



TRIER

LEITFADEN FÜR NACHHALTIGE VERANSTALTUNGEN

Faire Events in Trier

HANDREICHUNG FÜR VERANSTALTENDE



INHALT

GRUSSWORTE	S. 1
01 TIPPS ZUM EINSTIEG	S. 3
Einleitung Lokale Agenda 21	S. 4
Reduce, Reuse, Recycle!	S. 6
02 LEITFADEN	S. 7
Ein weiterer Schritt zu einer klimaneutralen, bunten und inklusiven Stadt Trier	S. 8
Mobilität & Anreise	S. 9
Energie + Wasser	S. 11
Catering	S. 13
Waste Management	S. 17
Dekoration + Gastgeschenke	S. 19
Beschaffung + Drucksachen	S. 21
Inklusion + Diversity	S. 23
Exkurs: Digitale Events	S. 26
Kommunikation + Werbung	S. 27
Checkliste: An alles gedacht?	S. 29
03 WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN	S. 36
Siegel-Übersicht	S. 37
Ansprechpersonen + Institutionen	S. 43
BILDNACHWEIS LIZENZEN	S. 44
IMPRESSUM	S. 45





**ELVIRA GARBES,
BÜRGERMEISTERIN**

Grußwort

Liebe Triererinnen und Trierer,

Feste und Feiern sind für eine Stadt wichtige Zeichen der Lebendigkeit, bieten ein Forum zur Begegnung und schaffen Räume, um die Identifikation mit der eigenen Stadt zu stärken. Sie finden als Großveranstaltungen mit vielen tausend Gästen, aber auch auf Stadtebene und als Straßenfeste statt. In Trier bespielen sie den öffentlichen Raum und inszenieren das Welterbe. Sie sind Auftrittsort für die Trierer Kulturszene sowie für Künstlerinnen und Künstler aus aller Welt. Und sie haben - wie alle Aktivitäten in der Stadt - einen CO₂-Fußabdruck, der ihre Nachhaltigkeit beschreibt und messbar macht.

Zum Feiern mit gutem Gewissen gehört also auch die Auseinandersetzung mit der Nachhaltigkeit, mit den Auswirkungen der Veranstaltungen auf Klima und Umwelt. Hierzu haben sich vor zwei Jahren unter Federführung der Trier Tourismus und Marketing GmbH die Veranstaltenden mit der Trierer Umweltexpertise zusammengetan und einen Ansatz entwickelt, wie die Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen mehr Aufmerksamkeit gewinnen kann. Vordergründig war nicht, überregional etablierte Umweltsiegel einzuführen, sondern vielmehr einen eigenen Trierer Weg zu beschreiten. Aus der Analyse von Nachhaltigkeitsstrategien aus ganz Deutschland wurden geeignete Maßnahmen für Trier entwickelt, die nun in einem Leitfaden für Nachhaltige Veranstaltungen zusammengefasst sind.

Dieser Leitfaden wurde von der Lokalen Agenda 21 gemeinsam mit der Trier Tourismus und Marketing GmbH und der Stadt Trier zusammengestellt und soll in einem ersten Schritt inspirieren und motivieren, weitere Schritte zu nachhaltigeren Veranstaltungen zu gehen. Er ist bewusst nicht auf Auflagen oder Verbote ausgelegt, sondern soll Orientierung geben und nachhaltigeres Agieren in der Planung und Durchführung von Veranstaltungen in Trier fördern. Damit das insgesamt ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einem klimafreundlicheren Trier wird, sind aber auch die Teilnehmenden und Gäste der Veranstaltungen gefragt. Denn dieser Leitfaden zeigt: Mit den richtigen Ansätzen ist vieles möglich, um Klima und Umwelt zu schützen. Das kann uns aber jedoch nur gemeinsam gelingen.

Ich danke allen sehr herzlich, die an diesem Leitfaden mitgewirkt haben, und wünsche uns in Trier tolle Feiern, Feste und Veranstaltungen, die wir mit gutem Gewissen begehen können.

Elvira Garbes

Grußwort

Liebe Triererinnen und Trierer,

Nachhaltigkeit ist ein großes Thema für das Stadtmarketing und hat auch für die Organisation von Veranstaltungen seit Jahren eine steigende Bedeutung. Jedes Jahr werden in Trier tausende Veranstaltungen organisiert und durchgeführt. Diese wirken sich auf die Umwelt und das Klima aus. Die Interessen der Umwelt und die damit verbundene Nachhaltigkeit sollten bei der gesamten Wertschöpfungskette von der Planung bis zur Umsetzung von Veranstaltungen berücksichtigt werden.

Aber wie lassen sich öko-faire Veranstaltungen umsetzen und damit die Brücke von der Theorie zur Praxis zu schlagen? Eine Grundlage hierfür bietet dieser von der Stadt Trier, der Lokalen Agenda 21 und der Trier Tourismus und Marketing GmbH herausgegebene Leitfaden, der gemeinsam mit Triers Veranstaltenden entwickelt wurde. Als Veranstaltende, egal ob privat oder öffentlich, erhalten Sie mit dem Leitfaden Tipps und Anregungen, um den ökologischen Fußabdruck Ihrer Veranstaltung zu reduzieren. Die praxisnahen Hilfestellungen reichen von der klimafreundlichen Anreise, über das Catering bis zum Müllmanagement sowie zur energieeffizienten Veranstaltungstechnik. Darüber hinaus werden auch die Themen „Inklusion“ und „Vielfalt“ aufgegriffen.

Die Trier Tourismus und Marketing GmbH wird als größte Open-Air-Veranstalterin der Region zukünftig ihre Veranstaltungen noch ökofairer planen und organisieren. Seien auch Sie mit Ihrer Veranstaltung dabei – gemeinsam für ein nachhaltiges Trier!

Norbert Käthler



**NORBERT KÄTHLER,
GESCHÄFTSFÜHRER TRIER TOURISMUS
UND MARKETING GMBH (TTM)**

TIPPS ZUM EINSTIEG



NACHHALTIG VERANSTALTEN

Klimafreundlich, fair und wirtschaftlich

Liebe Triererinnen und Trierer,

das Trier eine wahre Weltstadt ist und stets war, das ist unbestritten: Heimat kluger Köpfe und großer Ideen im Herzen von Europa, geprägt von Austausch und Inspiration über Grenzen hinweg. Das Trier, in dem wir heute leben und feiern, ist also untrennbar Teil der Einen Welt – einem komplexen Geflecht aus globalen Beziehungen, Partnerschaften und damit auch Verantwortungen. Jedes Fest, jede Feier hier vor Ort hat globale Auswirkungen und ist damit unweigerlich auf die ein oder andere Weise mit dringenden Problemstellungen unserer Zeit verbunden.

Das fängt bereits auf unseren Tellern an. Rindfleisch aus Argentinien, Avocados aus Mexiko, Tomaten aus Spanien, Möhren aus Israel; was bei uns selbstverständlich nebeneinander auf dem Buffet Platz findet, hat oftmals eine halbe Weltreise hinter sich. Unsichtbar dabei sind die Auswirkungen in den Anbaugeländen, etwa die durch riesige Plantagen ausgelöste Grundwasserkonkurrenz mit der einheimischen Bevölkerung. Ähnlich sieht es mit so gut wie allen anderen Puzzle-Teilen im größeren Bild moderner Events aus: Arbeitsbekleidung reist von der Baumwolle bis zum Hemd für jeden einzelnen Verarbeitungsschritt auf einen anderen Kontinent, entstehender Plastikmüll landet in den Weltmeeren und von dort letztlich wieder auf unserem Grill – und in unserem Magen. Viele dieser Umwelt-, und in der Konsequenz auch Klima-Aspekte, sind in den letzten Jahren in der Öffentlichkeit präsenter, bewusster geworden. Und doch braucht es umso mehr wirksame Maßnahmen, getreu unserem Vereinsmotto *Global Denken, Lokal Handeln*.



**„Es braucht wirksame Maßnahmen,
getreu dem Motto:
Global Denken, Lokal Handeln“**

Doch der in diesem Leitfaden bestimmende Begriff von Nachhaltigkeit beschränkt sich nicht allein auf Ressourcenschonung und Klimagerechtigkeit. Der Blick muss unweigerlich auch in Richtung von Aspekten sozialer Nachhaltigkeit gehen. Arbeitende in Anbauländern, insbesondere im Globalen Süden, erhalten aufgrund niedrigster Einkaufspreise für Lebensmittel

und Rohstoffe kaum existenzsichernde Löhne. Zeitgleich können sich vor Ort viele Leute den Besuch von Veranstaltungen nicht mehr leisten, weil Eintrittspreise zu hoch oder qualitativ hochwertige Produkte zu teuer sind. Und nicht zuletzt kämpft die Kultur- und Veranstaltungsbranche selbst seit Beginn der CoViD-19-Pandemie ums Überleben.

Zugegeben: Diese vielen Herausforderungen könnten uns durchaus dazu bringen, den Kopf gemeinschaftlich in den Sand zu stecken. Doch stattdessen möchten wir mit diesem Leitfaden konkrete Impulse geben, um Dinge zu verändern. Nicht alles auf einmal, sondern eins nach dem anderen. Global gedacht und lokal gehandelt – und zwar in der Überzeugung, dass wir als Gemeinschaft nur durch Kooperation und ein gutes Miteinander vor Ort und weltweit krisenfest werden. Wenn wir dafür sorgen, dass es anderen gut geht, können die anderen mit uns daran arbeiten, dass es uns gemeinsam noch besser geht.

Lassen Sie uns gemeinsam anfangen und Stück für Stück nachhaltige Events in unserem Trier schaffen. Für eine *Eine Welt-Stadt* mit Zukunft!

Sophie Lungershausen
Geschäftsführerin Lokale Agenda 21 Trier e.V.



DIE KRISE ALS CHANCE

Die CoViD-19-Pandemie und ihre immensen globalen und lokalen Folgen werden die Art und Weise, wie wir als Menschen zusammen feiern und kommunizieren, mit Sicherheit verändern. Doch abseits von der Ungewohntheit physischer Nähe und dem langen Fehlen von großen Events bietet dieser für uns alle spürbare Einschnitt auch große Chancen.

Der lange herbeigesehnte Re-Start bietet eine einzigartige Möglichkeit, neu anzufangen und Veranstaltungen neu zu denken: Ökologischer, fairer und auch wirtschaftlich krisenfest. Dazu gehört auch, aus der Krisenzeit zu lernen und etwa das große Potential digitaler und hybrider Veranstaltungen weiterhin zu nutzen - und so die Teilnahme neuer Zielgruppen überhaupt erst möglich zu machen.

Auch der in Politik und öffentlichem Diskurs oft diskutierte Begriff der Solidarität, des Rücksichtnehmens auf andere Lebenslagen und Bedürfnisse muss Teil eines nachhaltig ausgerichteten Wiederanfangs sein. Solidarisch gestaffelte Beiträge und Eintrittspreise, gemeinschaftsbasierte Wirtschafts- und Finanzierungsmodelle; all das kann konkret zu einer krisenfesteren Branche beitragen, die Veranstaltungsausfälle verkraften und Menschen befähigen kann.

Die Ansätze sind da, ebenso die richtige Zeit - nun ist es an uns, den Re-Start im Zeichen von ambitioniertem Engagement für Klima und Menschenrechte zu realisieren.

REDUCE, REUSE, RECYCLE!

Bei jeder Veranstaltung entstehen Umwelt- und soziale Auswirkungen durch Emissionen und Ressourcenverbrauch und -verschwendung. Das lässt sich nie ganz vermeiden, aber reduzieren.

Generell empfehlen wir, bei *jedem* eingesetzten Produkt dem Leitsatz *Reduce – Reuse – Recycle* zu folgen:

Reduce (Reduzieren)

Wird das Produkt wirklich und in der geplanten Menge benötigt? Ist der zu erwartende Mehrwert größer als der faktische Ressourceneinsatz? Wenn das Produkt benötigt wird, gibt es umwelt- und sozialverträglichere Alternativen? Kann auch mit einer kleineren Menge der gewünschte Effekt erzielt werden?

Reuse (Wiederverwenden)

Kann das Produkt mehrfach verwendet werden? Besteht die Möglichkeit, die zu erwartende Lebensdauer des Produktes zu verlängern? Kann das Produkt vielleicht sogar aus bereits genutzten Materialien hergestellt werden? Taschen aus LKW-Plane sind eines von vielen Beispielen.



Recycle

Was passiert mit dem Produkt am Ende seines Lebenszyklus? Kann es zu anderen Produkten umgenutzt oder weiterverarbeitet werden? Ist es rückstandsfrei biologisch abbaubar? Oder eignet es sich nur noch zur thermischen Verwertung, also zur Energiegewinnung durch Verbrennen?

Diese Strategie können Sie auch auf andere Prozesse übertragen, zum Beispiel auf die **Anreise**. Auch hier geht es um Vermeidung, (gemeinsame) Mehrfachnutzung und, wenn es sich nicht vermeiden lässt, um Kompensation:

Reduce: Wie kann ich Autofahrten zu und von meiner Veranstaltung vermeiden?

Reuse: Wie kann ich meine Gäste dazu bringen, gemeinsam anzureisen?

