

# PALAIS

KULTURBRAUEREI



## Palais in der Kulturbrauerei

# Nachhaltigkeitsstrategie 2024



# Inhaltsverzeichnis

- 1. Vorwort..... 3
- 2. Einführung ..... 4
  - a. Definition Nachhaltigkeit..... 4
  - b. Warum nachhaltig Handeln..... 4
  - c. Sustainable Meetings Berlin Initiative ..... 4
- 3. Unsere Unternehmensstruktur..... 5
  - a. Unsere Shareholder und Unternehmensstruktur ..... 5
  - b. Werte + Grundsätze..... 5
  - c. Vision ..... 7
  - d. Mission ..... 7
- 4. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ..... 8
  - a. Nachhaltigkeit und Digitalisierung ..... 8
  - b. Zyklische Bearbeitung..... 9
  - c. Partizipativer Innovationsprozess..... 9
- 5. Die Säulen der Nachhaltigkeit..... 10
  - a. GRC ..... 10
    - Was wir schon machen:..... 10
    - Das sind unsere Ziele:..... 10
  - b. Gesellschaft ..... 11
    - Was wir schon machen:..... 11
    - Das sind unsere Ziele:..... 11
  - c. Ökologie..... 12
    - Was wir schon machen:..... 12
    - Das sind unsere Ziele:..... 12
  - d. Wirtschaft ..... 13
    - Was wir schon machen:..... 13
    - Das sind unsere Ziele:..... 13
- 6. Legitimierung..... 14

# 1. Vorwort

Die Klimaneutralität durch eine nachhaltige Lebensweise ist die zentrale Herausforderung des 21. Jahrhunderts. Der Tourismus hat dabei einen besonders schlechten Ruf, da besonders viele negative Effekte wie Ressourcenverschwendung und soziale Beeinträchtigung als Folge gelten.

Seit Corona ist allerdings klar: ohne Veranstaltungen geht es nicht. Veranstaltungen sind der Puls gesellschaftlicher Innovation. Sie können ausgelassen oder informativ, verrückt oder inspirierend sein.

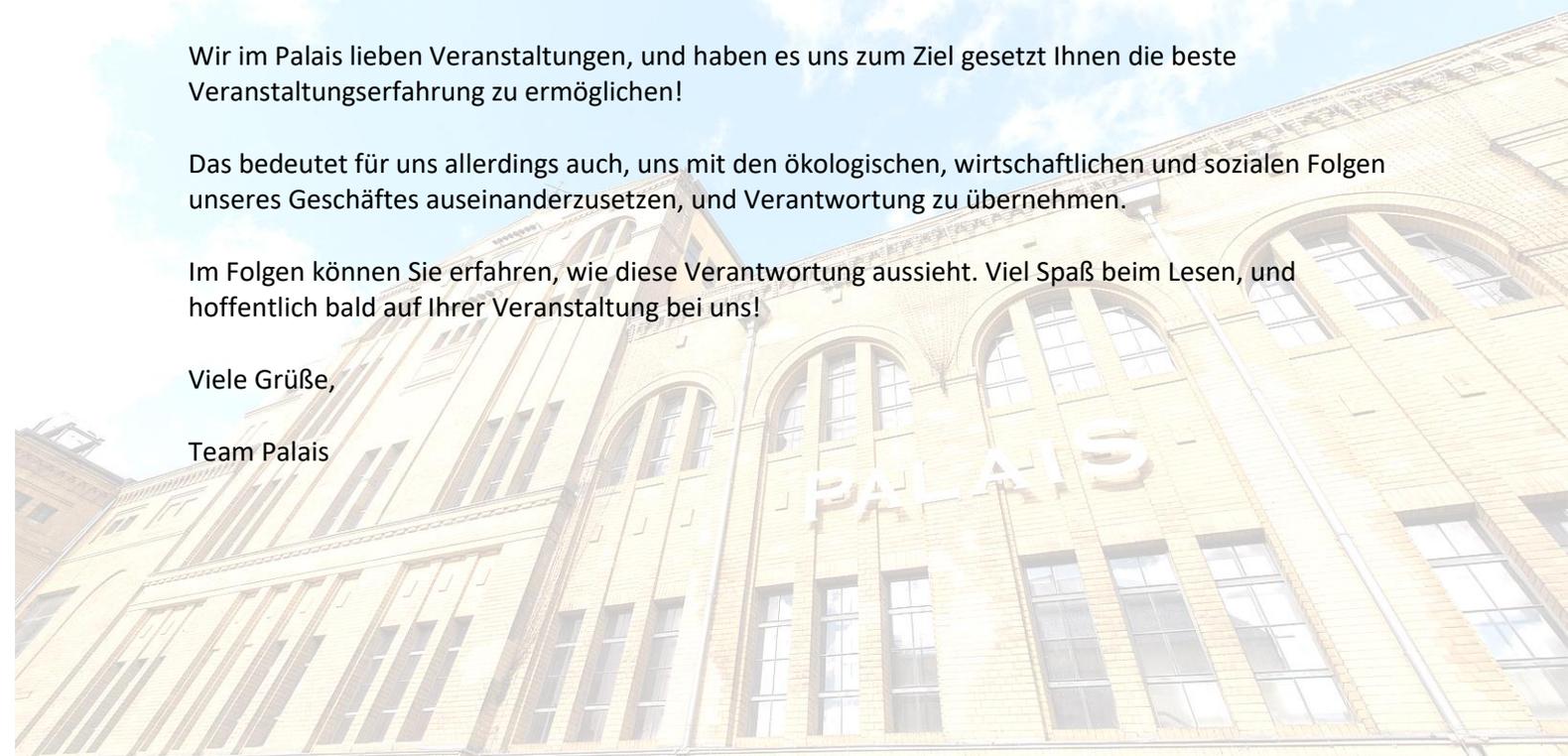
Wir im Palais lieben Veranstaltungen, und haben es uns zum Ziel gesetzt Ihnen die beste Veranstaltungserfahrung zu ermöglichen!

