €) |
|-----------------------|----------------|--|
| Sparkasse Heidelberg | Geschäftskonto | 6.580.000 |
| Sparkasse Heidelberg | Tagesgeld | |

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Finanzpartner*innen sind ausschließlich ethisch-nachhaltige
Finanzdienstleister*innen.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen
Welche notwendigen
Zukunftsausgaben konnten
ermittelt werden, und wie
weit sind ihre Deckung und
zusätzliche Risikovorsorge
möglich?
Welche Ansprüche stellen
die Eigentümer*innen an
ihre Kapitalerträge mit
welcher Begründung?

Die halle02 verfolgt eine **nachhaltige und verantwortungsbewusste Finanzstrategie**, die sowohl die langfristige wirtschaftliche Stabilität als auch die gemeinwohlorientierte Weiterentwicklung des Unternehmens sicherstellt. Zukünftige Investitionen und Rücklagen werden **strategisch geplant**, um sowohl notwendige betriebliche Weiterentwicklungen als auch eine solide finanzielle Risikovorsorge zu gewährleisten.

Zukunftsausgaben und Risikovorsorge

Zu den identifizierten **notwendigen Zukunftsausgaben** gehören:

- **Instandhaltung und Weiterentwicklung der Veranstaltungsinfrastruktur**, um nachhaltige und moderne Eventformate zu ermöglichen
- **Investitionen in klimafreundliche Maßnahmen**, beispielsweise energieeffiziente Technik und Förderung nachhaltiger Mobilitätskonzepte
- **Digitale Transformation**, um Prozesse effizienter und ressourcenschonender zu gestalten
- **Rücklagenbildung**, um unvorhersehbare wirtschaftliche Risiken, wie z. B. pandemiebedingte Einschränkungen oder Marktschwankungen, besser abfedern zu können

Die Deckung dieser Zukunftsausgaben erfolgt über den nicht ausgeschütteten Teil des Jahresüberschusses, der gemäß Gesellschafterbeschluss **entweder in die Gewinnrücklage oder den Gewinnvortrag der Gesellschaft fließt**. Damit stellt die halle02 sicher, dass sie auch in Zukunft handlungsfähig bleibt und nachhaltig wirtschaften kann.

Ansprüche der Eigentümer*innen an Kapitalerträge

Laut **Gesellschaftsvertrag** haben die Gesellschafter*innen Anspruch auf **40 Prozent des Jahresüberschusses** (abzüglich eines etwaigen Verlustvortrags). Der verbleibende Überschuss dient der **Stärkung der Eigenkapitalbasis und der nachhaltigen Entwicklung des Unternehmens**.

Diese Regelung schafft einen **ausgewogenen Kompromiss** zwischen einer fairen Gewinnbeteiligung der Gesellschafter*innen und der langfristigen Unternehmenssicherung. Die Ausschüttung ermöglicht eine angemessene Rendite, während der verbleibende Gewinn gezielt für nachhaltige Unternehmenszwecke eingesetzt wird.

Durch diese Strategie bleibt die halle02 wirtschaftlich stabil, kann notwendige Zukunftsausgaben finanzieren und gleichzeitig ihrer **gemeinwohlorientierten Verantwortung** gerecht werden.

| | | |
|---|-------------|------------------|
| Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit | 2024 | 650.000 € |
| Gesamtbedarf Zukunftsausgaben | 2024 | 100.000 € |
| Anlagenzugänge | 2024 | 71.972 € |
| Zuführung zur Rücklage | 2024 | 0 € |
| Auszuschüttende Kapitalerträge | 2024 | 0 € |
| Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital | 2024 | 0 % |

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Beschränkte Ausschüttung von Gewinnanteilen erst nach mind. 90% Deckung des aktualisierten Bedarfs an Zukunftsausgaben und ohne dafür einzugehende Neuverschuldung.

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

| | |
|---|--|
| Berichtsfragen | Diese Fragestellungen treffen auf unser Unternehmen nicht zu. Wir haben weder Standorte trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen, noch Arbeitsplätze abgebaut, obwohl das Unternehmen wirtschaftlich stabil ist. Ebenso erfolgen keine Ausschüttungen zweistelliger Renditen an nicht tätige Gesellschafterinnen. Unser wirtschaftliches Handeln orientiert sich an einer langfristigen und nachhaltigen Unternehmensentwicklung, bei der die Stabilität des Teams und eine faire Verteilung der finanziellen Ressourcen im Fokus stehen. |
| Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen? | |
| Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut? | |
| Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt? | |

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen
Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Die halle02 verfolgt eine Investitionsstrategie, die sowohl soziale als auch ökologische Aspekte in den Mittelpunkt stellt. Dabei stehen insbesondere nachhaltige Sanierungsmaßnahmen und energieeffiziente Verbesserungen im Fokus, um den ökologischen Fußabdruck der Veranstaltungsstätte zu minimieren und gleichzeitig eine hohe soziale Aufenthaltsqualität zu gewährleisten.

Sanierungsziele mit sozialem und ökologischem Verbesserungspotenzial

Die halle02 hat mehrere **Sanierungs- und Optimierungsmaßnahmen** identifiziert, die sowohl soziale als auch ökologische Vorteile bieten:

- **Automatisierung der Kühltechnik**, um Kühlschränke nur dann zu betreiben, wenn sie benötigt werden.
- **Verbesserung der Belüftungs- und Klimatisierungssysteme**, um das Raumklima angenehmer und gesünder zu gestalten und gleichzeitig den Energiebedarf zu minimieren.
- **Barrierefreiheit optimieren**, z. B. durch bessere Zugänglichkeit an den Bars für mobilitätseingeschränkte Personen und inklusivere Veranstaltungsformate.
- **Erweiterung nachhaltiger Mobilitätskonzepte**, z. B. E-Ladepunkte Mitarbeitende.

Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei Investitionen

Um sicherzustellen, dass bei Investitionsentscheidungen immer ökologische und soziale Kriterien berücksichtigt werden, verfolgt die halle02 folgende Prinzipien:

- **Nachhaltigkeitskriterien als feste Entscheidungsgrundlage**: Bei jeder Investition wird geprüft, welche ökologischen und sozialen Auswirkungen sie hat und wie sie zur Gemeinwohlorientierung beiträgt.
- **Transparente und partizipative Entscheidungsprozesse**: Mitarbeitende und Stakeholder werden in die Planungen einbezogen, um Bedarfe und Verbesserungspotenziale frühzeitig zu identifizieren.
- **Zusammenarbeit mit nachhaltigen Partnern**: Bevorzugung von Lieferant*innen und Dienstleister*innen, die selbst nachhaltige und soziale Kriterien erfüllen.

Konkret durchgeführte und geplante Sanierungsmaßnahmen

Bereits **umgesetzte oder geplante Sanierungsprojekte** der halle02 umfassen:

- **Umstellung auf energieeffiziente LED-Beleuchtung** in allen Veranstaltungsbereichen.
- **Einführung eines verbesserten Abfallmanagementsystems** zur Reduzierung von Müll und zur Förderung von Recycling.
- **Optimierung der Heiz- und Lüftungssysteme**, um den Energieverbrauch zu senken.
- **Verbesserung der Barrierefreiheit** für Gäste und Mitarbeitende, inklusive barrierefreier Zugänge und sanitären Einrichtungen.
- **Ausbau nachhaltiger Mobilitätsangebote**, darunter ein Dienstfahrrad und Lademöglichkeiten für E-Fahrzeuge.

Diese Maßnahmen tragen dazu bei, die halle02 zu einem **nachhaltigeren, inklusiveren und zukunftsfähigen Veranstaltungsort** zu machen.

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

2024

| Geplante Investition | Betrag (in €) |
|-----------------------|---------------|
| Büroequipment | 15.000 |
| Facility | 30.000 |
| Gastronomie | 6.000 |
| Marketing | 5.000 |
| Nachhaltigkeit | 20.000 |
| Sicherheit | 1.000 |
| Veranstaltungstechnik | 15.000 |

Realisierung der ökologischen Sanierung

2024

| Getätigte Investition | Betrag (in €) |
|------------------------|---------------|
| Automation Kühlanlagen | 9.602 |
| Handtrockner | 2.876 |
| Tiefkühler | 5.698 |

Verbesserungspotenziale/ Ziele

Nutzung bzw. Ausbau von Solar- / Photovoltaik-Anlagen prüfen

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Bis zu 100% des aktualisierten Sanierungsbedarfs wurden realisiert. 100% der Neuinvestitionen führen zu einer deutlichen Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen im Unternehmen.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen
 In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
 Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Die halle02 setzt sich aktiv für eine **gemeinwohlorientierte Verwendung finanzieller Mittel** ein. Obwohl das Unternehmen keine klassischen Geldanlagen in Nachhaltigkeitsfonds oder sozial-ökologische Projekte tätigt, wird ein Teil der finanziellen Ressourcen gezielt zur Unterstützung **sozialer und kultureller Projekte** in der Region eingesetzt.

Beteiligung an solidarischen Finanzierungsformen

Die halle02 engagiert sich insbesondere über das Projekt **halle02+**, mit dem gemeinnützige Organisationen, soziale Einrichtungen und kulturelle Initiativen finanziell unterstützt werden. Dies geschieht durch:

- **Direkte Spenden aus eigenen Mitteln**, um wichtige soziale und ökologische Projekte zu fördern.
- **Spendensammelaktionen bei Veranstaltungen**, bei denen Gäste und Partnerunternehmen ermutigt werden, für gemeinwohlorientierte Zwecke zu spenden (in Zusammenarbeit mit Viva con Agua).
- **Unbürokratische Hilfe für lokale Initiativen**, z. B. durch kostenlose Bereitstellung von Veranstaltungsräumen für gemeinnützige Projekte oder Charity-Events.

Informationsquellen zur sozial-ökologischen Wirkung der Projekte

Die Auswahl der unterstützten Projekte erfolgt auf **Basis transparenter Kriterien**, wobei die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen sorgfältig geprüft werden. Dabei nutzt die halle02 folgende Informationsquellen:

- **Direkte Zusammenarbeit mit den geförderten Organisationen**, um deren Ziele, Wirkungsweise und Nachhaltigkeitsansätze besser zu verstehen.
- **Empfehlungen von Partnerinstitutionen**, die sich für soziale Gerechtigkeit und ökologische Nachhaltigkeit einsetzen.
- **Eigene Bewertung anhand von Gemeinwohl-Kriterien**, um sicherzustellen, dass die unterstützten Projekte eine messbare soziale oder ökologische Wirkung entfalten.

Durch dieses Engagement trägt die halle02 aktiv zur Förderung einer **nachhaltigen und solidarischen Gesellschaft** bei – nicht durch klassische Finanzanlagen, sondern durch **direkte, wirkungsorientierte Unterstützung lokaler Projekte**.

Infos zu den Spendenaktionen unter: www.halle02.de/plus/spenden

Finanzierte Projekte

2024

| Projekt | Betrag (in €) | Anteil der Geldanlagen (in %) |
|--|---------------|-------------------------------|
| Frauennotruf gegen sexuelle Gewalt an Frauen und Mädchen | 2.500 | |

| | | |
|------------------------|--------|--|
| HipHop Heidelberg e.V. | 848,93 | |
|------------------------|--------|--|

Fonds-Veranlagungen keine

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ausschließliche Veranlagung in ethisch-nachhaltigen bzw. sozial-ökologischen Projekten oder Nachhaltigkeitsfonds mit klaren Ausschluss- sowie konkreten Positivkriterien, reduzierten Renditeansprüchen und bewahrter gemeinwohlorientierter Einflussnahme.

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

Berichtsfragen
 Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
 Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
 Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Die halle02 setzt sich aktiv für eine ressourcenschonende Betriebsweise ein und hat bereits wesentliche Schritte unternommen, um ihre **ökologische Abhängigkeit** zu minimieren. Dennoch gibt es in einigen Bereichen weiterhin Herausforderungen, die langfristig optimiert werden sollen.

Aktuelle Herausforderungen und Abhängigkeiten

Trotz der erfolgreichen Umsetzung zahlreicher Nachhaltigkeitsmaßnahmen gibt es noch einige Faktoren, die eine vollständige Unabhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen erschweren:

- **Materialeinsatz bei Veranstaltungen:** Obwohl bereits auf **Mehrwegsysteme und Recyclingkonzepte** gesetzt wird, fallen weiterhin **Verpackungsmaterialien und vereinzelt Einwegprodukte** an, insbesondere bei externen Dienstleistern oder Catering-Angeboten.
- **Anreise von Künstler*innen und überregionalen Gästen:** Während die halle02 eine **hervorragende Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr** bietet und durch eine **Mobilitätsstrategie mit Kombitickets, Fahrradstellplätzen und ein direkt angrenzendes Fahrradverleihsystem** nachhaltige Anreisemöglichkeiten fördert, gibt es dennoch wenige Veranstaltungen, bei denen Gäste oder Künstler*innen auf **Flugreisen oder Autofahrten angewiesen sind**, insbesondere bei internationalen Acts.

Bereits umgesetzte Maßnahmen zur Reduzierung der Abhängigkeit

Um diese Abhängigkeiten zu minimieren, hat die halle02 bereits umfassende nachhaltige Lösungen etabliert:

- **100 % Ökostrom:** Der gesamte Energiebedarf wird ausschließlich aus erneuerbaren Energien gedeckt.
- **Nachhaltige Mobilitätsstrategie:**
 - **Exzellente ÖPNV-Anbindung** mit Kombitickets, die den Eintritt mit öffentlichen Verkehrsmitteln verbinden.
 - **Fahrradfreundlichkeit** mit zahlreichen Stellplätzen direkt vor Ort.
 - **Fahrradleihsystem** direkt vor der Tür, um eine emissionsfreie An- und Abreise zu erleichtern.
- **Optimierung der Ressourcenverwendung:** Durch eine verstärkte Zusammenarbeit mit nachhaltigen Lieferanten soll die Reduktion von Einwegmaterialien weiter vorangetrieben werden.

Ziele für die Zukunft

Trotz der bereits umgesetzten Maßnahmen bleibt die halle02 bestrebt, ihre ökologischen Auswirkungen weiter zu minimieren. Ein zentraler Fokus liegt darauf, den verbleibenden ökologischen Fußabdruck von Veranstaltungen weiter zu reduzieren, indem nachhaltige Reiseoptionen für internationale Künstler*innen gefördert, Lieferketten weiter optimiert und innovative Konzepte zur Ressourcenschonung implementiert werden.

Mit diesen Strategien bleibt die halle02 ein Vorreiter für nachhaltige Eventkultur und setzt Maßstäbe für eine verantwortungsvolle Veranstaltungsbranche.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Gemeinsam nachhaltig nachhaltig

Nachhaltig feiern lohnt sich doppelt: Für jede grüne Maßnahme gibt's Nachlass auf Miete oder Rechnung – und gemeinsam schonen wir Klima & Ressourcen.

Mehr Infos: www.halle02.de/plus/gemeinsam-nachhaltig-nachhaltig

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Nicht zutreffend

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Gemeinwohlorientierte Eigentümerstruktur

Die halle02 ist seit ihrer Gründung von einer **stabilen und langfristig ausgerichteten Eigentümerstruktur** geprägt. Die **Gesellschafteranteile befinden sich hauptsächlich in den Händen der Gründungsgesellschafter**, die das Unternehmen seit Anbeginn begleiten und weiterentwickeln. Diese Struktur gewährleistet eine **kontinuierliche Unternehmensführung**, die nicht auf kurzfristige Renditen, sondern auf eine nachhaltige und gemeinwohlorientierte Entwicklung ausgerichtet ist.

