

## **Unsere Nachhaltigkeitsstrategie**

### *Überblick über unsere Maßnahmen*



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Bezug zum Markendiamanten</b> .....	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Bewahrung der Schöpfung</b> .....	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Allgemein - wo wir jetzt stehen</b> .....	<b>8</b>
4.1	Hausmeisterei .....	11
4.2	Housekeeping .....	11
4.3	F&B .....	13
4.4	Marketing und Verwaltung .....	18
<b>5</b>	<b>Wo wir hinmöchten/Ausblick/Abschluss</b> .....	<b>19</b>
<b>6</b>	<b>Quellenverzeichnis</b> .....	<b>20</b>
<b>7</b>	<b>Impressum</b> .....	<b>21</b>

# 1 Einleitung

Wir sind ein Unternehmen der Berliner Stadtmission. Unser Verein kümmert sich seit über 145 Jahren in Berlin und Umgebung um bedürftige Menschen. Mit mehr als 80 Projekten wird versucht diesen Menschen auf verschiedene Art und Weise zu helfen. Die Angebote sind breit gefächert: Bahnhofsmissionen, Notunterkünfte für Wohnungslose, Jugend- und Familienhilfen, Flüchtlingshilfen und Unterstützung für nichtkrankenversicherte Personen. Zusätzlich dazu betreibt die Stadtmission auch Gemeinden, Wohnstätten, Seniorenzentren, Kitas und Familienzentren, Kiezläden und Hotels und Gästehäuser. Bei der Stadtmission arbeiten 1.000 Angestellte und rund 1.800 Ehrenamtliche. Die christliche Trägerschaft ist uns wichtig und wir möchten, dass sie für unsere Gäste spürbar ist.

Die martas Gästehäuser Hauptbahnhof Berlin verteilen sich über drei Gebäude, die auf dem grünen Gelände der Stadtmission stehen. In zwei Gebäuden sind die Gästezimmer und Veranstaltungsräume, in einem dritten Teil befindet sich der Festsaal.

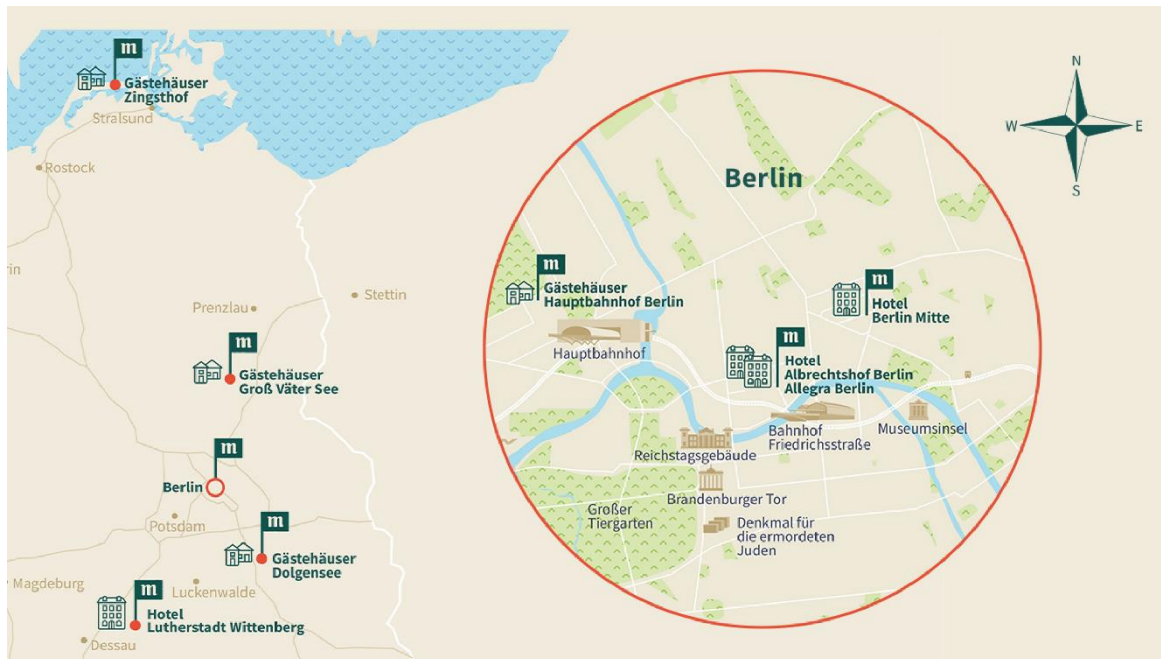


Es gibt 118 Zimmer und mehr als 400 Personen können bei uns schlafen. Zusätzlich vermieten wir sechs Apartments. Das Team besteht aus knapp 50 Mitarbeitenden verschiedener Nationalitäten und Altersstufen. Unser Betrieb hat nicht nur eine angeschlossene Küche, die große Büfets zubereiten kann, sondern auch einen Veranstaltungsbereich. Zusätzlich zu zwölf Veranstaltungsräumen gibt es einen großen Festsaal.

Im Jahr haben wir über 80 000 Übernachtungen. Zielgruppe unseres Übernachtungsbetriebes sind Familien, Schulklassen & Chöre sowie Konfirmanden- oder Sportgruppen. Während der

Sommermonate betreiben wir Mehrbettzimmer, so dass auch viele Rucksackreisende den Weg zu uns finden.

Unser Gästehaus gibt es seit dem Jahr 2002. Davor war es ein Pflegeheim. Der letzte größere Umbau mit Renovierung war 2013. Der Kern blieb, aber die Namen wechselten: Von Gästehaus im Zentrum zu Jugendgästehaus Hauptbahnhof.



Im Jahr 2023 wurden wir im Rahmen eines Markenbildungsprozesses zu martas Gästehäusern Hauptbahnhof Berlin umbenannt und gehören mit sieben weiteren Übernachtungsbetrieben der Berliner Stadtmission zu der neuen Kette „martas“.

Die weiteren Häuser, Hotels sowie Gästehäuser, befinden sich inner- und außerhalb von Berlin. Wir sind an der Dahme-Seenlandschaft bis hoch in den Norden am Darß zu finden. Im Gegensatz zu den Hotels, sind die Gästehäuser der Stadtmission gemeinnützig.

