



CHECKLISTE

NACHHALTIG VERANSTALTEN

in der Wattenmeer-Region

Koordiniert durch die Nationalparkverwaltung
Niedersächsisches Wattenmeer

Nationalpark
Wattenmeer



NIEDERSACHSEN



WADDEN-AGENDA
WATTEN-AGENDA

UNITED FOR



WADDEN SEA
WORLD HERITAGE

INTERREG
Deutschland
Niederland



Europäische Union
Europese Unie



WATTEN-AGENDA 2.0

EINLEITUNG

Diese Checkliste ist eine Hilfestellung für umweltfreundlichere, nachhaltigere Veranstaltungen. Sie wurde gemeinsam mit Tourismusorganisationen, Veranstalter:innen, Öffentlichen Einrichtungen und Naturführer:innen für die Wattenmeer-Region entwickelt. Jede:r kann im Kleinen anfangen, Veranstaltungen nachhaltiger zu gestalten – jeder Schritt zählt.

Nachhaltigkeit betrifft alle Bereiche unseres Lebens und Wirtschaftens und ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Ziel ist eine Gesellschaft, die ökologisch verträglich, sozial gerecht und wirtschaftlich leistungsfähig ist, damit wir lang-

fristig gut leben können und dies auch Menschen in anderen Regionen der Erde und zukünftigen Generationen ermöglichen. Bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen wird immer ein ökologischer und gesellschaftlicher Fußabdruck erzeugt. Gleichzeitig bieten sie die Gelegenheit, Nachhaltigkeit in all ihren Dimensionen für eine breite Masse erlebbar zu machen. Die Checkliste setzt den Fokus auf die ökologische Nachhaltigkeit, da eine intakte Umwelt die Lebensgrundlage und somit das Fundament aller anderen Dimensionen unserer Gesellschaft darstellt.



GERINGER AUFWAND, HOHER NUTZEN

Checkpunkte, die mit einem Apfel gekennzeichnet und mit einer farblich hinterlegten Fläche hervorgehoben sind, bewirken viel und kosten wenig. Wenn diese Punkte umgesetzt werden,

ist eine tolle Grundlage für eine nachhaltige Veranstaltungsorganisation und -durchführung geschaffen.

EXKURSE

Der Pfeil verweist auf den Anhang. Dort sind zu jedem Handlungsfeld Exkurse aufgeführt, kurze Texte, in denen einzelne Themen erläutert werden. Verweise auf Internetseiten geben Möglichkeiten zur weiteren Information.

Nur Mut! Kleinvieh macht auch Mist. Lass' dich inspirieren und inspiriere deine Besucher:innen.





INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	2	5 MOBILITÄT	11
GERINGER AUFWAND, HOHER NUTZEN	2	ANREISE VON BESUCHER:INNEN, KÜNSTLER:INNEN UND TEAM	11
EXKURSE	2	WARENTRANSPORT	12
1 NACHHALTIGES MANAGEMENT	4	6 ENERGIE	13
ALLGEMEIN	4	ALLGEMEIN	13
UMWELTSTATISTIK & KLIMAFUSSABDRUCK	4	7 ESSEN & GETRÄNKE	15
WIRTSCHAFTLICHKEIT	5	ALLGEMEIN	15
TEAM	5	8 WERTSTOFFE	17
2 NACHHALTIGE KOMMUNIKATION	6	ALLGEMEIN	17
ALLGEMEIN	6	9 WASSER	19
INTERN	6	ALLGEMEIN	19
EXTERN	6	TRINKWASSER	19
3 VERANSTALTUNGSORT	7	GRAUWASSER	19
ALLGEMEIN	7	SCHWARZWASSER	19
FESTE BAUTEN	7	10 SOZIALES BEWUSSTSEIN & BETEILIGUNG	20
FREIFLÄCHE	8	ALLGEMEIN	20
4 NACHHALTIGER EINKAUF	9	EXKURSE	21
ALLGEMEIN	9	IMPRESSUM	24
GIVE-AWAYS UND REQUISITEN FÜR DIE VERANSTALTUNG	10		
STANDORTGESTALTUNG UND -DEKORATION	10		

Damit die Checkliste ein lebendiges Format bleibt, sind wir auf deine Rückmeldung angewiesen: Was ist besonders hilfreich für dich? Was kannst du nicht gebrauchen? Was fehlt dir? Sind deiner Meinung nach Kurzversionen der Liste für kleinere Veranstaltungen erforderlich? Rückmeldungen bitte an:
katrin.kirfel@nlpv-wattenmeer.niedersachsen.de

Nachhaltiges MANAGEMENT

Nachhaltige Konzepte und Instrumente in die Strukturen der Organisation zu integrieren, macht sie zukunftsfähig. Natürliche und personelle Ressourcen zu schützen und zu fördern, ist die Grundlage für Langfristigkeit. Elemente eines umfassenden Nachhaltig-

keitsmanagements sind Umweltmanagement und Qualitätsmanagement, Risikomanagement und die Wahrnehmung von Anliegen der Mitarbeiter:innen. Das Thema „Nachhaltiges Büro“ ist nicht Teil dieser Checkliste.

ERLEDIGT IN PLANUNG



ALLGEMEIN

- 1.1 Es gibt ein schriftliches Selbstverständnis, ein Leitbild oder eine Strategie für mehr Nachhaltigkeit.
- 1.2 Die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie wird regelmäßig ausgewertet.
- 1.3 Nachhaltigkeitsbelange werden in die gesamte Organisation und alle Projekte integriert.
- 1.4 Eine oder mehrere Personen im Team sind verantwortlich für Nachhaltigkeit (Nachhaltigkeitsbeauftragte:r).
- 1.5 Die Organisation ist nach einem Umwelt- oder Nachhaltigkeitsmanagementsystem zertifiziert.
- 1.6 Die Organisation arbeitet transparent im Hinblick auf Nachhaltigkeitsziele, -fortschritte und -projekte.

UMWELTSTATISTIK & KLIMAFUSSABDRUCK

Die Erhebung eines Klima- oder Ressourcenfußabdrucks unterstützt dabei, passende Umweltstrategien zu erarbeiten und umzusetzen. Verbrauchsdaten und entstandene Emissionen zu erheben hilft, große Einsparungspotenziale zu erkennen und zielgerichtet zu handeln.

- 1.7 **Eine Umwelt- und Klimastrategie liegt vor.**
Die Umwelt- und Klimastrategie beinhaltet Aspekte wie klare Ziele, Aktionspläne und Reduktionsziele.
- 1.8 **Die Klimastrategie wird regelmäßig ausgewertet. Der direkte und indirekte Klimafußabdruck wird ermittelt.**
 - Direkte Emissionen – auch SCOPE 1 Emissionen genannt – sind Emissionen, die durch unsere eigenen Aktivitäten entstehen. Dazu gehören z.B. Transportfahrten oder Stromaggregate.
 - Indirekte Emissionen – SCOPE 2 und SCOPE 3 – sind solche, die durch andere zu einem früheren Zeitpunkt entstanden sind, aber dennoch unserer Aktivität zuzuordnen sind:
SCOPE 2: Emissionen, die bei der Erzeugung von Strom angefallen sind, den wir beziehen
SCOPE 3: alle anderen Emissionen, z.B. bei der Erzeugung des Essens, Transportfahrten von Dienstleistenden, Flugreisen von Künstler:innen
- 1.9 **Die Umweltstrategie wird regelmäßig ausgewertet. Wo nötig, werden Anpassungen vorgenommen.**
Das beinhaltet z.B. lokale Emissionen messen (z.B. Ausstoß giftiger Stickoxide).
- 1.10 **Der Verbrauch von Energie, Wasser und Materialströmen wird gemessen.**
Das beinhaltet z.B. Wasser, Elektrizität, Wärme, Papier und Abfall.
Verbrauchsdaten können auf Personenzahl und Veranstaltungstage gerechnet werden. Dadurch werden die Zahlen aussagekräftiger und ermöglichen Vergleiche zu Vor- und Folgejahren.



Nachhaltig, fair, regional: Nationalpark-Partner Joke Pouliart und sein Wattwanderzentrum Ostfriesland in Harlesiel.

INFOBOX

Es gibt viele Möglichkeiten, den Treibhausgasausstoß zu reduzieren, ohne auf etwas zu verzichten. Schon kleine Schritte zählen: regionale Produkte und Dienstleistungen einkaufen, öfter mit dem Fahrrad fahren oder auf Ökostrom umsteigen. Wer z.B. auf eine Flugreise nicht verzichtet, kann die verursachten Emissionen ausgleichen. Grundsätzlich gilt: erst vermeiden

und reduzieren, dann kompensieren. Klima-relevante Emissionen können durch finanzielle Unterstützung von internationalen und nationalen Klimaprojekten ausgeglichen werden, z.B. Energieprojekte, landwirtschaftliche Projekte, Aufforstungen und (Moor-/Salzwiesen-) Renaturierungen und Walderhalt.

siehe Exkurse

1.11 Verbleibende, nicht vermeidbare klimarelevante Emissionen werden kompensiert.

Emissionen können durch finanzielle Unterstützung von Klimaprojekten ausgeglichen werden. Dafür gibt es viele Anbieter und neben Projekten weltweit auch die Möglichkeit, Projekte in der Region zu unterstützen. Die Projekte sollten möglichst durch den Gold Standard oder eine anerkannte Prüforganisation auf ihre Wirkung überprüft worden sein. Eine weitere Möglichkeit ist es, ein eigenes Kompensationsprojekt durchzuführen, z.B. durch das Pflanzen von Bäumen oder die Renaturierung von Salzwiesen. Dabei sollten Expert:innen einbezogen werden, die berechnen, wie viele Emissionen dadurch über welchen Zeitraum ausgeglichen werden können. Junge, schnell wachsende Bäume binden besonders viel Kohlendioxid. Eine vielfältige, alte Baumgemeinschaft produziert viel Humus und bindet dadurch CO₂. Das Gleiche gilt für naturnahe regelmäßig überflutete Salzwiesen.



Vordeichöffnung zur Salzwiesenrenaturierung am Langwarder Groden.

WIRTSCHAFTLICHKEIT

Wirtschaftlichkeit und ökologische wie soziale Nachhaltigkeit sind kein Widerspruch. Ganz im Gegenteil, denn nachhaltiges Wirtschaften stellt sogar einen Wettbewerbsvorteil dar. Insbesondere im Bereich Ressourceneffizienz, Energieeinsparung und Emissionsreduzierung lässt sich Geld sparen – das haben auch schon viele größere Unternehmen erkannt. Auch das Image eines Unternehmens und einer Veranstaltung profitiert von nachhaltiger Ausrichtung – denn Nachhaltigkeit ist mittlerweile kein Nischenthema mehr, sondern in der breiten Gesellschaft angekommen. Doch der Anspruch von dauerhaftem Wirtschaftswachstum, steigender Kosteneffizienz und mehr Nachhaltigkeit ist nicht immer unter einen Hut zu bringen – einige Konsumartikel, z. B. Lebensmittel, sind teurer, wenn ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt und im Preis enthalten sind.

1.12 Kosten und Nutzen von Nachhaltigkeitsmaßnahmen sind transparent.

Oft haben sich höhere Anschaffungskosten für nachhaltige Produkte schon nach kurzer Zeit ausgeglichen. Betrachtet man die Gesamtkosten während der Nutzungsdauer lässt sich langfristig Geld sparen. Ein Beispiel ist die LED-Beleuchtung. Eine LED-Lampe kostet zwar etwa 14x so viel wie eine Glühlampe, hat im Gegenzug aber eine 50 – 100x längere Lebensdauer und verbraucht bei gleicher Lichtstärke nur ein Fünftel des Stroms. Bei einer Brenndauer von 5 Stunden am Tag hat sich die deutlich teurere Anschaffung nach 8 Monaten ausgezahlt.

1.13 Es gibt ein Budget für Nachhaltigkeit.

1.14 Fördermittel werden eingesetzt, um kostenintensive Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu ermöglichen.

