

Gemeinsam
auf dem Weg
für eine **Neue**
Kultur des
Bauens.

LOP
MANIFEST



RATISBONA
MÄRKTE FÜRS LEBEN

LOOP THESEN

Planet

- 1 PLANETARE GRENZEN | Die ökologischen Grenzen des Planeten sind ausgereizt. Die Bedeutung eines intakten Planeten für den eigenen Wohlstand wird übersehen.
- 2 KNAPPE RESSOURCEN | Die sich weiter verschärfende Knappheit von Ressourcen findet zu wenig Beachtung. Die schwindenden Lebensgrundlagen Wasser, Luft, fruchtbarer Boden und Artenvielfalt werden ausgeblendet.

Gesellschaft

- 3 RETURN ON RESPONSIBILITY | Wir setzen uns falsche Ziele und verkürzen Nachhaltigkeit auf isolierte Einzelthemen. Umweltschutz ist zu wenig. Wir müssen umweltpositiv leben und gesellschaftspositiv wirtschaften.
- 4 POSITIVES ZUKUNFTSBILD | Den Menschen fehlt eine einladende und positive Idee einer gelingenden Zukunft, hinter der sie sich versammeln können. Was uns am meisten bremst und davon abhält in die Umsetzung zu kommen, ist die begrenzte menschliche Vorstellungskraft.

Unternehmen

- 5 QUALITY ECONOMY | Die Hebel der Wirtschaft für eine Transformation sind groß und weitestgehend ungenutzt. Jene Unternehmen, die sich der Gesellschaft verpflichten, werden profitabler sein.
- 6 CIRCULAR ECONOMY | Jedes Unternehmen im 21. Jahrhundert braucht eine Circular Economy Strategie.

Branche

- 7 DAS SCHWERGEWICHT | Die nötige Transformation unserer Welt gelingt mit der Bau- und Immobilienwirtschaft – oder gar nicht.
- 8 STÄDTE PRÄGEN MENSCHEN | Austauschbare, rein funktional gestaltete Gebäude schaden unseren Städten und uns Menschen. Architektur ist erst dann gut, wenn sie der Vereinsamung in der Gesellschaft entgegenwirkt.

Gebäude

- 9 GESUNDES BAUEN | Moderne Gebäude beeinträchtigen häufig die menschliche Gesundheit. Dabei können und müssen Gebäude positiv wirken und unsere Gesundheit stärken!
- 10 UMWELTPOSITIVES BAUEN | Die Zeit ist reif für umweltpositive Gebäude! Statt nur weniger schädlich zu sein, hat unsere gebaute Umwelt das Potential, nützlich zu sein und unsere Umwelt aktiv zu regenerieren. Gebäude müssen den Bewohnern unserer Städte aktiv Schutz vor den Folgen der Klimaerwärmung bieten.
- 11 KREISLAUFFÄHIGES BAUEN | Depot statt Deponie: Gebäude der Zukunft verwenden keine schadstoffhaltigen Materialien, die teuer in der Entsorgung sind. Sie werden als Rohstofflager für nachfolgende Generationen konzipiert.
- 12 WIRTSCHAFTLICHES BAUEN | Ökologisches Bauen ist günstiger als konventionelles Bauen. Mangelnde Wirtschaftlichkeit ist heute keine Ausrede mehr: Jedes Projekt, das sich in konventioneller Bauweise rechnet, rechnet sich auch in ökologischer Bauweise.

Handel

- 13 MÄRKTE PRÄGEN DIE GESELLSCHAFT | Unsere Zukunft entscheidet sich im Supermarkt: Als Nachfolger der ursprünglichen Marktplätze können Supermärkte als Brückenköpfe einer Transformation in die Mitte der Gesellschaft hineinwirken.
- 14 MÄRKTE ALS PIONIERE | Lebensmittelmärkte können aufgrund ihrer Skalierbarkeit, der kurzen Lebenszyklen und städtebaulichen Relevanz als Pionier-Gebäudeklasse für nachhaltiges Bauen eine Vorreiterrolle einnehmen.

Unser Beitrag
für eine
**lebenswerte und
gesunde Zukunft.**



Version 1.0

Unser LOOP Manifest ist Grundlage für den gemeinsamen Weg in die Zukunft.

