

Green Events – ein nachhaltiger Trend | von Gudrun Katharina Heurich

Das Jahr 2018, in dem wir den Klimawandel erstmals intensiv und persönlich gespürt haben und der Begriff „Heißzeit“ zum Wort des Jahres gekürt wurde, zeigt, wie wichtig die Themen Umweltschutz, Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung sind und bleiben – natürlich auch für die MICE-Branche.



DEUTSCHLAND GILT EUROPAAWEIT als wichtigstes Tagungs- und Kongressziel mit anhaltendem Wachstumspotenzial. Laut „Meeting- & EventBarometer 2017/2018“ des German Convention Bureau erhöhte sich 2017 die Zahl der Teilnehmer von Tagungen und Events in Deutschland wieder um 2,8 Prozent auf insgesamt rund 405 Millionen. Veranstaltungsplaner konnten auf eine riesige Auswahl aus 7.405 Veranstaltungszentren, Tagungshotels und Eventlocations zurückgreifen – dies bedeutet ebenfalls eine Steigerung um 1,3 Prozent gegenüber 2016.

Zwar sind die Zahlen einerseits erfreulich, weil sie der Eventbranche hohe Umsätze bescheren. Sie bringen aber andererseits eine Belastung für Mensch und Umwelt mit sich und verdeutlichen die Relevanz „grüner“ Veranstaltungsorganisation. Die Vorgaben dafür sind jedoch umfangreich, und Event- und Veranstaltungsplaner müssen sich damit auseinan-

dersetzen. Eine wichtige Plattform für den Austausch aktueller Nachhaltigkeitsthemen bietet die alle zwei Jahre stattfindende „greenmeetings and events Konferenz“.

Die greenmeetings- und events Konferenz

Die vom Europäischen Verband der Veranstaltungszentren e.V. (EVVC) und vom German Convention Bureau e.V. (GCB) im Jahr 2011 ins Leben gerufene Konferenz fand in diesem Jahr vom 18. bis zum 19. Februar in Leipzig statt. Nachhaltiges Handeln aller Teilnehmer der Wertschöpfungskette sollte, wie schon in den vorherigen Konferenzen, in den Fokus der Veranstaltungswirtschaft gerückt werden. Mehrere hundert Fach- und Führungskräfte der Branche waren in die Stadt an der Pleiße gekommen, um sich auszutauschen. Unter der Prämisse des ökonomischen Ansatzes wurde der komplette Zyklus der Veranstaltungsplanung – Strategie, Umsetzung, Auswertung – betrachtet.

Im Rahmen der Konferenz wurde zum vierten Mal der Meeting Experts Green Award verliehen, für Unternehmen, die überragende Nachhaltigkeitskonzepte eingereicht hatten.

Leipzig als Gastgeber

Der Universitätsort steht für Dynamik und Kreativität. Die Wirtschaft wächst rasant. Vor allem das Stadtentwicklungskonzept „Leipzig 2030“ machte Leipzig für das Messthema attraktiv: Es beinhaltet Leitlinien für umweltschonende Infrastruktur und Mobilität, Wirtschaft und Internationalität, Wohnen und Bildung. Mit weiteren innovativen ökologischen Mobilitätskonzepten, als Fairtrade-Town oder mit dem EU-Smart-City-Projekt Triangulum positioniert sich Leipzig als umweltbewusste Stadt.

Die Veranstaltungs-Location, die Kongresshalle am Zoo, hat sich unter dem Motto „Wachsen in Balance“ zu unternehmerisch verantwortlichem Handeln verpflichtet. Die Halle ist Bestandteil der Leipziger-Messe-Unternehmensgruppe und wird durch das Congress Center Leipzig betrieben. Das Nachhaltigkeitsmanagement stützt sich auf den Green Globe Audit – das erste weltweite Programm zur Zertifizierung und Leistungsverbesserung, speziell entwickelt für die Reise- und Tourismusindustrie. Es stellt Unternehmen Kriterien zur umfassenden Bewertung ihrer Leistung zur Verfügung, basierend auf den drei Säulen Umweltfreundlichkeit, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Rentabilität. Bereits vor sieben Jahren wurde die Leipziger Messe als erste deutsche Messegesellschaft mit dem Green-Globe-Siegel zertifiziert und zuletzt Anfang 2018 rezertifiziert. Zusätzlich wurde das Veranstaltungscatering der fairgourmet GmbH 2017 mit dem Meeting Experts Green Award gewürdigt.