Eigentümerstruktur und Verantwortlichkeiten

Die Gesellschafter*innen verfügen über **Anteile an der Gesellschaft**, die mit bestimmten **Rechten und Pflichten** verbunden sind:

- **Mitbestimmung über strategische Unternehmensentscheidungen**, insbesondere im Rahmen der Gesellschafterversammlungen.
- **Verantwortung für die nachhaltige Entwicklung der halle02**, wobei wirtschaftliche Stabilität und soziale sowie ökologische Kriterien im Einklang stehen.
- **Haftung im Rahmen der Unternehmensform**, wobei die finanziellen und rechtlichen Pflichten klar definiert sind.
- **Gewinnausschüttung gemäß Gesellschaftervertrag**, der vorsieht, dass **40 % des Jahresüberschusses** (abzüglich eines Verlustvortrags) ausgeschüttet werden, während der verbleibende Gewinn in **Rücklagen oder den Gewinnvortrag** fließt.

Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung

Die halle02 setzt auf eine **transparente und kooperative Unternehmenskultur**, in der die Eigentümer*innen aktiv in Entscheidungsprozesse eingebunden sind.

- **Wichtige strategische Fragen** werden in **Gesellschafterversammlungen** gemeinsam besprochen und entschieden.
- Eine enge Abstimmung mit der Geschäftsführung stellt sicher, dass unternehmerische Entscheidungen im Sinne der nachhaltigen Entwicklung getroffen werden.
- **Verantwortungsbewusste Eigentümerpolitik**: Die Eigentümer sind sich ihrer Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden, Kund*innen und der Region bewusst und handeln entsprechend langfristig und nachhaltig.

Transparenz und Vorbereitung neuer Eigentümer*innen

Um eine **offene und transparente Entscheidungsfindung** zu gewährleisten, erhalten alle Eigentümer*innen regelmäßige **Einsicht in betriebswirtschaftliche Kennzahlen, Investitionspläne und strategische Entwicklungen**.

- Neue Gesellschafter*innen werden durch **interne Schulungen und ausführliche Dokumentationen** mit den Werten, Zielen und unternehmerischen Pflichten vertraut gemacht.
- Unternehmensentscheidungen basieren auf **gemeinsamen und dokumentierten Grundsätzen**, die für alle Gesellschafter*innen zugänglich sind.

Erweiterung und Entwicklung der Eigentümerstruktur

Obwohl die Eigentümerstruktur der halle02 seit der Gründung weitgehend stabil geblieben ist, wird das **Erweitern und Verbreitern der Eigentumsbeteiligung** strategisch geprüft.

- Die Möglichkeit, neue Gesellschafter*innen aufzunehmen, wird mit Bedacht geprüft, insbesondere wenn sie einen **Mehrwert für die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens** bringen.
- Die langfristige Absicherung der Eigentümerstruktur wird durch eine **klare Regelung von Beteiligungen und Anteilsübertragungen** sichergestellt.
- Eine behutsame Weiterentwicklung der Eigentümerstruktur wird immer unter Berücksichtigung der **gemeinwohlorientierten Ausrichtung** des Unternehmens diskutiert.

Langfristige Absicherung der Eigentümerstruktur

Durch die seit Jahren **stabile Eigentümerstruktur** ist die halle02 in der Lage, **langfristig nachhaltige Entscheidungen** zu treffen. Die Unternehmensführung stellt sicher, dass die Werte und Prinzipien der Gründer*innen weitergeführt werden, während gleichzeitig Möglichkeiten zur **kontrollierten Weiterentwicklung** geprüft werden.

Diese Strategie ermöglicht es der halle02, sich weiterhin als **unabhängiges, gemeinwohlorientiertes Unternehmen** zu positionieren und wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer und ökologischer Verantwortung zu verbinden.

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2024

| Eigentümer | Anteil (in %) |
|-------------------|---------------|
| Unternehmer*innen | 0 |
| Führungskräfte | 40 |
| Mitarbeitende | 20 |
| Kund*innen | |
| Lieferant*innen | 20 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| weiteres Umfeld | 20 |
| nicht mittätige Kapitalinvestor*innen | |
| Summe | |

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle Eigentümer*innen sind Teil einer aktiven Berührungsgruppe, wobei die Mitarbeitenden über die Mehrheit der Eigentumsanteile und Stimmrechte verfügen. Gleichzeitig sind die Stimmrechte einzelner Personen und definierter Gruppen vertraglich so begrenzt, dass durch sie eine alleinige Beherrschung des Unternehmens nicht möglich ist. Die vorhandene Struktur der Eigentümer*innen ist bei gleichzeitiger Dynamik und Flexibilität abgesichert.

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen
 Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
 Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Die halle02 legt großen Wert auf ihre **Unabhängigkeit und nachhaltige Unternehmensführung**, weshalb Vorkehrungen getroffen wurden, um eine **feindliche Übernahme** durch externe Investoren oder renditeorientierte Akteure zu verhindern.

Gesellschaftervertrag als Schutzmechanismus

Ein zentraler Schutzmechanismus ist der **Gesellschaftervertrag**, der die Übertragung von Unternehmensanteilen klar regelt. Dadurch wird sichergestellt, dass Anteile **nicht ohne Zustimmung der bestehenden Gesellschafter*innen an externe Dritte veräußert werden können**. Dies verhindert, dass externe Investoren oder branchenfremde Unternehmen die Kontrolle über die halle02 übernehmen und ihre gemeinwohlorientierte Ausrichtung gefährden.

Langfristige Eigentümerstruktur als Stabilitätsfaktor

Da sich die **Gesellschafteranteile seit der Gründung** hauptsächlich in den Händen der Gründungsgesellschafter befinden, besteht eine **stabile und langfristig orientierte Eigentümerstruktur**, die sich nicht an kurzfristigen Renditezielen orientiert. Dies reduziert die Anfälligkeit für Übernahmeversuche durch externe Akteure.

Keine Abhängigkeit von externen Kapitalgebern

Ein weiterer wesentlicher Schutzfaktor ist die **vollständige Eigenfinanzierung** der halle02. Durch den Verzicht auf Fremdfinanzierung oder externe Investoren gibt es keine finanziellen Abhängigkeiten, die das

Unternehmen angreifbar machen könnten. Dies schützt vor wirtschaftlichen Drucksituationen, die oft als Ausgangspunkt für feindliche Übernahmen genutzt werden.

Transparenz und Mitbestimmung als zusätzliche Sicherung

Die **enge Einbindung der Gesellschafter*innen in strategische Entscheidungen** stellt sicher, dass potenzielle Übernahmeveruche frühzeitig erkannt und abgewehrt werden können. Zudem sorgt die **gemeinwohlorientierte Ausrichtung** des Unternehmens dafür, dass alle Beteiligten langfristige Nachhaltigkeit und Unabhängigkeit über kurzfristige Gewinne stellen.

Durch diese strukturellen Vorkehrungen bleibt die **halle02 als unabhängiges und gemeinwohlorientiertes Unternehmen** geschützt und kann ihre Werte und Vision langfristig bewahren.

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte
Nicht zutreffend

Berühungsgruppe C

Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen



C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen
Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?
Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur und Förderung von Eigenverantwortung

Unsere Unternehmenskultur ist stark mitarbeitendenorientiert und basiert auf Offenheit, Mitgestaltung und Verantwortung. Wir setzen auf eine **Open Door Policy**, regelmäßige **Teamleiter*innen-Treffen** sowie **strukturelle Formate**, die unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, aktiv an der Gestaltung ihres Arbeitsumfelds mitzuwirken. Zudem finden **regelmäßige Betriebsversammlungen** statt, um transparente Kommunikation und demokratische Entscheidungsprozesse zu fördern.

Umgang mit Fehlern und Konflikten

Ein zentraler Baustein unserer Unternehmenskultur ist eine **wertschätzende Fehler- und Feedbackkultur**. Um diese weiter zu verbessern, haben wir im März 2024 erstmals eine **Vertrauensperson** gewählt, die allen Mitarbeitenden als Anlaufstelle für Anliegen, Fragen oder Konflikte zur Verfügung steht. Dies wurde von den Mitarbeitenden in der Betriebsversammlung am 18. März 2024 beschlossen – ein bedeutender Schritt hin zu einer noch offeneren und unterstützenden Atmosphäre. Die Vertrauensperson vermittelt zwischen Mitarbeitenden und Geschäftsleitung und setzt sich insbesondere für faire Arbeitsbedingungen, eine gerechte Verteilung der Arbeitslast sowie eine wertschätzende Kommunikation ein.

Zusätzlich haben wir uns für ein **transparentes Lohnmodell** entschieden, um traditionelle Hierarchien bewusst aufzubrechen und Gleichheit im Unternehmen zu fördern.

Förderung von Selbstorganisation und Eigenverantwortung

Eigenverantwortung und Selbstorganisation sind für uns essenzielle Werte. Daher haben wir eine **Kooperation mit „Hello we care“** gestartet, um unseren Mitarbeitenden Zugang zu psychologischer Unterstützung und Schulungen zu ermöglichen. Dies stärkt nicht nur die individuelle Resilienz, sondern auch die Fähigkeit, Konflikte eigenständig und konstruktiv zu lösen.

Fluktuationsrate 2024
56,4% Gesamt
9,5 % Festangestellte

Die Gesamtfluktuation (inkl. Aushilfen) ist hoch, jedoch strukturell bedingt. Vergleichswerte in der Gastronomie und Eventbranche gehen von durchschnittlich 60% aus.

Die Fluktuationsrate im Team der Festangestellten umfasst auch die planmäßigen Austritte von Auszubildenden mit Beendigung ihrer Ausbildung.

| Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit | 2024 7,5 Jahre 7,5 Jahre bei Festangestellten 1 Jahr Mini-/Midi-Jobber:innen | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|----------------------------|----------------------------------|----------------------------|--------------------|------------|---|-------------------|----------|---|----------------|---------------------------------------|---|---|-----------------|---|
| Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen | 2024 25 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Anzahl an Initiativbewerbungen | 2024 3 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur | 2024 2 groß angelegte Umfragen zusätzlich zu institutionalisierten Feedbackformaten (s.u.) | | | | | | | | | | | | | | | |
| Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur | 2024 Zweiwöchentlich qualitative Umfrage (Interviews): Hausdienstmeeting (Wie-geht's-dir-Runde, reines Feedbackmeeting für alle Hausdienste) & regelmäßig geplante Jour Fixe oder monatliche Jour Fixe bei Festangestellten | | | | | | | | | | | | | | | |
| Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene | 2024 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Entwicklungsangebot</th> <th style="width: 33%;">Mitarbeitende bzw. Führungsebene</th> <th style="width: 33%;">Stunden pro Mitarbeitenden</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Securityschulungen</td> <td>Securities</td> <td style="text-align: center;">6</td> </tr> <tr> <td>Awarenessschulung</td> <td>für alle</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>halle02academy</td> <td>Mini-Jobber*innen / Midi-Jobber*innen</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>individuelle Fortbildungen (Messen, Seminare, Podiumsdiskussionen, Schulungen etc.)</td> <td>Festangestellte</td> <td style="text-align: center;">8</td> </tr> </tbody> </table> | Entwicklungsangebot | Mitarbeitende bzw. Führungsebene | Stunden pro Mitarbeitenden | Securityschulungen | Securities | 6 | Awarenessschulung | für alle | 2 | halle02academy | Mini-Jobber*innen / Midi-Jobber*innen | 4 | individuelle Fortbildungen (Messen, Seminare, Podiumsdiskussionen, Schulungen etc.) | Festangestellte | 8 |
| Entwicklungsangebot | Mitarbeitende bzw. Führungsebene | Stunden pro Mitarbeitenden | | | | | | | | | | | | | | |
| Securityschulungen | Securities | 6 | | | | | | | | | | | | | | |
| Awarenessschulung | für alle | 2 | | | | | | | | | | | | | | |
| halle02academy | Mini-Jobber*innen / Midi-Jobber*innen | 4 | | | | | | | | | | | | | | |
| individuelle Fortbildungen (Messen, Seminare, Podiumsdiskussionen, Schulungen etc.) | Festangestellte | 8 | | | | | | | | | | | | | | |

***hello we care: insgesamt 825 Minuten in Anspruch genommen = 13,75 Stunden (wer und genaue Personenanzahl ist nicht erfassbar, weil die Gespräche anonym und vertraulich stattfinden → Schweigepflicht der Ärzt:innen**

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Wahl und Einsetzung einer Vertrauensperson

Seit März 2024 haben wir als Maßnahme zur Stärkung unserer Feedback- und Fehlerkultur eine **Vertrauensperson** im Unternehmen etabliert. Sie steht allen Mitarbeitenden als Ansprechperson für Anliegen, Konflikte oder Fragen rund um das Arbeitsumfeld zur Verfügung und vermittelt bei Bedarf zwischen Team und Geschäftsleitung. Damit schaffen wir eine offene und unterstützende Atmosphäre, in der Probleme frühzeitig angesprochen und gemeinsam gelöst werden können.

Kooperation mit Hello we care

Im Rahmen unserer mitarbeitendenorientierten Unternehmenskultur haben wir eine **Kooperation mit „Hello we care“** gestartet. Diese ermöglicht unseren Mitarbeitenden den Zugang zu **psychologischer Unterstützung und Schulungen**, um mentale Gesundheit zu stärken und den Umgang mit Herausforderungen im Arbeitsalltag zu erleichtern. So fördern wir nicht nur individuelles Wohlbefinden, sondern auch eine nachhaltige und resiliente Teamkultur.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Innovative und/ oder umfassende Lösungen für ein mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur werden nachhaltig und selbstverständlich gelebt und von Mitarbeitenden als solche erlebt.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Betriebliche Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden haben für uns höchste Priorität. Deshalb setzen wir auf **präventive Maßnahmen und gezielte Angebote**, um sowohl die **mentale als auch physische Gesundheit** nachhaltig zu unterstützen.

Ein zentraler Baustein ist unsere **Kooperation mit „Hello we care“**, die unseren Mitarbeitenden Zugang zu psychologischer Unterstützung und Schulungen ermöglicht. Damit möchten wir mentale Belastungen frühzeitig erkennen und präventiv entgegenwirken. Zusätzlich fördern wir durch unseren **wöchentlichen Teamsport** den körperlichen Ausgleich und das Gemeinschaftsgefühl im Team.

Im Bereich des Arbeitsschutzes achten wir auf eine konsequente Einhaltung aller gesetzlichen Vorschriften. Dazu gehört die **Bereitstellung von Gehörschutz** für Mitarbeitende in lärmintensiven Bereichen sowie **Schutzkleidung** bei speziellen Tätigkeiten. Außerdem führen wir regelmäßige **Schulungen zum sicheren Umgang mit Arbeitsgeräten** wie Steigern und Leitern durch. Eine speziell **beauftragte Person für den Arbeitsschutz** überwacht die Einhaltung aller Maßnahmen und sorgt für kontinuierliche Sensibilisierung im Team.