Inhalte



8	UNSER LOOP MANIFEST Grußwort der RATISBONA Geschäftsführung
12	UNSERE WERTE
16	UNSER ZIEL
22	UNSERE GRUNDPRINZIPIEN
30	UNSER WEG
34	UNSERE MÄRKTE



Unser LOOP Manifest

Liebe Ökobau Pioniere,

warum braucht ein Wirtschaftsunternehmen wie RATISBONA überhaupt ein Manifest? Unternehmen sind doch dazu da, um zu wachsen, Arbeitsplätze zu schaffen, den Motor unserer Volkswirtschaft am Laufen zu halten und Geld zu verdienen.

So weit so klassisch.

Daran ist erst einmal nichts verkehrt. Das ist das, was Unternehmen schon immer getan haben und auch heute noch tun. Aber die Aufzählung dessen, was Unternehmen so tun, ist eben nicht ganz vollständig. Denn ganz nebenbei – quasi als Kollateralschaden ihrer Produktivität – verbrauchen sie endliche Ressourcen, jagen Treibhausgase in die Atmosphäre, schädigen unsere Lebensgrundlagen wie Wasser, Luft und Boden und beschleunigen den Artenschwund. Sie bringen, ob gewollt oder ungewollt, unseren Planeten an die Grenzen seiner Belastbarkeit.

Bisher war die Überzeugung, man könnte dies als eingepreistes Übel unseres Wirtschaftsmodells in Kauf nehmen. Bisher. Denn heute herrscht Gewissheit: Es muss sich etwas ändern, um auch künftig in Wohlstand, Freiheit und Sicherheit zu leben.

Mit diesem Manifest wollen wir uns einerseits klar und verantwortungsbewusst positionieren und andererseits aufzeigen, welchen Kurs wir als Unternehmen einschlagen werden.

Wir sind überzeugt: Wer in einer Welt limitierter Ressourcen weiterhin endliche Rohstoffe verarbeitet, besitzt eben auch ein endliches Geschäftsmodell. Umgekehrt werden sich neue Türen öffnen für jene, die ihr Unternehmen an der Gesetzmäßigkeit der neuen Zeit ausrichten, an den Prinzipien einer Circular Economy.

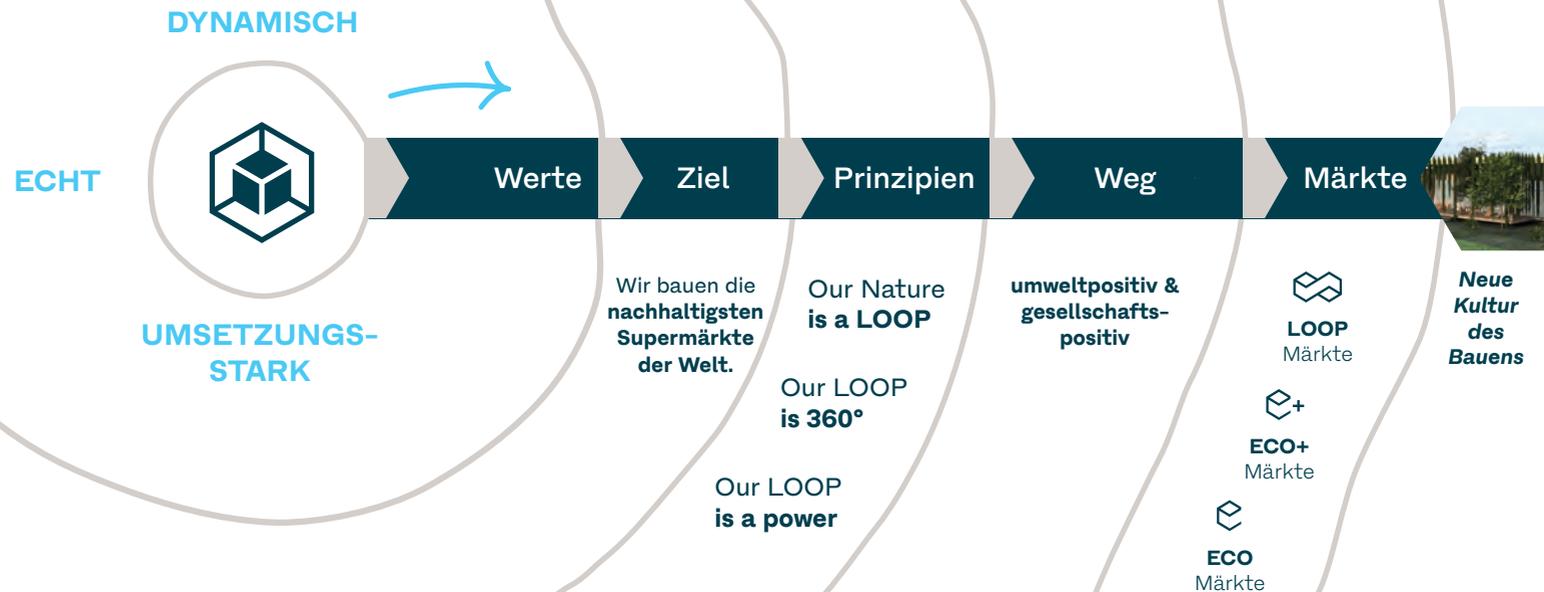
Unser Weg besteht darin, als Vorreiter mit Mut und Umsetzungsstärke voranzugehen und das Cradle to Cradle (C2C) Designprinzip auf Supermärkte zu übertragen. Die Grundideen von C2C haben uns von Anfang an begeistert: Statt nur weniger Schaden zu verursachen, kann es gelingen, sich ein Beispiel an der Natur zu nehmen und positive Wirkung zu entfalten – eben nicht „weniger schlecht“, sondern nützlich zu sein.

