

Leitfaden für nachhaltiges Eventmanagement

der Heilbronn Marketing GmbH



H

N

Einführung

Die Heilbronn Marketing GmbH (HMG) als städtische Tochter plant und organisiert zahlreiche Veranstaltungen und Events in Heilbronn. Diese ziehen anlassbezogen rund zwei bis drei Millionen Besucher und Besucherinnen pro Jahr in die Innenstadt.

Allerdings können Veranstaltungen und Events zu Umweltbeeinträchtigungen führen, wenn diese nicht ordnungsgemäß organisiert und durchgeführt werden. Es gibt jedoch Möglichkeiten, die Eventplanung sowohl klimafreundlich und sozial als auch im Sinne der Nachhaltigkeit zu gestalten. Dabei entstehen verschiedene Herausforderungen.

Die HMG nimmt diese Herausforderungen an, um in Zukunft alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (ökologisch, ökonomisch und sozial) in den Phasen des Eventmanagements zu integrieren

und zu berücksichtigen. Dieser Leitfaden dient zur Hilfestellung im Sinne eines nachhaltigen Eventmanagements der HMG. Im Leitfaden werden konkrete Ziele und Maßnahmen genannt und am Ende ist eine Checkliste vorzufinden, welche für alle Arten von Veranstaltungen und Events genutzt werden kann.

Der Leitfaden umfasst viele Maßnahmen, die zeitliche und finanzielle Ressourcen erfordern. Um eine erfolgreiche Umsetzung zu gewährleisten, sollten die Maßnahmen und Nachhaltigkeitskriterien daher schrittweise umgesetzt und Anreize geschaffen werden.

Januar 2024

Organisation und Beschaffung

Bereits ab Beginn der Planungsphase und der Organisation sowie in allen weiteren Phasen einer Veranstaltung, gilt es den Nachhaltigkeitsgedanken zu integrieren. Die Entwicklung eines Nachhaltigkeitskonzepts mit kurz- und langfristigen Zielen ist dafür notwendig.

- Ziele**
- eine Nachhaltigkeitsstrategie für das Unternehmen und Nachhaltigkeitskonzepte für einzelne Veranstaltungen
 - Integration des Nachhaltigkeitsgedanken

- Maßnahmen**
- nachhaltigkeitsverantwortliche Personen oder Gruppen ernennen
 - für jede Veranstaltung Leitfaden und Nachhaltigkeitskonzept anwenden
 - Mitarbeitende der HMG und kooperierende Dienstleister schulen
 - nachhaltige Unternehmen einbeziehen und Nachhaltigkeitskriterien für Standbetreibende festlegen
 - auf klimafreundliche Beschaffung achten (z. B. nachhaltige Produkte oder Dienstleistungen mit Zertifikaten oder Label-Kennzeichnungen)
 - Wasser, Strom/Energie, Rohstoffe und Müll reduzieren
 - lokalen Initiativen Platz bieten, um sich vor Ort zu präsentieren zu können
 - Bedarf der Werbematerialien abfragen und kalkulieren
 - insbesondere nachhaltig wirtschaftende und regionale Druckereien in Betracht ziehen und beim Druck Möglichkeit zur Kompensation für Emissionen durchführen
 - regionale Partner mit kurzen Anfahrtswegen bevorzugen
 - regionale Produkte und weniger Fleisch im Catering bevorzugen
 - wiederverwendbare Materialien wo möglich nutzen

Kommunikation

Die Kommunikation des Leitfadens richtet sich intern an die Dienstleistenden, Sponsoren sowie Mitarbeitenden und extern an die Besucher und Besucherinnen der Veranstaltung.

- Ziele**
- Motivation aller Beteiligten zum nachhaltigen Handeln
 - Sensibilisierung der Besucher und Besucherinnen
 - Vermeidung von Greenwashing-Gerüchten durch glaubwürdige und transparente Kommunikation der Nachhaltigkeitsmaßnahmen

- Maßnahmen**
- Mitarbeitende, Standbetreibende, Lieferfirmen, Dienstleistungsunternehmen, Servicekräfte, Künstler und Künstlerinnen und weitere Beteiligte frühzeitig über Nachhaltigkeitskonzept informieren (z. B. die im Konzept enthaltenen Nachhaltigkeitskriterien wie die Umsetzungspflicht von Mehrweg)
 - im Vorfeld Besprechungen organisieren und durchführen
 - Errichtung von Online-Plattformen zum themenbezogenen Austausch
 - vor Ort Wissenstransfers zum Thema Nachhaltigkeit einbeziehen und Feedbackmöglichkeiten für die Besuchenden einrichten
 - nach der Veranstaltung Rückmeldungen von allen Stakeholdern einholen
 - Werbemaßnahmen in digitaler Form bereitstellen
 - zentrale Ansprechperson, die Fragen rund um das Thema Nachhaltigkeit beantworten kann (z. B. Nachhaltigkeitsbeauftragter der Stadt)





