

Zur Erlangung des akademischen Grades eines

Bachelor of Arts (B.A.)

an der Hochschule Merseburg

im Fachbereich Soziale Arbeit. Medien. Kultur.

Studiengang: Kultur- und Medienpädagogik

Nachhaltigkeit und Umweltschutz

in der Eventbranche

angefertigt von: Frau Marie Urbanczyk

Matrikel-Nr.: 18267

Erstprüfer: Herr Prof. Dr. phil. Hardy Geyer

Zweitprüfer: Herr Prof. Dr. paed. Matthias Ehram

Halle (Saale), 18 . August 2013

Inhaltsverzeichnis

0. Einleitung	5
1. Trends der Eventbranche	7
2. Green Meetings und Events.....	14
2.1. Definition von „Event“ sowie „Green Meetings und Events“	14
2.2. Vor- und Nachteile von Green Events	16
2.3. Umweltgerechte Zertifizierungen	17
2.4. Kriterien für nachhaltige Veranstaltungen	19
2.4.1. Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen.....	21
2.4.2. Handlungsfelder und Maßnahmen.....	25
3. Analyse der Nachhaltigkeit am Beispiel des „MELT!“ Festivals	31
3.1. „Melt!“ Festival.....	31
3.2. „M!ECO“	32
3.2.1. Mobilität.....	33
3.2.2. Green Camping	36
3.2.3. Gastronomie, Catering und Re-/Upcycling	38
3.2.4. Energie	41
3.2.5. Engagement und Ausblick	43
4. Fazit	45
5. Literaturverzeichnis	48

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anlässe der Veranstaltungen und Beispiele ihrer Ausprägungen	8
Abbildung 2: "Melt!" Festivalgelände	31
Abbildung 3: Braunkohlebagger als "Melt!" Kulisse	32
Abbildung 4: Solaranlage auf Ferropolis	33
Abbildung 5: Künstlershuttles	34
Abbildung 6: „Melt! MiXery Beds On Wheels Hotelzug“	34
Abbildung 7: Übersicht über Camping- und Parkmöglichkeiten	37
Abbildung 8: Podpads mit Solaranlagen auf den Dächern	37
Abbildung 9: Solaranlagen auf den Podpaddächern	38
Abbildung 10: Ein Stand von vielen vegetarischen Catering Anbietern	39
Abbildung 11: Hinweise bzgl. des Müllpfands auf dem Campinggelände	40
Abbildung 12: Mehrwegbecher	40
Abbildung 13: "Kleiderkreisel" mitten auf dem Festivalgelände	41
Abbildung 14: Solaranlage auf den Dächern der Lagergebäude	42
Abbildung 15: "The Electric Hotel" (Mobile Power) auf dem Campinggelände	42
Abbildung 16: E-Bikes auf der „Kreidler Morgenwelt Fahrrad Bühne“ auf dem Campinggelände	43

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einteilung des Eventmarkts bezüglich ihrer Größe	9
Tabelle 2: Handlungsfeld "Mobilität" nach BMU und UBA.....	22
Tabelle 3: Handlungsfeld "Veranstaltungsort und Unterbringung der Teilnehmer" nach BMU und UBA	22
Tabelle 4: Handlungsfeld "Energie und Klima" nach BMU und UBA	23
Tabelle 5: Handlungsfeld "Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen" nach BMU und UBA	24
Tabelle 6: Handlungsfeld "Catering" nach BMU und UBA.....	24
Tabelle 7: Handlungsfeld "Abfallmanagement" nach BMU und UBA.....	25
Tabelle 8: Handlungsfeld "Energie und Klima"	26
Tabelle 9: Handlungsfeld "Mobilität"	27
Tabelle 10: Handlungsfeld "Ressourcen"	28
Tabelle 11: Handlungsfeld "Catering"	29
Tabelle 12: Handlungsfeld "Soziales"	29
Tabelle 13: Umgesetzte Maßnahmen beim "Melt!" Festival bzgl. des Handlungsfeldes "Mobilität"	36
Tabelle 14: Umgesetzte Maßnahmen beim "Melt!" Festival bzgl. des Handlungsfeldes "Green Camping"	38
Tabelle 15: Umgesetzte Maßnahmen beim "Melt!" Festival bzgl. des Handlungsfeldes "Gastronomie, Catering und Re-/Upcycling"	41
Tabelle 16: Umgesetzte Maßnahmen beim "Melt!" Festival bzgl. des Handlungsfeldes "Energie und Klima"	43

0. Einleitung

Im Rahmen der Bachelorarbeit „Nachhaltigkeit und Umweltschutz in der Eventbranche“ werden die in den vergangenen drei Jahren stark thematisierten „Green Meetings und Events“ unter der Berücksichtigung von bereits formulierten Leitfäden und neuen Thesen bearbeitet und analysiert.

Im Mittelpunkt steht dabei die folgende Frage: Wie wird das Thema in der Praxis und Theorie diskutiert? Zur Erarbeitung der theoretischen Grundlagen werden verschiedene Literaturen überprüft, unterschiedliche, öffentlich zugängliche Dokumente sowie auch Internetseiten analysiert bzw. verglichen und entsprechend der Thematik in Zusammenhang gesetzt.

Nachhaltigkeit und Umweltschutz ist seit vielen Jahren ein wichtiger Faktor in den unterschiedlichsten Branchen – nicht zuletzt durch den ausgeprägten Klimawandel, dessen weitreichende Konsequenzen überall deutlich zu spüren sind. Aus diesem Grund wird eine thematische Grundlage für das Phänomen „Event“ formuliert. Im Anschluss daran wird der Meeting- und Eventmarkt anhand verschiedener Kriterien unterschieden. Nachdem das Basisvokabular erläutert wurde, wird zum primären Hauptproblem der Eventbranche übergeleitet: die Umweltbelastungen. Dementsprechend wird dem Begriff der „Nachhaltigkeit“ und dem Begriff der speziellen „Green Meetings“ bzw. „Green Events“ zum besseren Verständnis eine genaue Erklärung zugrunde gelegt.

In dem darauffolgenden Kapitel werden die Vor- und Nachteile von „Green Events“ abgewogen und Instrumente der nachhaltigen Events, die sogenannten Umweltzertifizierungen, vorgestellt sowie bewertet. Die Eventbranche bedient sich verschiedener Richtlinien, ein Event zu planen und durchzuführen. Durch das bisherige Vernachlässigen der Umwelt werden ökologische Faktoren nun verstärkt zum Thema auch in der Eventbranche. Daher stellt sich die Frage: Anhand welcher Kriterien können Nachhaltigkeit und Umweltschutz einer Veranstaltung nachgewiesen und wie können sie angewendet werden? So werden in diesem Kapitel Leitlinien und die Wahrnehmung der Events behandelt. Leitsätze können für die Umsetzung von Nachhaltigkeit bei Events von größter Bedeutung sein – genauso wie praktische Hinweise.

Als Abschluss wird an einem Praxisbeispiel, das „Melt!“ Festival, überprüft, wie nachhaltige Handlungsfelder und Maßnahmen aktuell Anwendung finden. Darunter zählen unter anderem die Felder Mobilität, Camping, Catering, Energie und Engagements zum Ausgleich der Umweltbelastungen. Hierzu wurde auf dem Festivalgelände die auf der „Melt!“-Website beschriebenen Maßnahmen mit denen vor Ort durchgeführten Maßnahmen verglichen und ausgewertet. Zusätzlich wird die Analyse durch Fotografien der Eventlocation und einzelner Maßnahmen unterstützt.

1. Trends der Eventbranche

Schon bei den Römern sorgten „Brot & Spiele“ für die Unterhaltung der Massen und im Wilden Westen waren es die fahrenden Händler, die mit ihren spektakulären Shows die Aufmerksamkeit ihres Publikums auf sich zogen. Bei letzterem Beispiel wird durchaus deutlich, dass Events nicht nur wegen ihres Unterhaltungswerts stattfinden, sondern auch das Image fördern beziehungsweise Kunden zu einer bestimmten Haltung ermutigen oder an das Unternehmen sowie dessen Marke binden sollen.¹ Ein Event ist gleichzeitig immer ein Erlebnis. Wie Förster und Kreuz beschreiben, ist jeder Mensch ein neugieriges Wesen und hat einen unbewussten Antrieb, neue und aufregende Erlebnisse zu suchen (vgl. Förster und Kreuz, 2006, S.93). Die Unternehmen sind sich dieses Bedürfnisses bewusst. Nun ist die Veranstaltungswirtschaft nicht einfach und übersichtlich gegliedert. Die folgenden Einordnungen sollen eine Hilfestellung sein, um zunächst einen Einblick zu erhalten.

In der Veranstaltungsbranche befassen sich Personen mit der Planung, Durchführung und Nachbereitung von Veranstaltungen. „Dazu gehören unter anderem Verbände, Messegesellschaften, Professional Conference Organiser (PCO), Eventagenturen und auch freie Mitarbeiter der Branche“ (Von Lenthe, GRIN Verlag, 2010, S. 9). Es sind stets außergewöhnlich organisierte Veranstaltungen, die sich durch Emotionalität und Erlebnisorientierung auszeichnen (ebd., S. 9). Die verschiedenen Veranstaltungen lassen sich voneinander aufgrund verschiedener Merkmale unterscheiden.

Der „Meetingmarkt“ gliedert sich grundsätzlich in sogenannte externe und interne Veranstaltungen. Letzteres umfasst beispielsweise stadtinterne Bürgertreffen, Betriebs- sowie Personalversammlungen der örtlichen Institutionen. Externe Veranstaltungen sind zum Beispiel regionale und überregionale Kongresse oder Tagungen. Diese können sowohl einen nationalen als auch einen internationalen Charakter besitzen. Im Allgemeinen spricht man auch vom Kongress- und Tagungstourismus.² Dieser Veranstaltungsmarkt kann weiterhin auch nach seiner Größe unterschieden werden. So definiert Schreiber (vgl. Schreiber, 2012, S. 6) Veranstaltungen bis 30 Teilnehmer als Seminare

¹ Förster, Anja und Kreuz, Peter: Marketing-Trends. Innovative Konzepte für Ihren Markterfolg, 2. überarbeitete Auflage, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2006, Seite 86 - 106

² Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 4

und Kurse, 31 bis 100 Teilnehmer als Symposien, 101 bis 200 Teilnehmer als Tagungen, 201 bis 1000 Besucher als Kongresse und Veranstaltungen über 1000 Besucher werden als Großveranstaltungen bezeichnet. Außerdem gibt es noch andere Einteilungen bzw. Kriterien, die es ermöglichen, Veranstaltungen miteinander zu vergleichen: Dauer (Tage), Form (thematisch/räumlich), Entscheidungszeitraum und Organisation (Planung, Vorbereitung).

Der Eventmarkt wird ebenfalls anhand verschiedener Grundtypen unterschieden und ist daher sehr vielfältig strukturiert. Diese Unterteilung erfolgt zumeist hinsichtlich des Veranstaltungsanlasses, ihrer Entstehung (künstlich oder natürlich) und bezüglich der Dauer sowie der Größe. Die verschiedenen Anlässe weisen wiederum zahlreiche Ausprägungen auf.³ Das folgende Beispielschema soll die komplexe Struktur verdeutlichen:

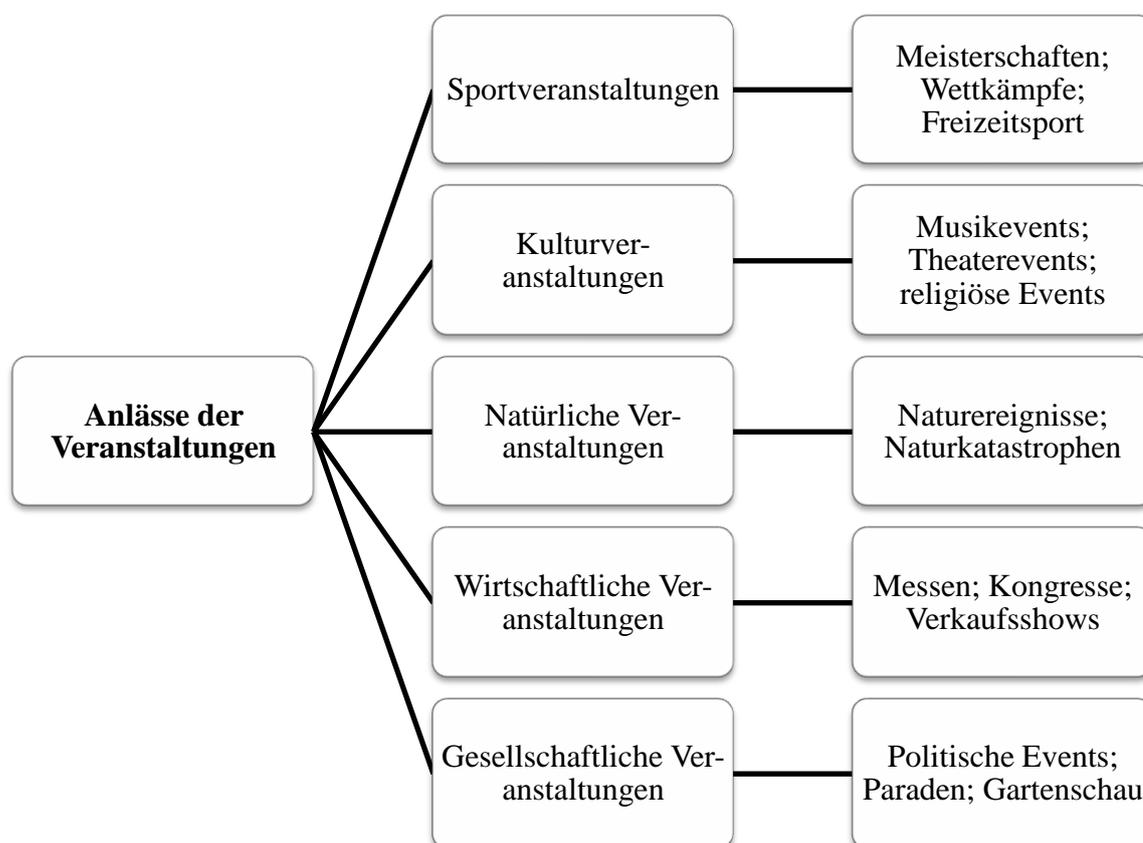


Abbildung 1: Anlässe der Veranstaltungen und Beispiele ihrer Ausprägungen

Quelle: Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 8

³ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 7

Events können auch nach ihrer Häufigkeit gegliedert werden: einmalige, regelmäßige oder auch permanente Veranstaltungen. Veranstaltungen wie Theater oder Musicals lassen sich schwerer zuordnen. Sie können zum einen über einen längeren Zeitraum durchgeführt werden, zum anderen sich allerdings häufiger verändern. Daher werden diese Veranstaltungen als permanent bezeichnet. Generell werden die meisten Events nur für wenige Stunden oder Tage veranstaltet. Im Gegensatz dazu gibt es jedoch auch Veranstaltungen, die über mehrere Tage und Wochen andauern. Außerdem kann man den Eventmarkt bezüglich der Größe (wirtschaftlicher Effekt und Reichweite etc.) unterteilen:

