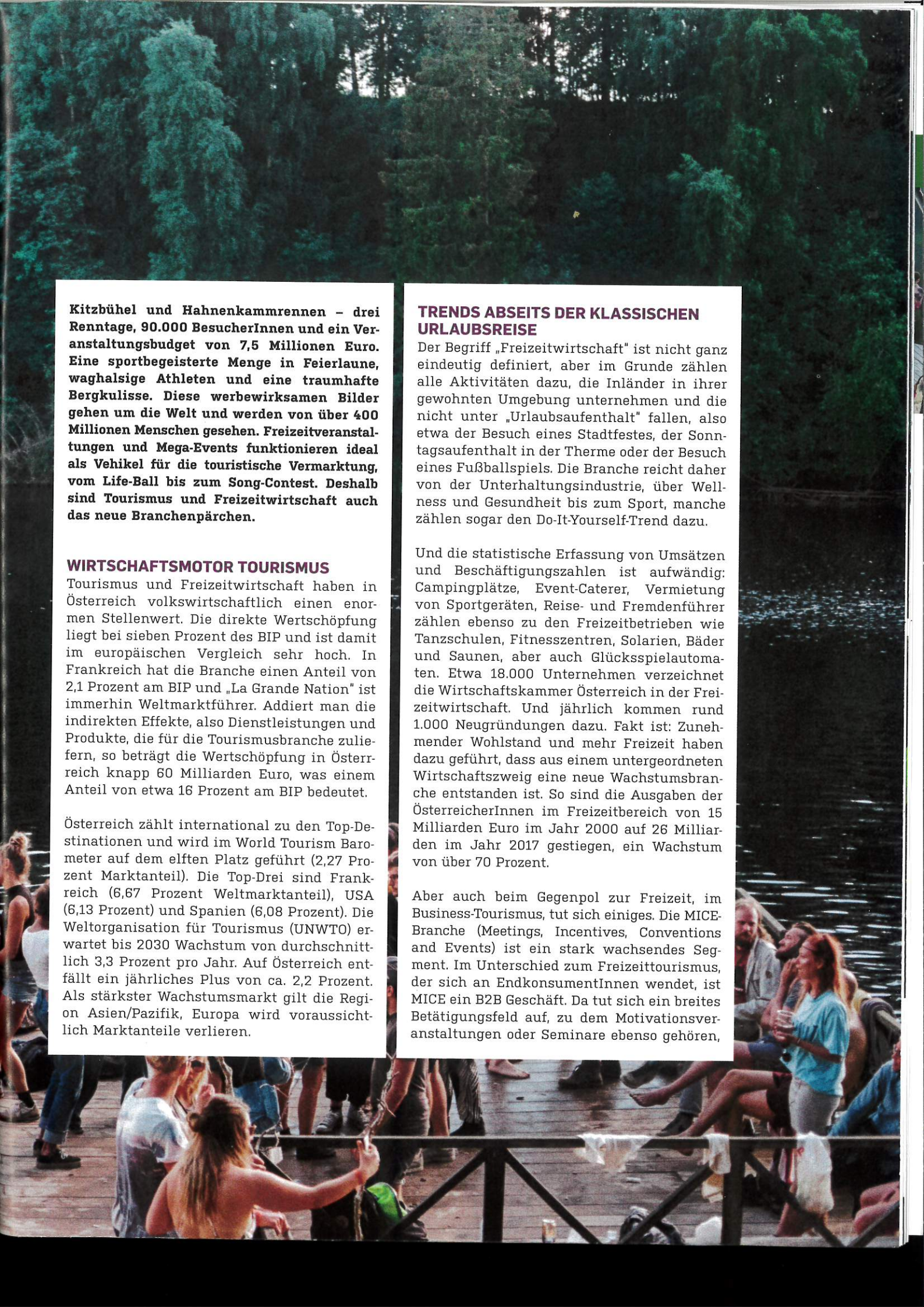


GREEN EVENTS

DIE HEIMISCHE FREIZEITWIRTSCHAFT ALS VORREITER

Foto: Jens Johansson





Kitzbühel und Hahnenkammrennen – drei Renntage, 90.000 BesucherInnen und ein Veranstaltungsbudget von 7,5 Millionen Euro. Eine sportbegeisterte Menge in Feierlaune, waghalsige Athleten und eine traumhafte Bergkulisse. Diese werbewirksamen Bilder gehen um die Welt und werden von über 400 Millionen Menschen gesehen. Freizeitveranstaltungen und Mega-Events funktionieren ideal als Vehikel für die touristische Vermarktung, vom Life-Ball bis zum Song-Contest. Deshalb sind Tourismus und Freizeitwirtschaft auch das neue Branchenpärchen.