Mobilität

Die An- und Abreise der Veranstaltungsgäste ist enorm energieaufwändig. Die Mobilität zählt zur stärksten Umweltbelastung einer Veranstaltung, denn diese verursacht mit bis zu 70 Prozent den größten Anteil der CO₂-Emissionen. Besonders in der Innenstadt führt das hohe Verkehrsaufkommen zu überfüllten Parkplätzen und Verkehrschaos. Bei Lageplänen immer Bushaltestellen, S-Bahn Haltestellen mit einbeziehen.

- Ziele**
- Minimierung der Verkehrsbelastungen in und um Heilbronn
 - klimafreundliche Transportmöglichkeiten anzubieten und für Besucher und Besucherinnen attraktiv zu machen
 - Erleichterung der An- und Abreise mit dem Fahrrad, zu Fuß oder mit den ÖPNV dem Prinzip der kurzen Weg zu folgen

- Maßnahmen**
- frühzeitige Kommunikation an die Besucher und Besucherinnen über umweltfreundliche An- und Abreise Möglichkeiten (Hinweise auf der Webseite, im Veranstaltungskalender, auf Flyern oder auf den Social-Media-Kanälen dabei auch Fahrpläne oder Verbindungen des ÖPNV integrieren)
 - Link auf den CO₂ Kompass der Deutschen Bahn
 - Hinweise auf Angebote der lokalen und regionalen Verkehrsbetriebe
 - Kooperationen mit HNV (z. B. durch verschiedene Aktionen Anreize schaffen)
 - Leitsysteme und Beschilderungen zu ÖPNV-Haltestellen und Fahrradwegen
 - fahrradfreundliche Infrastruktur schaffen (Hinweise auf nahegelegene Fahrradstellplätze, vermehrt Fahrradstellplätze anbieten, bewachte Fahrradstellplätze)
 - Hinweise zu Carsharing-Angeboten sowie Hinweise zu Ladestationen von E-Bikes oder Elektrofahrzeugen
 - Konzept einmal für innerstädtische Veranstaltungen erstellen – Automatismus im Marketing mit HNV



Energie

Das Energiemanagement ist besonders wichtig für Events und Veranstaltungen. Kühl- und Heizgeräte, Licht- und Tonanlagen, Geschirrspüler, Beleuchtungen und weitere Veranstaltungstechniken führen zu einem hohen Energieverbrauch und folglich zu erheblichen Kosten. Eine größtmögliche Energieeffizienz und Energieeinsparung wird angestrebt.

- Ziele**
- Steigerung der Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energiequellen
 - Begrenzung des Energieverbrauchs und Senkung der Treibhausgasemissionen

- Maßnahmen**
- Beratungen zur Energieeffizienz wahrnehmen
 - Kompensationsmöglichkeiten von Treibhausgasemissionen prüfen
 - im Vorlauf Konzepte bereits mit den Partnern und Ausstellern besprechen
 - Strom aus erneuerbaren Quellen beziehen
 - Beleuchtung, Technik, Kühlung, Gastronomie, energieeffiziente Geräte mit den Gütesiegeln „Blauer Engel“, „EU-Ecolabel“ einsetzen
 - LED-Beleuchtungen oder sparsame Leuchtmittel nutzen
 - optimale Beleuchtungssteuerungen durch Bewegungsmelder oder Zeitschaltuhren
 - Verwendung von Ökostrom deutlicher kommunizieren



Wasser

Aufgrund des hohen Energieverbrauchs bei der Gewinnung und Klärung von (Ab-) Wasser entstehen hohe CO₂-Emissionen. Ebenso werden für die Bereitstellung von Trinkwasser große Mengen an Strom benötigt. Die zunehmende Hitze führt zur Verknappung der Süßwasservorräte. Auf Veranstaltungen wird Wasser in vielen Bereichen verwendet.