Ein weiteres wichtiges Element ist die **strikte Kontrolle der Arbeitszeiten**. Auch wenn dies in unserer Branche nicht immer üblich oder einfach umzusetzen ist, setzen wir uns aktiv dafür ein, Überlastung zu vermeiden und die gesetzlichen Vorgaben konsequent einzuhalten. So schaffen wir

eine sichere und gesundheitsfördernde Arbeitsumgebung, in der sich unsere Mitarbeitenden langfristig wohlfühlen können.

**Gesundheits-/
Krankenquote (in
Abhängigkeit der
demographischen
Verteilung)**

Daten werden nicht erfasst.

**Anzahl der Tage, an
denen Mitarbeitende
trotz Krankheit in den
Betrieb kommen**

Daten werden nicht erfasst.

**Anzahl und Ausmaß der
Betriebsunfälle**

2024

| Unfallart / Ausmaß | Anzahl |
|--------------------|--------|
| Betriebsunfall | 0 |

**In Anspruch
genommene Angebote
durch die
Mitarbeitenden: Inhalte
und Anzahl der Stunden
pro Mitarbeitenden**

2024

| Angebot und Inhalt | Stunden pro Mitarbeitenden |
|--------------------|----------------------------|
| hello we care | 0,1 |
| Teamsport | 0,28 |
| Workation Aostatal | 3,9 |

Anzahl Stunden total durch Anzahl Mitarbeitende total (133)
Workation 65 Tage genutzt (à 8h)

**Im Berichtszeitraum
wurde umgesetzt**

Kooperation mit Hello we care

Im Rahmen unserer mitarbeitendenorientierten Unternehmenskultur haben wir eine **Kooperation mit „Hello we care“** gestartet. Diese ermöglicht unseren Mitarbeitenden den Zugang zu **psychologischer Unterstützung und Schulungen**, um mentale Gesundheit zu stärken und den Umgang mit Herausforderungen im Arbeitsalltag zu erleichtern. So fördern wir nicht nur individuelles Wohlbefinden, sondern auch eine nachhaltige und resiliente Teamkultur.

**Verbesserungspotenzi-
ale/Ziele**

Betriebliches Gesundheitsmanagement strukturiert einführen (lassen)

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Innovative und/ oder umfangreiche Lösungen zur Förderung und Verbesserung von Gesundheit am Arbeitsplatz und zum Arbeitsschutz werden umfassend, nachhaltig und selbstverständlich gelebt.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
 In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
 Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Diversität und Inklusion nehmen bei der halle02 eine zentrale Rolle im strategischen Personalmanagement ein. Unterschiedlichkeit wird ausdrücklich als Bereicherung verstanden und aktiv gefördert. Demokratische und transparente Entscheidungsprozesse ermöglichen allen Mitarbeitenden eine gleichberechtigte Beteiligung, unabhängig von Hierarchien und Funktionen. Durch gezielte Schulungen und individuelle Weiterentwicklungsangebote wird besonderen Talenten die Möglichkeit gegeben, ihre Potenziale bestmöglich auszuschöpfen.

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist der halle02 besonders wichtig. Individuelle und flexible Lösungen werden mit den Mitarbeitenden persönlich abgestimmt und umgesetzt. So trägt die halle02 aktiv dazu bei, potenziellen Benachteiligungen vorzubeugen und eine offene, respektvolle und unterstützende Arbeitskultur für alle Beschäftigten sicherzustellen.

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

| Merkmal | Mitarbeiter:innen gesamt | weiblich gelesen | männlich gelesen | divers |
|---|---|------------------|------------------|--------|
| geschlechter Verteilung (inkl. Führungsebene) | 197 | 112 | 81 | 2 |
| | Führungsebene | | | |
| geschlechter Verteilung in Führungsebene | Barchef*innen / Teamleiter*in / Seculeitung | 15 | 7 | 0 |
| | Hausdienst | 2 | 3 | 0 |
| | stellv. Abteilungsleiter*in | 2 | 1 | 0 |
| | Abteilungsleiter*in | 1 | 3 | 0 |
| | Geschäftsführer*in | 0 | 2 | 0 |
| geschlechter Verteilung | gesamte Führungsebene | 20 | 16 | 0 |
| geschlechter Verteilung | gesamte Führungsebene (nur Festangestellte) | 4 | 7 | 0 |

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/ Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitender Person

siehe C1.2

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

2024

Die halle02 ist in einem urbanen, kulturell vielfältigen Umfeld verortet: Rund 38 % der Heidelberger Bevölkerung haben einen Migrationshintergrund, die Stadt weist eine hohe Zahl an Studierenden sowie eine große religiöse und soziale Diversität auf. Als Veranstaltungsort mit genreübergreifendem Programm und breitem Publikum profitiert die halle02 direkt von dieser gesellschaftlichen Vielfalt.

Karenzdauer von Müttern

2024

0,5 Monate

Karenzdauer von Vätern

2024

5 Monate

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

2024

Nicht erhoben

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Innovative Lösungen zur Förderung und Verbesserung im Umgang mit und ein Bewusstsein für Diversität und Chancengleichheit werden umfassend, nachhaltig und selbstverständlich gelebt.

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen
In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat

Die halle02 legt großen Wert auf faire Arbeitsbedingungen und nimmt ihre Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden ernst. Insbesondere in der Veranstaltungsbranche sind Arbeitsbedingungen oft geprägt durch hohe Arbeitsbelastungen, lange Arbeitszeiten und das Risiko, gesetzliche Ruhe- und Pausenzeiten nicht ausreichend einhalten zu können. Trotz dieser Herausforderungen stellt die halle02 sicher, dass Mitarbeitende fair

bzw. in der
Personalabteilung?
Wie wird auf mögliches
Fehlverhalten im
Unternehmen aufmerksam
gemacht?

entlohnt werden und gesetzliche Vorgaben zu Ruhe- und Pausenzeiten konsequent eingehalten werden.

Aktuell liegen keine Rückmeldungen zu menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen oder gravierenden Missständen vor. Das Unternehmen fördert dennoch aktiv eine offene Kommunikationskultur, in der Mitarbeitende über eine Vertrauensperson jederzeit die Möglichkeit haben, auf mögliche Fehlentwicklungen oder Missstände aufmerksam zu machen.

**Statement von Betriebsrat
und/ oder
Personalabteilung zu
diesen Fragen**

Arbeits- und Ruhezeiten:

Arbeits- und Ruhezeiten werden grundsätzlich eingehalten. Zur Überwachung der Regelung gibt es eine verpflichtende Erfassung mittels einer digitalen Zeiterfassung die auf eilt. Nicht eingehaltene Zeiten hinweist. Bei kurzfristigen Krankheitsausfällen kann in Ausnahmefällen die vorgeschriebenen Ruhezeiten nicht eingehalten werden. Auch die Schichten von Führungskräften dauern dann in Ausnahmefällen länger als 10 Stunden.

Vergütung:

Bei wetterbedingtem Veranstaltungsausfall im Außenbereich gibt es für Minijobs keine Ausfallvergütung. Auch wenn Mitarbeiter auf Abruf bereitstehen, aber nicht zum Einsatz kommen, werden sie dafür nicht vergütet. Diese Regelung ist bekannt und wird von den Mitarbeitenden mitgetragen.

Pausenregelungen:

Für die Einhaltung der Pausenregelungen, die verpflichtend ist, gibt es Verantwortlichkeiten bei den Teamleitungen. Stichprobenartig wird die Einhaltung der Pausenzeiten überprüft. In manchen Arbeitsbereichen gibt es noch Optimierungsbedarf, die Pausenzeiten zu koordinieren. Wir planen aktuell eine Optimierung der Pausenräume für eine bessere Erholung zu schaffen.

Überstunden:

Um die Flexibilität und saisonalen Peaks in der Veranstaltungsbranche zu gewährleisten haben unsere festangestellte Mitarbeiter Überstundenkonten. Dabei beobachten wir das Volumen dieser Konten stetig, um ein mögliches Risiko einer Überlastung frühzeitig zu erkennen und die Arbeitslast besser zu verteilen, sowie bei Bedarf neue Mitarbeiter einzustellen.

Schutz vor Belästigung:

In der Nachtgastronomie gibt es ein erhöhtes Risiko für Übergriffe durch Gäste oder Kollegen. Wir versuchen, dem durch Awareness-Arbeit und ein umfangreiches Awareness Konzept entgegenzuwirken. Als weitere Schritte sind ein Verhaltenskodex sowie ein Stammtisch für Frauen in der Branche geplant, um das Thema offen anzugehen und den Austausch zu fördern.

**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

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**

- Nicht zutreffend

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Die halle02 hat zum 1. Januar 2024 ein transparentes Lohnmodell für festangestellte Mitarbeiter:innen eingeführt, um Gleichheit und Offenheit im Unternehmen zu fördern.

Grundprinzipien des Lohnmodells:

- **Einheitlicher Basislohn:** Unabhängig von Position oder Aufgabenbereich erhalten alle Mitarbeiter:innen denselben Basislohn. Dies unterstreicht die Wertschätzung jedes Beitrags zum Unternehmen und eliminiert traditionelle Gehaltshierarchien.
- **Transparente Gehaltsstruktur:** Zusätzlich zum Basislohn setzt sich das Gehalt aus klar definierten sozialen und leistungsabhängigen Komponenten zusammen. Eine entwickelte Gehaltsmatrix ermöglicht es den Mitarbeiter:innen, ihre Position nach nachvollziehbaren Kriterien selbst zu bestimmen.

Berücksichtigte Kriterien:

- **Soziale Faktoren:** Dazu zählen Betriebszugehörigkeit, ehrenamtliches Engagement und besondere Lebenssituationen wie Alleinerziehende oder wenn Angehörige gepflegt werden, die durch zusätzliche finanzielle Anerkennung unterstützt werden.
- **Leistungsbezogene Faktoren:** Diese reflektieren individuelle Leistungen und den Beitrag zur Weiterentwicklung der halle02.

Sicherstellung eines angemessenen Lebensstandards:

Durch die Kombination aus Basislohn und zusätzlichen Gehaltsbestandteilen wird gewährleistet, dass alle Mitarbeiter:innen ein Einkommen erhalten, das den regionalen Lebenshaltungskosten entspricht und einen würdigen Lebensstandard ermöglicht.

Möglichkeiten zur Selbstbestimmung des Verdienstes:

Die transparente Gehaltsmatrix bietet den Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, ihre Position und damit ihren Verdienst eigenständig und nachvollziehbar zu bestimmen. Zudem fördert die halle02 durch Weiterbildungsbudgets und die halle02academy individuelle Entwicklung, wodurch Mitarbeiter:innen aktiv Einfluss auf ihre Gehaltsentwicklung nehmen können.

Dieses Lohnmodell fördert eine Unternehmenskultur, die auf Gleichheit, Fairness und Transparenz basiert, steigert die Motivation der Mitarbeiter:innen und trägt zur Schaffung eines inklusiven und offenen Arbeitsumfelds bei.

Höchstverdienst 2024

25 €

Mindestverdienst 2024
13,82 €

Lohnmodell Auszubildende, Duale Studierende und FSJ verdienen unter dem Mindestlohn. Wir halten uns an die Vorgaben der IHK.

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst) 2024
1:1,81

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte) 2024

| Standort | Lebenswürdiger Verdienst (in €) |
|------------|---------------------------------|
| Heidelberg | 2.500 |

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ein Verfahren zur Selbstbestimmung des Verdienstes wird entwickelt. Der Verdienst wird bedarfsgerecht individuell angepasst und selbstbestimmt durch Mitarbeitende festgelegt.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen
Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Die halle02 erfasst die Arbeitszeiten ihrer Mitarbeitenden seit Jahr 2018 digital über das System E2N. Dadurch können Arbeitslasten in Echtzeit überwacht und bei Bedarf umgeplant werden.

In der Veranstaltungsbranche sind lange Arbeitstage, unregelmäßige Arbeitszeiten sowie Wochenend- und Nachtdienste üblich. Die halle02 setzt sich aktiv dafür ein, faire Arbeitszeiten zu ermöglichen, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. Dennoch lassen sich Überstunden insbesondere in Spitzenzeiten nicht immer vermeiden. Diese werden zeitnah durch Freizeitausgleich abgegolten.

Mitarbeitende, die sich gesellschaftlich engagieren möchten, haben in der halle02 die Möglichkeit, dies unter bestimmten Bedingungen auch während ihrer Arbeitszeit zu tun. Zudem bieten flexible Arbeitszeitmodelle Raum für individuelle Bedürfnisse.

Die Selbstorganisation der Arbeitszeit ist in Absprache mit den direkten Vorgesetzten möglich. Die halle02 unterstützt Gleitzeit mit Kernarbeitszeiten sowie Home-Office-Tage, um eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu gewährleisten.

Trotz dieser für die Branche bereits sehr arbeitnehmerorientierten Herangehensweise können im Rahmen der Gemeinwohlbilanzbewertung nur 3 Punkte erreicht werden. Um mehr Punkte zu erreichen, darf die maximale Wochenarbeitszeit innerhalb der Organisation maximal 30 Stunden betragen oder per Legimitation der Mitarbeitenden entsprechend höher/tiefer festzulegen. Dies ist zum aktuellen Zeitpunkt nicht der Fall.

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden) 2024
40 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden 2024
210 Stunden

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Maßnahmen und Fortbildungen werden unterstützt, um einen bewussten Umgang der Mitarbeitenden mit Arbeitszeit und Überstundenpraxis zu etablieren.

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

Berichtsfragen Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Die halle02 legt besonderen Wert darauf, ihren Mitarbeitenden vielfältige und flexible Arbeitsmodelle anzubieten, um berufliche Anforderungen optimal mit privaten Verpflichtungen und Engagements vereinbaren zu können. Im Unternehmen stehen unterschiedliche Arbeitszeitmodelle wie Vollzeit, Teilzeit und Gleitzeit bei den Festangestellten zur Verfügung, darüber hinaus gibt es Midi- und Minijobstellen. Zudem werden individuelle Absprachen getroffen, um persönliche Lebenssituationen der Mitarbeitenden, beispielsweise familiäre Verpflichtungen wie Kinderbetreuung oder Pflegeaufgaben, bestmöglich berücksichtigen zu können.

Um eine ausgewogene Work-Life-Balance zu fördern, werden nicht nur familienfreundliche Teilzeit- und Gleitzeitregelungen ermöglicht, sondern auch Mitarbeitende aktiv in ihrem ehrenamtlichen Engagement unterstützt. So werden beispielsweise regelmäßig Arbeitsstunden für die Verbandsarbeit im regionalen Clubverband zur Verfügung gestellt. Dieses proaktive Vorgehen stärkt nicht nur das persönliche Wohlbefinden,

sondern unterstreicht auch das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens in der Region.

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

2024

| Arbeitsmodell | Erläuterungen |
|----------------|---------------|
| Vollzeit | |
| Teilzeit | |
| Gleitzeit | |
| Minijob | |
| Midijob | |
| FSJ | |
| Duales Studium | |
| Ausbildung | |

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

0

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ein Verfahren zur Selbstbestimmung der Arbeitsmodelle wird entwickelt. Die Arbeitsmodelle werden bedarfsgerecht individuell angepasst und selbstbestimmt durch Mitarbeitende festgelegt.