Recycle: Wie kann ich entstandene Emissionen kompensieren, damit mein klimaschädliches Handeln anderswo klimafreundlich und sozial verträglich ausgeglichen wird?

Bei **Lebensmittelabfällen** könnte das hingegen so aussehen:

Reduce: Kann ich Lebensmittelabfälle durch effizientere Planung oder ein saisonal & regional attraktiveres Angebot vermeiden?

Reuse: Kann ich übrig gebliebene Speisen weiterverwenden oder weitergeben?

Recycle: Kann ich nicht vermeidbare Lebensmittelabfälle noch zur Energiegewinnung (zum Beispiel durch Bio-Gas) nutzen?

LEITFADEN



EIN WEITERER SCHRITT ZU EINER KLIMANEUTRALEN, BUNTEN UND INKLUSIVEN STADT TRIER

Der Leitfaden für Nachhaltige Veranstaltungen ist ein Gemeinschaftswerk der Stadtverwaltung Trier, der Trier Tourismus und Marketing GmbH und der Lokalen Agenda 21 Trier e.V. Diese Kooperation ist hervorgegangen aus dem Gemeinschaftsprojekt *Aktionsplan Entwicklungspolitik der Stadt Trier*, der 2019 vorgestellt wurde, und widmet sich dem gemeinsamen Ziel, eine klimaneutrale und faire Stadt Trier zu schaffen.

Der Leitfaden ist unsere Hilfestellung für Sie, Veranstaltungen aller Art – von der Tagung bis zum Straßenfest – umweltfreundlicher, sozial gerechter und auch wirtschaftlich nachhaltiger zu gestalten. Wir haben uns bemüht, aus unseren eigenen Erfahrungen als Veranstaltende möglichst praxisnahe Hinweise und Tipps zu geben, worauf Sie bei der Planung und Durchführung Ihrer Veranstaltungen achten können. Wenn Sie zu einzelnen Punkten mehr wissen, sich austauschen oder mit anderen Veranstaltenden vernetzen möchten, wenden Sie sich gerne an uns – die jeweiligen Ansprechpersonen finden Sie am Ende des Dokuments.

Tipp: Weiter hinten finden Sie eine Checkliste, die Ihnen hilft, auf ökologische und soziale Kriterien bei Ihrer Veranstaltungsplanung zu achten!

Uns ist es wichtig, dass wir unser Wissen teilen und als Veranstaltende zusammenarbeiten. Deswegen haben wir zusätzlich zu diesem Leitfaden unter der Federführung der Lokalen Agenda 21 in enger Zusammenarbeit mit unseren fördergebenden Organisationen das Portal FairWeg ins Leben gerufen.



Auf www.fairweg.info finden Sie, eingebettet in die *Karte von morgen*, Unternehmen und Initiativen aus der Region, die Ihnen bei der Umsetzung Ihrer Maßnahmen behilflich sein können.

Das Portal ist außerdem auf Zusammenarbeit ausgelegt: Wenn Sie weitere Unternehmen und Initiativen kennen, von der andere Veranstaltende profitieren könnten, zögern Sie bitte nicht, diese auf der Karte einzutragen und mit geeigneten Schlagworten zu versehen. Die Lokale Agenda 21 hilft Ihnen gerne dabei.

KLIMAFREUNDLICH VON A NACH B



Die An- und Abreise sind entscheidende Faktoren für die Umweltauswirkungen Ihrer Veranstaltung. Insbesondere durch die individuelle Anreise mit dem Auto entstehen hohe Umweltbelastungen. Das Ziel in diesem Themenfeld ist, Ihren Gästen die Anreise mit dem Rad, zu Fuß sowie mit dem öffentlichen Nahverkehr zu erleichtern und klimaschädliche Fahrten weitestgehend zu vermeiden. Im Folgenden werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie Anreize zur umweltfreundlicheren Anreise gesetzt werden können. So schützen Sie und Ihre Gäste das Klima und letztere könnten sogar die Freiheit gewinnen, auf ein Getränk mehr zu bleiben.

Geben Sie Ihren Gästen umweltfreundlichere Wegbeschreibungen mit?

- Damit Ihre Veranstaltung klimafreundlicher wird, können Sie die Gäste aktiv mit einbinden, indem Sie sie bitten mit Bus, Bahn, Rad oder zu Fuß anzureisen.
- Denken Sie den Weg von Bus und Bahn ausgehend: Benennen Sie die nächstgelegenen Haltestellen und die Linien, die aus verschiedenen Richtungen zu Ihnen fahren, am besten mit Taktung.
- Um die Anreise mit dem Fahrrad attraktiver zu machen, können Sie auf Fahrradwege und nahegelegene Stellplätze für Fahrräder hinweisen.

- Das Geoportal der Stadt Trier bietet Ihnen die Möglichkeit, u.a. Bushaltestellen, Fahrradparkplätze, Park & Ride-Angebote oder E-Bike-Ladestationen auf der Karte einzublenden und einen individuellen Kartenausschnitt für Ihre Veranstaltung mit Link und QR-Code zu erstellen.
- Über openstreetmap.org können Sie Wegbeschreibungen fürs Fahrrad und zu Fuß erstellen und zum Beispiel als Screenshot in Ihre Werbung einbinden.

Bieten Sie ein Kombi-Ticket an?

- Mit einem Kombi-Ticket können Ihre Gäste ihr Veranstaltungsticket auch als Tages-Ticket für den gesamten VRT nutzen.
- Kommunizieren Sie den Mehrwert an Ihre Gäste, so können Sie die geringen Kosten (etwa 0,70€ pro Ticket) gegebenenfalls auch auf sie umlegen.

Bieten Sie genügend Stellplätze für Fahrräder an?

- Auf einen Autoparkplatz passen bequem acht Fahrräder. Reservieren Sie 10 Parkplätze für Fahrräder, können dort schon 80 Personen stehen. Bei 1,4 Personen durchschnittlich pro Auto wären es sonst nur 14.

- Bei familienfreundlichen Veranstaltungen sollten Sie auf ausreichend Platz für Lastenräder und Kinderwagen achten.
- Weisen Sie auf umliegende Stellplätze hin, zum Beispiel über das Geoportal der Stadt Trier. (Verkehr & Mobilität – Parken - Fahrradabstellanlagen)
- Ihre Gäste sind eher bereit, das Auto stehen zu lassen, wenn sie ihr Fahrrad am Veranstaltungsort sicher abstellen können. Am Bahnhof und an der Porta Nigra gibt es Fahrradgaragen, die überdacht und gesichert sind. Im Geoportal finden Sie sie unter „Fahrradgaragen“. Mehr Infos gibt es außerdem bei den Stadtwerken Trier.

Schaffen Sie Möglichkeiten, wie Ihre Gäste gemeinsam anreisen können?

- Bei größeren Gruppen oder schlecht erreichbaren Veranstaltungsorten bietet sich ein Shuttle-Service mit angemietetem Bus vom nächsten Bahnhof oder ein Anruf-Sammel-Taxi an.
- Damit sich Ihre Gäste leichter zu einer gemeinsamen Anreise verabreden können, können Sie beispielsweise ein Forum, eine Facebook-Gruppe oder öffentliche Pads erstellen. Auch der Hinweis auf Etherpad oder padlet.com kann helfen.
- Park&Ride-Parkplätze können Ihre Gäste hier auf der Website der Stadt Trier finden.

Anreise für Acts und Ausstellende

Auch Ihre Ausstellende müssen anreisen und das meist mit viel Gepäck. Sie könnten Möglichkeiten zu Kontakten unter den Ausstellende bieten, sodass diese die Möglichkeit zum Bilden von Fahrgemeinschaften haben. So können Emissionen eingespart werden und alle benötigten Materialien zum Veranstaltungsort gebracht werden. Machen Sie ortsfremde Acts und Ausstellende auf die Angebote des öffentlichen Nah- und Fernverkehrs aufmerksam.

Im Veranstaltungsteam selbst bietet es sich ebenfalls an Fahrgemeinschaften zu bilden, falls ein Veranstaltungsort nicht zentral erreichbar ist. Nutzen Sie Carsharing oder ähnliche Angebote für Ihre Fahrwege.

Anreise für alle!

Idealerweise sind Ihre Wegbeschreibungen und Parkplatzhinweise barrierefrei. Ist dies nicht der Fall, weisen Sie bitte darauf hin. Weitergehende Infos zum Thema Barrierefreiheit und Inklusion finden Sie im Kapitel *Inklusion und Diversity*.

Anlaufstellen

Infrastruktur

- Das Geoportal der Stadt Trier bietet die Möglichkeit die verschiedenen bedarfsorientierten Infrastrukturen der Stadt Trier zu zeigen, wie z.B. Stellplätze für Räder oder Autos (<http://geoportal.trier.de/trier/>)
- Stadtwerke Trier (www.swt.de)
- Park & Ride Plätze der Stadt Trier www.trier.de/umwelt-verkehr/parken/park-ride/

Anfahrt

- Unter www.vrt-info.de erhalten Sie nähere Informationen zur Anfahrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und zum Kombi-Ticket.
- Mitfahrzentralen: BlaBlaCar oder Hunderttausend.de

Organisation

- Öffentliche Pads, zum Beispiel zur Erstellung digitaler schwarzer Bretter: Etherpad oder padlet.com

CarSharing

- Übersicht über Carsharing in Trier mit verschiedenen Angeboten: <https://www.dein-carsharing.de/stadt/trier.html>
- Stadtmobil Trier (<https://trier.stadtmobil.de>)

VOLLE ENERGIE FÜR DIE ZUKUNFT

ENERGIE + WASSER

Strom, Heizung und Wasser sind drei wesentliche Bestandteile der meisten Veranstaltungen, die für erhebliche CO₂-Emissionen sorgen – und auch für erhebliche direkte Kosten. Es lohnt sich also zu schauen, wo Sparpotentiale liegen.

Strom wird zu immer größeren Anteilen aus erneuerbaren Energien wie Photovoltaik, Wind- und Wasserkraft oder Biogas gewonnen. Dennoch ist der Anteil an problematischen Energieträgern wie Kohle oder Atomstrom noch immer viel zu hoch. Damit erneuerbare Energien den Energiebedarf decken können, ist es wichtig, den Bedarf durch effiziente Technologien und smarte Lösungen zu reduzieren.

Auch für die Aufbereitung und Bereitstellung von Trinkwasser werden erhebliche Mengen an Strom benötigt. Bei den knappen Süßwasservorräten, die sich durch zunehmende Dürren und einen steigenden Wasserbedarf in der Wirtschaft weiter verknappen, ist es wichtig, unseren Wasserverbrauch zu reduzieren, wo es geht.

Neu anschaffen oder weiter nutzen?

- Ein altes Gerät einfach durch ein neues ersetzen? Eine Berechnung, ob sich dies wirklich rentiert, lohnt sich. Neuere Geräte sind oft energieeffizienter, aber auch ihre Herstellung benötigt Ressourcen, deren Einsatz sich erst im Laufe der Lebensdauer amortisieren muss.

- Geräte auszuleihen und gemeinsam mit anderen zu nutzen spart nicht nur die Anschaffungskosten und damit die Herstellungskosten für mehrere Geräte, sondern auch den Lagerraum. Gerade für Veranstaltungstechnik gibt es eine umfangreiche Ausleih-Auswahl bei verschiedenen Anbietern.

Tipp: Warum nicht eine Ausleih-Kooperation mit mehreren Veranstaltenden gründen? So können Sie sich die Kosten mit anderen teilen!

CO₂-Abdruck berechnen

Um einen Eindruck davon zu bekommen, wie groß die ökologischen Auswirkungen Ihrer Veranstaltung tatsächlich sind, können Sie zum Beispiel über *KlimAktiv* den CO₂-Abdruck Ihrer Veranstaltung relativ genau berechnen. So erhalten Sie einen Überblick über Ihren Verbrauch und Ihre Einsparpotentiale!

Stromverbrauch reduzieren

- LED-Technik ist um ein Vielfaches energieeffizienter als herkömmliche Leuchtmittel und ein einfacher Weg, um schnell Kosten zu sparen. Das funktioniert natürlich nur, wenn Sie die Zahl der Leuchtmittel konstant halten!
- Digitale Schaltnetzteile in den Endstufen senken den Energiebedarf Ihrer Beschallungsanlage.

- Funkmikrofone mit aufladbaren Akkus sorgen für geringere wiederkehrende Kosten und verbessern die Öko-Bilanz, da weniger Batterien hergestellt werden müssen. Achten Sie hier auf Langlebigkeit: Menschenrechtsverletzungen bei der Gewinnung von Lithium sind leider an der Tagesordnung!
- Bei Indoor-Veranstaltungen sollte die Raumtemperatur nicht über 20°C geheizt oder 6°C unter die Außentemperatur gekühlt werden.
- Der Wechsel zu echten Ökostrom-Angeboten ist leicht, kostengünstig und eine der effektivsten Maßnahmen zum Klimaschutz. Sie können nicht nur im Backoffice den Stromanbieter wechseln, sondern auch mit den Betreibenden des Veranstaltungsortes aushandeln, dass Sie dort Ökostrom für Ihre Veranstaltung beziehen können.
- Wenn der Veranstaltungsort keinen Ökostrom bezieht, könnten Sie auch eine Ausgleichszahlung durch RECS-Zertifikate leisten (Hintergrundinfos gibt es im Unterkapitel *Ausgleichszahlungen*)

Strom selbst produzieren?