	„Groß- bzw. Megaevents“	„Media- oder Medievents“	„Minievents“
Besucherschancen	sehr große Besucherzahlen	regionale Besucherzahl	mehrheitlich Einheimische und Menschen aus der näheren Umgebung
Planung	mehrfährige Planungsphase	innerhalb von zwei Jahren	einmalig, aber auch wiederholt
Kosten	immense Kosten, aber auch Umsätze	entstandene Kosten durch kommunale oder auch regionale Budgets gedeckt	keine konkreten Angaben
Bedeutung	überregionale bzw. -nationale Bedeutung	regionale Bedeutung	regionale Bedeutung
Medieninteresse	großes Interesse der Medien	Medieninteresse geringer als bei Megaevents	örtliche Kapazitäten meistens ausgelastet

Tabelle 1: Einteilung des Eventmarkts bezüglich ihrer Größe

Quelle: Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 7 bis 9

Trotz dieser Einteilungsmöglichkeiten muss beachtet werden, dass sich Events nicht immer einer Gruppe fest zuordnen lassen. Sie können genauso über die Jahre hinweg

ihre Formen und auch Dimensionen verändern.⁴ Dementsprechend wird deutlich, dass es eine Fülle von Beschreibungen und Zuordnungen gibt, jedoch keine einheitliche Nomenklatur.

Was jedoch bei den meisten Events gleich ist, ist der immense Verbrauch verschiedener Ressourcen bzw. die Produktion von Unmengen Müll. Untersuchungen des Austrian Convention Bureaus haben gezeigt, dass beispielsweise auf Kongressen ein Gast pro Tag im Durchschnitt 3,5 kg Restmüll bei der Übernachtung, beim Essen und Trinken 5,5 kg Papiermüll durch veranstaltungsrelevante Unterlagen und 204 kg CO₂ bei der An- sowie Abreise per Flugzeug produziert (vgl. Austrian Convention Bureau, 2012, S. 12). "Die 624.244 Teilnehmer von Kongressen und Tagungen verursachten im Jahr 2010 5.420 Tonnen Restmüll und 8.518 Tonnen Papiermüll. 581 LKW sind notwendig um die Müllmenge abzutransportieren" (ebd., S. 12). Der Europäische Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) weiß um diesen Umstand und nimmt sich immer mehr der Verantwortung an, Events im Sinne der Nachhaltigkeit in Form der drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales zu veranstalten. Der Verein steht stellvertretend für mehr als 700 Veranstaltungszentren, Arenen, Kongresshäuser etc. verschiedener Dimensionen sowohl in Deutschland, Österreich, in der Schweiz sowie Italien und vielen weiteren europäischen Ländern.⁵ Zusätzlich beteiligen sich private Mitglieder der Eventbranche, Partnerunternehmen und auch Ehrenmitglieder. Der EVVC etabliert sich so "[...] zum vielseitigsten Kommunikationsnetzwerk der Branche" (Münsterberg, <http://www.greenmeetings-und-events.de/greenmeetings-aktuelle-news/appell-an-die-verantwortung-der-veranstaltungsbranche-und-visionen-fuer-die-zukunft-nachhaltiger-events/d44b9f4ad57e54499ed5ebf77182aeba.html>, 2013). Sie erarbeiten für ihre Mitglieder Maßnahmen, wie diese ökologisch wertvoll, nachhaltig sowie ökonomisch sinnvoll handeln können. Ergänzend gewinnt der Aspekt „Soziales“ mehr Bedeutung. Beispielsweise verlangt die Verschiebung des demographischen Wandels hin zu einer Mehrheit der älteren Menschen ebenfalls eine bauliche Veränderung der Ver-

⁴ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 7 bis 9

⁵ Münsterberg, Antje: Appell an die Verantwortung der Veranstaltungsbranche und Visionen für die Zukunft nachhaltiger Events, <http://www.greenmeetings-und-events.de/greenmeetings-aktuelle-news/appell-an-die-verantwortung-der-veranstaltungsbranche-und-visionen-fuer-die-zukunft-nachhaltiger-events/d44b9f4ad57e54499ed5ebf77182aeba.html>, 2013, abgerufen am: 26.05.2013

anstaltungsstätten (weniger Treppen, mehr Sitze, Beschilderungen etc.). Ebenfalls müssen Inszenierungen sowie Formate an neue Besucherstrukturen angepasst werden.⁶

In den letzten 20 Jahren befasste sich die Eventbranche mit dem Gedanken der Nachhaltigkeit nur sehr mühsam. So wurde der Nachhaltigkeitsgedanke erst in den letzten Jahren verstärkt umgesetzt. Der Begriff „Nachhaltigkeit“ wird im Weiteren entsprechend der Definition des Brundtland-Berichts von 1987 verwendet: "Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs" (Schreiber, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2012, S. 187). Dies bedeutet, dass man neben der Verantwortung für nachfolgende Generationen auch das Leben der heutigen Gesellschaft menschenwürdig gestalten soll. Weiterhin weist der Brundtland-Bericht neben einer Ressourcenschonung auch auf einen Einklang bzw. eine einheitliche Entwicklung der politischen, ökologischen, ökonomischen sowie sozialen Faktoren hin. Zusätzlich wird das Konzept der Agenda 21 angewendet. Dieses wurde im Juni 1992 auf der Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung (UNCED) in Rio de Janeiro entwickelt. Als Umweltprogramm sieht es vor, dass die Aspekte Ökologie, Ökonomie und Soziales miteinander vernetzt werden.⁷ Das sogenannte Drei-Säulen-Modell gilt als Anhaltspunkt bzw. Grundlage für nachhaltiges Wirtschaften. "Der Grundgedanke des Modells ist, dass eine nachhaltige Entwicklung nur dann erreicht werden kann, wenn alle drei Dimensionen (sozial, ökologisch, ökonomisch) gleichrangig und in systemischer Weise miteinander verknüpft werden" (Von Lenthe, GRIN Verlag, 2010, S. 20). Die verschiedenen Elemente der drei Säulen können sich überschneiden. Daher ist eine isolierte Betrachtung durchaus schwer. Im Folgenden werden die Säulen einzeln kurz beschrieben. Die „Ökonomische Säule“ steht für das verantwortungsvolle Handeln aller Beteiligten. Nicht nur Profit soll erzielt werden, sondern auch eine adäquate Lebenshaltung bei alltäglichen Geschäften im Veranstaltungssektor – im Besonderen bei Events. Der Kundstamm soll erweitert, Gewinne maximiert und das Potenzial vollständig ausgeschöpft werden. Zusätzlich sollen aber die wirtschaftlichen Ressourcen (effizientes bzw. kostenbewusstes Handeln, dauerhafte Basis für den Erwerb sowie Wohlstand entwickeln etc.) nicht ausgebeutet und nicht über die wirtschaftlichen Verhältnisse gelebt

⁶ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 72

⁷ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 188

werden. Die „Soziale Säule“ beinhaltet vor allem die Entwicklung von familiengerechten Strukturen und Bildungsförderung. Indem alle Mitglieder an Entscheidungen beteiligt sind, wird eine Verstärkung von Solidarität sowie Gemeinschaft ermöglicht. "Im Bezug auf die Veranstaltungsbranche bedeutet dies die Pflege von Kontakten, eine faire Bezahlung der Mitarbeiter, Fortbildungschancen und die Achtung der menschlichen Würde" (Von Lenthe, GRIN Verlag, 2010, S. 22). Bei der „Ökologischen Säule“ handelt es sich um die Bemühung für den Klimaschutz sowie die Erhaltung der Artenvielfalt bzw. Natur im Allgemeinen und die gerechte Verwendung der Ressourcen bei Events. Oft verfolgen die Unternehmen mit dem Durchführen von Veranstaltungen immer noch das dauerhafte Verbinden einer Botschaft mit dem Erlebnis. Im Mittelpunkt steht weniger der Gedanke eines umweltbewussten Handelns. Die Organisatoren von Events verwenden den Begriff nachhaltig im Sinne von langfristig bzw. positive Erinnerung. Im Laufe der Zeit nähern sich die Veranstaltungsorganisatoren langsam an einen Begriff der Nachhaltigkeit im Sinne des Brundlandt-Berichts und der Agenda 21 an.⁸

Trotzdem zeichnet sich ein Trend bis hin zu Umweltzertifizierungen in der Branche ab. Die Erwartungen der Eventbesucher nach umweltgerechten Veranstaltungen steigen stetig an, sodass die Unternehmen ihr Handeln verändern müssen. So besteht seitens der Veranstalter gleichermaßen die Forderung an die entsprechenden Locations. Ein Zeichen für den Wandel in der Eventbranche ist zum Beispiel der vom GCB in Zusammenarbeit mit dem Klimaschutz-Beratungsunternehmen CO₂OL entwickelte, kostenlose CO₂ Rechner für Veranstalter, der eine detaillierte Berechnung hinsichtlich der Mobilität, Gastronomie, Printprodukte etc. eines Events ermöglicht. Außerdem ist ein Bemühen zu verzeichnen, uniforme Richtlinien zum Umweltschutz zu entwickeln. So erschaffte der EVVC in Kooperation mit Green Globe Certification eine Zertifizierung, die umfangreiche Anforderungen beinhaltet, mit denen durch Optimierungsmaßnahmen nicht nur Kosten eingespart werden können, sondern zugleich die drei Dimensionen von Nachhaltigkeit Anwendung finden.⁹ Diese Zertifizierung nennt sich „Green Globe“.

Im Speziellen steigt das Interesse auch im Musikbusiness, Veranstaltungen nachhaltig zu planen und durchzuführen. Größere Musikfestivals beispielsweise das „Melt!“ oder

⁸ Von Lenthe, Louisa: "Events going green" - Ernsthafte Bemühungen um Nachhaltigkeit oder nur ein Marketingeffekt der heutigen Zeit, GRIN Verlag, Norderstedt, 2010, Seite 20 bis 23

⁹ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 188

das „Splash“ verbrauchen so viel Strom wie eine Kleinstadt. Hier knüpfen verschiedene Veranstalter an die bisher entwickelten Konzepte von Nachhaltigkeit und Umweltschutz an. Ein ökologisch vorbildliches Festival gibt es nicht. Das bedeutet nämlich, dass keine Umweltbelastungen produziert werden. Dies ist von Grund auf nicht realistisch. Möglich ist aber das Reduzieren von Müll oder Energie. Nachhaltigkeit kann in kleinen Schritten erreicht werden. Man handelt aus der eigenen Verantwortung heraus. Dabei darf man jedoch nicht außer Acht lassen, dass man letztendlich wirtschaftlich operiert. Es sind zum Beispiel Mitarbeiter und Künstler zu bezahlen. Das Intensivieren von Nachhaltigkeit erfordert nicht nur finanzielle Investitionen, sondern auch den Willen und Kreativität.¹⁰

"Green Meetings sind keine Modeerscheinung" (Schreiber, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2012, S. 193). Durch diese Events wird ein Branchenumdenken deutlich. Die Nachfrage bzgl. umweltgerechter Events steigt zunehmend an und beeinflusst somit auch das Handeln der Veranstaltungsunternehmen, diesem Bedürfnis gerecht zu werden.¹¹ Wichtig sind die Mitarbeitermotivation, das eigene Verantwortungsgefühl in der Managementebene, die Optimierung der Veranstaltungsprozesse und auch die Aufklärung bzw. Einbindung der Kunden (vgl. Schreiber, 2012, S. 193). Neben der Motivation wird es wichtiger denn je, gut ausgebildete sowie engagierte Fachkräfte an ein Unternehmen zu binden, da die Entscheidungskraft nun immer mehr auch bei den Arbeitnehmern liegt. Der EVVC organisierte im März 2011 zusammen mit dem German Convention Bureau (GCB) zum ersten Mal die „greenmeetings- und events-Konferenz“ in Mainz. Mit dem Erfolg dieser Veranstaltung wurde schnell deutlich, dass der Nachhaltigkeitsgedanke durchaus in der Eventbranche Anwendung findet. Aufgrund dessen ist die Kommunikation zwischen Lieferanten bzw. Zulieferern, den Veranstaltern und ihren Häusern hinsichtlich der Perspektiven von Nachhaltigkeit von großer Bedeutung, um voneinander zu lernen.¹²

¹⁰ Leue, Gunar im Interview mit Mark Löscher: Nachhaltigkeit bei Festivals - "Öko muss Spaß machen, sonst erreichst du das Publikum nicht", <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/Interviews/Nachhaltigkeit-bei-Festivals-Oeko-muss-Spass-machen-sonst-erreichst-du-das-Publikum-nicht>, 06.02.2013, abgerufen am: Juni 2013

¹¹ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 193

¹² Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 73

2. Green Meetings und Events

2.1. Definition von „Event“ sowie „Green Meetings und Events“

Neben der Definition von „Event“ wird zusätzlich ein Beschreibungsansatz für „Green Meetings und Events“ aufgeführt, um einerseits Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu ergründen, andererseits eine Grundlage der Begrifflichkeiten zu schaffen.

