



Wegweiser – Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement

Herausgeber:
Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sitz der Gesellschaft
Bonn und Eschborn

Friedrich-Ebert-Allee 36 + 40
53113 Bonn
T +49 228 4460-0
F +49 228 4460-17 65

Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn
T +49 61 96 79-0
F +49 61 96 79-11 15

E info@giz.de
I www.giz.de

Kontakt:
sustainabilityoffice@giz.de

Verantwortlich:
Frau Elke Winter (GIZ)

Inhaltliche Konzeption und Text:
Bianca Linder (GIZ)

Mitarbeit und Redaktion:
Ann-Kathrin Layunta Molina, Julia Landgrebe Anthes, Marie-Luise Becker, Sonja Harnau, Bianca Linder (GIZ)

Gestalterische Konzeption und Satz:
design-werk.com, Nikolai Krasomil

In dieser Publikation befinden sich Verweise zu externen Internetseiten. Für die Inhalte der aufgeführten externen Seiten ist stets der jeweilige Anbieter verantwortlich. Die GIZ hat beim erstmaligen Verweis den fremden Inhalt daraufhin überprüft, ob durch ihn eine mögliche zivilrechtliche oder strafrechtliche Verantwortlichkeit ausgelöst wird. Eine permanente inhaltliche Kontrolle der Verweise auf externe Seiten ist jedoch ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht zumutbar. Wenn die GIZ feststellt oder von anderen darauf hingewiesen wird, dass ein externes Angebot, auf das sie verwiesen hat, eine zivil- oder strafrechtliche Verantwortlichkeit auslöst, wird sie den Verweis auf dieses Angebot unverzüglich aufheben. Die GIZ distanziert sich ausdrücklich von derartigen Inhalten.

Die GIZ ist für den Inhalt der vorliegenden Publikation verantwortlich.

Bonn, März 2018

„NACHHALTIGKEIT GEMEINSAM GESTALTEN UND UNTERNEHMERISCH UMSETZEN“

Nachhaltige Entwicklung im Sinne der Agenda 2030 voranzutreiben, ist nicht nur eine Aufgabe der Weltgemeinschaft und ihrer einzelnen Länder. Damit nationale und internationale Ziele erreicht werden, sind alle Unternehmen aufgefordert, ihren Beitrag durch nachhaltige unternehmerische Prozesse und verantwortungsbewusstes Handeln zu leisten.

Gerade für die GIZ ist dies Auftrag und Verpflichtung zugleich: Der Anspruch an Nachhaltigkeit muss sowohl auf der unternehmerischen als auch auf der Leistungsseite der GIZ eingelöst werden. Zahlreiche Selbstverpflichtungen, beispielsweise die Teilnahme der GIZ im Global Compact der Vereinten Nationen mit dem Bekenntnis zu dessen zehn Prinzipien, verleihen diesem Anspruch Nachdruck. Aber nicht nur das: von der GIZ wird eine Vorreiterrolle als nachhaltiges Unternehmen erwartet – dies ist gerade im Hinblick auf ihre Glaubwürdigkeit von enormer Bedeutung.

Besonders Veranstaltungen bieten ein großes Potenzial, den Begriff Nachhaltigkeit in all seinen vier Dimensionen – soziale Verantwortung, ökologisches Gleichgewicht, politische Teilhabe und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit – erlebbar zu machen und die Unternehmenswerte durch konkretes Handeln zu unterstreichen. Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement umfasst dabei eine Vielzahl von möglichen Maßnahmen in insgesamt sieben Handlungsfeldern. So beispielsweise die Einsparung von Ressourcen im Bereich des Caterings, der Mobilität oder dem Gebäudemanagement. Darüber hinaus lassen sich viele Maßnahmen aus dem nachhaltigen Veranstaltungsmanagement direkt auf den Büroalltag übertragen und führen so insgesamt zu mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen.

Der Wegweiser führt in das Thema Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement ein und bietet praktische Hilfestellungen. Dazu gehört ein Phasenmodell, das die Aufgabenpakete der nachhaltigen Veranstaltungsorganisation im zeitlichen Ablauf aufzeigt. Es folgt die weiterführende Darstellung der sieben Handlungsfelder. Zu guter Letzt liefert der Wegweiser praxisorientierte Checklisten. Sie zeigen vielfältige Hinweise zu jedem Handlungsfeld auf, die Sie je nach Möglichkeit und Bedeutung für Ihre Veranstaltung einsetzen und für Ihre Zwecke auch ergänzen können.

Das vorliegende Dokument basiert auf dem GIZ-Navigator aus dem Jahr 2016 sowie dem Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen des BMUB und UBA. Es wurden Checklisten erarbeitet und zusätzlich Über-

sichten mit nachhaltigen Hotels, Veranstaltungsräumen und Cateringunternehmen für die Standorte Bonn, Eschborn und Berlin erstellt. Die Checklisten können im Rahmen der Priorisierung und des Bemerkungsfeldes individuell genutzt werden.