Das bedeutet für uns allerdings auch, uns mit den ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Folgen unseres Geschäftes auseinanderzusetzen, und Verantwortung zu übernehmen.

Im Folgenden können Sie erfahren, wie diese Verantwortung aussieht. Viel Spaß beim Lesen, und hoffentlich bald auf Ihrer Veranstaltung bei uns!

Viele Grüße,

Team Palais



## 2. Einführung

### a. Definition Nachhaltigkeit

Der Dialog um Konzepte und Definitionen des Begriffs der Nachhaltigkeit erfreut sich, insbesondere seit Beginn der Coronapandemie, wachsender Aufmerksamkeit in Medien, Politik und Gesellschaft. Dabei wird der Begriff sehr Vage gehalten, und kann daher einfach zu etwa Zwecken des Greenwashings verwendet werden.

Auch wir im Palais haben während der Coronapandemie begonnen, Nachhaltigkeitsthemen mehr Zeit zu widmen. Daraus gehen, unter anderen ersten Erfolgen wie die hundertprozentigen Ökostromversorgung, ein Verständnis für Nachhaltigkeit und ein Leitbild hervor.

### b. Warum nachhaltig Handeln

Der Klimanotstand bedroht all unsere Lebensweisen und Werte ungleichmäßig. Umso mehr sehen wir uns in der Verantwortung diese Lebensweisen und Werte zu schützen. Dafür haben wir geklärt, was wir überhaupt unter Nachhaltigkeit verstehen.

### c. Sustainable Meetings Berlin Initiative

Berlin soll bis 2045 Klimaneutral werden. So ist es im BEK2030 und dem darin enthaltenen Energie- und Klimaschutzprogramm festgelegt. Aber wie soll das im Einklang mit Berlins Bedeutung als wirtschaftsweisendem Innovations- und Tourismusstandort einhergehen?

Eine der Antworten darauf, ist Sustainable Meetings Berlin, eine Initiative des visitBerlin Convention Office. Zwar sind wir bereits Partner des Convention Office, wollen jedoch durch die Zertifizierung den Status des Sustainable Partner erreichen. Siegel und Zertifizierung werden durch die Vervollständigung einer Reihe von Kern-, Berichts- und freiwilligen Kriterien erlangt. Das Siegel selbst ist in fünf Stufen aufgeteilt und bleibt nur erhalten, sollte man innerhalb eines Jahres nach den Erstaudit auch ein weiteres Verfolgen der neuen nachhaltigen Unternehmensführung nachweisen können.

Obwohl Siegel und Sichtbarkeit für uns nicht der einzige Treiber sind, darf die ökonomische Perspektive nicht fehlen. Wir sind überzeugt, dass durch das Voranschreiten in Richtung Nachhaltigkeit des Palais, auch die nachhaltige Entwicklung im Tourismus an Fahrt aufnimmt. Zudem bezwecken die 58 Kriterien der Nachhaltigkeit an Catering und Location vor allem Inspiration und Struktur für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie selbst.