Laut Von Lenthe versteht man grundlegend unter „Events“ besondere Veranstaltungen bzw. Ereignisse (vgl. Von Lenthe, 2010, S. 10). Sie wirken multisensitiv auf die Veranstaltungsteilnehmer und transportieren bestimmte Botschaften der Unternehmen (Kommunikationsindikator von Unternehmen). „Events“ im allgemeinen Sinne sind zumeist einmalige oder besondere Erlebnisse, die jedoch zeitlich begrenzt sind. Sie zeichnen sich durch ihre Kurzfristigkeit aus und entstehen oft künstlich. Events – insbesondere Kongresse und Tagungen – bieten die Möglichkeit, Erfahrungen sowie Ideen auszutauschen. Dadurch unterstützen sie den Wissensaustausch und innovative Strukturen wie Aus- und Weiterbildungen. Sie stehen repräsentativ für die internationale sowie nationale Gesellschaft und geben Impulse „[...] für politische, wirtschaftliche, wissenschaftliche und soziale Prozesse“ (Schreiber, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2012, S. 97). Events stellen sich der Herausforderung, innerhalb kürzester Zeit einen möglichst langen Eindruck an das Erlebte zu erzeugen. Sie bewirken Aufmerksamkeit durch Begegnung und Beziehung. Das bedeutet, dass die Teilnehmer die Möglichkeit bekommen, bei Veranstaltungen reagieren und auch agieren zu können.¹³

Der Begriff der „Green Meetings und Events“ ist durch die stärker werdende Diskussion des Themas umweltgerechte und soziale Verantwortung entstanden. „Green Meetings“ sind Veranstaltungen, die eine Reduzierung von Treibhausgasen unterstützen, die vor allem bei Anreisen, Übernachtungen oder auch Veranstaltungsdurchführungen entstehen. Diese können ebenfalls mit Hilfe von professionellen Agenturen partiell kompensiert werden.¹⁴ Ein „Green Event“ vereint grundlegende Kennzeichen eines norma-

¹³ Von Lenthe, Louisa: "Events going green" - Ernsthafte Bemühungen um Nachhaltigkeit oder nur ein Marketingeffekt der heutigen Zeit, GRIN Verlag, Norderstedt, 2010, Seite 10

¹⁴ Dessi, Dipl. Kffr. Andrea (EITW), Kunze, Dipl. Kfm. Ralf (EITW) und Schreiber, Prof. Dr. Michael-Thaddäus (EITW) in Auftrag von EVVC, GCB und DZT: Tagungs- und Veranstaltungsmarkt Deutschland. Das Meeting- & EventBarometer 2011/2012, Wernigerode, Juli 2012

len Events mit Aspekten der Nachhaltigkeit (ökologisch, ökonomisch sowie sozial).¹⁵ Bei „Green Meetings und Events“ werden vor, während und nach der Veranstaltung die entstehenden Umweltbelastungen geprüft. Anschließend werden verschiedene Lösungsansätze bzw. Optimierungsmöglichkeiten zukünftiger Veranstaltungen entwickelt. Bei einem „Green Event“ ist es unverzichtbar, dass die Zulieferer und Dienstleister einer Veranstaltung bezüglich umweltgerechter Strategien mit den Organisatoren zusammenarbeiten. Außerdem ist es charakteristisch, wenn die Mitarbeiter eines Events ebenfalls mit einbezogen werden und detaillierte Informationen über das Ziel der Veranstaltung erhalten. „Green Meetings und Events“ zeichnen sich zusätzlich auch durch das Informieren ihrer Teilnehmer aus. Diese erhalten umfangreiche Auskünfte über angelegte umweltgerechte Maßnahmen und sollen demzufolge das eigene Umweltbewusstsein aktivieren. Bei Folgeveranstaltungen werden die eingesetzten Maßnahmen weiter optimiert und bei Fehlschlägen neu überdacht.¹⁶ Schreiber entwickelte folgende Definition für „Green Meetings“: „Green Meetings sind ein umfassender Ansatz zur Planung, Umsetzung, Dokumentation und Weiterentwicklung von umweltgerechten Veranstaltungen, der alle für die umweltgerechte Durchführung der Veranstaltung relevanten Akteure, wie Mitarbeiter, Zulieferer, Dienstleister und Teilnehmer, einbezieht“ (Schreiber, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2012, S. 175). Im Detail handelt es sich darum, den CO₂-Ausstoß, den Ressourcenverbrauch von Wasser sowie Energie zu minimieren und auf eine regionale Nutzung umzusteigen. Ebenso sollte eine Reduzierung des Mülls an oberster Stelle stehen. Schon in der Planung sollte der Nachhaltigkeitsgedanke umgesetzt werden. Das bedeutet zum Beispiel, dass die Kriterien bereits bei der Wahl der Veranstaltungslage berücksichtigt werden müssen. Im weiteren Veranstaltungsprozess sollte die Umsetzung von Nachhaltigkeit auch in anderen Bereichen wie Gastronomie, Anreise, Unterkünfte und der Schulung des Personals erfolgen.¹⁷ Dennoch gibt es bisher keine allgemein gültige Definition im Deutschen oder im Englischen und die Mindestanforderungen sind noch nicht endgültig festgelegt. Demnach verhält es sich schwierig, genau zu überprüfen, ob es sich um umweltgerechte und nachhaltige

¹⁵ Von Lenthe, Louisa: "Events going green" - Ernsthafte Bemühungen um Nachhaltigkeit oder nur ein Marketingeffekt der heutigen Zeit, GRIN Verlag, Norderstedt, 2010, Seite 15

¹⁶ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 175

¹⁷ Von Lenthe, Louisa: "Events going green" - Ernsthafte Bemühungen um Nachhaltigkeit oder nur ein Marketingeffekt der heutigen Zeit, GRIN Verlag, Norderstedt, 2010, Seite 15

Konzepte für Veranstaltungen handelt. Auf Grund dessen ist der Interpretationsspielraum hierfür sehr groß.

Es wird deutlich, dass sich die Verantwortlichen für Events, die Management- und Führungsebene, selbst intensiv mit dem Thema Umweltschutz und Nachhaltigkeit auseinandersetzen müssen, um ein umweltgerechtes Konzept erstellen zu können. Zusätzlich besteht für diese jedoch auch die Möglichkeit, sich extern durch Beratungsfirmen oder Dienstleister beraten zu lassen.

2.2. Vor- und Nachteile von Green Events

Veranstaltungen haben in erster Linie zum Ziel, Gewinne zu erwirtschaften und ihre Investitionsfähigkeit zu erhalten. Wozu sollte ein Unternehmen nun nachhaltig wirtschaften?

Durch Green Events wird es möglich, verantwortungsvoll zu wirtschaften. Sie eröffnen einen neuen Markt bzw. eine Nische im vielfältigen Eventbereich. Die Umwelt wird entlastet. Ressourcen und Klima werden geschont. Die Unternehmen können ihr internes Qualitätsmanagement verbessern, somit auch ihre Kunden und Mitarbeiter motivieren. Weiterhin können sie ihren eigenen Beitrag zur Wertschöpfung leisten und einen langfristigen Erfolg der Eventbotschaft erwirken. Durch die Ressourcenminderung werden Kosten minimiert und die Unternehmen schaffen sich einen Wettbewerbsvorteil. Durch diese Sparmaßnahmen und durch das Verwenden von beispielsweise regionalen Ressourcen können weiterhin Kosten reduziert werden. „Gleichzeitig kann aber auch ein Bewusstsein für die Probleme der Umwelt generiert und Sozialleistungen angenommen werden, die von Regierungen zur Unterstützung bei der Einführung von *Nachhaltigkeitsansätzen* ausgeschrieben werden“ (Von Lenthe, GRIN Verlag, 2010, S. 24). Dementsprechend kann jeder Veranstalter, der seine Events umweltgerecht organisiert, als Vorbild fungieren und ermöglicht weitere Engagements. Daraus folgend steigt auch das Image der Veranstaltung und auch des Organizers. Außerdem kann durch das Umsetzen von Nachhaltigkeit vermieden werden, dass man Kunden oder gar Mitarbeiter verliert. Zusätzlich können viel mehr Shareholder- sowie Kundenwünsche erfüllt werden. „Green Events“ können als Investition betrachtet werden: eine Basis ermöglichen, um qualifiziertes Fachpersonal einzustellen und auch langfristig zu halten. Durch die Verantwortung bezüglich Nachhaltigkeit und Umweltschutz, die die Organisatoren

bei „Green Meetings und Events“ übernehmen, können sie ihren eigenen Beitrag leisten, um ökologische sowie soziale Effekte zu erzielen. Die Verantwortlichen für ein Event (wie Organisatoren, Locations oder Zulieferer) können nun immer mehr auch selbst bestimmen, inwieweit sie bedacht wirtschaften und sozial- bzw. umweltbewusst agieren, indem sie keine Nebenkostenpauschale mehr ansetzen, sondern den tatsächlichen Verbrauch berechnen.

Neben Vorteilen für „Green Events“ kann es auch Nachteile bzw. Schwierigkeiten beim Organisieren von umweltgerechten Veranstaltungen geben. Die Eventbranche ist von Kurzlebigkeit, ständigen Neuerungen bzw. Veränderungen und Inszenierungen von neuen sowie innovativen Ideen geprägt. Daher scheint es zunächst undenkbar, Nachhaltigkeit in Veranstaltungen umzusetzen. Denn im Denken der Organisatoren bleibt nur eins verankert: die Teilnehmer erinnern sich nur an das, was bereits war und im Anschluss nicht mehr außergewöhnlich ist. Demnach sollte das oberste Ziel eines Veranstalters nicht mehr nur die Besonderheit und Erzeugung von spektakulären Effekten bzw. kurzen Aufmerksamkeiten eines Events sein, sondern es gilt viel mehr, Eindrücke und Änderungen zu kreieren und zu bewirken, die auf die sozialen sowie ökologischen Auswirkungen achten.

2.3. Umweltgerechte Zertifizierungen

Der Anteil an umweltgerechten Veranstaltungen ist im Vergleich aller Veranstaltungen sehr gering, aber dennoch rücken diese immer mehr in den Fokus verschiedener Unternehmer und auch Teilnehmer. Diese Events werden oft als „klimaneutral“ bezeichnet. Durch diesen Begriff wird jedem die Vorstellung eingeredet, dass ohne Klimafolgen beispielsweise produziert oder geflogen werden kann. Resultate dieses Denkens sind der Gasheizpilz im Winter oder klimaneutrales Tanken. Dabei ist es viel wichtiger und auch glaubhafter, wenn konsequent umwelt- und klimaschützend agiert und dies auch offenkundig gezeigt bzw. kommuniziert wird. Dementsprechend wäre eine weitere Verwendung des Begriffes „klimaneutral“ irreführend und eine Benutzung von „klimafreundlich“ oder „klimakompensiert“ eher dem eigentlichen Sinn vergleichbar. Am Beginn jeder nachhaltigen Veranstaltung sollte die ernsthafte Absicht stehen, die CO₂-Emissionen anhand von Maßnahmen und Leitfäden, die im nächsten Abschnitt beschrieben werden, zu reduzieren. Zunächst werden jedoch verschiedene Zertifizierungen, die Veranstaltungen als „klimafreundlich“ auszeichnen, vorgestellt und bewertet.