Es gibt zahlreiche Fördertöpfe:

- Bundesmittel
- Landesbehörden und Kommunen
- Stiftungen

1.15 Kluge finanzielle Anreize fördern nachhaltiges Handeln.

Das beinhaltet z.B.:

- Interne Bepreisung von CO₂
- Zuschüsse für Personen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln/ dem Fahrrad anreisen.
- Keine Fahrtkostenübernahme für Anreisen mit fossil betriebenen Pkw.

TEAM

1.16 Das Team wird bei der Festlegung von Nachhaltigkeitszielen und -planungen einbezogen.

1.17 Das Team hat Zugang zu Trainings und Weiterbildungen zu Nachhaltigkeitsthemen.



Die Salzwiese kommt zurück: Wandersteg durch die sich entwickelnde Salzwiese im geöffneten Sommerpolder des Langwarder Grodens.

Nachhaltige **KOMMUNIKATION**

Die interne und externe Kommunikation über Nachhaltigkeit ist von größter Bedeutung. Die interne Kommunikation mit dem Team, mit Partner:innen und mit Lieferant:innen schafft Unterstützung und Verständnis, sodass Maßnahmen und Projekte von den verschiedenen beteiligten Parteien stärker unterstützt werden können. Die

externe Kommunikation von Zielen, Plänen, Maßnahmen und Fortschritten an die Öffentlichkeit und die Gesellschaft kann die notwendige Unterstützung und Akzeptanz fördern und der Organisation wichtige Rückmeldungen bringen. Es geht darum, zu informieren, zu inspirieren und zu aktivieren. Tue Gutes und rede darüber!

ERLEDIGT

IN
PLANUNG



ALLGEMEIN

- 2.1 Die Nachhaltigkeitsziele, -maßnahmen und -erfolge werden deutlich intern und extern kommuniziert.
 - Interne Kommunikation: Partner:innen, Lieferant:innen usw.
 - Externe Kommunikation: öffentlich, an die Gesellschaft gerichtet, z. B. Anwohner:innen, Besucher:innen, Medien
- 2.2 Alle Partner:innen, Besucher:innen und Anwohner:innen erhalten die Möglichkeit, Feedback zu geben und Vorschläge einzubringen für Ziele, Maßnahmen und Erfolge.
- 2.3 Erfolge und Herausforderungen werden nach der Veranstaltung intern und extern kommuniziert.

INTERN

- 2.4 Das Team wird regelmäßig über Fortschritte informiert.
- 2.5 Partner:innen und Dienstleistende werden deutlich über Ziele, Maßnahmen und Erfolge informiert.

EXTERN

- 2.6 Die Nachhaltigkeitsziele, -maßnahmen und -erfolge werden an die Besucher:innen vor, während und nach der Veranstaltung kommuniziert.

Das beinhaltet:

 - Klare und einheitliche Erklärungen und Beschilderungen
 - Führungen „hinter die Kulissen“
 - Infotainment, z. B. eine Bühne, die mit Fahrradstrom betrieben wird
 - Anzeigen des Ressourcenverbrauchs und von Einsparungserfolgen
 - Workshops zu Nachhaltigkeitsthemen
 - Informationen zu den Handlungsfolgen für Klima und Umwelt, z. B. Zigarettenkippen
 - Infografiken, z. B. zum Wasserkreislauf
- 2.7 Den Besucher:innen werden klare Informationen zu klimafreundlichen An- und Abreisemöglichkeiten und Kompensationsmöglichkeiten bereitgestellt.
- 2.8 Den Besucher:innen werden klare Informationen zu eingesetztem Material und zum Abfallkonzept bereitgestellt.
- 2.9 [Insbesondere bei Veranstaltungen im Freien:] Es werden Informationen über das lokale Ökosystem bereitgestellt.

INFOBOX

So wie es wichtig ist, das Team einzubeziehen, haben auch Besucher:innen, Partner:innen, Dienstleister:innen und Anwohner:innen eigene Ideen und Meinungen zu nachhaltigen Veranstaltungen. Z. B. kann es passieren, dass man als Veranstalter:in viel Energie in die Einrichtung einer Mehrweg-Spülstation steckt und darüber hinaus völlig vergisst, Schilder aufzuhängen, wie man die Spülstation findet und das Pfandsystem funktioniert. Mit Menschen sprechen kostet Zeit: Gestaltet euch das Einholen von Feedback mit den passenden Methoden stressfrei.

siehe Exkurse

Rundgang entlang der Nachhaltigkeitsprojekte beim „Into the Great Wide Open“



VERANSTALTUNGSPORT

Die Wahl des Ortes hat häufig einen großen Einfluss auf den Ressourcen-Fußabdruck einer Veranstaltung. Herausforderungen sind die Erreichbarkeit der Beteiligten und das Vorhandensein von Einrichtungen am

Standort, z.B. Netzstrom, Toiletten oder Abwasseranschluss. Die Wahl eines entsprechenden Standorts kann die CO₂-Emissionen durch Lieferverkehr, Anreise und Energieverbrauch erheblich reduzieren.

ERLEDIGT

IN
PLANUNG



ALLGEMEIN

3.1 Nachhaltigkeitsaspekte werden bei der Auswahl des Veranstaltungsorts berücksichtigt.

Das beinhaltet z.B.:

- Gute Erreichbarkeit
- Vorhandene Leitungssysteme

3.2 Der Veranstaltungsort liegt räumlich möglichst nah an der erwarteten Zielgruppe.

Publikumsreisebewegungen machen in der Regel zwischen 40 % und 85 % des CO₂-Fußabdrucks einer Veranstaltung aus. Durch eine entsprechende Standortwahl können die Emissionen auf nahezu 0% reduziert werden, wenn die Anreise zu Fuß, mit dem Fahrrad oder (elektrischen) öffentlichen Verkehrsmitteln erfolgt.

3.3 Der Veranstaltungsort liegt räumlich möglichst nah an den Dienstleistenden.

Zulieferbetriebe kommen häufig – insbesondere für längere Strecken – mit dieselbetriebenen Lkw. Wenn die Transportentfernung aufgrund des günstig gelegenen Standorts kurz wird, können diese CO₂-Emissionen enorm reduziert werden. Darüber hinaus ist der Einsatz von HVO-UCO Kraftstoff (Biodiesel aus gebrauchtem Speiseöl – HVO: Hydrogenated Vegetable Oil, UCO: Implications of Imported Used Cooking Oil), Tallöl oder sogar Elektrofahrzeugen möglich.

3.4 Der Veranstaltungsort kann auf eine umweltschonende Weise mit Elektrizität versorgt werden.

FESTE BAUTEN

3.5 Der Veranstaltungsort verfolgt Maßnahmen und Ziele für mehr Nachhaltigkeit.

Das beinhaltet z.B. ein eigenes Nachhaltigkeitskonzept:

- Reduktion von Emissionen
- Kreislauforientierter Umgang mit Rohstoffen
- Keine Verwendung von umweltgefährlichen Stoffen
- Hecken und Blütenstreifen mit einheimischen, regionalen Arten
- Zielgerichtete Mahd
- Hängende Nistkästen

3.6 Der Veranstaltungsort nutzt zertifizierten Ökostrom.

100% Ökostromanbieter bieten ausschließlich Ökostrom an und sind unabhängig von den Kohle- und Atomkonzernen.



Besuchern des „Into the Great Wide Open“ wird die Abbildung der Kreissysteme gezeigt.

Der ideale klimafreundliche Veranstaltungsstandort ist bequem mit klimaneutral betriebenen (öffentlichen) Verkehrsmitteln zu erreichen und zu 100% durch Ökostrom aus vorhandenen Leitungssystemen versorgt. Eine Vision, die von der heutigen Realität der infrastrukturellen Möglichkeiten in vielen Gegenden des Landes noch weit entfernt ist. Unterstützt diese Vision und versucht, eine klimafreundliche Anfahrt und Energieversorgung der Veranstaltung so gut es geht zu fördern.

siehe Exkurse

3.7 Der Veranstaltungsort ist zertifiziert nach einem Umweltmanagementsystem.

Umweltmanagementsysteme werden von Unternehmen eingesetzt, die sicherstellen möchten, dass sich das eigene Unternehmen stetig in seiner Umweltverträglichkeit verbessert. Wenn Unternehmen sich z.B. nach dem europäischen Umweltmanagementsystem EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) zertifizieren lassen, dann sind sie verpflichtet, bestimmte Umweltkennzahlen zu erheben und dafür zu sorgen, schädliche Umweltauswirkungen zu reduzieren.

FREIFLÄCHE

3.8 Lokale Umweltschutzziele und -werte sind bekannt, werden berücksichtigt und unterstützt.

Das beinhaltet z.B.:

- Sensible Ökosysteme
- Gefährdete Tier- und Pflanzenarten
- Artenvielfalt
- Nationale/EU-Naturschutzgebiete
- Lokale Emissionen sowie Ablagerungen und Einleitungen in Boden und Grundwasser

3.9 Flurschäden werden bestmöglich verhindert.

Das beinhaltet z.B.:

- Intelligente Auswahl von Transport-/Arbeitsfahrzeugen
- Keine Grabungen und Löcher, wenn sie nicht unbedingt benötigt werden
- Verbot von Giftstoffen
- Parkplätze nur auf asphaltiertem Gelände
- Schwere Fahrzeuge nur auf asphaltierten Straßen
- Deutliche Markierung der Wege
- Klare Regeln für das eigene Team, Lieferanten und Caterer

3.10 Es gibt ein veranstaltungsspezifisches Schutzkonzept für angrenzende Naturräume.

Das beinhaltet z.B.:

- Schutz der Grasnarbe
- Schutz von Bäumen und wild lebenden Tieren
- Vermeidung von Schäden durch Feuer, Farbe, Urin, Markierungen, Ausstreuerungen (z.B. Konfetti)
- Vermeidung von unnötiger Lichtverschmutzung
- Ausrichtung der Lichtquellen auf den Boden
- Kein Feuerwerk
- Schallschutzmaßnahmen

3.11 Campingbereiche werden umweltfreundlich gestaltet.

Das beinhaltet z.B.:

- Einrichtung einer Grünen Campingzone
- (nur) Mietzelte mit Grundausrüstung
- Miete/Pfandsystem bei Campingausrüstung (Matratzen etc.)
- Wiederverwendung verlassener Campingausrüstung
- Bonus/Belohnung für sortenrein getrennten Abfall
- CO₂-freier Gepäckservice (von zu Hause zum Camping)
- Insektenfreundliche Beleuchtung



Sonnenuntergang im Watt beim „WATT EN SCHLICK FEST“ in Dangast.

Nachhaltiger EINKAUF

Die vielleicht umfassendste Wirkung kann durch einen nachhaltigen Einkauf erfolgen. Jede Entscheidung, wie Veranstalter:innen ihr Geld ausgeben, beeinflusst, welche Art von Unternehmung unterstützt wird. Wenn bei allem, was eingekauft wird, auf Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards geachtet wird, kann ein weitreichender und umfassender Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit geleistet werden.

