



17,8



Es grünt so grün ...

Das Thema Nachhaltigkeit hinterlässt mittlerweile seine Spuren in allen Wirtschaftssektoren. Längst werden auch Veranstaltungen, von Konferenzen über Sport- bis hin zu Musik- und Kulturveranstaltungen, nach sogenannten Green-Events-Kriterien organisiert.

Text: Ilse Neuner

Was haben der Song Contest, der heuer in Wien stattgefunden hat, und der jährliche dm-Frauenlauf gemeinsam? Sie wurden als so genannte Green Events organisiert. Auf den ersten Blick fallen die Nachhaltigkeitsaspekte wohl nicht so rasch ins Auge. Aber hinter dem Konzept „Green Events“ steckt eine durchgängige – und eben nachhaltige – Abwicklung. Und das wird auch immer wichtiger, denn: Jährlich ziehen Tausende Veranstaltungen in Österreich Millionen von Menschen an. Hunderte Unternehmen aus den verschiedensten Branchen sind in Planung und Ausrichtung eingebunden und liefern Produkte und Dienstleistungen. „Die

Meeting- und Eventbranche ist ein bedeutender sozialer und wirtschaftlicher Faktor, erfolgreiche Events stärken das Image der Austragungsorte und -regionen“, argumentiert etwa Christian Pladerer, Geschäftsführer von pulswerk. Mit seiner Agentur berät er das Österreichische Ökologie-Institut, das gemeinsam mit dem Lebensministerium die Initiative „Green Events Austria“ 2008 ins Leben gerufen hat. Seitdem werden regionale Green Events-Initiativen unterstützt und gefördert. Denn so positiv Veranstaltungen – ökonomisch – sind, gehören Begleiterscheinungen wie Abfall, Lärm, erhöhte Emissionen und Ressourcen-

verbrauch ebenso zum Bild. „Green Events sind hingegen Veranstaltungen, die so umwelt- und sozialverträglich wie möglich organisiert und durchgeführt werden“, erzählt Pladerer. Green Events würden **während des gesamten Organisationsablaufs sämtliche Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigen** und so langfristigen Nutzen für die Stadt, den Ort oder die Region stiften. Pladerer: „Green Events verringern Umweltbelastungen, unterstützen die regionale Wirtschaft und setzen soziale und kulturelle Akzente“. Konkret geht es um Nachhaltigkeit bei diesen Event-Aspekten:



- 1) **Mobilität:** Erreichbarkeit der Veranstaltung mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder über Shuttledienste sowie eine aktive Bewerbung der umweltschonenden An- und Abreise.
- 2) **Veranstaltungsort und Unterkünfte:** Nutzung bestehender Gebäude, Plätze und Routen, energieeffiziente Gebäudeinfrastruktur und Einbindung zertifizierter Partnerbetriebe.



pulswerk-GF Christian Pladerer:
„In Österreich wurden in den ersten sieben Monaten des Jahres bereits 150 zertifizierte Green-Events abgehalten“

- 3) **Beschaffung, Material- und Abfallmanagement:** Erstellung von Abfallkonzepten für Veranstaltungen, der Einsatz von Mehrwegsystemen (Geschirr, Becher) und die Minimierung des Material- und Ressourceneinsatzes wie beispielsweise Papier.
- 4) **Verpflegung:** Angebot an saisonalen, regional und biologisch produzierten Speisen und Getränken, Leitungswasser und auch vegetarischen Speisen, eventuell sogar Fairtrade-Produkte.
- 5) **Energie- und Wassermanagement:** Einsatz von energie- und wassersparenden Systemen (Regenwasser statt Trinkwasser für die Sanitäranlagen) und Einsatz von erneuerbaren Energieträgern für Strom, Wärme und Kälte.
- 6) **Soziale Verantwortung:** Maßnahmen in den Bereichen Barrierefreiheit, Gender Mainstreaming.
- 7) **Kommunikation:** Entscheidend für den Erfolg von Green Events ist die gezielte Kommunikation der Maßnahmen an die eigenen Mitarbeiter/innen, an Partner/innen aus der Wirtschaft (Unterkunfts-

und Gastronomiebetriebe, Subunternehmer/innen), aber auch an Teilnehmer/innen und Publikum.