In der Veranstaltungs- und Hotelbranche hat sich durch die Zusammenarbeit mit dem EVVC der „Green Globe“ gegründet. Das Umweltzeichen „[...] stellt ein pragmatisches und gut anwendbares Umweltmanagementsystem dar, das sich an internationalen Umweltmanagementstandards orientiert und diese durch eine sinnvolle Kombination aus internetgestützter Selbstauskunft und einer Zertifizierung vor Ort einfach umsetzbar macht“ (Schreiber, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2012, S. 180). Weiterhin wird durch die Zertifizierung eine Verbesserung des umweltgerechten Agierens ermöglicht. Immer mehr Unternehmen streben danach, die Zertifizierung für ihre Veranstaltungen zu erhalten und somit ihren eigenen Beitrag zu leisten. Jedoch kann nicht genau eingesehen werden, wie die zertifizierten Unternehmen die empfohlenen Maßnahmen wie die Reduzierung des Energieverbrauchs umsetzen. Eine Möglichkeit, diesem Manko entgegenzuwirken, ist, dass die Zentren öffentlich ihre konkreten Maßnahmen darlegen und einsehen lassen können. Eine Unterstützung erhalten diese dabei von „Green Globe“.¹⁸

In Österreich gibt es ein ähnliches Umweltzeichen wie den „Green Globe“. Es handelt sich dabei um eine Verknüpfung von einer Grundzertifizierung und einer Einzelbetrachtung jedes Events. Das Konzept ist auch für kleinere Unternehmen und ihre Veranstaltungen gedacht. Die entsprechenden Kriterien sind öffentlich hinterlegt und für alle einsehbar.¹⁹

Das Zertifikat „Green Note“ wurde von der Plattform „My Green Meetings“ entwickelt. Dabei ist es vergleichbar mit dem österreichischen Umweltzeichen. Charakteristisch ist die Grundzertifizierung mit der Möglichkeit einzelne Veranstaltungen zu zertifizieren. Zusätzlich ist es jedoch möglich, mit einem Benchmark zu bewerten. Dadurch wird deutlich, wie gut die Kriterien umgesetzt werden.²⁰

Für Großveranstaltungen mit Vorzeigecharakter wie der Olympiade in London oder der Fußballweltmeisterschaft in Brasilien werden Normen durch die „International Standard

¹⁸ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 180

¹⁹ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 180

²⁰ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 180

Organisation ISO“ und der deutschen „DIN“ entwickelt. Die Normen können nur schwer auf kleinere Veranstaltungen angewendet werden. „Es geht vielmehr darum ein Managementsystem aufzubauen, nach dem Ziele individuell definiert und die Umweltwirkungen von Veranstaltungen analysiert werden“ (Schreiber, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2012, S. 182). Dabei befindet man sich ständig in Veränderungen. Die Normensammlung wird bezeichnet als „BS 8901“. Diese richtet sich vorrangig an Einzelveranstaltungen. Bedenklich bleibt daher, ob die Normen auf internationaler Ebene auch auf Veranstaltungsgruppen oder -unternehmen erweitert werden kann. Veranstaltungshäuser können bisher auf die etablierten Zertifizierungen „ISO 14001“ oder als Erweiterung die „Eco-Management and Auditing Scheme Verordnung“ (EMAS) zurückgreifen. Diese Kombizertifizierung beachtet die Umweltpolitik, -auswirkungen und hält umweltrelevante Vorschriften ein.²¹

Außerdem sind verschiedene regionale Netzwerke zum Thema Umweltschutz bei Events entstanden. Eines der ersten war „Berlin Green Meetings“. Hier vernetzen sich viele Anbieter, die bezüglich acht Kriterien ihr Handeln veröffentlichen. Fast jeder kann durch minimalen Aufwand teilnehmen. Dabei werden kaum detaillierte Umweltqualitäten deutlich. Die im nachfolgenden Kapitel erwähnten Mindestanforderungen an „Green Events“ werden durch dieses Netzwerk jedoch nicht erfüllt. In dem Netzwerk „Grün Tagen Osnabrück“ wird dagegen Wert darauf gelegt, dass die Teilnehmer ihre Maßnahmen konkretisieren und offenlegen. Zusätzlich verpflichtet man sich dazu, einen Überblick über geplante Maßnahmen zu veröffentlichen. Somit wird für den Kunden alles transparent und kann überprüft werden.

2.4. Kriterien für nachhaltige Veranstaltungen

Ein Event soll ganz grundlegend viele Reize der Teilnehmer ansprechen. Als erstes nehmen die Besucher die Umgebung visuell wahr: die Gestaltung des Raumes, die anderen Teilnehmer, die visuelle Ausgestaltung von Präsentationen bzw. des Eventverlaufs. Weiterhin werden die Besucher durch die Stimme des Moderators sowie anderer Beteiligten und Musik bzw. Hintergrundgeräusche beeinflusst. Auch haptische Möglichkeiten sollten nicht außer Acht gelassen werden. Ebenfalls kann der Geruch eine Rolle spielen wie der Geruch von Blumen oder des Buffets. Durch das Catering wird

²¹ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 182

der Geschmackssinn der Teilnehmer angesprochen. Doch bei einer Zusammenkunft vieler Menschen wird viel Müll, Abwasser sowie Treibhausgase produziert. Daher sollten die Unternehmen bzw. Veranstalter Verantwortung für die Umwelt übernehmen und am besten transparent darlegen, welche Maßnahmen für die Reduzierung der Umweltbelastungen durchgeführt werden sollen. Wird ein Event zum Beispiel in den Medien beworben, sollte auch folglich ein Augenmerk auf den Umweltaspekt der Veranstaltung gelegt werden.

Das German Convention Bureau e.V. (GCB) und der Europäische Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) haben 2011 erstmals in Zusammenarbeit die „greenmeetings- und events-Konferenz“ durchgeführt. Die Fachkonferenz zur Organisation nachhaltiger Veranstaltungen präsentiert sich selbst konsequent umweltgerecht. Zum Beispiel wurde schon vor der Konferenz auf Ressourcenschonung geachtet. Daher erfolgte das Einladungs- sowie Ticketmanagement online und auch die Unterlagen standen nur digital zur Verfügung. Auch die Anreise konnte vermehrt mit der Bahn geschehen, da der Ticketpreis für den Zug im Eintrittspreis enthalten war. So erreichte man eine Reduzierung von 45 Tonnen CO₂ auf 30 Tonnen. Der Restausstoß wurde durch ein Aufforstungsprojekt kompensiert. Die CO₂-Emissionen wurden um ca. 30 Prozent durch den Einsatz von Bio-Catering sowie biologisch abbaubarem Einweggeschirr gesenkt. Die „greenmeetings- und events-Konferenz“ im Jahr 2013 leistete auch dieses Mal Hilfestellung für die Veranstalter. Experten unterschiedlicher Bereiche entwickelten auf der Konferenz in Form von Vorträgen, Fachforen und Diskussionsrunden fachübergreifend Handlungsempfehlungen sowie praxisnahe Lösungsansätze bei nachhaltigen Veranstaltungen. Hauptthemen waren unter anderem die Sensibilisierung für den Umweltschutz bei Events, die Beachtung der drei Bereiche Ökonomie, Ökologie und Soziales bei Veranstaltungen, Ratschläge für Umweltmanagement (Location, Logistik, Technik usw.) sowie Hinweise zur Entwicklung von umweltfreundlichen Produkten. So fertigten anerkannte Wissenschaftler und Experten international gültige Umweltstandards für nachhaltige Veranstaltungen an, die sich im entstandenen Nachhaltigkeitskodex und zehn Leitlinien widerspiegeln.²²

²² Meeting Industry Service- und Event GmbH: Unsere Ziele, <http://www.greenmeetings-und-events.de/initiative/unsere-ziele.html>, 2013, abgerufen am: 09.07.2013

2.4.1. Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen

Wie im oberen Kapitel bereits beschrieben, betrifft Nachhaltigkeit nicht nur Ökonomie, sondern auch Ökologie und soziale Aspekte. Dabei kann jeder lokal, überregional und international auf die Zukunft achten sowie seinen Beitrag leisten. Im Folgenden wird ein Beispielleitfaden beschrieben, der vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und vom Umweltbundesamt (UBA) entwickelt wurden. Das BMU und das UBA schreiben: „Dieser Leitfaden will den OrganisatorenInnen und PlanerInnen von Veranstaltungen (wie z.B. Konferenzen, Tagungen, Gipfeltreffen etc.) Hilfestellung geben, um die mit dem Blick auf das Thema Nachhaltigkeit notwendigen Erfordernisse zu erkennen“ (Dubrikow, et al., BMU/UBA, November 2010, S. 4). Bei Veranstaltungen arbeitet man oft unter Zeitdruck und vernachlässigt dementsprechend die eventuell zuvor geplanten Umweltkriterien. Mit Hilfe von Arbeitsblättern zu den jeweiligen Handlungsfeldern und Übersichten zu Umweltzeichenprodukten können die Veranstalter die wesentlichen Aspekte verfolgen und vermeiden so das Fehlen wichtiger Punkte. Solche Hilfsmittel sind über das BMU und das UBA zu erhalten.²³ Welche Hinweise wie umgesetzt werden, hängen von den Eventvoraussetzungen, aber auch von der Schwerpunktsetzung der Veranstalter ab.

Vor allem die An- und Abreise der Teilnehmer sowie auch Fahrten am Veranstaltungsort sind die Hauptbelastungen der Umwelt. In unterschiedlichen Internetportalen wie „www.atmosfair.de“ können Veranstalter bzw. Unternehmen die grundsätzlichen Treibhausgas-Emissionen, die beim Transport vor, während und nach einem Event entstehen, berechnen lassen. Hier wird auch darauf hingewiesen, dass vertraglich festgehalten werden kann, welche umweltbezogenen Anforderungen bezüglich der Mobilität beachtet werden müssen. Dazu können zum Beispiel der zu verwendende Kraftstoff oder die Verwendung von umweltgerechten Fahrzeugen zählen.²⁴

²³ Dubrikow, Klaus-Michael (BMU), Jaekel, Dr. Ulf Dietmar (BMU), Schmidt-Räntsch, Annette (BMU), Eggers, Dr. Hans-Hermann (UBA) und Kase, Dagmar (UBA): Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 4

²⁴ Dubrikow, Klaus-Michael (BMU), Jaekel, Dr. Ulf Dietmar (BMU), Schmidt-Räntsch, Annette (BMU), Eggers, Dr. Hans-Hermann (UBA) und Kase, Dagmar (UBA): Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 7 - 9

In der nachstehenden Tabelle werden die Ziele und Maßnahmen des Handlungsfeldes „Mobilität“ dargestellt:

Handlungsfeld „Mobilität“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltbelastungen durch verkehrsspezifische Aktivitäten minimieren
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungsort mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar • Beginn/Ende eines Events mit An- und Abreise der Teilnehmer abstimmen • finanzielle Unterstützung von Klimaschutzprojekten zur Kompensation • in Einladungen/direkt vor Ort: konkrete Informationen zu umweltfreundlichen Verkehrsmitteln • Anreize zur Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kombitickets (Eintritt und kostenlose Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln) ○ Möglichkeit der Nutzung von Fahrrädern vor Ort ○ Nutzung von Bussen (emissions- und geräuscharm) • Shuttleservices oder Fahrgemeinschaften (emissionsarme Fahrzeuge)

Tabelle 2: Handlungsfeld "Mobilität" nach BMU und UBA

Quelle: Dubrikow, Klaus-Michael, et al.: Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 7 - 9

Die Übernachtungsmöglichkeiten sollten die Veranstalter nicht außer Acht lassen. In der folgenden Tabelle ist eine Übersicht über die möglichen Maßnahmen angelegt:

Handlungsfeld „Veranstaltungsort und Unterbringung der Teilnehmer“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • umweltgerechtes Hotel/Veranstaltungslocation auswählen
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Übernachtung in Hotels • Veranstaltungsgebäude oder die Location abstimmen (Umweltzertifizierungen) • Berücksichtigung von Aspekten der Mobilität, der Energieversorgung, des Caterings, des Abfallmanagements sowie der Umgang mit Wasser und sozialen Gegebenheiten

Tabelle 3: Handlungsfeld "Veranstaltungsort und Unterbringung der Teilnehmer" nach BMU und UBA

Quelle: Dubrikow, Klaus-Michael, et al.: Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 9 - 10

Bei dem Thema „Energie und Klima“ wird der Verbrauch bei der An- und Abreise, der Mobilität vor Ort, beim Heizen sowie Kühlen und bei der Beleuchtung bzw. Technik berücksichtigt. Die Tabelle Nummer drei vereint sowohl das Ziel dieses Handlungsfeldes als auch die erforderlichen Maßnahmen:

Handlungsfeld „Energie und Klima“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Reduzierung des Energieverbrauchs • Kompensation von Treibhausgasen
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Wahl der Veranstaltungsllocation entsprechend erneuerbarer Energien oder Ökostrom usw. (Energieversorgung und –verbrauch) • in Räumen nicht über 20°C heizen bzw. nicht mehr als 6°C entsprechend der Außentemperatur kühlen • ein bewusster Einsatz von energieeffizienten Geräten

Tabelle 4: Handlungsfeld "Energie und Klima" nach BMU und UBA

Quelle: Dubrikow, Klaus-Michael, et al.: Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 10 – 11

Jedoch sind dem sparsamen Stromverbrauch die baulichen Grenzen eines jeden Gebäudes gesetzt. Daher sollte man schon vor der Planung den Veranstaltungsort und die vorhandenen Gebäude überprüfen, da sich im Nachhinein nur schwer bauliche Veränderungen vornehmen lassen.²⁵

„Mit erhöhter Nachfrage werden umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen am Markt gestärkt und dadurch auch die Verbreitung und Anwendung von Innovationen unterstützt“ (Dubrikow, et al., BMU/UBA, November 2010, S. 11). Somit kann jedes Unternehmen und jeder Veranstalter, der die Umwelt und das Klima bei seinen Events berücksichtigt, eine Vorbildfunktion für andere einnehmen. Neben der Verantwortung für die Umwelt ist der wirtschaftliche Bedarf von Bedeutung, der sich an den gesetzlichen Vorgaben orientiert. Die Website „www.beschaffung-info.de“ stellt Informationen zu umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung.²⁶

²⁵ Dubrikow, Klaus-Michael (BMU), Jaekel, Dr. Ulf Dietmar (BMU), Schmidt-Räntsch, Annette (BMU), Eggers, Dr. Hans-Hermann (UBA) und Kase, Dagmar (UBA): Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 10 – 11

²⁶ Dubrikow, Klaus-Michael (BMU), Jaekel, Dr. Ulf Dietmar (BMU), Schmidt-Räntsch, Annette (BMU), Eggers, Dr. Hans-Hermann (UBA) und Kase, Dagmar (UBA): Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 11 - 12

In Tabelle Nummer fünf sind verschiedene Maßnahmen aufgeführt, die einzuhalten sind:

Handlungsfeld „Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • bei allen Beschaffungen die Umwelt nicht vernachlässigen
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Reduzierung des Papieraufkommens bei Veranstaltungen: <ul style="list-style-type: none"> ○ doppelseitige Druck ○ Minimieren von Handouts ○ Beispielfolder bzw. –broschüren • Papier zu 100% aus Recyclingpapier • permanente Vermeidung von Papier (durch digitale Hilfsmittel) • vor Veranstaltungsbeginn: relevante Unterlagen per E-Mail verschicken oder online zur Verfügung stellen

Tabelle 5: Handlungsfeld "Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen" nach BMU und UBA

Quelle: Dubrikow, Klaus-Michael, et al.: Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 11 - 12

In diesem Handlungsfeld geht es vor allem um die Verpflegung der Teilnehmer, dementsprechend auch um den Lebensmittelerwerb und den Transport der Lebensmittel (vgl. Tabelle 5).