ERLEDIGT

IN
PLANUNG



ALLGEMEIN

- 4.1 Alle Anschaffungen werden nach der R-Regel getätigt:**

Rethink. Überdenke Dein Konsumverhalten.
Refuse. Leihe, teile oder ertausche ein Produkt, anstatt es zu kaufen.
Reduce. Kaufe bewusst sparsame und fair produzierte Produkte.
Reuse. Verwende und verbrauche Konsumgüter möglichst lange.
Repair. Pflege und repariere Produkte, die Du benutzt.
Recycle. Verwerfe alte Produkte, die Du nicht mehr benötigst oder recycle sie.
- 4.2 Nachhaltigkeit ist ein Hauptaspekt bei der Auswahl von Partner:innen.**

Partner:innen werden meistens ausgewählt, weil sie Geld, Gegenstände, Öffentlichkeit usw. zur Veranstaltung beitragen können. Nachhaltigkeitsaspekte oder -anforderungen könnten sehr gut als Voraussetzung für eine mögliche Partnerschaft verwendet werden.
- 4.3 Nachhaltige Unternehmen werden bevorzugt, wenn Dienstleistungen und Jobs eingekauft werden.**

Das gilt speziell beim Abschluss neuer Verträge und beinhaltet z.B.:

 - Kurze Zugangs- und Transportwege
 - Lokal/regional
 - Möglichkeit zur Rückgabe von Produkten und Verpackungen
 - Externe Umwelt-Zertifizierung
 - Nachhaltigkeitsziele und/oder -strategie
 - Klima- und umweltfreundlicher Fuhrpark
 - Offene und transparente Haltung
 - Nachhaltigkeitsinitiativen und Engagement des Unternehmens
- 4.4 Die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien mit Partner:innen ist vertraglich geregelt oder es sind zumindest Richtlinien vereinbart.**

Das beinhaltet z.B.:

 - Getränke sind in Mehrwegbehältern erhältlich.
 - Ein Abfall-/Ressourcenplan wird angewendet.
 - Materialien (Bodenbelag, Banner, Dekoration usw.) sind umweltfreundlich produziert, wiederverwendbar oder werden zumindest recycelt.
 - Die Lieferketten entsprechen nachhaltigen Standards.
 - Energie und Wasser werden effizient genutzt.
 - Lokale/regionale Dienstleister werden bevorzugt.
 - Antidiskriminierungsregeln werden eingehalten.
 - Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften werden eingehalten.
- 4.5 Es gibt Anreize für nachhaltige Dienstleistende.**

Das beinhaltet z.B.:

 - Finanzielle Vorteile
 - Vorteil bei der Stand-/Zeltplatzwahl
 - Positive Öffentlichkeitsarbeit
 - Mehrjahresverträge
- 4.6 Bei der Miete sowie Anschaffung von Ausrüstung, Zelten, Fahrzeugen und Gegenständen wird Nachhaltigkeit berücksichtigt.**

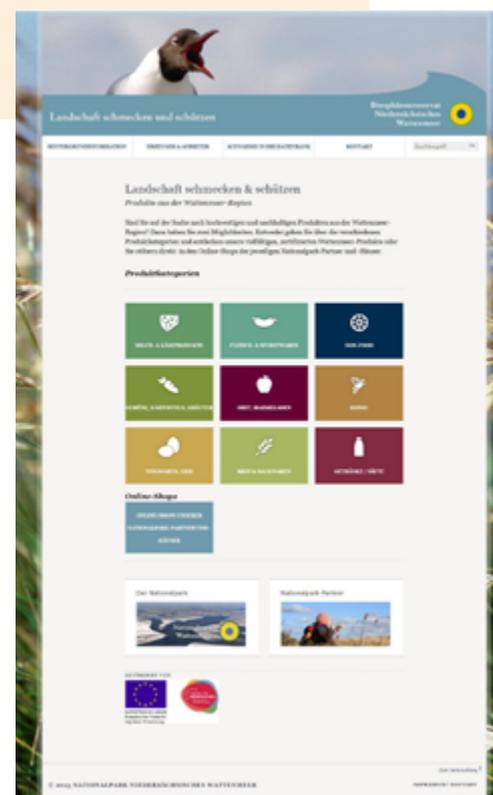
Das beinhaltet z.B.:

 - Energieverbrauch
 - Kreislauffähigkeit (R-Regel)

INFOBOX

Wer nicht weiß, wo ein Produkt herkommt und wie es hergestellt wurde, sollte auf Siegel achten. Siegel helfen, zwischen besseren und schlechten Produkten zu unterscheiden. Allerdings gibt es zu viele Siegel auf dem Markt, die Produkte (und Dienstleistungen) als besonders nachhaltig, umweltfreundlich, sozial oder hochwertig ausweisen. Im Siegeldschungel den Durchblick zu behalten, fällt selbst den Nachhaltigkeitsspezies der ersten Stunde schwer. Die gute Nachricht: Es gibt Internetportale, auf denen Siegel für viele Produktgruppen vorgestellt und bewertet werden.
www.siegelklarheit.de
www.label-online.de
www.utopia.de/siegel

siehe Exkurse



Nachhaltige Produkte aus der Wattenmeer-Region gibt es unter: www.wattenmeerprodukte.de



GIVE-AWAYS UND REQUISITEN FÜR DIE VERANSTALTUNG

4.7 Nachhaltigkeit ist Voraussetzung für Give-Aways und Werbematerial.

Auch hier gilt die R-Regel für Kreislaufwirtschaft. Und für Give-Aways und Werbung gilt in erster Linie das erste R: ist es wirklich notwendig oder kann komplett darauf verzichtet werden? Wenn Werbung eingesetzt wird, sollte Folgendes beachtet werden:

- Produkte, die lange verwendet werden können
- Keine Einwegprodukte
- Nicht (einzeln) in Plastik verpackt
- Aus umweltfreundlichem Material
- Mit einem Qualitätszeichen versehen (Umweltzeichen, Bio-Siegel, Fairtrade-Siegel)
- Lokal/regional produziert
- Verzicht auf spezifische Merkmale, wie eine Jahreszahl, zur Erhöhung der Wiederverwendbarkeit

4.8 Nachhaltigkeit ist Voraussetzung bei Merchandise und T-Shirts.

- Produktion aus öko-fairem und/oder recyceltem Material
- Produktion nach Vorbestellung oder direkt vor Ort

4.9 Nachhaltigkeit ist Voraussetzung für Druckerzeugnisse aller Art (Flyer, Tagungsmappen, Magazine, etc.).

Auch hier gilt die R-Regel für Kreislaufwirtschaft. Für Druckerzeugnisse gilt in erster Linie das erste R: ist ein Druck wirklich notwendig oder kann darauf verzichtet werden? Es gibt Alternativen:

- Kommunikation über digitale Programmhefte/App/E-Mail/Socials
- Digitaler Registrierungsprozess/Ticketing

Wenn gedruckt wird, sollte Folgendes beachtet werden:

- Druck mit minimalem Materialeinsatz (geringe Auflage, kleinformatig, doppelseitig)
- Nutzung von umweltfreundlichem Papier und umweltfreundlicher Tinte (z.B. Umweltzeichen Blauer Engel)
- Beauftragung regionaler Druckereien
- Zeitlose, mehrjährige Gestaltung für möglichst lange Nutzung

4.10 Nachhaltigkeit ist Voraussetzung für die Produktion und Nutzung von Bannern.

Auch hier gilt die R-Regel für Kreislaufwirtschaft. Für Banner gilt vorrangig das erste R: ist es wirklich notwendig oder kann darauf verzichtet werden? Wenn Banner eingesetzt werden, sollte Folgendes beachtet werden:

- Zeitlose, mehrjährige Gestaltung
- Kein PVC und andere Weichmacher, das Banner ist aus toxfreien, nachhaltigen Materialien.
- Wenn eine Wiederverwendung nicht möglich ist, werden Banner recycelt.
- Banner werden sparsam an zentralen Stellen eingesetzt.

STANDORTGESTALTUNG UND -DEKORATION

4.11 Es gibt eine Zusammenarbeit mit Miet- und Tauschanbieter:innen, um Deko- und Ausstattungsmaterialien nicht kaufen zu müssen.

4.12 Bei der Buchung von (Theater-)produktionen wird auf einen möglichst nachhaltigen Umgang mit Requisiten und Bühnendekoration geachtet.

Informationen zum Nachhaltigkeitskonzept oder schriftliche Vereinbarungen sollten klar mit externen Dienstleistern abgestimmt werden.

4.13 Nachhaltigkeit ist Voraussetzung bei der Anschaffung aller Bau- und Dekomaterialien.

Auch hier gilt die R-Regel für Kreislaufwirtschaft. Bei der Anschaffung von Materialien sollte Folgendes beachtet werden:

- Langlebigkeit
- Keine Einwegprodukte (z.B. Schnittblumen, Einweg-Kabelbinder usw.)
- Nicht (einzeln) in Kunststoff verpackt
- Aus umweltfreundlichem Material
- Holz aus zertifiziert nachwachsender Forstwirtschaft
- Nachhaltigkeitsiegel (z.B. Umweltzeichen Blauer Engel)
- Lokal/regional produziert
- Verzicht auf Markenzeichen, um die Wiederverwendbarkeit zu erhöhen



Nationalpark-Partner, Biolandhof Agena-Dreyer beim Biosphären-Markt auf dem Gulhof Friedrichsgröden.

MOBILITÄT

Mobilität ist der Bereich, in dem Veranstaltungen ihren CO₂-Fußabdruck am stärksten reduzieren können. Bei vielen Veranstaltungen macht die Mobilität etwa 40% bis 85% der gesamten Treibhausgasemissionen aus. Gleichzeitig betrachten viele Veranstaltende Mobilität als etwas, das sie nur schwer in den

Griff bekommen können. Der überwiegende Anteil der CO₂-Emissionen durch Mobilität wird verursacht durch die An- und Abreise der Besucher:innen mit eigenen Autos.

ERLEDIGT IN
PLANUNG

5.1 Die Veranstaltungsstätte ist klimafreundlich erreichbar.

Das beinhaltet z. B.:

- Kurze Entfernungen/zentrale Lage in Bezug auf die Besucher:innen
- Gute Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel
- Möglichkeit der Nutzung eines Sammel-Shuttleservices (z. B. zu einem Bahnhof)
- Gute Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Fahrrad (sichere Verkehrssituation, Fahrradparkplätze)
- Sammeltaxis
- Kurze Entfernung zu Übernachtungsmöglichkeiten
- Kurze Transportwege für Lieferanten

INFOBOX

Bei der An- und Abreise von Besucher:innen gibt es großes Potenzial für die Einsparung von CO₂-Emissionen. Hauptverursacher ist der Pkw. Wer gar nicht anreist und stattdessen digital teilnimmt, ist besonders klimafreundlich unterwegs, aber digitale Veranstaltungen können zwischenmenschliche Begegnung nicht ersetzen. Besonders Info-Veranstaltungen, Konferenzen und (Team-)Meetings – also alles, wo der Informationsaustausch im Vordergrund steht – funktionieren digital gut. Sie reduzieren Emissionen und schenken Zeit! Damit Menschen aufs Auto verzichten, müssen sie von sich aus motiviert sein – oder die Alternative ist attraktiver, günstiger und bequemer.

siehe Exkurse

ANREISE VON BESUCHER:INNEN, KÜNSTLER:INNEN UND TEAM

5.2 Eine nachhaltige Anreise wird gefördert.

Die An- und Abreise von Besucher:innen verursacht einen Großteil aller Emissionen, hier kann besonders wirkungsvoll gearbeitet werden. Dazu gehört z. B. Folgendes:

- Hybride Durchführung der Veranstaltung (sowohl online als auch offline, damit ein Teil des Publikums zu Hause/vor Ort bleiben kann)
- Gewährung von Rabatten/Prämien für Besucher:innen, die nachhaltig anreisen (zu Fuß, mit dem Fahrrad, öffentlichen Verkehrsmitteln, Shuttles, Elektroautos)
- Berücksichtigung von Kosten für nachhaltige Anreisemöglichkeiten im Ticketpreis
- Bereitstellung kostenloser Parkplätze in der Nähe der Veranstaltung für nachhaltige Transportmittel
- Ausrichtung von Beginn und Ende der Veranstaltung an den Fahrplänen der öffentlichen Verkehrsmittel
- Einsatz von HVO- (Hydrogenated Vegetable Oil) und elektrischen Shuttlebussen bei besonders frequentierten Verbindungen
- Unterstützung bei der Bildung von Fahrgemeinschaften
- Frühzeitige Information der Besucher:innen über nachhaltige Anreisemöglichkeiten



Elektro-Mietwagen „Nordsee-Flitzer“ in Dornumersiel.



IC „Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer“ bei seiner Zugtaufe.

5.3 Von nicht nachhaltigen Anreisemöglichkeiten wird abgeraten.

Das beinhaltet z. B.:

- Weniger Parkplätze
- Hohe Parkgebühren
- Längere Wege vom Parkplatz als von der Shuttlebushaltestelle



Fossilfreie Festivalbusse beim „Into the Great Wide Open“.