WIRTSCHAFTSMOTOR TOURISMUS

Tourismus und Freizeitwirtschaft haben in Österreich volkswirtschaftlich einen enormen Stellenwert. Die direkte Wertschöpfung liegt bei sieben Prozent des BIP und ist damit im europäischen Vergleich sehr hoch. In Frankreich hat die Branche einen Anteil von 2,1 Prozent am BIP und „La Grande Nation“ ist immerhin Weltmarktführer. Addiert man die indirekten Effekte, also Dienstleistungen und Produkte, die für die Tourismusbranche zuliefern, so beträgt die Wertschöpfung in Österreich knapp 60 Milliarden Euro, was einem Anteil von etwa 16 Prozent am BIP bedeutet.

Österreich zählt international zu den Top-Destinationen und wird im World Tourism Barometer auf dem elften Platz geführt (2,27 Prozent Marktanteil). Die Top-Drei sind Frankreich (6,67 Prozent Weltmarktanteil), USA (6,13 Prozent) und Spanien (6,08 Prozent). Die Weltorganisation für Tourismus (UNWTO) erwartet bis 2030 Wachstum von durchschnittlich 3,3 Prozent pro Jahr. Auf Österreich entfällt ein jährliches Plus von ca. 2,2 Prozent. Als stärkster Wachstumsmarkt gilt die Region Asien/Pazifik, Europa wird voraussichtlich Marktanteile verlieren.

TRENDS ABSEITS DER KLASSISCHEN URLAUBSREISE

Der Begriff „Freizeitwirtschaft“ ist nicht ganz eindeutig definiert, aber im Grunde zählen alle Aktivitäten dazu, die Inländer in ihrer gewohnten Umgebung unternehmen und die nicht unter „Urlaubsaufenthalt“ fallen, also etwa der Besuch eines Stadtfestes, der Sonntagsaufenthalt in der Therme oder der Besuch eines Fußballspiels. Die Branche reicht daher von der Unterhaltungsindustrie, über Wellness und Gesundheit bis zum Sport, manche zählen sogar den Do-It-Yourself-Trend dazu.

Und die statistische Erfassung von Umsätzen und Beschäftigungszahlen ist aufwändig: Campingplätze, Event-Caterer, Vermietung von Sportgeräten, Reise- und Fremdenführer zählen ebenso zu den Freizeitbetrieben wie Tanzschulen, Fitnesszentren, Solarien, Bäder und Saunen, aber auch Glücksspielautomaten. Etwa 18.000 Unternehmen verzeichnet die Wirtschaftskammer Österreich in der Freizeitwirtschaft. Und jährlich kommen rund 1.000 Neugründungen dazu. Fakt ist: Zunehmender Wohlstand und mehr Freizeit haben dazu geführt, dass aus einem untergeordneten Wirtschaftszweig eine neue Wachstumsbranche entstanden ist. So sind die Ausgaben der ÖsterreicherInnen im Freizeitbereich von 15 Milliarden Euro im Jahr 2000 auf 26 Milliarden im Jahr 2017 gestiegen, ein Wachstum von über 70 Prozent.

Aber auch beim Gegenpol zur Freizeit, im Business-Tourismus, tut sich einiges. Die MICE-Branche (Meetings, Incentives, Conventions and Events) ist ein stark wachsendes Segment. Im Unterschied zum Freizeittourismus, der sich an EndkonsumentInnen wendet, ist MICE ein B2B Geschäft. Da tut sich ein breites Betätigungsfeld auf, zu dem Motivationsveranstaltungen oder Seminare ebenso gehören,

BEST-PRACTISES

FESTE OHNE DOSEN

Dosen oder PET-Flaschen haben auf Festen nichts verloren. Schon 2011 hat die Stadt Wien die Basis für eine weitreichende Abfallvermeidung gelegt: - es gilt ein Mehrweggebot für fast alle Veranstaltungen. Die Stadt selbst geht mit gutem Beispiel voran: Seit 2015 gilt die Vorgabe für alle Dienststellen, Veranstaltungen als ÖkoEvent durchzuführen. Dafür gibt es einen eigenen Kriterienkatalog. 2018 wurde mit der ÖkoEvent PLUS Auszeichnung noch ein Baustein draufgelegt.