Handlungsfeld „Catering“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • umweltbewusste Auswahl der Lebensmittel
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Produkte aus ökologischem Landbau • Produkte aus der näheren Region bzw. entsprechend der Jahreszeit • saisonale Lebensmittel fördern • Produkte aus fairem Handel • ökologisch angebaute, aus fairem Handel erworbene oder umweltschonend transportierte Lebensmittel bzw. Produkte • Wahl des Cateringpartners = wesentliche Rolle • auf bedrohte Fischarten achten (MSC-Siegel oder Naturland-Siegel) • durch sehr gute Trinkwasserqualität in Deutschland: frisch abgefülltes Leitungswasser in Karaffen anbieten (keine Verpackungen für Wasser und kein zusätzlicher Transport)

Tabelle 6: Handlungsfeld "Catering" nach BMU und UBA

Quelle: Dubrikow, Klaus-Michael, et al.: Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 12 – 13

Beim „Abfallmanagement“ handelt es sich um Aspekte wie Mülltrennung, Printmaterialien oder Bewirtung (vgl. Tabelle 6).

Handlungsfeld „Abfallmanagement“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Abfall reduzieren oder gar vermeiden
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbauen von Abfallinseln für Mülltrennung • Einsatz ökologischer Verpackungen wie Mehrweg • Minimieren von Printmaterialien • bewusster, verantwortungsvoller Umgang mit Wasser • Reduzierung der Abwasserbelastung durch den Einsatz von umweltschonenden Reinigungsmitteln • Verzicht auf Gastgeschenke oder schnell zu Abfall werdende und in ihrer Produktion sowie Anlieferung geringe Umweltbelastungen verursachende bzw. auch sozial verträgliche Gastgeschenke • bei Lebensmittelgeschenken: entsprechende Maßnahmen im Handlungsfeld „Catering“

Tabelle 7: Handlungsfeld "Abfallmanagement" nach BMU und UBA

Quelle: Dubrikow, Klaus-Michael, et al.: Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 13

Die umweltgerechten Ziele und Inhalte, die ein Veranstalter verfolgt, sollten so früh wie möglich bei allen Veranstaltungsebenen zur Sprache kommen. An dem Umweltkonzept sollten sich alle Beteiligten orientieren. So können Mitarbeiter dahingehend geschult, ein Verantwortlicher für alle relevanten Fragen bestimmt und Informationen an die Öffentlichkeit vor Ort verbreitet werden. Somit kann ein Erfolg für umweltfreundliche Planung von Events gesichert und ein Ansporn für andere Veranstalter gegeben werden.²⁷

2.4.2. Handlungsfelder und Maßnahmen

Im oberen Abschnitt handelte es sich um Empfehlungen und Richtlinien vom BMU und UBA. Nun rücken Praxistipps verschiedener Experten wie von der „greenmeetings- und events-Konferenz“ in den Vordergrund, die teilweise denen des BMU und UBA gleichen. Im Allgemeinen überschneiden sich in den verschiedenen Quellen die Handlungs-

²⁷ Dubrikow, Klaus-Michael (BMU), Jaekel, Dr. Ulf Dietmar (BMU), Schmidt-Räntsch, Annette (BMU), Eggers, Dr. Hans-Hermann (UBA) und Kase, Dagmar (UBA): Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen, 2. überarbeitete Auflage, BMU/UBA, November 2010, Seite 14 – 15

felder. Nachfolgend werden einige dieser nochmals aufgegriffen und mit entsprechenden Maßnahmen bzw. Mindestanforderungen beschrieben. Mindestanforderungen, die bei Veranstaltungen mit nachhaltigem Charakter Anwendung finden sollten, sind ohne großen Mehraufwand und ohne erhebliche Kosten umsetzbar und daher einzuhalten.

„Das Handlungsfeld Energie und Klima umfasst sowohl die Klimawirkungen als auch den Energieverbrauch bei der Anreise, am Veranstaltungsort, bei den Hotels und bei der Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung“ (Schreiber, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2012, S. 177). Die anschließende Übersicht zeigt die wesentlichen Maßnahmen, Ziele und Mindestanforderungen:

Handlungsfeld „Energie und Klima“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Reduzierung des Energieverbrauchs
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungsort nach seinem Energieeinsatz aussuchen (Gebäudeenergieausweis: Energieeinsatz beim Heizen und Warmwasser) • Tageslicht, LED-Lampen, Halogenmetalllampen oder Energiesparlampen sowie Leuchtstoffröhren als energiesparende Beleuchtung in Verbindung mit Bewegungsmeldern • Standardglühbirnen vermeiden • Halogenstrahler ersetzen und dann nur noch im Bühnenbereich anwenden • Wärmerückgewinnung bei der Lüftung oder moderne Klimatisierungstechniken • Energiesparende, elektronische Geräte: Stand-by Modi vermeiden • Erneuerbare Energien wie Photovoltaik, Solarenergie, Wärmepumpen, Ökostrom und Regenwasserrückgewinnung verwenden
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • energiesparende Beleuchtung • energiesparende Einstellung der Heizung und Klimatisierung • Überprüfung des Veranstaltungshauses mit Hilfe des Gebäudeenergieausweises

Tabelle 8: Handlungsfeld "Energie und Klima"

Quelle: GCB und EVVC: Handlungsfelder und Maßnahmen, <http://www.greenmeetings-und-events.de/green-note/greennote-greenmeetings-und-events-konferenz-2013.html>, 2013, abgerufen am 14.07.2013

Bei dem Handlungsfeld „Mobilität“ handelt es sich, wie im oberen Abschnitt bereits erwähnt, um die An- sowie Abreise der Besucher einer Veranstaltung, der Veranstalter selbst und dementsprechend aller Zulieferer sowie Dienstleister gleichermaßen.²⁸ Die folgende Übersicht zeigt die wesentlichen Maßnahmen und zusätzlich die Mindestanforderungen:

Handlungsfeld „Mobilität“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • CO₂-relevanten Verkehr vermeiden bzw. in unabwendbaren Situationen reduzieren
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Benutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel • verkehrsgünstige Wahl der Veranstaltungsllocation • Angebot von Kombinations- bzw. Veranstaltungstickets mit der Bahn sowie anderen öffentlichen Personennahverkehrsmitteln • Frühzeitige Kommunikation: Informieren der Eventbesucher über die umweltfreundlichen Reisealternativen (wie mit Bahn, Bus, Fahrrad sowie zu Fuß) • Planung des Anreisewegs bis zum Bahnhof und vom Bahnhof zum Veranstaltungsort • Abstimmung der Veranstaltungszeiten mit den An- und Abreisezeitpunkten • Einsatz zum Beispiel von Hybrid-Shuttlebussen • CO₂-Emissionen durch die finanzielle Unterstützung von klimaschützenden Projekten kompensieren • Anreise mit eigenen Elektroautos: kostenloses Auftankangebot mit Ökostrom
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsmaßnahmen zur klimafreundlichen An- bzw. Abreise • Abstimmung der Veranstaltungszeiten

Tabelle 9: Handlungsfeld "Mobilität"

Quelle: Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 176

²⁸ Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 176

Das Handlungsfeld „Ressourcen“ beinhaltet zum Beispiel den Versand von Einladungen oder Programmheften und zu verteilende Materialien, Verpackungen bzw. auch Putz- sowie Reinigungsmittel. Dies betrifft nicht nur die Eventlocation, sondern auch die Zulieferer und die Übernachtungsmöglichkeiten wie Hotels. Die nachfolgende Tabelle enthält sowohl das Ziel dieses Handlungsfeldes als auch Maßnahmen und Mindestanforderungen:

Handlungsfeld „Ressourcen“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Verwendung von umweltfreundlichen Produkten und Materialien
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Überprüfung der Notwendigkeit von Produkten • Produkte wie Printprodukte oder Hygieneartikel umweltfreundlich • Printprodukten: immer aus Recyclingpapier (mittlerweile genauso Neupapierqualität) • Ressourcen nicht unnötig verbrauchen • Kleinverpackungen vollständig vermeiden • Einsatz von Mehrweggeschirr • Tiefkühlkost sowie exotische Überseezutaten, Einwegverpackungen und Tetra Pack nicht verwenden • Abfälle trennen und recyceln • Bewusster Umgang mit Wasser • wiederholte Verwendung von Dekorationsartikel (aus Naturmaterialien und langlebiger Charakter)
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • keine Kleinverpackungen • mindestens dreißigprozentiges Recyclingpapier • Mülltrennung sowie Recycling • Wasser sparen • umweltfreundliche Produkte und Mehrwegmaterialien einsetzen

Tabelle 10: Handlungsfeld "Ressourcen"

Quelle: Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 178

Im „Cateringbereich“ wird vor allem eine umweltfreundliche und gleichzeitig gesunde Ernährung angestrebt (vgl. Tabelle 11).

Handlungsfeld „Catering“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltauswirkungen, die Lebensmittel oder deren Transport verursachen können, reduzieren
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Verwendung von regionalen sowie saisonalen Produkten (Essen und Trinken)
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Angebote von vegetarischen Gerichten • vereinzelte Angebote in Bioqualität • fair gehandelte Produkte verwenden

Tabelle 11: Handlungsfeld "Catering"

Quelle: Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 178 - 179

Im Handlungsbereich „Soziales“ sind die nachfolgenden Maßnahmen eine Richtlinie für nachhaltiges Handeln:

Handlungsfeld „Soziales“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter fair und gerecht behandeln
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Einsetzen für die Einhaltung der Menschenrechte • jegliche Art von Diskriminierung oder auch Korruption verhindern
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeitern Anreize bieten, ihre eigene umweltgerechte Verantwortung auszubilden und am Veränderungsprozess bezüglich Nachhaltigkeit mitzuwirken • Mitarbeiter an das Unternehmen binden und ihre Qualifikationen steigern: Maßnahmen zur Aus- und Weiterbildung anbieten • Förderung der Potenziale und Chancengerechtigkeit • entsprechend des Einsatzes und der Qualifikation vergüten und entlohnen • auf die Einhaltung der Arbeitsvorschriften achten

Tabelle 12: Handlungsfeld "Soziales"

Quelle: Schultze, Matthias und König, Joachim: Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungswirtschaft, www.fairpflichtet.de, Mai 2012, abgerufen am: 14.07.2013

Bei dem Handlungsfeld „Kommunikation“ geht es um folgende Aspekte:

Handlungsfeld „Kommunikation“	
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • nachhaltiges Agieren kommunizieren
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • angestrebtes Umweltkonzept sowie Maßnahmen = öffentlich zugänglich sowie kommuniziert werden
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Verantwortliche für die Umweltmaßnahmen festlegen • Schulung der Mitarbeiter

Tabelle 13: Handlungsfeld "Kommunikation"

Quelle: Schreiber, Michael-Thaddäus: Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2012, Seite 179

3. Analyse der Nachhaltigkeit am Beispiel des „MELT!“ Festivals

Im Nachfolgenden wird zunächst das „Melt!“ Festival vorgestellt und dessen Umwelt-Offensive „M!ECO“. Im Anschluss an diese Einführungen werden verschiedene Handlungsfelder vorgestellt, die auf dem Festival umweltbewusst berücksichtigt werden. Dabei handelt es sich zum einen um Mobilität, Übernachtung und Catering, zum anderen um Energie sowie weitere Engagements außerhalb des Festivals. Das Festival fand dieses Jahr vom 19. bis zum 21. Juli statt. Dabei wird überprüft, ob die auf der Website aufgeführten Maßnahmen tatsächlich Anwendung gefunden haben.

3.1. „Melt!“ Festival

Das Gebiet des „Melt!“ beherbergte vor mehr als 30 Jahren noch die Gemeinde Gremmin mit ihren 240 Einwohnern und deren Häuser, Kirche und Friedhof. Sie musste dem Braunkohletagebau Golpa-Nord weichen. Nachdem die gesamte Braunkohle abgebaut worden war, flutete man das immense Loch zu einem Naherholungssee und entwickelte es zu einem Biosphärenreservat. Das „Melt!“ findet nun seit 1999 auf der Industriekulturstätte Ferropolis in der Nähe von Gräfenhainichen (in Sachsen-Anhalt) statt, was ca. 20km von Dessau entfernt ist. Europas größtes Indie- und Elektrofest bedeutet auf Deutsch „Schmelze!“ und fordert mit sechs Bühnen zum Feiern auf. Die nachfolgende Abbildung zeigt eine Übersicht über das „Melt!“ Festivalgelände:



Abbildung 2: "Melt!" Festivalgelände

Quelle: Eigene Aufnahmen

Auf der Halbinsel treten mehr als 120 Bands, DJs und Sänger auf, die bis zu 30.000 Musikfans begeistern. Besonderes Flair und eine unglaubliche Kulisse bieten bis zu fünf ausgediente Schaufelrad- bzw. Braunkohlebagger von bis zu 130 Meter Länge sowie 30 Meter Höhe mit der Möglichkeit für spektakuläre Lichtprojektionen.