5.4 Es gibt Anforderungen an das Team und Künstler:innen für eine nachhaltige Anreise.

Das beinhaltet z. B.:

- Vereinbarung von Reisekriterien für Künstler:innen und eigene Mitarbeiter:innen (fossilfreier Transport, Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, niemals Strecken unter 750 km fliegen)
- Unterstützung des fossilfreien Transports (elektrischer Fuhrpark, Lastenräder, Shuttleservice usw.)
- Anreize (keine Übernahme von Fahrtkosten bei Anreise im fossilen Auto, Abo-Karten für öffentliche Verkehrsmittel, Mitgliedschaften bei Car-Sharing usw.)

WARENTRANSPORT

5.5 Der gesamte Warentransport ist so nachhaltig wie möglich organisiert.

Das beinhaltet z. B.:

- Kurze Wege, lokale Lieferanten haben Vorrang
- Effiziente Verladung von Fracht (Lieferungen von Kombitransporten)
- Fossilfreier Warenverkehr (Lastenrad, Elektrisch, HVO-UCO-Tall-Biokraftstoff – s. 3.3) wird gefördert durch finanzielle Vorteile, längere Vertragsvereinbarungen, Unterstützung bei der Be- und Entladung, positive Öffentlichkeitsarbeit usw.

5.6 Es gibt Anforderungen an Dienstleistende für nachhaltigen Transport.

Das beinhaltet z. B.:

- Möglichst konkrete und gut kommunizierte Vereinbarungen und Kriterien (fossilfrei, elektrisch, Verwendung nachhaltiger Biokraftstoffe)
- CO₂-Kompensation nach Gold Standard

Segelboote transportieren Güter emissionsfrei auf die Insel zum „Into the Great Wide Open“.



ENERGIE

Der weltweite Energiebedarf steigt rasant an, aber leider wird ein Großteil der Energie immer noch aus fossilen Quellen erzeugt. Energie (in diesem Fall Strom) ist für die meisten Veranstaltungen unverzichtbar. Bei Veranstaltungen im Freien liegt der Anteil der Emissionen aus der Stromversorgung zwischen 5% und 15%. Die Emissionen stam-

men normalerweise von Dieselgeneratoren und/oder fossilem Strom, der an anderer Stelle erzeugt wird. In diesem Handlungsfeld geht es darum, wie diese Emissionen reduziert werden können. Dies kann erreicht werden, indem die Nachfrage reduziert, die Effizienz der Nutzung erhöht und die benötigte Energie nachhaltig erzeugt wird.

ERLEDIGT IN
PLANUNG



ALLGEMEIN

6.1 Energie wird sparsam verwendet.

Das beinhaltet z.B.:

- Ist das Elektrogerät wirklich notwendig oder gibt es eine Alternative ohne Stromverbrauch?
- Einsatz energieeffizienter Geräte wie Beleuchtung, Kühlung, Friteusen etc. (Energie label, LED-Lampen, digitale Verstärker usw.)
- Ausschaltung nicht verwendeter Geräte
- Verwendung von Bewegungsmeldern und Timern
- Keine Heizung draußen
- Keine offene Kühlung
- Klimasysteme mit Trockenkühlung
- Bepreisung des Kwh-Verbrauchs für Caterer und Produktion, Vermeidung von Pauschalen
- Anreize für einen geringeren Stromverbrauch

6.2 Es gibt einen Energieeffizienzplan, um Energie intelligent zu nutzen.

Da das genaue Stromverbrauchsprofil selten bekannt ist, werden zu viele und zu große Generatoren und Kabel installiert, um sicherzugehen, dass es keinen Engpass gibt. Dadurch wird eine unnötige Menge an Ausrüstung gemietet, transportiert und zu viel Diesel verwendet. Intelligente Energiepläne koordinieren den genauen Strombedarf mit der Stromerzeugung und -verteilung, sodass sie häufig zu großen Einsparungen führen können.



Bereits im vorelektrischen Zeitalter lieferte Windkraft erneuerbare Energie an der niedersächsischen Nordseeküste. Hier: Biosphärenreservats-Partner Westgaster Mühle in Norden.

INFOBOX

Energieeffizienz heißt, dasselbe Ziel mit möglichst wenig Energie zu erreichen – und den verbleibenden Bedarf weitestgehend mit erneuerbaren Energien zu decken. Das schont das Klima und das Portemonnaie. Das Einsparpotenzial in Deutschland ist riesig, es wird auf etwa 50% geschätzt. Besonders viel erreichen können wir durch Gebäudesanierungen, etwa durch die Modernisierung von Heizanlagen und energieeffizientes Produktdesign. Alles, was er-

hitzt oder kühlt, braucht besonders viel Energie. Schreckt nicht vor Anschaffungen zurück, deren Einsparungen den Anschaffungspreis erst nach 5 Jahren refinanzieren – Energieeffizienz lohnt sich! Jede:r kann mitmachen: Einfache Anreize, Modernisierungen und Hinweise ans Team für einen sparsamen Umgang mit Energie können in der Summe viel bewirken.

siehe Exkurse



6.3 Der Energieverbrauch und die Energieproduktion werden gemessen.

Eine Analyse des realen Stromverbrauchs hilft dabei, den Energieplan zu optimieren. Viele schätzen den Bedarf pauschal zu hoch ein. Die Analyse beinhaltet folgende Messungen:

- Verbrauch der Generatoren
- Absoluter Verbrauch
- Spitzenverbrauch
- Durchschnittlicher Verbrauch
- Nutzung pro verbrauchender Einheit
- Nutzung pro Zeit

6.4 Die Stromversorgung ist aufgebaut nach dem Prinzip Mains-Bat-Gen.

Dieses Prinzip bedeutet, dass zunächst versucht wird, die gesamte erforderliche Energie aus einer Hauptleitung (Netzstrom (Mains)) zu beziehen. Wenn der Netzanschluss nicht ausreicht oder keiner vorhanden ist, können Batterien (Bat) eingesetzt werden. Erst wenn das noch immer nicht reicht, kommen Generatoren (Gen) zum Einsatz, um den Strombedarf zu decken.

6.5 Wenn Generatoren unverzichtbar sind, werden sie mit Biokraftstoff betrieben.

Es gibt viele verschiedene Biokraftstoffe, die unterschiedlich nachhaltig hergestellt werden. Empfehlenswert sind Kraftstoffe wie HVO-UCO (s. 3.3) oder HVO-Tall, die eine CO₂-Einsparung von 85% erzielen. Sie werden aus Resten der Papierindustrie (Tall) und gebrauchtem Speiseöl (UCO) hergestellt – und stehen somit nicht in Konkurrenz zur Produktion von Lebensmitteln, Arten- und Ökosystemschutz.

6.6 Ökostrom wird über Netzstrom, Batterien oder aus eigener Produktion bezogen.

Wenn Strom aus Batterien oder Netzanschlüssen verwendet wird, hat dieser aufgrund eines höheren Wirkungsgrades einen viel geringeren CO₂-Ausstoß als Dieselgeneratoren. Energie kann auch durch Solarpaneele, Sonnensegel oder kleine Windanlagen vor Ort erzeugt werden.

Batterien ersetzen Dieselgeneratoren beim „Into the Great Wide Open“.



Essen & GETRÄNKE

Nachhaltige Ernährung wird für moderne Veranstaltungen immer wichtiger. Besucher:innen erwarten mehr als ein Schinken-sandwich und Pommes. Da das Lebensmittelsystem eine komplexe Kombination aus Anbau, Produktion, Verarbeitung, Verteilung, Konservierung und Zubereitung ist, ist die Umweltwirkung des gesamten Systems schwer zu veranschaulichen. Es ist von größter Bedeutung, die Klimaauswirkungen des

derzeitigen Lebensmittelsystems zu verringern – die gegenwärtigen globalen Emissionen durch Lebensmittel machen etwa 20% bis 30% der gesamten CO₂-Emissionen aus. Der Veranstaltungssektor kann einen Beitrag leisten, indem er die Produzent:innen, den Handel und die Besucher:innen in den Übergang zu einem nachhaltigen und regenerativen Lebensmittelsystem einbezieht.

ERLEDIGT IN PLANUNG



ALLGEMEIN

7.1 Es gibt Leitungswasser.

Die Bereitstellung von Leitungswasser ersetzt Einwegwasserflaschen und verhindert damit große Mengen an Plastikmüll, Transportwegen und CO₂-Emissionen. Es lässt sich auch verkaufen, z.B. gekühlt, karbonisiert, als Tee, verfeinert mit Sirup, Kräutern und Gewürzen, als Limonade oder Eistee.

7.2 Speisen und Getränke werden nachhaltig produziert.

Das beinhaltet z.B.:

- Regenerative Produktion, z.B. Demeter, Permakultur
- Biologisch
- Fairer Handel
- Lokal/regional
- Saisonal

7.3 Vegetarische, vegane, regionale und saisonale Speisen werden bevorzugt angeboten.

Die Umweltauswirkungen von Fleisch- und Milchprodukten sind im Vergleich zu pflanzlichen Lebensmitteln enorm, weshalb durch die Reduzierung oder das Nichtangebot von tierischen Produkten, insb. Fleisch, viele CO₂-Emissionen und Wasser eingespart werden können. Man kann vegetarisches Essen an besonders stark frequentierten Plätzen der Veranstaltung anbieten und das nicht als Alternative, sondern als Standard.

7.4 Tierische Produkte und Fisch werden nur mit Qualitätssiegel angeboten.

Qualitätssiegel hierfür sind z.B.:

Fisch:	• MSC/ASC	Fleisch:	• EU-Bio, demeter
	• Naturland Fisch		• Bioland
	• Friend of Sea		• Neuland
	• EU-Bio bei Fisch aus Aquakulturen		• Deutscher Tierschutzbund (für einen sanften Übergang)

INFOBOX

Unsere Ernährung macht ein Fünftel der Treibhausgase aus, die jeder von uns ausstößt. Das, was auf den Teller kommt, macht also einen entscheidenden Unterschied für die persönliche Klimabilanz und die der Veranstaltung. Klimafreundlicher essen heißt: Weniger tierische, dafür mehr pflanzliche Lebensmittel verwenden. Frische Produkte mit nur geringem Verarbeitungsgrad kaufen, Tiefkühlkost meiden. Obst und Gemüse saisonal einkaufen, Freilandware bevorzugen. Regionale Erzeugnisse auswählen, per Flugzeug oder Schiff importierte Nahrungsmittel vermeiden.

siehe Exkurse



Unsere Nationalpark- und Biosphärenreservats-Partner helfen gerne bei der Umsetzung und sind zu finden unter: www.nationalpark-partner-wattenmeer-nds.de

Büffet im Biorestaurant Seekrug (Nationalpark-Partner) auf Langeoog mit frischen saisonalen Produkten regionaler Partner.



7.5 Lebensmittelabfälle werden verhindert.

- Das beinhaltet z.B.:
- Optimierte Rezepte und Arbeitsprozesse
 - Abfrage der Essgewohnheiten
 - Möglichkeit für Gäste und Mitarbeiter:innen, Reste mitzunehmen (s. United Against Waste e.V.)
 - Zusammenarbeit mit Initiativen wie TooGoodToGo, Tafel, foodsharing
 - Crew-Catering aus Speiseresten vom Verkauf bzw. Besucher:innen-Catering

7.6 Der Lebensmittelfußabdruck wird ermittelt.

Um den Fußabdruck der Gastronomie zu verringern, kann ein CO₂-Fußabdruck Aufschluss über Einsparungspotenziale bringen. Analysiert wird die Menge an Lebensmittelabfällen und die eingesetzten Produkte. Für die Analyse der Lebensmittelabfälle können z.B. Einkaufslisten und Verkaufslisten verglichen werden. Es gibt verschiedene Portale im Internet, auf denen die CO₂-Emissionen von Lebensmitteln errechnet werden.