- Photovoltaik-Anlagen sind in den vergangenen Jahren deutlich kosteneffizienter geworden und liefern nahezu emissionsfreien Strom. Mobile Anlagen können mittlerweile einen Teil des Strombedarfs Ihrer Open-Air-Veranstaltung decken.
- Auch ungewöhnliche Setups wie Fahrradgeneratoren oder Tanzmatten können Strom erzeugen – zwar nicht viel, aber mit ihnen lassen sich Kleinstbühnen oder Fahrradkinos durchführen.

Wasserverbrauch reduzieren & Wasserverschmutzung verringern

- An Sanitäranlagen können Sie Hinweisschilder für sparsamen Umgang mit Wasser und Verbrauchsmaterialien, wie Recycling-Papiertücher, anbringen.

- Anstelle von Chemietoiletten, deren Einsatz ebenfalls viel Wasser verbraucht, können Sie umweltfreundlichere Kompost-Toiletten aufstellen. Die Fäkalien werden dabei geruchsfrei gesammelt und im Anschluss zu Komposterde kompostiert.
- Um unsere Gewässer zu schonen, lohnt sich der Einsatz von umweltschonenden und biologisch abbaubaren Reinigungsmitteln. Sie können bei Ihrem Spül- oder Putzteam anfragen, ob dies möglich ist. Sind Sie selbst dafür verantwortlich, können Sie auf bestimmte Label wie bspw. *Ecocert* achten.

Anlaufstellen und Links

Allgemein

- Angebote, bei denen Sie Produkte ausleihen können, finden Sie unter www.fairweg.info
- CO₂-Abdruck berechnen:
https://uba.co2-rechner.de/de_DE/
https://event.co2ckpit.de/de_DE/
- Klimafreundliche Produkte aller Kategorien finden:
www.blauer-engel.de / www.ecotopten.de / www.kompass-nachhaltigkeit.de
- Zertifizierung für das eigene Umweltmanagementsystem: www.emas.de

Energie

- Beratung u.a. zu Energieeffizienz und Fördermitteln erhalten Sie bei der Energieagentur RLP: www.energieagentur.rlp.de
- Ökostrom-Angebote finden Sie z.B. unter <https://www.ecotopten.de/strom/oekostrom-tarife>. Auch die Stadtwerke Trier weiten ihr Angebot an Ökostrom laufend weiter aus.
- Fahrradkinos in Deutschland: www.fahrradkino.org/wer-noch/

Wasser

- Unternehmen, die Kompost-Toiletten verleihen, finden Sie auf <https://fairweg.info/finden>
- Inhaltsstoffe in Reinigungsmitteln: www.utopia.de/ratgeber/die-schlimmsten-inhaltsstoffe-in-reinigungsmitteln/

NACHHALTIGKEIT GEHT DURCH DEN MAGEN



CATERING

Ein paar leckere Häppchen oder gar ein ganzes Menü – ein Catering ist immer ein besonderes Erlebnis während eines Events. Auch wenn Sie Speisen und Getränke für Ihre Gäste anbieten, haben Sie die Möglichkeit viele Nachhaltigkeitsfaktoren zu berücksichtigen.

Gerade in diesem Bereich hat sich schon sehr viel getan. Es muss nicht immer ein exotisches Angebot sein. Es gibt bereits ein großes Sortiment an Lebensmitteln, die eine gute CO₂-Bilanz haben, unter fairen Bedingungen gewonnen wurden und bei deren Gewinnung Ressourcen geschont werden. Auch gegen die Lebensmittelverschwendung gibt es schon viele Ansätze, denn pro Gast werden jährlich immer noch etwa 23,6 Kilogramm Lebensmittel weggeworfen.

Wie sehr achten Sie auf Regionalität und Saisonalität?

Idealerweise nutzen Sie bei Ihrem Catering Produkte, die aus der Region stammen und gerade Saison haben. Der Anbau im beheizten Treibhaus verursacht hier die meisten Emissionen. Saisonales Gemüse und Obst aus dem Freiland haben den geringsten CO₂-Abdruck im Vergleich zu Produkten aus dem Treibhaus oder zu importierter Ware.

Weitere Vorteile regionaler und saisonaler Produkte:

- Kürzere Transportwege verursachen nicht nur weniger Emissionen, die Zutaten bleiben länger frisch und auch die Fleischqualität ist bei kürzeren Transporten höher.

- Regional angepasste Obst- und Gemüse-Sorten sind meist widerstandsfähiger und benötigen daher oft weniger Pestizide und Dünger als konventionelle Sorten.
- Insbesondere kleinere lokale Betriebe leisten einen wichtigen Beitrag für die regionale Wirtschaft und die Artenvielfalt.
- Auch Ihre Gäste wissen ein saisonales und regionales Angebot zu schätzen und freuen sich über Speisen, die es nicht das ganze Jahr über zu kaufen gibt!

Vorsicht bei Früchten wie Avocados, Bananen oder auch Tomaten: Ihr Anbau ist oft sehr wasserintensiv. Häufig kommt es zu Konflikten mit der lokalen Bevölkerung, der durch die intensive Plantagenwirtschaft nicht mehr genügend Trinkwasser zur Verfügung steht. Auch wird für Plantagen oft intakter Regenwald abgeholzt.

Tipp: Mit den Webapps *Klimatarier* & *Klimateller* können Sie den CO₂-Abdruck Ihres Gerichts individuell berechnen!

Fair und direkt

Manche Produkte können Sie nicht aus der Region beziehen, sondern müssen importiert bezogen werden. Hier können Sie auf biologisch und fair gehandelte Produkte achten. So können Sie unterstützen, dass Produzierenden in den Anbauländern bessere Preise und existenzsichernde Löhne gezahlt werden.

Je weniger Zwischenstationen mitverdienen, desto bessere Bedingungen können die Produzierenden erzielen – das gilt auch für regionale Produkte! Legen Sie daher Wert auf persönliche Kontakte und fördern Sie so Direktvermarktung.

Vor allem Kaffee, Tee, Kakao und Reis wird mittlerweile häufig unter fairen Bedingungen gewonnen, weshalb Sie hier besonders leicht auf Fairness achten können.

Achten Sie beim Einkauf auf eine transparente Darstellung der Lieferkette und eine glaubhafte Fairhandels-Philosophie. Orientierung können beispielsweise die Siegel von *GEPA*, *dwp / weltpartner*, *Fairtrade International* bieten. Hilfestellung kann hier auch der *Wegweiser durch das Labellabyrinth* oder die *Initiative Siegelklarheit.de* bieten.

Tipp: Eine Übersicht über die wichtigsten Siegel finden Sie im Kapitel *Siegel-Übersicht*.

Bio oder konventionell?

Zwar ist Bio kein Allheilmittel fürs Klima, kann aber durch reduzierten Einsatz von Pestiziden und Dünger zu einer besseren Bodenqualität beitragen. Umgekehrt kann auch die konventionelle Landwirtschaft sehr naturnah sein.

- Verzichten Sie allerdings lieber darauf, weitgereisete Bio-Produkte anstatt regionaler Produkte zu wählen.
- Transparenz ist hier der Schlüssel: Kaufen Sie, wenn möglich, von Betrieben, die Sie kennen und deren Produktion Sie sich zeigen lassen können. Wenn das nicht geht, können Bio-Siegel eine Orientierung bieten. Achten Sie hier auf möglichst strenge Kriterien wie zum Beispiel von demeter oder Naturland.

Bieten Sie vegetarische + vegane Alternativen an?

- Ein vielseitiges Catering sollte auch vollwertige vegetarische und vegane Speisen beinhalten, denn immer mehr Menschen verzichten auf tierische Produkte. Auch Personen, die zum Beispiel aus religiösen Gründen auf bestimmte Fleischsorten

verzichten, kann somit ein schmackhaftes Angebot zugesichert werden.

- Vielleicht können Sie auch erst einmal klein starten und beispielsweise mindestens eine vegane gleichwertige Alternative anbieten. Angenommen, Sie bieten ein Gänge-Menü an, so sollten Personen, die vegan oder vegetarisch leben, nicht nur auf Beilagen zurückgreifen können.



Achten Sie auf unterschiedliche Bedürfnisse?

- Verschiedene Zielgruppen haben verschiedene Bedürfnisse, was Essen betrifft. Allergien und Unverträglichkeiten spielen für viele Personen eine Rolle. Halten Sie immer eine Alternative parat – Ihre Gäste werden es Ihnen danken!
- Auch religiöse Belange können Sie in Ihre Planungen einbeziehen. Informieren Sie sich schnell im Vorfeld, wann religiöse Feiertage oder Fastenzeiten stattfinden und ob Sie zum Beispiel Alternativen anbieten können, die kosher oder halal sind. Diese Produkte erkennen Sie an einer speziellen Kennzeichnung.



Tipps für Produktgruppen

Wenn Sie tierische Produkte anbieten, achten Sie auf hohe Standards und verzichten Sie auf Massenware. Ihre Gäste werden die hohe Qualität und den guten Geschmack schätzen – und auf lange Sicht helfen Sie den Tierhaltenden, auch wieder mit kleineren Herden überleben zu können.

Bio-Siegel können zusätzliche Orientierung bieten. Das staatliche Tierwohllabel allein ist nicht aussagekräftig.

Was ist mit Fleisch?

- Weißes Fleisch (Geflügel) benötigt weniger Energiezufuhr als rotes (Schwein, Rind), weil die Tiere das Futter effizienter verwerten.
- Ideal sind Tiere aus Weidehaltung, die nicht zusätzlich mit Futtermitteln versorgt werden müssen.
- Wildfleisch ist nicht nur eine regionale Spezialität von hoher Qualität, sondern hat auch recht geringe ökologische Auswirkungen. Sie finden es bei den Jägerinnen und Jägern aus der Region.

Was ist mit Fisch?

- Idealerweise bieten Sie bei Ihrem Catering Fisch aus regionalen Zuchten an, wie beispielsweise Forelle und Zander.
- Wenn es andere Sorten sein müssen, achten Sie auf Herkunft aus zertifizierten Aquakulturen (*Naturland*, *Bioland*) oder auf unbedenklichen Wildfang.
- Das MSC-Siegel bietet ein Mindestmaß an ökologischen Standards, reicht aber nicht aus, um Überfischung zu verhindern. Orientierung bieten hier der Fischatlas des WWF und von Greenpeace.

Was ist mit Milchprodukten?

- Bei der Milchproduktion kommen Mensch wie Tier meist zu kurz. Durch sehr niedrige Milchpreise stammt der überwiegende Anteil der Milch aus Massentierhaltung mit einem enorm schlechten CO₂-Abdruck. Versuchen Sie, kleinere Betriebe zu unterstützen und kaufen Sie auch hier hochwertige Waren aus der Region.
- Orientierung für fairere Milchpreise bieten beispielsweise die folgenden Siegel: Die *faire Milch* / *fair mellech*, *Sternenfair*, *Naturland fair*, *demeter*, *Bioland*.
- Mittlerweile gibt es auch viele geeignete pflanzliche Alternativen. Insbesondere Milchalternativen aus Hafer oder heimischem Soja sind deutlich klimafreundlicher als tierische Milch.

Was ist mit Eiern?

- Bruderhahn-Eier bieten den Erzeugenden eine finanzielle Unterstützung, damit sie die männlichen Küken aufziehen und wirtschaftlich nutzen können, anstatt sie zu schreddern oder zu vergasen.

Was ist mit Getränken?

- Säfte gibt es immer häufiger aus regionalen Streuobstwiesen, die einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der Biodiversität leisten. Hier können Sie ebenfalls auf regionale Sorten, oder bei Südfrüchten auf fairen Handel achten.
- Für Kaffee, Kakao und Tee können Sie ruhigen Gewissens hohe Fairhandels-Standards anlegen, bei diesen Produkten gibt es mittlerweile eine große Auswahl auf dem Markt.
- Neben gesiegelten Produkten finden Sie auch viele kleinere weiterverarbeitende Betriebe, die anstelle eines Siegels auf eine direkte Partnerschaft setzen und versuchen, möglichst viel Wertschöpfung in den Anbauländern zu ermöglichen.

- Mosel, Saar und Ruwer sind traditionelle Weinregionen. Ihre Gäste freuen sich über regionale Weine und Erzeugnisse – und auch das Klima freut sich über kürzere Transportwege.
- Beim Bier hat sich einiges getan: Neben regionalen, nachhaltig engagierten Traditionsbrauereien gibt es mittlerweile auch viele Handwerksbetriebe, die ebenfalls qualitativ hochwertige Biere mit Zutaten aus der Region liefern können.
- Wasser ist wichtig: Sie können Ihren Gästen kostenloses Trinkwasser anbieten oder darauf hinweisen, woher sie welches bekommen.

