

Thorsten Knoll
Stefan Luppold *Hrsg.*

Praxis-Guide für Nachhaltigkeit in der Eventbranche

Konzepte und Beispiele für
Veranstaltungen mit ökologischer
und ökonomischer Ausrichtung



Springer Gabler

Praxis-Guide für Nachhaltigkeit in der Eventbranche

Thorsten Knoll • Stefan Luppold
Hrsg.

Praxis-Guide für Nachhaltigkeit in der Eventbranche

Konzepte und Beispiele für
Veranstaltungen mit ökologischer und
ökonomischer Ausrichtung

Hrsg.

Thorsten Knoll
TU Berlin ScienceMarketing
TUBS GmbH
Berlin, Deutschland

Stefan Luppold
Duale Hochschule Baden-Württemberg
Kißlegg, Deutschland

ISBN 978-3-658-36577-6 ISBN 978-3-658-36578-3 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-36578-3>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2022, korrigierte Publikation 2022

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Rolf-Guenther Hobbeling

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Geleitwort von Alexander Bonde

Nicht nur in Deutschland, sondern auch global stehen wir vor großen Veränderungen. Um den Klimawandel und den Biodiversitätsverlust zu begrenzen, ist eine Transformation hin zum Einsatz erneuerbarer Ressourcen und zu einem sparsamen Umgang mit Energie und Rohstoffen erforderlich. Gleichzeitig müssen wir die Folgen der Coronakrise bewältigen, die die Eventbranche ganz besonders getroffen hat.

Die Veranstaltungsbranche wird in den nächsten Jahren einen Neustart durchführen müssen. Gleichzeitig werden Veranstaltungen besonders gebraucht, um den Wandel zur Nachhaltigkeit zu gestalten und im gesellschaftlichen Diskurs nach den besten Lösungen zu suchen. Wir können diesen Neustart nutzen und mit nachhaltigen und zukunftsfähigen Konzepten starten, anstatt in alte Muster zurückzufallen.

Fragen, die die Veranstaltungswirtschaft besonders betreffen, sind beispielsweise: Wie kann die mit Veranstaltungen verbundene Mobilität nachhaltig gestaltet werden? Wie können Veranstaltungszentren nachhaltig betrieben werden? Oder wofür eignen sich digitale Formate und wie können diese mit realen Veranstaltungen verknüpft werden?

In diesem Buch werden viele praktische Beispiele und Konzepte dafür vorgestellt. Das Buch kommt daher zum richtigen Zeitpunkt. Im Beitrag von Markus Große Ophoff wird dabei auch dargestellt, wie die Deutsche Bundesstiftung Umwelt sich mit Blick auf mehr Digitalisierung und Nachhaltigkeit in ihrem eigenen Veranstaltungszentrum neu aufgestellt hat.

Der bevorstehende Transformationsprozess wird viel Kraft erfordern. Er bietet gleichzeitig aber auch riesige Chancen. Lassen Sie uns diese Chancen nutzen und gemeinsam die Zukunft der Veranstaltungswirtschaft gestalten. Ich freue mich auf die Begegnung mit Ihnen bei vielen nachhaltigen und spannenden zukünftigen Events.

Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt
Osnabrück, Deutschland

Alexander Bonde,

Vorwort

Ökologisches Handeln wird immer relevanter. Auch in der MICE-Branche. Dass ein Weitermachen wie bisher nicht mehr möglich sein wird, zeigt sich insbesondere in Folge der Corona-Pandemie. Digital stattfindende Veranstaltungen rückten in den letzten Monaten auch den Nachhaltigkeitsgedanken wieder verstärkt in den Fokus. Der virtuellen Konkurrenz gegenüberstehend müssen nun auch Präsenzveranstaltungen mit mehr Nachhaltigkeit eine zusätzliche Attraktivität entwickeln. Dieser „Praxis-Guide Nachhaltigkeit in der Eventbranche“ zeigt Wege auf und hilft, sie konsequent und erfolgreich zu beschreiten. Und das nicht anhand rein theoretischer Grundlagen – die zweifelsohne wichtig sind und in unserer Publikation auch ganz zu Beginn als Orientierung verortet sind – sondern entlang von Beispielen. Hier haben wir in der Praxis von Messen, Kongressen, Events und anderen Veranstaltungen viele Anregungen entdeckt; sie sollen den Lesern einerseits Impulse liefern, andererseits aber auch Mut zur eigenen Anstrengung machen.

Die Zeichen stehen auf Nachhaltigkeit

Angesichts einer sich ausbreitenden Kluft zwischen Arm und Reich, des an Geschwindigkeit zunehmenden Klimawandels und einer anhaltenden Globalisierungskritik orientieren sich potentielle Konsument*innen immer mehr an „nachhaltigen“ Werten wie Umweltfreundlichkeit oder sozialer Gerechtigkeit. Bio-Lebensmittel boomen, fair gehandelte Nahrungsmittel oder Kleidung sind bereits umfassend verfügbar, Ökostrom und -gas werden flächendeckend angeboten und Car-Sharing-Systeme sowie klimafreundliche Mobilität verzeichnen eine wachsende Zahl Anhänger*innen.

Diese Entwicklungen korrespondieren mit verschärften gesetzlichen Umweltauflagen, erhöhten Sozialstandards und der Einführung von Abgaben zur Reduzierung von Kohlendioxidemissionen. Ziel ist eine zukünftige Klimaneutralität durch die spürbare Reduzierung klimaschädlichen Handelns und die Förderung eines nachhaltigeren Produktions- und Konsumverhaltens.

Neben den Konsumierenden und den politisch Verantwortlichen muss insbesondere die Wirtschaft auf diesen Wertewandel reagieren. „Corporate Social Responsibility“ (CSR), das freiwillige und über gesetzliche Vorgaben hinausreichende ökologische, ökonomische

und soziale Handeln, steht hier für den Beginn eines nachhaltigen Wandels herkömmlicher Geschäftsabläufe und Produktionsmethoden. Immer mehr Unternehmen, quer durch alle Branchen, sind schon heute bereit, so ihren Teil beizutragen und im Zuge nachhaltigen Wirtschaftens weitreichende Verantwortung zu übernehmen. Dies aus eigenem Antrieb und ohne den Zwang ordnungspolitischer Maßnahmen zu tun hat eine kommunikative Dimension: Kunden bzw. Stakeholder goutieren das! Vielleicht ist es aber auch eine Selbstverständlichkeit, eine Frage des persönlichen Gewissens, eine Ehrensache.

Auch die MICE-Branche sieht sich den gestellten Erwartungen gegenüber. Bereits seit Jahren werden „Green Meetings“, die unter umweltfreundlichen Einzelaspekten geplant und durchgeführt werden, propagiert. Bislang umfassen die Maßnahmen aber oft nur ein regionales und saisonales vegetarisches Catering, abfallvermeidendes Mehrweggeschirr, den Einsatz energiesparender Beleuchtung, die energieeffiziente Klimatisierung von Räumlichkeiten oder die Honorierung einer klimaverträglichen Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Das ist gut, aber im Sinne einer ganzheitlichen Nachhaltigkeit bei weitem nicht gut genug.

In Zukunft werden Kundinnen und Kunden von Kongress-, Messe- und Eventdienstleistenden Veranstaltungen erwarten, die in ihrer Gesamtheit nachhaltig ausgerichtet sind. Viele Unternehmen dieser Branche haben daher bereits begonnen, ihr Handeln an die CSR-Prinzipien anzulehnen und für sich und ihre Veranstaltungen hohe und weitreichende ökologische, ökonomische und soziale Standards festzulegen. Eine Reihe von Anbietenden, wie Messe- und Kongresszentren, PCOs und DMAs, Messebauer und Möbelverleiher, Mobilitäts- oder Cateringunternehmen orientieren sich bei ihren Geschäftsmodellen sogar schon ganzheitlich an Umweltschutzziele, sozialer Gerechtigkeit und einem fairen Handel. Sie entsprechen damit im Angesicht der Nachhaltigkeit einem dringlich gebotenen „new normal“.

Normierung und Qualitätssicherung

Zur Sicherung und Standardisierung dieser Unternehmensprozesse und Arbeitsweisen existieren derzeit sowohl national als auch international Nachhaltigkeitszertifikate. Es werden dabei nicht nur „klassische“ Nachhaltigkeitsbereiche wie Energieeffizienz, Mobilitätskonzepte und die Verwendung saisonaler und regionaler Produkte bewertet, sondern beispielsweise auch ein Fair Trade Support, Barrierefreiheit, soziale Standards in Unternehmen und die Einführung nachhaltiger Managementsysteme.