Alle Veranstalter können auf ein umfangreiches Servicepaket zurückgreifen, das von kostenloser Beratung und Information über Beschaffungstipps bis hin zu Bewerbungsmaterialien und PR-Unterstützung reicht. „Wichtig ist, rechtzeitig mit der Planung zu beginnen und die Lieferanten einzubeziehen. Dann klappt das meistens wunderbar“, erklärt Ulrike Stocker von der MA 22 und zuständig für das Programm ÖkoEvent. „Die Unternehmen brauchen immer weniger Beratung, weil es ziemlich einfach ist und sie sehen, dass sie so auch Kosten sparen können.“ Das Feedback der Event-BesucherInnen ist durchwegs positiv. „Die Leute haben das Gefühl, auf einer hochwertigen Veranstaltung zu sein, weil es sauberer ist und das Speise- und Getränkeangebot – mehr Bio, vegetarisch, reine Fruchtsäfte – mehr Qualität hat.“
www.wien.gv.at/umweltschutz/oekoevent.html

VIOLETT IST MEHR

„Violett ist umweltbewusst, gesellschaftlich engagiert und tolerant“, erklären Lisa Aichinger und Sandra Nachtnebel, CSR Beauftragte des FK Austria Wien. Nach einer ersten Bestandsaufnahme 2013 hat der Fußballverein 2015 den ersten Nachhaltigkeitsbericht erstellt, 2016 wurde er durch die Stadt Wien und 2017 vom Lebensministerium ausgezeichnet. Logisch, dass auch der Neubau des Stadions – eröffnet im Juli 2018 – von Anfang an auf Ressourcenschonung angelegt war: Ein großer Teil der Dachfläche wird zur Stromerzeugung genutzt, eine Zisterne speichert 120.000 Liter Regenwasser für die Rasenbewässerung, ein Abfallvermeidungskonzept und LED-Beleuchtung sind selbstverständlich.

Begeistert mit an Bord waren auch die Austria-Fans: die Finanzierung des Neubaus erfolgte über Crowdfunding. 2019 soll er ÖGNI (Österr. Gesellschaft für nachhaltige Immobilien)-zertifiziert werden. Nettes Bonmot am Rande: Wenn bei Flutlicht gespielt wird, erzeugt die PV-Anlage Strom. Für ein perpetuum mobile reicht es dann aber doch nicht ganz. Einen entscheidenden Beitrag zu einer umweltverträglichen Anreise leistet die öffentliche Anbindung an die U 1, die 2017 eröffnet wurde. Der VIP-Bereich kann heute auch für Firmen-Veranstaltungen genutzt werden – eine Umweltzeichen-Zertifizierung wird angestrebt.
www.fk-austria.at

wie Firmenjubiläen oder Kundenveranstaltungen. Immerhin 14 Prozent des gesamten Tourismus fallen mittlerweile in diesen Bereich. Allein von 2016 auf 2017 wuchs die heimische Branche um knapp 12 Prozent, erstmals wurden 2017 über 20.000 Veranstaltungen abgewickelt mit rund 1,7 Millionen TeilnehmerInnen. Von allen Veranstaltungskategorien konnten Firmentagungen am meisten zulegen, aber auch Großkongresse gab es so viele wie noch nie: Wurden vor fünf Jahren noch 27 Kongresse mit mehr als 2.000 TeilnehmerInnen abgehalten, waren es 2017 über 40.

„Österreichs Ruf als kompetente und vielseitige Kongress- und Tagungsdestination ist weit über die Landesgrenzen bekannt“, sagt Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung. „Dies belegen nicht nur die aktuellen Zahlen, sondern auch die Präsenz unseres Landes seit Jahren auf den vorderen Plätzen bei internationalen Kongressstatistiken.“ Wien hat im Bundesländervergleich verständlicherweise die Nase vorn, zählt aber auch international zu den Top-Destinationen für Kongresse und Tagungen und lag in einem europaweiten Branchenranking 2018 hinter Berlin, Barcelona, Lissabon und Amsterdam auf Platz fünf, noch vor London und Paris.