Kann es also gelingen Supermärkte zu bauen, die mehr Nutzen stiften, als sie Schaden anrichten? Märkte, die sogar gut sind fürs Leben – trotz Flächenbedarf, Energiehunger und Ressourcenverbrauch?

Es muss möglich sein und wenn das einer schafft, dann wir – die RATISBONA. Wir haben uns nichts weniger vorgenommen, als die nachhaltigsten Supermärkte der Welt zu bauen und unser Unternehmen so als Vorreiter einer *Neuen Kultur des Bauens* zu gestalten.

Einer *Neuen Kultur des Bauens*, die Wirtschaftlichkeit nicht nur mit Ökologie, sondern auch mit Menschlichkeit zu verbinden weiß. RATISBONA – Märkte fürs Leben.

Von der Theorie
umsetzungsstark
in die Praxis.
Natürlich
im Kreislauf.



Beschreibt die Identität
der RATISBONA

Unsere Werte

34 Märkte

30 Weg

22 Prinzipien

16 Ziel

12 Werte

Werte leiten uns im täglichen Tun.
Wir geben uns damit verbindliche
Leitplanken und schaffen Orientierung.

Mit **DYNAMISCH**, **UMSETZUNGSSTARK** und **ECHT**
stellen wir somit drei Kerneigenschaften
in den Mittelpunkt unserer
Denk- und Verhaltensweisen.



Definiert das große
Zukunftsbild von
RATISBONA

Unser Ziel

34 Märkte

30 Weg

22 Prinzipien

16 Ziel

12 Werte

Wir
bauen die
nachhaltigsten
Supermärkte
der Welt.



= Unser großes Ziel

Die nachhaltigsten Supermärkte der Welt zeichnen sich nicht nur durch gesunde und nachwachsende Baustoffe aus, sondern dass sie auch jenseits der Grundstücksgrenze positiv wirken und von einer tiefen inneren Haltung und Überzeugung getragen werden. Für uns beschreibt dies eine *Neue Kultur des Bauens*.



Eine **Neue**
Kultur des
Bauens

Als inhabergeführtes Familienunternehmen setzen wir uns **aktiv für ökologisches Bauen ein.**

→ **RATISBONA Handelsimmobilien.** **Die Ökobau Pioniere für C2C Märkte.**

Als inhabergeführtes Familienunternehmen mit Sitz in Regensburg ist RATISBONA Handelsimmobilien ein im deutschen und internationalen Einzelhandelsbereich tätiger Projektentwickler, der sich aktiv für ökologisches Bauen einsetzt.

Nach dem Vorbild des Cradle to Cradle (C2C) Designkonzepts entwickeln und skalieren wir Lösungen für klimapositives und kreislauffähiges Bauen mit gesunden und natürlichen Materialien.

Mit unseren greifbaren Referenzen sind wir treibende Kraft der Bauwende. Das heißt für uns, Märkte zu entwickeln, die ehrliche und konsequente Lösungen auf allen Ebenen der Nachhaltigkeit liefern.