Qualität, Vergleich- und Überprüfbarkeit bleiben aber vielfach auf der Strecke, so wie letztendlich auch die überforderten Kunden mit dem Wunsch, ein nachhaltig agierendes Unternehmen oder eine entsprechende Agentur zu beauftragen. Durch unterschiedliche Grundvoraussetzungen leisten einige der Siegel und Zertifizierungen zudem einem lediglich zu Marketingzwecken betriebenen Greenlabeling Vorschub.

Hier müssen sich in naher Zukunft mit DIN- oder ISO-Normen nachvollziehbare Kriterien für die Zertifizierung etablieren, die durch eine übergreifende Selbstverpflichtung und eine festgeschriebene Bindung an internationale Standards gekennzeichnet sind und

deren Befolgung extern und unabhängig kontrolliert und bescheinigt wird. Letztendlich wird jedoch der „Markt“ die entscheidenden Impulse setzen müssen, damit nachhaltiges Handeln nicht nur ein bloßes Lippenbekenntnis bleibt. Von einem optionalen „Extra“ im Leistungsportfolio hin zu einem „Pflichtpunkt“, der, falls nicht vorhanden, auch Ausschlusskriterium ist!

Mehr als nur ein Lippenbekenntnis

In den kommenden Jahren wird sich die Veranstaltungsbranche erwartungsgemäß zunehmend mit Vorgaben, Regelungen und Nachweisen zu Ressourcenverbräuchen, der Vermeidung von Abfällen, der Herkunftsdeklaration von Materialien und Verbrauchsgütern, der Honorierung innovativer Mobilitätskonzepte, der Einhaltung von CSR-Normen und Kriterien sowie einer insgesamt erforderlichen deutlichen Reduzierung von CO₂-Verbräuchen konfrontiert sehen. Ein Weitermachen wie bisher hätte zukünftig wirtschaftlich und auch rechtlich Konsequenzen, aber ebensolche in der marktbestimmenden Außenwirkung.

Neben diesen zu erwartenden Regularien führte auch die Corona-Pandemie über Umwege dazu, den Ist-Zustand der MICE-Branche bezüglich der Nachhaltigkeitsfrage neu zu reflektieren. Im Frühjahr 2020 kam in Deutschland nahezu die gesamte Veranstaltungswirtschaft zum Stillstand. Fast alle größeren Präsenzveranstaltungen – Messen, Kongress, Marketing-Events, Feste etc. – wurden abgesagt, digitale Tools in einer rasanten Lernkurve weiterentwickelt und mit ihnen neue virtuelle Angebote geschaffen. Obwohl es zuvor schon insbesondere im Bereich der Weiterbildung vielversprechende und erfolgreich erprobte digitale Veranstaltungen gab, wurden doch erst die Kontakteinschränkungen in Folge der Corona-Pandemie zum wirklichen Treiber einer inhaltlich umfassenderen Veranstaltungs-Digitalisierung.

Mit der Pandemie beschleunigten sich die Entwicklungen und jede Möglichkeit wurde ergriffen, um zumindest einen Teil der bereits geplanten Veranstaltungen und Events online umzusetzen und somit das fehlende Präsenzangebot auszugleichen. So gelangte – in Einklang mit Zeit- und Kostenersparnissen der an digitalen Veranstaltungen Teilnehmenden – auch eine Nachhaltigkeitsbilanz in den Fokus, deren positiver Saldo sich nicht nur aus ressourcenschonend vermiedenen Reisen und Transporten speiste. Die Weiterentwicklung neuer virtueller oder hybrider Veranstaltungsformate und Events bleibt auch dadurch zukunftsweisend.

Krise als Chance

Es werden jedoch auch die Grenzen deutlich, denn es zeigt sich, dass eben nicht jede Veranstaltung und nicht jedes Veranstaltungsformat ohne weiteres von onsite auf online transferiert werden kann, da hier die Interaktion mit allen Sinnen fehlt. Der sehnliche Wunsch der gesamten Branche nach einer raschen Rückkehr zu vormals etablierten Präsenzveranstaltungen ist daher nachvollziehbar. Doch die Veranstaltungswelt wird nach der Pandemie nicht mehr die gleiche sein.

Auch die durch die Krise verstärkte Konzentration auf Nachhaltigkeitsaspekte wird die Anforderungen an die Durchführung von wieder stattfindenden Präsenzveranstaltungen verändern. Dieser Wertewandel muss für die Veranstaltungsbranche – vom Workshop bis zum internationalen Großkongress – erkannt, beherzigt und auch genutzt werden; Nachhaltigkeitskriterien dürfen nicht, wie bisher, häufig am Ende der Planungen stehen, sondern ganz am Anfang und mit hoher Priorität. Sie müssen die Zielsetzungen einer Veranstaltung prägen und die Einbindung von Partnerorganisationen entscheidend mitbeeinflussen, damit klassische Veranstaltungen ihre Potenziale positiv einbringen und neben den digitalen Formaten als relevante Alternative zukunftsträchtig bestehen.

Nachhaltiger Neustart statt Reset

Nach der Aufhebung der Kontaktbeschränkungen kann sich sogar eine neue, weitaus höhere Wertigkeit von Liveevents bzw. Präsenzveranstaltungen gegenüber virtuellen oder hybriden Formaten entwickeln. Den zentralen Mehrwert und die große Chance liefern hier, neben möglichen Festivalisierungs-Tendenzen, persönlicher Interaktion und Partizipation, auch die Attraktivität einer unmittelbar fühl- und erlebbaren, durchgängig klimaförderlichen Nachhaltigkeit.

Klimaneutrales und ressourcenschonendes Wirtschaften ist pauschal der einzige Weg, die Auswirkungen einer globalen Klimakatastrophe noch zu verhindern. Nur ein Neustart der MICE-Branche mit umfassenden Nachhaltigkeitsstrategien kann diesen auch im Veranstaltungsbereich durch eigene neue Ziele und auch Werte ebnen.

Die Event- und Veranstaltungsbranche braucht eine klare Neuausrichtung. Die klassischen Kommunikations- und Informationsziele von Messen, die Bildungs- und Entscheidungsfindungsziele von Kongressen oder die Marken- und Produktkommunikations-Ziele der Corporate Events müssen zukünftig in ihrer Relevanz auch der Nachfrage nach umweltfreundlichen, klimaneutralen Veranstaltungen ausreichend Raum lassen. Denn nur so bleiben sie, ihre Veranstaltungsorte und -ziele für die Zukunft im wahrsten Sinne des Wortes überlebensfähig. Und nur so kann auch die Veranstaltungswirtschaft schlussendlich ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten.

Wegweiser für eine nachhaltigere Veranstaltungsbranche

Nachhaltiges Agieren in der MICE-Branche ist möglich. Es kann aber kein Projekt mit kurzfristiger Schlussbilanz sein, sondern muss als stetig fortlaufender Prozess alle Unternehmensbereiche der Messe-, Kongress- und Eventbranche umfassen.

Dass Nachhaltigkeit hier nicht nur machbar, sondern auch sinnvoll ist, zeigt das vorliegende Handbuch in 19 Beiträgen, die eine differenzierte Betrachtung des komplexen Themas ermöglichen. Den einführenden Grundlagentexten zur Definition von Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft folgen Beiträge mit einer jeweils spezifischen Einschätzung von nachhaltigen Prozessen und Entwicklungen als Gradmesser, der in der Veranstaltungswirtschaft bislang erreichten Ziele. Best-Practice-Beispiele inspirieren mit

einem breiten Angebot unterschiedlicher Ansätze zu ressourcenschonendem und klimafreundlichem Betrieb von Kongress- und Messezentren, der nachhaltigen Umsetzung von Veranstaltungen aus dem Messe-, Kongress- und Eventbereich sowie einem umweltfreundlichen Veranstaltungs- und Messeaufbau. Das Handbuch zeigt auf, was im Bereich Nachhaltigkeit in der Eventbranche heute bereits möglich ist und morgen für alle gelten sollte.

Die Herausgeber des vorliegenden „Praxis-Guide für Nachhaltigkeit in der Eventbranche“ bedanken sich bei den mitwirkenden Autorinnen und Autoren für ihre Beiträge – und damit ihrem persönlichen Erfahrungsschatz, ohne dem dieses Buch nicht möglich gewesen wäre.