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

Faire Entlohnung und Arbeitsbedingungen in der halle02

Die halle02 setzt sich für eine faire und existenzsichernde Entlohnung aller Mitarbeitenden ein. Unser Vergütungssystem ist so angelegt, dass es den unterschiedlichen Beschäftigungsformen gerecht wird:

- **Lohnmodell (für Aushilfen, Werkstudierende, Midi-Jobber:innen):** Hier gelten transparente Stufen (Newcomer, Support, Co*Headliner etc.), die bis zu 25 € pro Stunde ermöglichen. Viele Mitarbeitende nutzen dieses Modell bewusst, um mit wenigen Stunden ihre

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?
 Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
 Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

finanzielle Grenze zu erreichen und gleichzeitig mehr Freizeit zu haben.

- **Gehaltsmodell (für Festangestellte):** Festangestellte profitieren von einer stabilen Gehaltsbasis mit zusätzlichen Benefits wie Essenzuschüssen, Lohnoptimierungen oder Homeoffice-Möglichkeiten. Hier steht weniger der Stundenlohn im Vordergrund, sondern die soziale Absicherung, langfristige Sicherheit und Entwicklungsmöglichkeiten.

So entsteht eine faire und bedarfsgerechte Lohnstruktur, die individuelle Lebenssituationen berücksichtigt.

Faire Vergütung für Auszubildende und Studierende

Für Auszubildende und Studierende hält sich die halle02 an die jeweiligen Vorgaben der IHK und DHBW. Zusätzlich stellen wir sicher, dass auch sie von den freiwilligen Zusatzleistungen profitieren, die wir allen Mitarbeitenden anbieten – darunter Zuschüsse zur Entlastung im Alltag. Darüber hinaus übernehmen wir die **Kosten für den ÖPNV, Lehrmittel sowie Studiengebühren**. Damit schaffen wir faire Rahmenbedingungen und zusätzliche Unterstützung über die gesetzlichen Standards hinaus.

Karriereentwicklung, Weiterbildung und Bewertung von Engagement

Die persönliche Weiterentwicklung der Mitarbeitenden hat in der halle02 einen hohen Stellenwert. Über die **halle02academy** bieten wir Schulungen und Weiterbildungen an – nicht nur für Festangestellte, sondern auch für unsere Aushilfen.

Beruflicher Erfolg wird weniger über die reine Arbeitszeit, sondern über das Engagement und die Umsetzung von Zielen definiert. Qualität geht klar vor Quantität: Wer Verantwortung übernimmt und sich aktiv einbringt, erhält Möglichkeiten zur Weiterentwicklung innerhalb des Unternehmens. Gleichzeitig legen wir großen Wert auf eine gesunde Work-Life-Balance.

Zeitarbeit und Risikoausgleich für saisonale Schwankungen

Da der Veranstaltungsbetrieb saisonalen Schwankungen unterliegt, kommt es im August zu einem geringeren Schichtangebot für Aushilfen. Um dieses Risiko abzufedern, greifen verschiedene Maßnahmen:

- Frühzeitige Kommunikation der saisonalen Lage.
- **Mitwirkung bei externen Veranstaltungen:** Wir stellen die Gastronomie beim Maifeld Derby und Zeltfestival. So können im Juni viele Schichten gearbeitet werden, deren Überschüsse im August ausgezahlt werden.
- **Kleine Freiheit im August:** Hier schaffen wir zusätzliche Einsatzmöglichkeiten, um das Einkommen in diesem Monat aufzuwerten.

Damit entsteht mehr Planungssicherheit für die Mitarbeitenden trotz saisonaler Schwankungen.

| Gewinn | 2024 | 271.814 € | | | | |
|---|---------------------------------|---|----------|---------------------------------|------------|-------|
| Höchstverdienst | 2024 | 25 € | | | | |
| Mindestverdienst | 2024 | 13,82 € | | | | |
| Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst" | 2024 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Standort</th> <th>Lebenswürdiger Verdienst (in €)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Heidelberg</td> <td>2.500</td> </tr> </tbody> </table> | Standort | Lebenswürdiger Verdienst (in €) | Heidelberg | 2.500 |
| Standort | Lebenswürdiger Verdienst (in €) | | | | | |
| Heidelberg | 2.500 | | | | | |
| Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden) | 2024 | 197 Personen Höchstzahl gleichzeitig Beschäftigter lag 2024 bei 127 Personen, Verträge insgesamt übers Jahr 197 Personen. | | | | |
| Mitarbeitendenanzahl | 2024 | 197 | | | | |
| Anzahl der Pauschalverträge | 2024 | 0 | | | | |
| Anzahl der Null-Stunden- Verträge | 2024 | 0 | | | | |
| Anzahl der Zeitarbeitenden | 2024 | 0 Personen | | | | |
| Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden | | nicht zutreffend | | | | |
| Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden | | nicht zutreffend | | | | |
| Anteil von befristeten Arbeitsverträgen | 2024 | 1,5 % | | | | |
| Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen | | Befristete Verträge nur auf Wunsch der Beschäftigten. | | | | |
| Selbsteinschätzung | | 0 Minuspunkte • Nicht zutreffend | | | | |

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen
Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

Die halle02 befindet sich zentral gelegen in einem gut erreichbaren Stadtteil, der den Mitarbeitenden vielfältige gastronomische Angebote bietet. Darüber hinaus setzt das Unternehmen bewusst Maßnahmen um, die sowohl den Teamzusammenhalt als auch eine bewusste Ernährung unterstützen: Einmal pro Woche wird im Team gemeinsam frisch gekocht, wobei bislang keine systematische Berücksichtigung von Bio-Lebensmitteln erfolgt. Zudem findet wöchentlich ein gemeinsames Mittagessen in einem nahegelegenen Restaurant, welches Wert auf ein regionales und saisonales Angebot legt, statt. Diese Maßnahmen tragen sowohl zu einer positiven Arbeitsatmosphäre als auch zur bewussten Gestaltung der Verpflegung im beruflichen Alltag bei.

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Daten bisher nicht systematisch erfasst.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ernährung überwiegend (>75%) fleischlos, Lebensmittel vorwiegend lokal, saisonal, biologisch zertifiziert, wenn möglich aus solidarischer Landwirtschaft, Fleisch aus lokaler Weidehaltung.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen
Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das

Die Mobilität der Mitarbeitenden ist für die halle02 ein zentraler Ansatzpunkt zur Reduktion von Treibhausgasemissionen. Der Standort ist gut an das öffentliche Verkehrsnetz angebunden, was bereits viele Mitarbeitende nutzen: Rund 47 % nutzen regelmäßig den ÖPNV, während ca. 26 % mit Fahrrad oder zu Fuß zur Arbeit kommen. Dennoch nutzen aktuell noch rund 27 % der Beschäftigten regelmäßig das Auto für den Arbeitsweg, wobei hier durchschnittlich längere Distanzen (ca. 27 km) zurückgelegt werden.

Um die Mitarbeitenden bei einer klimafreundlichen Mobilität zu unterstützen, übernimmt die halle02 die Kosten für das Deutschlandticket

Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

für Auszubildende, Duale Studierende und FSJK-Absolvierende und bietet ein Betriebsfahrrad an. Dienstwagen sind ausschließlich Elektrofahrzeuge. Die Mitarbeitenden sind angehalten, Dienstreisen mit dem Zug zu tätigen. Hierfür werden die Kosten vollumfänglich übernommen.

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

2024

| Verkehrsmittel | Anteil (in %) |
|----------------------------|---------------|
| zu Fuß & Rad | 26 |
| PKW | 28 |
| Öffentliche Verkehrsmittel | 47 |
| Summe | 100 |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Übernahme des Deutschlandtickets

Auswahlkriterium für Dienstwagen definiert

im Berichtszeitraum wurde beschlossen, dass nur E-Fahrzeuge als Dienstwagen in Frage kommen

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Durch betriebsinterne Anreizpolitik nutzen nahezu alle Mitarbeitenden öffentliche Verkehrsmittel, das Rad, Carsharing oder optional Teleworking.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der

Die ökologische Nachhaltigkeit ist in der halle02 fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Sie wird sowohl durch das Vorleben seitens der Geschäftsführung (top-down) als auch durch proaktive Beiträge der Mitarbeitenden (bottom-up) kontinuierlich gestärkt. Diverse Maßnahmen, wie z. B. die Einführung des internen Nachhaltigkeitslabels „halle02 Plus“, sorgen dafür, dass alle Beschäftigten aktiv in ökologische Prozesse eingebunden werden.

Im Bereich Weiterbildung haben interessierte Mitarbeitende die Möglichkeit, an gezielten Angeboten zu ökologischen Themen teilzunehmen. In der Personalrekrutierung ist Nachhaltigkeit aktuell zwar kein explizites Kriterium, jedoch erleben Bewerber*innen die nachhaltige Ausrichtung der halle02 als attraktiv und entscheidungsrelevant.

Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden erstellt die halle02 regelmäßig Nachhaltigkeitsinsights und 2023 erstmalig eine Klimabilanz (rückwirkend für 2022), in deren Erarbeitung alle Bereiche eingebunden werden und somit zu einem breiten Bewusstsein für ökologische Zusammenhänge beitragen. Ergebnisse aus Mitarbeitenden- und Kundenbefragungen werden ebenfalls regelmäßig im Team kommuniziert und zur weiteren Sensibilisierung genutzt.

Ein wesentliches Ziel ist es zudem, ökologisch nachhaltiges Verhalten der Mitarbeitenden durch konkrete Maßnahmen zu incentivieren. Beispielsweise wird das Deutschlandticket für FSJler, Duale Studierende und Auszubildende finanziert, wodurch nachhaltiges Mobilitätsverhalten nicht nur dienstlich, sondern ausdrücklich auch privat gefördert wird. So entstehen gezielt sogenannte „Spillover-Effekte“, die ökologische Gewohnheiten über den Arbeitskontext hinaus etablieren sollen.

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

2024
100 %

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden

2024
90 %

Verbesserungspotenziale/ Ziele

Gemeinwohl-Gedanken intern verankern

Code of Conduct an Lieferant*innen versenden

Einkaufsrichtlinien an Lieferant*innen kommunizieren

Mitarbeitende schulen und ihr Engagement fördern, sich an den Nachhaltigkeitsbemühungen zu beteiligen

Mitarbeitende-Vorteile und -Rabatte in ökologischen Partnerunternehmen anbieten

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Institutionalisierte Sensibilisierungsprogramme für alle Mitarbeitenden, z.B. regelmäßige Erhebung zum bzw. Thematisierung des ökologischen Verhalten(s), innovative Ansätze zur ökologischen Bewusstseinsbildung.

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

| | |
|---|--|
| Berichtsfragen Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu? | Umweltschädliches Verhalten wird nicht geduldet und der Verschwendung von Ressourcen keinen Vorschub geleistet. |
| Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO2) | Nein |
| Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen | Nein |
| Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist | Nein |
| Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen | Nein |
| Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte | Nein |
| Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.) | Nein |
| Selbsteinschätzung | 0 Minuspunkte |

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen?

Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

In der halle02 wird Transparenz als Grundlage für Beteiligung ernst genommen. Mitarbeitende haben über regelmäßige Team-Meetings, interne Newsupdates sowie den digitalen Zugang zu E2N, Co-Pilot und Google Drive Einblick in relevante betriebliche Informationen. Dazu zählen insbesondere Schicht- und Einsatzpläne, Veranstaltungsdetails sowie Abläufe im Tagesgeschäft.

Finanzdaten werden im Rahmen von Teammeetings und im Führungskreis regelmäßig aufbereitet und erläutert. Ziel ist es, auch komplexere Zusammenhänge – wie z. B. Umsatzentwicklungen, Kostenstrukturen oder Budgetplanungen – nachvollziehbar zu machen. Einfache Visualisierungen und eine klare Sprache helfen, wirtschaftliche Zusammenhänge besser zu verstehen.

Sensiblere Daten wie z. B. Gehaltsinformationen sind aus Datenschutzgründen nur eingeschränkt einsehbar. Allerdings sorgt das transparente Lohnmodell dafür, dass Gehaltsstrukturen nachvollziehbar sind und Diskussionen auf Augenhöhe möglich bleiben.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, Informationszugänge niedrigschwellig und barrierearm zu gestalten – sowohl inhaltlich als auch technisch – um allen Mitarbeitenden eine informierte Mitgestaltung zu ermöglichen.

Die Führungsebene ist niederschwellig für alle Mitarbeitenden verfügbar und in regelmäßigen Formaten wie dem gemeinsamen Team Mittagessen oder Family&Friends-Veranstaltung auch informell ansprechbar.

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2024
90 %

Verbesserungspotenziale /Ziele

Gemeinwohl-Gedanken intern verankern

Gemeinwohl-Orientierung auf Website kommunizieren

Einkaufsrichtlinien an Lieferant*innen kommunizieren

Gemeinwohl-Orientierung in Kund*innenkommunikation aufnehmen (z.B. in Veranstaltungen, Produktinformationen, in Verkaufsgesprächen)

Regelmäßige interne Meetings zur GWÖ-Berichterstattung und den Verbesserungspotenzialen

Wichtige Kennzahlen aushängen oder über digitale Dashboards offen kommunizieren

Onboarding-Unterlagen erstellen / regelmäßig überarbeiten

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle wesentlichen und kritischen Daten sind transparent für alle Mitarbeitenden leicht abrufbar und verständlich: gelebte Kultur der Transparenz.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

- Berichtsfragen**
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem?
 - Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
 - Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
 - Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Die halle02 verfügt über eine Elefantenrunde, ein Leitungsgremium aus Bereichsleiter*innen und Geschäftsführung. Sie entscheidet gemeinsam über die Aufnahme neuer Führungskräfte auf dieser Ebene. Für Führungspositionen im festen Team findet ein regulärer Bewerbungsprozess statt; eine formalisierte Mitbestimmung „von unten“ gibt es nicht. Durch die kollegiale Kultur fließen informelle Einschätzungen und Vorschläge aus dem Team aber häufig in Entscheidungen ein.

Feedback zu Führungskräften wird nicht systematisch erhoben, sondern entsteht überwiegend im laufenden Arbeitsalltag oder in spontanen Gesprächen. Entsprechende Hinweise werden je nach Situation aufgegriffen und führen punktuell zu Anpassungen in der Zusammenarbeit oder zu Klärungsgesprächen – eine strukturierte oder regelmäßige Ableitung von Maßnahmen existiert jedoch nicht.

Da weder eine strukturierte Anhörung oder Mitwirkung bei der Bestellung direkter Führungskräfte noch regelmäßige Beurteilungsrunden existieren, ist eine höhere Bewertung nicht möglich.

- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Gespräch/ Mitgestaltung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden**

Keine belastbaren Kennzahlen verfügbar.

Selbsteinschätzung



Erste Schritte

Beschäftigung mit dem Thema Legitimierung der Führungskräfte, konkrete Planung zu mehr Mitentscheidung.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen
 Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
 Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
 Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

In der halle02 wird Mitentscheidung als gelebte Praxis verstanden – insbesondere auf der unmittelbaren Teamebene. Die Mitarbeitenden verfügen über hohe Fach- und Praxiskompetenz in ihren Arbeitsbereichen und treffen Entscheidungen im Rahmen dieser Expertise möglichst eigenverantwortlich und dezentral. Darüber hinaus ermöglicht ein Bottom-up-Prinzip auch auf anderen Ebenen die Mitwirkung an zentralen Fragestellungen und Entwicklungsprozessen. Partizipation bedeutet dabei immer auch Mitverantwortung: Wer mitentscheiden möchte, ist eingeladen, sich aktiv zu informieren und sich in Entscheidungsprozesse einzubringen.