Viele gute Gründe sprechen für die Planung von umweltbewussten Tagungen in Deutschland

Eine hervorragende Verkehrsinfrastruktur mit einem gut ausgebauten Strecken-

netz der Bahn sowie der steigende Einsatz von Elektro-Bussen ermöglichen eine umweltfreundliche Anreise. Gut 400 ausgebildete Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche, ökologisch wirtschaftende Kongresszentren und Hotels ebenso wie der Schwerpunkt auf saisonalem und regionalem Catering gewährleisten einen sparsamen Umgang mit Ressourcen. Deutschland hat Umweltbewusstsein zu einer Marke gemacht. Fast 40 Prozent der deutschen Veranstaltungsstätten haben bereits ein Nachhaltigkeits-Managementsystem implementiert, und zahlreiche Anbieter sind durch Green Globe, EMAS oder ISO zertifiziert. EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) ist ein von den Europäischen Gemeinschaften 1993 entwickeltes Instrument für Unternehmen, die ihre Umwelleistung verbessern wollen. Der weltweit erste Kodex der deutschen Veranstaltungsbranche, „fairpflichtet“, mit zehn Leitlinien für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, verzeichnet bereits mehr als 370 Mitglieder. Seit Mitte 2012 existiert die Norm ISO 20121. Sie deckt die gesamte Wertschöpfungskette einer Veranstaltung ab – von der Lieferantenauswahl über umweltschonende Mobilität bis hin zur Kommunikation.

„Weiterbildung zum Nachhaltigkeitsberater“ stärkt die ökologische Kompetenz

Das GCB bietet seit 2012, mit Unterstützung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, die Weiterbildung zum Nachhaltigkeitsberater an. Sie soll die Ausbildung einer breiten Basis von Fachkräften ermöglichen, die standardmäßig Green Events organisieren kann. Mit Hilfe dieser geschulten Mitarbeiter sind Veranstalter in der Lage, die Umweltauswirkungen von Veranstaltungen messbar zu verringern.

Maßnahmenkataloge listen umweltfreundliche und sozial verantwortliche Kriterien auf

Der „Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen“, der im Jahr 2015 vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt herausgebracht und 2017 aktualisiert wurde, gibt umfassende Empfehlungen, wie Veranstaltungen umweltgerecht, sozialverträglich und wirtschaftlich gestaltet werden können. Planer erhalten Anregungen und Unterstützung für ihre Arbeit bezüglich

aller betroffenen Handlungsfelder. Darüber hinaus stellen Online-Tools, zum Beispiel Green Score Card, Checklisten für eine umweltfreundliche Eventplanung zur Verfügung.

Die Kriterien der Green Events

Nachhaltigkeit beginnt bereits bei der An- und Abreise der Gäste am bzw. vom Ort des Geschehens. Dieser sollte bequem per Bus, Zug oder Fahrrad erreichbar sein. Die Teilnehmer erhalten im Vorfeld Informationen zu Fahrplänen oder zum Fahrradwegenetz. Es werden Sammeltaxen, Shuttle-Service, Mitfahrbörsen oder Carsharing organisiert. Die Unterkünfte liegen nahe am Veranstaltungsort und sind gut mit dem öffentlichen Nahverkehr erreichbar, Veranstaltungszeiten richten sich nach den Fahrplänen. Unter bestimmten Bedingungen gibt es das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn zu einem günstigen Festpreis.

Die Veranstaltungsorte setzen auf Energieeffizienz und eine gute Energiebilanz des Gebäudes. Viele Locations weisen ihre CO₂-Bilanz aus und stellen Möglichkeiten der CO₂-Kompensation bereit. Der Energieverbrauch der Location an sich wird durch verschiedene Maßnahmen reduziert, wie die Verwendung energiesparender LEDs oder den Einsatz energieeffizienter Heiz- und Kühlsysteme. Die Unterbringung der Gäste erfolgt in „grünen Hotels“, die ökologische und soziale Standards einhalten. Dazu zählt das Bereitstellen von E-Bikes und E-Autos

gischem Anbau stammen. Die Herkunft der Fleischerzeugnisse kann nachgewiesen werden. Ausschließlich Fischarten mit vertrauenswürdigen Siegeln werden angeboten. Es wird Mehrweg- statt Einweggeschirr oder Mietgeschirr verwendet.