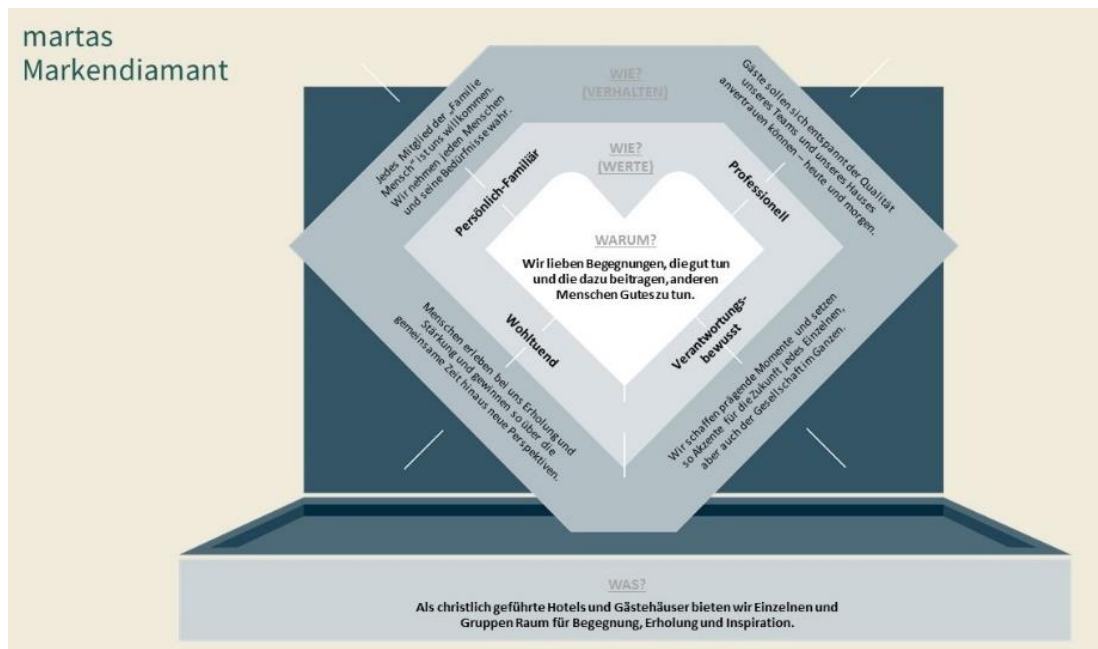
Das, was schon immer im Mittelpunkt unseres Handelns stand, die Gastfreundschaft, hat nun einen neuen Namen und einen neuen Claim: „martas – Weil ´s gut tut“. Namensgeberin ist die biblische Figur der Marta, die zusammen mit ihrer Schwester Maria, Gastfreundschaft lebte. Unter den Personen, die bei ihnen einkehrten, war Jesus mit seinen Jüngern.

Gastfreundschaft bleibt weiterhin das Motto unseres Handelns, jedoch soll darüber hinaus das Gute, das wir bereits tun, stärker betont werden: Wir möchten vielen Menschen ein Dach über dem Kopf bieten. Auch denen, die es sich nicht leisten können. Daher unterstützen wir mit 1€ pro ange-reistem Gast die Berliner Stadtmission und darüber hinaus weitere gemeinnützige Organisationen.

Zusammen mit den optischen Veränderungen, wie der neuen Leuchtschrift, dem neuen Farbkonzept und der einheitlichen Oberbekleidung für unsere Mitarbeitenden „am Gast“, wurden ebenso Inhalte angepasst. Im Fokus dieser Anpassung steht die Ausrichtung aller Häuser auf den „Markendiamanten“.

## 2 Bezug zum Markendiamanten

Das, was unsere Mitarbeitenden schon immer intuitiv geleistet haben, wurde im Rahmen des Markenbildungsprozesses gesammelt, erfasst, ausgewertet und in verbindliche Worte gegossen. Entstanden ist ein sogenannter Markendiamant.<sup>1</sup>



Im Zentrum steht das, was wir lieben: die alltäglichen Begegnungen mit unseren Gästen. Begegnungen, die anderen Menschen gut tun und ebenfalls uns selber. Das ist der Grund und die Motivation, warum wir dieses Gästehaus betreiben und warum unsere Mitarbeitenden dafür arbeiten. Die Grundpfeiler, unsere Werte, stecken in den Worten: professionell, persönlich-familiär, wohltuend und verantwortungsbewusst. Wir sind stets darum bemüht, dass Menschen, die bei uns übernachten, neben der Professionalität auch die persönlich-familiäre Stimmung wahrnehmen, an der uns viel liegt. Die Zahlen geben uns Recht: Wir haben eine große Zahl an Stammgästen, die sich immer wieder für uns entscheidet und auch bei Booking.com wird das Hotelpersonal mit 9,0 von 10

<sup>1</sup> Auf dem Prozess begleitet und beraten hat uns die Agentur Jousen&Karliczek GmbH. Von dieser Agentur stammt diese Darstellung des Diamanten.

bewertet.<sup>2</sup> Im Blick auf das Wohltuende ist uns daran gelegen, dass Gäste sich bei uns erholen, vom Alltag abschalten, sich gut aufgehoben fühlen und dann später gestärkt in ihren Alltag zurückkehren. Ideal ist, wenn sie sich während der Planung des nächsten Berlinbesuches an uns erinnern und trotz der großen Konkurrenz innerhalb der Branche sich wieder für uns entscheiden.

## Die Welt im Wandel

Wir wissen, dass die Welt im Wandel ist. Wir wissen, dass Ressourcen endlich sind. Wir wissen, dass das Ökosystem der Erde durch das Handeln des Menschen beeinflusst wird und wir einen Einfluss darauf haben, wie sich die Meere, die Atmosphäre, die Artenvielfalt und die Qualität der Luft entwickeln wird. Auf Grundlage dieses Wissens und im Angesicht der massiven Bedrohung unseres Planeten wollen wir einen Beitrag dazu leisten, dass unsere Erde auch in Zukunft ein grüner, lebenswerter Planet bleibt. Die Motivation ist dabei auch eigennützig: Wenn Großstädte wie Berlin nicht mehr lebenswert sind, dann ist die Grundlage unserer eigenen Existenz bedroht. Wenn es hier unerträglich heiß ist, aufgrund der knappen Ressourcen die Übernachtungspreise exorbitant hoch sind, dann werden wir Gäste und Einnahmen verlieren und müssen perspektivisch schließen. Auch das motiviert uns.