Tipp: Der SWT-Wasserspender und die vielen Refill-Stationen in Trier sind bereits tolle Ansätze in diesem Bereich! Letztere finden sie auch unter dem Hashtag #refill unter *Finden* auf FairWeg.

Was ist mit Öl und Fett?

Auch hier gibt es regionale Produkte, wie zum Beispiel Raps-, Leinsamen- und Sonnenblumenöl.

Es gibt kein nachhaltiges Palmöl, denn die Transportwege und der Flächenbedarf (meist im Regenwald) sind immer immens.

Nach dem Essen

Kalkulieren Sie nicht übermäßig: Es muss nicht bis zur letzten Minute alles vorhanden sein. Überschüssige Lebensmittel sind nicht nur ein großes Umweltproblem, sondern auch eine finanzielle Belastung!

Wenn doch Essen übrig bleibt:

- Gegen Ende der Veranstaltung können Sie eine Happy Hour anbieten und die Restbestände verkaufen, damit keine Lebensmittel übrig bleiben.
- Bei *TooGoodToGo* können Sie online übrig gebliebenen Gerichte an Selbstabholende verkaufen.
- *Die Tafeln* und *Foodsharing* helfen Ihnen, noch genießbare Lebensmittel weiter zu verteilen.

Das Umweltbundesamt gibt im *Leitfaden zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Catering* praktische Hilfestellung, damit beim nächsten Mal keine Reste übrig bleiben.

Anlaufstellen und Links

Allgemein

- Übersicht über Bezugsstellen verschiedener Produkte und Dienstleistungen aus der Region finden Sie unter www.fairweg.info
- Siegelübersicht und Erklärungen: <https://labelchecker.de/> www.siegelklarheit.de
- CO₂-Bilanz Ihrer Gerichte berechnen: www.klimatarier.com/de/CO2_Rechner www.klimateller.de

Regional, Fair, Direkt

- Ein praktischer Begleiter, auch als Aushang oder Gastgeschenk: Unser FairWeg-Saisonkalender (www.fairweg.info/saisonkalender/)
- Die Basis-Beiträge auf dem FairWeg-Blog geben Überblick in verschiedene Themen. (www.fairweg.info/verstehen)

Fleisch, Milch & Fisch

- Regionale Wildbret -Anbieter: Suchfunktion auf www.wild-auf-wild.de
- Fischratgeber: <https://fischratgeber.wwf.de/> www.greenpeace.de (Suchbegriff *Fischratgeber*)

Nach dem Essen

- TooGoodToGo: www.toogoodtogo.de
- Tafel: www.skf-trier.de/index.php/direkt-zu/trierer-tafel.html
- Foodsharing: www.foodsharing.de/fuer-unternehmen
- *Küche für alle* in Trier: www.facebook.com/trierkuefa
- UBA-Leitfaden *Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Catering*: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/leitfaden-vermeidung-von-lebensmittelabfaellen-beim>

WOHIN MIT DEM, DAS ÜBRIG BLEIBT?



Müll fällt bei jeder Veranstaltung an: Ein Teil davon lässt sich vermeiden, ein Teil nur schwer. Eine nachhaltige Abfallwirtschaft schont nicht nur die Ressourcen, sondern dient gleichzeitig dem Klimaschutz und senkt auf lange Sicht auch wiederkehrende Kosten. Müllvermeidung und Mülltrennung sind hier die entscheidenden Faktoren auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Veranstaltung.

Bieten Sie genügend Möglichkeiten zur Mülltrennung an?

Damit Ihre Gäste recyclingfähige Stoffe vom Restmüll trennen können bietet es sich an, verschiedenfarbige und beschriftete Sammelbehälter aufzustellen. Durch die Wiederverwertung tragen Sie dazu bei, dass weniger Rohstoffe benötigt werden! Machen Sie Ihre Gäste auf Ihr Mülltrennungssystem aufmerksam und regen Sie zum Mitmachen an.

In einem Modellversuch testete die Stadtverwaltung Mülleimer, die sich beim Einwurf bedanken. Solch ein Feedback-System kommt bei den Menschen gut an!

Bei größeren Veranstaltungen können Sie die unterschiedlichen Abfallbehälter auch mieten. Der Zweckverband Abfallwirtschaft Region Trier, kurz A.R.T., oder andere Entsorgungsbetriebe können Ihnen hier weiterhelfen.

Problemabfälle sollten getrennt entsorgt werden. Zu Problemabfällen gehören für die Umwelt gefährliche

Stoffe, die in Haushalten entstehen. Was genau zu Problemabfällen gehört und wie Sie damit umgehen, erfahren Sie ebenfalls beim A.R.T.

Nutzen Sie Mehrwegartikel?

Verpackungen und andere Einwegartikel wie Geschirr aus Papier oder Plastik stellen eine massive Belastung unserer Umwelt dar. Da Einwegartikel aus Kunststoff ab dem 03. Juli 2021 verboten sind, lohnt es sich in ein Mehrwegkonzept zu investieren. So können dauerhafte Kosten für die stetige Neuanschaffung von Einweg und wertvolle Ressourcen gespart werden.

Einwegartikel aus nachwachsenden Rohstoffen (wie Bambus oder Papier) sind als dauerhafte Lösung weniger zu empfehlen, da weiterhin viele Ressourcen für Herstellung und Entsorgung verwendet werden. Mehrwegartikel sind bei häufiger Nutzung günstiger und ressourcensparender.

Verschiedene Firmen bieten mittlerweile ausgefeilte Systemlösungen für Mehrwegprodukte an, teilweise auch als Verleih mit Spülservice oder als Spülmobil vor Ort. Angebote für Verleihsysteme finden Sie auf www.fairweg.info.

Hygiene

Mehrwegprodukte sind genauso hygienisch einwandfrei wie Einwegprodukte. Worauf zu achten ist, wenn Sie mit Mehrwegsystemen arbeiten, vor allem, wenn Kunden Ihre eigenen Behältnisse mitbringen, erfahren Sie beim Lebensmittelverband Deutschland.

Becher, Gläser & Co.

Mehrweggläser und -becher vermeiden nicht nur Abfälle, sondern können auch der Refinanzierung der Veranstaltung dienen. Für das Trierer Altstadtfest beispielsweise ist der Einsatz eines Kulturbechers und Kulturglases geplant. Die Gäste kaufen einmalig den Becher oder das Glas und erhalten dann auf dem Altstadtfest damit ihre Getränke.

Servietten, Handtücher, Tischdecken

Auch für weiße Ware gibt es Mehrweglösungen inklusive Reinigungsdienst.

Wenn Sie nicht auf Einwegservietten oder -handtücher verzichten können, nutzen Sie Produkte aus Recycling-Papier, anstatt neue Zellfaser zu nutzen. Auch hier können Sie auf ökologische und faire Produktionsbedingungen zurückgreifen. Achten Sie dabei idealerweise auf Siegel wie den Blauen Engel. Näheres zu Siegeln können Sie dem Kapitel *Siegel & Label* im hinteren Teil des Leitfadens entnehmen.

Unverpackt kaufen

Kaufen Sie unverpackt oder möglichst große Gebinde. Je weniger vermeidbare Abfälle durch Klein- und Kleinstverpackungen entstehen, umso mehr Ressourcen können eingespart werden. Bei Naschtellern auf Konferenzen könnten Sie die Süßigkeiten auch einfach offen auf Tellerchen präsentieren. Ketchup, Mayonnaise und Saucen gibt es in Pumpspender, Salz, Zucker und Süßstoff erhalten Sie problemlos in geeigneten Zwischengrößen. Spender sehen direkt hochwertiger aus als eine Schale mit Einweg-Tütchen, so können Sie einen bleibenden Eindruck bei Ihren Gästen hinterlassen.

Wenn es keine verpackungsfreie Alternative gibt, wägen Sie lieber noch einmal ab, ob Sie das Produkt wirklich brauchen. Wenn Sie sich inspirieren lassen wollen, schauen Sie doch mal beim Trierer Unverpackt-Laden vorbei.

Drucksachen

Auch Papier ist ein wichtiger Faktor zur Müllvermeidung und -reduktion bei einer nachhaltigeren Veranstaltung. Wie Sie die Papierflut auf Veranstaltungen eindämmen können, erfahren Sie im Kapitel *Drucksachen und Beschaffung*.

Kommunikation

Wenn Sie Veranstaltungen mit mehreren Ausstellenden planen, fällt auch bei diesen am Stand Müll an. Machen Sie auf das Müllkonzept der gesamten Veranstaltung aufmerksam, am besten bereits bei der Vergabe der Ausstellungsplätze. Nähere Information zur Art und Weise der Kommunikation finden Sie im Kapitel *Kommunikation & Werbung*.

Müll sammeln für einen guten Zweck?

Teil Ihres Abfallmanagements könnte es auch sein, die Müllmengen sichtbar zu machen und nicht vermeidbare Abfälle für gemeinnützige Zwecke zu sammeln. Verschiedene Organisationen unterstützen Sie dabei:

- Wein-Korken (aus Kork) sammelt u.a. der NABU im Weltladen in der Pfützenstraße. (www.nabu-regiontrier.de)
- Die *Kronkorkensammelaktion* sammelt für die Patientenhilfe Darmkrebs. (www.kronkorkensammelaktion.de)
- Einwegpaletten können auch in der Region Trier für Jugendwerkstätten gespendet werden.

Anlaufstellen und Links

- Allgemeine Infos rund um das Thema Müllvermeidung und Mehrwegsysteme finden Sie auch auf www.fairweg.info.
- Übersicht über geltende Hygienemaßnahmen beim Lebensmittelverband Deutschland. (www.lebensmittelverband.de, Suchbegriff *Hygiene*)
- Auskunft über das *Kulturglas* und den *Kulturbecher* kann die Trier Tourismus und Marketing GmbH geben. (www.trier-info.de)
- Ansprechpartner für Gewerbekunden beim Zweckverband A.R.T.: www.artgmbh-trier.de (auch zum Thema Problemabfälle).

DAS KANN SICH NACHHALTIG SEHEN LASSEN!

DEKORATION + GASTGESCHENKE



Eine Veranstaltung ohne Dekoration ist quasi undenkbar. Die Gäste sollen ein besonderes Erlebnis haben und da zählt das visuelle Erscheinungsbild natürlich mit dazu. Ob Weihnachtsmarkt, Theaterbühne oder Konferenzsitzungen – es gibt immer ein Mindestmaß an Dekoration, sei es nur ein paar Blümchen und schön gefaltete Servietten auf dem Tisch.

Nun kann man auch hier auf Nachhaltigkeit setzen. Dekoration jedes Jahr neu zu kaufen, bedeutet Unmengen an Müllaufkommen und ebenfalls Ressourcenverschwendung. Wiederverwendbare Artikel bieten sich an oder es kann ein Verleihsystem genutzt werden. Pflanzen reisen oft weite Wege und werden in Massen produziert, bieten aber gleichzeitig keinen Mehrwert für die Flora und Fauna. Stattdessen könnte man auch heimische Pflanzen dekorativ in Szene setzen.

Bei Gastgeschenken ist die Problematik ebenfalls weit gefächert. Hier werden gerne kleine Werbeartikel, Textilien, Pflanzen oder Süßigkeiten verschenkt. Oftmals sind die kleinen Werbegeschenke nur schlecht produziert und landen schnell im Müll. Das Gleiche gilt für die Verpackungen der Süßigkeiten.

Textilien werden oft unter menschenunwürdigen Bedingungen hergestellt. Außerdem werden neben der Gesundheit der Arbeitenden, auch die Gewässer der Herstellungsländer stark mit Chemikalien belastet.

Bei der Suche nach fairen und umweltschonenden Textilien helfen etablierte und aussagekräftige Siegel (siehe *Anlaufstellen* auf der folgenden Seite).

Worauf kann ich achten?

Pflanzen und Blumen

- Bei Dekoration sollten heimische und langlebige Arten bevorzugt werden.
- Auch Kräuter können sehr dekorativ sein und sogar an die Gäste weiterverschenkt werden.
- Schnittblumen sollten idealerweise ebenfalls heimisch sein. Ist dies nicht möglich, sollte auf Fair-trade-Standards geachtet und kürzere Transportwege berücksichtigt werden.
- Kann weder auf heimische noch auf fair gehandelte Blumen und Pflanzen zurückgegriffen werden, können Ausgleichszahlungen vorgenommen werden.

Dekoration

- Dekoration kann wiederverwendet oder weiterverschenkt werden.
- Bei Plastik kann auf recyceltes Material zurückgegriffen werden.

Gastgeschenke

- Am besten wird auf Regionalität bei Gastgeschenken geachtet.
- Auf faire und umweltschonende Arbeitsprozesse sollte Rücksicht genommen werden.

Merchandise

- Auf Einwegartikel (insbesondere Plastik) sollte verzichtet werden.
- Bei Textilien (Arbeitskleidung und Werbematerial) sollte auf faire und ökologisch erzeugte Produkte geachtet werden.