Auf den Einsatz von Printprodukten, Werbegeschenken und Dekorationsmaterialien wird größtenteils verzichtet. Eine sinnvolle Alternative sind umweltschonende Travel Gadgets. Die Informationsverbreitung erfolgt auf digitalen Wegen via Newsletter und soziale Medien. Printprodukte werden von Druckereien bezogen, die auf Recycling-Papier, Farben auf Basis von Pflanzenöl und den Einsatz von Ökostrom setzen. Werbegeschenke sollten sich für den alltäglichen Gebrauch eignen, wie zum Beispiel Stofftaschen. Eine Alternative zu Give-aways sind Gutscheine. Dekorationsmaterial ist mehrfach verwendbar.

Externe Kommunikation verstärkt die Relevanz

Wer nachhaltige Veranstaltungen organisiert, zeigt gesellschaftliche Verantwortung und sollte dies der Öffentlichkeit mitteilen. Dies ist zudem eine gute Möglichkeit, die Bekanntheit grüner Events weiter zu erhöhen. Bereits im Vorfeld kann auf die ökologische Ausrichtung hingewiesen werden, zum Beispiel auf der Website. Die eingesetzten Mitarbeiter aller betroffenen Unternehmen werden ebenfalls in die „grüne Strategie“ eingebunden und kommunizieren diese nach außen.



sowie das Beziehen von Ökostrom. Darüber hinaus werden Licht- und Tonfirmen beauftragt, die energiesparende Bühnentechnik anbieten.

Grüne Events bieten vorrangig Speisen an, die regional, saisonal und fair gehandelt sind sowie aus kontrolliert biolo-

Soziale Verantwortung ist ebenfalls ein relevantes Kriterium von Green Meetings

Beeinträchtigte Menschen, wie Senioren, Schwangere, körperlich oder kognitiv beeinträchtigte Personen und Nicht-Muttersprachler, sollen am Event teilnehmen können. Entsprechende Voraussetzungen

← müssen geschaffen werden, wie die barrierefreie Gestaltung der Location und der Abbau von Sprachbarrieren. Mit der Formel „Eine Welt, die für alle funktioniert“ fassen die Sustainable Development Goals, kurz SDGs, diese Ziele zusammen. Die SDGs wurden im September 2015 von der Generalversammlung der Vereinten Nationen in New York verabschiedet. Sie skizzieren eine neue weltweite Agenda (auch Agenda 2030 genannt), mit dem Ziel, bis zum Jahr 2030 Armut und Hunger zu reduzieren, Gesundheit zu verbessern, Gleichberechtigung zu ermöglichen, den Planeten zu schützen und vieles mehr. Die Einhaltung sozialer Standards, die Corporate Social Responsibility (CSR), Mitarbeiterkomfort und Compliance stehen hier ebenfalls im Mittelpunkt.

Lasst diese Fülle an Auflagen und Umweltdiskussionen über die Abschaffung von physischen Meetings nachdenken?

„Wenn die Branche ihr Verständnis von Nachhaltigkeit nicht weiter spannt und von den positiven Einflüssen ihrer Aktivitäten berichtet, könnte sie in ihrer Existenz bedroht sein“, sagt Fiona Pelham, Gründerin und CEO von zwei Veranstaltungsunternehmen. Sie setzt sich für Nachhaltigkeit in der Eventbranche ein, arbeitet eng mit globalen Meinungsbildnern, darunter UN-Gremien, zusammen und betont, dass die SDGs Regierungen und Unternehmen erkennen lassen, wie dringend der Handlungsbedarf ist. Sie warnt: „Wir schlafwandeln als Branche in ein potenzielles Desaster, bei dem CSR-Manager möglicherweise zu ihren CEOs sagen: ‚Lasst uns alle physischen Meetings abschaffen und stattdessen Videokonferenzen halten. Wir reduzieren so unsere CO₂-Emissionen und sparen Geld.‘ Es ist höchste Zeit, dass die Eventbranche die vielen Vorteile von Präsenzveranstaltungen hervorhebt und aufzeigt, wie mit ihrem Einfluss eine bessere Welt geschaffen werden kann.“

Nachhaltigkeit in der Praxis – vorbildliche Beispiele

SCANDIC HOTELS Die schwedische Hotelgruppe ist Vorreiter der Tourismusbranche in Bezug auf Umweltschutz. Sie orientiert sich an dem United Nations Global Compact. Diese weltweit größte Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung beschreibt ihre Vision einer inklusiven und nachhaltigen Weltwirtschaft mit zehn Prinzi-

pien und der Beachtung der SDGs. Über 13.000 Unternehmen und Organisationen in 161 Ländern folgen mit ihrem Beitritt dieser Vision. Seit 1993 berücksichtigt Scandic zudem die Grundsätze von „The Natural Step“. Die 1989 in Schweden gegründete gemeinnützige Organisation repräsentiert eine internationale Gruppe von Non-Profit-Organisationen, die sich für nachhaltige Entwicklung und Unternehmensführung einsetzt.