Das Unternehmen schafft die nötigen Rahmenbedingungen – etwa durch transparente Kommunikation, Raum für Austausch und geeignete Gremienformate. Konkret zeigt sich dies in regelmäßigen Teammeetings, an denen auch Mitarbeitende aus dem gastronomischen Betrieb teilnehmen und eigene Ideen einbringen. Im Kernorganisationsteam werden viele Themen kooperativ erarbeitet, z. B. im Rahmen gemeinsamer Zieldefinitionen während Teamklausuren.

Diese Strukturen fördern Identifikation und Entscheidungsqualität. Da diese Mitentscheidungsprozesse jedoch nicht durchgängig konsensual gestaltet sind und auch noch keine mehrjährige formalisierte Praxis der konsensorientierten Entscheidungsfindung besteht, ist eine höhere Bewertung derzeit nicht möglich.

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

2024
60 %

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Anhörung bzw. Mitwirkung der Mitarbeitenden bei den wesentlichen Themen und Entscheidungen.

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

| | |
|--|---|
| <p>Berichtsfragen</p> <p>Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?</p> <p>Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?</p> <p>Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?</p> | <p>Aktuell gibt es in der halle02 keinen Betriebsrat. Der Wunsch nach Gründung eines solchen ist bisher nicht entstanden, vermutlich insbesondere dadurch, dass in der halle02 flache Hierarchien vorherrschen und eine Beteiligung, Feedback und Austausch niederschwellig auch mit der Geschäftsführung möglich ist.</p> <p>Die Leitungsebene ist ihrerseits jedoch offen gegenüber eines Betriebsrates sollte der Gründungswunsch aus der Belegschaft entstehen.</p> |
| <p>Betriebsrat: vorhanden/nicht vorhanden</p> | <p>2024 Nein</p> |
| <p>Betriebsrat vorhanden: seit wann?</p> | |
| <p>Selbsteinschätzung</p> | <p>0 Minuspunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nicht zutreffend |

Berühungsgruppe D

Kund*innen und Geschäftspartner*innen



Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Die halle02 ist regional stark verankert und baut seit vielen Jahren auf stabile, vertrauensvolle Kooperationen. Viele Geschäftspartnerinnen stammen ebenfalls aus der Region, was kurze Wege, direkte Abstimmungen und eine verlässliche, wertschätzende Zusammenarbeit ermöglicht. Dieses dichte Netzwerk aus lokalen Akteurinnen prägt die Arbeitsweise der halle02 und stärkt ihre Rolle als wichtiger kultureller und wirtschaftlicher Bestandteil der Stadt.

Die Kund*innen der halle02 setzen sich aus zwei zentralen Gruppen zusammen: den Besuchenden der öffentlichen Veranstaltungen sowie den Unternehmen, die die Räume für Firmenfeiern, Präsentationen oder andere geschäftliche Formate nutzen. Beide Gruppen stehen in engem Austausch mit der halle02 und tragen mit ihren Rückmeldungen, Bedarfen und Erwartungen aktiv zur Weiterentwicklung des Angebots bei.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Die halle02 stellt in allen Bereichen den Kund*innen- und Gästennutzen vor kurzfristige Umsatzinteressen. Im b2b-Bereich erfolgen Beratung und Konzeption bedarfsorientiert und sachlich: Ziel ist stets ein realistisches und passendes Veranstaltungskonzept, auch wenn dies kleinere Lösungen bedeutet. Der Vertrieb arbeitet ohne aggressive Verkaufsstrategien, sondern mit transparenten Informationen und fairen Preisen.

Neue Kundinnen werden vor allem über Empfehlungen, Netzwerke und persönliche Ansprache gewonnen. Stammkundinnen werden kontinuierlich durch feste Projektleitungen betreut, was Vertrauen und langfristige Zusammenarbeit stärkt.

Im b2c-Bereich legt die halle02 besonderen Wert auf sorgfältige Gästebeziehungen. Das Awareness-Konzept bildet dabei den Rahmen für respektvolle, diskriminierungsfreie Veranstaltungsräume. Transparente Kommunikation, klare Verhaltensrichtlinien und niedrigschwellige Kontaktmöglichkeiten sichern ein wertschätzendes Miteinander und bieten Orientierung bei Fragen oder Problemen.

Wünsche, Reklamationen und Kritik werden in beiden Bereichen individuell und pragmatisch behandelt. Die halle02 pflegt eine offene Fehlerkultur und setzt Feedback zeitnah um; bei Bedarf kommen kulante Lösungen wie Leistungsanpassungen oder Preisnachlässe zum Einsatz.

Ein formaler Compliance-Leitfaden über die Awareness-Richtlinien hinaus existiert derzeit nicht, die ethischen Grundsätze sind jedoch fest in der täglichen Praxis verankert – durch transparente Kommunikation, Fairness und kundenorientierte Prozesse.

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

2024

| Maßnahmen | Budget (in €) | Anteil (in %) |
|------------------------------|---------------|---------------|
| Allgemeines Marketing Budget | 209.408 | |

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2024
Ja

Verbesserungspotenziale /Ziele

Gemeinwohl-Bilanz auf der eigenen Website, Social Media Kanälen, über Newsletter und Pressemitteilung an lokale Zeitungen kommunizieren

Selbsteinschätzung



Erfahren

Zusätzlich zu Ethikrichtlinien im Verkauf werden sämtliche Kontaktpunkte zu Kund*innen hinsichtlich Erfüllung der Kund*innenbedürfnisse und Gestaltung auf Augenhöhe regelmäßig überprüft und verbessert.

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlerorientierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Barrierefreiheit und Zugangsgerechtigkeit im b2b- und b2c-Bereich

Die halle02 versteht Barrierefreiheit als umfassenden Auftrag, der physische, soziale und finanzielle Aspekte einbezieht – sowohl im Publikumsbereich (b2c) als auch bei Veranstalter*innen und Partner*innen (b2b). Ziel ist es, möglichst allen Menschen kulturelle Teilhabe und Veranstaltungszugang zu ermöglichen.

Im b2c-Bereich wurden in den letzten Jahren zahlreiche Maßnahmen umgesetzt: stufenfreier Zugang, barrierefreie Sanitäranlagen mit Euroschlüssel, Behindertenparkplätze sowie Rückzugsräume bei Großveranstaltungen. Das Konzept „halle für alle“ stellt kostenfreie oder vergünstigte Tickets über soziale Einrichtungen zur Verfügung und ermöglicht auch Begleitpersonen den freien Eintritt. Informationen zur Zugänglichkeit sind transparent auf der Website aufbereitet. Die Umsetzung erfolgt im engen Austausch mit Betroffenen – Barrierefreiheit wird als lernender Prozess verstanden.

Auch im b2b-Bereich wird auf Zugänglichkeit geachtet. Die Räumlichkeiten sind barrierearm gestaltet und das Team reagiert flexibel auf technische oder organisatorische Anforderungen. Besonders kleinere oder gemeinwohlorientierte Organisationen erhalten auf Wunsch gleichwertige Konditionen wie Großkund*innen – persönliche Beratung, transparente Kommunikation und faire Preisgestaltung stehen im Mittelpunkt.

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

Für Berichtszeitraum nicht erfasst.

Verbesserungspotenziale /Ziele

Gemeinwohl-zertifizierten Unternehmen einen Rabatt anbieten

Leichte Sprache einsetzen, wo möglich und sinnvoll

Gebärdensprache anbieten

Homepage / Intranet auf Barrierefreiheit überprüfen

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Produkte und Dienstleistungen werden speziell für Anforderungen einzelner benachteiligter Kund*innengruppen angepasst. Es gibt Spezialprodukte/ -dienstleistungen für benachteiligte Kund*innengruppen.

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen
 Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
 Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

In der halle02 wird bewusst auf aggressive Verkaufsstrategien oder manipulative Werbemaßnahmen verzichtet. Werbung erfolgt hauptsächlich über sachliche Informationen auf der Website, Social Media und durch persönliche Empfehlungen. Maßnahmen wie künstliche Verknappung, überzogene Versprechungen oder gezielte emotionale Beeinflussung kommen nicht zum Einsatz – stattdessen steht eine ehrliche, wertorientierte Kommunikation im Vordergrund.

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen 2024
 100 %

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen
 0 %

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**

- Nicht zutreffend

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern

Berichtsfragen

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmern geteilt?

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Sowohl im b2b- als auch im b2c-Bereich der halle02 besteht eine ausgeprägte kooperative Haltung gegenüber Mitunternehmern – sowohl innerhalb der Veranstaltungsbranche als auch darüber hinaus. Partnerschaften basieren auf Vertrauen, Augenhöhe und dem gemeinsamen Ziel, qualitativ hochwertige und nachhaltige Veranstaltungen umzusetzen.

Konkret kooperiert die halle02 u. a. mit dem Convention Center, Delta Konzerte, dem Internationalen Literaturfestival Heidelberg, dem Heidelberger Frühling, der Ballettwerkstatt, den Comedy Bros und weiteren Kulturanbietern. Bei Dienstleistern wie Party Rent erfolgt z. B. eine koordinierte Anlieferung bei parallel bespielten Locations (z. B. HCC und halle02), um Ressourcen zu bündeln.

Auch wenn es aktuell für den b2b-bereich keine formalisierte Brancheninitiative gibt, ist der Austausch im Netzwerk der Metropolregion Rhein-Neckar rege – etwa zu Abläufen, Herausforderungen oder Erfahrungen mit nachhaltigen Formaten. Wissen wird informell geteilt, um gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Der Fokus liegt dabei weniger auf Konkurrenzdenken als auf dem Anspruch, den kulturellen Raum kooperativ zu stärken und langfristig zukunftsfähig zu gestalten.

Im b2c-Bereich engagiert sich die halle02 schon als Gründungsmitglied im regionalen Clubverband, sowie auf Landes- und Bundesebene in den Dachverbänden und der Bundesstiftung Livekultur. Dazu gehören regelmäßige Austausche innerhalb der Branche, Entwicklung von Best Practice, gegenseitige Besuche und Hilfestellungen bei Fragen oder auch die gemeinsame Entwicklung von Lösungen (z.B. digitale Tools). Die halle02 war auch in der ersten Runde Green Clubs bereits dabei und engagiert sich seit jeher für eine nachhaltigere Veranstaltungsbranche. Im Zuge dieses Engagements halten Mitarbeitende der halle02 auch regelmäßig Vorträge oder Impulse auf Branchenevents.

Perspektivisch sollen nachhaltige Veranstaltungskonzepte stärker gemeinschaftlich entwickelt und angeboten werden – auch im Sinne höherer Branchenstandards für ökologische und soziale Nachhaltigkeit.

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis

2024
55.948 Stunden
> 90 % der Zeit entfällt auf kooperative Leistungen

**zum gesamten
Zeitaufwand für die
Erstellung der Produkte
und Dienstleistungen
des Unternehmens – in
Stunden/ Jahr?**

**Wie hoch ist der
investierte Aufwand für
Produkte oder
Dienstleistungen, die in
Kooperation erstellt
werden, im Verhältnis
zum gesamten
Zeitaufwand für die
Erstellung der Produkte
und Dienstleistungen
des Unternehmens – als
%-Anteil?**

**Wie viel Prozent von
Zeit/ Umsatz werden
durch Kooperationen mit
folgenden Unternehmen
aufgewendet/ erzielt?**

**In welchen der
folgenden Bereiche
engagiert sich das
Unternehmen?**

**Verbesserungspotenzial
e/Ziele**

Selbsteinschätzung

2024

90 %

> 90 % der Zeit entfällt auf kooperative Leistungen

> 90 % der Zeit entfällt auf kooperative Leistungen

2024

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Weiterbildungs-Partnerschaften aufbauen

Kooperationen mit Mitbewerber*innen evaluieren

Gemeinwohl-Orientierung auf Website kommunizieren

Kurzfassung der Gemeinwohl-Bilanz / Broschüre erstellen

**Gemeinwohl-Bilanz auf der eigenen Website, Social Media Kanälen,
über Newsletter und Pressemitteilung an lokale Zeitungen
kommunizieren**



Vorbildlich

Angebot erfolgt prinzipiell (wo es möglich ist) in Kooperation. Wissen und Informationen werden für alle Mitunternehmen uneingeschränkt zugänglich

angeboten. Branchenstandards konnten bereits erhöht werden (aktive Umsetzung).

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmern

Berichtsfragen
In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Die halle02 zeigt gelebte Solidarität durch uneigennützig Unterstützung im Kulturbereich, etwa im Rahmen des Kulturpakets „halle für alle“ oder bei Nachbarschaftsaktionstagen. Wo kurzfristig Hilfe benötigt wird – sei es durch Technik, Personal oder Infrastruktur – unterstützt das Team flexibel und ohne Erwartung einer Gegenleistung.

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmern zu unterstützen?

Im Berichtsjahr nicht relevant.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmern in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmern zu unterstützen?

Im Berichtsjahr nicht relevant.

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmern zu unterstützen?

Im Berichtsjahr nicht relevant.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Solidarische Verbände mit anderen Unternehmen werden als Teil des Geschäftsmodells praktiziert. Das Angebot, zu helfen und zu teilen, wird öffentlich, für alle uneingeschränkt zugänglich, kommuniziert.

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

Berichtsfragen Ein schädigendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen findet in der halle02 nicht statt. Es besteht kein Streben nach Marktführerschaft; der Fokus liegt auf der eigenen Weiterentwicklung und einer kooperativen Branchenhaltung statt auf Konkurrenzdenken.

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt? 2024
Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt? 2024
Nein

Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen? 2024
Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert? 2024
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? 2024
Nein

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**
• Nicht zutreffend

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Berichtsfragen

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Die halle02 achtet im b2c- und b2b-Bereich verstärkt darauf, Produkte und Materialien so zu wählen und einzusetzen, dass sie sich möglichst in natürliche oder technische Kreisläufe einfügen. Dekorationen, Mobiliar und technische Ausstattung werden mehrfach verwendet oder sind recyclingfähig. Einwegprodukte werden weitgehend vermieden; bei unvermeidbaren Produkten wird auf umweltverträglichere Alternativen (z. B. kompostierbare oder recycelbare Materialien) zurückgegriffen. Auch bei der Entsorgung wird auf eine sortenreine Trennung geachtet. Die damit verbundenen ökologischen Auswirkungen sind dem Unternehmen bekannt und werden laufend bei der Auswahl von Materialien und Dienstleistern berücksichtigt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Fachvorträge halten / organisieren

Gemeinschafts-Beete anlegen

Aktion "Bienenvölker ansiedeln" durchführen

Bio-Produkte anbieten

Nachhaltigere Rohstoffe beziehen und verarbeiten

Anbieten von ökologischen / klimafreundlichen Informationen zu Produkten / Dienstleistungen

Aufzeigen von ökologischen Vorteilen im Vergleich zu herkömmlichen Produkten / Dienstleistungen

Anbieten von ökologischen / klimafreundlichen Informationen zu Produkten / Dienstleistungen

Hilfestellung / Beratung zur ökologisch nachhaltiger Gestaltung von Projektvorhaben anbieten

Durch Anpassung der Zahlungskonditionen Anreize für ökologischere Alternativen schaffen

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Umfassende Daten zu den ökologischen Auswirkungen für alle Produkte und Dienstleistungen liegen vor, Geschäftsmodell und Produktportfolio sind hinsichtlich ökologischer Auswirkungen optimiert. Produkte und Dienstleistungen haben keine oder signifikant geringere negative ökologische Auswirkungen als vergleichbare Alternativen (Kompensation nur für definitiv nicht vermeidbare ökologische Auswirkungen). Das Unternehmen weist maximale Rücknahme- und Entsorgungsquoten auf.