Anlaufstellen

Fair gehandelte Produkte

- Fairtrade Deutschland (www.fairtrade-deutschland.de)
- GEPA (www.gepa.de)
- WeltPartner (www.weltpartner.de)

Ökologische und sozial verträgliche Produkte

- Öko-soziale Produkte finden Sie im Kompass Nachhaltigkeit. (www.kompass-nachhaltigkeit.de)
- Übersicht bei Der Blaue Engel: www.blauer-engel.de
- Übersicht bei Ecotopen: www.ecotopen.de

Siegel und Labels

- www.siegelklarheit.de
- <https://labelchecker.de/>

Bürobedarf & Bürotechnik

- Öko-fairen Bürobedarf und Bürotechnik gibt es bei Memo AG. (www.memo.de/)

Mehr erfahren

- www.fairtrade.net/product/flowers-and-plants
- www.wwf.de/ (Suchbegriff: *Schnittblumen aus Kenia*)



FAIR EINKAUFEN, ERFOLGREICH VERANSTALTEN

BESCHAFFUNG + DRUCKSACHEN



Papier ist allgegenwärtig auf Veranstaltungen, ob der Flyer oder das Plakat zu Werbezwecken und das Programmheft zur Information. Die Papierflut ist omnipräsent, ein immenser Verbrauch von Ressourcen. Im Folgenden wird näher auf die verschiedenen Möglichkeiten eingegangen, wie Papier vermieden und nachhaltig sinnvoller eingesetzt werden kann.

Bieten Sie digitale Möglichkeiten an?

Papier ist ein Material, für dessen Produktion viele Ressourcen benötigt werden. Nutzen Sie daher so wenig wie möglich und setzen Sie auf Recycling-Produkte!

Stellen Sie nach Möglichkeit digitale Tickets, Programmhefte, Werbematerial oder Veranstaltungsdokumentationen online zur Verfügung. Schaffen Sie Anreize, damit digitale über analogen präferiert werden, auch durch die Gäste.

Reduzieren Sie Werbematerial wie Flyer, Programmhefte oder andere Drucksachen auf ein notwendiges Maß. Wenn Sie Werbematerial an Partnerfirmen verschicken, fragen Sie vorher den Bedarf ab.



Beispiel: Das WeltBürgerFrühstück wird jedes Jahr von bis zu vierzig Organisationen ausgerichtet. Weil jede Organisation andere Möglichkeiten hat, Werbung zu machen, melden sie vor Drucklegung an die Organisationsleitung, wie viele Plakate und Flyer sie ungefähr benötigen. So entsteht kaum Verschwendung.

Tipp: Dokumentieren Sie, wenn möglich, wie viele ungenutzte Drucksachen Sie nach der Veranstaltung entsorgen mussten. Das hilft bei der Planung fürs nächste Mal und spart direkt Kosten!

Drucken Sie standardmäßig doppelseitig – damit reduzieren Sie Ihren Papierverbrauch und damit Ihre Kosten um 50% gegenüber dem einseitigen Druck.

Um digitale Angebote attraktiver für Ihre Gäste zu machen, können Sie zum Beispiel spezielle Features entwickeln, die nur digital zu nutzen sind. Achten Sie auf eine attraktive und auffällige Gestaltung, vielleicht sogar in einem einheitlichem Design, passend zu Ihnen. So schaffen Sie Wiedererkennungswert und Kosten für die Wiedergestaltung können gespart werden.

Wie wäre es zum Beispiel, eine Schnitzeljagd mittels eines digitalen Programmhefts und QR-Codes verteilt über den gesamten Veranstaltungsort hinweg zu veranstalten?

So haben ihre Gäste einen aktiven Anreiz für das Digitale und entdecken dabei gleichzeitig noch den gesamten Veranstaltungsort mit den unterschiedlichen Angeboten.

Tipp: Setzen Sie auf Langlebigkeit bei analogem Werbematerial. Hinweisschilder müssen nicht für jede Veranstaltung neu gedruckt werden, sondern können wiederverwendet werden.

Interne Drucksachen

Auch intern kann der Verbrauch von Papier reduziert oder vermieden werden: Sie können zum Beispiel Ihre Lieferfirmen um eine digitale Rechnung per E-Mail anstatt einer analogen per Post bitten. Hinweise am Ende von E-Mails können auch in Ihrem Arbeitsteam für Aufmerksamkeit zur Einsparung von Papier sorgen.

Achten Sie darauf, wo, wie und worauf Sie drucken?

Recycling-Papier ist klimafreundlicher und sogar meistens günstiger als Frischfaserpapier: Das Umweltbundesamt hat herausgefunden, dass Recycling-Papier in 70er und 80er-Weiße fünf bis zehn Prozent günstiger ist. Außerdem ist es genauso dokumentenecht und spart in der Produktion die Hälfte an Energie und bis zu 30% Wasser ein – eine erhebliche Menge!

- Eine gute Orientierung bei Recycling-Papier ist der Blaue Engel.
- Recyceltes Papier ist in den verschiedensten Weiß-/Helligkeitsstufen verfügbar. Hier gilt jedoch, dass je weißer das Papier, desto höher ist der Einsatz von Ressourcen.
- Achten Sie beim Druck auf ökologisch unbedenkliche Farben und auf den verwendeten Strom: Arbeitet die Druckerei mit Ökostrom oder erzeugt sie ihn sogar selbst?
- Setzen Sie auf regionale Druckereien! Auch wenn ein anderer Anbieter vielleicht noch ein bisschen nachhaltiger sein mag: Durch den Transport entstehen viele Emissionen, die den Umweltvorteil wieder zunichte machen.

Tipp: Bei den meisten Druckereien können Sie eine Ausgleichszahlung für die entstandenen Emissionen tätigen. Achten Sie aber auf die Effektivität und Transparenz von Kompensationsleistungen. Mehr zum Thema finden Sie im Kapitel Ausgleichszahlungen.

Anlaufstellen und Links

Infos zu Recycling-Papier

- Beim Umweltbundesamt: www.umweltbundesamt.de/themen/recyclingpapier-eine-gute-alternative-zu

Regionale Druckereien

- Eine Übersicht über regionale Druckereien, die hohe Umwelt- und Klimastandards anlegen, finden Sie unter www.fairweg.info/finden

VERANSTALTEN AUF AUGENHÖHE



Unsere Gesellschaft ist bunt und divers. In den vergangenen Jahrzehnten haben wir alle gemeinsam viel erreicht, um mehr Menschen die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen. Um diesen Prozess weiter aktiv gestalten zu können ist es wichtig, sich vor Augen zu führen, wo und wann Menschen (oft unbewusst) ausgegrenzt und diskriminiert werden: Aufgrund von Hautfarbe, Geschlecht, Behinderungen – oder fehlender Möglichkeiten, die Veranstaltung mitzugestalten.

Oft sind es dann einfache Mittel, mit denen Ungerechtigkeiten und Ausgrenzungen vermieden werden können. Ebenso stehen viele Informationen und Netzwerke zur Verfügung, die Ihnen helfen, allen die Teilhabe an Ihren Veranstaltungen zu ermöglichen.

Ist meine Veranstaltung barrierefrei?

- Wählen Sie nach Möglichkeit einen barrierefreien Veranstaltungsort aus.
- Kennzeichnen Sie schon im Vorfeld rollstuhlge- rechte Zugänge und Toiletten oder bieten Sie Unterstützung an, wenn es irgendwo doch Bar- rieren gibt.

Beispiel für eine geeignete Zugangsbeschreibung

www.trier-info.de/sehenswuerdigkeiten/thermen-am-viehmarkt/trier-fuer-alle

- Rollstuhlfreundliche Platzierung: Sind Teilneh- mende im Rollstuhl auf Augenhöhe zu anderen Gästen, oder blicken sie ihnen auf den Hintern?
- Hörgeschädigte Menschen profitieren von spe- ziellen Richtmikrofonen oder von induktiven Höranlagen (T-Spulen), die das Audio-Signal – je nach Typ – direkt ins Hörgerät übertragen.

Tipp: Die DGUV hat einen separaten Leitfaden für bar- rierearme und inklusive Veranstaltungen herausgege- ben, inklusive ausführlicher Checkliste:

www.publikationen.dguv.de/widgets/pdf/download/article/3336

Verwende ich möglichst inklusive Sprache?

Sprache ist ein wesentlicher Aspekt bei der eigenen Zuordnung zu einer sozialen Gruppierung. Wortwahl und Komplexität der Sprache beeinflussen, wer ver- steht, was Sie sagen und wer nicht.

Leichte Sprache und Übersetzungen

Leichte Sprache hilft, Informationen für alle zu ver- mitteln, auch dann, wenn sie wegen einer Behinde- rung oder geringerer Sprachkenntnisse nicht verste- hen, was Sie vielleicht als „normale Sprache“ empfin- den.

Wenn Sie keine Möglichkeit haben, eine Übersetzung in Leichte Sprache zu ermöglichen, achten Sie bei der Vorbereitung von Text- und Redebeiträgen darauf, dass Sie komplizierte Formulierungen und Wortwahl möglichst vermeiden.

Beispiel: Die ttm GmbH erklärt das Trierer Dreikönigenhaus in leichter Sprache:

www.trier-info.de/sehenswuerdigkeiten/dreikoenigenhaus/trier-fuer-alle

- Gerade in der Großregion besteht ein erhebliches Potential, mehr Gäste für Ihre Veranstaltung zu interessieren, wenn Sie ein mehrsprachiges Angebot vorbereiten.

Inklusive und geschlechtergerechte Sprache

- Sprache beeinflusst unser Denken und ist ein wichtiges Mittel, um Ungerechtigkeiten zu zementieren – oder Wandel einzuleiten.
- Achten Sie daher darauf, dass Sie in Texten und beim Sprechen anstelle des generischen Maskulinums eine Variante nutzen, die alle Geschlechter berücksichtigt.
- Ideal sind geschlechtsneutrale Formulierungen (*Alle* statt *Jeder*, *Lehrkräfte* statt *Lehrer*) oder Verlaufsformen (*Studierende* statt *Studenten*).
- Wo das nicht möglich ist, legen Sie sich eine Strategie zurecht, etwa die Doppelnennung (*Bürgerinnen und Bürger*). Weitere Infos finden Sie im Leitfaden *FAIRwaltungssprache* der Stadt Trier, beziehbar nach Anfrage unter www.trier.de.
- Unter www.geschichtsgendern.de finden Sie hilfreiche Tipps und Anleitungen, wie Sie elegant alle Menschen sprachlich berücksichtigen – und sogar ein Wörterbuch, das Ihnen Alternativen anbietet.

Tipp: Screenreader für sehbeeinträchtigte Menschen können mit verschiedenen gängigen Gender-Formen (Gender-Doppelpunkt, Gender-Sternchen usw.) unterschiedlich gut umgehen. Dies sollten Sie im Vorfeld mit Blick auf barrierefreie Textgestaltung beachten.

Sexismus und Rassismus

Sexismus und Rassismus sind – oft unterbewusst – tiefer in unserer Gesellschaft verankert, als wir es wahrhaben wollen. Vorurteile und stereotypisierende Darstellungen tragen – ob gewollt oder ungewollt – dazu bei, bestehende Ungleichheiten zu festigen. Das steht in direktem Widerspruch zu den Nachhaltigkeitszielen 5 „*Geschlechtergleichheit*“ und 10 „*Weniger Ungleichheiten*“.

- Die grundlegende Frage, die Sie sich stellen sollten, ist: „Stelle ich eine Person oder eine Personengruppe aufgrund ihres Geschlechts oder ihres Aussehens in einer bestimmten stereotypen Weise dar?“
- Stellen Sie diese Frage auch in Ihrem Team und tauschen Sie sich mit Betroffenen aus.
- Weibliche Perspektiven bereichern Ihre Veranstaltung: Achten Sie bei der Zusammensetzung Ihres Teams und der Auswahl ihrer Referierenden oder Acts auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis

Tipp: Die Kampagne *Pink Stinks* hilft Ihnen, einzuordnen, ob Werbung sexistisch ist oder nicht:

www.werbemelder.in/pages/kriterien-und-beispiele

- Strukturellen Rassismus zu erkennen und zu vermeiden ist anspruchsvoller, da es bisher kaum eine breite gesellschaftliche Debatte über Rassismus in Deutschland gegeben hat.
- Achten Sie darauf, dass Sie MIT Betroffenen diskutieren, statt ÜBER sie. Das ist nicht nur angemessen, sondern deutlich eindrucksvoller für die Teilnehmenden, da sie so die Perspektiven marginalisierter Gruppen einnehmen können.
- Verschiedene Organisationen wie Amnesty International, der Beirat für Migration und Integration, die Partnerschaft für Demokratie Trier, der Verein für ein buntes Trier oder das Beratungsnetzwerk gegen Rechtsextremismus Rheinland-Pfalz können Sie dabei unterstützen.



Biete ich meinen Gästen Möglichkeiten, die Veranstaltung mitzugestalten?