Scandic hat sich für 2020 anspruchsvolle Umweltziele gesteckt: Die CO₂-Emissionen sollen die geringsten der Branche werden, der Gesamtabfall kontinuierlich reduziert und der Anteil des recycelten Abfalls erhöht werden. Scandic Hotels in Deutschland setzen viele Maßnahmen ein, um diese Umweltziele zu erreichen. Lokale Hotels verwirklichen daneben eigene zusätzliche Nachhaltig-

der Unternehmensphilosophie der Scandic Hotelgruppe. Unser ganzheitliches Nachhaltigkeitskonzept umfasst neben Umweltschutz und dem verantwortlichen Umgang mit Rohstoffen und Energie auch die Themen Barrierefreiheit sowie soziales Engagement. Alle Gäste gleich zu behandeln ist für uns oberstes Credo und begründet unser Leitmotiv ‚Design für alle‘. Deswegen ehrt es uns sehr, dass wir letztes Jahr die Teams der Rollstuhlbasketball-WM 2018 beherbergen durften.“

Zum weltweit zweitgrößten Behindertensport-Event nach den Paralympics, der Rollstuhlbasketball-Weltmeisterschaft, die im August 2018 in Hamburg stattfand, wurden 28 Mannschaften der Rollstuhlbasketballer im Scandic Hamburg Emporio untergebracht. 300 Rollstuhlfahrern konnte eine durchgängig behindertengerechte Unterkunft geboten werden.



Während der Rollstuhlbasketball-WM genossen die Teilnehmer die Atmosphäre in der Hansestadt und die barrierefreien Räumlichkeiten des Scandic Hamburg Emporio. Hier zu sehen Jude Hamer und Madeleine Thompson aus dem Damenteam Großbritanniens. Foto: SCANDIC

keitsprojekte, zum Beispiel wurden in Hamburg, Berlin und Frankfurt echte Öko-Hotels auf den Markt gebracht. Zu den Maßnahmen gehören das Angebot von eigenem Wasser (aufbereitetes Leitungswasser in recycelten Glasflaschen), die Verwendung von grünem Strom, Müllvermeidung und -verwertung, Foodsharing-Initiativen (nicht verbrauchte Lebensmittel werden an Organisationen verteilt), Handtuch Policy, der Verzicht auf überflüssige Verpackungen, die Kooperation mit Save the Children und viele mehr.

Vor allem in sozialen Bereichen wie Diversität und Inklusion ist Scandic vorbildlich. Michel Schutzbach, Head of Europe Scandic Group, bestätigt: „Das Thema Nachhaltigkeit ist ein fester Bestandteil

Dass dies eine Leistung ist, bestätigt Samuel Koch, prominentes Testimonial des Scandic WM-Hotels. Der Schauspieler, Buchautor und ehemalige Leistungssportler ist begeistert: „Was die Scandic Hotels in Sachen Barrierefreiheit bieten, ist wirklich sensationell. Barrierefreiheit wird hier nicht auffällig inszeniert, sondern ist eine Selbstverständlichkeit. Bei Scandic denkt man an jedes Detail – von der Ankunft im Hotel, dem Weg durch die Lobby und den Restaurantbereich bis hin zum barrierefreien Zimmer... Die Mitarbeiter sind bestens geschult und sehen in jedem einfach einen Gast.“ Michel Schutzbach verspricht: „Scandic wird auch zukünftig alles dafür tun, Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit zu bleiben.“

DAS SHEIKH ZAYED DESERT LEARNING CENTER, ALAIN (VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE)