Da an dieser Stelle weder eine vollständige Auflistung aller Aspekte möglich ist, noch unterschiedlichste Veranstaltungsformate und Rahmenbedingungen detaillierten Eingang finden können, ist der Wegweiser als Anregung zu verstehen, die gewohnten Prozesse und Abläufe zu hinterfragen und auf Nachhaltigkeitsaspekte hin zu überprüfen. Im Rahmen der Handlungsfelder können die einzelnen Maßnahmen sinngemäß auch in der Außenstruktur zur Anwendung kommen – welche Maßnahmen sich anbieten, ist jeweils vom länderspezifischen Kontext abhängig. Dies soll keine Steigerung der Arbeitsintensität bedeuten, sondern vielmehr ein Mehr an Kreativität. Die Integration eines nachhaltigen Veranstaltungsmanagements in der GIZ ist ein Prozess, der gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gestaltet werden soll. Somit soll auch dieser Wegweiser fortwährend durch Erfahrungen aus der Praxis angepasst und ergänzt werden.

So lassen sich Veranstaltungen nicht nur effizient und effektiv, sondern auch klimafreundlich, sozial verträglich und somit im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung gestalten.

Haben Sie Fragen oder Anregungen?

Dann schreiben Sie uns an sustainabilityoffice@giz.de oder kommen gerne persönlich auf uns zu.

Inhalt

Phasenmodell	2
Handlungsfelder mit Checklisten	3
Messbarkeit	11
Weiterführende Links	12



PHASENMODELL

Bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen sollten von Beginn an Nachhaltigkeitsaspekte systematisch mit einbezogen werden. Je nach Phase der Veranstaltungsorganisation sind dabei unterschiedliche Aspekte wichtig:

Phase I: Konzeption



In einem ersten Schritt sind die relevanten Stakeholder zu identifizieren. Darauf aufbauend sind mögliche Einsparpotenziale zu analysieren. Im dritten Schritt wird geprüft, inwieweit Nachhaltigkeitsaspekte umgesetzt werden können. Dabei sollten nicht nur die Grundsätze von Gender Mainstreaming, sondern auch Partizipationsmöglichkeiten und Barrierefreiheit berücksichtigt werden. Eine sukzessive Erhöhung des Anspruchs der Ziele oder der Anzahl der Maßnahmen von Veranstaltung zu Veranstaltung kann motivierender wirken, als sich von Anfang an zu viel vorzunehmen. Es geht nicht darum, die Handlungsfelder möglichst umfassend und vollständig zu berücksichtigen, sondern insbesondere die Aspekte umzusetzen, die im jeweiligen Kontext steuerbar und wesentlich sind.

Phase II: Kommunikation & Information



Eine weitere wichtige Komponente ist die interne und externe Kommunikation und Information, nicht nur in Bezug auf die Stakeholder, sondern auch hinsichtlich der eigenen Dokumentation. Bereits bei der Konzeption ist dieser Aspekt mitzubedenken, damit Informationen frühzeitig weitergegeben werden können. Für die Akzeptanz des Ansatzes ist zudem die Kommunikation über Nachhaltigkeitsaspekte wichtig. Dabei ist es wesentlich, nicht nur die Gäste über die konkreten Maßnahmen zu informieren, sondern auch alle Akteure einer Veranstaltung, wie bspw. Veranstaltungspersonal etc.. Das gilt für Veranstaltungen jeder Größe. Hinweise und Kriterien zur Auswahl des Veranstaltungsortes, Maßnahmen zur Reduzierung von CO₂-Emissionen etc. sorgen für eine transparente Veranstaltung und führen zu einer Sensibilisierung der beteiligten Akteure. Gleichzeitig sollte auch offen dargelegt werden, an welchen Stellen Kompromisse eingegangen wurden, um Missverständnissen und dem Vorwurf von „Green Washing“ vorzubeugen.

Phase III: Durchführung



Wie kann das Thema Nachhaltigkeit als Querschnittsthema am Veranstaltungstag selbst eingebunden werden? Bei der Durchführung einer Veranstaltung sollte nicht nur im Vorfeld über Nachhaltigkeitsaspekte informiert werden, sondern es ist ebenso relevant, einen Ansprechpartner vor Ort zu haben, der bei konkreten Fragen zum Thema Nachhaltigkeit fachliche Unterstützung gewähren kann. Handelt es sich bei den Fragen um komplexe Sachverhalte, sollten diese in das Follow-up der Veranstaltung mitaufgenommen werden.

Phase IV: Nachbereitung/Follow-up



Im Nachgang der Veranstaltung sollte eine Evaluierung stattfinden. Dies hilft die wesentlichen und steuerbaren Aspekte zu reflektieren und eine Vergleichbarkeit zu anderen bzw. wiederkehrenden Veranstaltungen herzustellen. Anbieter und lokale Akteure, die einen wertvollen Beitrag zur Nachhaltigkeit geleistet haben sollten an das Sustainability Office weitergeleitet werden, um diese in den Übersichten ergänzen und für zukünftige Veranstaltungen nutzen zu können. Auch die ermittelte Zufriedenheit der Teilnehmenden unter verschiedenen Nachhaltigkeitsaspekten kann als Indikator für die Gestaltung zukünftiger Veranstaltungen genutzt werden.