Die Abbildung Nummer drei zeigt deutlich, wie die Verantwortlichen die Kohlebagger in die Festivalkulisse einbinden.



Abbildung 3: Braunkohlebagger als "Melt!" Kulisse

Quelle: Eigene Aufnahmen

Das Festival ist meist ausverkauft und ein absoluter Trendsetter. 2010 setzten die Organisatoren erstmals das Thema Umweltschutz um und ergriffen nachhaltige Maßnahmen. Obwohl noch keine deutlichen Auswirkungen feststellbar sind, konnten sie so einen Trend für mehr Verständnis setzen.²⁹

3.2. „M!ECO“

Seit 2010 ist sich das Management des „Melt!“ Festivals einig, dass sie ihrer Verantwortung als Veranstalter nachkommen wollen. Umweltverschmutzung ist in diesem Jahrhundert eines der wichtigen Diskussionsthemen. In der Musik- und Entertainmentbranche, insbesondere in den Bereichen Produktion, Distribution, Auftritte und Abspielen wird enorm viel Energie verbraucht. Laut der Studie UK Music Industry Greenhouse Gas Emissions for 2007 der University of Oxford verursachte die britische Musikindustrie im Jahr 2007 540.000 Tonnen CO₂ (vgl. Melt! GmbH & Co. KG, <http://www.meltfestival.de/meco/ueber-uns.html>, 2013, abgerufen am: 02.07.2013). Das ist dem Verbrauch einer Kleinstadt mit knapp 54.000 Einwohnern gleichzusetzen. Die Emissionen in der deutschsprachigen Musik- und Entertainmentbranche sind größer als in Großbritannien. Dennoch wurden bis 2010 keine weitläufigen reduzierenden Maßnahmen eingesetzt. Seit 2010 arbeitet die „Melt! GmbH & Co. KG“ mit der „Green Music Initiative“ und anderen Partnern zusammen. Im Jahr 2010 orientierten sie ihre umweltgerechten Lösungsansätze an dem Thema Mobilität (An- und Abreise der Besucher). 2011 sowie 2012 legten die Verantwortlichen ihr Augenmerk auf Energiespeicherung sowie –gewinnung. Daher wurde eine Solaranlage in Ferropolis installiert,

²⁹ Döring, Sebastian: 30.000 tanzen beim „Melt!“ zwischen alten Braunkohlebaggern, dpa, <http://www.lvz-online.de/kultur/news/30000-tanzen-beim-melt-zwischen-alten-braunkohlebaggern/r-news-a-39979.html>, 2010, abgerufen am: 01.07.2013

die eigens Strom für das Festival produziert (vgl. Abb. 4). Dieses Jahr kümmerten sich die Organisatoren um das Thema Müll und Recycling.³⁰



Abbildung 4: Solaranlage auf Ferropolis

Quelle: <http://www.agreenerfestival.com/2011/07/melt-festival-ties-up-with-q-cells-for-a-solar-powered-future/>; abgerufen am: 10.08.2013)

3.2.1. Mobilität

Seit 2010 verfolgt das „Melt!“ Festival das Ziel, die Emissionen, die zu über einem Drittel durch die An- und Abreise der Festivalbesucher entstehen, zu reduzieren. Doch wie kann man gegen die guten Argumente des Verwendens eines PKWs ankommen: viel Platz und Lagermöglichkeiten unter anderem für Wertsachen, Schutz bei Regen sowie dass es eine günstige Alternative ist?

Die Verantwortlichen für die neugewonnene Umwelt-Offensive entwickelten als attraktive Alternative zum Auto die „Kreidler MorgenMelt Fahrradtour“. Hier wurde 2010 ein Fahrradcorso gestartet. Die Interessierten hatten die Möglichkeit in der großen Gruppe von Berlin zum „Melt!“ zu fahren. Im Jahr 2011 wurde sogar eine Woche vor dem eigentlichen Beginn des Festivals das Corso gestartet. Die Festivalfans hatten die Möglichkeit an der Radtour von Hamburg aus und vorbei an der Elbe in Richtung „Melt!“ teilzunehmen.³¹

³⁰ Melt! GmbH & Co. KG: M!ECO. Über uns, <http://www.meltfestival.de/meco/ueber-uns.html>, 2013, abgerufen am: 02.07.2013

³¹ Melt! GmbH & Co. KG: Mobilität, <http://www.meltfestival.de/meco/mobilitaet.html>, 2013, abgerufen am: 02.07.2013

Eine umweltschonende Anreise der Künstler lässt sich dagegen schwieriger gestalten. Sie werden vom Flughafen in so genannten Künstlershuttles (wie in Abbildung fünf



Abbildung 5: Künstlershuttles

Quelle: Eigene Aufnahmen

erkennbar) abgeholt, so dass an einem Wochenende schon bis zu 50.000 km gefahren werden. Um dabei aber die Emissionen einzusparen, nahmen 2011 die Shuttlefahrer an einem professionell organisierten Kurs des ADAC teil. So konnte durch umweltfreundliches bzw. bewusstes Fahren eine Reduzierung des CO₂-Ausstoßes um 40% erzielt werden.³²

Eine der fortschrittlichsten Ideen stellt der „Melt! MiXery Beds On Wheels Hotelzug“ dar (vgl. Abb. 6). Hierbei handelt es sich um einen Zug, der nur für das Festival gemietet wird. Dieser fährt direkt bis zum Veranstaltungsort. Mittlerweile charterten die Verantwortlichen einen zweiten Zug, so dass sowohl von Köln als auch von München (mit verschiedenen Zwischenhalten in anderen Städten) aus gestartet werden kann. Die Züge sind mit Liegewagenabteilen versehen und dienen als Alternative für eine Übernachtung wie sonst üblich im Auto und bieten ebenso Schutz vor Regen oder für die eigenen Wertsachen. Eine rundum bequeme Anreise und auch Abreise wird somit ermöglicht. Daher waren die Tickets für den ersten Hotelzug im ersten Jahr, 2010, vollständig aus-



Abbildung 6: „Melt! MiXery Beds On Wheels Hotelzug“

Quelle: Eigene Aufnahmen

verkauft. Die ca. 600 Zugreisenden ermöglichten dementsprechend eine Halbierung des CO₂-Ausstoßes: 31 kg anstatt 64 kg.³³ Neben den umweltgerechten Maßnahmen bieten die Expresszüge auch ein Unterhaltungsprogramm bei der Hin- sowie Rückfahrt und auch während des Festivals am Tag: ein eingerichtetes Abteil mit Bar und DJ. Während der

Fahrt sorgt kompetentes Personal für die Klärung von Unstimmigkeiten und für das Wohlbefinden der Festivalbesucher. Damit keine Verwechslungen beim ständigen Betreten des Zuges entstehen können, bekommt jeder Hotelzugpassagier nach Ankunft ein

³² Melt! GmbH & Co. KG: Mobilität, <http://www.meltfestival.de/meco/mobilitaet.html>, 2013, abgerufen am: 02.07.2013

³³ Melt! GmbH & Co. KG: Mobilität, <http://www.meltfestival.de/meco/mobilitaet.html>, 2013, abgerufen am: 02.07.2013

Armband im Tausch gegen sein Ticket. Der Hotelzug ist durch einen Zaun abgetrennt vom Campingbereich und wird durch entsprechendes Personal am Eingang überwacht. Somit ist auch die Sicherheit im Zug gewährleistet. Die Festivalfans, die mit dem Hotelzug angereist sind, können genauso die Shuttlebusse vom Camping- zum Festivalgelände nutzen.

Die An- und Abreise per Bahn ist ebenfalls mehr als erwünscht. In Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn, die ebenfalls an einer Reduzierung des CO₂-Ausstoßes interessiert ist, wurde eine Vergünstigung der Bahntickets für alle „Melt!“-Besucher erstellt. So bezahlen die Reisenden nur 99 Euro deutschlandweit für die Hin- und Rückfahrt. Zusätzlich stehen Shuttles an den Bahnhöfen Dessau, Lutherstadt Wittenberg und Gräfenhainichen bereit, die die Festivalbesucher zum Festivalgelände hin und auch wieder zurück zu den Bahnhöfen bringen. In diesem Fall arbeiten die Veranstaltungsorganisationsoren mit Vetter Touristik zusammen, die die Shuttles zur Verfügung stellen.³⁴ Die Shuttles können auch genutzt werden, um in den umliegenden Städten Lebensmittel und Vorräte für das Wochenende zu kaufen bzw. zu transportieren.

Neben der eigenen Mitfahrerbörse zum Festival, die sich im „Melt!“ Forum gebildet hat, ist die wohl umweltfreundlichste Alternative tatsächlich die Anreise per Bus. In Kooperation mit Partnern einerseits in Deutschland und der Schweiz, andererseits in den Niederlanden und Großbritannien werden in über 20 Städten preisgünstige Angebote für bequemes Reisen per Bus zum „Melt!“ Festival offeriert. Als Dank dafür, dass die Festivalfans den Bus nehmen, werden während der Fahrt „Melt!-Artikel“ verlost.

³⁴ Melt! GmbH & Co. KG: Mobilität, <http://www.meltfestival.de/meco/mobilitaet.html>, 2013, abgerufen am: 02.07.2013

Die nachfolgende Tabelle zeigt, welche Maßnahmen die Verantwortlichen des „Melt!“ Festivals tatsächlich anwenden:

Handlungsfeld „Mobilität“	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Benutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel wie Busse, Bahnen oder Fahrgemeinschaften und Shuttle-Services und Fahrräder • Angebot von Kombinations- bzw. Veranstaltungstickets mit der Bahn und mit der Besonderheit: Hotelzug • Kommunikation vor Veranstaltungsbeginn: Informieren der Eventbesucher über die umweltfreundlichen Reisealternativen (wie mit Bahn, Bus, Fahrrad sowie zu Fuß) → Festival-App und Homepage • Planung des kompletten Anreisewegs (Zu Hause - Bahnhof - Veranstaltungsort) • Abstimmung der Veranstaltungszeiten mit den An- und Abreisezeitpunkten
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsmaßnahmen zur klimafreundlichen An- bzw. Abreise • Abstimmung der Veranstaltungszeiten

Tabelle 13: Umgesetzte Maßnahmen beim "Melt!" Festival bzgl. des Handlungsfeldes "Mobilität"

Quelle: Eigene Darstellung

3.2.2. Green Camping

Im Jahr 2013 wurde mit dem Konzept des „Green Camps“ die Idee weitergeführt, den Müll während und am Ende des Festivals zu reduzieren. Das „Green Camping“ ist kostenfrei für Besucher, die ein Festivalticket besitzen. Hier können vor allem Fans campieren, die nicht über den Tag hinaus ständig ausufernde Partys wollen und sich am Reduzieren der großen Müllmengen beteiligen wollen.

Schon vor Beginn des Festivals wenden sich die Organisatoren an die Besucher, unnötige Campingutensilien nicht mitzunehmen und auch während des Campens den Zeltplatz sauber zu halten. Auf dem gesonderten Campingplatz gibt es Behälter zur Wertstofftrennung. Außerdem soll der „Green Camping“ Platz als Ruheort genutzt werden. Stromaggregate sowie Soundanlagen sind in diesem Bereich verboten. Ebenfalls wurde

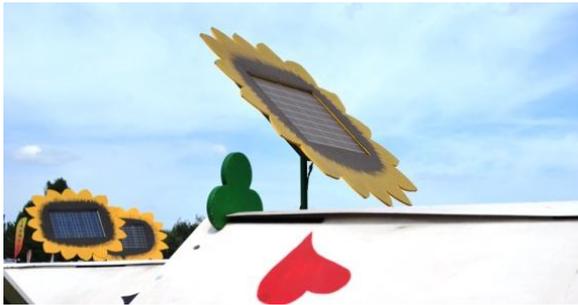


Abbildung 9: Solaranlagen auf den Podpaddächern

Quelle: Eigene Aufnahmen

Sie stehen in der direkten Nähe vom Festivalgelände. Ausgestattet mit Teppichen, Schränken, Spiegel sowie Fenstern sind diese sehr bequem und komfortabel. Solarenergie wird genutzt, um Handys, Smartphones usw. aufladen zu können (vgl. Abb. 9).³⁶

Die Tabelle Handlungsfelder „Green Camping“ umfasst alle Maßnahmen, die beim „Melt!“ Festival bzgl. des Campings umgesetzt werden:

Handlungsfeld „Green Camping“	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Übernachtung in Hotelzug, Podpads, Zelten • Location abstimmen (Umweltzertifizierungen) • vereint Aspekte der Mobilität, der Energieversorgung, des Caterings, des Abfallmanagements • Überprüfen, welche Campingutensilien wirklich notwendig sind • Abfälle trennen und recyceln insbesondere auch auf Green Campingplatz • Müllpfandstationen
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Mülltrennung sowie Recycling

Tabelle 14: Umgesetzte Maßnahmen beim "Melt!" Festival bzgl. des Handlungsfeldes "Green Camping"

Quelle: Eigene Darstellung

3.2.3. Gastronomie, Catering und Re-/Upcycling

Beim Verköstigen der Festivalfans achten die Organisatoren darauf, regionale Produkte zu verwenden. Zudem haben sie die Auflagen vor allem bei der Müllreduzierung erweitert. Besonders umweltfreundliche und –bewusste Stände bekommen eine Auszeich-

³⁶ Melt! GmbH & Co. KG: Übernachten, <http://www.meltfestival.de/meco/uebernachten.html>, 2013, abgerufen am: 03.07.2013

nung bzw. einen Aufkleber mit der Aufschrift „Greener Partner“. Die Veranstaltungsorganisatoren arbeiten im Gastronomiebereich mit dem Partner „Gastrobüro“ zusammen. 2012 gab es beispielsweise 14 von 29 Händlern, die Bioessen, regionales oder vegetarisches bzw. veganes Essen angeboten haben.³⁷ Die nachfolgende Abbildung zeigt nur einen der vielen vegetarischen Stände auf dem Camping- und Festivalgelände:



Abbildung 10: Ein Stand von vielen vegetarischen Cateringanbietern

Quelle: Eigene Aufnahmen

„Ihr Gastrobüro versteht sich als wertebasierendes Unternehmen mit dem Ziel, Qualität im Public Cateringbereich hinsichtlich Ökologie und Ökonomie zu steigern“ (Melt! GmbH & Co. KG, <http://www.meltfestival.de/meco/catering.html>, 2013, abgerufen am: 03.07.2013). An oberster Stelle stehen für das Unternehmen die nachhaltige Nutzung von Ressourcen sowie der faire Handel mit Partnerunternehmen. Neben dem Beachten von ökonomischen sowie ökologischen Aspekten werden die Stände bzw. Produkte an das jeweilige Unternehmens- und Veranstaltungsbild angepasst.