Unser erarbeitetes Wissen und unsere wirtschaftlichen Lösungen sollen maximal dazu beitragen, die Bau- und Immobilienbranche, aber auch die Handelslandschaft nachhaltiger zu gestalten.

Daher haben wir den Entschluss gefasst, unsere Erkenntnisse nicht unter Verschluss zu halten, sondern anderen Marktteilnehmern zur Verfügung zu stellen. Gesellschaftliche Wirkung geht vor wirtschaftlicher Rendite.

Unser großes Ziel ist es, die nachhaltigsten Supermärkte der Welt zu bauen.

Beschreibt das
Verständnis von Baukultur der
RATISBONA

Unsere Grund- prinzipien

34 Märkte

30 Weg

22 Prinzipien

16 Ziel

12 Werte

Grundprinzip I „NATÜRLICH“



**Unsere Neue Kultur des Bauens
respektiert die
Gesetzmäßigkeiten
der Natur.**



Our Nature is a LOOP

Integraler Bestandteil dieser *Neuen Kultur des Bauens* ist ein Bewusstsein für die zentrale Gesetzmäßigkeit der Natur: Dauerhaft überlebensfähig ist, was im Kreislauf funktioniert, die Kreisläufe des Lebens auf unserer Erde beachtet und die planetaren Grenzen genauso wie die Bedürfnisse der Menschen respektiert.

Gebäude und Städte bilden unsere gebaute Umwelt und müssen sich diesen Kriterien unterordnen.

Für eine *Neue Kultur des Bauens* und unser künftiges Handeln bildet dies einen unumstößlichen Rahmen.

Dies ist Ausgangspunkt und erster Baustein unserer drei LOOP Grundprinzipien.

Grundprinzip II „EHRlich“



**Unsere Neue Kultur des Bauens
sucht nach glaubwürdigen
Antworten.**



Our LOOP is 360°

Wer ernsthaft an Antworten arbeiten möchte, muss neue Perspektiven einnehmen und die Zusammenhänge in ihrer Gesamtheit in den Blick nehmen: ehrlich, konsequent und mit gesundem Menschenverstand.

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, dort wo andere im „Entweder-Oder“ stehen bleiben, Lösungen im „Sowohl-Als-Auch“ zu suchen.

Als Vorreiter einer *Neuen Kultur des Bauens* sind wir bereit, gegen den Strom zu schwimmen, voranzugehen und beherzt neue Wege zu beschreiten – jenseits von Zertifikaten, CO₂-Kompensationen und Verzichtsdiskussionen. Und wir beschränken uns nicht singulär auf isolierte Einzelthemen wie den Klimawandel oder die Energieeffizienz.

Dieser Anspruch bildet den zweiten Baustein unserer LOOP Grundprinzipien. Für unseren Planeten liefern wir damit die bestmöglichen Lösungen. Und für unser Unternehmen sichern wir uns mit unseren glaubwürdigen Antworten, die über das übliche Maß hinausgehen, ein Alleinstellungsmerkmal und einen Vorsprung auf dem Markt.

Grundprinzip III

„POSITIV“



**Unsere Neue Kultur des Bauens
nutzt den Hebel der
Wirtschaftlichkeit
für Gutes.**



Our LOOP is a power

Positive gesellschaftliche Wirkung zu erzielen ist der Kern des dritten Bausteins unserer LOOP Grundprinzipien. Unser wirtschaftlicher Erfolg ist der Ausgangspunkt. Nur wenn wir solide und erfolgreich wirtschaften, haben wir einen nennenswerten Hebel. Mit jedem erfolgreich realisiertem Projekt steigern wir unsere Reichweite und die wirtschaftliche Kraft.

Die alleinige Mehrung von Geld durch den Bau von Immobilien ist aber kein erstrebenswertes Ziel, vor allem wenn dies weiterhin zu Lasten unserer Lebensgrundlagen geschieht. Als wertorientiertes Unternehmen steht vielmehr die gesellschaftliche Wirkung sowie das Gemeinwohl im Zentrum unserer unternehmerischen Tätigkeit.

Eine *Neue Kultur des Bauens* begnügt sich nicht mit dem rein wirtschaftlichen Erfolg oder damit, die negativen Auswirkungen zu reduzieren. Eine *Neue Kultur des Bauens* hält dann Einzug, wenn jedes einzelne Bauprojekt eine positive Wirkung auf Umwelt und Gesellschaft nach sich zieht.