Als Haus mit bald 100 000 Übernachtungen sind wir uns unserer Verantwortung im Blick auf die Nachhaltigkeit bewusst und darum bemüht, uns im Kleinen und auch Großen zu verbessern. Bereits im Jahr 2018 haben wir durch das Unternehmen Viabono unseren CO<sup>2</sup>-Fußabdruck ermitteln lassen.<sup>3</sup> Wir bekamen von Ihnen die Klimateffizienzklasse A.

## Was passiert schon?

### 1) Persönlich-familiär:

- Kinder übernachten kostenfrei (unter 18 Jahre im Zimmer der Eltern)
- In Bezug auf Gäste: Kapelle, 24h Rezeption, Familienlounge, helle Atmosphäre
- In Bezug auf unsere Mitarbeitenden (MA): MA-Frühstück, MA-Tage, Glocke, Weihnachts- und Passionsfeier, flache Strukturen und offene Kommunikation,

<sup>2</sup> Booking.com B.V. (2023). Zu bewerten sind sieben Kategorien. Das Personal hat die höchste Bewertung verglichen mit allen anderen Kategorien.

<sup>3</sup> Dieser Fußabdruck wird auf Grundlage von den allgemeinen Daten zu Größe, Ausstattung des Betriebes und Angaben aus den Bereichen Druckerzeugnisse, Gebäude, Reinigung, Mobilität und Lebensmittel errechnet.

Mitarbeitendenvertretung

## 2) Wohltuend:

- Anliegen der Gäste
- Babyzubehör
- Pilger:innenprojekt
- Küche: Unverträglichkeiten, kostenfreies Wasser

## 3) Professionell:

- hoher Erfahrungswert durch lange Betriebszugehörigkeit
- durch Schulungen/Weiterbildungen
- geduldige Einarbeitung
- Beschwerdemanagement vorhanden
- Auswertung der Gästebewertungen
- RESA und Tagung: Prozesse sind optimiert (elektronisch...), ASP sind da, gute Voraborganisation für reibungslosen Ablauf
- QMJ

## 4) Verantwortungsbewusst:

- Nachhaltigkeit
- Security
- Kinder- und Jugendschutzkonzept
- Führungszeugnis

## WIE???

Jede/r ist bei uns willkommen. Egal welcher Herkunft, welchen Geschlechts, Orientierung etc. – auch in Bezug auf JOBS: Wir haben FSJler:innen, Quereinsteiger:innen etc...

Erholung erhalten die Gäste durch Ruhe in unserer grünen Umgebung. Die Atmosphäre im Haus, die entspannte Rezeption, gemischtes Publikum sorgen für Ausgeglichenheit und Erholungsfaktor.

Prägende Momente können geschaffen werden durch:

- Programme, Führungen, Hochzeiten oder andere Veranstaltungen im Festsaal, Humboldt-Institut, dt.-polnischer Austausch

## Zukunft:

- 1) MA fördern, schulen
- 2) Nachhaltigkeit weiter ausbauen
- 3) Zimmer und Haus (Fassade...) erneuern
- 4) MA-Wechsel, Abteilungstausch
- 5) Mehr Dialog Format als Vorschlag
- 6) Klimawandel Gästezimmer, Ventilatoren?, Begrünung...(5 Jahresplan)

## 3 Bewahrung der Schöpfung

Als Teil eines christlichen Werkes speist sich das Bewusstsein für unsere Verantwortung gegenüber unseren Mitmenschen und der Erde aus den biblischen Schöpfungsberichten und dem damit verbundenen Auftrag. Unserem Glauben entsprechend wurde die Erde von Gott geschaffen, uns Menschen anvertraut und wir dürfen sie bebauen und bewahren. Diese mehr als 3 000 Jahre alte Aufforderung hat für uns noch heute Relevanz, denn wir verstehen uns als aktives Gegenüber zu einem schaffenden, lebendigen Gott. Wir wissen darum, dass unser Lebensraum bedroht ist und wollen daher, Schritt für Schritt, nachhaltiger werden.

## 4 Allgemein – wo wir jetzt stehen

Uns und unseren Gästen gegenüber wollen wir transparent machen, wo wir gerade im Blick auf das Thema Nachhaltigkeit stehen – für unsere Gäste sichtbar und hinter den Kulissen.

Ein so großer Betrieb, wie der unsere, kann nicht von dem einen auf den anderen Tag zu 100% nachhaltig sein, jedoch können wir im Kleinen Dinge hinterfragen, optimieren und große Projekte jährlich angehen.

**Personal:** Unsere Verantwortung bezieht sich nicht nur auf den Umgang mit Ressourcen, sondern wir sind auch ein Arbeitgeber und haben soziale Verantwortung. Die Vergütung unserer Mitarbeitenden erfolgt nach dem Tarif „AVR-Diakonie-West“ eine zusätzliche betriebliche Altersvorsorge gibt es auch. Unser Gästehaus und die Stadtmission ermutigt seine Angestellten zu in- und externen Fortbildungen und fördert diese. Dazu kommt, dass sie sich jederzeit an die Mitarbeitendenvertretung wenden können. Innerhalb des Werkes gibt es ein Beschwerdemanagement. Diese



„Ideenbox“ bietet Arbeitnehmer:innen auch anonym die Möglichkeit, Missstände aufzuzeigen. Uns ist es wichtig, dass wir als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden. Innerhalb unseres Teams legen wir Wert auf offene, wertschätzende Kommunikation und Zusammenarbeit. Wenn man sich in unserem Kollegium umguckt, wird klar, dass viele unserer Mitarbeitenden schon sehr lang für uns und mit uns arbeiten. Das freut uns. Der Anteil von Männern und Frauen ist bei unseren knapp 50 Mitarbeitenden nicht ganz ausgeglichen. In unserem Gästehaus arbeiten etwas mehr Männer als Frauen. Vorgaben zur Arbeitssicherheit und dem Gesundheitsschutz sind uns wichtig. Wir achten darauf, dass diese eingehalten werden und schulen unser Personal.

Bei dem Personal, was nicht direkt bei uns angestellt ist, sondern „ausgeliehen“ wird, stellen wir sicher, dass die Menschen in sicheren Arbeitsverhältnissen stehen, es ordentliche Verträge gibt und auch Sicherheitsbelehrungen stattfinden. Das trifft z.B. auf zusätzliches Personal zu, was wir buchen, wenn große Veranstaltungen im Saal stattfinden, und es geht ebenfalls um die vielen Mitarbeitenden von der Firma RWS, die uns bei der Reinigung der Zimmer und öffentlichen Räume unterstützen.