AUSGEFALLEN, DIGITAL UND NACHHALTIG

Bei der Wahl der Locations werden exklusive und ausgefallene Veranstaltungsorte, wie Fabriken, Palais oder Co-Workingspaces immer beliebter. „Gerade der Erlebnisfaktor steht hier besonders im Vordergrund“, weiß Christina Neumeister-Böck. Ihre Agentur n.b.s. Marketing & Event organisiert die Eventbiz, eine Fachmesse zur Planung von Events, Seminaren, Incentives und Geschäftsreisen. Und natürlich hält auch die Digitalisierung im MICE-Bereich Einzug. „Eventorganisationen können sich einer breiten Klaviatur von digitalen Tools und Apps bedienen. Beginnend beim elektronischen Einladungsmanagement, über Chatbots, die das Leiten der EventteilnehmerInnen übernehmen, bis hin zum interaktiven Programmplaner inklusive Live-Umfragen während der Veranstaltung.“ Als Trendthemen identifiziert Neumeister-Böck Automatisierung und Technologie, interaktive Programmpunkte und Nachhaltigkeit.

ÖSTERREICH ALS „GRÜNER“ PIONIER

Was Nachhaltigkeit betrifft, zählt Österreich – sowohl im Freizeit-, als auch im Businessbereich – zu den Vorreitern im europäischen Raum. 2008 wurde die Initiative Green Events Austria vom

DER BEGRIFF „GREEN EVENTS“ IST NICHT GESCHÜTZT. ALLERDINGS ZEIGT DIE ERFAHRUNG, DASS IN DER BRANCHE WENIG „GREEN WASHING“ BETRIEBEN WIRD. JEDER HAT GROSSES INTERESSE DARAN, NICHT IN VERRUF ZU KOMMEN.

GEORG TAPPEINER

damaligen Lebensministerium (heute Ministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus) mit dem Ziel gegründet, die Eventbranche nachhaltiger zu machen. Herzstück der Initiative ist die Zertifizierung mit dem Umweltzeichen, die im Jahr 2010 für den MICE-Bereich und 2012 für Events eingeführt wurden. Mittlerweile gibt es das Umweltzeichen auch für Green Locations und Green Catering, für Filmproduktionen (Green Producing) und seit 2018 für Messestände (Green Stand).

„Damit ist Österreich europaweit das einzige Land, das ein von öffentlicher Hand getragenes Zertifizierungssystem für ökologische Veranstaltungen hat“, sagt Georg Tappeiner von der Firma Pulswerk, die Unternehmen und Politik bei der Planung und Umsetzung nachhaltiger Lösungen berät. Sein Unternehmen war an der Entwicklung der Öko-Zertifizierung maßgeblich beteiligt. Dass etwas Druck gut sein kann, um Veränderungen einzuleiten, zeigt auch die Entstehungsgeschichte der Initiative. Sie beginnt Ende der 1990er-Jahre mit der Bewerbung der Stadt Salzburg um die Austragung der olympischen Winterspiele. „Damals gehörte das Internationale Olympische Komitee zu den wenigen, die in den Bewerbungsdokumenten verpflichtend das Thema Ökologie vorsahen“, berichtet Tappeiner. Er wurde zu Rate gezogen, um diesen Bereich für die Bewerbung zu behandeln.

Seither begleitete der Experte zahlreiche „grüne“ Pilotprojekte, z.B. die Fußball-WM in Deutschland, die Fußball-EM in Österreich oder auch den Mountainbike-Weltcup in Schladming. 2006 schließlich gab es im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft Österreichs die erste Fachkonferenz auf europäischer Ebene zu dem Thema und in der Folge fiel der Startschuss für die Initiative „Green Events“ im Bundesministerium.

WAS SIND GREEN EVENTS?

Der Begriff „Green Events“ ist nicht geschützt, kann also von jedem verwendet werden. „Allerdings zeigt die Erfahrung, dass in der Branche wenig ‚Green Washing‘ betrieben wird. Jeder hat großes Interesse daran, nicht in Verruf zu kommen“, sagt Tappeiner.