## 3. Unsere Unternehmensstruktur

### a. Unsere Shareholder und Unternehmensstruktur

### b. Werte + Grundsätze

Wir uns auch mit der Vergangenheit unseres Standorts auseinandergesetzt. Die Kulturbrauerei hat, wie der Name schon sagt, eine Vergangenheit als Bierbrauerei. Schon seit dem 19. Jahrhundert werden hier also Arbeitsmoral und Fleiß an den Tag gelegt.

Heute wird die Kulturbrauerei zu kulturellen Zwecken genutzt. Von der Firmengroßveranstaltung über Musikfeste bis zur Partynacht am Wochenende findet sich hier alles.

Brauerei und Kultur haben einige Dinge gemeinsam: Sie bringen Menschen zusammen, schaffen Raum für Veränderung und führen die Gesellschaft zusammen.

Nach diesem Vorbild haben wir uns also am deutschen Reinheitsgebot der Braukunst, und der Vielfältigkeit, die den Kulturbegriff in Berlin prägt, orientiert.



## Unsere Werte und Grundsätze lauten:

### Rein – Transparenz und Rücksicht in unserem Handeln

- Wir gehen transparent mit unserer Unternehmensstruktur um und machen diese öffentlich einsehbar.
- Wir gehen transparent mit unseren Partnerschaften um.
- Wir gehen transparent mit den Zuständigkeiten im Unternehmen um.
- Wir gehen transparent mit Verhaltensverstößen um, vermeiden diese und machen sie sichtbar.

### Klar – Für eine Inklusive Gesellschaft und gegen Ressourcenverschwendung

- Wir stellen uns klar gegen Diskriminierung und achten auf ein sozial gerechtes Arbeitsumfeld.
- Wir vermeiden klar das Verschwenden von Ressourcen.
- Wir achten das lokale Kulturerbe und vermeiden negative Einflüsse
- Wir achten die Biodiversität und vermeiden negative Einflüsse

### Zusammen – Als Gemeinschaft gegen den Klimawandel

- Wir arbeiten zusammen und gehen respektvoll miteinander und Dritten um.
- Wir vertrauen einander.
- Wir leben eine Kultur der Rückmeldung, und gehen konstruktiv mit Kritik um.
- Wir garantieren unseren Kunden durch Zusammenarbeit das beste Ergebnis.



## c. Vision

Wir wollen Ihnen die bestmögliche Veranstaltung bieten. Aber gleichzeitig auch unserer sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Verantwortung gerecht werden. Wie verbindet man die beiden am besten?

Aus den Unternehmenswerte ergibt sich unsere Vision:

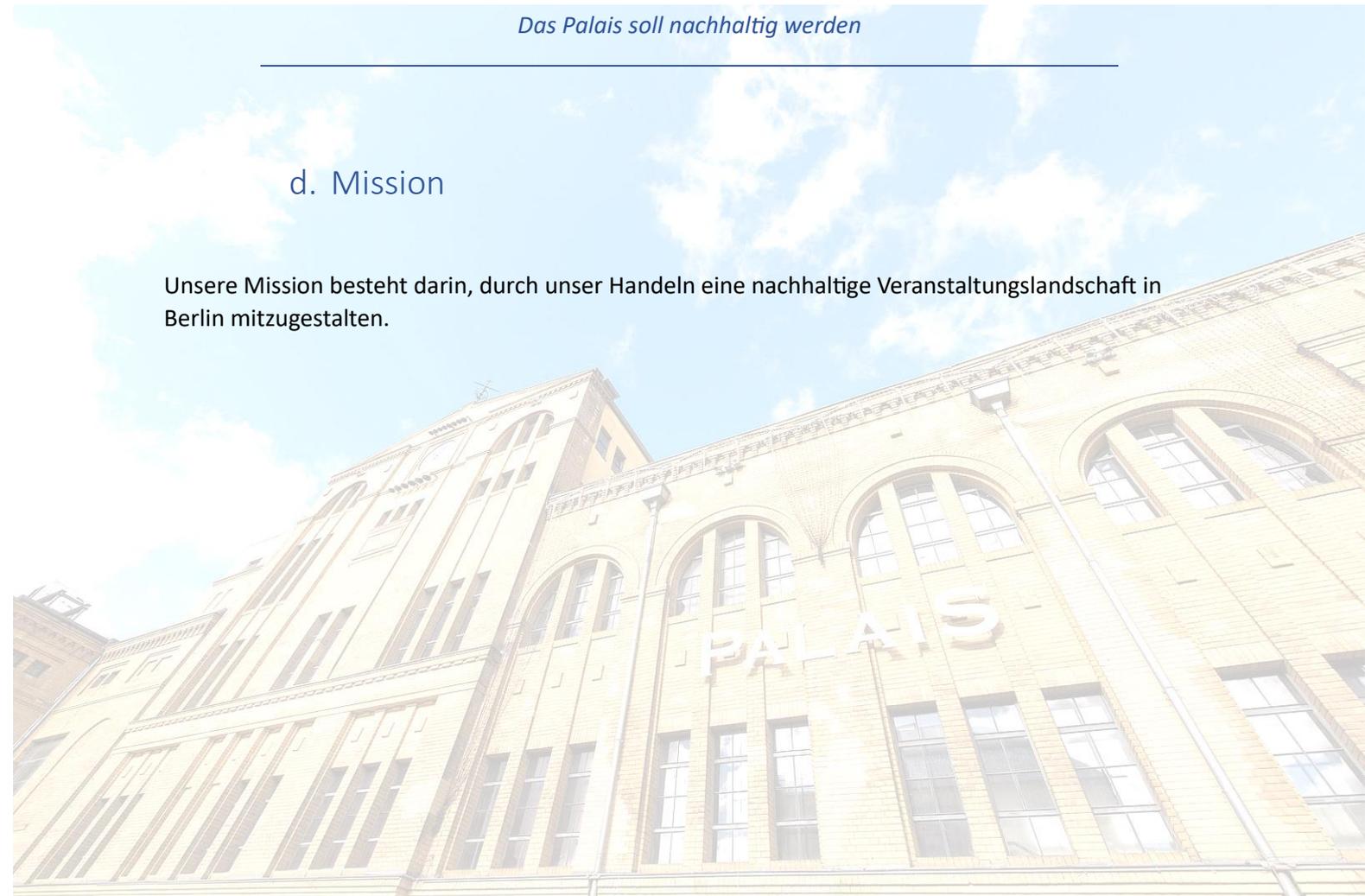
---

*Das Palais soll nachhaltig werden*

---

## d. Mission

Unsere Mission besteht darin, durch unser Handeln eine nachhaltige Veranstaltungslandschaft in Berlin mitzugestalten.



# 4. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

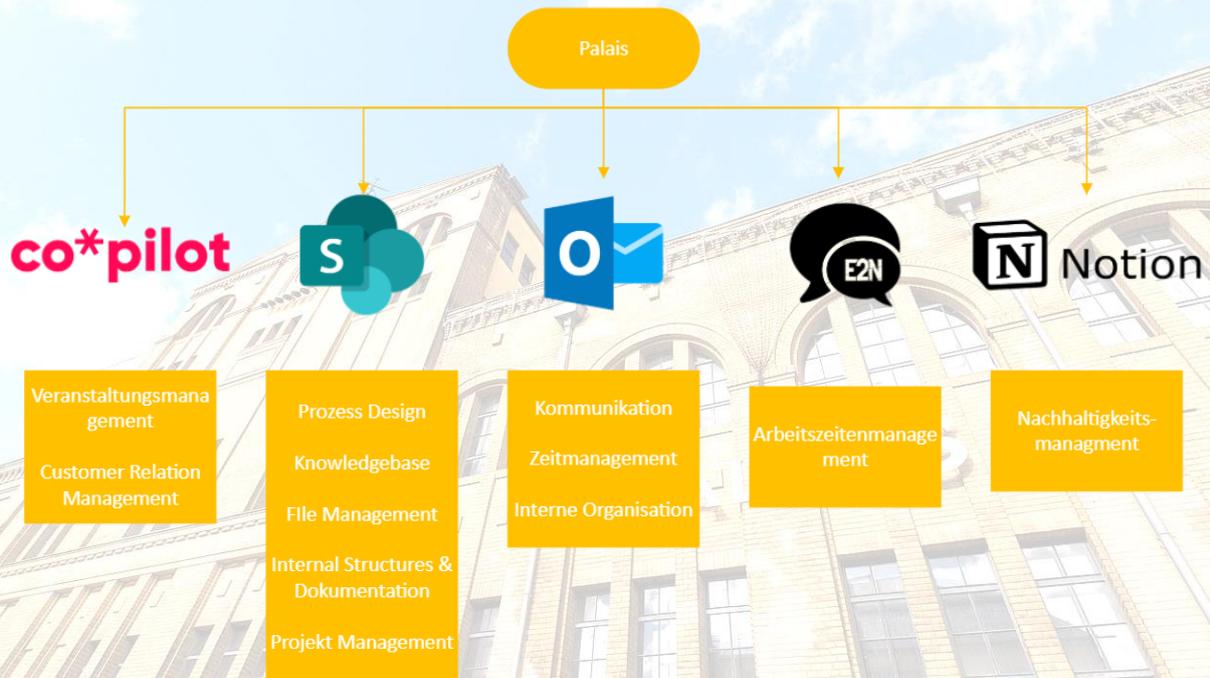
## a. Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Eines unserer Wichtigsten Handlungsfelder ist Ressourcensparendes wirtschaften. Aus unserer Risikoanalyse ergab sich, dass vor allem eine Ressource bei uns in Hohem Maße genutzt wird:

Papier!

Wir haben uns also kurzerhand dazu entschlossen, unseren Betrieb mittels umfassender Digitalisierung zu entwickeln, und ein digitales, reibungsloses und effizientes Arbeitsumfeld zu schaffen!

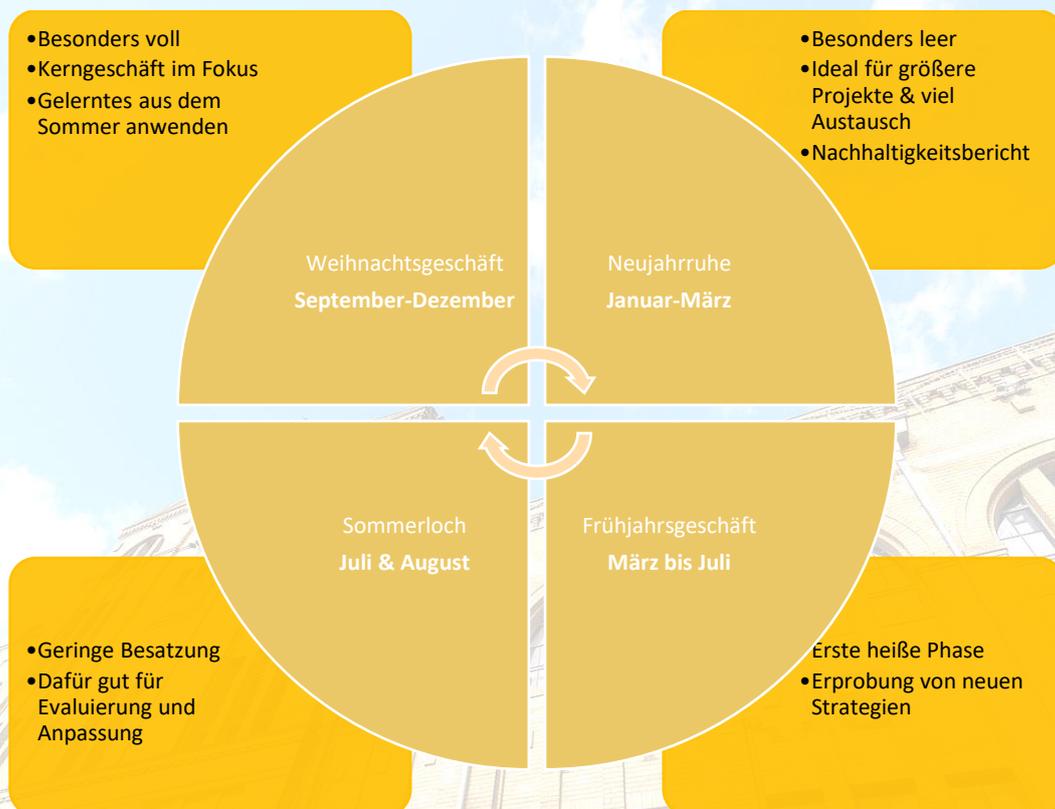
Hier eine Auflistung der digitalen Werkzeuge, die wir schon heute einsetzen:



## b. Zyklische Bearbeitung

Das Veranstaltungsgeschäft unterscheidet sich maßgeblich von vielen anderen Branchen. Neben Kreativität und Unnachgiebigkeit ist auch die Planungsfähigkeit besonders gefragt.