7.7 Es gibt Nachhaltigkeitskriterien für Caterer.

- Das beinhaltet z.B.:
- Regenerative Produktion, z.B. Demeter, Permakultur
 - Biologisch
 - Fairer Handel
 - Lokal/regional
 - Saisonal
 - Geringer CO₂-Fußabdruck

Es gibt im Internet verschiedene Plattformen, die individualisierte Empfehlungen für eine nachhaltige, klimafreundliche Produktauswahl erstellen.

7.8 Es gibt Nachhaltigkeitskriterien für Getränkelieferant:innen und Brauereien.

- Das beinhaltet z.B.:
- Regenerative Produktion, z.B. Demeter, Permakultur
 - Biologisch
 - Fairer Handel
 - Lokal/regional
 - Geringer CO₂-Fußabdruck
 - Mehrweg

Die Verwendung von Limonadenkonzentrat mit örtlichem Trinkwasser reduziert den Transport von Getränken beim „Into the Great Wide Open“.



WERTSTOFFE



Große Abfallmengen verschmutzen die Umwelt. Müllverbrennung pumpt CO₂ und andere schädliche Emissionen in die Atmosphäre. Unterdessen werden Rohstoffe aufgrund von Überkonsum aufgebraucht. Die Lösung dieser beiden Probleme heißt Kreislaufgesellschaft. Gemeint sind geschlossene

Kreisläufe, in denen Materialien kontinuierlich zirkulieren. Abfall ist der Rohstoff für neue Produkte, die mittels erneuerbarer Energien erzeugt werden. Veranstaltungen können eine Vorreiterrolle einnehmen, indem Materialien länger verwendet und recycelt werden.

ERLEDIGT IN PLANUNG



ALLGEMEIN

8.1 Alle Anschaffungen werden nach dem Grundsatz (R-Regel) getätigt:

- Rethink. Überdenke Dein Konsumverhalten.
- Refuse. Leihe, teile oder ertausche ein Produkt, anstatt es zu kaufen.
- Reduce. Kaufe bewusst sparsame und fair produzierte Produkte.
- Reuse. Verwende und verbrauche Konsumgüter möglichst lange.
- Repair. Pflege und repariere Produkte, die Du benutzt.
- Recycle. Verwerfe alte Produkte, die Du nicht mehr benötigst oder recycle sie.

8.2 Es gibt einen Rohstoffplan bzw. eine Strategie für den sparsamen Umgang mit Ressourcen und Vermeidung von Abfall.

Das Ziel eines Rohstoffplans ist es, alle Rohstoffe in einem Materialkreislauf zu nutzen. Das heißt, es gibt letztendlich keinen Abfall mehr, sondern nur Wertstoffe (saubere und leicht recycelbare Restströme).

Das beinhaltet z.B.:

- Analyse von Art, Menge, Herkunft der Rohstoffe

- Sortenreine Trennung
- Quantifizierung der Restströme/Abfallmengen, Erfassung von Kennzahlen
- Handlungen, Rohstoffe selber mehrfach zu nutzen oder umzunutzen
- Schriftliche Informationen und/oder Schulungen für alle Teilnehmer:innen
- Umfangreiche Informationen für Besucher:innen
- Deutlich gekennzeichnete Sammelstellen im Lageplan, auch hinter den Kulissen und im Außenbereich
- Frühzeitige Vereinbarungen mit dem Entsorgungsunternehmen
- Reinigungsplan während und nach der Veranstaltung

8.3 Es wird eine Reststoffanalyse vorgenommen.

Es wird dokumentiert, wie viel von jedem Rohstoff (Glas, Papier usw.) gesammelt und an das Verarbeitungsunternehmen geliefert wird.

8.4 Einwegplastik kommt nicht zum Einsatz.

- Dazu gehören z.B. Becher, Geschirr, Strohhalme, Luftballons, Luftschlangen usw.
- Es gibt viele Alternativen, z.B. wiederverwendbare Gläser mit Pfandsystem, wiederverwendbares Geschirr, Strohhalme aus Naturmaterialien (oder besser: Verzicht auf Strohhalme), Deko aus Naturmaterialien.
- Wenn eine Wiederverwendung von Materialien nicht möglich ist, gibt es i.d.R. kompostierbare Alternativen für Geschirr, z.B. aus Holz. Dieses Geschirr muss sortenrein gesammelt werden und kann nicht von jedem Entsorgungsunternehmen kompostiert werden. Grundsätzlich ist Bioplastik keine nachhaltige Alternative. Am besten sind immer Mehrweglösungen aus recycelten Rohstoffen.



Plastikfreies Einweggeschirr beim Projekt „Nachhaltige Gastronomie“ in der BBS Wittmund.



Hinweisschilder „Abfall = Rohstoff“ an Abfallbehältern beim „Into the Great Wide Open“.

Nach wie vor ist Deutschland in Sachen Verpackungsabfall trauriger Spitzenreiter in Europa. 227 kg pro Jahr und Einwohner:in fielen 2019 hierzulande an. Abfallvermeidung und -entsorgung ist Top-Thema für nachhaltige Veranstaltungen. Der beste Abfall ist der, der gar nicht erst anfällt.

Im Supermarktregal und auch auf Veranstaltungen findet man häufig vermeintlich kompostierbares Plastik. Dieses Material löst viele Irrtümer aus, es ist keine umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichem Plastik. Es ist nicht in den gängigen Anlagen kompostierbar – und erst recht nicht am Straßenrand. Setzt immer auf Mehrweg, wenn es möglich ist. Wenn ihr Einwegverpackungen verwendet, achtet unbedingt auf die richtige Entsorgung und besprecht im Zweifel mit dem Entsorgungsunternehmen, wie Materialien entsorgt werden sollen.

siehe Exkurse

8.5 Die kreislauforientierte Handhabung von Materialien wird mit Dienstleistenden vereinbart.

Das beinhaltet z.B.:

- Miete statt Kauf
- Lieferung in loser Schüttung und Mehrwegbehältern
- Verpackungsabfälle werden nach der Lieferung an die Zustellenden zurückgegeben
- Sortenreine Trennung aller Restströme
- Professionelles Recycling von Materialien

8.6 Eigene Lagerräume werden nach Nachhaltigkeitskriterien organisiert.

Das beinhaltet z.B.:

- Es gibt einen Bestandskatalog.
- Die Qualität der Materialien wird regelmäßig überprüft.
- Im Hinblick auf das Materialrecycling wird mit Entsorgungsunternehmen zusammengearbeitet.
- Materialien können zur Verwendung/Vermietung an Dritte zur Verfügung gestellt werden.

8.7 Zigarettenkippen werden fachgerecht entsorgt.

Zigarettenkippen sind hochgiftig für die Umwelt, insbesondere für Gewässer. Es dauert Jahre, bis die Filter sich aufgelöst haben und auch danach sind sie als Mikroplastik im Umlauf. Bei Müllsammelaktionen an der Nordsee landen Zigarettenkippen regelmäßig in den Top 10 der am häufigsten gefundenen Müllteile. Die über 7000 Schadstoffe einer Filterzigarette sind zum Teil leicht in Wasser löslich und vergiften z.B. Wasserflöhe. Um zu verhindern, dass Zigarettenkippen in die Umwelt gelangen, kann man Folgendes tun:

- Vollständiges Rauchverbot oder Raucherzonen ausweisen
- Aschenbecher aufstellen
- Taschenaschenbecher ausgeben/verkaufen
- Aufklärung/Information
- Reinigungsteams für Zigarettenkippen

8.8 Auch außerhalb des Veranstaltungsgeländes wird für Sauberkeit gesorgt.

- Das beinhaltet z.B.:
- Aufstellen von Sammelbehältern entlang der Anfahrtswege
 - Infotafeln, die sensibilisieren
 - Sammelteams



Wiederverwendbares Geschirr reduziert die Abfallmenge beim Biosphären-Markt auf dem Gulfhof Friedrichsgröden in Carolinensiel (Biosphärenreservats-Partner).

WASSER

Wasser ist ein Grundstoff des Lebens. Nur ein geringer Teil des Wassers auf der Erde ist Süßwasser, es ist ungleich verteilt und teilweise gebunden in Eis und Permafrost. Der Wasserkreislauf ist sensibel, die Ressource sollte achtsam verwendet und Ver-

unreinigungen, insb. von Oberflächen- und Grundwasser, verhindert werden. In diesem Handlungsfeld geht es um den sparsamen Umgang von Frischwasser, Verhinderung von Wasserverschmutzung und richtige Entsorgung von Abwasser.

ERLEDIGT

IN
PLANUNG



ALLGEMEIN

9.1 Trinkwasser wird sparsam verwendet.

Das beinhaltet z. B.:

- Wenn möglich: Trinkwasser wird nicht zum Spülen von Toiletten verwendet.
- Es werden wassersparende Techniken eingesetzt: regulierte Wasserhähne, Duschköpfe, Toilettenspülung, wasserlose oder regulierte Urinale.

9.2 Abwasser wird korrekt entsorgt.

Das beinhaltet z. B.:

- Kein Abwasser in natürliche Lebensräume
- Anschluss an die Kanalisation oder mobile Zwischenlagerung, auch von mobilen Spülanlagen
- Aufbereitung durch Wasserreinigung

9.3 Reinigungsmittel sind umweltfreundlich.

Das beinhaltet z. B.:

- Reinigungsprodukte, die biologisch abbaubar sind
- Keine Reinigungs- oder Abflussreiniger mit giftigen Substanzen
- Niedrige Dosierungen
- Verwendung von Konzentraten

TRINKWASSER

9.4 Es wird ausschließlich Leitungswasser angeboten.

Das beinhaltet z. B.:

- Leitungswasser schmeckt gut, ist gesund und billig.
- Zusätze wie Kohlensäure, Sirup, Aroma, (Eis-)Tee etc. machen es verkaufsfähig.
- Leitungswasser kann Einwegflaschen für Wasser und Softdrinks überflüssig machen.

GRAUWASSER

9.5 Grauwasser, das relativ sauber ist, wird weiterverwendet.

Das beinhaltet z. B.:

- Klarspülwasser aus Bars kann zum Spülen der Toiletten verwendet werden.
- Nach einfacher Filterung können Spülwasser, Duschwasser und Handwaschwasser auch zur Toilettenspülung verwendet werden.

SCHWARZWASSER

9.6 Sanitäre Einrichtungen auf der Veranstaltung sind ressourcenschonend.

Das beinhaltet:

- Trockenkomposttoiletten (getrennte Abfall- und Urinsammlung für maximale Nährstoffrückgewinnung und keinen Wasserverbrauch)
- Nasse Komposttoiletten
- Vakuumtoiletten
- Dixi mit umweltfreundlichen Sanitärzusätzen
- (Regen-/Boden-/Spülwasser) Wasserspültoiletten mit wassersparender Technologie; regulierte Urinale, Wassersparhähne, Druckhähne, Spülstopfknopf usw.



Kostenloses Trinkwasser wird an Zapfstellen bereitgestellt, um den Gebrauch von Plastikflaschen beim „Into the Great Wide Open“ zu reduzieren.

Ökoje Komposttoiletten beim Biosphären-Markt auf dem Gullhof Friedrichsgröden in Carolinensiel (Biosphärenreservats-Partner).



INFOBOX

Richtig umweltfreundlich ist kein Reinigungsmittel, denn – ungefiltert – belasten sie das Abwasser mit Chemikalien.

Tipps für umweltfreundliches Reinigen:

- Nicht lange warten – frischer Schmutz lässt sich leichter entfernen.
- Auf Hygiene durchgängig achten und auf Desinfektionsmittel möglichst verzichten.
- Reinigungsmittel sparsam dosieren.
- Weniger ist mehr: es braucht nicht für jede Fläche ein spezielles Putzmittel, nutzt Konzentrate mit dem Umweltzeichen „Euroblume“.
- Reinigungsmittel immer fachgerecht lagern, also außerhalb der Reichweite von Kindern (und Gewässern).