- Klassische Vortragsformate, in denen Sachverständige frontal ihr Wissen vortragen, sind zwar noch weitverbreitet, schöpfen aber nicht das Potential Ihrer Gäste aus, die sich beim Zuhören schnell langweilen und die nächste Pause herbeisehnen, in der sie sich mit den anderen Gästen austauschen können.
- Warum nicht also Formate schaffen, die Ihr Publikum involvieren, sie in den direkten Austausch bringen und ihnen Gestaltungsmöglichkeiten geben? Insbesondere bei Tagungen oder Workshops bringen partizipative Formate wie Bar-Camps, Open Spaces oder Hackathons vielfältigere und handlungsorientierte Gemeinschafts-Ergebnisse.
- Gemeinschaftliche Ergebnisse sind nicht nur inhaltlich hochwertig, weil sie die Expertise aller in sich vereinen, sondern sorgen zeitgleich für ein höheres Identifikationsgefühl Ihrer Gäste mit Ihrer Veranstaltung.

Anlaufstellen und Links

Barrierefreiheit

- Barrierefreie Veranstaltungsorte in Trier: www.behindertenbeirat-trier.de/barrierefreiheit-in-trier/freizeitmoeglichkeiten/
- Barrierefreie Toiletten in Trier: www.trier-info.de/toiletten-in-trier

Leichte Sprache

- Treffen und Tagungen in leichter Sprache: www.leichte-sprache.org/wp-content/uploads/2017/11/Regeln_Tagungen.pdf
- Tipps für den Einsatz Leichter Sprache: www.bmas.de (Suchbegriff: *Ratgeber Leichte Sprache*)

Sexismus und Rassismus

- Begriffe, die oft (teilweise versehentlich) zur Diskriminierung von Personengruppen benutzt werden: www.amnesty.de/2017/3/1/glossar-fuer-diskriminierungssensible-sprache
www.amnesty.de/kampagne-gegen-rassismus-deutschland
- Informationen und weitere Anlaufstellen für den Umgang mit Extremismus: www.demokratie-trier.de/materialien
- Das Beratungsnetzwerk gegen Rechtsextremismus Rheinland-Pfalz unterstützt Sie, wenn Sie sich für Vielfalt und Toleranz und gegen Demokratie- und Menschenfeindlichkeit einsetzen möchten: www.lsjv.rlp.de/de/unsere-aufgaben/kinder-jugend-und-familie/peg/beratungsnetzwerk-gegen-rechtsextremismus/
- Beirat für Migration und Integration Trier: www.beirat-fuer-migration.de/



Digitale Events

Im Zuge der CoViD19-Pandemie musste die gesamte Branche schnell Strategien entwickeln, wie Veranstaltungen weiterhin stattfinden können – teils mit Abstandsregeln, teils ganz ohne Publikum vor Ort.

Die bis dahin etwas stiefmütterlich behandelte Digitalisierung hat 2020 einen immensen Sprung erlebt, der auch erhebliche Potentiale für die Einsparung von Emissionen einerseits, aber auch die Teilhabe von bisher ausgeschlossenen Teilnehmenden andererseits bietet.

Chancen digitaler Veranstaltungen

- Da die Gäste nicht anreisen müssen, entstehen weniger Emissionen durch Verkehr. Achten Sie Ihrerseits auf grüne Infrastruktur und klimaneutrale Rechenzentren, damit der Energieaufwand Ihrer Server nicht zu zusätzlichen Emissionen führt.
- Je nach Format ist weniger Personaleinsatz zur Betreuung der Teilnehmenden nötig. Es sollte aber immer eine Ansprechperson zur Verfügung stehen, falls es zu technischen oder organisatorischen Problemen kommt.
- Auch eventuelle Kosten für die Miete des Veranstaltungsortes, Heizung, Strom und Wasserversorgung oder ein aufwändiges Catering können entfallen.
- Menschen aus allen Teilen der Welt können an der Veranstaltung teilnehmen, sodass zum Beispiel bei einer Tagung auch globale Perspektiven in die Ergebnisse mit einfließen können.
- Insbesondere Meetings und Besprechungen sind mit geringerem Aufwand durchzuführen.
- Verschiedene Formen der Interaktion – beispielsweise der Live-Chat beim Video-Streaming – ermöglichen auch sonst eher zurückhaltenden Personen eine gleichberechtigte Teilhabe.

Beispiele für digitale Formate

Streaming

Video- oder Audioinhalte wie Filme, Konzerte oder eSports werden live oder On-Demand online übertragen. Je nach Plattform können die Teilnehmenden per Chat mit den Veranstaltenden interagieren.

Wird von vielen bekannten sozialen Netzwerken als eigene Funktion unterstützt, kann aber natürlich auch ganz klassisch per Videokonferenz-Software realisiert werden.

Hackathon

Die Aufgabe: Innerhalb von 24h einen Vorschlag zur Lösung eines vorher definierten Problems erarbeiten.

Da dieses Format auf die gleichen Methoden der Zusammenarbeit angewiesen ist wie bei der alltäglichen Büro-Arbeit, können hier die gleichen Kollaborations-Tools, wie sichere Messenger-Dienste, Groupwares, Cloud-Software oder Videokonferenz-Dienste, genutzt werden.

Um die Zusammenarbeit aufzulockern, können zwi-schendurch zum Beispiel Inhalte wie eine Live-DJ-Session oder Talkrunden gestreamt werden.

Videokonferenzen auflockern

Anstelle der klassischen Videokonferenz nach dem Schema „Eine Person spricht und zeigt Folien auf einer Präsentation“ können Sie Ihren Gästen beispielsweise ein virtuelles Whiteboard oder Breakout-Rooms zur Verfügung stellen, um sich kreativ zu betätigen.

Virtuelle Welten statt Videokonferenz

Wenn Sie wollen, dass sich mehrere Personen gleichzeitig untereinander austauschen können, erschaffen Sie doch einmal eine virtuelle Welt für Ihre Veranstaltung!

Verschiedene Angebote, wie *gather.town*, *wonder.me* oder *TriCAT spaces*, bieten Ihnen ein Portal auf dem Sie unterschiedliche virtuelle Räume und Bereiche einrichten können, in denen sich die Teilnehmende mit ihrem virtuellen Avatar frei bewegen und miteinander kommunizieren können.

GUTES TUN UND DARÜBER SPRECHEN

KOMMUNIKATION + WERBUNG

Eine transparente Kommunikation von Nachhaltigkeitsmaßnahmen beinhaltet zum einen die Vermittlung positiver Effekte für umweltgerechtes Handeln, zum anderen aber auch Gäste zur aktiven Unterstützung zu motivieren. Dabei können verschiedene Grundsätze als Leitkriterien einer Veranstaltung hilfreich sein. Allgemein gilt, dass möglichst alle Beteiligten in die Veranstaltungsplanung mit einbezogen werden sollten (etwa durch Feedback und Evaluation). Auf diese Weise können Sie feststellen, was Sie verbessern können und was bereits gut war.

Doch wie genau kommunizieren Sie Nachhaltigkeit? Das Ziel sollte sein, so viele Menschen wie möglich mit der nachhaltigen Natur der Veranstaltung zu erreichen, aber auch zu vermitteln, wie jede:r den eigenen Alltag nachhaltiger gestalten kann. Die richtige Kommunikation ist der Schlüssel hierfür. Die verschiedenen Strategien zur Vermittlung nachhaltiger Ziele innerhalb Ihres Teams als auch nach außen zu weiteren Beteiligten und Gästen werden im Folgenden aufgezeigt.

Kommunikation

Wie ist die allgemeine Kommunikation zwischen Ihnen und Ihrem Team?

- Ist Ihre Arbeitsatmosphäre im Team partizipativ, sprich beteiligend?
- Durch gute Arbeitsbedingungen, unter anderem mithilfe von Teambuilding oder/und gerechtem

sowie angemessenem Lohn, schaffen Sie eine gute Arbeitsatmosphäre.

- Motivieren Sie Ihr Team, eigene Ideen (zur Prozess- und Ablaufverbesserung) in die Veranstaltungsplanung einzubringen.

Wie verläuft die Kommunikation zwischen Ihnen und Ihren Mitarbeitenden bezüglich nachhaltigen Zielen?

- Das übergeordnete Ziel: Ihren Angestellten sinnvoll vermitteln, warum Sie nachhaltig veranstalten möchten!
- Ziele, Maßnahmen und Standards der Veranstaltung durch sogenannte Briefings klar und verständlich machen. Geben Sie Ihrem Team weitere Informationen bezüglich Nachhaltigkeit an die Hand. Sie könnten zum Beispiel gemeinsam mit Ihren Mitarbeitenden das Catering testen und dazu die Besonderheiten erklären oder Sachverständige einladen.
- Schulen Sie Ihre Angestellten im Thema Kommunikation (zum Beispiel Aktives Zuhören oder das sogenannte *4-Ohren / Schnabel-Modell*).

Tipp: Laden Sie Sachverständige als Unterstützung zu dem Nachhaltigkeitsbereich ein, der Ihre Veranstaltung betrifft. Eine gute Anlaufstelle für verschiedene Schulungen und Workshops bietet das *German Convention Bureau*.

- Bestimmen Sie eine interne Ansprechperson für das Thema Nachhaltigkeit.

- Motivieren Sie sie dazu, das Thema Nachhaltigkeit nach außen zu tragen. Schulen Sie Ihre Mitarbeitenden, so dass diese oder Sachverständige bezüglich des Themas ‚nachhaltig veranstalten‘ den Gästen bei Fragen zur Verfügung stehen.

Werbung

Aufbauend auf Ihren Kommunikationsstrukturen können Sie Ihre Werbung gezielt gestalten, damit Ihre Veranstaltung den größtmöglichen Erfolg erzielt und Ihre nachhaltigen Ziele eindeutig vermittelt werden können.

Allgemeine Kommunikation nach außen

Mit wem arbeiten Sie zusammen?

- Machen Sie sich mit Leistungsangeboten der Region bekannt, die für Ihre Veranstaltung relevant sind / sein können.
- Eventpatenschaften können ebenfalls nützlich sein, um Ihre Ziele nach außen zu kommunizieren.
- Nutzen Sie vorgefertigte Checklisten passend zu Ihrer Veranstaltung.
- Arbeiten Sie mit lokalen Nachrichtenmedien zusammen, damit diese Ihre Ideen nach außen tragen können! Eine Übersicht über die Medien - und Presselandschaft in Trier finden Sie beispielsweise auf der Website der Stadt.
- Veröffentlichen Sie Ihre Veranstaltung im *Trierer Eventkalender*.

Kommunikation nach außen

Das übergeordnete Ziel: Den Gästen sinnvoll vermitteln, warum Sie nachhaltig veranstalten und warum Nachhaltigkeit im Allgemeinen und nicht nur als Eventthema von Relevanz ist!

- Werben Sie aktiv mit Ihren Nachhaltigkeitszielen. So können Sie mehr Aufmerksamkeit schaffen und neue Gäste generieren.
- Versuchen Sie Ihren Gästen Nachhaltigkeit als eventübergreifendes Konzept zu vermitteln.

- Mitarbeitende der Veranstaltung haben die Aufgabe Missverständnisse und Probleme zu vermeiden.
- Schaffen Sie Transparenz bezüglich Ihrer Produkte (neben fair, vegan, vegetarisch: Lieferketten, Herkunft, Produktion).
- Zeigen Sie den aktuellen Ressourcenverbrauch auf (zum Beispiel durch einen CO₂-Ticker, Plastikzähler).
- Schaffen Sie Transparenz bezüglich Ihrer Einnahmen.
- Klären Sie, wenn möglich, auch in Ihren Veranstaltungsunterlagen und digitalen Medien auf. Sie könnten zum Beispiel auf Ihrer Website bei dem Anmelde-/Reservierungsprozess kurz über Ihre Veranstaltung und Ziele informieren sowie über Social Media.

Tipp: Organisieren Sie Rabattangebote für engagierte Besuchende (Vermittlung von Akzeptanz durch Eigeninitiative).

Anlaufstellen

Sachverständige

- German Convention Bureau:
www.gcb.de/de/trends-inspiration/green-meetings.html

Werbungsmaßnahmen

- Trierer Eventkalender:
www.trier-info.de/eventkalender
- Auch die App Äppes bietet Möglichkeiten zur Bekanntmachung und Kommunikation ihres Events:
www.aepes.de

Weitere Checklisten

- Nachhaltige Organisation von Veranstaltungen (Umweltbundesamt):
www.bmu.de (Suchbegriff *Checkliste Nachhaltiges Veranstalten*)
- Checkliste Faires Veranstalten der Fairen Metropole Ruhr:
www.faire-metropole-ruhr.de/materialien/ratgeber-fair-veranstalten/checkliste.html

CHECKLISTE

AN ALLES GEDACHT?

Die folgende Checkliste dient als Übersicht für die verschiedenen Maßnahmen hin zu einer nachhaltigen Veranstaltung, unterteilt in die vorherigen Kapitel des Leitfadens.

Sie können sich direkt markieren, was Sie bereits umsetzen, was Sie noch nicht umsetzen, und was auf Ihre Veranstaltung vielleicht nicht zutrifft. Für eine nachhaltige Veranstaltung muss natürlich nicht unmittelbar jeder Punkt erfüllt werden. Ein erstes Ziel könnte es sein, in jeder Kategorie mindestens eine Maßnahme abzuhaken! Auch so wird eine nachhaltigere Veranstaltung umgesetzt.