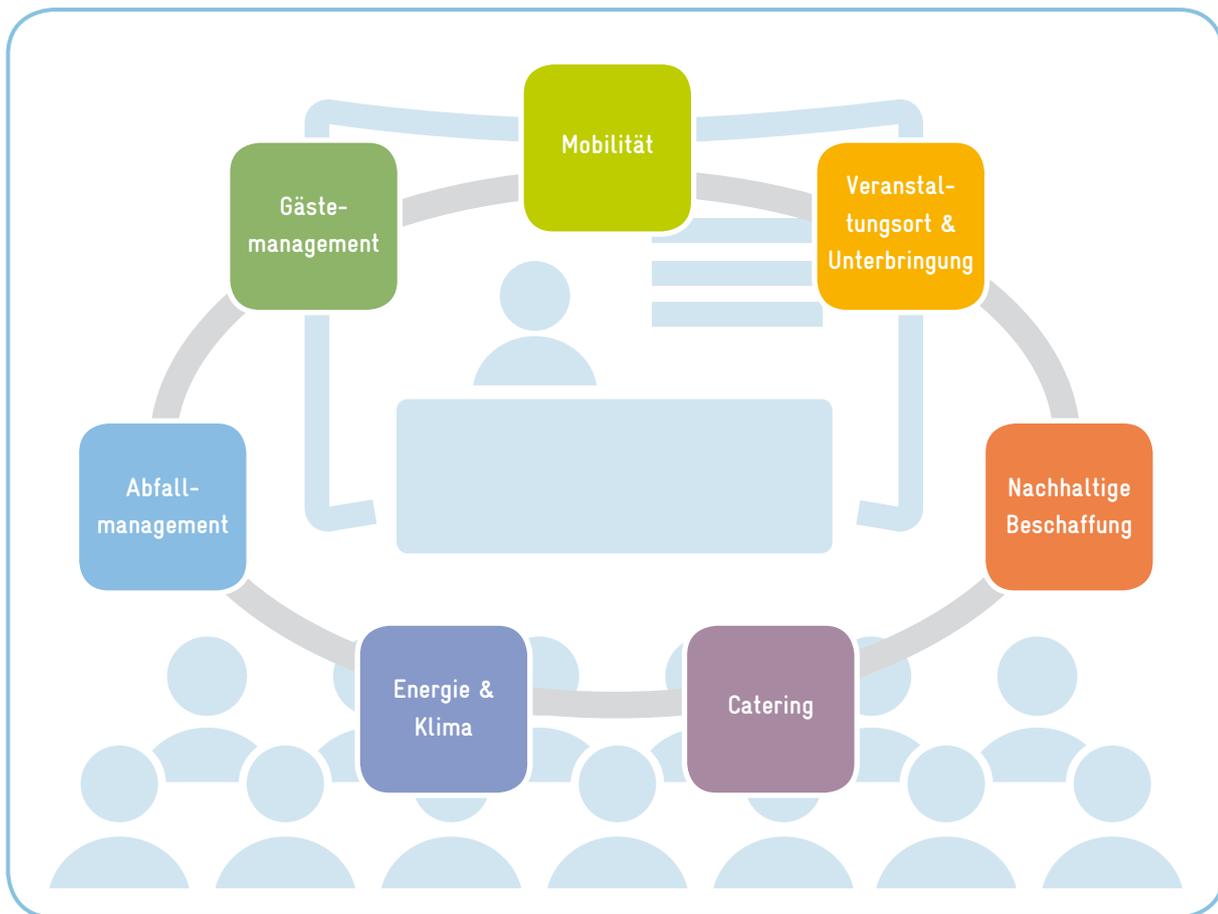
HANDLUNGSFELDER

Nachhaltigkeit spielt in der politischen und öffentlichen Debatte eine große Rolle. Auch bei Veranstaltungen wird Nachhaltigkeit immer wichtiger – für die GIZ genauso wie für andere Akteure.

Videokonferenzen oder Livestreams können nur teilweise direkte Begegnungen ersetzen. Es wird auch in Zukunft Konferenzen, Fachdialoge, Jahresversammlungen oder größere Planungs- und Monitoring-Treffen sowohl im Inland wie auch im Ausland geben. Umso wichtiger ist es, Nachhaltigkeitsaspekte frühzeitig und systematisch in den Planungsprozess aller Veranstaltungen zu integrieren. Hierbei gilt es, die Nachhaltigkeitsziele in Einklang mit den inhaltlichen und formalen Anforderungen an die Veran-

staltung zu bringen. Veranstaltungen sind immer auch eine Visitenkarte des Unternehmens.

Die dargestellten Handlungsfelder werden im Folgenden anhand von Maßnahmen dargestellt. Die Priorisierung stellt die Relevanz und Steuerbarkeit der Maßnahmen dar. Die Spalte „Bemerkungen“ ermöglicht eine individuelle Dokumentation.



Gästemanagement



Für eine bedarfsgerechte Planung ist es nicht nur notwendig, die Rückmeldungen der geladenen Gäste nachzuhalten, sondern es ist ebenso wichtig, das Verhalten der Gäste während des gesamten Registrierungsprozesses zu beobachten.

Auf Basis dieser Erfahrungen lässt sich die sog. No-Show Rate¹ errechnen. Zudem lassen sich auf Grundlage dessen Veranstaltungen miteinander vergleichen, allgemeingültige Schlüsse daraus ableiten sowie Empfehlungen mit Kolleginnen und Kollegen teilen.