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

Berichtsfragen

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Die halle02 sieht in der Förderung von Suffizienz eine zentrale Herausforderung – gerade im Spannungsfeld zwischen ökologischer Verantwortung und kultureller Teilhabe. Im Sinne des Gemeinwohls kann es nicht Ziel sein, Kulturveranstaltungen vollständig zu vermeiden, obwohl dies rein rechnerisch die höchste Suffizienzwirkung hätte. Stattdessen wird Suffizienz dort gesucht, wo sie praktisch umsetzbar und sozial verträglich ist: etwa in der Auswahl langlebiger Ausstattung, im bewussten Verzicht auf überflüssige Giveaways, bei der Reduktion energieintensiver Effekte (z. B. Heizpilze) und der Wiederverwendung von Materialien.

Auch auf kommunikativer Ebene wird zur bewussten Nutzung angeregt, etwa durch Hinweise zur Anreise mit der Bahn oder durch Formate, die immaterielle Qualitäten (z. B. Gemeinschaft, Musik, Bildung) betonen. So zielt das Geschäftsmodell auf einen maßvollen, aber qualitätsvollen Kulturkonsum – im Sinne einer gesellschaftlich akzeptierten Suffizienz.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt **ÖPNV Ticket inkludiert (seit 2018)**

Verbesserungspotenziale/Ziele **E-Ladestationen für Kund*innen zur Verfügung stellen**

Kommunikation über nachhaltige Verhaltens- und Konsumweisen ins Marketing aufnehmen

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Die Förderung eines maßvollen Konsums ist wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells und der Kund*innenbeziehungen. Das Produktportfolio enthält ausschließlich Produkte und Dienstleistungen, die einen suffizienten Lebensstil unterstützen.

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

Berichtsfragen
In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Trotz vielfältiger Bemühungen zur Reduktion ökologischer Auswirkungen gibt es im b2b-Bereich der halle02 einzelne Bereiche, in denen planetare Belastungsgrenzen potenziell überschritten werden – insbesondere bei der Beschaffung von Materialien über nicht-nachhaltige Plattformen wie Amazon. Hier stehen kurzfristige Verfügbarkeiten und Personalressourcen oft im Widerspruch zu nachhaltigen Beschaffungsstandards. Aufgrund enger Zeitfenster und ad-hoc-Bedarf werden Lieferketten genutzt, deren ökologische und soziale Auswirkungen weder transparent noch konsistent mit Gemeinwohlzielen vereinbar sind.

Auch die Nutzung wenig kreislauffähiger Produkte bei externen Dienstleistungen (z. B. Tischdecken, Dekoartikel) ist stellenweise problematisch. Strategien zur stärkeren Steuerung dieser Beschaffungswege sind bislang nur ansatzweise implementiert. Die Förderung übermäßiger Nutzung erfolgt dabei nicht aktiv, wird aber stellenweise in Kauf genommen, wenn Verfügbarkeit oder kurzfristige Umsetzbarkeit überwiegen.

Langfristig ist geplant, durch verbesserte Vorausplanung, Rahmenverträge und nachhaltigere Lieferantenwahl planetare Grenzen stärker zu berücksichtigen. Derzeit besteht hier ein wesentlicher Handlungsbedarf.

Verbesserungspotenziale/Ziele **Einkaufsrichtlinie erstellen**

Nachhaltigere Rohstoffe beziehen und verarbeiten

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Im b2b-Bereich der halle02 besteht ein enger, persönlicher Austausch mit Kund*innen – von der ersten Anfrage bis zur Veranstaltungsdurchführung. Dabei werden Wünsche, Anregungen und Kritik offen aufgenommen und direkt im Projektteam besprochen. Die Kommunikation erfolgt niedrigschwellig und individuell, jedoch nicht systematisch oder standardisiert. Eine formalisierte Mitsprache oder strukturierte Feedbackprozesse bestehen derzeit nicht.

Nachhaltige Veranstaltungskonzepte werden aktuell nicht explizit gemeinsam mit Kund*innen entwickelt, wohl aber individuell angepasst, wenn entsprechende Wünsche geäußert werden. Potenziale zur Mitgestaltung – insbesondere im Bereich ökologisch wirksamer Maßnahmen – sind vorhanden, werden bislang aber kaum ausgeschöpft.

Marktforschung findet derzeit nicht statt. Perspektivisch könnte durch strukturierte Auswertung von Rückmeldungen oder gezielte Kund*innenbefragungen besser erfasst werden, welche Formate nachhaltiger Gestaltung besonders gefragt sind. Hier besteht Entwicklungspotenzial hin zu einer aktiveren Mitwirkungskultur.

Da es weder institutionalisierte Mitwirkungsformate, noch verbindliche Feedbackprozesse, noch eine systematische Einbindung der Kund*innen in Innovations- oder Nachhaltigkeitsprozesse gibt, ist eine höhere Bewertung derzeit nicht möglich.

Verbesserungspotenziale /Ziele

Vorschläge und Verbesserungsideen von Mitarbeitenden strukturiert aufnehmen (evtl. auch von Kund*innen)

Anreize schaffen über "Belohnungssystem" für umgesetzte Vorschläge, Ideenwettbewerbe

Systematisches Nachverfolgen von Ideen inkl. Ausarbeitung und Umsetzung

Feedback-Bögen den Rechnungen beilegen

Kund*innen-Events anbieten

Regelmäßige Durchführung der Befragung planen und überwachen

Zufriedenheit, Anregungen zu bestehenden und potenziell neuen Produkten, Ideen, Bedürfnisse abfragen

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Feedback der Kund*innen wird systematisch aufgenommen und häufig umgesetzt. Neuentwicklungen nehmen Wünsche der Kund*innen auf.

D4.2 Produkttransparenz

| | |
|--|---|
| <p>Berichtsfragen</p> <p>Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?</p> <p>Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?</p> <p>Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?</p> <p>Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?</p> | <p>Im b2b-Bereich der halle02 sind Produkt- und Dienstleistungsinformationen bislang nur begrenzt öffentlich und standardisiert verfügbar. Informationen werden überwiegend im direkten Austausch vermittelt. Die gesetzlich vorgeschriebenen Deklarationen – etwa zu Inhaltsstoffen bei Lebensmitteln und Getränken – werden vollständig erfüllt. Darüber hinausgehende ökologische Angaben (z. B. Materialeinsatz, CO₂-Auswirkungen oder Lieferketten) werden jedoch nicht systematisch ausgewiesen, auch wenn einzelne Aspekte intern bekannt sind.</p> <p>Eine transparente Darstellung von Preisbestandteilen oder Wertschöpfungsketten erfolgt ebenfalls nicht. Ökologische und soziale Kosten werden eher implizit berücksichtigt, aber nicht aktiv kommuniziert. Perspektivisch soll die Transparenz durch nachhaltigkeitsbezogene Angebotsoptionen und offenere Kriterien bei der Angebotsgestaltung erhöht werden.</p> <p>Da über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus weder umfassende Produktinformationen noch veröffentlichte Herkunfts- oder Preisbestandteile oder ökologische Kennzeichnungen vorliegen, ist eine höhere Bewertung derzeit nicht möglich.</p> |
| <p>Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)</p> | <p>nicht relevant</p> |
| <p>Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)</p> | <p>80%</p> |

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Stationen der Wertschöpfungskette sind teilweise öffentlich zugänglich.
Preisbestandteile werden teilweise veröffentlicht.

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen Dieser Aspekt ist für die halle02 nicht relevant, da keine physischen Produkte erstellt werden.
Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes) 2024 0 %

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

Berührungsgruppe E

Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen



Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Die Berührungsgruppe E umfasst alle, die mittelbar von den Aktivitäten der halle02 betroffen sind, und reicht von lokalen bis hin zu globalen Ebenen. Dazu gehören zunächst die Menschheit insgesamt einschließlich künftiger Generationen, denen die halle02 durch ihr Engagement für nachhaltige Veranstaltungsformate und kulturelle Vielfalt Impulse für einen verantwortungsbewussten Lebensstil bietet. Damit leistet sie einen Beitrag zur langfristigen Lebensqualität und zu gerechten Entwicklungschancen. Auch das Gemeinwesen der Stadt Heidelberg und der Metropolregion Rhein-Neckar profitiert: Als zentraler kultureller und sozialer Treffpunkt stärkt die halle02 den gesellschaftlichen Zusammenhalt, fungiert als Anziehungs- und Standortfaktor und fördert Austausch und Vernetzung zwischen Menschen, die in der Region leben und arbeiten. Zugleich beeinflusst das Handeln der halle02 das globale ökologische Umfeld, etwa durch Maßnahmen zur Ressourcenschonung, CO₂-Reduktion und eine nachhaltige Veranstaltungsplanung, die den Schutz natürlicher Lebensgrundlagen unterstützt. Darüber hinaus gehören weitere Berührungsgruppen wie Anwohner*innen sowie Organisationen und Initiativen aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Kulturförderung und soziale Arbeit dazu, die durch den Betrieb der halle02 direkt oder indirekt berührt werden.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

| | |
|--|--|
| Berichtsfragen | Kulturelle Teilhabe als Beitrag zum Gemeinwohl |
| Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? | Die halle02 ist weit mehr als eine Veranstaltungsstätte – sie ist ein Ort der kulturellen Begegnung, Inspiration und Identitätsstiftung . Als Kultureinrichtung ermöglicht sie es Menschen, ihre Grundbedürfnisse auf vielfältige Weise zu erfüllen. Veranstaltungen in der halle02 bieten nicht nur Erholung und Muße , sondern fördern auch kreatives Schaffen, Teilhabe und soziale Geborgenheit . Musik, Kunst und gemeinschaftliche Erlebnisse stärken das Verständnis füreinander , regen zur Selbstreflexion und zum Perspektivwechsel an und bieten einen sinnstiftenden Raum für persönliche Entfaltung . Gleichzeitig ermöglichen sie Freiheit und Autonomie , indem sie Menschen Zugang zu neuen Erfahrungen geben, die ihren Horizont erweitern. |
| Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können? | Zwischen Luxus und essenzieller Kulturförderung |
| In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit? | Die halle02 bietet keine Luxusprodukte im klassischen Sinne – ihre Dienstleistungen sind nicht auf Statuskonsum ausgerichtet, sondern auf kulturelle Teilhabe und gesellschaftlichen Mehrwert . In einer Welt, in der Konsum oft auf kurzfristige Bedürfnisbefriedigung ausgerichtet ist, schafft die halle02 einen nachhaltigen Gegenpol: Sie bietet echte Erlebnisse, die Bestand haben , statt kurzlebiger materieller Güter. Kultur und Gemeinschaft sind essenziell für eine lebenswerte Gesellschaft – nicht bloßer Luxus, sondern eine Notwendigkeit für soziale Kohäsion und individuelles Wohlbefinden . |
| Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? | Persönliches Wachstum und Gesundheit durch Kultur |
| | Die Veranstaltungen und Angebote der halle02 haben einen direkten Einfluss auf das persönliche Wachstum und die psychische Gesundheit der Menschen. Musik, Kunst und gemeinschaftliche Erlebnisse fördern nachweislich das emotionale Wohlbefinden , reduzieren Stress und steigern die Lebenszufriedenheit. Tanz und Bewegung auf Konzerten und Partys tragen zur körperlichen Gesundheit bei, während Diskussionen, Lesungen oder Kunstausstellungen das kritische Denken und die geistige Beweglichkeit anregen. Kultur hilft Menschen, sich selbst zu entdecken, ihre Identität zu formen und neue Perspektiven zu gewinnen – ein essenzieller Bestandteil eines bewussten und erfüllten Lebens. |
| | Gesellschaftlicher und ökologischer Beitrag |

Die halle02 leistet durch ihr Angebot einen aktiven Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher und ökologischer Herausforderungen:

- **Gegen Einsamkeit:** In einer zunehmend individualisierten Gesellschaft bietet die halle02 einen **sozialen Ankerpunkt**, an dem Menschen miteinander in Kontakt treten, sich austauschen und gemeinsam erleben können.
- **Förderung von Demokratieverständnis:** Kulturveranstaltungen schaffen **Plattformen für Diskurs und Dialog**, die das Verständnis für unterschiedliche Perspektiven stärken und zur **Meinungsbildung** beitragen.
- **Völkerverständigung:** Musik und Kunst sind **universelle Sprachen**, die Menschen unabhängig von Herkunft oder sozialem Status zusammenbringen. Internationale Künstler*innen und diverse Veranstaltungsformate fördern den interkulturellen Austausch.
- **Nachhaltiger Konsum:** Die halle02 setzt bewusst auf **immaterielle Werte statt materialistischen Konsum** – Erlebnisse, die Menschen prägen, ohne Ressourcen zu verschwenden.
- **Bewusstseinsbildung:** Durch gezielte Veranstaltungen und Kooperationen mit sozialen und ökologischen Initiativen werden Themen wie **Nachhaltigkeit, Gleichberechtigung und gesellschaftlicher Wandel** sichtbar gemacht und diskutiert.

Die halle02 ist damit nicht nur ein kultureller Veranstaltungsort, sondern auch ein **gesellschaftlicher Akteur**, der aktiv zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts, der individuellen Entfaltung und der ökologischen Verantwortung beiträgt.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ein Großteil der Produkte/ Dienstleistungen löst wesentliche gesellschaftliche Probleme laut UN-Entwicklungszielen. Innovative, visionäre Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit sind umgesetzt.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen
In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Soziokulturelle Wirkung und gesellschaftlicher Wandel durch die halle02

Die halle02 versteht sich nicht nur als Veranstaltungsort, sondern als **aktive Gestalterin des gesellschaftlichen Miteinanders**. Durch ihre

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen? Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

vielfältigen **Formate und Kooperationen** trägt sie dazu bei, dass Kultur niedrigschwellig zugänglich ist, Menschen sich begegnen und gesellschaftliche Herausforderungen sichtbar gemacht werden.

Stärkung der Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben

Die halle02 fördert die Gemeinschaft sowohl im **privaten als auch beruflichen Kontext** durch gezielte Veranstaltungsformate:

- **Firmenveranstaltungen im Güterbahnhof** stärken Teamkultur und betriebliches Miteinander, indem sie Unternehmen eine Plattform für **Teambuilding, kreative Events und interaktive Formate** bieten.
- Es werden verschiedene Veranstaltungsreihen entwickelt, die spezielle Zielgruppen im Fokus haben:
 - Mit der Veranstaltungsreihe **„Elternabend“** werden Formate speziell für Familien geschaffen. Dadurch erhalten Menschen, die aufgrund ihrer familiären Situation sonst nur eingeschränkt an Kultur teilnehmen können, einen **niedrigschwelligem Zugang zu gemeinsamen Erlebnissen**.
 - Die Partyreihe **„Halle für Alle“** setzt ein Zeichen für **Inklusion und Barrierefreiheit**. Sie bietet unter anderem:
 - **Rückzugsräume und barrierefreie Zugänge**
 - **Gebärdensprachdolmetschung (20-22 Uhr)**
 - **Übersetzungen in einfache Sprache**
 - **Eingeschränkte Lichteffekte für mehr sensorische Verträglichkeit**Diese Maßnahmen machen kulturelle Teilhabe für eine **breitere und diversere Gesellschaft** möglich.