NATUR, NACHHALTIG UND STIMMIG IM DORF

Bereits seit 2010 ist das Congress Centrum Alpbach als Green Meeting Location zertifiziert, 2016 wurde bei der Erweiterung auf 4.000 m² vor allem in Energieeinsparung investiert: Das Gebäude ist gut gedämmt, die Verglasung ebenso, das Dach begrünt. Das rechnet sich: „Heute zahlen wir für Heizung und Kühlung Euro 5.600,- pro Jahr“, ist Geschäftsführer Georg Hechenblaikner begeistert.

Das Engagement des Leitbetriebs wirkt in die gesamte Wertschöpfungskette: Alpbach ist öffentlich bestens erreichbar: ganze 3,5 Stunden dauert die Anreise von Wien, zwei Stunden vom Flughafen München. Aktuell wird ein individuell buchbarer Shuttle getestet, der die Gäste am Bahnhof Jenbach abholt und direkt zum Hotel bringt. Zehn Hotels, Gasthöfe und Pensionen sind Umweltzeichen-Betriebe. Es wird investiert und die Betriebe finden NachfolgerInnen. „Natur, nachhaltig und ein stimmiges Dorf, das liegt im Trend“, ist Hechenblaikner überzeugt. Dazu kommt, dass das Kongressbusiness vor allem in der touristischen Nebensaison wirkt und so im Dorf eine gute Grundaustlastung erreicht wird. Was kaum einer weiß: Alpbach hat ein ansehnliches Schigebiet mit 109 km Piste. Ein Geheimtipp also. Noch.

<https://congressalpbach.com>



**NATÜRLICH
FEIERN**

In exklusiver Lage und historischem Ambiente oberhalb des Starnberger Sees

DAS BIOHOTEL AM STARNBERGER SEE

SCHLOSSGUT OBERAMBACH

OBERAMBACH 1 · D-82541 MÜNSING
TEL. 08177 9323 – WWW.SCHLOSSGUT.DE

Das Netzwerk Green Event Austria hat einen Katalog an Mindestanforderungen für nachhaltige Veranstaltungen in den Bereichen Mobilität, Verpflegung, Abfallvermeidung, Abfalltrennung, Ressourcenschonung, Barrierefreiheit und aktive Kommunikation (sh. Kasten) definiert. Um das Umweltzeichen zu bekommen, müssen zusätzliche Kriterien in den Bereichen Unterkunft, Veranstaltungsstätte, Aussteller und Messebau, Veranstaltungstechnik, aber auch in Hinblick auf soziale Aspekte erfüllt werden.

Seit 2010 wurden 1.092 Meetings und 303 Events in Österreich mit dem Siegel ausgezeichnet, Tendenz steigend. Seit Einführung der Richtlinien nahmen über eine Million Personen an Green Meetings und Events teil. Zertifiziert wurden beispielsweise der Eurovision Song Contest, die Veranstaltungen rund um den EU-Ratsvorsitz Österreichs im Jahr 2018 und 95 Prozent aller Veranstaltungen im Vienna Austria Center.

„Zertifizierte Veranstaltungen sind natürlich die Kür“, so Tappeiner. „Aber das Ziel kann und soll nicht sein, dass aus dem Aspekt der Nachhaltigkeit heraus Veranstaltungen möglichst verhindert werden. Es geht darum, eine Veranstaltung,

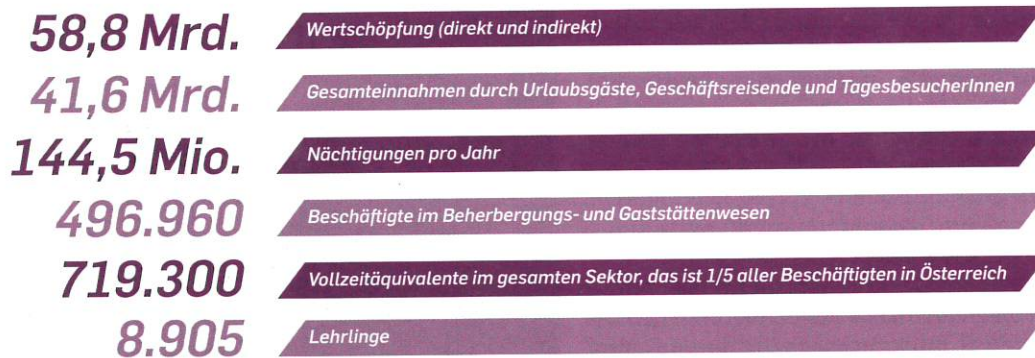
die sowieso stattfindet, in den Bereichen Ökologie, Umwelt, Wirtschaft und Soziales zu optimieren.“ Tappeiner schätzt, dass bei gut der Hälfte aller Events das Thema Nachhaltigkeit eine Rolle spielt und die eine oder andere Maßnahme umgesetzt wird.