Zeigt den
konkreten Umsetzungspfad der
RATISBONA

Unser Weg

34 Märkte

30 Weg

22 Prinzipien

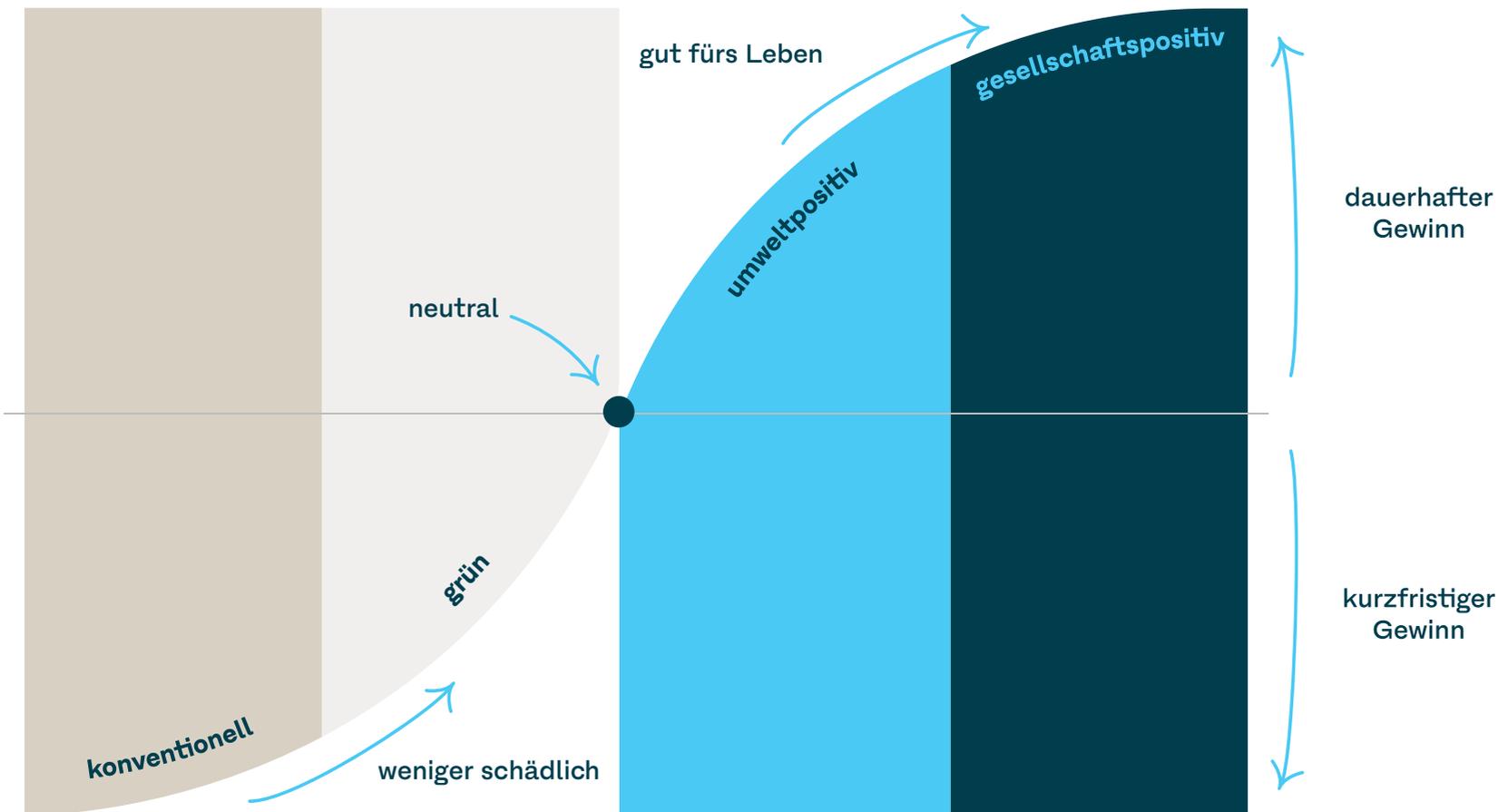
16 Ziel

12 Werte

Unser Weg in die **Qualitative** Ökonomie

Die nachhaltigsten Supermärkte der Welt werden nicht durch Zertifikate, Klimaneutralität und Energieeffizienz erreicht. Wir streben Positivziele für Gesellschaft und Umwelt an.