Berlin, Deutschland
Dezember 2021

Stefan Luppold
Thorsten Knoll

Inhaltsverzeichnis

Nachhaltige Events	1
Ulrich Holzbaur	
Nachhaltigkeit und Digitalisierung von Veranstaltungen	17
Markus Große Ophoff	
Die Digitalisierung von Events – Die Chance für eine nachhaltige Zukunft	29
Philipp Fukas, Jannis Vogel, Maximilian Klimek und Oliver Thomas	
Konzeption einer offenen Wissensmanagement- und Lernplattform zur Förderung von digitalen und nachhaltigen Veranstaltungen	51
Philipp Fukas, Oliver Thomas, Aydin Bozkurt und Stefan Luppold	
Praktische Tipps für nachhaltige Online-Events	61
Katrin Taepke	
Implementierung eines organisationsübergreifenden nachhaltigen Veranstaltungsmanagements	71
Kerstin Pettenkofer	
Nachhaltigkeit in der Messewirtschaft	77
Barbara-Maria Lüder	
Innovative Veranstaltungsformate der Zukunft: Nachhaltigkeit inklusive?	83
Matthias Schultze	
Berlin – für Begegnungen, die nachhaltig wirken	93
Luisa Mentz und Kyra Reiter	
Nachhaltigkeits-Managementsysteme	107
Martina Riediger und Christian Oblasser	
Nachhaltige Veranstaltungen als Wirtschafts- und Zukunftsfaktor der Eventbranche am Beispiel der Stadthalle Reutlingen	119
Petra Roser	

Deutscher Filmpreis goes Green! – Ein Nachhaltigkeits-Management-System für Veranstaltungen. Anforderungen mit Anleitung zur Anwendung	143
Jürgen May, Fenja Gewitsch und Sabine Schwerda	
Nachhaltigkeit als Markenkern	173
Mario Zeißig	
Bau und Betrieb nachhaltiger Veranstaltungsstätten	203
Carsten Rennecke	
Veranstaltungen mit positivem Impact – Nachhaltige Lösungen für die Veranstaltungswirtschaft	233
Stefan Lohmann	
Nachhaltigkeit im Kulturbetrieb – Ein Festival denkt um	251
Maite Birker	
Nachhaltiges Messemanagement – Verantwortung für eine erfolgreiche Zukunft am Beispiel der Leipziger Messe	263
Markus Geisenberger	
Nachhaltigkeit auf dem Messestand und in der MICE-Branche	279
Thorsten Kollmeier	
Sustainable Plus – beratungsorientierter Nachhaltigkeitsansatz bei Holtmann.	311
Bettina Dombrowski	
Erratum zu: Deutscher Filmpreis goes Green! – Ein Nachhaltigkeits-Management-System für Veranstaltungen. Anforderungen mit Anleitung zur Anwendung.	E1

Die Autorinnen und Autoren

Maite Birker studierte Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der Karlshochschule International University. Nach ersten praktischen Erfahrungen im Kulturbetrieb absolvierte sie den Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement an der Hochschule für Musik und Theater in München. Seit Frühling 2020 arbeitet sie in der Veranstaltungsorganisation der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern und koordiniert gemeinsam mit ihren Kollegen die über 190 Konzerte des Festspielfrühlings, Festspielsommers und Festspielwinters mit über 140 Konzerten in den drei Monaten des Festspielsommers. Mit dem Intendantenwechsel im September 2020 rückte das Thema *Nachhaltigkeit* verstärkt in den Fokus des Festivals. In diesem Rahmen entwickelt Maite Birker gemeinsam mit Kollegen*innen aus den verschiedenen Abteilungen der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern Strategien und Formate, um die Festspiele langfristig nachhaltiger zu gestalten.

Aydin Bozkurt ist seit Wintersemester 2018/19 Bachelorstudent der Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück. Im Laufe des Studiums spezialisierte Herr Bozkurt sich auf Decision Support Systems. Außerdem absolvierte er am Lehrstuhl für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik von Univ.-Prof. Dr. Oliver Thomas eine Proseminararbeit mit dem Titel „Literaturrecherche zu den Grundlagen des Softwaretestens“. Seit Februar 2021 ist Aydin Bozkurt als studentische Hilfskraft tätig am IMWI und betreut das DBU-geförderte Projekt „Green Meeting Know-how Box“ hauptsächlich in den Bereichen der Anforderungserhebung und Konzeption der UI-Mockups.

Philipp Fukas absolvierte ein duales Bachelor-Studium in Wirtschaftsinformatik mit einer integrierten Berufsausbildung zum Fachinformatiker an einer privaten Hochschule in Kooperation mit einem Softwareentwicklungs- und IT-Dienstleistungsunternehmen. Anschließend folgte eine Tätigkeit als Software Engineer, in der Herr Fukas verschiedene Softwarekomponenten für ERP-Systeme konzeptionierte, implementierte und betreute. Neben dieser Expertise in der Softwareentwicklung, in ERP-Systemen und im IT-Service-Management baute Herr Fukas während seines darauffolgenden Master-Studiums in Cognitive Science und seines Auslandsaufenthaltes an einer französischen Ingenieurhochschule (Informatik und angewandte Mathematik) weiteres Know-how in datenbasierten

(Automatisierungs-)Technologien auf. Zuletzt sammelte er zusätzliche Erfahrungen im praktischen Einsatz dieser Technologien und im internationalen IT-Projektmanagement in einem M&A-Projekt bei einem globalen Pharmakonzern in der Schweiz im Rahmen seiner Tätigkeit in einer großen Beratungsgesellschaft. Seit dem 01.07.2020 unterstützt Philipp Fukas als wissenschaftlicher Mitarbeiter das IMWI-Team um Prof. Dr. Oliver Thomas und bringt seine Softwareentwicklungskompetenz in das DBU-geförderte Projekt „Green Meeting Know-how Box“ ein.

Bettina Dombrowski verantwortet als Head of CSR die Nachhaltigkeitsaktivitäten bei Holtmann. Seit 2006 ist sie bei Holtmann in verschiedenen Positionen – seit vielen Jahren auf Leitungsebene – tätig und hat die Nachhaltigkeitsentwicklung im Unternehmen von Anfang an seit 2008 mitbegleitet. Zuvor war sie in leitender Funktion für den nationalen Branchenverband FAMAB und den internationalen Branchenverband IFES tätig. 2013 hat sie den Gründungsprozess der FAMAB Stiftung, initiiert durch den Geschäftsführenden Gesellschafter Claus Holtmann, maßgeblich gesteuert und mit Claus Holtmann die wesentlichen Eckpfeiler der Stiftungsstruktur erarbeitet. Bis 2015 war sie Leiterin der Stiftungsgeschäftsstelle und ist seitdem Mitglied des Stiftungsvorstandes.

Markus Geisenberger studierte an den Universitäten in Passau und Angers (Frankreich) Kulturwirtschaft (Abschluss als Diplom-Kulturwirt) und besitzt einen MBA der University of Edinburgh Business School. Er war Teil der Gründungsmannschaft der Bayern International GmbH, für die er bis 2001 weltweit Projekte zur Exportförderung von Unternehmen leitete. Anschließend arbeitete er als Advisor Business Development der Deutschen Messe AG in Hannover. 2004 wechselte er zur Messe München GmbH. Dort war er zunächst für das Neugeschäft und dann als Geschäftsbereichsleiter für die internationalen Technologiemesen verantwortlich. Seit 2010 ist Markus Geisenberger Geschäftsführer der Leipziger Messe GmbH und der LMI Leipziger Messe International GmbH. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Fenja Gewitsch hat ihr Grundwissen zum Thema Nachhaltigkeit in ihrem Bachelorstudium der Geographie an der Universität Leipzig erlangt. Währenddessen arbeitete sie bereits als Studentische Hilfskraft am Leibniz Institut für Länderkunde. Nach einem Auslandsjahr an der Universidad de La Laguna, entschloss sie sich einen verstärkten Fokus auf die politischen und administrativen Abläufe in Bezug auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz zu legen. Somit studiert sie seit August 2019 den Doppel-Master Comparative Public Governance (M.A.) und European Studies (M.Sc.) an den Universitäten Münster und Twente, Enschede. Neben dem Studium formte sie Teil der ersten Generation der Green Officers an der Green Hub Twente, dem Nachhaltigkeitsbüro der Universität Twente. Dabei übernahm sie den Verantwortungsbereich Außenbeziehungen und externe Kommunikation. Mit den erlangten Erfahrungen und Wissen begann sie im April 2021 ein Praktikum im Bereich „Nachhaltiges Eventmanagement“ bei der Deutschen Filmakademie Pro-

duktion, bei welcher sie nun seit Juli 2021 als Green Production Managerin den FIRST STEPS Award und Deutschen Filmpreis auf dem Weg zur Nachhaltigkeit betreut.