Gästemanagement			
Thema	Maßnahme	Priorität ²	Bemerkungen
Informationsmanagement	Frühzeitige Informationsweitergabe an Stakeholder	1 2	
	Informationsmaterialien digital zur Verfügung stellen	1 2	
	Bei Großveranstaltungen ist die Einrichtung einer Website von Vorteil. So können die Informationen stets aktuell gehalten werden	1 2	
	Barrierefreie Konferenzmaterialien bspw. für seh- und hörgeschädigte Menschen	1 2	
	Kommunikation der nachhaltigen Maßnahmen im Einladungs- und Anmeldeprozess sowie im Programm	1 2	
	Nutzung von digitalen Litfaßsäulen zur Informationsweitergabe anstelle von Printprodukten	1 2	
	Gäste	Erstellung und Nutzung einer Stakeholder-Map	1 2
Digitales Teilnehmendenmanagement; Rückmeldungen durch E-Mail oder über die Website ermöglichen		1 2	
Reminder an bereits angemeldete Teilnehmende mit der Möglichkeit abzusagen zur Senkung der No-Show Rate		1 2	
Wiederverwendbare Namensschilder nutzen		1 2	
Bei einer eintägigen Veranstaltung Nutzung von sogenannten Textilaufklebern		1 2	
Rücknahme von Badges und anderen Materialien bspw. durch ein Anreizsystem z.B. in Form eines Gewinnspiels		1 2	
Follow-up	Wahrnehmung und Zufriedenheit während und nach der Veranstaltung elektronisch ermitteln, bspw. durch Electronic Voting oder elektronische Feedbackbögen	1 2	
	Elektronische Berichterstattung	1 2	

¹ Die No-Show Rate bezieht sich auf die Mengenkalkulation und meint die Personen, die trotz Zusage nicht erscheinen. Bei kostenfreien Veranstaltungen ist mit einer No-Show Rate von 40-60% zu rechnen.

² Die Priorisierungen orientieren sich an dem Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen des BMUB und UBA sowie Erfahrungswerten aus dem Veranstaltungsmanagement. Sie sind aber individuell anpassbar.

Mobilität

Im Rahmen der Veranstaltung legen die Teilnehmenden viele Wegstrecken zurück, bspw. bei der An- und Abreise oder innerhalb der Stadt bzw. Region zwischen den zentralen Punkten Veranstaltungsort, Unterkunft, Stadtzentrum, Flughafen und Bahnhof. Die Länge der Fahrten und das gewählte Transportmittel haben einen Einfluss auf den CO₂-Ausstoß und die Luftverschmutzung. Das Mobilitätsverhalten der Gäste macht den größten Teil der CO₂-

Emissionen einer Veranstaltung aus. Mit kurzen Wegen, emissionsarmen Transportmitteln und einer guten Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes können diese Umweltauswirkungen reduziert werden. Denken Sie frühzeitig über die Vermeidung und ggf. Ausgleich von CO₂-Emissionen nach und kommunizieren Sie Ihre Ideen und Anregungen den Teilnehmenden, den Anbietern sowie den beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Vorhinein.



Mobilität			
Thema	Maßnahme	Priorität	Bemerkungen
Planung	Notwendigkeit einer Präsenzveranstaltung und Möglichkeiten einer virtuellen Veranstaltung prüfen	1 2	
	Örtliche Nähe der Veranstaltung zu Teilnehmenden	1 2	
	Anbindung an öffentlichen Transport	1 2	
	Internationale/Nationale Anbindung durch Direktflüge	1 2	
	Kurze Fuß- und Fahrradstrecken zur An- und Abreise bzw. zwischen Veranstaltungsort und Unterbringung	1 2	
	Veranstaltungszeiten wählen, die eine An- und Abreise mit dem Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) ermöglichen	1 2	
	An- und Abreise	Information zur Nutzung umweltverträglicher Verkehrsmittel	1 2
Gute Anreisebeschreibung zur Verfügung stellen, ggf. Einbindung von Apps		1 2	
Shuttle-Services einrichten und im Vorfeld kommunizieren		1 2	
Nachhaltigkeitsbewusste Anbieter zur Personenbeförderung auswählen		1 2	
Leihfahrräder unter Berücksichtigung von Sicherheitsaspekten zur Verfügung stellen bzw. auf entsprechende Anbieter hinweisen		1 2	
Schaffung von Anreizen für die Nutzung öffentlicher und umweltverträglicher Verkehrsmittel		1 2	
Fahrgemeinschaften organisieren und im Vorfeld kommunizieren		1 2	
Angebot der Deutschen Bahn (Veranstaltungsticket) prüfen		1 2	
Link auf CO ₂ -Ausgleichsrechner in Anmeldung einbauen		1 2	
Infrastruktur vor Ort	Fahrradfahrer durch ein Leitsystem direkt zu den Fahrradabstellplätzen führen	1 2	

Veranstaltungsort und Unterbringung



Veranstaltungsorte und **Unterbringung** der Teilnehmenden sind nicht nur nach Kosten- und Leistungsaspekten, sondern auch nach sozialen und ökologischen Kriterien zu beurteilen. Es gibt für Hotels und Veranstaltungsorte entsprechende Zertifizierungen, die die Bewertung der Räumlichkeiten erleichtern. Darüber hinaus zeigen Infor-

mationen der Anbieter zum eigenen internen Nachhaltigkeitsmanagement oft deren Bereitschaft und Fähigkeit zur Umsetzung nachhaltigkeitsorientierter Maßnahmen.