Soziales Bewusstsein & BETEILIGUNG

Nachhaltigkeit ist sozial! Soziale Nachhaltigkeit bedeutet im Grunde, andere Menschen gerecht zu behandeln und ihnen nichts von dem vorzuenthalten, was sie benötigen. Soziale Nachhaltigkeit hat viel mit Fairness, Gemeinwohl und gerechter Verteilung der Ressourcen zu tun und macht dabei nicht vor Ländergrenzen halt. Kultur hat das Potenzi-

al, die in unserer Gesellschaft so dringend notwendigen Veränderungsprozesse anzustoßen. In dem folgenden Teil der Checkliste werden aufgrund des Umfangs der Thematiken nur einige grundlegende Aspekte von sozialer Nachhaltigkeit genannt, die für Veranstaltungen wichtig sind und bisher noch nicht genannt wurden.

ERLEDIGT IN PLANUNG



ALLGEMEIN

10.1 Diskriminierung jeglicher Art wird verhindert.

Das beinhaltet z.B.:

- Leitbilder und Richtlinien
- Alle erhalten den Zugang zu gleichen Leistungen und Angeboten.
- Diskriminierungsfreie Gestaltung des Veranstaltungsorts (Beschilderungen am Veranstaltungsort in gendergerechter Sprache, Unisex-Toiletten, integrierte (nicht isolierte) Plätze für Menschen mit Behinderung, Vermeidung von flackerndem Licht usw.)

10.2 Bei allen Aktivitäten wird gesellschaftliche Vielfalt berücksichtigt und gefördert.

Das beinhaltet z.B.:

- Zusammenstellung des Teams
- Auswahl von Aussteller:innen, Referent:innen und Künstler:innen
- Barrierefreie und diskriminierungsfreie Öffentlichkeitsarbeit

10.3 Vielfalt wird als Mehrwert betont und unterschiedliche Erfahrungen und Fähigkeiten praktisch eingesetzt.

Info- und Beratungsangebote für das Team stärken einen souveränen Umgang mit Vielfalt.

10.4 Verschiedene (Ziel-)Gruppen werden angesprochen und erhalten die Möglichkeit zur Teilnahme.

Das beinhaltet z.B.:

- Mehrsprachige Angebote
- Angebote für junge Eltern und Kinder und Senior:innen

10.5 Der Veranstaltungsort ist/wird barrierefrei gestaltet.

Wichtig für Inklusion sind die räumlichen Rahmenbedingungen. Sie sollen ermöglichen, dass kein Mensch, mit oder ohne körperliche Einschränkungen, ausgegrenzt wird. Barrierefreiheit bezeichnet vor allem bauliche und technische Aspekte. Bei der Wahl eines bereits als barrierefrei zertifizierten Veranstaltungsorts, müssen viele der folgenden Punkte nicht mehr separat bedacht werden:

- Wege zum Veranstaltungsort (z.B. Rampen, Behindertenparkplätze)
- Ausgestaltung des Veranstaltungsorts (z.B. Hocker, Rampen, verstellbare Rednerpulte, Blindenführhunde zulassen)
- Kommunikations- und Orientierungssysteme u.a. für Gehörlose und Sehbehinderte
- Abfrage Unterstützungsbedarf und Begleitumstände
- Ankündigung von Hindernissen und Unterstützungsmaßnahmen vor Ort

10.6 Das Team arbeitet gemäß der geltenden Arbeits- und Arbeitsschutzgesetze.

Das beinhaltet z.B.:

- Lärmschutz, Schutzkleidung
- Arbeitsverträge und entsprechende Leistungen, z.B. Mutterschutz und Kündigungsschutz
- Einhaltung von Arbeits- und Pausenzeiten

INFOBOX

Vielfalt ist grundsätzlich erstmal das Gegenteil von Einfachheit. Konkret bedeutet Vielfalt stärken: fördert Multinationalität und Mehrgenerationen. Stärkt Geschlechtergerechtigkeit, integriert Menschen mit Behinderung und Menschen unterschiedlicher sexueller Orientierungen. Wie das geht? Versucht, Vielfalt überall mitzudenken. Achtet z.B. auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis auf Bühne und Podium. Achtet bei der Auswahl des Caterings darauf, ob es ein angemessenes Angebot an Speisen gibt, die „halal“ sind. Holt Teenager und Senior:innen ins Team der Helfer:innen.

siehe Exkurse



Geflüchtete nehmen an der Freiwilligengruppe während des Projekts „New Faces“ beim „Into the Great Wide Open“ teil.



EXKURSE

Hier gibt es weiterführende Informationen, Beispiele und Links zu den verknüpften Themen der verschiedenen Handlungsfelder. Sie können den Zugang zur Thematik und die Anwendung der Checkliste erleichtern.

zu 1.1: Es gibt ein schriftliches Selbstverständnis, ein Leitbild oder eine Strategie für mehr Nachhaltigkeit

Keine Sorge – es braucht kein Diplom und keine Unternehmensberatung an der Seite, um eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln. Nachhaltigkeit umfasst sehr viele Themen. Was die Welt besser macht, ist aber nicht viel Theorie und Konzeptarbeit, sondern Aktion. Wir müssen vom Wissen ins Handeln kommen und dafür braucht es Fokus, um sich nicht in der Vielzahl von Herausforderungen für eine bessere Welt zu verlieren. Jeder kleine Schritt zählt.

Eine Strategie hilft dabei...

- die wesentlichen Themen und Ziele für die eigene Veranstaltung zu definieren.
- Maßnahmen zu entwickeln, wie diese Ziele erreicht werden können.
- das Getane und das Geplante zu kommunizieren.

Aber wie?

Für den Einstieg trifft man sich am besten im Team und überlegt gemeinsam: was ist für uns relevant, was können wir beeinflussen?

Fragen, die ihr euch dabei stellen könnt:

- Welchen positiven Beitrag können wir / kann die Veranstaltung für eine nachhaltige Entwicklung leisten?
- Was sind dabei die größten Hebel bzw. wo können wir / die Veranstaltung am stärksten Einfluss nehmen?
- Welche Nachhaltigkeitsthemen spielen für unsere Organisation / unser Team bereits eine Rolle?
- Welche Nachhaltigkeitsthemen werden aktuell in der Region / in der Branche gesellschaftlich diskutiert?
- Welche positiven und negativen Auswirkungen der Veranstaltung und welche sozialen, ökologischen sowie wirtschaftlichen Risiken sind bereits bekannt?

- Zu welchen Themen besteht bereits Austausch mit Sponsor:innen, Partner:innen, Dienstleister:innen etc.?
- Welche Themen sind relevant, werden aktuell aber noch nicht bearbeitet?

Für eine Themenübersicht könnt ihr euch an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen orientieren, oder auch an dieser Checkliste. Nehmt euch für den Anfang nicht zu viel vor – zwei bis drei erreichte Ziele bringen mehr Spaß, als 10 nicht erreichte.

Für den besseren Überblick und die Priorisierung könnt ihr eure Themen gemeinsam in einer Matrix gegenüberstellen.



www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de
www.unric.org/de/17ziele/

zu 1.7: Eine Umwelt-/Klimastrategie liegt vor

Eine Umweltstrategie zielt darauf, den Verbrauch von Ressourcen zu reduzieren. Hierzu zählen z. B. Wasser und Energie. Am besten funktioniert das mit Zielwerten. Z. B. kann es ein Ziel der Umweltstrategie sein, dass der relative Stromverbrauch der Veranstaltung in 5 Jahren um 50% gesenkt wird. Relativ meint, dass der absolute Stromverbrauch in Relation zu Veranstaltungsdauer und Anzahl der Besucher:innen gemessen wird. Den absoluten Stromverbrauch findet ihr auf der Abrechnung des Stromanbieters. Ihr könnt auch die Stromzähler vor und nach einer Veranstaltung ablesen.

Beispiel für eine 1-tägige Veranstaltung im Sommer mit 1000 Besucher:innen, angeschlossen ans Stromnetz

Ist-Zustand Verbrauch 2020: 1000 kWh;
Ziel-Zustand Verbrauch 2025: 500 kWh

Maßnahmen zur Zielerreichung:

- Austausch aller Beleuchtungen auf LED
- Modernisierung der elektrischen Geräte
- Schulung des Teams für energieeffizientes Verhalten
- Optimierte Anordnung von Kühlschränken
- Optimierte Nutzung des Tageslichts
- Usw.

Das war noch verhältnismäßig einfach. Etwas komplizierter wird es, wenn es um die Einsparung klimarelevanter Emissionen (CO₂-Äquivalente) geht, denn dafür braucht es wesentlich mehr Daten. Der Klimafußabdruck setzt sich u.a. zusammen aus Wärme, Strom, Mobilität, Konsumgütern und Ernährung. Mithilfe eines CO₂-Rechners könnt ihr die durch eine Veranstaltung entstandenen Treibhausgasemissionen grob schätzen. Diese Rechner arbeiten mit Datenbanken.

- CO₂-Rechner von KlimAktiv www.klimaktiv.de/de/304/co2-rechner.html
- CO₂-Rechner von myClimate www.co2.myclimate.org/de/offset_further_emissions
- CO₂-Rechner der Energieagentur NRW www.energieagentur.nrw/klimaschutz/eventrechner
- CO₂-Rechner für den individuellen Fußabdruck vom Umweltbundesamt www.uba.co2-rechner.de/de_DE/start

Wenn ihr die Treibhausgas-Emissionen genauer berechnen möchtet, oder eine zertifizierte Klimaneutralität anstrebt, solltet ihr professionelle Beratung in Anspruch nehmen. In der Beratung werden mit euch wesentliche Emissionen ermittelt, und es wird darauf geachtet, dass ihr frühzeitig die richtigen Daten erhebt.

zu 1.9: Messung von Emissionen

In Deutschland werden besonders für Luft, Lärm und Wasser routinemäßige Messungen durch Behörden und öffentliche Stellen durchgeführt, um zu überprüfen, ob Schadstoffgrenzen eingehalten werden und Maßnahmen zur Schadstoffreduktion erfolgreich sind.

Bei Veranstaltungen kann es lokal zu einer Überschreitung der Grenzwerte kommen – z. B. wenn Autos „Schlange stehen“, um auf einen Parkplatz zu kommen, oder die DJane der Hauptbühne meint, der Song entfaltet nur in Maximallautstärke seinen vollen Klang. Für solche Momente gibt es Messgeräte für den Eigenbedarf (Stickoxid-Messer & Dezibelmesser). Wer es ganz genau wissen möchte, kann über das Umweltbundesamt mehr über Emissionen, Messgeräte und Messmethoden erfahren.

www.umweltbundesamt.de/themen/luft/messen/beobachteneuberwachen/anerkannte-messgeraete-messverfahren#referenzmessverfahren

zu 1.11: Verbleibende, nicht vermeidbare klimarelevante Emissionen werden kompensiert

Es gibt viele Möglichkeiten, den Treibhausgasausstoß zu reduzieren, ohne dabei auf etwas zu verzichten. Schon kleine Schritte zählen: regionale Produkte und Dienstleistungen einkaufen, öfter mal mit dem Fahrrad fahren oder auf Ökostrom umsteigen. Wer zum Beispiel auf eine Flugreise nicht verzichtet, kann die verursachten Emissionen ausgleichen. Grundsätzlich gilt: erst vermeiden und reduzieren, dann kompensieren.

Weitere Links:

Wie sieht ein klimafreundlicher Lebensstil aus?

- Klimaneutral leben – Verbraucher starten durch beim Klimaschutz
www.umweltbundesamt.de/publikationen/klimaneutral-leben
- Zusammendenken, was zusammengehört: Kommunaler Klimaschutz und nachhaltiger Konsum
www.umweltbundesamt.de/publikationen/zusammendenken-was-zusammengehoeert-kommunaler

Klimarelevante Emissionen können durch finanzielle Unterstützung von internationalen und nationalen Klimaprojekten ausgeglichen werden, z. B. Energieprojekte, landwirtschaftliche Projekte, Aufforstungen und (Moor-/Salzwiesen-) Renaturierungen und Walderhalt. Die internationale Währung für Kompensation sind Emissionszertifikate.