Dr. Markus Große Ophoff ist seit 2001 der Fachlicher Leiter des Zentrums für Umweltkommunikation (ZUK) der DBU. Seit 2003 ist er Lehrbeauftragter an der Hochschule Osnabrück, wo er 2015 zum Honorarprofessor für Veranstaltungsmanagement und Nachhaltigkeitskommunikation berufen wurde.

Prof. Dr. Ulrich Holzbaur ist seit 1990 Professor im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen mit dem Schwerpunkt Nachhaltige Entwicklung, insbesondere im Bereich der Bildung für Nachhaltige Entwicklung und Nachhaltiges Eventmanagement. Holzbaur ist Nachhaltigkeitsbeauftragter der Hochschule Aalen, Leiter des BNNOW RCE Ostwürttemberg und Sprecher des Agendarats der Lokalen Agenda 21 Aalen, Leiter des Steinbeis-Transferzentrums Angewandtes Management Aalen sowie honorary professor an der Central University of Technology in Bloemfontein, Südafrika.

Maximilian Klimek ist seit 2019 Masterstudent an der Universität Osnabrück, mit dem Schwerpunkt Betriebswirtschaftslehre. Seinen Bachelor of Science erlang er 2019 mit seiner Ausarbeitung der Möglichkeiten virtueller Veranstaltungen im Messewesen am Lehrstuhl für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik von Univ.-Prof. Dr. Oliver Thomas an der Universität Osnabrück. Bereits während seines Bachelorstudiums arbeitete Maximilian Klimek von 2018 bis 2020 als Werkstudent bei einem FinTech Startup und betreute dort größere Projekte. Ferner arbeitet er als studentische Hilfskraft an der Universität Osnabrück und beschäftigt sich mit Themen der Digitalisierung.

Thorsten Kollmeier ist mit über 35 Jahren Erfahrung im Messegeschäft der rastlose ‚Silverliner‘ im Business. Er schnupperte bereits als Student des Produkt-Design in diese vielfältige Branche hinein. Gleich nach dem Abschluss des Studiums und zu Beginn seiner Tätigkeit fielen ihm die gigantischen Ressourcen ins Auge, die nach wenigen Tagen Messe als Müll die Hallengänge verstopften. Bis heute irritiert ihn, dass verschiedene Gruppen aus Wertstoffen größtenteils unsortiert und ganz selbstverständlich in Müllcontainer gefüllt werden. Seine umfangreichen Managementenerfahrungen und die umfängliche Beratungskompetenz aus mehreren Jahrzehnten teils selbstständiger Tätigkeit bringt er erfolgreich in Schulungsformaten oder durch Vorträge auf Kongressen oder Messen ein. Dabei bilden die Nachhaltigkeit und der Themenkomplex CSR als auch die Digitalisierung in Zusammenhang mit der dreidimensionalen Markenkommunikation Schwerpunkte, die er auch in Blogs, Workshops, als Co-Autor oder als Ghostwriter einbringt.

In seiner ehrenamtlichen Tätigkeit für den Bundesverband ‚Die Vertriebsmanager‘ ist Thorsten Kollmeier als Regionalgruppenleiter Nordrhein-Westfalen aktiv und realisierte erfolgreich verbandsinterne Veranstaltungen wie Coaching-Days. Ob in den Alpen, am Meer oder im Wald, privat genieße er als leidenschaftlicher Trailläufer die freie Natur in vollen Zügen.

Stefan Lohmann ist Live Entertainment Experte und offizieller Partner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises sowie Gründer von Sustainable Event Solutions und Co-Gründer des nachhaltig agierenden Berlin Show Orchesters. Als Artist Relations Manager bucht er internationale Stars für Veranstaltungen und erstellt Live Entertainment Konzepte für Festivals, Firmenveranstaltungen, Locations, Public Events und Sportveranstaltungen weltweit. Mit der online Plattform und Datenbank Sustainable Event Solutions präsentiert er die Lösungen und nachhaltige Lieferant*innen für klimaneutrale und nachhaltige Veranstaltungen und Tourneen. Zusammen mit dem Experten für Umweltmanagement und Events Marcus Stadler entwickelte Stefan Lohmann den komprimierten Sustainability Rider mit Checkliste als eine einfache Übersicht, damit wirklich jeder klimaneutrale und nachhaltige Veranstaltungen organisieren kann. Mittlerweile bieten diverse Fachmagazine und Verbände den Sustainability Rider mit Checkliste als Download an. Gemeinsam mit Verbänden, Auftraggeber*innen, Auftragnehmer*innen, Künstler*innen, Politiker*innen, Städten und Locations startete Stefan Lohmann den Aufruf zur Förderung einer nachhaltigen Veranstaltungswirtschaft.

Barbara-Maria Lüder ist gelernte Hotelfachfrau und studierte Juristin. Die gebürtige Uelzenerin arbeitet seit 2006 im Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA e.V. in Berlin. Sie ist dort zuständig für die Bereiche Recht, Steuern, Technik und Nachhaltigkeit. Barbara-Maria Lüder engagiert sie sich seit Jahren für das Thema Nachhaltigkeit. Sie leitet im AUMA den Arbeitskreis Technik, der sich unter anderem mit den infrastrukturellen Aspekten von Nachhaltigkeit auf den deutschen Messeplätzen beschäftigt. Gleichzeitig ist sie Mitglied im Sustainable Development Committee beim Weltmesseverband UFI und regelmäßig in der Jury des UFI Sustainable Development Awards. Dadurch erhält sie wertvolle Einblicke in die Nachhaltigkeitsvorhaben auf internationalen Messeplätzen. Außerdem ist sie sehr gefragt für Interviews im Rahmen von studentischen Abschlussarbeiten. Ein besonderes Anliegen ist ihr das Thema Kreislaufwirtschaft.

Jürgen May ist Gründer und Geschäftsführer der Beratungsagentur 2bdifferent und Experten für Nachhaltigkeit in der Event-, Messe- und Meetingbranche. Mit seiner Nachhaltigkeitsagentur richtet er sich seit 2010 speziell an die Event-, Messe-, Meeting- Sportevent- und Filmproduktionsbranche. Von der Feststellung des Status Quo, mit einer speziell für die Veranstaltungswirtschaft entwickelten und validierten Betriebsanalyse, begleiten er und sein Team Eventdienstleister, Verbände, Organisationen, Veranstalter und Agenturen bei der Entwicklung nachhaltiger und klimafreundlicher Unternehmensstrategien.

Ein weiteres Kompetenzfeld umfasst die Analyse, Bewertung und Optimierung von Messen, Kongressen, Tagungen, Corporate- und Sport-Events nach ökologischen, sozialen und ökonomischen Kriterien. Die Grundlagen hierzu bilden u. a. die Qualifikationen Umweltmanagement gemäß ISO 14001 und EMAS sowie die Kompetenz als interner Auditor für nachhaltiges Eventmanagement nach ISO 20121. Zu den Kunden gehören u. a. die PORSCHE AG, die BMW Group, Vodafone, WELEDA, KfW sowie Dienstleister der Eventbranche. Als lizenzierter Partner des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) berät er

zu den Anforderungen der nichtfinanziellen Berichterstattung des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes. Von der Deutschen Umweltstiftung wurde er auf Grund seiner event-spezifischen Nachhaltigkeitskompetenz ins Expertenteam der Crowdfunding-Plattform EcoCrowd berufen. Die Aufgaben sind, Guidelines für die Bewertung der Nachhaltigkeit von Event- und Sportprojekten zu entwickeln und eingereichte Projekte entsprechend zu bewerten. Sein Wissen gibt er zudem beim Verband für Sportökonomie und Sportmanagement in Deutschland e. V. als Leiter des Bereichs „Nachhaltigkeit im Sport“ und als Lehrbeauftragter an der IST-Hochschule für Management und an der TU Chemnitz weiter.