1. „Weniger schädlich“ ist ein Anfang
2. „Neutral“ ein Zwischenziel
3. „Gut fürs Leben“ der Anspruch



Beschreibt das
konkrete Produkt der
RATISBONA

Unsere Märkte

34 Märkte

30 Weg

22 Prinzipien

16 Ziel

12 Werte

Märkte genießen schließlich eine hohe politische und gesellschaftliche Aufmerksamkeit und prägen die Zentren unserer Kommunen und Städte.

Es sind öffentliche Orte des Austausches und der Begegnung, an denen die Produkte der Natur in die Welt der Menschen gelangen.

Lebensmittelmärkte können als Pionier-Gebäudeklasse für nachhaltiges Bauen eine Vorreiterrolle einnehmen. Die kurzen Lebenszyklen, der hohe Grad an Wiederholbarkeit und die standardisierte Bauweise bilden die besten Voraussetzungen hierfür.

Aufgrund der großen Anzahl an realisierten Objekten und unserer überregionalen Reichweite besitzen wir einen großen Hebel, um nachhaltige Veränderungen anzustoßen.

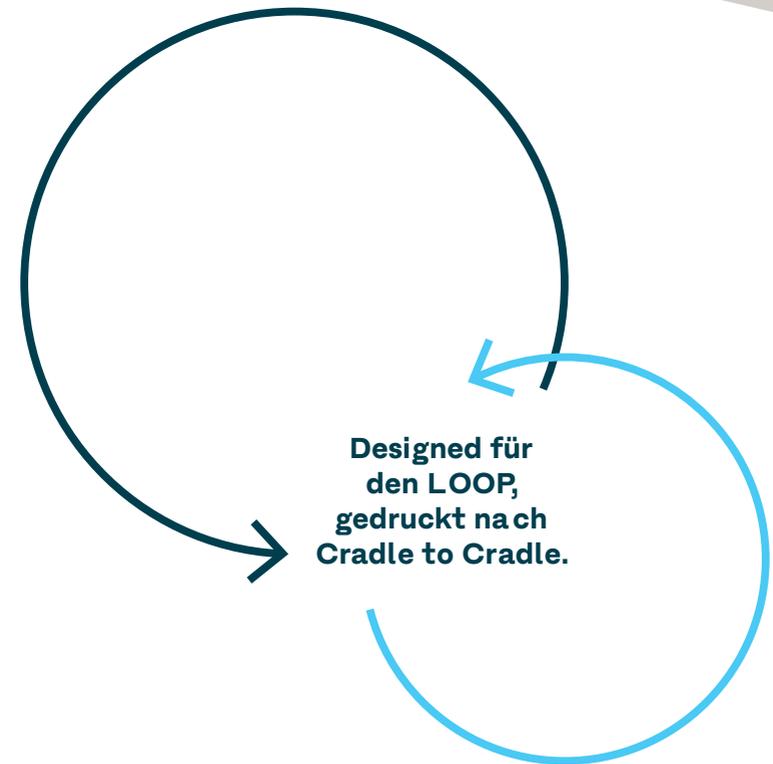
Lebensmittelmärkte
eignen sich
besonders gut,
**um unsere Idee vom
Bauen der Zukunft
in die Mitte
der Gesellschaft
zu tragen.**

Unser **LOOP** Marktkonzept mit den einzelnen Modulen



**Wir bauen
Märkte fürs
Leben.**





Aus kleinen Ideen wächst etwas Großes.

GLOSSAR



Unser Unternehmen



Unser Erlebnis = Märkte

ECO Märkte

Die Grundlage der ECO Märkte ist die RATISBONA.ECO.BAUWEISE, welche wirtschaftlicher und nachhaltiger ist als der Marktstandard. Unser Anspruch ist es, damit den Branchenstandard immer wieder aufs Neue auf ein höheres Niveau zu heben und somit die Bauwende von der Spitze in die Breite zu tragen. Die Königsdisziplin unserer Innovationsarbeit besteht darin, die Erkenntnisse aus den ECO+ Märkten und LOOP Märkten in eine wiederholbare und wirtschaftliche Marktreife zu übersetzen. Deshalb wird die RATISBONA.ECO.BAUWEISE einmal jährlich fortgeschrieben.