**Mobilität der Mitarbeitenden:** Unsere Gästehäuser hier am Hauptbahnhof haben keinen eigenen Fuhrpark. Bei Dienstreisen benutzen wir Autos der Berliner Stadtmission oder den Zug. Der größte Teil unserer Mitarbeitenden greift auf die Bahn und den ÖPNV zurück, um täglich zur Arbeit zu kommen. Nur ein kleiner Teil benutzt Privatwagen, kommt per Rad oder zu Fuß.

**Mobilität der Gäste** Von den Gästen, die nicht Teil einer Gruppe sind, reisen knapp 8% mit dem eigenen Auto an. Mit dem Verweis auf die angespannte Parkplatzsituation in Berlin, empfehlen wir Gästen schon vorab die Anreise mit der Bahn, dem Bus oder anderen Verkehrsmitteln. Unser Haus hat nur einige, wenige Parkplätze und es sind auch nicht mehr Parkplätze in Planung.

Zurzeit haben wir keine Ladestation für E-Autos, jedoch planen wir bis 2025 einige zu installieren.

Wenn unsere Gäste angekommen sind und eingekcheckt haben, legen wir ihnen die Erkundung der Stadt zu Fuß, mit den Öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit Rädern ans Herz.

Um die Fortbewegung auf Zweirädern aktiv zu unterstützen sind wir ein Teil des bed&bike Netzwerkes des adfc und wurden von ihnen zertifiziert. Gäste, die mit dem Rad anreisen, können es bei uns sicher unterstellen, ihre Energien und ggf. Fahrrad-Akkus aufladen und am nächsten Morgen, nach einem reichhaltigen Frühstück, weiterradeln. Seit 2023 haben wir gut sichtbar vor dem



Haupthaus eine Fahrradreparatursäule<sup>4</sup> fest installiert, so dass Hausgäste und auch Externe jederzeit ihr Rad eigenständig reparieren können.

**Klimaanlagen:** Alle unsere Gästezimmer und auch die Büroräume haben keine Klimaanlage. Wir ermutigen die Gäste und unser Team dazu, ausgiebig während der kühlen Stunden zu lüften und dann die Fenster verschlossen zu halten.

**Papierverbrauch:** In all unseren Abteilungen sind wir darum bemüht, Papierverschwendung zu vermeiden und nur die Dokumente auszudrucken, bei denen es unumgänglich ist. So drucken wir keine ganzen Tagungsmappen mehr, sondern verweisen auf unsere umfangreiche Veranstaltungs-Homepage. Auch Anfragen und Verträge für Veranstaltungen werden, soweit möglich, nicht mehr gedruckt, sondern per Telefon und E-Mail abgewickelt. An der Rezeption fragt das Team die Gäste, ob sie einen Ausdruck der Rechnung mögen oder nicht. Von unserer sich wöchentlich ändernden Speisekarte für die Kiezkantine drucken wir nur einige wenige Exemplare aus und hängen sie für alle sichtbar aus oder sie können an der Rezeption eingesehen bzw. mitgenommen werden. Bereiche, in denen sich Ausdrücke kaum vermeiden lassen, sind der Bereich Reservierung (Verträge, Unterlagen von Klassen etc.), Rezeption (z.B. Meldescheine, Checklisten etc.) und Verwaltung (Dokumente zu Personalien etc.). Im Bereich der Rechnungen sind wir dabei auf einen digitalen Prozess umzustellen. Gemäß der Erhebung aus dem Jahr 2020 beträgt die Gesamtzahl des verbrauchten Kopierpapiers pro Jahr 58.200 Blatt. Das Papier, auf dem wir kopieren und drucken, ist von der Marke Canon, hat das EU-Ecolabel und ist PEFC-zertifiziert. Dieses Siegel ist nach Aussagen von PEFC Deutschland transparent und unabhängig. Es ist ein:



*„System zur Sicherstellung einer nachhaltigen Waldbewirtschaftung. [...] Holz- und Papierprodukte mit dem PEFC-Siegel stammen aus ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltiger Waldbewirtschaftung.“<sup>5</sup>*

Wenn bedrucktes Papier nicht weiter gebraucht wird, wird es entweder geschreddert, oder wenn keine persönlichen Daten darauf stehen oder es nicht doppelseitig bedruckt ist, kann es erneut verwendet werden.

In unserem Haupthaus gibt es eine kleine Bibliothek. Des Weiteren legen wir ein paar wenige Zeitungen bzw. Magazine für die Gäste aus: „Den Tagesspiegel“, „Die Kirche“, das Magazin „Katapult“ und einige Publikationen der Berliner Stadtmission.

---

<sup>4</sup> Die Säule ist von der Marke greensystems und heißt „Fahrradstation BikeRepair“.

<sup>5</sup> PEFC Deutschland e.V. (2023).

Was in den einzelnen Bereichen bereits getan wird, damit unser Haus immer weiter nachhaltiger sein kann, wird nun im Einzelnen vorgestellt.

## 4.1 Hausmeisterei

Aufgrund von separaten Zählern können wir genau beziffern, um welche Dimensionen es bei uns im Blick auf Wasser, Abfall, Heizung und Strom geht. Wir verwenden 100% Ökostrom. Wir heizen mit Fernwärme. Stand jetzt ist, dass wir keine Anlagen zur Gewinnung von regenerativen Energien nutzen. Jedoch haben wir einen Teil des Haupthausdaches begrünt und auf dem Dach des Nebengebäudes stehen Bienenhäuser.

Im Verwaltungstrakt ist das Licht so eingestellt, dass es sich während der Nacht komplett ausschaltet. Unser Team hat sich verpflichtet alle nicht für die Nacht benötigten Geräte zum Dienstende vom Netz zu trennen und eben nicht im Stand-by-Modus zu lassen.

Wenn wir uns von veraltetem Mobiliar trennen, so kommt es, wenn es in gutem Zustand ist, nicht auf den Sperrmüll, sondern wir stellen es anderen Einrichtungen der Berliner Stadtmission zur Verfügung.

Im Innen- und Außenbereich verwenden wir zum großen Teil seit einigen Jahren LED-Beleuchtung.