Luisa Mentz arbeitet federführend an der Initiative Sustainable Meetings Berlin bei visitBerlin, dass die deutsche Hauptstadt zu einer der innovativsten und nachhaltigsten Metropolen für Tagungen und Kongresse entwickeln soll.

Christian Oblasser der Dipl.-Kommunikationswirt ist Geschäftsführer von trias consulting GbR und Fachberater für Reporting und Change sowie Stakeholder-Dialoge und Strategieberater. Zudem ist er Berater GRI Global Reporting Initiative (GRI Certified Training); Berater IR Integrated Reporting (Approved <IR> Training/Introductory Level) und Schulungspartner DNK Deutscher Nachhaltigkeitskodex 2021

Kerstin Pettenkofer Politikwissenschaftlerin (M.A.) ist Beraterin für strategische Nachhaltigkeitsprozesse in Unternehmen und Organisationen sowie Facilitatorin. Sie ist seit 15 Jahren geschäftsführende Gesellschafterin einer Veranstaltungsagentur mit Schwerpunkt politische Kommunikation, Nachhaltigkeit. Den hier beschriebenen Prozess hat Kerstin Pettenkofer in zahlreichen internationalen Organisationen bereits durchgeführt. Die Ergebnisse sind so divers wie die Organisationen. Mehr unter <https://sustainworks.de>

Carsten Rennecke Das Hauptaufgabengebiet von Carsten Rennecke umfasst den Bereich der Entwicklung, Beratung und Umsetzung von ganzheitlichen Betreiberkonzepten einschließlich Facility Management-Lösungen für Veranstaltungsstätten, insbesondere für Sportstadien, Multifunktionsarenen und Sporthallen, Opern- und Konzerthäuser sowie andere Kultureinrichtungen.

1994 gründete Carsten Rennecke EVENTech, ein Planungsbüro für Veranstaltungsorganisation und Durchführung, Beratung und technische Konzeption in den Bereichen Musik, Kultur, Politik, Wirtschaft, Industrie und Sport. In den Anfangsjahren lag der Schwerpunkt in der operativen Organisation und Umsetzung von Konzerten, Veranstaltungen und Events. Mit der Übernahme von Managementaufgaben bei der betrieblichen Führung kamen neue Schwerpunkte hinzu.

In den Folgejahren erfolgte die Beratung vor allem in den Themen gesamtheitlicher Betriebsmodelle, Facility Management und Projektmanagement sowie Businesskonzepten in den Bereichen Veranstaltungen, Stadien, Multifunktionsarenen und kommunale Liegenschaften.

Neben Projekten im In- und Ausland betreute er unter anderem die Color Line-Arena in Hamburg (später O2-world, heute Barclaycard-Arena), die Philharmonie in Essen, die Elbphilharmonie in Hamburg, die Mercator-halle in Duisburg sowie Fußballstadien u. a. in Nürnberg, Magdeburg, Dortmund, Kaiserslautern, Bata (Äquatorialguinea), Budapest (Ungarn) und Sankt Petersburg (Russland).

Im Jahr 2017 ist EVENTech als Unternehmen in der Bevenue aufgegangen.

Kyra Reiter arbeitet federführend an der Initiative Sustainable Meetings Berlin bei visit-Berlin, dass die deutsche Hauptstadt zu einer der innovativsten und nachhaltigsten Metropolen für Tagungen und Kongresse entwickeln soll.

Martina Riediger die Dipl.-Touristikfachfrau ist Geschäftsführerin von trias consulting GbR sowie Fachberaterin für die Entwicklung und Implementierung von Nachhaltigkeitsmanagementsystemen. Sie ist Auditorin für das Nachhaltigkeitsprogramm „Sustainable Meetings Berlin“ und Qualitätsbeauftragte nach ISO 9001:2015 (GUTcert), davor Dozentin am IST-Studieninstitut Düsseldorf sowie der ascenso Akademie für Business und Medien, Palma de Mallorca.

Petra Roser ist Geschäftsführerin der Stadthalle Reutlingen GmbH. Das Management setzt durchgängig auf Ressourcenschonung und so bietet die Eventlocation als erste Stadthalle Deutschlands komplett CO₂-neutrale Veranstaltungen an. Petra Roser verfügt über einen breiten Erfahrungsschatz aus ihrer Zeit als Leiterin anderer Veranstaltungshäuser in der Metropolregion Stuttgart sowie ihrer früheren Tätigkeit in Vertrieb und Marketing der Automobilbranche und aus ihrer verbandlichen Netzwerkarbeit, u. a. für den EVVC (Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.).

Matthias Schultze Begeisterung für Neues, die Suche nach innovativen oder ungewöhnlichen Lösungen und die konsequente Weiterentwicklung von Business Events als Impulsgeber und Plattformen des Wissensaustauschs – das sind die Treiber in der Arbeit von Matthias Schultze, Managing Director des GCB. Seit 2010 verantwortet Matthias Schultze beim GCB mit Büros in Frankfurt, New York und Peking die nationale und internationale Positionierung und Vermarktung Deutschlands als führende Tagungs- und Kongressdestination. Gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft hat er verschiedene Projekte initiiert, die Potenziale der Digitalisierung unter die Lupe nehmen und Impulse für die Zukunft von Business Events setzen – darunter den Innovationsverbund „Future Meeting Space“ und den hybriden, räumlich-verteilten Kongress „BOCOM“.

Sabine Schwerda Bereits während ihres Grundstudiums absolvierte Sabine Schwerda Praktika in der PR in verschiedenen kulturellen Einrichtungen wie dem Künstlerhaus Stuttgart oder der Alten Nationalgalerie in Berlin. Des Weiteren war sie über viele Jahre als Volunteer in der Presse und Öffentlichkeitsarbeit der Staatsgalerie Stuttgart tätig. Die studierte Kunsthistorikerin und Germanistin unterstützte nach ihrem Studienabschluss

mehrere Jahre die Presseabteilung des Klett-Cotta Verlags. Nach ihrer Station im PR-Team der Werbeagentur WE DO, wo sie unter anderem Kunden wie das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und die Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V. (IJAB) betreute, beschloss sie, sich wieder verstärkt der PR im kulturellen Bereich zuzuwenden und wechselte zu LimeLight PR, wo sie als Senior PR-Managerin die unterschiedlichsten Kino- und TV-Kampagnen betreute. Seit August 2018 verantwortet sie den Bereich Kommunikation & Marketing bei der Deutschen Filmakademie Produktion und kümmert sich hierbei verstärkt um Kommunikation, Partner- und Kooperationsprojekte für den Deutschen Filmpreis sowie die FIRST STEPS Awards sowie um alle Themenbereiche rund um Nachhaltigkeit.

Katrin Taepke hat an der DHBW Ravensburg Messewirtschaft studiert, erfolgreich die Prüfung zum international anerkannten „Certified Meeting Professional“ absolviert sowie von 2011 bis 2013 ein berufsbegleitendes MBA-Studium an der Hochschule für Wirtschaft und Recht (Berlin) mit dem Schwerpunkt „Entrepreneurship“ (innovative Geschäftsmodelle in KMU) absolviert. Seit 2003 plante, budgetierte und organisierte sie federführend in verschiedenen leitenden Positionen Fach- und Endverbraucher messen sowie Wirtschafts- und wissenschaftliche Tagungen mit bis zu 10.000 Teilnehmer/innen. Seit Februar 2018 betreibt sie den Blog „MICEstens digital“ für Veranstaltungsplaner in Verbänden, Unternehmen und Agenturen, auf dem sie über digitale Lösungen für Präsenz-, Online- und Hybridevents informiert.

Prof. Dr. Oliver Thomas ist Inhaber des Lehrstuhls für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück und Leiter der Forschungsgruppe „Smart Enterprise Engineering“ am Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI). Vor seiner Tätigkeit in Osnabrück war er Visiting Associate Professor an der Aoyama Gakuin University, Tokyo (Japan). Die Schwerpunkte seiner Forschungsarbeiten sind Geschäftsprozessmanagement, Hybride Wertschöpfung, IT Governance, Risk and Compliance Management sowie Mobile and Wearable Information Systems. Prof. Dr. Thomas ist Autor von über 300 nationalen und internationalen Fachpublikationen, Sprecher des Fachbereichs Wirtschaftsinformatik in der Gesellschaft für Informatik (GI) sowie Mitglied im Beirat des vom niedersächsischen Wirtschaftsministerium eingerichteten Netzwerks Industrie 4.0. Neben seinen wissenschaftlichen Tätigkeiten engagiert sich Prof. Thomas seit über 10 Jahren als Unternehmer. Er ist Mitgründer und Gesellschafter der Strategion GmbH, Osnabrück, sowie Mitbegründer und Gesellschafter der Didactic Innovations GmbH, Saarbrücken. Grundsätzlicher Gegenstand der praxisnahen Aktivitäten von Prof. Thomas ist die Gestaltung betrieblicher Informationssysteme und ihre Anwendung in Unternehmen im Rahmen der digitalen Transformation.