ECO+ Märkte

Bei den ECO+ Märkten pilotieren wir vereinzelte und fokussierte Innovationen im Bereich des ökologischen Bauens. Dies zeigt uns, welche Neuerungen am Markt funktionieren und schafft ein wertvolles Testfeld für innovative Baustoffe und Bauweisen.

LOOP Märkte

Leuchtturmmärkte weisen uns den Weg. Hierzu sollen uns LOOP Märkte immer wieder aufs Neue zeigen, was schon geht! Wir dürfen jedoch nicht stehen bleiben, sondern müssen den Weg, den uns die LOOP Märkte leuchten, auch gehen. Getreu dem Motto „Bock auf Zukunft“ sollen sie uns in eine positive Zukunft führen und uns inspirieren!

Märkte fürs Leben

Märkte fürs Leben sind Märkte, die gut sind für unser Leben. Es sind Märkte, denen es gelingt, die ursprüngliche Qualität der vormaligen Marktplätze und Markthallen in Bezug auf Ort, Produkt, Begegnung und Gestaltung auf die heutigen Lebensmittelmärkte zu übertragen.

LOOP

LOOP ist unsere Übersetzung des Cradle to Cradle Designkonzepts auf Supermärkte – in Serie und wirtschaftlich.

Cradle to Cradle (C2C)

C2C wird aus dem Englischen mit „von der Wiege zur Wiege“ übersetzt. Das Konzept wurde in den 1990er-Jahren vom deutschen Chemiker und Verfahrenstechniker Michael Braungart und dem US-Architekten William McDonough erarbeitet. Es ist ein Ansatz für eine konsequente geschlossene Kreislaufwirtschaft (engl. circular economy), durch die Klima- und Ressourcenprobleme ganzheitlich und langfristig gelöst werden können. Es fußt auf den Gesetzen der Natur und einem positiven Menschenbild.

Cradle to Grave

Das Prinzip einer linearen Wirtschaft, wie wir es bisher kennen, wird als „Cradle to Grave“ bezeichnet und mit „von der Wiege bis zur Bahre“ übersetzt. Das lineare Wirtschaftsmodell führt zu einer Wegwerfgesellschaft und missachtet die planetaren Grenzen. Am Ende ist es nicht nur weniger ökologisch und sozial, sondern auch unwirtschaftlich.

Neue Kultur des Bauens

Für uns ist es die Grundlage, um die nachhaltigsten Supermärkte der Welt zu entwickeln. Es beschreibt ein naturbezogenes, ehrliches und konsequentes Selbstverständnis, wie Bauen der Zukunft gestaltet sein muss, um Wirtschaftlichkeit und Menschlichkeit zu verbinden. Damit bringen wir unser Verständnis einer ökologischen Bauweise, einer qualitätsvollen Gestaltung, geteiltes Bauwissen mit Wissenstransfer und die Einbindung einer kommunalen Entwicklung in Einklang.

Umweltpositiv

Gebäude, die

- ... aktiv Luft, Wasser, Artenvielfalt sowie Boden nicht nur schonen, sondern aktiv regenerieren und damit den ursprünglichen Zustand mit Hilfe des Projektes verbessern,
- ... andere Akteure inspirieren und zu mehr umweltbewusstem Verhalten bewegen,
- ... ökologische Bauweisen zur Marktreife bringen und Wiederholungseffekte erzielen.

Gesellschaftspositiv

Gebäude, die

- ... aktiv uns Menschen und unser menschliches Zusammenleben bereichern,
- ... die menschliche Gesundheit fördern,
- ... jenseits der Grundstücksgrenze des Marktes positiv auf die Gesellschaft wirken,
- ... die Bildung fördern, Wissen vermitteln und inspirieren,
- ... in einer gespaltenen Gesellschaft Menschen verbinden.

Qualitative Ökonomie

In einer Zeit von gesellschaftlicher Spaltung und angesichts schwindender Lebensgrundlagen werden jene Unternehmen gewinnen, die aktiv zu Lösungen der Zukunft beitragen. Sie erfahren gesellschaftliche Anerkennung und erzielen dauerhaft höhere Renditen als konventionell agierende und kurzfristig orientierte Unternehmen, die nach dem Prinzip „Take-Make-Waste“ die Welle des fossilen Zeitalters zu Ende reiten.



Die Zukunft
des Bauens
ist eine Frage
der **Haltung.**



RATISBONA

MÄRKTE FÜRS LEBEN