CATERING | STANDARDS

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Lebensmittel und Getränke werden möglichst regional und saisonal oder alternativ aus fairem Handel bezogen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Produkte aus dem globalen Süden werden ausschließlich aus fairem Handel bezogen. Eine transparente und möglichst direkte Lieferkette wird eingehalten. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Gleichwertige vegetarische und/oder vegane Optionen werden im Catering bereitgestellt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Produkte aus biologischem Anbau werden genutzt, wobei regionale und saisonale Produkte präferiert werden. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Regionale Öle werden verwendet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Religiöse Essgewohnheiten werden beachtet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Optionen bei Lebensmittelallergien werden im Catering bereitgestellt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Das Catering wird so kalkuliert, dass keine Reste übrig bleiben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



CATERING | TIERISCHE PRODUKTE

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Tierische Produkte werden von regionalen Bezugsstellen eingekauft. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Tierische Produkte aus Massentierhaltung werden nicht gekauft. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Wildfleisch wird angeboten. Weißes Fleisch wird gegenüber rotem präferiert. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Fleisch stammt aus regionaler Weidentierhaltung ohne Versorgung mit zusätzlichen Futtermitteln. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Fisch wird von regionalen Angeboten bezogen. Falls dies nicht möglich ist, wird Fisch aus zertifizierten Aquakulturen erworben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Fleisch und Fisch haben lediglich einen geringen Anteil am gesamten Angebot des Caterings. Vegetarische und/oder vegane Optionen überwiegen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



CATERING | GETRÄNKE

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Kostenloses Trinkwasser ist frei zugänglich. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Kaffee, Kakao und Tee werden ausschließlich aus fairem Handel bezogen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Wein stammt aus regionaler Erzeugung. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Saft wird regional bezogen oder alternativ aus fairem Handel. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

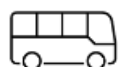
CHECKLISTE



WASTE MANAGEMENT

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Ein System zur Mülltrennung wird auf dem gesamten Veranstaltungsort genutzt und flächendeckend bereit gestellt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Potentielle Ausstellende oder Mitveranstaltende werden auf das System zur Mülltrennung hingewiesen und angehalten, sich daran zu halten. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Problemabfälle werden getrennt entsorgt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Einwegartikel und -verpackungen werden vermieden. Mehrwegartikel werden bevorzugt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Einwegservietten und -handtücher werden vermieden oder bestehen aus recycelten Materialien. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Es wird möglichst unverpackt oder alternativ in Großgebinden verpackt eingekauft. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Lebensmittel in Kleinstverpackungen werden vermieden. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Ein Mehrwegsystem für Lebensmittel und Getränke wird genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Übrig gebliebenes vom Catering wird an Gäste oder Mitarbeitende am Ende der Veranstaltung verteilt. Lebensmittelreste werden vermieden. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Das Müllkonzept wird den Besuchenden einfach kommuniziert. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



MOBILITÄT | ANREISE

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Umweltfreundliche Wegbeschreibungen per Rad, öffentlichen Verkehrsmitteln und zu Fuß werden veröffentlicht und möglichst zentral für die Besuchenden platziert. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Parkplätze werden für Räder reserviert. Auf weitere Abstellmöglichkeiten in der Nähe wird hingewiesen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Fahrradparkplätze sind sicher gestaltet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Es wird auf Park&Ride-Angebote hingewiesen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Möglichkeiten um Fahrgemeinschaften zu bilden für Gäste, aber auch Acts und Ausstellende, werden geschaffen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Für Veranstaltungen wird ein Kombi-Ticket angeboten. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Shuttle-Busse werden bei größeren Veranstaltungen genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Eine barrierefreie und inklusive Wegbeschreibung wird bereit gestellt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



INKLUSION | PARTIZIPATION | DIVERSITY

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Die Veranstaltung ist barrierefrei. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Eine inklusive und diskriminierungsfreie Sprache wird genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Die Anzahl der männlichen und weiblichen Speaker oder (Bühnen-) Acts ist ausgeglichen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Stereotypische Darstellungen werden nicht genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Gäste können aktiv einen Beitrag zu der Veranstaltung leisten und werden mit involviert. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

CHECKLISTE



DRUCKSACHEN | BESCHAFFUNG

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Drucksachen bestehen aus recyceltem Papier. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Es wird doppelseitig gedruckt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Interne Prozesse werden digitalisiert/sind komplett digitalisiert. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Infomaterialien werden digital zur Verfügung gestellt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Drucksachen werden reduziert und es werden digitale Alternativen genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Der Bedarf an Werbematerialien wird in Absprache mit potentiellen Mitveranstaltenden oder Ausstellerfirmen kalkuliert, sodass Verschwendung vermieden wird. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Gedrucktes Werbe- und Infomaterial wird wiederverwendet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Es wird mit regionalen Druckereien kooperiert. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Ein umweltfreundlicher Druck wird genutzt, indem auf ökologisch unbedenkliche Farben geachtet wird und mit Ökostrom auf recyceltem Papier gedruckt wird. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



KOMMUNIKATION | WERBUNG

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Mitarbeitenden werden die nachhaltige Ziele und Kriterien vermittelt und in diesen geschult. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Die Mitarbeitenden vermitteln auf der Veranstaltung nachhaltige Aspekte an Gäste. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Es wird mit Sachverständigen für die verschiedenen Aspekte einer nachhaltigen Veranstaltung zusammengearbeitet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Eine partizipative Arbeitsatmosphäre unter guten Arbeitsbedingungen wird geschaffen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Die Werbung kommuniziert die nachhaltigen Ziele und Kriterien der Veranstaltungen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Gäste werden zur Partizipation an den nachhaltigen Ziele gebracht, z.B. durch Rabatt-Aktionen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



DEKORATION | GASTGESCHENKE

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Blumen werden aus regionalem Anbau oder aus fairem Handel bezogen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Gastgeschenke haben einen möglichst hohen nachhaltigen Charakter, sodass sie ansprechend für die Besuchenden sind. Sie werden bevorzugt regional bezogen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Als Merchandise werden keine Einwegartikel genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Dekoration wird von regionalen Bezugsstellen erworben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Bühnenbilder werden von regionalen Bezugsstellen bezogen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Bereits vorhandene Rohstoffe und Produkte werden für die Dekoration oder Gestaltung des Bühnenbildes genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Dekoration und/oder Bühnenbilder werden wiederverwendet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

CHECKLISTE



ENERGIE | WASSER

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Geräte werden möglichst lange genutzt und im Anschluss möglichst weitergegeben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Bei Neuanschaffungen wird auf niedrigen Ressourcenverbrauch geachtet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Geräte werden ausgeliehen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Der CO ₂ -Abdruck der Veranstaltung wird berechnet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • LED-Technik wird genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Anstelle von Batterien werden wiederaufladbare Akkus genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Bei Indoor-Veranstaltungen wird die Raumtemperatur nicht über 20°C geheizt oder 6°C unter die Außentemperatur gekühlt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Im Back-Office wird echter Ökostrom genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Ökostrom wird am Veranstaltungsort genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Besuchende werden auf einen sparsamen Wasserverbrauch in Sanitäranlagen hingewiesen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Kompost-Toiletten werden aufgestellt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Umweltschonende und biologisch abbaubare Reinigungsmittel werden genutzt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



ALLGEMEINES

ERFÜLLT | NICHT ERFÜLLT | NICHT RELEVANT

- | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| • Ausgleichszahlungen für entstehende Emissionen werden getätigt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| • Auf Siegel wird geachtet. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN



NACHHALTIGES UND FAIRES ERKENNEN

LABELS + GÜTESIEGEL

Gütesiegel können ein hilfreiches Instrument zur nachhaltigeren Veranstaltung sein, um einen Überblick über die ökologische und soziale Verträglichkeit der verwendeten Rohstoffe (oder zumindest Teile davon) zu gewinnen.

In diesem Kapitel wollen wir Ihnen einen Überblick über die wichtigsten und bekanntesten Siegel und Label geben, um das nachhaltige Veranstalten zu vereinfachen. Ein kompakter Überblick über die einzelnen Kriterien wird für die verschiedenen Bereiche des Veranstaltungsmanagements aufgezeigt, welche auch bereits in den Leitfadenskapiteln behandelt wurden. Zum Beispiel für die Kategorien Lebensmittel, aber auch weiteren Ressourcen wie Holz oder Energie.

Spezifischere Informationen können im Wegweiser durch das *Label-Labyrinth* der **Christlichen Initiative Romero** (CIR) gefunden werden (www.ci-romero.de/produkt/wegweiser-durch-das-label-labyrinth).

Lebensmittel

Fairer Handel

Fairtrade-Siegel geben Auskunft über fairen Handel. Bedeutend sind sie vor allem für alle Produkte, die nicht regional, sondern aus Ländern des Globalen Südens bezogen werden. Beim fairen Handel kann auf die soziale, ökologische und ökonomische Verträglichkeit in der gesamten Lieferkette geachtet werden.

Die bekanntesten Siegel sind:

- Fairtrade:** Der Verein *TransFair* vergibt das Siegel nach Prüfung an konventionelle Angebote. Dabei wird eine Mindestpreiszahlung garantiert, ein Mengenausgleich möglich. Es werden soziale, ökonomische und ökologische Standards eingehalten. Ein biologischer Anbau ist jedoch nicht garantiert.


- GEPA:** Ein Mindestpreis wird garantiert, ein Mengenausgleich ist nicht möglich. Produkte werden aus einer möglichst direkten Handelsbeziehung vertrieben.



Tipp: Weitere Informationen zum fairen Handel finden Sie auch auf FairWeg!

Hintergrund: Mengenausgleiche

Mengenausgleiche werden bei Produkten genutzt, die mit fairen Siegeln zertifiziert werden. Unter einem Mengenausgleich wird die Kombination von fair produzierten und gehandelten Rohstoffen mit konventionellen Rohstoffen verstanden. Dies wird insbesondere bei Produkten genutzt, bei denen mengenmäßig, technisch oder logistisch eine Verarbeitung der rein fair gehandelten Rohstoffe nicht möglich wäre, zum Beispiel bei der Safftherstellung.

Eine Kombination mit konventionellen Rohstoffen wird bei einigen Siegeln ermöglicht, um so die Produktion und den Verkauf von fairen Produkten weiter zu ermöglichen. Als fair wird lediglich die Menge zertifiziert, die der gelieferten Menge an fairen Rohstoffen entspricht.

Regional

Das Portal Regionalmarkt des Landes RLP bietet eine Übersicht über regionale Angebote in den Bereichen Lebensmittelproduktion und Wein, aber auch kulturelle Aktivitäten in der Region werden aufgezeigt.

- **Regionalmarke EIFEL:** Zertifizierungen werden an Arbeitgebende, Energie, Gastgebende und weiteren Produzierende, die in der Region Eifel tätig sind, vergeben.



- **Ebbes von Hei** ist eine Regionalinitiative, die Produkte aus der Region Saar-Hunsrück in den Bereichen Gastronomie, Handel, Handwerk, Kultur & Design sowie Produzierende zertifiziert.



Ökologisch & Biologisch

Ökologische und biologische Siegel geben Auskunft über die Art und Weise der Produktion. Es wird auf einen umweltschonenden Anbau geachtet, wie unter anderem das Verbot von umweltschädlichen Pestiziden.

- **Demeter** zertifiziert biologisch-dynamischen Anbau, wobei das Ziel stets ein möglichst nachhaltiger und wirtschaftlicher Kreislauf ist.



- **Naturland:** Zertifizierte Betriebe verfolgen den Ansatz des ganzheitlichen nachhaltigen Wirtschaftens. Beim Anbau werden biologische Standards, wie das Verbot von umweltschädlichen Pestiziden, eingehalten.



- **Bioland:** Ökologische Standards, wie das Verbot von chemisch-synthetischen Düngern oder der Massentierhaltung, gelten auf der gesamten Produktions- und Lieferkette. Fokus liegt auf der Tierhaltung und Artenvielfalt sowie dem biologischem Landanbau.



Fisch

- **MSC:** Das Ziel ist eine nachhaltige Fischerei zu zertifizieren, wobei eine Überfischung vermieden und das Öko-System erhalten werden soll. Die Zertifizierung selbst wird durch weitere unabhängige Gutachten vorgenommen.



Der Wegweiser durch das Label-Labyrinth von CI Romero kann ein hilfreicher Begleiter beim kritischen Auseinandersetzen mit Siegeln und Labels aller Art sein.

(www.ci-romero.de/kritischer-konsum/siegel-von-a-z/)



Weitere Ressourcen

Nicht nur Lebensmittel können zertifiziert werden, sondern auch die verschiedensten weiteren Ressourcen für nachhaltiges Verarbeiten.

- **Blauer Engel:** Zertifiziert werden umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen nach Umwelt-, Gebrauchs- und Gesundheitsstandards der Bundesregierung. Besonders hilfreich für nachhaltige Veranstaltungen kann die Zertifizierung von recyceltem Papier sein.



Holz / Papier

- **FSC:** Die gesamte Verarbeitung und Holzverarbeitungskette wird zertifiziert, wobei auf eine nachhaltige Forstwirtschaft geachtet wird. Auf die soziale und ökologische Verträglichkeit wird ebenfalls geachtet.