Veranstaltungsort und Unterbringung			
Thema	Maßnahme	Priorität	Bemerkungen
Vermeidung von Verkehr	Veranstaltungsort und Unterbringung möglichst in unmittelbarer Nähe zueinander wählen	1 2	
	Gute Anbindung an ÖPNV	1 2	
Vermeidung von Übernachtungen	Keine oder so wenig Übernachtungen wie möglich	1 2	
Auswahl Veranstaltungsort, Hotel	Nutzung von nachhaltig zertifizierten Hotels und Veranstaltungsorten (EMAS-Zertifizierung, Green Certified, Europäisches Umweltkennzeichen u.v.m.)	1 2	
	Wenn keine Zertifizierung oder ähnliches vorhanden, dann Maßnahmenpläne für die einzelnen Handlungsfelder erstellen	1 2	
	Barrierefreiheit von Veranstaltungsort und Unterbringung	1 2	
Veranstaltungsort	Entfaltungs- und Erholungsmöglichkeiten für Pausen und nach der Tagesveranstaltung	1 2	
	Veranstaltungsräume mit ausreichend Tageslicht	1 2	
	Ausstattung Location (möglichst wenig Zulieferung von Mobiliar etc.)	1 2	
	Vielzahl und Varietät an Sitzplatzmöglichkeiten	1 2	
	Vielzahl und Varietät an Waschräumen, bspw. Geschlechtertrennung, barrierefreies WC	1 2	
Hotel	Verzicht auf Minibar	1 2	
Regionale Besonderheiten	Je nach Veranstaltungsort Entwicklung eines regional- und themenspezifischen Konzepts	1 2	
	Bewerbung regionaler Spezialitäten	1 2	
	Präsentation des regionalen kulturellen Angebotes	1 2	

Nachhaltige Beschaffung

Bei der Beschaffung von Konferenzmaterialien, Dekoration oder weiteren Produkten sowie der Auswahl von Dienstleistern sind ebenfalls Umwelt- und Sozialkriterien zu berücksichtigen. Insbesondere Konferenzmaterialien sind ein einfacher und effizienter Ansatzpunkt, um ein Zeichen für die Nachhaltigkeit der Veranstaltung zu setzen. Auch die Dekoration kann die Thematik der Veranstaltung unterstützen oder kulturelle Besonderheiten der Region widerspiegeln und damit ein Bewusstsein unter den Teilnehmenden schaffen. Bei der Auswahl der Produkte ist

stets auf die Vergaberichtlinien des Bundes zu achten und Nachhaltigkeitsaspekte sind als Mindest- oder Zuschlagskriterien in Ausschreibungen mit aufzunehmen. Hilfestellung zur nachhaltigen Beschaffung liefert auch der **Bericht Nachhaltige Beschaffung** sowie der **Kompass Nachhaltigkeit**. Wenn Sie die Dienstleistungen nicht direkt auswählen, sondern über den Anbieter der Räumlichkeiten beziehen, fragen Sie diesen nach Nachhaltigkeitsmaßnahmen seiner Dienstleistungsanbieter.



Nachhaltige Beschaffung			
Thema	Maßnahme	Priorität	Bemerkungen
Umweltfreundliche Beschaffung	Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen, die die Kriterien des Umweltzeichens „Blauer Engel“ oder des Europäischen Umweltzeichens erfüllen	1 2	
	Bei der Auswahl der Anbieter Kompetenzen zum umweltorientierten Management berücksichtigen	1 2	
Konferenzmaterialien	Vermeidung von Papier, Druck und postalischem Versand	1 2	
	Wenn notwendig Nutzung von 100% Recycling-Papier (Blauer Engel oder Äquivalent) oder Papier aus zertifizierter Quelle (FSC) in schwarz/weiß und doppelseitigem Druck	1 2	
	Verzicht auf Give-Aways	1 2	
	Wiederverwendbarkeit aller Produkte	1 2	
	Bezug regionaler, lokaler und saisonaler Produkte	1 2	
	Verwendung umweltfreundlicher und/oder biologisch abbaubarer (Reinigungs-) Produkte, idealerweise mit Produktlabel	1 2	
	Upcycling ³ von Produkten	1 2	
Dienstleistungen	Mindest- oder Zuschlagskriterien in Terms of Reference (TOR) aufnehmen	1 2	
	Kurze Anfahrtswege der Dienstleister bzw. Nutzung emissionsarmer Transportmittel	1 2	
Dekoration	Berücksichtigung von kulturellen Besonderheiten bei der Dekoration	1 2	
	Blumenschmuck aus der Region, saisonal und unter Berücksichtigung von Sozialstandards	1 2	

³ Upcycling bedeutet bspw. die Lebenserwartung eines Banners durch die Wiederverwertung als Tasche oder durch eine Spende zu verlängern.

Catering



Ein gelungenes Catering ist ein Qualitätsmerkmal jeder Veranstaltung. Auch hier lassen sich nachhaltige Akzente setzen, bspw. durch Lebensmittel regionaler und saisonaler Herkunft oder ein ausgewogenes Angebot an vegetari-

schen und veganen Speisen. Nicht überall sind biologisch zertifizierte und fair gehandelte Produkte zu beziehen, gleichwohl wächst das Angebot und nicht selten haben sich kleine lokale Anbieter auf diese Nische spezialisiert.