So haben wir uns dazu entschieden, immer dann intensiv an der Nachhaltigkeitsstrategie zu arbeiten, wenn wir grade weniger zu tun haben. Da das immer nach Neujahr und im „Sommerloch“ der Fall ist, finden hier unsere hauptsächliche Innovation statt. Während der Veranstaltungsreichen Phasen, können unsere Ideen dann getestet und im Anschluss reevaluiert werden.



## c. Partizipativer Innovationsprozess

Wie schon angesprochen sind uns flache Hierarchien und das Bottom-Up Prinzip bei der Entwicklung besonders wichtig. Wir arbeiten also mit einem zentralen Nachhaltigkeitsmanager, der die Entwicklung verwaltet. Da die Meinung der Mitarbeitenden aber extrem wichtig für die Geschäftstätigkeit und -entwicklung des Unternehmens ist, werden diese je nach Expertise und zeitlicher Ressourcen eingebunden.

## 5. Die Säulen der Nachhaltigkeit

### a. GRC

Was wir schon machen:

Gesetzeskonformes  
Datenmanagement

Nachhaltige  
Geschäftsentwicklung -  
Regelmäßige  
Entwicklung unseres  
Geschäftes

Verantwortung  
annehmen - Zukünftige  
Richtlinien & Gesetze  
einplanen

Transparenz in der  
Struktur -  
Stakeholderstruktur  
transparent dargestellt

Das sind unsere Ziele:

Ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen

Nachhaltige Chancen nutzen und unsere Schwächen ausbessern

Transparenter mit unseren Stakeholdern umgehen

## b. Gesellschaft

### Was wir schon machen:

Benefits &  
Mitarbeiterzufriedenheit

Starke Kollegialität

Über 50% Frauenquote

Ausbildungsbetrieb

Sozial nachhaltige  
Veranstaltungspartner:innen

Barrierefreiheit für Menschen  
mit Einschränkungen in der  
Mobilität

### Das sind unsere Ziele:

Diversität - Mehr Diversität und Inklusion in unserem Betrieb schaffen

Persönliche Entfaltung - Unsere Mitarbeitenden bei ihrer persönlichen Entwicklung unterstützen

Prozesse - Nachhaltige Prozesse stärken und unsere Mitarbeitenden noch mehr einbinden

## c. Ökologie

Was wir schon machen:

Elektroautoflotte +  
Eigene Ladesäule

100% Ökostrom

Effiziente Beleuchtung

Kompostiermaschine

Nachhaltige  
Verbrauchsmaterialien

Das sind unsere Ziele:

Emissionen senken - Durch Analyse unseren Fußabdruck senken

Nachhaltige Möbel & Technik - Modernisieren und Ersetzen

Biodiversität fördern - unsere Dachfläche nutzen und Bestäubern helfen

## d. Wirtschaft

Was wir schon machen:

Lieferkette analysieren

Einkaufskriterien für nachhaltige Partner:innen

Starkes Qualitätsmanagement

Entgeltgleichheit

Sorgfaltspflichten annehmen

Nachhaltige Innovation

Das sind unsere Ziele:

Qualität - Mehr Stakeholderdialoge für noch bessere Qualität

Lieferkette - Lieferant:innen nachhaltig auswählen

Innovation - Neue Ideen planen und umsetzen

## 6. Legitimierung

### Legitimierung der Nachhaltigkeitsstrategie

Mit der Unterschrift dieses Dokumentes bestätige ich, Gudrun Buhro, Geschäftsführerin der Palais Veranstaltungen GmbH die Überprüfung und Legitimierung der erarbeiteten

Nachhaltigkeitsstrategie, sowie die Richtigkeit der dargestellten Daten. Des Weiteren bestätige ich den geplanten Zeitrahmen zur Erfüllung, und verpflichte die Palais Veranstaltungen GmbH im Sinne der Mitarbeitenden in den entsprechenden Arbeitsbereichen zur Umsetzung und Reflexion des Konzeptes. Zusätzlich legitimiere ich den/die Zuständige zur Vorstellung und Anpassung der Erarbeiteten Inhalte nach Rücksprache mit mir, Gudrun Buhro, und den Kollegen bzw. dem verantwortlichen Gremium im Sinne unseres Partizipationsgrundsatzes.

Bella PALAIS 4.3.24  
Ort, Datum, Stempel  
VERANSTALTUNGS GmbH



Unterschrift der Geschäftsführung