Aber auch scheinbar banale **Dinge des Büro- und Organisationsalltags fallen unter den Kriterienkatalog für Green Events: Die im Büro verwendeten Hygienepapiere sollten nachweislich aus 100 Prozent Recyclingpapier sein, auf Einweggetränkerverpackungen als Give-Aways sollte verzichtet werden, auf Blumenschmuck ebenso (außer, die Gestecke werden von regionalen Floristen in Handarbeit gefertigt), Namensschilder (Badgets) werden eingesammelt und wiederverwendet.**

Wenn ein Veranstalter sein Event „green“ organisieren möchte, muss eine Reihe von Kriterien erfüllt werden. Diese sind in einem

umfangreichen Katalog aufgelistet. Ein vom Lebensministerium anerkannter Lizenznehmer (z. B. Kongress- und Messezentren, Convention Bureaus, Kongress- oder Seminarhotels, Veranstaltungsunternehmen, Werbeagenturen) vereinbart mit dem Veranstalter, den Event zu zertifizieren. Dann erfolgt die Planung der Veranstaltung unter Einhaltung der Green Meetings-Kriterien sowie die Erbringung aller relevanten Nachweise und deren Eingabe in die Green Meetings-Datenbank durch den Lizenznehmer. Am Ende steht dafür die Belohnung. Die Veranstaltung darf mit diesen Worten beworben werden: „Diese Veranstaltung entspricht den Kriterien des Österreichischen Umweltzeichens für Green Meetings und Green Events.“

MARKT FÜR GREEN EVENTS

Bei der Nachhaltigkeitsorganisation respACT ist man überzeugt, dass Green Meetings und Events an Bedeutung gewinnen werden. Sprecherin Karin Haselböck: „Das sah man z. B. beim Song Contest. Das hatte eine Signalwirkung für die potenziellen Teilnehmerinnen und Teilnehmer an einem Event.“ Es zeige aber auch das Engagement der Unternehmen, hier das gewisse Extra zu bieten, so Haselböck: „Es wird aus unserer Sicht in Zukunft noch mehr werden.“ Allerdings bedeutet das auch eine gewisse Umstellung, glaubt Haselböck: „Es werden sich dabei auch die Sponsoren darauf einstellen müssen, beispielsweise **wird zukünftig bei einer Zertifizierung nach „Green Event“ kein Sponsoring von Aludosen mehr möglich sein.**“ Seit Einführung des Umweltzeichens für Green Meetings 2008 wurden 60 Lizenznehmer als Vertragspartner anerkannt. In Summe wurden schon über 400 Green Meetings und 115 Green Events ausgezeichnet. Pulswerk-Chef Pladerer: „Die Tendenz ist steigend und das Interesse in der Branche ist sehr groß. 2012 wurden 120 Veranstaltungen ausgezeichnet, 2014 waren es 175 und bis Ende Juli 2015 waren es bereits 150 derart ausgezeichnete Veranstaltungen in Österreich.“ Und ein Blick auf die kommenden Jahre sei vielversprechend: Karate-WM 2016 in Linz, Special Olympics 2017 in Graz und Schladming und eine Vielzahl weiterer Green Meetings und Events sind bereits in Planung.



Bei der Kostensituation wird ebenfalls auf Nachhaltigkeit gesetzt. Pladerer: „Green Events können in der ersten Phase auf Grund des Umdenkens von bestehenden Systemen und Änderungen von Strukturen einen gewissen Mehraufwand bedeuten.“ Aber durch die Umsetzung von Green Event-Maßnahmen werden auf der anderen Seite Kosten reduziert (Stichwort Mehrwegsysteme). Ähnlich sieht dies auch respACT-Sprecherin Haselböck: „Wer profitiert? Die Eventagenturen, die auch Zertifizierer sind, die Bio-Caterer beispielsweise, die Kunden, weil sie das gute Gefühl haben, auf einer Veranstaltung zu sein, die auch nachhaltig ist, das Image der Organisation – und last, but not least: die Umwelt ...“