- Ziele**
- Schonung der Wasserressourcen durch Reduzierung des Wasserverbrauchs und Vermeidung von Wasserverschmutzung

- Maßnahmen**
- ausreichend Sanitäranlagen bestenfalls mit Anschlüssen an das öffentliche Wasser- und Abwassernetz bereitstellen
 - Wassersparsysteme bei Toiletten und Waschbecken einsetzen
 - bei den Sanitäranlagen Hinweisschilder aufhängen um Besucher und Besucherinnen auf einen sparsamen Umgang mit Wasser und Papiertüchern aufmerksam zu machen
 - Verwendung von Recycling-Toilettenpapier und umweltverträglichen Seifen
 - umweltverträgliche und biologisch abbaubare Reinigungsmittel sowie ressourcenschonende Reinigungstechniken anwenden
 - alternative Sanitäranlagen ohne Wasser- und Abwasseranschluss aufstellen (z. B. umweltfreundliche Kompost-Toiletten, wenn dies aus hygienischen Gesichtspunkten möglich ist)



Verpflegung

Die Auswahl von Speisen- und Getränken auf einer Veranstaltung können negative Auswirkungen auf den CO₂-Ausstoß haben. Rund 20 Prozent aller Treibhausgasemissionen sind auf die Ernährung zurückzuführen. Einige Lebensmittel sind klimaschädlicher als andere, denn regional angebaute Rohstoffe besitzen einen niedrigeren CO₂-Abdruck als vergleichsweise Importierte. Der CO₂-Ausstoß wächst mit der Distanz, über die die Lebensmittel transportiert werden müssen.

- Ziele**
- Beschränkung der Speisen- und Getränkeangebote auf möglichst saisonale, regionale sowie biologisch und fair gehandelte Produkte aus ökologischer Landwirtschaft
 - Vermeidung von Lebensmittelabfällen
- Maßnahmen**
- für Speisen, welche direkt auf die Hand ausgegeben werden, Servietten aus Recycling-Papier sowie fairen und ökologischen Produktionsbedingungen verwenden
 - Kaffee, Schokolade oder Reis können nicht regional bezogen werden, daher bei Verwendung dieser Lebensmittel auf ein Fair-Trade-Siegel, wie FAIRTRADE, GEPA oder Hand in Hand achten
 - für Essens- und Getränkestände auf der Veranstaltung frühzeitig Nachhaltigkeitskriterien einführen (z. B. der Stand muss einen gewissen Anteil an regionalen, biologischen oder fair gehandelten Speisen bzw. Getränken anbieten)
 - saisonale und umweltgerecht transportierte Lebensmittel verwenden
 - breites Angebot an veganen und vegetarischen Speisen anbieten und bei der Wahl von tierischen Produkten nur Produkte mit dem Bio-EU-Siegel oder bestenfalls regionale Produkte verwenden
 - Mehrweggeschirr oder Alternativ-Geschirr zum Essen (z. B. ausgehüllte Brotlaibe)
 - Konzepte für übriggebliebene Speisen oder Getränke entwickeln (z. B. zu bestimmten Uhrzeiten eine Stunde vor Schließung noch zum halben Preis anbieten, oder über den Anbieter ToGoodToGo die übriggebliebenen Speisen online an Selbstabholende zu einem vergünstigten Preis anbieten)



Abfall und Müll

Auf Veranstaltungen kann das Abfallaufkommen hoch sein, denn es fällt Müll an, welcher sich teilweise nur schwer vermeiden lässt. Besonders bei Einwegbechern oder Einwegverpackungen von Speisen- und Getränkeständen ist die Emissionsquelle Abfall deutlich sichtbar.

- Ziele**
- Reduzierung des Abfallaufkommens
 - Steigerung des Anteils an Mehrwegprodukten
 - eine positive und saubere Veranstaltungsumgebung
- Maßnahmen**
- Abfallmanagement oder Müllkonzept für die Veranstaltung entwickeln und von Anfang an an die verschiedenen Partnern und Ausstellern weiter kommunizieren z. B. durch Aushändigung von Informationsblättern
 - Grundsatz verfolgen: vermeiden, wiederverwenden, verwerten und beseitigen
 - vor Ort auf dem Veranstaltungsgelände Müllbehälter vernünftig platzieren und genügend Behälter für den jeweiligen Zweck zur Verfügung stellen
 - Besucher und Besucherinnen durch Hinweise zur Abfallreduzierung und Mülltrennung aufmerksam machen, wo es möglich und sinnvoll ist (Aufstellung von Informationstafeln, um aufzuzeigen, welcher Müll in welchen Behälter gehört)
 - vor der Anlieferung von Waren oder Produkten Vereinbarungen für die Rücknahme von Verpackungsmaterialien mit den Lieferanten treffen
 - Einführung von Mehrweg- oder Pfandsystemen, wo es möglich und sinnvoll ist
 - Verzicht von Einwegverpackungen
 - Beratung zu einem geeigneten Abfallmanagements einholen



Soziale Aspekte

Im Hinblick auf die soziale Nachhaltigkeit gilt es die Bedürfnisse aller Anspruchsgruppen zu berücksichtigen, dabei stehen Gerechtigkeit, Fairness und Gemeinwohl im Fokus.