Das Scheich-Zayid-Wüsten-Bildungszentrum, inmitten des Al-Ain-Zoos, ist ein Museum und Forschungszentrum für Wüsten- und Umweltthemen. Das Gebäude wurde als erstes in den VAE mit dem arabischen Green-Building-Gütesiegel ESTIDAMA 5 pearls ausgezeichnet sowie mit der LEED Platin-Zertifizierung. LEED™ (Leadership in Energy and Environmental Design) ist das erfolgreichste Zertifizierungssystem in den USA für nachhaltige Gebäude. Hier wird gezeigt, dass umweltschonende Gebäude selbst in der Wüste realisierbar sind. Die Bauweise und der Einsatz modernster Technologien bewirken eine erhebliche Reduzierung von Umwelteinflüssen und Lebenszykluskosten. Spiralförmig, rund um einen Innenhof, ist das Gebäude in die Wüstenlandschaft integriert. Entwickelt wurde es von Wiener Architekten und größtenteils mit österreichischen Unternehmen, in Zusammenarbeit mit dem AIT Austrian Institute of Technology, umgesetzt. Das Bauwerk ist fast vollständig autark und stellt, mithilfe von Solarthermie, Erdkühlung und Photovoltaik fast 80 Prozent des Bedarfs über erneuerbare Energien bereit. Die Bildungsstätte vermittelt Besuchern Wissen mit Spaß über moderne multimediale Technik – und bringt ihnen umweltbewusstes Verhalten näher. In Führungen können sich Besucher auf eine Zeitreise in die VAE begeben.

Die Vereinigten Arabischen Emirate beeindruckten aktuell mit einem weiteren gelungenen Vorstoß: Die Fluggesellschaft Etihad Airways startete im Januar den weltweit ersten kommerziellen Flug mit Bio-Treibstoff. Dieser wird in den VAE von der Khalifa-Universität aus Salicornia-Pflanzen hergestellt, die in Salzwasser



Im Januar startete die Etihad – Abu Dhabis Nationalcarrier – zum ersten kommerziellen Flug mit Bio-Treibstoff. Die dafür benötigten Pflanzen werden von der Khalifa-Universität in Masdar City angebaut. Foto: Etihad

wachsen und auf einer zwei Hektar großen Farm in Masdar City angebaut wurden. Nach dreijähriger Forschung hat der Flug von Abu Dhabi nach Amsterdam gezeigt, dass Düsentreibstoff dank eines neuen landwirtschaftlichen Verfahrens aus Wüstenland und Meerwasser hergestellt werden kann. Die Zusammenarbeit zwischen dem Sustainable Bioenergy Research Consortium (SBRC), einer gemeinnützigen Organisation, gegründet vom Masdar Institute und Teil der Khalifa University of Science and Technology, sowie Etihad Airways, Boeing, ADNOC, Safran, GE und BAUER Resources machte diesen Meilenstein in Richtung nachhaltige Flugkraftstoffe möglich. Die Verwendung des Bio-Kraftstoffs reduziert die CO₂-Emission im Vergleich zu fossilen Brennstoffen erheblich. Sie erfordert außerdem keine Änderungen an bestehenden Flugzeugen oder Motoren. Mit diesem Projekt setzen die Vereinigten Arabischen Emirate ebenfalls auf ihr Bekenntnis zu Diversifikation und Nachhaltigkeit.

Ohnehin ist die Stadt Masdar City, unweit des Flughafens Abu Dhabi, ökologischer Vorreiter und „Stadt der Zukunft“. Im Hinblick auf soziale, wirtschaftliche und ökologische Nachhaltigkeit werden hier neue Systeme für Energie, Wassereffizienz, Abfallwirtschaft und Mobilität praktisch erprobt. Die Stadt ist emissionsarm, Wohn- und Geschäftsgebiete wachsen und große Konzerne und Einrichtungen haben sich angesiedelt. Die Zentrale der Internationalen Organisation für erneuerbare Energien (IRENA) hat hier ihren Sitz.

Weitere Informationen über die genannten Standards und Zertifizierungen

fairpflichtet: www.fairpflichtet.de

EMAS: www.emas.de

SGDs: www.un.org oder unesco.de

Global Compact: www.globalcompact.de

LEED Zertifizierung für nachhaltige Gebäude in den

USA: www.new.usgbc.org

Anzeige

MICE EVENTS
4.0

FUTURE FORUM & DAYS LIVE EXPERIENCE

02. & 03. Oktober 2019 in Zürich

SAVE THE DATE

Werden Sie Gestalter der Zukunft!

ZUKUNFTSTRENDS

INNOVATION

DIGITALISIERUNG

LIVE DEMOS

BARCAMPs

Informationen unter:
www.celebrationpoint.ch | +41 44 366 6110

 **celebrationpoint**
marketing & network