Catering			
Thema	Maßnahme	Priorität	Bemerkungen
Produktauswahl	Bedarfsgerechte Mengen von Speisen – No-Show Rate beachten	1 2	
	Caterer nach seinem sog. Sicherheitszuschlag ⁴ befragen, um Speisereste zu vermeiden	1 2	
	Einsatz von Frischware	1 2	
	Regionale, lokale und saisonale Lebensmittel aus biologischem und fairem Handel	1 2	
	Einsatz zertifizierter Produkte (Bio, MSC, Fair-Trade etc.)	1 2	
	Verzicht auf kleine Portions- und Verpackungseinheiten (z.B. Zucker, Milch etc.) sowie Einwegverpackungen	1 2	
	Catering	Es wird immer mindestens eine vegetarische Alternative angeboten. Das Angebot von Fisch und Fleisch wird reduziert	1 2
	Ausgewogenes Angebot an Speisen und Getränken im sozio-kulturellen Kontext, z.B. halal oder vegan	1 2	
	Bei der Wahl der Cateringpartner auf die Einhaltung der Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) achten	1 2	
	Konzept zum Umgang mit übriggebliebenen Speisen, bspw. Verwendung von Beste-Reste-Boxen	1 2	
	Genügend Kaffee- und Snackpause zur Erholung, eher leichte Snacks wie bspw. saisonales Obst in den Pausen	1 2	
Trinkwasser während der Veranstaltung	Bereitstellung von Leitungswasser in Karaffen oder Wasserspendern	1 2	
	Getränke ausschließlich in Glasflaschen	1 2	

⁴ Caterer berücksichtigen bei den Kalkulationen i.d.R. 30% mehr Speisen als angekündigte Gäste.

Energie und Klima

Das Handlungsfeld „Energie und Klima“ spielt eine entscheidende Rolle als übergeordnetes Thema zum Beispiel bei der Mobilität der Teilnehmenden und der Auswahl der Konferenzgebäude und Hotels am Veranstaltungsort. Die eigenständige Behandlung soll die umweltpolitische Bedeutung des Themas unterstreichen und den Blick der

Organisatoren hierauf schärfen. Klimabeeinflussende Energieverbräuche entstehen bei der An- und Abreise der Teilnehmenden, bei der Mobilität vor Ort, beim Heizen, beim Kühlen, bei der Beleuchtung der Konferenzgebäude sowie dem Einsatz von Konferenztechnik.



Energie und Klima			
Thema	Maßnahme	Priorität	Bemerkungen
Gebäude, Energieverbrauch	Auswahl von Konferenzgebäuden und Hotels unter Berücksichtigung von Energieversorgung und Energieverbrauch, hilfreich ist hierbei die Orientierung an einer EMAS-Registrierung	1 2	
	Energieoptimierte Klima- und Heiztechnik (Empfehlung BMUB/UBA: Konferenzräume nicht über 20°C heizen und nicht mehr als 6°C unter der Außentemperatur kühlen); Temperaturabsenkung in ungenutzten Räumen	1 2	
Elektrischer Strom	Bezug von Strom aus erneuerbaren Quellen, z.B. Ökostromanbieter, wenn nicht möglich bspw. Ausgleich durch RECS Zertifikate ⁵	1 2	
Geräte	Einsatz von energieeffizienten Geräten	1 2	
	Einsatz von Geräten, die die Kriterien des Umweltzeichens „Blauer Engel“ erfüllen	1 2	
	Geräte, die bspw. während der Pause nicht genutzt werden in den Energiesparmodus schalten oder ganz ausschalten	1 2	
Klimaneutrale Veranstaltungen	Berechnung der veranstaltungsbedingten CO ₂ -Emissionen ⁶	1 2	
	Veranstaltungsdaten unter Einbezug von Teilnehmenden ermitteln, bspw. im Rahmen des Teilnehmendenmanagements oder während der Veranstaltung	1 2	
	Ausgleich der nicht vermeidbaren Treibhausgasemissionen durch den Veranstalter oder durch die Teilnehmenden	1 2	
	Sensibilisierung der Teilnehmenden bspw. durch den Einsatz von Hinweisschildern	1 2	

⁵ Renewable Energy Certificate System

⁶ Für die Berechnung gibt es zahlreiche Anbieter. Beispiele dazu werden unter dem Punkt „Instrumente“ in den weiterführenden Links aufgeführt.

Abfallmanagement



In diesem Handlungsfeld geht es einerseits darum, die Entstehung von Abfall zu vermeiden oder zu vermindern, und andererseits um eine effiziente Mülltrennung. Das

betrifft nicht nur den Konferenzort (Bewirtung, Konferenzmaterialien), sondern ebenso das Hotel und die Vorbereitungsphase (Versand von Handouts/Tagungsunterlagen).

Abfallmanagement			
Thema	Maßnahme	Priorität	Bemerkungen
Bewirtung vor Ort	Auf Klein- und Einwegverpackungen verzichten, insbesondere bei Milch, Zucker, Teebeuteln etc.	1 2	
	Mehrweggeschirr, Mehrwegbesteck und Gläser verwenden	1 2	
	Verteilung von übrig gebliebenen Speisen an gemeinnützige Organisationen oder Verwendung von Beste-Reste-Boxen	1 2	
Verpackungsmaterial am Konferenzort	Verpackungen minimieren, z.B. durch den Einsatz von Mehrweg	1 2	
Abfalltrennung- und -entsorgung	Rücknahme von Verpackungen durch Lieferanten einfordern	1 2	
	Materialien nach Wiederverwendbarkeit auswählen	1 2	
	Ordnungsgemäße und umweltgerechte Entsorgung von Abfällen sicherstellen	1 2	
	Abfallinseln für getrennte Abfallsammlung aufstellen	1 2	
	Getrennte Sammlung von Küchenabfällen	1 2	
Wasserverbrauch	Hinweise für Teilnehmende bspw. zum Wassersparen in Waschräumen	1 2	
	Wassermanagement oder Maßnahmen zur Reduktion des Leitungswasserverbrauchs, bspw. Regenwassernutzung, Wasserspararmaturen	1 2	

MESSBARKEIT

Wie messe ich den Erfolg des Ansatzes? – Eine qualitative und quantitative Wirkungsmessung bei nachhaltigen Veranstaltungen.