Jannis Vogel ist seit 2017 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachgebiet Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik der Universität Osnabrück. Zuvor absolvierte er ebenfalls an der Universität Osnabrück das Studium der Wirtschaftsinformatik und

forschte im Rahmen des DBU-geförderten Projektes „IT 4 Green Events“ zu nachhaltigen und digitalen Veranstaltungskonzepten und deren Vermittlung durch Lehr- und Lerninhalte. Derzeit forscht Herr Vogel im Graduiertenkolleg va-eva „Vertrauen und Akzeptanz in erweiterten und virtuellen Arbeitswelten“ (www.vaeva.uos.de). Dabei adressiert er die Forschungsschwerpunkte hinsichtlich der Konzeption und Entwicklung von Augmented- und Virtual-Reality-Systemen, außerdem die Adoptions- und Diffusionsforschung und die Geschäftsmodellentwicklung für diese Technologien.

Mario Zeißig war von 2014 bis 2019 Referent für das thematische Programm beim Deutschen Evangelischen Kirchentag und von 2019 bis 2021 Pressesprecher des 3. Ökumenischer Kirchentags. Seit 2021 ist er Vorstand Marketing und Service beim Deutschen Evangelischen Kirchentag.

Über die Herausgeber



Dr. Thorsten Knoll arbeitet seit 2001 als Projektleiter im Veranstaltungsmanagement der TUBS GmbH und verantwortet dort die konzeptionelle und organisatorische Durchführung von wissenschaftlichen Ausstellungen und Messebeteiligungen sowie Kongressen und Tagungen.

Für den in Ostwestfalen-Lippe Geborenen führte der Weg nach dem Abitur in Lemgo und dem Zivildienst beim Detmolder Kinderschutzbund direkt nach Berlin. Hier begann er 1986 seine kulturgeschichtlichen Studien an der Freien Universität Berlin.

Nach dem erfolgreichen Studienabschluss der Kunstgeschichte, Geschichte und Publizistik und seiner Promotion als Architekturhistoriker ging er mit der Entscheidung für das Studium des „European Communication and Administration - Europäisches Kulturmanagement“ den für sein heutiges Tätigkeitsfeld entscheidenden Schritt von der Geschichtsvermittlung in Museen und Galerien hin zu Gegenwart und Zukunft im universitären Veranstaltungsbereich.

Aufbauend auch auf seinen in den Kulturbetrieben erworbenen Kenntnissen, begann er mit der TUBS GmbH für die TU Berlin wissenschaftliche Ausstellungen und Messebeteiligungen zu organisieren und durchzuführen. Zudem lehrt er seit Jahren als Gastdozent an der TU Berlin und lehrte an der BEST-Sabel-Hochschule Berlin professionelles Veranstaltungsmanagement im MICE-Bereich.

Sein besonderes Interesse gilt heute neben der konzeptionellen Entwicklung und Umsetzung neuer partizipativer Veranstaltungsformate insbesondere dem digitalen Wandel in der Veranstaltungsbranche durch den Einsatz innovativer Technologien. Er ist der Überzeugung, dass nur die Anbieter, die in

Zukunft Nachhaltigkeit als ganzheitliches Grundkonzept für sich und ihre Veranstaltungen berücksichtigen auch in Zukunft am Markt bestehen können.



Prof. Stefan Luppold leitet an der staatlichen DHBW (Duale Hochschule Baden-Württemberg) Ravensburg den Studiengang „BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement“. Das gleichnamige Institut (IMKEM) hat er 2009 gegründet.

Zuvor war er zwei Jahrzehnte lang in internationale Projekte der Veranstaltungsbranche eingebunden, unter anderem beriet er Manchester United, das Royal Opera House London und das International Convention Centre Durban.

Als Herausgeber von zwei Fachbuchreihen mit aktuell 20 Bänden, als Mitherausgeber des 2017 veröffentlichten „Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement“ sowie als Autor und Referent bei Branchenverbänden gibt er sein Wissen weiter. Als Gastprofessor lehrte er sieben Jahre in Shanghai und ist daneben an europäischen Hochschulen aktiv. Luppold ist Mitglied in verschiedenen Beiräten.



Nachhaltige Events

Ulrich Holzbaur

Zusammenfassung

Kommunikation und Erlebnisse gehören zu den menschlichen Grundbedürfnissen oder frei nach Lorient: „Ein Leben ohne Events ist möglich, aber sinnlos“. Events sind eine wichtige Komponente von Gesellschaft, Kultur und Wirtschaft. Andererseits stehen Events in der Kritik „nicht notwendig“ zu sein und negative Auswirkungen zu haben – sei es auf das Klima, die Umwelt, Sicherheit oder Kultur.

Nachhaltige Entwicklung bedeutet den Erhalt einer lebenswerten Zukunft für die Menschheit und bezieht sich auf die Bereiche Natur und Kultur, wobei die natürlichen Lebensgrundlagen Voraussetzung für den Bestand der kulturellen Errungenschaften sind. Oder kurz: „Nachhaltigkeit ist der Erhalt der menschlichen Kultur“.

Was sind nun nachhaltige Events? Zum ersten: es sind Events – erlebnisorientierte Veranstaltungen. Zum zweiten sind es Events, die sich an der Nachhaltigen Entwicklung orientieren. Nachhaltige Events wollen negative (Umwelt-)Einflüsse minimieren (Green Events), die gesamte Nachhaltigkeit berücksichtigen und darüber hinaus positiv wirken. Gleichzeitig sollen Events den Zweck der Kommunikation und des Erlebnisses erfüllen und bei allen Beteiligten einen positiven und anhaltenden Eindruck hinterlassen.

Events können auch ein Beitrag zur Nachhaltigen Entwicklung sein. Bei der Transformation von quantitativem zum qualitativen Wachstum (Wohlstand 5.0) kann das Thema Erlebnis eine wichtige Rolle spielen. Erlebnisorientierung kann ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Bildung für Nachhaltige Entwicklung sein. Und Events können

U. Holzbaur (✉)
Hochschule Aalen, Aalen, Deutschland
E-Mail: ulrich.holzbaur@htw-aalen.de

einzelne Nachhaltigkeitsfaktoren oder Nachhaltigkeitsziele (SDG) thematisieren und fördern.

Nachhaltige Events brauchen aber eine gut basierte Strategie, die sowohl die Grundelemente des Eventmanagements als auch die Ziele der Nachhaltigen Entwicklung berücksichtigt. Die folgende Darstellung orientiert sich im wesentlichen an Holzbaur (2016) und Holzbaur (2020).

1 Event, Nachhaltigkeit und Kultur

Nachhaltige Entwicklung

Wir verstehen Nachhaltige Entwicklung im Sinne der Brundtland-Definition:

► Nachhaltige oder dauerhafte Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können. (WCED 1987)

Allgemeiner kann man Nachhaltigkeit beschrieben als den Erhalt der menschlichen Kultur (Holzbaur 2020; Holzbaur et al. 2020). Das Kulturverständnis ist in diesem Zusammenhang weit: Kultur ist – im Gegensatz zur Natur – alles vom Menschen geschaffene. Die umfasst das Zusammenleben der Menschen und alle vom Menschen hervorgebrachten Ergebnisse (Gesellschaft, Wissenschaft, Technik, Kunst, ...).

Nachhaltigkeit und Events

Nachhaltige Events sollten wir kurz definieren. Umgangssprachlich wird nachhaltig verwendet im Sinne von lang andauernd (eher für Events untypisch), auf eine lange Dauer angelegt (Markenbildung bei Events) oder langwierig bzw. langweilig (auch eher eine Negativdifferenzierung von Events gegenüber Veranstaltungen). Auch die Bedeutung von nachwirkend (nach einem Ereignis für lange Zeit einen Einfluss zeigend) als lang anhaltende Nachwirkung eines Events ist keine besondere Eigenschaft sondern das „bread and butter“ des Eventmanagements: „Ich erinnere mich an keine Veranstaltung, die nicht auch ein Event gewesen wäre – die anderen habe ich alle vergessen.“ (Holzbaur et al. 2010).