Weiterhin wird der „Meat Free Friday“ für die Künstler eingeführt. Diese verzichten einen Tag auf Fleisch bei ihrem Essen, um ihren Beitrag zur nachhaltigen Verantwortung zu tragen. Außerdem rufen sie auch alle anderen Festivalbesucher zu der Aktion „Meat Free Friday“ auf.

Das Festival hatte jedes Jahr etwa 210 Tonnen Müll zur Folge. Dementsprechend haben sich die Organisatoren das Ziel gesetzt, vor, während und auch nach den Festivaltagen den Müll so gering wie möglich zu halten. Beispielsweise wurde eine Festival-App entwickelt, um das Ausdrucken von Informationen auf Papier seitens der Besucher zu vermeiden. Mit der App erhalten die Festivalfans alle notwendigen Infos vor Beginn des Festivals, aber auch währenddessen. Auch das übliche Begrüßungsgeschenk entfiel im Jahr 2013 gänzlich, um Schäden bezüglich der Ökologie zu vermeiden. Seit 2010 gibt

³⁷ Melt! GmbH & Co. KG: Catering, <http://www.meltfestival.de/meco/catering.html>, 2013, abgerufen am: 03.07.2013

es auch den Müllpfand auf dem Campinggelände. Die Abbildung 11 verdeutlicht die Müllpfandinitiative:



Abbildung 11: Hinweise bzgl. des Müllpfands auf dem Campinggelände

Quelle: Eigene Aufnahmen

Dieser ist im Ticketpreis mit 5 Euro inbegriffen. Green Messenger als Ratgeber verteilen auf dem Festival Müllsäcke oder man erhält diese beim Bändchentausch zusätzlich mit einem Pfandchip. Als Besucher kann man sie füllen und an den Müllpfandstationen gegen das Pfandgeld oder gegen einen „Melt!-Jutebeutel“ eintauschen. Auch das eingeführte Becherpfand soll das Festivalgelände sauber halten (vgl. Abb. 12). Sollte man seinen Becher nicht mehr eintauschen wollen,

kann man diesen an einen der Pfandsammler von „Viva Con Agua“ spenden. Diese setzen sich insbesondere für sauberes Trinkwasser in Entwicklungsländern ein.³⁸



Abbildung 12: Mehrwegbecher

Quelle: Eigene Aufnahmen

Die Firma Kleiderkreisel stellt neben dem Festivalsupermarkt eine Alternative zum gewöhnlichen Konsum. Die größte deutsche Tauschplattform arbeitet auf dem Festival mit der Performancegruppe „Crystal Mafia“ zusammen. Die Kooperation ermöglicht „[...] den kreativen Umgang mit zu viel Klamotte [...], ganz im Sinne [des] Upcycling-Vorhabens“ (Melt! GmbH & Co. KG, <http://www.meltfestival.de/meco/recyclingupcycling.html>, 2013, abgerufen am: 03.07.2013). Die Besucher können all jene Kleidung mitbringen, die sie nicht mehr brauchen und tauschen diese.

³⁸ Melt! GmbH & Co. KG: Recycling/Upcycling, <http://www.meltfestival.de/meco/recyclingupcycling.html>, 2013, abgerufen am: 03.07.2013

Die Station steht mitten auf dem Festivalgelände, wie die folgende Abbildung zeigt:

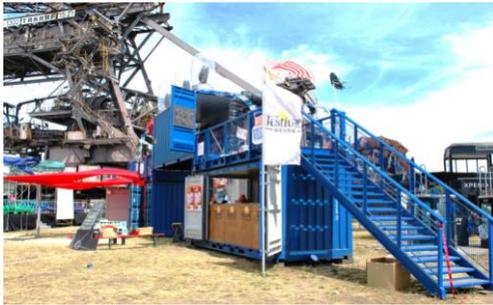


Abbildung 13: "Kleiderkreisel" mitten auf dem Festivalgelände

Quelle: Eigene Aufnahmen

Im Catering- und Recyclingbereich werden die folgenden Maßnahmen, die entsprechend der Kriterien für Green Events verlangt werden, angewendet:

Handlungsfeld „Gastronomie, Catering und Re-/Upcycling“	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Verwendung regionaler, saisonaler, fair gehandelter Produkten • Produkte aus ökologischem Landbau
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Angebote von vegetarischen Gerichten und in Bioqualität • relevante Unterlagen per E-Mail oder online zur Verfügung gestellt • Einsatz von Mehrwegbechern und -flaschen • Vermeiden von Tiefkühlkost und Tetra Pack • Abfalltrennung und Recyceln • Abfallinseln und auf gesamten Festivalgelände Behälter zur Mülltrennung • auf Gastgeschenke verzichtet

Tabelle 15: Umgesetzte Maßnahmen beim "Melt!" Festival bzgl. des Handlungsfeldes "Gastronomie, Catering und Re-/Upcycling"

Quelle: Eigene Darstellung

3.2.4. Energie

Auch bei dem Thema Energieeinsparung gibt es verschiedene Maßnahmen, die beim „Melt!“ Festival Anwendung finden. Die Veranstaltungsorganisatoren arbeiten beispielsweise mit Q-Cells zusammen, die eine der größten Firmen ist, die unter anderem auf Photovoltaik spezialisiert ist. So bauten diese zahlreiche Solaranlagen auf verschiedenen Gebäuden in Ferropolis, die im Gesamten eine Fläche von 3.000m² bilden. 2011 konnten die Anlagen erstmals genutzt werden. Die Solaranlage produziert ca. 170.000



Abbildung 14: Solaranlage auf den Dächern der Lagergebäude

Quelle:

<http://www.erneuerbareenergien.de/begehbare-energieliste/150/436/56235/>

kW Strom. Damit könnten knapp 50 Haushalte jährlich versorgt werden. Das „Melt!“ Festival dagegen verbraucht an dem Veranstaltungswochenende nur ca. 73.000 kW von dem erzeugten Strom und könnte somit nicht nur das Festival mit Strom versorgen. In der linken Abbildung Nummer 14 wird hierzu ein Beispiel dargestellt.



Abbildung 15: "The Electric Hotel" (Mobile Power) auf dem Campinggelände

Quelle: Eigene Aufnahmen

Eine weitere innovative Idee ist „The Electric Hotel“ – ein mobiles Kraftwerk. Es bietet die Möglichkeit, elektrische Geräte wieder aufzuladen. Dazu können die Festivalbesucher gegen Gebühr ihr Gerät abgeben. Anschließend kann es mit Hilfe eines Abholscheins wieder an sich genommen werden. Der Strom, den „The Electric Hotel“ verwendet, stammt von 100% regenerativen Ressourcen wie Solarpanels.

Der Zweiradbauer „Kreidler“ bietet dieses Jahr wiederholt die Möglichkeit, auf der „Kreidler Morgenwelt Fahrradbühne“ mit eigener Muskelkraft Strom zu erzeugen. Sie stellen dafür acht E-Bikes zur Verfügung. Das einzige, was die Besucher machen müssen, ist in die Pedale zu treten. Durch diese Kraft erzeugen sie konstant 2,4 kW Strom – ausreichend für eine Band oder auch mehrere DJs. „Ein modifiziertes JBL EON P.A. System sorgt für einen brillianten Sound und reicht aus, damit DJs [und] Musiker [...] bis zu 1.000 Menschen unterhalten können“ (Melt! GmbH & Co. KG, <http://www.meltfestival.de/meco/energie>, 2013, abgerufen am: 04.07.2013). Außerdem ist das Muskelkraftwerk somit hundertprozentig frei von CO₂. Der Strom fließt das ganze Wochenende über, solange jemand die Pedale betätigt.³⁹

³⁹ Melt! GmbH & Co. KG: Energie, <http://www.meltfestival.de/meco/energie.html>, 2013, abgerufen am: 04.07.2013

Wie sehr die Festivalbesucher an dieser Maßnahme interessiert sind, zeigt die folgende Abbildung:



Abbildung 16: E-Bikes auf der „Kreidler Morgenwelt Fahrradbühne“ auf dem Campinggelände

Quelle: Eigene Aufnahmen

Im Nachfolgenden sind die umgesetzten Maßnahmen im Bereich „Energie und Klima“ auf dem „Melt!“ Festival aufgeführt:

Handlungsfeld „Energie und Klima“	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • energiesparende Beleuchtung • Standardglühbirnen vermeiden • Halogenstrahler nur noch im Bühnenbereich • Erneuerbare Energien wie Solarenergie • Erzeugung von Strom durch E-Bikes
Mindestanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • energiesparende Beleuchtung

Tabelle 16: Umgesetzte Maßnahmen beim "Melt!" Festival bzgl. des Handlungsfeldes "Energie und Klima"

Quelle: Eigene Darstellung

3.2.5. Engagement und Ausblick

Während des „Melt!“ Festivals werden zahlreiche Maßnahmen angelegt, die sowohl eine Reduzierung des Mülls verfolgen, als auch den CO₂-Ausstoß minimieren sollen. Im Mittelpunkt stehen daher der Umweltschutz und auch eine regionale Verantwortung, die sich auch auf Projekte außerhalb des eigenen Veranstaltungsraumes beziehen.

Die Agentur „Gemeinsame Sache“ ist „Melt!“ Veranstalter und ebenso der Verpächter des Ferropolisgeländes. Sie unterstützen so beispielsweise die Erstklässler in Gräfenhainichen mit dem Schulstarter-Paket, das unter anderem wichtige Lehrbücher für das erste Schuljahr enthält. Außerdem unterstützen sie das Schülerlabor FerroLab.

Bei diesem Projekt können die Schüler in Laboren, experimentell zum Thema Energie forschen. Zudem übernehmen „Gemeinsame Sache“ die Kosten für Tagesausflüge der Klassen. Des Weiteren „[...] wird Ferropolis die Patenschaft für die Schule an der Lindenallee Gräfenhainichen übernehmen, die in diesem Jahr am Schulprojekt Energiesparmeister-Wettbewerb teilnehmen wird“ (Melt! GmbH & Co. KG, <http://www.meltfestival.de/meco/engagement.html>, 2013, abgerufen am: 04.07.2013). Für die Schulen gibt es zum Beispiel eine Photovoltaik-Anlage auf dem Schuldach, mit Solarenergie beleuchtete Fahrradständer oder Grundwasserbrunnen, die mit Solarpumpen betrieben werden, zu gewinnen.⁴⁰

Mit Hilfe der „Wittenberger Tafel e.V.“ und den Festivalteilnehmern ist es möglich, ca. eine Tonne der restlichen, noch verwertbaren Lebensmittel zu spenden. So wird ein weiteres Zeichen zum Thema Nachhaltigkeit gesetzt.

Um internationales Engagement zu zeigen, wird dieses Jahr die SOS-Jugendeinrichtung Bogotá in Kolumbien unterstützt. Neben Reparaturarbeiten, die dringend durchgeführt werden müssen, wird den Jugendlichen dort ein Ort geboten, an dem ihnen Zukunftsperspektiven aufgezeigt werden, das Selbstbewusstsein gestärkt wird sowie ihre Talente gefördert werden. Sie lernen, in einer Gemeinschaft zu leben und selbst Verantwortung zu übernehmen. Zur Unterstützung werden bei den Gästeliste-Besuchern fünf Euro pro Tag bzw. 10 Euro pro drei Tage eingenommen, die anschließend gespendet werden.