AUSWIRKUNG AUF CO₂-BILANZ

„Der Bereich, der im Hinblick auf die CO₂-Bilanz am meisten ausschlägt, ist die Mobilität. Dann kommt das Catering und dann kommt länger nichts“, so Tappeiner. Der Experte schätzt, dass Fleisch, im Vergleich zu vegetarischer Verpflegung, den CO₂-Fußabdruck um das Zwei- bis Dreifache erhöht. Bei der Mobilität stelle die „Last Mile“ häufig ein Problem dar, und Nachholbedarf besteht bei Getränken. „Hier steht sehr viel in Einweg zur Verfügung. Das betrifft vor allem kleine, regionale Veranstaltungen.“ Studien ergaben, dass das Müllaufkommen zwischen 60 und 90 Prozent reduziert werden kann, wenn von den Gebinden bis zu den Bechern alles auf Mehrweg umgestellt wird. Das Bundesland Salzburg hat mit Beginn 2019 den Veranstaltern per Gesetz vorgeschrieben, Mehrweg zu verwenden. In Wien gilt die Verordnung schon länger und andere Bundesländer überlegen ähnliche Maßnahmen.

TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT

Quellen: WKÖ, IHS, WIFO, Statistik Austria, Stand 2017



ES GEHT DARUM, EINE VERANSTALTUNG, DIE SOWIESO STATTFINDET, IN DEN BEREICHEN ÖKOLOGIE, UMWELT, WIRTSCHAFT UND SOZIALES ZU OPTIMIEREN.

GEORG TAPPEINER

MICE (MEETINGS, INCENTIVES, CONVENTIONS, EVENTS)-BUSINESS ÖSTERREICH 2017

Quelle: Meeting Industry Report 2017

	KONGRESSE	FIRMENTAGUNGEN	SEMINARE
ANZAHL	5.105	11.241	5.295
TEILNEHMERINNEN	892.309	544.785	254.926
NÄCHTIGUNGEN	2.532.091	877.417	75.500

„Bezüglich CO₂-Reduktion wird einiges durch EU-Vorgaben in Bewegung geraten“, so Tappeiner. Im Rahmen des Bundesländernetzwerkes von Green Events Austria wird diskutiert, Förderungen an die Erfüllung der Standards zu knüpfen. Ein heißes Eisen. Aber immerhin einigte man sich bereits bundesweit auf Mindestanforderungen für „Green Events“, die als Basis für zukünftige Fördermodelle herangezogen werden könnten.

Wo liegen die Hürden für die Ökologisierung von Veranstaltungen? Bei der Mobilität seien noch viele mit dabei, denn die Anreise zu Mega-Events per Öffis liege schon aus Platzgründen im Interesse der Veranstalter, weiß Tappeiner. Bei Catering und Mehrweg wird es allerdings schon schwierig. „Bei Großveranstaltungen gibt es meist nicht den einen Caterer oder den einen Veranstalter. Es gibt nicht einen Entscheider, sondern viele. Das macht die Sache kompliziert“, so Tappeiner. Dies sei auch bei Sportevents wie dem Hahnenkammrennen ein Thema. Die Kernzone der Veranstaltung lasse sich noch gut in Hinblick auf Nachhaltigkeit koordinieren und steuern, aber alles im Umfeld sei schwierig.