Welchen Mehrwert hat eine Veranstaltung, wenn sie Nachhaltigkeitsstandards erfüllt?

Diese Frage hat mehrere Facetten: Zum einen zeigt sich der Veranstalter – hier die GIZ – als Unternehmen, dessen Kerngeschäft die Nachhaltigkeit ist und welches dieses Thema ernst nimmt und messbar einsetzt. Zum anderen lassen sich durch nachhaltige Veranstaltungen nachweisbar CO₂-Emissionen einsparen. Und schließlich helfen solche Veranstaltungen dabei, Auftraggeber und Gäste für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.

Wie lässt sich dies prüfen? Zum einen durch harte, leicht messbare (quantitative) Faktoren. Dazu gehört z.B. der CO₂-Ausstoß, der sich mithilfe eines CO₂-Rechners ermitteln lässt. Wichtig sind aber auch weiche Faktoren, die sich nicht direkt quantifizieren lassen. Ein Faktor ist dabei bspw. die Bewertung der Gäste und Auftraggeber, die durch einen Feedbackbogen nach dem Event ermittelt werden kann.

Am Ende der Veranstaltung sollten eine Bilanz und eine Kurzdokumentation zu den tatsächlich eingesparten Ressourcen erstellt und kommuniziert werden. Dadurch können der Auftraggeber und die Teilnehmenden zusätzlich sensibilisiert und motiviert werden. Bei kleineren Veranstaltungen ist es ausreichend, wenige wesentliche Aspekte festzuhalten.

Durch Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement lässt sich in jedem Fall ein Mehrwert erzielen – unabhängig davon, ob Nachhaltigkeit messbar ist. Die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen trägt zur Glaubwürdigkeit des Unternehmens bei.

Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement bildet ein Ziel in unserem Umweltprogramm 2016-2020: Wir fördern Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement im Unternehmen und orientieren uns bei der Umsetzung an internationalen Standards

WEITERFÜHRENDE LINKS

Weiterführende Links zum Nachhaltigen Veranstaltungsmanagement

Leitfaden und Orientierungen

Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit)

Leitfaden zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Catering (Umwelt Bundesamt)

Kompass Nachhaltige Beschaffung

Siegelklarheit für einen nachhaltigen Einkauf

Ramp-up.me: Barrierefreie Veranstaltungen planen

Zugut fuer dietonne

No-Show Rate

Zertifizierung und Standards

Eco-Management Audit Scheme (EMAS)