⁴⁰ Melt! GmbH & Co. KG: Engagement, <http://www.meltfestival.de/meco/engagement.html>, 2013, abgerufen am: 07.07.2013

4. Fazit

Der Veranstaltungsmarkt ist bereits stark gesättigt. Durch den immensen Wettbewerb unter den Veranstaltungen, Unternehmen und auch Organisatoren entsteht der Druck, wirtschaftliche Erfolge zu erzielen und gleichzeitig Marketinganreize, wie das Image aufzubessern bzw. einzubinden. So wird auch das Konzept „Green Meetings und Events“ für die meisten Veranstaltungsorganisatoren zum Teil noch als Zusatznutzen und Imageverbesserung angesehen. Doch die Reduzierung von Müll, umweltfreundliche An- und Abreise und ökologisch effiziente Veranstaltungsorte sollten das Publikumwohlbefinden steigern und auch deren Wahrnehmung für Umweltschutz sensibilisieren sowie den Bildungsfaktor stärken. Eine unternehmensspezifische Einbindung eines Nachhaltigkeitsansatzes gestaltet sich einfacher als bei einer Einbindung in eine Veranstaltungsorganisation, da hierbei mehrere Einzelpersonen wie Zulieferer agieren. Daher sollte ein Nachhaltigkeitsansatz nicht nur einmalig umgesetzt, sondern ins Leitbild übernommen werden. Grundwerte wie der Schutz der internationalen Menschenrechte, Befreiung von Diskriminierung, Förderung von umweltfreundlichen Technologien sowie Initiativen und vorsorgender Umgang mit Umweltproblemen sind ein guter Anfang, um ökologisch, ökonomisch sowie sozial verantwortungsbewusst zu handeln.

Der Nachhaltigkeitsgedanke wird bereits in vielen Lebensbereichen zu großen Teilen umgesetzt. Dagegen ist Literatur zum Thema „Green Meetings und Events“ bisher jedoch noch sehr rar verbreitet. Die bisher veröffentlichten Werke befassen sich vor allem mit dem Thema Nachhaltigkeit in der Eventbranche und welche Kriterien Veranstaltungen erfüllen müssen, um als umweltfreundlich zu gelten. In der Veranstaltungsbranche ist bisher keine allgemein gültige Formulierung der Handlungsfelder erfolgt, sondern nur Leitsätze und Handlungsvorschriften. Dementsprechend können sich die Handlungsfelder in ihren Maßnahmen überschneiden und Verwirrung verursachen. Im Verlauf der Literaturanalyse und der Recherche verschiedener Dokumente, die im World Wide Web veröffentlicht wurden, ist aufgefallen, dass das Thema „Green Meetings und Events“ auf theoretischer Basis Anklang bei vielen Interessenten findet, jedoch die umweltgerechte Umsetzung der Maßnahmen in der Praxis noch viele Hürden zu überwinden hat – nicht zuletzt das Bewusstsein für eine Notwendigkeit nachhaltigen Handelns. Als Ergebnis der Überprüfungen konnte jedoch ein umfassender Einblick in die Aspekte des Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen gewonnen werden. Trotz der fehlenden öffentlichen Definition von „Green Meetings und Events“ wird für

jeden Leser der Fachliteratur deutlich, welche Veranstaltungen als umweltfreundlich geplant, durchgeführt und nachbereitet bezeichnet werden können. Obgleich auch Schwierigkeiten bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit in Veranstaltungen auftreten können, sollte der Wille ungebunden sein. Das bedeutet, dass jeder für die Umwelt verantwortlich ist und auch beispielsweise bei immensem Kostenaufwand die bestmöglichen Lösungsansätze in sein Unternehmens- bzw. Eventkonzept einbinden sollte.

Im Abschnitt „Kriterien für nachhaltige Veranstaltungen“ wurde auf Grundlage verschiedener Leitsätze, Richtlinien und Handlungsfelder der gängigen Literatur unterschiedliche Hinweise zusammengefasst und in Übersichten kompakt verbunden. Die zunächst unübersichtlich erscheinende Anhäufung von Praxistipps, die während der Recherchen deutlich wurden, können Interessierte überfordern, die vorhaben, ihre Events nachhaltig zu gestalten. Dennoch gibt es auch einen Vorteil nach dem Einarbeiten in dieses Themenfeld: abhängig vom Event und dessen Voraussetzungen können die unterschiedlichen Hinweise und Einteilungen hilfreich sein, ein eigenes Umweltkonzept zu erstellen.

Bei der theoretischen Bearbeitung des Themas ist aufgefallen, dass eine spezifische Suche in Praxisbeispielen und weniger in der Literatur die notwendigen Wissensstände und Fortschritte erkennen lassen würde. Denn auch wenn nicht detailliert in Büchern niedergeschrieben steht, inwieweit Umweltschutz in der Eventbranche umgesetzt wird, bedeutet dies nicht, dass „Green Meetings und Events“ nicht bereits großen Anklang bei Veranstaltungsorganisatoren finden. So zeigt das Praxisbeispiel „Melt!“, dass sehr wohl ein Umdenken innerhalb der Branche stattfindet. Durch die intensive Überprüfung der umgesetzten Maßnahmen, sowohl die Hinweise auf der Homepage als auch die Beobachtung vor Ort zeigen, dass ein Fortschritt von Jahr zu Jahr erzielt wird. Im Allgemeinen wird festgestellt, dass alle angekündigten Maßnahmen der „Melt!“ Organisatoren zum Schutz der Umwelt umgesetzt wurden und alle Mindestanforderungen Anwendung fanden. Jedoch ist beispielsweise der Flächenanteil des „Green Campings“ noch eher gering im Vergleich zum normalen Campen. So wäre eine Erweiterung der Podpads und auch des „Green Campings“ wünschenswert, um das Festival noch nachhaltiger bzw. umweltgerechter gestalten zu können. Nachhaltigkeit wird immer weniger als Zusatznutzen dieser Organisatoren betrachtet als vielmehr eine Notwendigkeit gegenüber der Umwelt. Der Vergleich der Handlungsfelder und die Beobachtung des „Melt!“ Festivals ermöglichten eine Transparenz der angelegten Umweltinitiative. Eine

Erweiterung der Untersuchungen könnten Interviews mit den Veranstaltern und auch mit Festivalbesuchern sein. So würden weitere Betrachtungsweisen und Wahrnehmungen anderer Ebenen den tatsächlichen Umgang mit Festivals bzgl. ihrer Nachhaltigkeit und ihres Umweltschutzes aufdecken und auch das Umweltbewusstsein der Festivalbesucher sensibilisieren. Außerdem könnten dadurch Zukunftsperspektiven des „Melt!“ Festivals, die in dieser Arbeit noch unbekannt sind, erforscht werden.

5. Literaturverzeichnis

- Förster, Anja und Kreuz, Peter: *Marketing-Trends. Innovative Konzepte für Ihren Markterfolg*, 2. Überarbeitete Auflage, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2006, Seite 82 - 106
- Von Lenthe, Louisa: *"Events going green" - Ernsthaftige Bemühungen um Nachhaltigkeit oder nur ein Marketingeffekt der heutigen Zeit?*, 1. Auflage, GRIN Verlag, Norderstedt, 2010
- Schreiber, Michael-Thaddäus: *Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Verwaltungswirtschaft*, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2012
- Wirtz, Gerd: *Die Regenmacher – Eventmarketing der Zukunft*, Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt am Main, 2008

PDF

- Austrian Convention Bureau: *ACB Broschüre*, <http://www.acb.at/aboutus/files/2012%20ACB-Brosch%C3%BCre.pdf>, Österreich, 2012, Seite 12 bis 15, abgerufen am: 26. Mai 2013
- Dessi, Dipl. Kffr. Andrea (EITW), Kunze, Dipl. Kfm. Ralf (EITW) und Schreiber, Prof. Dr. Michael-Thaddäus (EITW): *Tagungs- und Veranstaltungsmarkt Deutschland. Das Meeting- & EventBarometer 2011/2012*, <http://www.evvc.org/de/downloads/>, in Auftrag von EVVC, GCB und DZT, Wernigerode, Juli 2012
- Jaeckel, Dr. Ulf Dietmar, Dubrikow, Klaus-Michael, Schmidt-Räntsch, Annette (BMU) und Eggers, Dr. Hans- Hermann, Kase, Dagmar (UBA): *Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen*, http://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Bilder_Unterseiten/Themen/Wirtschaft_Produkte_Ressourcen/Produkte_und_Umwelt/Umweltfreundliche_Beschaffung/broschuere_leitfaden_umweltgerecht_bf.pdf, 2. überarbeitete Auflage, November 2010, abgerufen am: 26. Mai 2013
- Leue, Gunnar: *Öko muss Spaß machen, sonst erreichst du das Publikum nicht*, http://www.hoerstmann.de/downloads/6/2/3/9/9/MM02_2013_nachhaltigkeit.pdf, musikmarkt, Februar 2013, abgerufen am: 26. Mai 2013

- o. A.: *Ehrgeizige Ziele, fortschrittliche Technik*, http://www.greenevents-stuttgart.com/fileadmin/kongresszentrum/Dokumente/Green_Events/Green_Events_DE.pdf, Stuttgart, abgerufen am: 10. August 2013
- Schultze, Matthias und König, Joachim: *Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungswirtschaft*, <http://fairpflichtet.de/wp-content/uploads/2012/06/Nachhaltigkeitskodex.pdf>, Frankfurt am Main, Mai 2012, abgerufen am: 26. Mai 2013
- Wissenschafts- und Kongresszentrum Darmstadt GmbH & Co. KG: *darmstadtium. Leitfaden zur Nachhaltigkeit*, http://www.darmstadtium.de/db_pics/upload/file/Darmstadtium_Leitfaden_Nachhaltigkeit.pdf, 2010, abgerufen am: 26. Mai 2013
- Xiaoyue, Gu: *Green Event Management*, https://my.hs-osnabrueck.de/wiso/fileadmin/groups/138/1.03_IEMS_Abschlussarbeiten/Bachelorarbeiten/0543017_Green_Event_Management.pdf, Fachhochschule Osnabrück University of Applied Sciences, April 2009, Seite 9 bis 91 und Seite 115 bis 116, abgerufen am: 26. Mai 2013

Internetquellen

- <http://www.greenmeetings-und-events.de/greenmeetings-aktuelle-news/appell-an-die-verantwortung-der-veranstaltungsbranche-und-visionen-fuer-die-zukunft-nachhaltiger-events/d44b9f4ad57e54499ed5ebf77182aeba.html>, *Appell an die Verantwortung der Veranstaltungsbranche und Visionen für die Zukunft nachhaltiger Events*, Münsterberg, Antje, Meeting Industry Service- und Event GmbH, 2013, abgerufen am: 26.05.2013
- <http://www.greenmeetings-und-events.de/>, *Green Meetings & Events*, o. A., Meeting Industry Service- und Event GmbH, 2013, abgerufen am: 26. Mai 2013
- <http://www.greenmeetings-und-events.de/programm-2013/vorwort-von-p-altmaier.html>, *Vorwort von P. Altmaier*, Altmaier, Peter, Meeting Industry Service- und Event GmbH, 2013, abgerufen am: 26. Mai 2013

- http://www.darmstadtium.de/index.cfm/content/green_meetings/pa_li_id/318.cfc, *Klimafreundlich Tagen - go green!*, o.A., Wissenschafts- und Kongresszentrum Darmstadt GmbH & Co. KG, o. J., abgerufen am: 26. Mai 2013
- <http://www.cimunity.com/news/article/nachhaltigkeit-schluessel-fuer-wettbewerbsfaehigkeit/>, *Nachhaltigkeit: Schlüssel für Wettbewerbsfähigkeit*, Hoffmann, Kerstin, T&M Media GmbH & Co. KG, März 2013, abgerufen am: 26. Mai 2013
- http://www.verbaende.com/verbaendereport/verbandstagung/2012/green_meetings.php, *Green Meetings – mehr Angebot als Nachfrage?*, o. A., businessFORUM GmbH in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Verbandsmanagement e.V. (DGVM), den Kölner Verbände Seminaren und dem Verbändereport, 2012, abgerufen am: 26. Mai 2013
- <http://www.co2ol.de/events-meetings/>, *Für Events & Meetings*, Assenmacher, Harry, Forest Finance Service GmbH, o. J., abgerufen am: 29. Juni 2013
- <http://www.lvz-online.de/kultur/news/30000-tanzen-beim-melt-zwischen-alten-braunkohlebaggern/r-news-a-39979.html>, *30.000 tanzen beim "Melt!" zwischen alten Braunkohlebaggern*, Döring, Sebastian, Kultur News der LVZ-Online, dpa, 18. Juli 2010, abgerufen am: 01. Juli 2013
- <http://www.meltfestival.de/meco/ueber-uns.html>, *Über uns: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 02. Juli 2013
- <http://www.meltfestival.de/meco/mobilitaet.html>, *Mobilität: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 02. Juli 2013
- <http://www.meltfestival.de/news/article/der-mixery-melt-hotelzug-2013.html>, *Der Melt! MiXery Beds On Wheels Hotelzug: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 02. Juli 2013
- <http://www.meltfestival.de/meco/uebernachten.html>, *Übernachten: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 03. Juli 2013
- <http://www.meltfestival.de/meco/catering.html>, *Catering: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 03. Juli 2013
- <http://www.meltfestival.de/meco/recyclingupcycling.html>, *Recycling/Upcycling: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 03. Juli 2013

- <http://www.meltfestival.de/meco/energie.html>, *Recycling/Upcycling: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 04. Juli 2013
- <http://www.meltfestival.de/meco/engagement.html>, *Engagement: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 07. Juli 2013
- <http://www.greenmeetings-und-events.de/initiative/unsere-ziele.html>, *Unsere Ziele: Melt! Festival*, o. A., Melt! Festival GmbH & CO. KG, 2013, abgerufen am: 09. Juli 2013
- <http://www.greenmeetings-und-events.de/green-note/greennote-greenmeetings-und-events-konferenz-2013.html>, *GreenNote greenmeetings und events Konferenz 2013*, o. A., Meeting Industry Service- und Event GmbH, 2013, abgerufen am : 14. Juli 2013

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig angefertigt wurde und ich mich anderer als der im beigefügten Verzeichnis angegebenen Hilfsmittel nicht bedient habe.