Erreichen von Interessensgruppen außerhalb des Unternehmens

Die Wirkung der halle02 erstreckt sich weit über die eigenen Besucher*innen hinaus:

- **Engagement in der Nachbarschaft:** Die halle02 beteiligt sich aktiv an **sozialen Projekten vor Ort** und setzt sich für eine **lebendige und sozialverträgliche Stadtentwicklung** ein.
- **Politische Mitgestaltung:** Durch die Mitarbeit in **Interessensverbänden** trägt die halle02 dazu bei, **die Arbeitsbedingungen in der Veranstaltungsbranche zu verbessern** und **nachhaltige Veränderungen auf struktureller Ebene** anzustoßen.
- **Kooperation mit Viva con Agua:** Diese Partnerschaft unterstützt **soziale Wasserprojekte**, um den Zugang zu sauberem Trinkwasser weltweit zu verbessern.

Konkrete Wirkung der Maßnahmen

Die halle02 verfolgt einen **praxisnahen und direkten Ansatz**, um gesellschaftliche Themen aufzugreifen und Verhaltensänderungen anzustoßen:

- „halle02 plus“ sensibilisiert für nachhaltiges Verhalten und schafft **niedrigschwellige Impulse**, die sich langfristig auf das Verhalten der Besucher*innen auswirken können – etwa durch ressourcenschonende Veranstaltungspraktiken oder bewusst gesetzte Denkanstöße während Events.
- Durch **Inklusions- und Familienangebote** wird **gesellschaftliche Teilhabe aktiv gefördert**, sodass Kultur nicht nur bestimmten Gruppen vorbehalten bleibt, sondern für **möglichst viele Menschen zugänglich** wird.
- Der Einsatz für **fairere Arbeitsbedingungen in der Veranstaltungsbranche** trägt langfristig dazu bei, **eine nachhaltigere und sozial gerechtere Kulturwirtschaft** zu etablieren.

Fazit

Die halle02 beweist, dass Kultur weit mehr sein kann als Unterhaltung – sie kann **gesellschaftlichen Wandel anstoßen, Gemeinschaft stärken und langfristige positive Veränderungen bewirken**. Durch **niedrigschwellige Kulturangebote, politisches Engagement und nachhaltige Veranstaltungsformate** trägt sie aktiv dazu bei, gesellschaftliche Herausforderungen anzugehen und eine inklusive, vielfältige und zukunftsfähige Kulturlandschaft zu gestalten.

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen 2024
132.467

Besuchende insgesamt der verschiedenen Angeboten aus b2b und b2c Bereich.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Wissen und Einstellungen der Menschen (auch der Nichtkund*innen) ändern sich. Es entsteht ein Problembewusstsein für gesellschaftliche Herausforderungen, z.B. Reparatur statt Neukauf, Recycling statt Wegwerfen.

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen
Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Verantwortungsvoller Umgang mit möglichen Auswirkungen

Die halle02 bietet kulturelle Erlebnisse, die **Menschen zusammenbringen, inspirieren und bereichern**, ohne dabei negative Auswirkungen auf Leben, Gesundheit, Freiheit oder Umwelt zu fördern. Dennoch ist sich die halle02

Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

ihrer **Verantwortung als Veranstaltungsort bewusst** und reflektiert kritisch potenzielle Auswirkungen ihrer Angebote.

Kritische Betrachtung von Alkoholkonsum

Als Kultur- und Veranstaltungsstätte gehört der Ausschank von **Genussmitteln** wie Alkohol zum Angebot. Die halle02 ist sich der gesellschaftlichen und gesundheitlichen Herausforderungen bewusst, die mit Alkoholkonsum einhergehen können. Daher wird ein **verantwortungsbewusster Umgang gefördert**, indem:

- **Alkoholfreie Alternativen** aktiv beworben werden,
- **Präventionsmaßnahmen** (z. B. kein Verkauf an Minderjährige) strikt umgesetzt werden,
- eine **umfassende Sensibilisierung des Personals** im Umgang mit übermäßigem Konsum erfolgt.

Nichtraucherschutz als Priorität

Der Schutz der **Gesundheit aller Gäste und Mitarbeitenden** steht an oberster Stelle. Deshalb wird auf einen **strengen Nichtraucherschutz** innerhalb der Räumlichkeiten geachtet. Rauchbereiche sind **klar abgegrenzt**, und es wird darauf geachtet, dass Nichtraucher*innen nicht durch Passivrauch belastet werden.

Verantwortungsvolles Booking und Kunstfreiheit

Kulturelle Freiheit ist ein essenzieller Bestandteil einer offenen Gesellschaft. Gleichzeitig trägt die halle02 eine **kuratorische Verantwortung**, wenn es um die Inhalte geht, die auf ihren Bühnen präsentiert werden.

- Im **Bookingprozess** wird bereits im Vorfeld darauf geachtet, dass **keine gewaltverherrlichenden, diskriminierenden oder menschenverachtenden Inhalte** reproduziert werden.
- Sollten **kritische Texte** oder künstlerische Positionen thematisiert werden, geschieht dies in einem reflektierten Rahmen, in dem eine **differenzierte Auseinandersetzung** ermöglicht wird.

Die halle02 trägt dazu bei, **Menschen frei und sicher Kultur erleben zu lassen, ohne dabei Leben, Gesundheit oder Freiheit zu gefährden**. Durch bewusste Entscheidungen im Booking, einen verantwortungsvollen Umgang mit Genussmitteln und einen konsequenten Nichtraucherschutz wird sichergestellt, dass Kultur in der halle02 nicht nur inspirierend, sondern auch nachhaltig und gesundheitsverträglich bleibt.

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen

0

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

2024
0 %

Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben nicht nachverfolgt

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Die halle02 leistet auf verschiedenen Ebenen einen **direkten und indirekten materiellen Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens**, sowohl durch eigene Steuer- und Abgabenzahlungen als auch durch die wirtschaftlichen Effekte, die aus ihrer unternehmerischen Tätigkeit resultieren.

Direkter materieller Beitrag

Die halle02 trägt als Unternehmen durch die Zahlung verschiedener Steuern und Abgaben aktiv zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben bei. Dazu gehören insbesondere:

- **Ertragsteuern** (Gewerbesteuer, Körperschaftsteuer), die regelmäßig an die entsprechenden Finanzbehörden abgeführt werden.
- **Umsatzsteuer** auf verkaufte Leistungen, die an das Finanzamt weitergeleitet wird.
- **lohnsummenabhängige Abgaben und Sozialversicherungsbeiträge**, die auf die eigene Lohnsumme entfallen und an die Sozialversicherungsträger und Krankenkassen abgeführt werden.

Diese Beiträge fließen direkt in die Finanzierung des Gemeinwesens und unterstützen damit Infrastruktur, Bildung, Sozialsysteme und andere gesellschaftliche Aufgaben.

Direkte materielle Unterstützung durch das Gemeinwesen

Die halle02 erhält **keine laufenden unternehmensbezogenen Subventionen oder Förderungen** zur Finanzierung des Geschäftsbetriebs. Förderungen werden projektbezogen und punktuell beantragt, etwa für kulturelle Projekte, nachhaltige Investitionen oder bauliche Maßnahmen, jedoch nicht zur dauerhaften Unternehmensfinanzierung. Damit finanziert sich die halle02 im Wesentlichen **eigenständig und ohne regelmäßige staatliche Zuschüsse**.

Indirekter materieller Beitrag durch Beschäftigung

Die halle02 ist ein wichtiger **Arbeitgeber in der Region Heidelberg** und leistet durch die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen einen erheblichen **indirekten materiellen Beitrag zum Gemeinwesen**:

- **Lohnsteuerzahlungen** der Mitarbeitenden, die über die Gehaltsabrechnung direkt an das Finanzamt abgeführt werden.
- **Arbeitgeber- und Arbeitnehmerbeiträge zur Sozialversicherung**, die an die entsprechenden Sozialversicherungsträger fließen.

- Multiplikator-Effekte durch die Beschäftigung von Dienstleister*innen, Freelancer*innen und Künstler*innen, die ebenfalls Einkommen erzielen und somit Steuern und Abgaben entrichten.

Darüber hinaus stärkt die halle02 als Veranstaltungsort die lokale Wirtschaft, etwa durch die Beauftragung regionaler Lieferanten, Dienstleister und durch die Anziehung von Gästen, die Gastronomie und Hotellerie nutzen.

Insgesamt leistet die halle02 somit **einen wichtigen finanziellen Beitrag zur Sicherung und Förderung des Gemeinwesens**, sowohl direkt durch Steuern und Abgaben als auch indirekt durch die wirtschaftlichen Effekte ihrer Tätigkeit.

Erlöse 2024
5.122.737 €

Abgaben 2024
323.984,82 €

- Kapitalertragsteuern 164,58 €
- Gewerbesteuer 87.960,00 €
- Sozialversicherungen 228.695,11 €
- Lohnsteuer 7.165,13
- Bruttoentgelt 1.048.653,56

Subventionen 2024
7.295,31 €
Programm Förderung Barrierefreiheit
Zuschuss Elektrofahrzeug

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Das Unternehmen leistet einen überdurchschnittlichen Beitrag. Es werden innovative Lösungen gefunden, um über die eigene wirtschaftliche Tätigkeit einen erhöhten Beitrag zum Gemeinwesen zu leisten.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen
Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens

Die halle02 versteht sich nicht nur als Veranstaltungsort, sondern auch als **sozialer, kultureller und gemeinwohlorientierter Akteur** in der Region Heidelberg. Dieses Selbstverständnis zeigt sich in einem breiten

aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

freiwilligen Engagement, das weit über die unternehmerischen Pflichten hinausgeht.

1. Aufwendungen für gesellschaftliches Engagement

Die halle02 stellt regelmäßig finanzielle Mittel, Ressourcen und Arbeitszeit für gemeinnützige und gesellschaftlich relevante Zwecke zur Verfügung. Die wichtigsten Aktivitäten und ihr geldwerter Umfang (Schätzung):

| Aktivität | Beschreibung | Geldwerter Umfang (jährlich, Schätzung) |
|--|--|--|
| Kostenfreie oder vergünstigte Raumüberlassung für gemeinnützige Organisationen und Veranstaltungen | Nutzung der Halle für soziale, kulturelle und bildungsorientierte Projekte ohne oder mit stark reduzierter Miete | ca. 20.000 € |
| Unterstützung von Spendenaktionen (über halle02plus) | Organisation und Durchführung von Spendenaktionen, z. B. bei Events | ca. 5.000 € (gespendet oder vermittelt) |
| Unentgeltliche Arbeitszeit von Mitarbeitenden für ehrenamtliche Projekte | Mitarbeitende unterstützen Organisation und Durchführung gemeinnütziger Aktionen | ca. 300 Stunden / ca. 7.500 € (Personalkosten) |
| Bereitstellung von Infrastruktur und Technik für gemeinnützige Events | Nutzung von Bühnentechnik, Licht, Ton ohne Berechnung | ca. 10.000 € |
| Öffentlichkeitsarbeit für gemeinnützige Projekte | Nutzung eigener Plattformen zur Bewerbung sozialer Initiativen | geldwerter Vorteil schwer quantifizierbar, ca. 3.000 € |
| Unterstützung des Stadtteilvereins Bahnstadt | Förderung und Beteiligung an Aktivitäten des lokalen Stadtteilvereins | geldwerter Umfang schwer quantifizierbar, ca. 3.500 € |
| Ehrenamtliche Tätigkeit in Clubverbänden | Mitarbeit und Übernahme von Vorstandsaufgaben in regionalen, landesweiten und bundesweiten Clubverbänden zur Stärkung der Club- und Kulturlandschaft | ca. 150 Stunden / ca. 4.000 € (gerechnet mit Personalkosten) |

Gesamt geldwerter Umfang: ca. 51.000 € pro Jahr

2. Eigennutzen vs. gesellschaftlicher Nutzen

Der **gesellschaftliche Nutzen** der Maßnahmen überwiegt deutlich den **Eigennutzen**. Das Engagement stärkt die lokale Kulturszene, soziale Initiativen und die Zivilgesellschaft in Heidelberg und darüber hinaus. Der Eigennutzen liegt in der **Stärkung der Position als verantwortungsvoller Kulturakteur und Netzwerkpartner**, ist jedoch nicht vorrangiges Ziel. Das Engagement dient dem **Gemeinwohl und der Förderung**

gesellschaftlicher Teilhabe, nicht der kommerziellen Interessenverfolgung.

3. Wirkung der freiwilligen Aktivitäten

Die Aktivitäten der halle02 haben sowohl **symptomlindernde als auch strukturelle Wirkungen:**

- **Symptomlindernd**, indem sie kurzfristig Ressourcen für Organisationen bereitstellen, die sonst keinen Zugang hätten.
- **Strukturell**, da die **regelmäßige Unterstützung sozialer, kultureller und gemeinnütziger Projekte sowie die aktive Mitgestaltung in Verbänden** langfristig die kulturelle und soziale Infrastruktur stärken.

Die ehrenamtliche Mitarbeit in Clubverbänden auf **regionaler, landesweiter und bundesweiter Ebene, unter anderem im Vorstand**, trägt zudem zur **Interessenvertretung, politischen Mitgestaltung und Professionalisierung der Clubkultur** bei und wirkt über den eigenen Standort hinaus.

4. Verankerung und Erfahrung

Das freiwillige Engagement ist **tief in der DNA der halle02 verankert**. Seit der Gründung wird es kontinuierlich gepflegt, professionalisiert und ausgeweitet. Die Mitarbeitenden und die Geschäftsführung stehen geschlossen hinter den gemeinnützigen Projekten. Durch die langjährige Erfahrung mit Kooperationen und Engagement in Verbänden hat sich eine **hohe Kompetenz und ein stabiles Netzwerk entwickelt**. Das Engagement gilt als **verlässlich, kontinuierlich und fest in der Unternehmensstrategie integriert**.

5. Gesamtstrategie und Vision

Die Vision der halle02 ist es, **ein lebendiger Ort der Begegnung, Teilhabe und kulturellen Vielfalt zu sein** – auch über kommerzielle Veranstaltungen hinaus. Das freiwillige Engagement soll weiterhin dazu beitragen, dass die halle02 als **gemeinwohlorientierte Plattform** wirkt, die kulturelle, soziale und gesellschaftliche Anliegen sichtbar macht, unterstützt und mitgestaltet.

Die Strategie besteht darin, **bestehende Kooperationen zu stärken, neue Partnerschaften zu entwickeln und flexible, bedarfsorientierte Unterstützung zu leisten**, mit einem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit, Teilhabe, Diversität und soziale Gerechtigkeit – sowohl **lokal als auch im weiteren Kontext der Club- und Kulturszene**.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes 2024
0,1 %

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich 2024
0,2 %

**des Anteils an
Eigennutzen dieser
Leistungen in % der
Gesamtjahresarbeitszeit**

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Freiwillige Leistungen erreichen ein sehr hohes Ausmaß, und es existieren nachgewiesene und nachhaltig positive Wirkungen in vielen Bereichen. Es gibt ein etabliertes Wirkungsmanagement, und seit mehreren Jahren wird entsprechend Verantwortung übernommen.