Fair Trade Tourism

Fair Trade Products

Global Compact

Global Reporting Initiative

International Labour Organization/Labour Standards

Instrumente

Online CO₂-Rechner der Energieagentur NRW

myclimate Eventrechner

Green-Score-Card

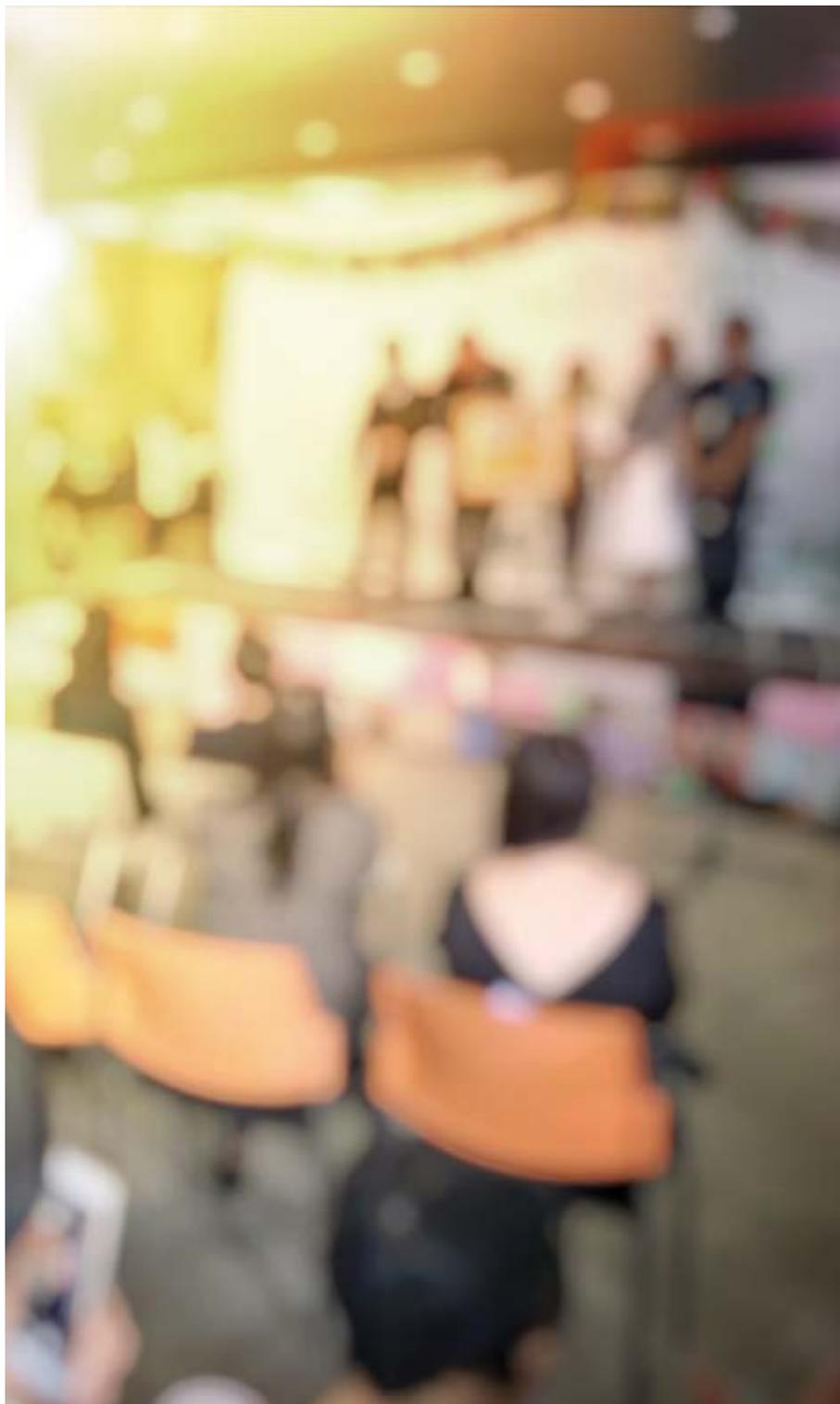
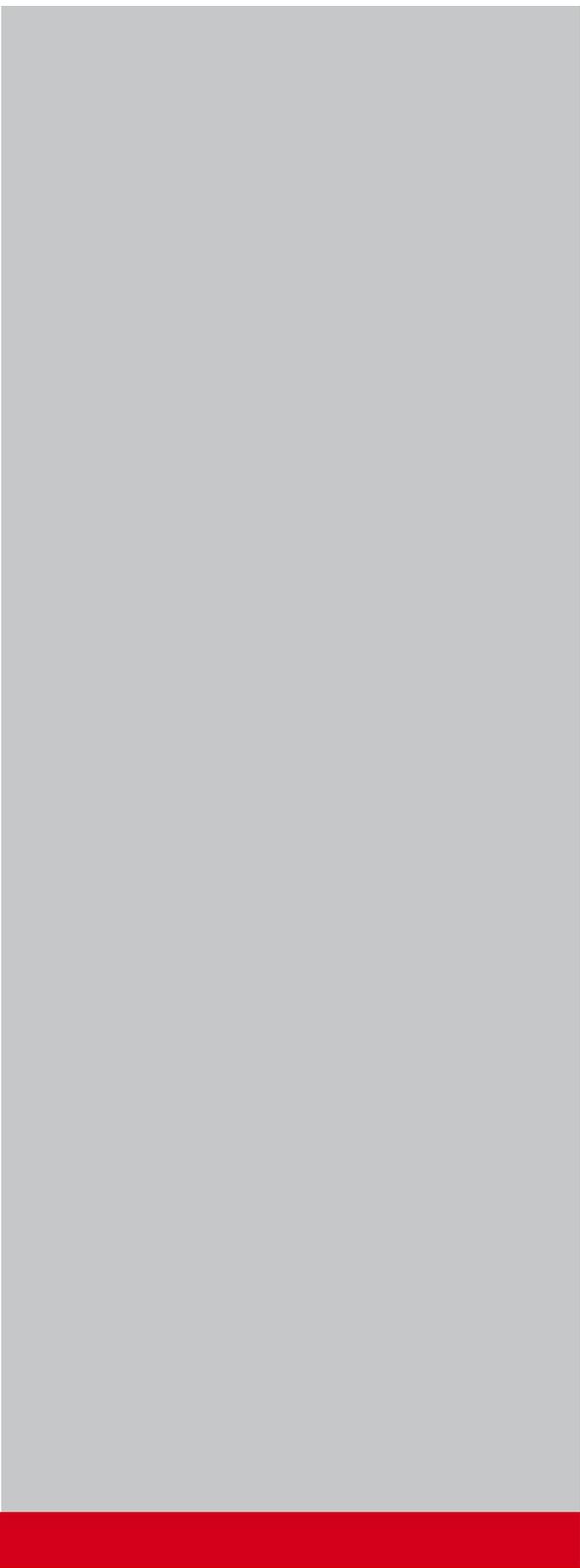
Tools aus der Außenstruktur

Digitale Litfaßsäulen

Beispiele für nachhaltige Veranstaltungen

Good Practice: Stakeholder-Tag 2016

Jahreskonferenz des Rates für Nachhaltige Entwicklung



Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sitz der Gesellschaft
Bonn und Eschborn

Friedrich-Ebert-Allee 36 + 40	Dag-Hammarskjöld-Weg 1 - 5
53113 Bonn	65760 Eschborn
T +49 228 4460-0	T +49 6196 79-0
F +49 228 4460-1766	F +49 6196 79-1115

E info@giz.de
I www.giz.de