- Ziele**
- alle Menschen mit Veranstaltung ansprechen
 - Bedürfnisse aller Anspruchsgruppen berücksichtigen
- Maßnahmen**
- Veranstaltungsort und Veranstaltungsprogramm mit Gegebenheiten im Sinne der Inklusion für Menschen mit Seh- oder Hörbehinderung sowie für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen ausrichten
 - Kennzeichnungen der behindertengerechten Parkplätze und barrierefreien Toiletten
 - Leitsysteme für sehbeeinträchtigte Personen integrieren (Beratung durch Stabsstelle Partizipation und Integration anfragen)
 - barrierefreie Webseite und Dokumente anbieten
 - Öffentlichkeitsarbeit diskriminierungsfrei und gendersensibel gestalten
 - Verwendung von Übersetzungen

Checkliste

	Umgesetzt	teilweise umgesetzt	nicht umgesetzt	nicht relevant
ORGANISATION UND BESCHAFFUNG				
Nachhaltigkeitskonzept individuell und veranstaltungsbezogen entwickeln und kommunizieren				
nachhaltigkeitsverantwortliche Person ernennen				
Einbeziehung Sponsoring-Möglichkeiten, nachhaltige Unternehmen wählen				
Auswahl von Standbetreibenden Nachhaltigkeitskriterien festlegen (z. B. Beschränkung der Angebotsauswahl auf Regionalität, Lokalität und Saisonalität)				
bei Produkten oder Dienstleistungen auf eine klimafreundliche Beschaffung achten (z.B. zertifizierte oder Label gekennzeichnete Produkte / Dienstleistungen)				
Verbrauch dokumentieren (Vorlage vorbereiten und benutzen)				
lokale Initiativen einladen (z. B. für Diskussionen, Debatten zum Thema Nachhaltigkeit)				
vor der Produktion von Werbematerialien Bedarfe abfragen und Kalkulationen durchführen				
für den Druck nachhaltig wirtschaftende und regionale Druckereien in Betracht ziehen				
Wiederverwendbare Materialien bevorzugen				
KOMMUNIKATION				
intern:				
Mitarbeitende, Standbetreibende, Lieferfirmen, Dienstleistungsunternehmen, Servicekräfte, Künstler und Künstlerinnen und weitere Beteiligte frühzeitig über Nachhaltigkeitskonzept informieren (z. B. die im Konzept enthaltenen Nachhaltigkeitskriterien wie die Umsetzungspflicht von Mehrweg)				
für den Austausch und für die Einbringung von Ideen Plattformen einrichten				
extern:				
Besuchende zum Thema Nachhaltigkeit informieren				
vor Ort Wissenstransfers über das Thema Nachhaltigkeit einbinden (z.B. Hinweise für die Erweiterung des Nachhaltigkeitsbewusstseins)				
Broschüren, Veranstaltungsflyer oder Programmhefte in digitaler Form bereitstellen				
intern und extern:				
Veröffentlichung des Nachhaltigkeitskonzepts online				
nach der Veranstaltung Rückmeldungen einholen und Feedbackmöglichkeiten einrichten				