## 4.2 Housekeeping

**Reinigung & Müll:** Wie zu Hause, werden auch in unserem Haus die Handtücher nicht täglich gewechselt. Dadurch kann die Menge an Wäsche, die in die Reinigung muss, verringert werden. In allen Sanitärbereichen, die der Gäste und der Mitarbeitenden, verwenden wir Seifenspender. Dadurch vermeiden wir die vielen kleinen Seifenplastikflaschen, die sonst bei einem Haus unserer Größe entstehen würden. Die Seife, die wir verwenden, beziehen wir von ADA-Cosmetics, einer Firma, die proaktiv im Juli 2023 an die Abnehmer:innen herangetreten ist und schrieb:

*„Als Hersteller hochwertiger Hotelkosmetik liegt ADA Cosmetics das Thema Nachhaltigkeit besonders am Herzen. Deshalb handeln wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette*



*ressourcenschonend und umweltfreundlich. Unser gesamtes Produktportfolio ist Cradle-to-Cradle zertifiziert – damit sind wir führend in der Branche.“<sup>6</sup>*

Selbstverständlich stehen in jedem Gästehauszimmer Mülleimer. In diesen Eimern verzichten wir auf Plastiktüten und ermutigen unsere Gäste dazu, dass sie den Müll in sogenannten Gästeservice-räumen selber recyceln: Glas, Papier, Verpackung und Restmüll. Sogar Biomüll kann dort gesondert entsorgt werden. Von diesen Servicerräumen haben wir, auf beide Häuser verteilt, sechs. Nicht nur durch die klare farbliche Unterscheidung der Mülltüten, sondern auch durch eindeutige Etikettierung werden Menschen bei dem Trennen unterstützt. Perspektivisch soll auch hinter den Kulissen und in unseren Büroräumen konsequenter der Müll getrennt werden. In dem Bereich gibt es noch Verbesserungspotential.



In den Duschbädern sind Thermostatarmaturen verbaut und in den WC-Bädern haben bereits viele Toiletten Betätigungsplatten mit 2-Mengentechnik. Unsere Waschbecken haben bereits alle eine Wassersparfunktion. Unsere Gäste, wie auch wir, verwenden zumeist Toilettenpapier von der Firma Paper Producta Sp. z o. o. und das Papier hat das FSC Mix-Siegel. Dieses Siegel besagt, dass unser Produkt gute Waldnutzung fördert. Der größte Teil der in diesem Artikel verwendeten Materialien stammt

*„aus FSC-zertifizierten Wäldern und/oder Recyclingmaterial als auch Material aus kontrollierten Quellen“<sup>7</sup>.*



Das Papier, mit dem sich die Gäste in den öffentlichen Bereichen und auch die Mitarbeitenden in den Sanitärbereichen die Hände abtrocknen können, sind aus hygienischen Gründen zwar Wegwerftücher, jedoch aus recyceltem Papier.

In einem Haus unserer Größe braucht es viele Reinigungs- und Putzmittel. Bei der Bestellung achten wir darauf, dass wir in großen Kanistern und nicht kleinen Einzelflaschen bestellen. Wir bestellen bei der Firma Niendorf. Die Firma Niendorf schreibt:

<sup>6</sup> Cradle-to-Cradle (C2C) steht für die nachhaltige Herstellung von Produkten, in deren Design Langlebigkeit und Wiederverwendung verankert sind. Produkte, die das C2C Zertifikat tragen, wurden nach diesem Prinzip entworfen und bilden den Nährboden für zukünftige Produkte. (Quelle: <https://www.fairlyfab.com/de-DE/magazin/cradle-to-cradle> Abruf 18.09.2023 09:18)

<sup>7</sup> Gutes Holz Service GmbH (2023).

*„Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst, nachhaltig zu arbeiten und ökologisch unbedenkliche Produkte zu vertreiben. Für alle Produkte gilt: Produktion nach REACH-Verordnung – unsere Artikel enthalten demnach keine gefährdenden Stoffe.“<sup>8</sup>*

Mit unserer Gästewäsche ist momentan die Berliner Firma Testorp beauftragt. Sie kümmern sich um unsere Gästewäsche, also Bettwäsche und Handtücher. Dadurch, dass es eine Firma mit Sitz in Berlin ist, lassen sich kurze Lieferwege umsetzen. Um die Kochwäsche kümmert sich seit Ende August 2023 die Firma CWS. Sie schreiben:

*„Bei CWS handeln wir enkelfähig mit unserer übergreifenden Nachhaltigkeits-Strategie Think Circular und schaffen Werte für Generationen, indem wir wirtschaftlichen Erfolg an wertorientiertes Handeln knüpfen. Für uns hängen Nachhaltigkeit und Profitabilität eng zusammen. Wir wirtschaften generationengerecht und damit enkelfähig.“<sup>9</sup>*

### 4.3 F&B = Food & Beverage

Hinter dieser Bezeichnung sind alle Themen versteckt, die im engsten und weitesten Sinne mit der Verpflegung aller uns besuchenden Personen durch Essen und Getränke zu tun haben. Abteilungen, in denen diese Themen eine große Rolle spielen, sind die Küche, die Veranstaltungsabteilung und der kleine Kiosk, den das Team der Rezeption betreibt.

**Getränke:** Unsere Getränke bestellen wir bei einem mittelgroßen Berliner Unternehmen. Alle Wasserflaschen, die unsere Mitarbeitenden wie auch unsere Gäste des Tagungs- und Übernachtungsbereiches konsumieren, sind seit dem Frühjahr 2024 aus Glas und von der Hamburger Non-Profit Organisation „Viva con Agua“. Diese Organisation füllt ihr Wasser bei der Firma „Husumer Mineralbrunnen“ ab. Sie haben es sich zum Ziel gesetzt, den weltweiten Zugang zu sauberem Trinkwasser zu verbessern, Lösungen für die Wasserknappheit zu finden und Menschen in Ländern des globalen Südens z.B. durch den Bau von Brunnen oder den Einsatz von Nebelnetzen zu helfen.<sup>10</sup> Bei der Umsetzung Ihrer Projekte vor Ort ist es Ihnen wichtig, dass die lokalen Gemeinschaften in die Planung und Umsetzung einbezogen werden. Ein weiterer Bauteil ist Bildung. Viva con Agua arbeitet an der Sensibilisierung der Menschen

<sup>8</sup> So A. Niendorf in persönlicher Kommunikation.

<sup>9</sup> CWS International GmbH (2023), S. 6.

<sup>10</sup> Viva con Agua e.V. (2024).

zum Thema Wasser und Hygiene. Sie führen Workshops und Schulungen durch, um das Bewusstsein für sauberes Wasser und gesunde Hygienegewohnheiten zu stärken.