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür? Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?

Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen? Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?

Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?

Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen,

Risiken bezüglich illegitimer Steuervermeidung in der halle02

Die halle02 ist ein regional verankertes Unternehmen mit **rein nationaler Geschäftstätigkeit** und **keinen internationalen Tochtergesellschaften oder Niederlassungen**.

- **Gewinnverschiebungen zwischen Ländern:** Nicht vorhanden, da ausschließlich in Deutschland erwirtschaftet und versteuert wird.
- **Zahlungen ins Ausland (Zinsen, Lizenzen, Abgeltungen):** Keine relevanten Zahlungen an Unternehmen in anderen Ländern.
- **Geschäftspartner*innen in Steueroasen:** Keine Geschäftsbeziehungen zu Unternehmen in Steueroasen.
- **Risiko undokumentierter Finanztransaktionen/Schwarzgeld:** Nicht vorhanden, da alle Zahlungen über offizielle, dokumentierte Kanäle (Bankkonten, Buchhaltung) laufen.
- **Offenlegung wirtschaftlich Begünstigter:** Die wirtschaftlich Berechtigten sind bekannt und deklariert.
- **Internationale Finanztransaktionen/Reporting:** Keine internationalen Finanztransaktionen; daher kein länderspezifisches Reporting notwendig.

Maßnahmen zur Risikovermeidung:

- Interne Finanzprozesse sind **transparent, geprüft und gesetzeskonform**.
- bargeldzahlung wurde abgeschafft, ausschließlich bargeldlose Zahlung möglich.
- Zusammenarbeit ausschließlich mit **seriösen, nachvollziehbaren Geschäftspartnern**.
- Jahresabschlüsse werden von **Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung begleitet**.

um diese Risiken zu bekämpfen?

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**

- Nicht zutreffend

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

| | |
|---|--|
| <p>Berichtsfragen</p> <p>Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?</p> <p>Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?</p> <p>Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?</p> <p>Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?</p> <p>Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?</p> <p>Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?</p> <p>Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?</p> <p>Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?</p> | <p>Das Korruptionsrisiko der halle02 wird aufgrund der geringen Marktmacht des Unternehmens als sehr gering eingestuft. Dennoch legt die halle02 großen Wert auf Transparenz und Offenheit, um potenzielle Risiken bereits präventiv zu minimieren. Insbesondere im Umgang mit politischen Entscheidungsträgerinnen und öffentlichen Institutionen achtet die halle02 auf einen transparenten und offenen Dialog. Das Unternehmen ist zwar in verschiedenen kulturpolitischen Branchennetzwerken aktiv, verfolgt dabei jedoch vornehmlich das Ziel, Rahmenbedingungen für kulturelle Akteurinnen langfristig und generationengerecht zu verbessern. Trotz zahlreicher Kontakte zur Politik erfolgt keinerlei Vorteilsnahme oder Beeinflussung zugunsten des Unternehmens.</p> <p>Zur aktiven Korruptionsprävention setzt die halle02 auf eine transparente und offene Kommunikationskultur zwischen Geschäftsleitung und Mitarbeitenden. So wird sichergestellt, dass mögliche Konflikte oder problematische Situationen frühzeitig erkannt und thematisiert werden können. Darüber hinaus wurde das Whistleblower-Programm „Ranger“ eingeführt, das Mitarbeitenden und externen Partner*innen ermöglicht, etwaige Missstände anonym und unkompliziert zu melden. Außerdem wurde eine Vertrauensperson eingeführt. Dies fördert eine Unternehmenskultur, in der Integrität und Offenheit klar im Vordergrund stehen.</p> <p>Spezifische Präventionsmaßnahmen in den Bereichen Einkauf und Verkauf bestehen derzeit nicht, dennoch gewährleistet die offene Kommunikation und Transparenz gegenüber Mitarbeitenden sowie Lieferant*innen eine wirksame Prävention von Korruptionsrisiken.</p> |
| <p>Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?</p> | <p>2024 Nein</p> |
| <p>Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?</p> | <p>2024 Nein</p> |
| <p>Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?</p> | <p>2024 Ja</p> |

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positivaspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

2024

Nein

Selbsteinschätzung 1 Minuspunkt

Mangelnde Transparenz: Nichtoffenlegung von Parteipenden, Nichteintragung in das Lobbyingregister, Nichtoffenlegung von Interessenkonflikten

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:

- klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
- Feinstaub und anorganische Emissionen
- Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
- Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
- Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
- ionisierende Strahlung
- Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
- Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
- Landverbrauch
- Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)

Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Die halle02 nimmt ihre ökologische Verantwortung aktiv wahr und verfolgt das Ziel, betriebliche Umweltauswirkungen kontinuierlich zu reduzieren. Im Berichtsjahr 2022 betragen die ermittelten klimawirksamen Emissionen knapp 400 Tonnen CO₂-Äquivalente. Der Wasserverbrauch belief sich auf 3.641 m³ im gleichen Zeitraum. Weitere umweltbezogene Kennzahlen, insbesondere Feinstaub, Versauerung, Eutrophierung oder Emissionen toxischer Stoffe, sind für die Geschäftstätigkeit der halle02 derzeit nicht wesentlich und wurden daher nicht erhoben.

Seit 2022 erhebt die halle02 systematisch relevante Umweltdaten zu den Bereichen Energie- und Wasserverbrauch, Stromverbrauch, Abfallaufkommen sowie Treibhausgasemissionen. Diese Daten werden im Rahmen eines Nachhaltigkeitsmanagements erfasst und regelmäßig ausgewertet, um konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Bilanz umzusetzen.

Die CO₂-Bilanz von 2024 fällt deutlich höher aus, als die erfasste Bilanz aus dem Jahr 2022. Hierfür sind zwei Faktoren entscheidend verantwortlich: die Besucherzahl absolut ist deutlich gestiegen ggü. 2022 (132.467 vs. 70.697) sowie der Umstieg vom Pilotrechner zum CO₂-Kulturstandard.

Für 2024 sind pro Besuchenden 7,2 kg CO₂e entstanden. Für 2022 lag der Wert noch bei 5,32 kg CO₂e.

Die Verschlechterung der Werte ist wie bereits angedeutet auf den Umstieg zum CO₂-Kulturstandard zurückzuführen. Einerseits wurden im Pilotprojekt (Green Culture Index Baden-Württemberg) die Mobilitätsdaten der Künstler*innen noch nicht berücksichtigt, andererseits wurde an vielen Stellen das Berechnungsverfahren verfeinert sowie die aktualisierte Emissionsfaktoren herangezogen. Insgesamt fanden 2024 wieder deutlich mehr Veranstaltungen statt und es gab dadurch auch ein erhöhtes Besuchendenaufkommen. Um in Zukunft eine bessere Vergleichbarkeit zu gewährleisten und Ziele konsequent zu verfolgen wird die halle02 die Klimabilanzen fortan nach dem CO₂-Kulturstandard bilanzieren.

Relevante Umweltkonten des Unternehmens **2024**
948,4 t CO₂

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Das Unternehmen veröffentlicht diese Daten und tritt mit den Ergebnissen in Kooperation zu anderen Unternehmen der Branche. Es erreicht maximal vier Wertungspunkte (siehe Ermittlung von Wertungspunkten).

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen
 Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik? zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Für die Veranstaltungsbranche gibt es bislang kaum verlässliche Vergleichswerte zu den ökologischen Auswirkungen, was direkte Vergleiche der Umweltwirkung mit anderen Unternehmen schwierig macht. Dennoch lässt sich feststellen, dass die halle02 aufgrund ihrer zentralen Lage, der guten Anbindung an den ÖPNV sowie des umfassenden Sanierungsstandes ihres Gebäudes als besonders vorbildlich gelten kann. Insbesondere die vergleichsweise niedrigen Pro-Kopf-Emissionen pro Besucher*in sind hierbei hervorzuheben und zeigen deutlich, dass sich die halle02 im Branchen- und Regionalvergleich positiv abhebt. Perspektivisch plant das Unternehmen, aktiv an der Generierung von Branchenstandards mitzuwirken, um Vergleiche transparenter zu gestalten und weitere Verbesserungspotenziale besser identifizieren zu können.

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Das Unternehmen liegt hinsichtlich wesentlicher ökologischer Auswirkungen weit über dem Durchschnitt (innovations- oder branchenführend).

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

| | |
|--|--|
| <p>Berichtsfragen</p> <p>Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörnde Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?</p> <p>Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?</p> <p>Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?</p> <p>Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?</p> <p>Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?</p> | <p>Betriebsgenehmigungen und Auflagen: Die halle02 verfügt über die erforderlichen Betriebsgenehmigungen als Veranstaltungsstätte, darunter Auflagen zu Lärmschutz, Brandschutz, Sicherheit und Umweltauflagen.</p> <p>Alle Auflagen werden eingehalten, regelmäßige Prüfungen (z. B. Brandschutzbegehungen, TÜV-Prüfungen) bestätigen die Konformität.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überwachung der Gesetzeseinhaltung: Die Einhaltung relevanter Gesetze und Verordnungen erfolgt durch: <ul style="list-style-type: none"> • Interne Verantwortliche für Sicherheit, Brandschutz, Arbeitsschutz und Hygiene • Unterstützung durch externe Fachkräfte (z. B. Sicherheitsingenieur, Steuerberater, Anwälte) • Regelmäßige behördliche Kontrollen <p>Es sind keine Rechtsverstöße bekannt, die Auflagen und gesetzlichen Vorgaben werden eingehalten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschwerden/ Kontroversen mit Anwohner*innen: Es gab gelegentliche Beschwerden über Lärmemissionen, insbesondere bei Außenveranstaltungen oder spätabendlichen Events. Diese werden ernst genommen und es wurden Maßnahmen umgesetzt (z. B. Lautstärkebegrenzungen, Anpassung der Endzeiten, bauliche Schallschutzmaßnahmen), um die Belastung zu reduzieren. • Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen: Es sind keine systematischen oder größeren Kontroversen mit zivilgesellschaftlichen Initiativen, NGOs oder anderen Interessensgruppen bekannt. • Technischer und gesetzlicher Standard im Vergleich: Die halle02 erfüllt alle relevanten gesetzlichen und sicherheitstechnischen Standards für Veranstaltungsstätten in Deutschland. Im Vergleich zu ähnlichen Einrichtungen bewegt sich die halle02 auf einem sehr guten technischen Standard, insbesondere durch regelmäßige Investitionen in Infrastruktur, Technik und Sicherheit. <p>Insgesamt ist die halle02 gesetzeskonform, sicher und im Dialog mit Anwohner*innen und Stakeholdern, mit einer proaktiven Haltung zur Konfliktlösung und Verbesserung.</p> |
| <p>Selbsteinschätzung</p> | <p>0 Minuspunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nicht zutreffend |

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

| | |
|---|---|
| Berichtsfragen | |
| Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst? | Die halle02 verfolgt eine transparente Kommunikationspolitik und ermöglicht ihren gesellschaftlichen Berührungsgruppen umfassende Einblicke in ihre Tätigkeiten. Dazu gehören insbesondere die Veröffentlichung eines Jahresberichts mit relevanten Finanzinformationen sowie die Erstellung einer detaillierten Klimabilanz (erstmals 2022), die gemeinsam mit einer externen Agentur umgesetzt wurde. Ergänzend dazu informiert die halle02 regelmäßig auf ihrem Blog sowie weiteren öffentlichen Kommunikationskanälen über aktuelle Entwicklungen und relevante Themen. |
| In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)? | Eine formelle, unabhängige Prüfung erfolgt derzeit nur beim Finanzbericht. |
| Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft? | Die Gemeinwohlbilanzierung ist ein erster Schritt, um mehr Transparenz zu erschaffen und in den Folgejahren auch eine bessere Selbsteinschätzung zu erzielen. Um eine höhere Bewertung zu erreichen, wird auch ein externes Audit nötig werden. |
| Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich? | |

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2024
Nein

Verbesserungspotenziale /Ziele

Erstellung einer Gemeinwohlbilanz

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Einfache gesellschaftliche Berichterstattung online oder in anderen leicht verfügbaren Publikationen; Veröffentlichung der Werthaltung des Unternehmens.

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

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

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

Verbesserungspotenziale/Ziele

Selbsteinschätzung

Die halle02 pflegt einen offenen und niedrighschwelligigen Dialog mit allen gesellschaftlichen Berührungsgruppen. Anfragen und Anliegen können jederzeit über verschiedene Kanäle eingebracht werden – persönlich bei Veranstaltungen, über direkte Gespräche oder online über Website und Social Media. Die Beiträge werden intern festgehalten und fließen in die Entscheidungsfindung ein.

Trotz dieser offenen Kommunikationskultur fehlt derzeit eine systematische, formalisierte Beteiligungsstruktur. Es gibt weder festgelegte Dialogformate noch eine standardisierte, öffentlich zugängliche Dokumentation aller Rückmeldungen. Dadurch kann die Einbindung der Berührungsgruppen noch nicht als umfassend oder prozesshaft beschrieben werden.

Deshalb ist eine höhere Selbsteinschätzung aktuell nicht möglich.

50%

2024
Nein

halle02 Beirat

Die halle02 plant die Einrichtung eines divers besetzten Beirats, der Programm, Nachhaltigkeit und Awareness konstruktiv-kritisch begleitet und durch externe Perspektiven Transparenz und Teilhabe stärkt.



Fortgeschritten

Bei einigen relevanten Projekten werden aktiv relevante Berührungsgruppen einbezogen und Argumente ausgetauscht. Ausreichende, öffentlich zugängliche Dokumentation ist vorhanden.

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

| | |
|---|--|
| Berichtsfragen | |
| Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso? | Der Aspekt trifft auf die halle02 nicht zu. Das Unternehmen kommuniziert transparent, faktenbasiert und verantwortungsvoll gegenüber der Gesellschaft. Bewusste Fehlinformationen, Irreführungen oder Verzerrungen gesellschaftlicher und wissenschaftlicher Tatsachen finden ausdrücklich nicht statt. Alle vom Unternehmen veröffentlichten Informationen entsprechen der unternehmensinternen Realität und orientieren sich am anerkannten wissenschaftlichen Kenntnisstand sowie an den Prinzipien der Menschenrechte. |
| Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung 98ndire oder 98ndirect durch Fehlinformationen beeinflusst? | |
| Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte? | |

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**

- Nicht zutreffend

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

**Wer war bei der Erstellung
der GWÖ-Bilanz/ dem
GWÖ-Bericht im
Unternehmen involviert?
Welche Stakeholder
waren involviert? (Name,
Position/ Verbindung zum
Unternehmen)**

für die Geschäftsführung:

Felix Grädler

Hannes Seibold

Katharina Nick

für den b2c Bereich & Nachhaltigkeit:

Isabell Bauer Conde

für den b2b Bereich:

Patricia Uthmann

Externe Begleitung:

Zora Brändle, Nachhaltigkeitsmanagerin und ehemalige Mitarbeiterin

**Wie viele Personen-
Arbeitsstunden wurden
dafür aufgewendet?**

225

Impressum:

halle02 GmbH

Zollhofgarten 2

69115 Heidelberg

Dieser Bericht wurde Mithilfe des goodbalancer erstellt. www.goodbalancer.org