	Umgesetzt	teilweise umgesetzt	nicht umgesetzt	nicht relevant
MOBILITÄT				
intern: Besuchende frühzeitig über umweltfreundliche An- und Abreisemöglichkeiten informieren (Hinweise auf Mitarbeiter, Standbetreibende, Lieferanten, Dienstleistungsunternehmen, Servicekräfte, Künstler*innen und weitere Beteiligte frühzeitig über Nachhaltigkeitskonzept informieren (z.B. Link auf den CO ₂ -Kompass der Deutschen Bahn Umsetzungspflicht von Mehrweg)				
Besprechungsorganizer und Durchführer Website integrieren				
für den Austausch und für die Einbringung von Ideen Plattformen einrichten				
extern:				
Aktionen gestalten für die An- und Abreise mit ÖPNV, Fahrrad oder zu Fuß				
Leitsysteme oder Beschilderungen zu ÖPNV-Haltestellen, Fahrradwege				
fahrradfreundliche Infrastruktur schaffen (nahegelegene und vermehrte Fahrradstellplätze anbieten, Hinweise auf das HN-Fahrradparkhaus)				
Hinweise auf Carsharing-Angebote				
Hinweise zu Ladestationen von E-Bikes, Elektrofahrzeugen				
ENERGIE				
Beratungen zur Energieeffizienz wahrnehmen				
wenn die Einsparung von Emissionen nicht möglich ist, dann Kompensationsmöglichkeiten prüfen				
Nutzung von klimafreundlichen Stromalternativen (z. B. Akkus, hybride Generatoren, mobile Solaranlagen)				
Bezug von Ökostrom am Veranstaltungsort				
Verwendung von energieeffizienten Geräten (z.B. für Beleuchtung, Technik, Kühlung, Gastronomie nur Geräte mit Gütesiegeln verwenden)				
Geräte ausleihen oder gemeinsam mit anderen nutzen				
LED-Beleuchtung oder sparsame Leuchtmittel				
optimale Beleuchtungssteuerung (Bewegungsmelder, Zeitschaltuhren)				
Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Region (ZEAG)				
WASSER				
ausreichend Sanitäranlagen (bestenfalls mit Anschlüssen an das öffentliche (Ab-) Wassernetz)				
Wassersparsysteme bei Toiletten oder Waschbecken einsetzen				
Hinweisschilder zu sparsamem Umgang mit Wasser und Papiertüchern				
Verwendung von Recycling-Toilettenpapier und umweltverträglichen Seifen				
umweltschonende Reinigungsmittel und Reinigungstechniken				

	Umgesetzt	teilweise umgesetzt	nicht umgesetzt	nicht relevant
VERPFLEGUNG				
regionale, saisonale Speisen- und Getränkeangebote				
auf Fair-Trade-Siegel achten (bei Lebensmitteln, die nicht regional bezogen werden können)				
Speise- und Getränkestände frühzeitig auf Nachhaltigkeitskriterien hinweisen (z. B. Stand muss gewissen Anteil an regionalen, biologischen oder fair gehandelten Speisen oder Getränken anbieten)				
Herkunft der Produkte nennen und Nachhaltigkeit deutlich kennzeichnen				
vegane und vegetarische Produkte anbieten, bei tierischen Produkten nur Produkte mit Bio-EU-Siegel oder regionale Produkte verwenden				
Mehrweggeschirr oder Alternativ-Geschirr (z. B. ausgehüllte Brotlaibe)				
Konzept für übriggebliebene Speisen oder Getränke entwickeln (z. B. zu bestimmten Uhrzeiten zum halben Preis anbieten, ToGoodToGo)				
ABFALL UND MÜLL				
Beratung zu einem geeigneten Abfallmanagement einholen				
Grundsatz verfolgen: vermeiden, wiederverwenden, verwerten und beseitigen!				
Müllbehälter geschickt und in ausreichender Anzahl für den jeweiligen Zweck platzieren				
Durch Hinweise und Informationstafeln Besucher und Besucherinnen auf Mülltrennung und Abfallreduzierung aufmerksam machen				
Mehrweg- oder Pfandsysteme für Speisen- und Getränke einführen, wo es möglich und sinnvoll ist				
Einwegverpackungen vermeiden				
SOZIALE ASPEKTE				
Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen (Seh- oder Hörbehinderung, Mobilitätseinschränkungen) bei Veranstaltungsprogramm und -ort berücksichtigen				
Kennzeichnung barrierefreier Parkplätze und Toiletten				
Leitsysteme für sehbeeinträchtigte Personen integrieren				
barrierefreie Webseite und Dokumente				
Öffentlichkeitsarbeit diskriminierungsfrei und gendersensibel gestalten				
Verwendung von Übersetzungen				
ANMERKUNGEN:				

IMPRESSUM

Herausgeber: Heilbronn Marketing GmbH | Kirchbrunnenstraße 3 | 74072 Heilbronn | Telefon +49 7131 56 22 65 | www.heilbronn-marketing.de

Geschäftsführer: Steffen Schoch | Aufsichtsratsvorsitzender: Oberbürgermeister Harry Mergel

Fotos: freiraum photos/Ulla Kühnle, Jürgen Häffner | **Auflage:** 01|2024