In unserem Haupthaus haben wir einen großen Wasserspender und ermuntern Gäste dazu, dass sie kostenlos bei uns ihre eigene Wasserflasche auffüllen.

Unser Haus ist bei Refill-Deutschland als Refill Station gelistet, so dass z.B. Pilger:innen schon bei der Planung ihrer Route im Internet sehen können, dass wir eine Auffüll-Station für Wasser sind. Alle weiteren alkoholfreien und alkoholischen Getränke sind in Einwegglasflaschen (z.B. Sekt, Wein oder Orangensaft).

Im Jahr 2020 haben wir uns aus ethischen Gründen dafür entschieden, dass wir unsere Limonaden nicht von einem namenhaften weltweiten Anbieter beziehen, sondern einem deutlich kleineren. Seitdem bieten wir im Veranstaltungsbereich wie auch im Kiosk die Getränke des Hamburger Unternehmens fritz-kola an. Drei Argumente halfen uns bei der Entscheidung:

Ihre transparente Haltung in Bezug auf Nachhaltigkeit, das politische Engagement dieser Firma – sie unterstützen z.B. die Kampagne „Exit Deutschland“ – „EXIT-Deutschland ist eine Initiative, die Menschen hilft, die mit dem Rechtsextremismus brechen und sich ein neues Leben aufbauen wollen. Zugleich setzen wir uns mit der Vorstellungswelt und dem Verhalten von Rechtsextremisten auseinander. Dabei stützen wir uns auf die Werte von persönlicher Freiheit und Würde.“<sup>11</sup>

Darüber hinaus füllen Fritz Kola lokal in Güstrow und auch Gänsefurth ab. Zu ihrer Haltung in Bezug auf Nachhaltigkeit schreiben sie: *„Wir haben unsere Liebsten gern eng um uns, also produzieren wir regional und Ressourcen schonend – das schont gleichzeitig die Umwelt. Unsere Verpackungslieferanten sitzen zu 100% in Deutschland. Und mit unseren 0,33- und 0,5-Liter-Poolflaschen verkürzen wir zusätzlich die Transportwege, weil die von anderen Herstellern mitgenutzt werden. [...] 2021 haben wir uns der science based targets Initiative angeschlossen und uns damit zum 1,5 °-Ziel der Vereinten Nationen verpflichtet.“*<sup>12</sup>

Der **Kiosk** bietet schon seit fünf Jahren diese fritz-Limonaden an. Seit Ostern 2023 verzichten wir auch hier auf andere Limonaden. Des Weiteren sind im Sortiment Orangensaft und Apfel-Mango-Bananen-Smoothies der österreichischen Firma Rauch. Perspektivisch sind wir auf der Suche nach einem regionalen Unternehmen, das uns mit Säften in möglichst kleineren Pfandflaschen versorgt.

<sup>11</sup> Zitat: <https://www.exit-deutschland.de/start/> Abruf: 18.09.2023 09:23 Uhr.

<sup>12</sup> Fritz-Kulturgüter GmbH (2023).



Im Angebot des Kiosks ist immer eine kleine Auswahl an Sandwiches, Kuchen, Eis und Süßwaren. Unter allen essbaren Produkten findet sich immer eine vegane Option (Eis und der Apfelkuchen), mindestens ein vegetarisches Sandwich und auch glutenfreie Brownies. Es fällt uns schwer, in diesem Bereich auf Einmalverpackungen zu verzichten. So kommt es, dass Schokolade, Eis, süße und herzhaft Snacks so verpackt sind.

Wenn Produkte ihr Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten haben, jedoch noch für den Verzehr geeignet sind, aber nicht mehr verkauft werden dürfen, so werden sie an die Logistikküche bzw. die Notübernachtung der Berliner Stadtmission gespendet. Lieferant der Produkte, die im Kiosk verkauft werden, ist der Großhandel von Chefs Culinar.

Am Kiosk haben wir seit 2022 Honig im Glas aus Brandenburg im Angebot. Es ist Vielblütenhonig aus Falkensee-Finkenkrug. Wird an der Rezeption nach Besteck gefragt, so geben wir kein Einwegbesteck mehr aus, sondern Besteck aus Metall und bitten um Rückgabe. Wer sein warmes oder kaltes Getränk mit Strohalm genießen möchte, bekommt an der Rezeption einen Einmalhalm.

100% der Heißgetränke die wir an unsere Gäste weitergeben, wie Tee und Kaffee und Kakao, beziehen wir seit 2012 von GEPA. Gepa-Produkte sind schon lange Zeit fair und teilweise bio.



*„Für uns bei der GEPA ist es logisch, dass wir nicht nur Teil der Fair Handelsbewegung sind – sondern auch Teil der Klimabewegung. Denn: Die Klimakrise ist unfair! Oder politisch gesprochen: Keine Klimagerechtigkeit ohne Handelsgerechtigkeit. Deshalb steht bei uns in den nächsten Jahren das Thema „Klimagerechtigkeit“ absolut im Fokus – denn als Gesellschaft müssen wir jetzt handeln, um der Klimakrise entschlossen entgegenzutreten und eine Wirtschaftsweise zu etablieren, die innerhalb der planetaren Grenzen funktioniert.“<sup>13</sup>*

Grundsätzlich bieten wir zu Heißgetränken neben Milch ohne Aufpreis mindestens eine pflanzliche Alternative an. Diese Ersatzprodukte kommen im Tetrapack.

Seit 2023 sind unser Kiosk und Veranstaltungsbereich frei von to-go-Blechern. Dafür sind wir Teil des recup-Pfandsystems. Wir verwenden also Leihgeschirr. Wenn sich Menschen dafür entscheiden, dass sie ein Heißgetränk oder ein Gericht der Kiezkantine nicht vor Ort, sondern unterwegs oder zu Hause genießen möchten, so geben wir keine Einwegbecher oder Einwegverpackungen mehr raus, sondern nur noch Mehrwegbecher.



Diese Verpackungen sind laut recup aus 100% recyclebarem Polypropylen. Schon an der

---

<sup>13</sup> GEPA mbH (2023).

Eingangstür zur Lobby ist zu erkennen, dass wir diese Art von Verpackungen ausgeben und wieder entgegennehmen.