Nachhaltiges Eventmanagement möchte mögliche negative ökologische Auswirkungen minimieren (Green Events), die gesamte Nachhaltigkeit berücksichtigen und darüber hinaus positiv wirken. Es legt Wert auf die Umsetzung nachhaltiger Standards, sparen Kosten durch den schonenden Umgang mit Ressourcen und handeln sozial verantwortlich.

Gleichzeitig sollen Events den Zweck der Kommunikation und des Erlebnisses erfüllen und einen bleibenden (oder umgangssprachlich: nachhaltigen) positiven Eindruck bei den BesucherInnen hinterlassen. Nachhaltige Events sollen darüber hinaus im Sinne der Zukunftsfähigkeit global und lokal wirken und sich an der Brundtland-Definition messen lassen.

Nachhaltigkeit im Sinne der Brundtland-Definition kann für Events nun ein Ziel (Förderung der NE) oder eine Rahmenbedingung oder Einschränkung (Berücksichtigung der NE) sein. Je nachdem ist die Nachhaltigkeitstrategie reaktiv/passiv oder progressiv/aktiv.

Nachhaltigkeit und Kultur

Events sind ein wichtiger Teil der Kultur – das Sahnehäubchen auf dem sozialen Leben. Aber sie sind „eigentlich nicht notwendig“ und da entzündet sich schnell die Kritik an den Auswirkungen von Events: Kosten, Belastungen und Gefahren für Mensch und Umwelt, Ressourcenverbräuche „just for fun“ etc. Verantwortliche Eventveranstalter werden diese Kritik ernst nehmen und schon im Vorfeld durch entsprechende Gestaltung des Events entkräften. Veranstaltungsorganisatoren wissen, dass ein Event vom Image lebt und dass Imageschäden der Tod einer Veranstaltung sein können. Nachhaltige Entwicklung und Corporate Social Responsibility gewinnen immer mehr an Bedeutung – nicht nur für Unternehmen, sondern für Organisationen aller Art. Die Berücksichtigung von Kriterien der Nachhaltigen Entwicklung ist ein wichtiger Punkt, damit Veranstaltungen erfolgreich und glaubhaft beworben und durchgeführt werden und als Ausdruck einer verantwortlichen Organisation wahrgenommen werden.

Transformation und Events

Bei der Transformation vom quantitativen zum qualitativen Wachstum (Wohlstand 5.0) kann das Thema „Erlebnis“ eine wichtige Rolle spielen, da es sich dabei um einen wichtigen Faktor im Leben und ein primäres menschliches Bedürfnis handelt, während die ressourcenverbrauchenden Aktivitäten durch intelligentere, meist arbeitsintensivere Lösungen substituiert werden können. Events sind ein Schlüssel für den Übergang vom Konsumieren zum Erleben.

2 Nachhaltige Events

Nachhaltige Events sind Events, die die positive Kommunikationswirkung mit einer positiven Wirkung im Sinne der Nachhaltigen Entwicklung verbinden.

Wer Events nachhaltig gestalten will, muss sich zunächst mit den Wirkungen und einzelnen Komponenten von Events beschäftigen. Hierzu verweisen wir auf (Holzbaur et al. 2010; Holzbaur 2016). Zentral für die Planung und für die nachfolgenden Überlegungen sind die Eventaspekte sowie die Meilensteine und Phasen des Events. Diese Meilensteine aus Veranstalter- und Besucher-Sicht haben wir beispielsweise in (Holzbaur 2015, 2016) als Basis der Planung betrachtet. Um eine nachhaltiges Event zu erreichen, sind vor allem die frühen Phasen der Planung wichtig. Die strategische und operative Eventplanung wird abschließend mit der Sustainable Events Design Matrix zusammengefasst.

Wirkungskategorien

Die Wirkungskategorien von nachhaltigen Events können an den in der Agenda 21 formulierten drei Säulen der Nachhaltigen Entwicklung festgemacht werden:

- Ökologie = Planet = Umwelt und Ressourcen
- Soziales = People = Gesellschaft und Gerechtigkeit
- Ökonomie = Prosperity = Wohlstand und Wertschöpfung

Die 3P kommen aus der „triple bottom line“, die die Bilanz eines Unternehmens (bottom line) vom monetären (Profit) im Sinne einer Gemeinwohlbilanz (GWP) auch auf den sozialen (People) und ökologischen (Planet) Bereich überträgt. Im Sinne der Nachhaltigkeit ist aber der mikroökonomische unternehmensorientierte Gewinn (Profit) zu ersetzen durch den Beitrag zur gesamten makroökonomischen Wirtschaftskraft und zum Wohlstand (Prosperity). Dies entspricht auch dem Unterschied zwischen den Begriffen „sustainable yield“ (andauernder Ertrag) und dem Beitrag zum „sustainable development“ (Nachhaltige Entwicklung). Die 3P können ergänzt werden um weitere 3 P zu den 6P (Holzbaur 2020)

- Peace = Friede, Recht und Gerechtigkeit
- Partnership = globale Partnerschaft und intragenerationelle Gerechtigkeit
- Permanence = Zukunftsorientierung und intergenerationelle Gerechtigkeit, auch interpretierbar als Progress = Fortschritt = positive zukünftige Entwicklung

Wichtige Bereiche sind:

- Ressourcenschonung und Energieverbrauch beim Event und im Umfeld (Anreise, Kommunikation), Schutz der natürlichen Umwelt und Erhaltung der Biodiversität.
- Soziale und wirtschaftliche Aspekte bezüglich MitarbeiterInnen und TeilnehmerInnen, Partizipation durch Teilhabe in der Planung und beim Event.
- Fördeurng der Gemeinwohlwirtschaft und eines nachhaltigen wirtschaftlichen Systems und von Wohlstand 5.0.
- „Event für Alle“ im Sinne einer umfangreichen Partizipation (niedrigschwelliges Angebot, Barrierefreiheit in jeglicher Hinsicht) und eines gesellschaftlichen Nutzens für alle Anspruchsgruppen,
- Verantwortung für die Nachhaltigkeit bei der Beschaffung bezüglich der indirekten Auswirkungen (beispielsweise auf globale Gerechtigkeit, Ressourcenverbrauch, Umweltauswirkungen, regionale Wirtschaft),
- Förderung von Maßnahmen zur Nachhaltigen Entwicklung (im Rahmen des Events, durch Gewinnung von Akteuren oder durch aktives und passives Sponsoring),
- Beitrag zur Bildung für nachhaltige Entwicklung (Sensibilisierung, Information).

SDG

Die Wirkung von Events kann auch an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDG) orientiert werden. Die folgende Darstellung nennt einige Eventspezifika. Dabei ist zu beachten, dass die SDG primär eine globale Zielsetzung haben, so dass ihre Umsetzung immer zwei Aspekte hat: die lokale Umsetzung der Ziele im Event selbst und die Unterstützung der globalen Ziele durch das Event.

Eine besondere Rolle dabei spielen die den obengenannten Elementen der 6P entsprechenden beiden übergreifenden SDG

- SDG 16: Friedliche und inklusive Gesellschaften fördern, allen Menschen Zugang zu Justiz ermöglichen und wirksame, zuverlässige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen aufbauen, Korruptionsbekämpfung.
- Entsprechend dem Peace = Friede und Recht
- SDG 17 Mittel zu Umsetzung und Wiederbelebung der globalen Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung stärken, Vernetzung.
- Entsprechend dem Partnership = globale Partnerschaft und intragenerationelle Gerechtigkeit (globaler Aspekt)

Die Permanence (Permanenz, Zukunftsorientierung) ist allen SDG inhärent, die anderen SDG lassen sich auch den drei Säulen zuordnen.

