

# Veranstaltungen müssen nachhaltiger werden

In den vergangenen Wochen kam durch die Coronakrise das gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben zum Stillstand. Und auch in den nächsten Wochen und Monaten werden uns die Auswirkungen stark beeinflussen

AUTOR MICHAEL VAGEDES

**Besonders hart trifft die Krise die Veranstaltungsbranche: Messebauer, Eventagenturen, Production Companies, Hotels, Caterer. Bedingt durch das stark termin- und saisongeprägte Geschäftsmodell sind die Auswirkungen besonders dramatisch. Viele kleine und mittelständische Unternehmen sehen sich in ihrer Existenz bedroht. Doch es gibt auch eine Zeit nach dem Virus und es werden wieder Veranstaltungen stattfinden. Stärker denn je werden Veranstalter dann das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigen: Welche Folgen ergeben sich für die Zukunft?**

Die Planung und Durchführung von Veranstaltungen umfasst eine Vielzahl verschiedener Bereiche. So muss im Vorfeld eine geeignete Location gefunden und die An- und Abreise der Gäste organisiert werden. Daneben müssen die Veranstalter Catering und Logistik planen sowie Tagungsmaterialien und Veranstaltungstechnik beschaffen. Für jedes dieser Handlungsfelder gibt es inzwischen Maßnahmenkataloge, die umweltfreundliche und sozial verantwortliche Kriterien auflisten.

## Vorteile und Nutzen

### Nachhaltige Veranstaltungen

- schützen das Klima
- sensibilisieren Teilnehmer und haben eine Vorbildfunktion
- steigern die Bekanntheit und sind sympathisch

- unterstützen die lokale Wirtschaft
- sind eine Möglichkeit, soziales und ökologisches Engagement zu zeigen
- generieren zahlreiche Einsparmöglichkeiten

Nachhaltige Veranstaltungen berücksichtigen ökologische, soziale und ökonomische Aspekte für alle Bereiche einer Veranstaltung, um negative Auswirkungen auf Umwelt und Menschen zu minimieren. Wer auf biologische Herstellung, klimafreundliche Produkte, faire Arbeitsbedingungen und gerechte Entlohnung achtet, also eine verantwortungsvolle Unternehmenspolitik betreibt, kann sich einen Wettbewerbsvorteil im Kampf um die Gunst der Kunden erarbeiten und die Zukunftsfähigkeit seines Unternehmens sichern.

## Das Drei-Säulen-Prinzip

Nach dem Drei-Säulen-Modell besteht Nachhaltigkeit gleichberechtigt und untrennbar aus ökologischen und wirtschaftlichen und sozialen Aspekten:

**Ökonomie:** Energie und Ressourcen einsparen – weniger verbrauchen, weniger zahlen

**Ökologie:** Berücksichtigung von Umweltaspekten, Ressourcen schonen

**Soziales:** Schaffung/Erhalt von Arbeitsplätzen, Umgang mit Mitarbeitern, Dienstleistern, Partnern, Engagement für soziale Projekte (etwa Stiftung oder Ähnliches)

## Unser Autor



**Michael Vagedes**  
ist Vorstand Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Marketing Verbandes (DMV) und Geschäftsführer von Vagedes & Schmid

Mittlerweile orientieren sich zahlreiche deutsche Unternehmen an international gültigen Umweltmanagementsystemen – diese berücksichtigen das gesamte Unternehmen in Bezug auf dessen Umwelt- und Sozialaspekte. Dazu gehören: Umweltziele und -programme, Organisation und Personal, Aufbau- und Ablaufkontrolle, Umweltmanagement-Dokumentation sowie Umweltbetriebsprüfungen.

**DIN ISO 14001**

Die internationale Umweltmanagementnorm DIN ISO 14001 dient der kontinuierlichen Verbesserung betrieblichen Umweltschutzes und bildet alle Bereiche eines Unternehmens ab, die Einfluss auf die Umweltbilanz haben. Zertifikate werden von unabhängigen Akkreditierungsgesellschaften vergeben (mehr unter [www.iso.org](http://www.iso.org)).

**EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)**

EMAS ist ein von der Europäischen Union im Jahr 1993 entwickeltes Gemeinschaftssystem aus Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung. Es hilft Unternehmen, eigene Umweltschutzziele festzulegen und diese mit einem modernen Management konsequent zu verfolgen. EMAS umfasst eine ökologische Bestandsaufnahme und Bewertung der jeweiligen Umweltsituation und -auswirkung eines Unternehmens (mehr unter [www.emas.de](http://www.emas.de)).