Textilien

Eine ökologische und vor allem faire Herstellung ist bei Textilien, wie Stoffservietten und Tischdecken, aber auch Arbeitskleidung zu beachten.

- **Grüner Knopf:** Staatliches Siegel, mit dem Unternehmen und Produkte auf Grundlage sozialer und ökologischer Kriterien geprüft und zertifiziert werden.



- **Fair Wear Foundation:** Es wird die soziale Herstellung von Textilien zertifiziert. Die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie soll verbessert werden, indem existenzsichernde Löhne oder auch das Recht auf Vereinigungsfreiheit gewährleistet wird. Ökologische Standards werden nicht beachtet.



- **GOTS (Globale Organic Textile Standard):** Zertifiziert wird vor allem die ökologische Herstellung von Textilien. In der Produktion dürfen keine gefährlichen Chemikalien verwendet werden und es gilt ein Verbot für die Nutzung von gentechnisch veränderten Organismen.



- **IVN (Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft):** Eine soziale und ökologisch verträgliche Herstellung und Produktion von Textilien und Leder wird ausgezeichnet.



- **Fairtrade:** Das Siegel zertifiziert nicht nur Lebensmittel, sondern auch Baumwolle und Textilien.



Energie

- **EMAS:** Umweltmanagement-Gütesiegel der Europäischen Union. Das Ziel ist die Verbesserung von Energie-Effizienz und Einsparung von Emissionen. EMAS basiert auf der internationalen Umweltmanagementnorm EN ISO 14001.



- **ISO 50001:** Internationale Norm, mit Hilfe derer Unternehmen ein systematisches Energiemanagement einführen und ihre Energieeffizienz steigern können.



Zertifizierung für Veranstaltungen

- **ISO 20121:** Auch für nachhaltiges Veranstalten gibt es eine internationale Norm. Ein Nachhaltigkeitsmanagement nach ISO 20121 versucht, alle Aspekte des nachhaltigen Veranstaltens in den Fokus zu nehmen und eine Gesamtstrategie für das Unternehmen zu entwickeln.



ISO: 20121
Sustainable Event
Management Systems

Hintergrund: Zertifizierung — Ja oder Nein?

Ob Sie sich entscheiden, Ihr Unternehmen zertifizieren zu lassen, oder in Ihrer Lieferkette auf zertifizierte Unternehmen oder Produkte zu setzen: Siegel können eine Hilfe sein, ökologische und soziale Auswirkungen Ihres Handelns besser einzuschätzen.

Andererseits können auch nicht zertifizierte Unternehmen nachhaltig handeln. Um also einen zweifelsfreien Nachweis öko-sozialen Wirtschaftens zu erhalten, bedarf es letztlich Transparenz und Vertrauen zwischen den Beteiligten, die am ehesten in direkten, partnerschaftlichen Handelsbeziehungen entstehen.

Anlaufstellen und Links

Allgemeines

- Blauer Engel Kriterien:
www.blauer-engel.de/de/blauer-engel/was-steckt-dahinter/das-verlaessliche-zeichen

Fairer Handel

- Fairtrade-Standard:
www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards
- GEPA-Fairhandels-Standard:
www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/GEPA/GEPA_Handelskriterien.pdf

Regionalität

- Regionalmarkt des Landes RLP:
www.regionalmarkt.rlp.de/de/startseite/
- Regionalmarke Eifel Standards:
www.regionalmarke-eifel.de/regionalmarke/
- *Ebbes von Hei*-Mitgliedsbetriebe:
www.ebbes-von-hei.de/mitgliedsbetriebe/

Ökologisch / Biologisch

- Demeter Richtlinien:
www.demeter.de/leistungen/zertifizierung/richtlinien
- Naturland Richtlinien:
www.naturland.de/de/naturland/richtlinien.html
- Bioland Richtlinien:
www.bioland.de/richtlinien

Fisch

- MSC Standards:
www.msc.org/de/ueber-uns/

Textilien

- Fair Wear Foundation Standards:
www.fairwear.org/about-us/labour-standards
- GOTS Standards:
www.global-standard.org/the-standard
- IVN Standards:
www.naturtextil.de/qualitaetszeichen/

Energie

- EMAS: www.emas.de
- ISO 50001 :
www.umweltbundesamt.de (Suchbegriff *Energiemanagement*)

VERMEIDEN, REDUZIEREN, KOMPENSIEREN



Durch nachhaltiges Handeln und Veranstalten lassen sich Emissionen verringern oder reduzieren. Meist ist es jedoch nicht vermeidbar, dass weiterhin Emissionen entstehen. Ausgleichszahlungen können genutzt werden, um entstehende, nicht vermeidbare Emissionen während Ihrer Veranstaltungen auszugleichen. Dabei werden Ihre entstandenen Emissionen berechnet und eine entsprechende Summe an Klimaschutzprojekte zur Kompensation gezahlt.

Erst vermeiden, dann reduzieren und zum Schluss kompensieren.

Natürlich gilt weiterhin: Alles, was an Emissionen nicht produziert wird, muss auch nicht ausgeglichen werden. Um die Umwelt direkt zu schonen, sollte das Ziel sein, Emissionen direkt einzusparen, damit erst gar nicht ausgeglichen werden muss.

Nach welchen Standards werden Kompensationsprojekte zertifiziert?

Kompensationsprojekte können zertifiziert werden, um ihre tatsächlichen CO₂-Einsparungen zu bestimmen und ihre Wirksamkeit zu bestätigen.

Internationale Standards, die die Wirksamkeit solcher Projekte bescheinigen, sind u.a.:

- *Clean Development Mechanism (CDM)*
- *Gold Standard CER / VER*
- *Verified Carbon Standard (VCS)*

Wie berechne ich meinen Emissionsverbrauch?

Eine erste Einschätzung Ihres Emissionsverbrauchs können Sie durch CO₂-Rechner einholen. Das Umweltbundesamt und der Kompensationsanbieter KlimAktiv zum Beispiel bieten solche Tools an.

Eine genauere Berechnung ist Bestandteil der Kompensationsdienstleistung der entsprechenden Organisationen und sollte möglichst transparent dargestellt sein, damit Sie die Höhe der vorgeschlagenen Kompensationszahlung nachvollziehen und prüfen können.

Wie finde ich seriöse Angebote?

Der Markt für Kompensationsdienstleistungen ist – wie bei allen Zertifizierungsstellen – groß und unübersichtlich.

Das Umweltbundesamt hat einen eigenen Leitfaden zur Freiwilligen CO₂-Kompensation durch Klimaschutzprojekte veröffentlicht, der Ihnen hilft, geeignete Angebote zu finden. Bei der Deutschen Emissionshandelsstelle im UBA finden Sie eine Liste von Angeboten für Kompensationsdienstleistungen.

Habe ich Alternativen?

Kompensationsdienstleistungen sind vor allem darauf ausgelegt, in den Ländern mit dem niedrigsten UN Human Development Index Klimaschutz-Projekte durchzuführen, die ohne die Kompensationsleistungen nicht durchgeführt würden.

Im Sinne der 17 Ziele für eine Nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen ist es sinnvoll, nach dem Verbrauchs-Prinzip zu handeln und für den eigenen CO₂-Ausstoß zu zahlen. Wichtig dabei ist jedoch, dass das Ziel sein muss, internationale Partnerschaften aufzubauen, die vor allem die Länder des Globalen Südens als gleichwertige Gegenüber in puncto Handel betrachten.

Zeitgleich darf Emissions-Handel kein Freibrief für umweltschädigendes Verhalten sein, da insbesondere die Menschen im Globalen Süden am stärksten unter den Folgen zu leiden haben.

Wenn Sie sich unsicher sind, ob Ihre Kompensationszahlung zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt, können Sie auch eine niedrigschwellige Vereinbarung mit einem Partnerschaftsverein in Trier treffen. Die Mitglieder der AG International arbeiten mit internationalen Partnerbetrieben zusammen und bemühen sich um eine Partnerschaft auf Augenhöhe.

Anlaufstellen und Links

- Umweltbundesamt: Leitfaden zur freiwilligen CO₂-Kompensation:
www.umweltbundesamt.de/themen/freiwillige-co2-kompensation
- Übersicht über Kompensationsangebote der Deutschen Emissionshandelsstelle:
www.dehst.de/SharedDocs/downloads/DE/projektmechanismen/Anbieter.html
- UBA-CO₂-Rechner:
www.uba.co2-rechner.de/de_DE/
- KlimAktiv-CO₂-Rechner für Veranstaltungen:
https://event.co2ckpit.de/de_DE/
- Certified Emission Reduction:
www.unfccc.int/process-and-meetings/the-kyoto-protocol/mechanisms-under-the-kyoto-protocol/the-clean-development-mechanism
- Partnerschaften und Kooperation im Globalen Süden in Trier:
www.trier.de/entwicklungspolitik

ANSPRECHPERSONEN

Elvira Classen

Stadtverwaltung Trier
Dezernat III
Am Augustinerhof
54290 Trier

Telefon 0651 718-2025

elvira.classen@trier.de

www.trier.de

Jan Hoffmann

Trier Tourismus und Marketing GmbH
Simeonstrabe 55

54290 Trier

Telefon 0651 97808-30

jan.hoffmann@trier-info.de

www.trier-info.de

Michael Jakobs

Lokale Agenda 21 Trier
Palaststraße 13

54290 Trier

Telefon 0651 991 89 225

jakobs@la21-trier.de

www.la21-trier.de

Sophie Lungershausen

Lokale Agenda 21 Trier
Palaststraße 13

54290 Trier

Telefon 0651 991 77 52

lungershausen@la21-trier.de

www.la21-trier.de



BILDNACHWEIS

Titelblatt, Einband, S. 3, 5, 6, 7, 14, 15, 20, 29: Victor Beusch (www.individuellefotografie.de)
S. 4: Adi Goldstein (<https://unsplash.com/photos/7BpeiA0bhxs>)
S. 8: Glenn Carstens-Peters (<https://unsplash.com/photos/RLw-UC03Gwc>)
S. 9: Sebastian Rothe (@mmphoto - stock.adobe.com)
S. 11: Bernd Heinzelmann (@Bernd Heinzelmann - stock.adobe.com)
S. 13: Africa Studio (@Africa Studio - stock.adobe.com)
S. 17: Paweł Czerwiński (https://unsplash.com/photos/RklsyD_AVvc)
S. 19: Rosie Kerr (<https://unsplash.com/photos/Z0iBELYV8uk>)
S. 21: Bank Phrom (https://unsplash.com/photos/Tzm3Oyu_6sk)
S. 23: Alextype (@Alextype - stock.adobe.com)
S. 25: Sharon McCutcheon (<https://www.pexels.com/de-de/foto/mehrfarbiger-regenschirm-1146851/>)
S. 26: Chris Montgomery (<https://unsplash.com/photos/smgTvepind4>)
S. 27: freestocks (<https://unsplash.com/photos/mw6Onwg4frY>)
S. 31: Diego Catto (<https://unsplash.com/photos/9LqctKiRP5c>)
S. 35: Chris Liverani (https://unsplash.com/photos/dBI_My696Rk)

LIZENZEN

Für den Inhalt dieser Publikation sind allein die Stadtverwaltung Trier, die Trier Tourismus- und Marketing GmbH und die Lokale Agenda 21 Trier verantwortlich.

Lizenz-Hinweise

Die Texte dieses Werkes wurden, soweit nicht anders vermerkt, unter der CC0 1.0 Universell (Public Domain Dedication) veröffentlicht. Sie dürfen die Texte kopieren, verändern, verbreiten und aufführen, sogar zu kommerziellen Zwecken, ohne um weitere Erlaubnis bitten zu müssen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:



<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.de> (CC0, Juni 2021)

Die Texte "*Grußwort Elvira Garbes*", "*Grußwort Norbert Käthler*", sowie "*Nachhaltig Veranstalten. Klimafreundlich, fair und wirtschaftlich*" sind von dieser Lizenz ausgenommen. Alle Rechte vorbehalten, ©Juni 2021.

Das Design des vorliegenden Werks ist urheberrechtlich geschützt. © Stadt Trier, alle Rechte vorbehalten.

Die Bilder des vorliegenden Werks sind teilweise urheberrechtlich geschützt. Nähere Informationen zur jeweiligen Bildlizenz finden Sie im Bildnachweis.

Impressum

Redaktion: Angelika Gräf-Utecht, Svantje Hoefert, Michael Jakobs, Adrian Schneider (*Lokale Agenda 21*)

Autorenteam: Natalie Cramme-Hill, Angelika Gräf-Utecht, Svantje Hoefert, Michael Jakobs, Yvonne Lorenz, Adrian Schneider, Nadine Sondermann

Fördergeber

Gefördert durch



mit ihrer



mit Mitteln des



und gefördert durch



Die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt der Engagement Global gGmbH / Servicestelle Kommunen in der Einen Welt und des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Herausgegeben von

Stadtverwaltung Trier
Dezernat III
Am Augustinerhof
54290 Trier

www.trier.de

Trier Tourismus und Marketing GmbH
Simeonstraße 55
54290 Trier

www.trier-info.de

Lokale Agenda 21 Trier e.V.
Palaststraße 13
54290 Trier

www.la21-trier.de