- SDG 1: Armut in all ihren Formen überall beenden. Förderung des Wohlstands.
- SDG 2: Hunger beenden, Lebensmittelsicherheit und verbesserte Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern. Nachhaltiges Catering.
- SDG 3: Gesundes Leben sicherstellen und das Wohlergehen für alle Menschen in jedem Alter fördern. Gesundheitsförderung.
- SDG 4: Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung sichern und die Möglichkeit für lebenslanges Lernen für alle fördern. Dabei spielt das SDG 4.7 (Bildung für Nachhaltige Entwicklung) als Mittel zur Umsetzung der Nachhaltigen Entwicklung und als eine wichtige Anwendung von Erlebnisorientierung und Events für die nachhaltigen Events eine wichtige Rolle.
- SDG 5: Geschlechtergerechtigkeit und Empowerment für alle Frauen und Mädchen.
- SDG 6: Verfügbarkeit und nachhaltiges Management von Wasser und sanitären Einrichtungen sowie Abwassersystemen sichern.
- SDG 7: Zugang zu leistbarer, zuverlässiger, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern.
- SDG 8: Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, volle und ertragreiche Erwerbstätigkeit und menschenwürdige Arbeit für alle erreichen.
- SDG 9: Belastbare Infrastruktur aufbauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovation unterstützen.
- SDG 10: Ungleichheit innerhalb und zwischen den Ländern verringern.

- SDG 11: Städte und Siedlungen inklusiver, sicherer, widerstandsfähiger und nachhaltiger gestalten. Städte und ländlich geprägte Gebiete lebenswert erhalten.
- SDG 12: Nachhaltige Konsum- und Produktionsstrukturen sichern. Nachhaltiger Konsum ist ein wichtiger Aspekt von Events.
- SDG 13: Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen. Klimaneutrale Events und Events für den Klimaschutz. Klimaaadaptation.
- SDG 14: Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne der nachhaltigen Entwicklung erhalten und nutzen. Vermeidung von Plastikmüll. Verantwortliche Fischerei.
- SDG 15 : Ökosysteme der Erde schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern. Wälder nachhaltig bewirtschaften, unfruchtbares Land beleben und den Verlust der Biodiversität stoppen. Schutz der Landschaft.

Eventkomponenten

Wesentliche Elemente von Events bezüglich der Nachhaltigkeit sind die Mobilität, Location, Catering und das Programm inklusive seiner Auswirkung auf die Bildung für Nachhaltige Entwicklung.

- Programm und Bühne: Inhaltlich und von allen Auswirkungen her
- Besucher: Integration und Partizipation, Bildungseffekt, Kommunikation
- Unterkunft und Anreise: Nachhaltige Gestaltung (z. B. umweltfreundlich), Einbindung ins Event
- Catering: Lokale Bezugsquellen und Verarbeitung, regional, saisonal, fair, Abfallvermeidung
- Location: Auswahl nach Nachhaltigkeitskriterien, Vertragsgestaltung
- Kommunikationsmaßnahmen über die gesamte Planungs- und Eventdauer inklusive der Nachbereitung und Öffentlichkeitsarbeit.
- Managementsystem, Organisation und strategische Nachhaltigkeitsplanung.

Nachhaltigkeitsschwerpunkte

Aus der Kombination von Eventkomponenten und Wirkungskategorien (Tab. 1) ergeben sich wichtige Elemente für die Entwicklung einer Strategie.

3 Nachhaltige Eventplanung

Die nachhaltige Organisation eines Events ist eine wichtige und verantwortungsvolle Aufgabe. Sie kann aber nur zum Erfolg führen, wenn das Event selbst systematisch konzipiert wurde.

- ▶ Evententwicklung ist der systematische Prozess zur Entwicklung der Eventkonzeption und der Eventdetails zur Erfüllung der Anforderungen der Besucher, Kunden und Stakeholder.

Tab. 1 Matrix der Wirkungskategorien und Komponenten

	Umwelt (Bio- diversität, Müll, ...)	Ressourcen und Klima (Schutz, Adaption)	Soziales, Gesell- schaft Inklusion	Recht Gerechtig- keit	Wohl- stand	Kultur	Bildung für Nachhaltige Entwicklung	...
Programm, Aktionen								
Location, Räume								
Mobilität, Tourismus								
Catering								
Material i								
Management								
....								

Die Evententwicklung (Entwicklung des Eventkonzepts und der Eventplanung) ist nur ein Teil des Eventmanagements, dessen Ziel ja das Event selbst ist. Zum Eventmanagement gehören auch die organisatorischen Teile, Managementstrukturen, Ressourcen und Infrastruktur und die Prozessgestaltung, hierzu verweisen wir auf die Norm DIN EN ISO 20121 (Nachhaltiges Eventmanagement).

Folgenden Darstellungen sind (Holzbaur 2016)

Nachhaltige Eventplanung aus Veranstersicht

Für die Eventplanung sind die Eventphasen ein guter Ausgangspunkt. Die frühen Phasen und die dort getroffenen Entscheidungen sind zentral für den Erfolg und die Nachhaltigkeit von Events.

- **Initialisierungsphase:**

In der Initialisierung muss das Team die Ziele festlegen und mit den wichtigen Stakeholdern abstimmen. Dabei werden die Schwerpunkte bezüglich der Nachhaltigkeitsaspekte und Strategien festgelegt. Im Sinne der Partizipation ist eine frühzeitige Berücksichtigung der Stakeholderinteressen notwendig, selbst wenn diese wegen der noch internen Diskussion nicht explizit befragt werden können.

- **Planungsphase:**

Die Hauptaufgaben dieser Phase bestehen in der Detailplanung des Events und in der Projektplanung der gesamten Aufgabe. In der Detailplanung wird das Gesamtkonzept detailliert ausformuliert und spezifiziert. Genaue Mengengerüste und Schätzungen helfen Überkapazitäten und Verschwendung zu vermeiden. Umfangreiche Information und Kooperation mit Fachleuten hilft, Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen. Vor und nach dem „going public“ muss ein Stakeholderdialog initiiert werden.

- **Vorbereitung/Feinplanung:**
In der Vorlaufphase zum Event beginnen die eigentlichen Vorbereitungen und die Umsetzung der Projektplanung. Die zur Durchführung des Events notwendigen Maßnahmen müssen vorbereitet werden; für externe Vergaben müssen Angebote eingeholt und geprüft und Aufträge vergeben werden. Hier muss in der Ausschreibung auf Nachhaltigkeitsaspekte Wert gelegt werden.
Auch die Einladung hat eine Informations- und Signalfunktion gegenüber allen Stakeholdern.
- **Anlauf**
Innerhalb der Anlaufphase des Events werden die notwendigen Aufbauarbeiten vor Ort durchgeführt und die Maßnahmen zum geregelten Hochlaufen der Veranstaltung ergriffen. Hier sind starke direkte Auswirkungen auf die natürliche und kulturelle Umwelt.
- **Aktiv**
Die Aktivphase beschreibt den eigentlichen Ablauf der gesamten Veranstaltung. In dieser Phase wird deutlich, ob das Projekt ausreichend gut geplant worden ist und ob die zuvor getroffenen Entscheidungen richtig waren. Hier findet die Interaktion und erlebnisorientierte emotionale Ansprache des Publikums statt. Das Ende dieser Phase wird vom offiziellen Schluss der Veranstaltung gekennzeichnet.
- **Nachlauf**
Die Nachlaufphase beschreibt sämtliche Aktivitäten vor Ort nach dem offiziellen Ende der Veranstaltung. Hierzu gehören Abbau und Abtransport und die damit verbundene Erfassung der Verbräuche, Aufwände und Belastungen. Reflexion des Besucherverhaltens.
- **Nachbereitung**
In die Nachbereitungsphase fallen u. a. der Abschluss der Finanzen, das Einholen und Auswerten von Rückmeldungen, die Dokumentation des Gesamtprojekts, Würdigung der Beiträge (Danksagungen) und die Erfolgskontrolle mit der Frage: „Haben wir alle unsere Ziele erreicht?“ Mit dem Ende der Nachbereitungsphase ist das Gesamtprojekt Veranstaltung abgeschlossen.

Nachhaltige Eventplanung aus Besuchersicht

Während die Projektphasen für die organisatorische Umsetzung entscheidend sind, tragen die Eventphasen zum Erlebnis bei und haben jeweils unterschiedliche Auswirkungen auf die Nachhaltigkeitswirkung. Die Eventplanung aus Besuchersicht ist essentiell, da nur so ein erfolgreiches Erlebnis und eine emotionale Zielgruppenansprache möglich sind und auch eine konsequente Nachhaltigkeitsorientierung den Besucher in allen Phasen ab der ersten Idee berücksichtigen muss.

- **Informationsphase:**
Die Informationsphase stellt die Weichen, ob und mit welchen Erwartungen der Besucher am Event teilnimmt. Hier kann man gezielt Zielgruppen ansprechen und die Nachhaltigkeitsaspekte als Auswahlkriterium hervorheben.