Nachdem im **Veranstaltungsbereich** während der Pandemie Einzelverpackungen leider wieder zum Standard wurden (Einmalzucker, kleine Milchpackungen oder einzeln verpackte Kekse), haben wir dies nun auch wieder umstellen können und verzichten auch hier zu 100% auf Einzelverpackungen. Für Gäste von Veranstaltungen gibt es neben GEPA-Heißgetränken, Kaltgetränken aus Deutschland auch Kuchen, der bei Bedarf auch vegan ist. Haferdrink wird den Gästen selbstverständlich neben konventioneller Milch angeboten.

Unsere **Küche** stellt die Büfettis, die Gästen des Veranstaltungsbereiches angeboten werden, selber her. Auf regionale und saisonale Produkte wird geachtet. In jedem Büfett finden sich vegetarische und vegane Angebote, mitunter haben wir in 2023 bereits ein vollveganes Büfett für 300 Gäste selbst hergestellt.

Sollten nicht alle Speisen aufgegessen werden, so schmeißen wir sie nicht weg, sondern übergeben sie an die Notübernachtung oder die Logistikküche der Berliner Stadtmission. Beide befinden sich auf unserem Gelände und die Lebensmittel können auf diesem Weg noch an Menschen ohne Obdach zum Verzehr weitergegeben werden.

Möbel, die für den Veranstaltungsbereich bestellt werden, werden bei der Firma Brunner bestellt, die Wert auf Nachhaltigkeit legen.



Wenn elektronische Geräte neu bestellt werden, wird auch hier darauf geachtet, dass sie eine gute Haltbarkeit und einen guten Stromverbrauch/eine gute Energieeffizienz haben.

Im Bereich **Küche, Kantine und Cafeteria** bieten wir unseren Gästen an allen Tagen der Woche eine große Auswahl an Brot und Backwaren an. Seit 2023 beziehen wir das Brot von der Berliner Bäckerei „Märkisches Landbrot“, die geprüfte Demeter-Qualität hat.



Neben diesen Getreideprodukten achten wir auf ein gutes Gleichgewicht zwischen Wurst, Käse und vegetarischen Produkten bei unserem Frühstücksbüfett. Bei unserer Kiezkantine, die an fünf Tagen geöffnet ist, ist die Gewichtung sogar 2/3. Standardmäßig bieten wir dort also ein fleischhaltiges, ein vegetarisches und ein veganes Gericht an. Damit gelingt es uns nicht nur zu zeigen, wie

[www.martas.org](http://www.martas.org) | Wir sind ein Haus der Berliner Stadtmission



vielfältig fleischlose Gerichte sein können, sondern wir ermutigen Besuchende eventuell sogar zum Ausprobieren neuer, fleischloser Gerichte.

Alle unsere vegetarischen und veganen Aufstriche stellen wir selber her z.B. Süßkartoffelaufstrich oder Hummus. Regulär bieten wir den Gästen zum Frühstück einen Hafer- und Sojadrink als Milchalternative an. Bedingt durch unsere kleinen Frühstücksteller, Schalen und Tassen können sich unsere Gäste nicht zu viel auf tun. Ganz im Gegenteil, wenn sie noch Hunger haben, sollen sie sich Nachschlag holen. So vermeiden wir, dass zu viel Essen, was nicht gegessen wurde, entsorgt wird. Bei Bedarf stellen wir Gästen selbstverständlich und ohne zusätzliche Kosten „Spezialkost“ zur Verfügung und können so z.B. Rücksicht auf Unverträglichkeiten nehmen.

In unserem **Cafeteriabetrieb** verzichten wir ebenfalls zu 100% auf Einzelverpackungen. So kann viel Müll vermieden werden. Bestellt wird nicht in Einzel-, sondern in Großverpackungen. So kommen z.B. Marmeladen, Joghurt, Schokoladenaufstrich und Honig in großen Verpackungen. Bestellt wird bei den Großhändlern Chefs Culinar, Barlu oder Weihe. Chefs Culinar schreibt im Blick auf das Thema Nachhaltigkeit:

*„Als Mitglied der Markant Service- und Handelsorganisation liegt uns das Thema Umweltschutz seit jeher besonders nah und steht somit ständig im Blickpunkt unserer Unternehmenspolitik.“<sup>14</sup>*

Als konkrete Beispiele für ihr Handeln nennen sie ihr Entsorgungsmanagement, Energieoptimierungsanlagen, der Einsatz von FCKW alternativen Kühlmitteln und einen schadstoffreduzierten, lärm- und verbrauchsarmen Fuhrpark. In ihrer Produktpalette finden sich immer mehr Produkte aus einem ökologischen Landbau.

*„Betreffend unseren Einkaufsprinzipien liegen die Anforderungen bei pflanzlichen Erzeugnissen in dem möglichst geringen Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und chemisch-synthetischem Dünger im Anbau.“<sup>15</sup>*

Natürlich kaufen wir saisonal. Unterstützt werden wir dabei von Händlern wie Chefs Culinar oder Weihe. Zusätzlich dazu wählt unser Küchenchef die zu verarbeitenden Lebensmittel bewusst nach ihrer Regionalität aus. Der Anteil an Tiefkühlkost, den wir bei diesen Lieferanten bestellen, liegt ungefähr bei 25%. Zusätzlich wird bei dem Einkauf darauf geachtet, dass die Produkte nicht stark verarbeitet sind. Ab dem Tag der Lieferung wird wiederum darauf geachtet, dass die Lebensmittel, die bereits im Lager sind, zuerst aufgebraucht werden. Auch dadurch kann schon bei der Planung von

---

<sup>14</sup> Thien, Nachhaltige Wirtschaftsweise, 2023, S.1.

<sup>15</sup> Ebd. f.

Speisen Müll vermieden werden. Des Weiteren kocht das Team der Küche in kleinen Chargen, sprich bei unserer Kiezkantine planen wir für 100 Personen, kochen für 80 und produzieren bei Bedarf nach. Sollte es doch dazu kommen, dass eine große Menge Essen übrig bleibt, wird es eventuell beim Abendessen verwertet oder der Notübernachtung zur Verfügung gestellt.<sup>16</sup>

Um perspektivisch noch achtsamer mit Lebensmitteln umzugehen und Abfall zu vermeiden, lassen wir uns extern von der FH Münster beraten.

Hinsichtlich der Reinigung im Bereich der Küche und der Cafeteria wird auf biologisch abbaubare Mittel zurückgegriffen. In vielen Küchenbereichen wird bereits auf Einmalwaren verzichtet. So verwenden wir bereits anstelle von Einmalwegwerftüchern waschbare Reinigungslappen und rostfreie Stahlschwämme. Auch auf die Mülltrennung wird bereits geachtet und Mitarbeitende diesbezüglich geschult.