Die Berechnung von Emissionen läuft nicht immer gleich ab, eine Kompensation ist unterschiedlich teuer – bitte achtet bei der Auswahl eines Partners auf Qualitätsstandards, z. B.

- Gold Standard
- ISO
- Verified Carbon Standard
- Moor Futures (Regional)

Weitere Hintergrundinfos über **Freiwillige Kompensation durch Klimaschutzprojekte:**

www.umweltbundesamt.de/publikationen/freiwillige-co2-kompensation-durch

Ferner gibt es verschiedene lokale Aktionen und Initiativen, um Treibhausgase zu binden und das Klima zu schützen. Z. B. kooperiert der Hambur-

ger Flughafen für Aufforstungen mit der Hamburger Ida-Ehre-Schule und dem Citizen Forests e.V.
www.hamburg-airport.de/de/unternehmen/verantwortung/lokal-kompensieren-9632

Das Land Schleswig-Holstein unterstützt die Baumpflanz-Aktion #Einheitsbuddeln.
www.schleswig-holstein.de/DE/Landesregierung/II/Presse/PI/2019/CdS/190710_cds_einheitsbuddeln.html

Kornkraft Naturschutz unterstützt die Wiedervernässung und Renaturierung des Dorumer Moores im Landkreis Cuxhaven an der niedersächsischen Wattenmeerküste.
www.aktion-moorschutz.de/2648/das-klimamoor.html

Solche Initiativen sind sehr zu begrüßen, eignen sich aber i. d. R. nicht für das Label Zertifizierte Klimaneutralität, weil keine geprüften Berechnungen über CO₂ – Einsparungen durchgeführt werden.

zu 1.16: Das Team wird bei der Festlegung von Nachhaltigkeitszielen und -planungen einbezogen

Gesellschaftliche Transformation in Richtung Nachhaltigkeit gelingt nicht allein durch technologische Innovation und ökonomische Dynamik, sondern ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Diese Aufgabe betrifft uns alle – Lebensstile, Konsummuster und Infrastruktur aus der Vergangenheit sind in der Zukunft nicht mehr tragbar. Jede:r Mensch hat eigene Ideen und Möglichkeiten und kann einen Beitrag leisten und das funktioniert am besten, wenn das Ziel zum eigenen wird. Partizipation (= Einbeziehung) bedeutet, dass sich Menschen an Entscheidungen beteiligen können, die ihr Leben beeinflussen, dass sie ermutigt werden, ihre Interessen zu formulieren und auszuhandeln, und dass Menschen ihre Erfahrungen und Werte einbringen können.

Wie geht das konkret? Hier ein paar Beispiele:

- Gebt euch gegenseitig Feedback.
- Trefft euch und entwickelt Ideen gemeinsam, oder fragt das Team, was sie von Ideen halten.
- Richtet eine Ideenbox ein: Das kann eine kleine Box sein, in der jede:r spontane Ideen/Kommentare zur Verbesserung der Organisation oder eine Nachhaltigkeitsidee für die Veranstaltung einwerfen kann. Die Ideen können gemeinsam diskutiert werden.

Nicht jede:r hat Lust und Zeit, sich bei jedem Thema einzubringen. Aber zumindest sollte man Möglichkeiten für Teilhabe schaffen.

zu 2.2: Alle Partner:innen, Besucher:innen und Anwohner:innen erhalten die Möglichkeit, Feedback zu geben und Vorschläge für Ziele, Maßnahmen und Erfolge einzubringen

So wie es wichtig ist, das Team einzubeziehen, haben auch Besucher:innen, Partner:innen, Dienstleister:innen und Anwohner:innen eigene Ideen und Meinungen zu nachhaltigen Veranstaltungen. Z. B. kann es passieren, dass man als Veranstalter:in viel Energie in die Einrichtung einer Mehrweg-Spülstation steckt und darüber hinaus völlig vergisst, Schilder aufzuhängen, wie man die Spülstation findet und das Pfandsystem funktioniert. Mit Menschen sprechen kostet Zeit: Gestaltet euch das Einholen von Feedback mit den passenden Methoden stressfrei. Hier ein paar Ideen:

- Eine Feedbackbox am Ein-/Ausgang aufhängen.
- Bei Anmeldungen per Mail: nachträglich eine kurze Umfrage schicken. Es gibt dafür verschiedene kostenfreie Möglichkeiten.
www.surveymonkey.de
www.typeform.com
www.easy-feedback.de
- Die Zielscheiben-Methode visualisiert Feedback öffentlich. Die Methode eignet sich für Skalierungen und kann vielfältig eingesetzt werden. Wie beim Dart ist die Mitte der Zielscheibe der positivste Bereich.
www.bpb.de/lernen/grafstat/partizipation-vor-ort/155252/zielscheibe-zur-evaluation
- Die Fünf-Finger-Methode lässt Möglichkeiten für offene Antworten. Natürlich können die Fragen auch „ohne Hand“ gestellt werden.
www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/medienwissen/medienbildung/definitionen-von-medienkompetenz-und-methoden/methoden/feedback-hand
 - Daumen: Was war super?
 - Zeigefinger: Was habe ich gelernt?
 - Mittelfinger: Was kann verbessert werden?
 - Ringfinger: Was nehme ich mit (positiv und negativ)?
 - kleiner Finger: Was kam zu kurz?
 - Handfläche: Was ich sonst noch sagen möchte/Was ich mir wünsche/Weitere Vorschläge?

zu 2.6: Die Nachhaltigkeitsziele, -maßnahmen und -erfolge werden an die Besucher:innen vor, während und nach der Veranstaltung kommuniziert

„Gutes tun und darüber reden“ ist ein Kredo der Nachhaltigkeitsbewegung. Tut alles dafür, sich nicht nur in der Blase der Gleichgesinnten und Selbstgerechten zu bewegen, sondern sucht das Gespräch auch mit Menschen, die anderer Meinung sind. Mit purer Aufklärung allein lässt sich allerdings selten das Verhalten von Menschen ändern. Es ist gut, wenn Menschen den Eindruck von „da passiert was“ gewinnen und noch besser, wenn sie dabei mitmachen können und es Spaß bringt. Das Wort „Nachhaltigkeit“ muss nicht benannt werden, um Nachhaltiges nachhaltig zu vermitteln. Schafft Verbindungen zum Alltag der Menschen und werdet kreativ – z. B. Strampeln auf einem Home-Trainer, um den eigenen Smoothie zu mixen. Hin und wieder ist es aber auch gut, den Menschen die Konsequenzen nicht-nachhaltigen Handelns „vor die Augen“ zu führen, z. B. durch Infotafeln oder Ausstellungen.

zu 3.1: Nachhaltigkeitsaspekte werden bei der Auswahl des Veranstaltungsorts berücksichtigt

Die Wahl des richtigen Veranstaltungsorts hat enorme Auswirkungen auf den CO₂-Fußabdruck einer Veranstaltung: 40–85% aller Emissionen einer Veranstaltung fallen in der Regel durch An- und Abreise bzw. Lieferverkehr an. Dieselegeneratoren sind ein weiteres Schwergewicht in der Emissionsbilanz einer Veranstaltung. Der ideale klimafreundliche Veranstaltungsstandort ist bequem mit klimaneutral betriebenen (öffentlichen) Verkehrsmitteln zu erreichen und zu 100% durch Ökostrom aus vorhandenen Leitungssystemen versorgt. Eine Vision, die von der heutigen Realität der infrastrukturellen Möglichkeiten in vielen Gegenden des Landes noch weit entfernt ist. Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2050

klimaneutral zu sein – im Bereich (öffentliche) Mobilität wird sich also einiges verändern. Unterstützt diese Vision und versucht, eine klimafreundliche Anfahrt und Energieversorgung der Veranstaltung so gut es geht zu fördern.

zu 4.2: Nachhaltigkeit ist ein Hauptaspekt bei der Auswahl von Partner:innen

Für ein stimmiges und progressives Nachhaltigkeitskonzept ist auch die Auswahl passender Partner:innen wichtig – das gilt für Sponsor:innen, Dienstleister:innen, Künstler:innen und alle anderen auch. Auch wenn die Auswahlmöglichkeiten begrenzt sind, solltet ihr das Gespräch suchen und gemeinsam „Regeln“ für eine nachhaltige Veranstaltung formulieren.

Kaum ein Mensch oder Unternehmen ist zu 100% nachhaltig. Was zählt, sind glaubhafte Schritte in Richtung Zukunft. Bei der Auswahl können folgende Fragen helfen:

- Wie ist die Grundhaltung gegenüber Nachhaltigkeit? Gibt es Mut für Veränderung?
- Verfolgt der/die potenzielle Partner:in eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie?
- Wie glaubhaft ist der Akteur dabei?

Sprecht mit den Partner:innen darüber, was ihr gemeinsam erreichen wollt. Ergebnisse können mündliche oder vertragliche Vereinbarungen sein. Besonders nachhaltiges Verhalten kann durch Anreize gefördert werden, z.B. gute Standplätze und Werbeflächen. Hier ein paar Themenbeispiele:

- Anreise ausschließlich im ÖPNV
- Verzicht auf Einwegmaterial (Plastiktüten, Flyer etc.)
- Kompensation der verursachten Klimaemissionen
- Ausgabe von ausschließlich zertifizierten und/oder regionalen Produkten

zu 4.7: Nachhaltigkeit ist Voraussetzung für Give-Aways und Werbematerial

Wer nicht weiß, wo ein Produkt herkommt und wie es hergestellt wurde, sollte auf Siegel achten. Siegel helfen, zwischen besseren und schlechten Produkten zu unterscheiden. Allerdings gibt es zu viele Siegel auf dem Markt, die Produkte (und Dienstleistungen) als besonders nachhaltig, umweltfreundlich, sozial oder hochwertig ausweisen. Im Siegeldschungel den Durchblick zu behalten, fällt selbst den Nachhaltigkeitspezies der ersten Stunde schwer. Die gute Nachricht: Es gibt Internetportale, auf denen Siegel für viele Produktgruppen vorgestellt und bewertet werden. „Siegelklarheit“ ist das offizielle Portal der Bundesregierung und auch als App für das Smartphone verfügbar.

www.siegelklarheit.de
www.label-online.de
www.utopia.de/siegel

- Textilien
- Lebensmittel
- Papier
- Laptops, Technik
- Schnittblumen
- Wasch- und Reinigungsmittel

Grundsätzlich gibt es keine gesetzlichen Regelungen für die Vergabe von Qualitäts-, Güte- oder Nachhaltigkeitssiegeln. Oft entstehen sie aus Brancheninitiativen, die jeweiligen Anforderungen beziehen sich auf ein bestimmtes Produkt.