Ein wichtiger Einflussfaktor ist auch das Sponsoring. Für zertifizierte Events gilt absolutes Dosenverbot, es dürfen keine Einweg-Produkte verwendet

werden, wenn es vergleichbare Mehrweg-Produkte gibt. Viele Veranstalter sind aber auf Partnerschaften mit entsprechenden Herstellern angewiesen, und bei der Wahl zwischen Geld oder Zertifizierung bleibt dann häufig die Nachhaltigkeit auf der Strecke. Beim Geldsponsoring jedoch können Green Events vermehrt punkten, weil eine wachsende Zahl an Unternehmen entsprechende CSR-Richtlinien erlassen hat und aktiv auf nachhaltige Veranstaltungen setzt.



www.congressalpbach.com

Entgeltliche Einschaltung

**SIE KAMEN SELBST AUF UNS ZU
UND WOLLTEN WISSEN, WIE
MESSESTÄNDE AUSZUSEHEN HABEN,
UM EINE ZERTIFIZIERUNG ZU
BEKOMMEN – DIESE NACHFRAGE
MÜNDETE IN DER NEUEN
ZERTIFIZIERUNG „GREEN STAND“.**

GEORG TAPPEINER

GREEN EVENTS – GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN

Aber nicht nur für Sponsoren und Veranstalter können das grüne Umweltzeichen und der Trend zur Nachhaltigkeit neue Chancen eröffnen. Gerade Produzenten und Dienstleister, die der Branche zuliefern, sind selbst zum Treiber des Trends geworden. Ein Beispiel aus der Praxis: Publikumsmessen waren lange Zeit vom Umweltzeichen ausgenommen, zu komplex war die Zertifizierung. Die Messeveranstalter selbst drängten aber in Richtung Nachhaltigkeit und wollten auch als Green Event zertifiziert sein. Darauf wiederum reagierten Anbieter von Messeständen. „Sie kamen selbst auf uns zu und wollten wissen, wie Messestände auszusehen haben, um eine Zertifizierung zu bekommen“, berichtet Tappeiner. Diese Nachfrage mündete in der neuen Zertifizierung „Green Stand“ und einem entsprechenden Angebot für nachhaltige Messestände.

Auch aus dem Bereich Sanitäranlagen gibt es einen ähnlichen Fall. Die Initiative „Green Event Austria“ war lange Zeit auf der Suche nach ökologischen mobilen WC-Anlagen. Ein Unternehmen im Waldviertel erkannte die steigende Nachfrage und entwickelte die ökolo-Komposttoilette, bei der am Ende zertifizierter Humus übrigbleibt.

Und damit schließt sich der Kreis: Wenn die Freizeitwirtschaft boomt, die Eventbranche wächst und zum wichtigen Treiber der Tourismusbranche wird, gleichzeitig ökologische Projekte hier gut und mit maßgeblichen Effekten umsetzbar sind, dann wird auch das Thema Nachhaltigkeit gestärkt. Und vielleicht erleben wir ja in nicht allzu ferner Zukunft ein Hahnenkammrennen ohne Einweg-Flasche und Dosengetränk. ■

MINDESTANFORDERUNGEN AN GREEN EVENTS

• **Klimaschonende Mobilität:**

Gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß und/oder mit dem Fahrrad; auf klimaschonende An- und Abreise der BesucherInnen und TeilnehmerInnen wird geachtet; Anbieten von umweltfreundlichen Alternativen, falls öffentlicher Verkehr nicht genutzt werden kann.

• **Verpflegung:**

Verwendung von überwiegend saisonalen und regional produzierten Lebensmitteln und Getränken. Vorzugsweise biologisch produzierte Produkte; nicht regionale Produkte werden – soweit verfügbar – aus fairem Handel bezogen. Mindestens ein vegetarisches oder veganes Hauptgericht wird angeboten.

• **Abfallvermeidung:**

Verwendung von Mehrweggebinden, Verwendung von Porzellantassen, Gläsern oder Mehrwegkunststoffbechern und Mehrweggeschirr; keine Verwendung von Einmalportionsverpackungen (Kaffeekapseln und -pads, Ketchup, Senf, ...).

• **Abfalltrennung:**

Verwendung des regionalen Abfalltrennsystems im gesamten Veranstaltungsbereich.

• **Ressourcenschonung:**

Effizienter Einsatz von Wasser, Strom und Wärme. Nach Möglichkeit aus erneuerbaren Quellen oder Eigenversorgung, wassersparende Sanitäreinrichtungen. Druckwerke werden nach dem Prinzip des minimalen Ressourcenaufwands produziert.

• **Barrierefreiheit**

• **Aktive Kommunikation:**

Green-Event-Maßnahmen werden an alle Beteiligten frühzeitig kommuniziert.

Quelle: Green Event Austria