Bei der Anschaffung von Maschinen im Bereich der Küche wird natürlich auch auf die energetische Leistung geachtet (z.B. beim Konvektomaten). Es werden LED-Lampen eingesetzt und Bewegungsmelder installiert.

#### 4.4 Marketing und Verwaltung

Wir haben die Corona-Zeit genutzt und allen Hotels und Gästehäusern der Berliner Stadtmission eine neue Marke gegeben. Mit martas haben wir uns dazu entschieden, dass wir vorerst keine Werbematerialien der einzelnen Häuser wie z.B. Hausflyer herstellen, sondern in einer großen Imagebroschüre alle Häuser und ihre Besonderheiten hervorheben. Für unseren Live Gang wurden für alle Häuser insgesamt 3.360 Stück bestellt. Daher ist die Anzahl der Werbeprodukte zurückgegangen. Das macht sich bemerkbar, denn so mussten wir nach dem Kirchentag 2023 in Nürnberg keine Flyer entsorgen, die nur für den einmaligen Gebrauch gedacht waren, sondern konnten alles wieder mitnehmen und an anderer Stelle benutzen.



---

<sup>16</sup> Durch das cook&chill-Verfahren ist das ohne Probleme und Risiken möglich. Das bedeutet, dass das Essen, nachdem es gekocht wurde, runtergekühlt wurde und erst, kurz vor dem Verzehr erwärmt wird. Kommt es jetzt zu einer Überproduktion, so kann das nicht erwärmte, sondern nur das gekühlte Essen weiterverwendet werden.

Auch auf Flyer, die z.B. während der Sommermonate für die Mehrbettzimmer hier in den martas Gästehäusern Hauptbahnhof werben sollen, verzichten wir momentan. Dafür stecken wir nun vermehrt Energie in unseren Social-Media-Kanal und unsere Homepage.

In der Lobby liegen nicht mehr viele bunte Magazine zur Ansicht, sondern nachdem wir die Magazine abbestellt haben, bieten wir unseren Gästen nur noch eine Tages- und eine Wochenzeitung auf Papier. Zusätzlich dazu liegen das Panorama-Magazin sowie die Jahrespublikation der Berliner Stadtmission aus. Diese werden auf FSC-zertifiziertem Papier produziert.

Neben dem PEFC-zertifizierten Druckerpapier verwenden wir, da wo es möglich ist, auch Bonrollen von der Firma Ökobon.

Wenn wir Bestellungen aufgeben, ist es bei Büroshop24 oder unserem Hauptlieferanten, der Berliner Firma Roy Schulz. Die Firma Roy Schulz positioniert sich auf ihrer Homepage zum Thema Nachhaltigkeit und gewährt Einsicht in verschiedene Themen wie Energiemanagement, Fuhrpark und Beschaffungs- und Lagerprozess:

*„Die Roy Schulz GmbH legt ein großes Augenmerk auf die Auswahl ihrer Zulieferer, den eigenen umweltgerechten Workflow, Recyclingabläufe und -service, sowie CO<sup>2</sup>-optimierte Arbeitsschritte.“<sup>17</sup>*

Wir sind stets darauf bedacht, nicht viele einzelne Bestellungen, sondern Sammelbestellungen zu tätigen.

## 5 Wo wir hinmöchten/Ausblick/Abschluss

Mit diesem, ersten Nachhaltigkeitsbericht möchten wir unser bisheriges Engagement für nachhaltiges Handeln für uns und alle Interessierten transparent dokumentieren und auf eine verbindliche Ebene heben. Dieser Bericht soll über unsere Strategie in Sachen der Nachhaltigkeit informieren, um dann auf dieser Grundlage unsere Bemühungen voranzutreiben. In den kommenden Jahren soll unser Fokus weiterhin und verstärkt auf die Bereiche Ressourceneffizienz und Umweltschutz gelegt werden, damit das Reisen auch zukünftig attraktiv und bezahlbar bleibt.

Perspektivisch möchten wir für die verschiedenen Bereiche feste Ziele formulieren, die konkreten

---

<sup>17</sup> Roy Schulz GmbH (2023).

Maßnahme niederschreiben und (auch uns) Zeitvorgaben geben. So, dass wir *tatsächlich* daran zu messen sind.

## 6 Quellenverzeichnis

Booking.com B.V. unter: [martas Gästehäuser Hauptbahnhof Berlin ehemals Jugendgästehaus, Berlin – Aktualisierte Preise für 2023 \(booking.com\)](#) [Stand: 25.07.2023].

Brandenburger Quell: Natürlich nachhaltig – Transport, Wassernutzung, Verpackung unter: <https://www.brandenburger-quell.de/nachhaltig/> [Stand: 04.09.2023].

CWS International GmbH: Change, together. Unter: <https://www.cws.com/de-DE/uber-uns/nachhaltigkeit-als-geschaeftsmodell> [Stand 04.09.2023].

Fritz-Kulturgüter GmbH – Nachhaltigkeit bei Fritz Kola unter: <https://fritz-kola.com/de/nachhaltigkeit> [Stand: 04.09.2023].

GEPA mbH – #climatejusticenow – Klimagerechtigkeit jetzt! unter: <https://www.gepa.de/gepa/themenspecials/klimagerechtigkeit/klimagerechtigkeit-jetzt.html>[Stand: 04.09.2023].

Gutes Holz Service GmbH – FSC-Logo und Kennzeichen unter: <https://www.fsc-deutschland.de/was-ist-fsc/kennzeichen/>[Stand: 18.08.2023].

PEFC Deutschland e.V. unter: <https://www.pefc.de> [Stand: 18.08.2023].

Roy Schulz GmbH – Nachhaltigkeit – jetzt an morgen denken unter: <https://www.royschulz.de/nachhaltigkeit/>[Stand: 08.09.2023].

Thien, Jürgen i.A. von Chefs Culinar – Nachhaltige Wirtschaftsweise, Stand: 08.09.2023 (unveröffentlichtes pdf).

Viva con Agua de Sankt Pauli e.V. – Warum Wasser? unter: <http://www.vivaconagua.org/warum-wasser/> [Stand:11.01.2024].

## 7 Impressum

### **Herausgeber:**

**martas Gästehäuser Hauptbahnhof Berlin**

Lehrter Straße 68 | 10557 Berlin

030/69033-33

[www.hbf-berlin.martas.org](http://www.hbf-berlin.martas.org)