Manchmal werden nur bestimmte Produktionsschritte bewertet. Hochwertige Siegel sind solche, die möglichst ganzheitlich Bezug auf die gesamte Lieferkette nehmen, durch unabhängige Dritte in transparenten Verfahren überprüft werden und deren zugrundeliegender Standard regelmäßig überarbeitet wird.

zu 5.2: Eine nachhaltige Anreise wird gefördert

Bei der An- und Abreise von Besucher:innen gibt es großes Potenzial für die Einsparung von CO₂-Emissionen. Hauptverursacher ist der Pkw. Wer gar nicht anreist und stattdessen digital teilnimmt, ist besonders klimafreundlich unterwegs, aber digitale Veranstaltungen können zwischenmenschliche Begegnung nicht ersetzen. Besonders Info-Veranstaltungen, Konferenzen und (Team-)Meetings – also alles, wo der Informationsaustausch im Vordergrund steht – funktionieren digital gut. Sie reduzieren Emissionen und schenken Zeit! Damit Menschen aufs Auto verzichten, müssen sie von sich aus motiviert sein – oder die Alternative ist attraktiver, günstiger und bequemer.

zu 6.2: Es gibt einen Energieeffizienzplan, um Energie intelligent zu nutzen

Energieeffizienz heißt, dasselbe Ziel mit möglichst wenig Energie zu erreichen – und den verbleibenden Bedarf weitestgehend mit erneuerbaren Energien zu decken. Das schont das Klima und das Portemonnaie. Die Bundesregierung verfolgt das Ziel, den Primärenergieverbrauch bis 2050 gegenüber 2008 zu halbieren. Etwa ein Viertel des gesamten Energiebedarfs entfällt auf private Haushalte, weitere 25% auf Verkehr. Das Einsparpotenzial in Deutschland ist riesig, es wird auf etwa 50% geschätzt. Besonders viel erreichen können wir durch Gebäudesanierungen, etwa durch die Modernisierung von Heizanlagen und energieeffizientes Produktdesign. Alles, was erhitzt oder kühlt, braucht besonders viel Energie. Schreckt nicht vor Anschaffungen zurück, deren Einsparungen den Anschaffungspreis erst nach 5 Jahren refinanzieren – Energieeffizienz lohnt sich! Jeder kann mitmachen: Einfache Anreize, Modernisierungen und Hinweise ans Team für einen sparsamen Umgang mit Energie können in der Summe viel bewirken. Eine pauschale Berechnung eines Stromanschlusses für z.B. Caterer führt oftmals zu einem höheren Verbrauch als eine individuelle Abrechnung.

www.utopia.de/ratgeber/energieeffizienz-was-steckt-hinter-dem-begriff/
www.umweltbundesamt.de/publikationen/strom-sparen-schluesel-fuer-eine-umweltschonende

zu 7.3: Klimafreundliche vegetarische, vegane, regionale und saisonale Speisen werden bevorzugt angeboten

Unsere Ernährung macht ein Fünftel der Treibhausgase aus, die jeder von uns ausstößt. Das, was auf den Teller kommt, macht einen entscheidenden Unterschied für die persönliche Klimabilanz und die der Veranstaltung. Klimafreundlicher essen heißt: Weniger tierische, dafür mehr pflanzliche Lebensmittel verwenden. Frische Produkte mit nur geringem Verarbeitungsgrad kaufen, Tiefkühlkost meiden. Obst und Gemüse saisonal einkaufen, Freilandware bevorzugen. Regionale Erzeugnisse auswählen, per Flugzeug oder Schiff importierte Nahrungsmittel vermeiden.

Über zwei Drittel der landwirtschaftlichen Klimagase stammen aus der Tierhaltung. Um die Landwirtschaft klimaverträglicher zu machen, muss also die Erzeugung (und der Konsum) von Fleisch- und Milchprodukten reduziert werden. Wer nicht auf Fleisch verzichten möchte, kann relativ klimafreundliches Wild wählen. Rinderhaltung verursacht die größten Mengen Treibhausgase.

Der NABU fasst wie folgt zusammen:

- Bio statt konventionell: Der Ökolandbau emittiert rund ein Fünftel weniger Kohlendioxid und Methan als die konventionelle Landwirtschaft. Beim Kauf von Bio-Lebensmitteln aber bitte auf die Transportwege achten – Bio-Äpfel aus Chile sind keine klimafreundliche Alternative.
- Regional statt global: Flugware ist der schlimmste Klimakiller überhaupt. Der Kauf regionaler Produkte stützt dagegen die Kreislaufwirtschaft in der Heimatregion.
- Saisonal statt Unterglas: Saisonal geerntetes Obst und Gemüse belastet das Klima weit weniger als Pflanzenkost, die außerhalb der Saison im beheizten Treibhaus wächst.
- Frisch statt tiefgekühlt: Frischgemüse belastet das Klima produktionsbedingt dreimal weniger als Gemüse aus der Gefriertruhe.
- Rohkost statt Fertiggizza: Je höher ein Lebensmittel verarbeitet ist, desto klimaschädlicher seine Herstellung.
- Schweinsbraten statt Rumpsteak: Wer weniger Fleisch und Wurst isst, schont das Klima. Faustregel: Rindfleisch ist dreimal klimaschädlicher als Schwein oder Geflügel.
- Magerquark statt Camembert: Je fetter ein Milchprodukt, desto schlechter seine Klimabilanz.

zu 8.4: Einwegplastik kommt nicht zum Einsatz

Nach wie vor ist Deutschland in Sachen Verpackungsabfall trauriger Spitzenreiter in Europa. 227 kg pro Jahr und Einwohner:in fielen 2019 hierzulande an. Und das Erschreckende ist: trotz hoher medialer Aufmerksamkeit des Abfallproblems und dem Wunsch von Bürger:innen nach weniger Müll, steigt der Verpackungsabfall nach wie vor an. Abfallvermeidung und -entsorgung ist Top-Thema für nachhaltige Veranstaltungen. Der beste Abfall ist der, der gar nicht erst anfällt.

Im Supermarktregal und auch auf Veranstaltungen findet man häufig vermeintlich kompostierbares Plastik. Dieses Material löst viele Irrtümer aus, es ist keine umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichem Plastik. Es ist nicht in den gängigen Anlagen kompostierbar – und erst recht nicht am Straßenrand. Setzt immer auf Mehrweg, wenn es möglich ist. Wenn ihr Einwegverpackungen verwendet, achtet unbedingt auf die richtige Entsorgung und besprecht im Zweifel mit dem Entsorgungsunternehmen, wie Materialien entsorgt werden sollen.

Irrtümer zu Bioplastik und biologisch abbaubarem Plastik:

- Bioplastik ist (in Teilen) aus Biomasse hergestellt, z.B. Zuckerrohr oder Mais. Es ist nicht zwingend biologisch abbaubar.
- Biologisch abbaubares Plastik zersetzt sich unter bestimmten Bedingungen zu CO₂ und Wasser. Es ist nicht zwingend aus Biomasse hergestellt.

- Bioplastik kann in der herkömmlichen Wertstoffverwertung (Gelbe Tonne, nicht Kompost!) recycelt werden, wenn es eine ähnliche chemische Struktur aufweist, wie fossilbasierte Kunststoffe. Ansonsten muss es bis dato verbrannt werden. Gut recycelbar sind z.B. PET-Flaschen mit Anteil aus Bioplastik.
- Auch biologisch abbaubares Plastik gehört in den gelben Sack und nicht in die Biotonne (und erst recht nicht in die Landschaft). Aus Bioabfällen wird z.B. Dünger hergestellt – hier gehört chemisch erzeugtes biologisch abbaubares Plastik nicht hinein.

Lokale Entsorgungsunternehmen können – je nachdem wie die Anlagen arbeiten und das biologisch abbaubare Plastik hergestellt wurde – Ausnahmen zulassen.

zu 9.3: Reinigungsmittel sind umweltfreundlich

Nach Veranstaltungen wird aufgeräumt. Bei Stadtfesten wird die Innenstadt mit Kehrfahrzeugen gereinigt; bei Veranstaltungen, die drinnen stattgefunden haben, wird Geschirr gespült, gewischt und Müll entsorgt. Wenn das Reinigen der Veranstaltungsstätte von externen Dienstleister:innen übernommen wird, lohnt es sich nachzufragen, ob die verwendeten Reinigungsmittel umweltschonend (z.B. biologisch abbau-

bar) sind und auf hohen Materialverbrauch durch Einwegputzwerkzeuge verzichtet wird. Verwendet Reinigungsmittel mit dem EU-Umweltzeichen „Euroblume“ und bevorzugt Konzentrate, denn die verursachen weniger Verpackungsmüll.

Reinigungsmittel können aggressive Inhaltsstoffe enthalten, die die Atemwege schädigen, daher ist es wichtig, dass die Reinigungskräfte ausreichend geschützt sind.

Richtig umweltfreundlich ist kein Reinigungsmittel, denn – ungefiltert – belasten sie das Abwasser mit Chemikalien. Die in den Reinigungsmitteln enthaltenen Tenside sind inzwischen in Kläranlagen vollständig biologisch abbaubar. Andere Inhaltsstoffe wie Duft- und Farbstoffe können oft nicht angebaut werden und sich in der Umwelt anreichern und Schaden verursachen. Phosphat- und Stickstoffverbindungen tragen zur Überdüngung bei.

Tipps für umweltfreundliches Reinigen:

- Nicht lange warten – frischer Schmutz lässt sich leichter entfernen.
- Auf Hygiene durchgängig achten und auf Desinfektionsmittel möglichst verzichten.
- Reinigungsmittel sparsam dosieren.
- Weniger ist mehr: es braucht nicht für jede

Fläche ein spezielles Putzmittel, nutzt Konzentrate mit dem Umweltzeichen „Euroblume“.

- Reinigungsmittel immer fachgerecht lagern, also außerhalb der Reichweite von Kindern (und Gewässern).

www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/4162.pdf

zu 10.2: Bei allen Aktivitäten wird gesellschaftliche Vielfalt berücksichtigt und gefördert

Die Förderung von Vielfalt und Gleichstellung ist Grundlage für faires Miteinander und Chancengleichheit. Vielfältige Hintergründe, Lebensrealitäten und Perspektiven sind ein Mehrwert für das Team und die Veranstaltung. Vielfalt ist grundsätzlich erstmal das Gegenteil von Einfach. Konkret bedeutet Vielfalt stärken: fördert Multinationalität und Mehrgenerationen. Stärkt Geschlechtergerechtigkeit, integriert Menschen mit Behinderung und Menschen unterschiedlicher sexueller Orientierungen. Wie das geht? Versucht, Vielfalt überall mitzudenken. Achtet z.B. auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis auf Bühne und Podium. Achtet bei der Auswahl des Caterings darauf, ob es ein angemessenes Angebot an Speisen gibt, die „halal“ sind. Holt Teenager und Senior:innen ins Team der Helfer:innen.

IMPRESSUM

Text

Lena Hansen (Green Events Hamburg, greeneventshamburg.de) und Daan Stigter (Lab Vlieland, labvlieland.nl)

Stand

Februar 2021

Herausgeber

Nationalparkverwaltung
Niedersächsisches Wattenmeer,
Telefon +49 4421 911-0
Virchowstraße 1, 26382 Wilhelmshaven
poststelle@nlpv-wattenmeer.niedersachsen.de
www.nationalpark-wattenmeer.de

mit Unterstützung der
 Alfred Toepfer
Akademie für Naturschutz

Redaktion

Katrin Kirfel (Nationalparkverwaltung
Niedersächsisches Wattenmeer)

Gestaltung

Tanja Dänhardt

Fotos

Titelseite: Ulf Duda, S. 2: Ostfriesland
Tourismus GmbH (Fotograf: Achim Meurer),
S. 3: Katrin Kirfel (NLPV), S. 4: Demipress,

S. 5 oben: Norbert Hecker (NLPV), S. 5 unten:
Jörn Bunje (NLPV), S. 6: Camila Wijnmaalen,
S. 7: Into the Great Wide Open, S. 8: Katrin
Kirfel (NLPV), S. 9: NLPV, S. 10: NLPV,
S. 11: Robin Schneider (Die Nordsee GmbH),
S. 11: Anke Hofmeister (NLPV), S. 12 oben:
Into the Great Wide Open, S. 12 unten: Into
the Great Wide Open, S. 13: Demipress, S. 14:
Into the Great Wide Open, S. 15: Demipress,
S. 16: Camila Wijnmaalen, S. 17 li.: Katrin Kirfel
(NLPV), S. 17 re.: Into the Great Wide Open,
S. 18: NLPV, S. 19 oben: Tom van Huisstede,
S. 19 unten: waddensea.travel, S. 20: Into the
Great Wide Open, S. 21 oben: Into the Great
Wide Open, S. 21 unten: Greenevents Hamburg



Unterstützt durch

Das Projekt Watten-Agenda wird im Rahmen des INTERREG V A-Programms Deutschland-Niederlande mit Mitteln des Europäischen Fonds für Regi-

onale Entwicklung (EFRE) und des Niedersächsischen Ministeriums für Bundes- und Europaangelegenheiten und Regionale Landesentwicklung

sowie der Provinzen Fryslân und Groningen kofinanziert. Es wird begleitet durch das Programmmanagement bei der Ems Dollart Region (EDR).