Für Veranstaltungsplaner gibt es zahlreiche Handlungsfelder, in denen die Aktivitäten schonender und nachhaltiger gestaltet werden können. So empfiehlt beispielsweise das Umweltbundesamt in seinem Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen, die Felder Mobilität, Veranstaltungsort und Unterbringung, Energie und Klima, Verpflegung, Beschaffung, Abfallmanagement, Wasser, Kommunikation, Gastgeschenke und soziale Aspekte.

Hat man solche Handlungsfelder für die eigene Veranstaltung oder das eigene Unternehmen identifiziert, so gilt es zunächst, Ziele für jeden Bereich zu formulieren. Das kann beim Catering beispielsweise sein, weniger Nahrungsmittel wegzuworfen oder die CO<sub>2</sub>-Bilanz zu verbessern, während bei der Location auf umfassende Barrierefreiheit geachtet werden kann. In Sachen Mobilität dagegen könnte zur Vermeidung von Emissionen eine möglichst hohe Anzahl an ÖPNV-Anreisen sowohl unter Mitarbeitern als auch Gästen angestrebt werden.

**Ziele festlegen und messbar konkretisieren**

Im Einzelnen sollten die Ziele schließlich noch konkretisiert werden, sodass sie verständlich und erreichbar sind und ihre Erfüllung messbar ist. Hierbei helfen Kennzahlen oder Indikatoren.

So ist es beim Wasserverbrauch beispielsweise sinnvoll, wenn möglich eigene Daten aus der Vergangenheit oder Musterdaten vergleichbarer Veranstaltungen zurate zu ziehen. Damit kann ein konkreter Wert festgelegt werden, der bei der anstehenden Veranstaltung nicht überschritten werden soll, oder eine Kennzahl für die angestrebte Einsparung. Bei weniger gut quantifizierbaren Handlungsfeldern wie der Kommunikation könnte man sich vornehmen, möglichst vielseitige Informationswege und – bei Bedarf – viele Sprachen anzubieten, um Inklusion und Integration von Gruppen mit Einschränkungen oder Menschen unterschiedlicher Herkunft zu fördern.

Für die Verpflegung bieten sich als Messzahlen Mindestanteile regionaler, saisonaler oder zertifizierter Produkte an. Auch das Angebot an vegetarischen und veganen Alternativen kann als Zielgröße quantifiziert werden. Der Erfolg der Abfallvermeidungsstrategien lässt sich beispielsweise anhand der Abfallmenge pro Teilnehmer, der Anzahl von genutzten Recyclingbehältern oder auch des Grads der Müllverschmutzung am Veranstaltungsort erfassen. In Sachen Energie hingegen kann nicht nur der Verbrauch pro Teilnehmer, sondern auch der Anteil an Geräten der höchsten Effizienzklasse oder an LED-Lampen betrachtet werden. Eine andere Kennzahl kann hier außerdem der Prozentsatz des Ökostroms am Gesamtstrom sein.

Um beispielsweise bei der Mobilität Emissionen einzusparen und möglichst viele Teilnehmer zur Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel zu bewegen, setzen viele Veranstalter bereits auf Kooperationen mit den Nahverkehrsunternehmen und bieten Kombitickets zur Veranstaltung an. Hierfür sind die Auswahl einer gut erreichbaren Location und eine umfassende Kommunikation der Anreisemöglichkeiten wichtig.

Um sowohl sozial als auch ökologisch nachhaltig zu wirtschaften, sollte bei der Auswahl der Zulieferer und bei der Verpflegung auf regionale und lokale Anbieter zurückgegriffen werden. Ebenfalls wichtig ist jedoch, dass auch die Arbeitsbedingungen bei den Subunternehmern unter die Lupe genommen werden. Dieses Thema ist bekanntermaßen in der Veranstaltungsbranche seit jeher ein sensibles, doch wer wirklich Wert auf die Nachhaltigkeit seines Events legt, muss auch bei Bezahlung und Arbeitszeiten dazu stehen und seine Geschäftspartner entsprechend auswählen.

Gerade im Veranstaltungsbereich, einem traditionell eher wenig ressourcenschonenden Gebiet, muss ein ökologisches Umdenken stattfinden: Braucht es wirklich die Erdbeeren im November oder reichen die Äpfel von lokalen Obstbauern? Ein behutsamer Umgang mit Ressourcen geht alle an! **■**