

Fachbereich Medien

Patricia Kellner

Grüne Events – Öko-Euphorie oder
erfolgsversprechendes Konzept

- Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida – University of Applied Sciences (FH)

Karlsdorf- 2009

Fachbereich Medien

Patricia Kellner

Grüne Events – Öko-Euphorie oder
erfolgsversprechendes Konzept

- eingereicht als Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida – University of Applied Sciences (FH)

Erstprüfer

Zweitprüfer

Prof. Dr. Otto Altendorfer Hans-Ludwig Nöllenburg

Karlsdorf – 2009

Inhaltsverzeichnis

Seite	
Abbildungsverzeichnis.....	IV
1 Einleitung.....	1
2 Umweltauswirkungen von Events.....	3
2.1 Problemstellung.....	3
2.2 Abfall.....	6
2.3 Energie und Klima.....	7
2.4 Mobilität.....	7
2.5 Umgang mit Wasser.....	8
2.6 Boden.....	9
2.7 Luft.....	10
2.8 Lärm.....	10
2.9 Catering.....	11
2.10 Gebäude und Anlagen.....	11
2.11 Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen.....	12
3 Die Love Parade in Berlin – ein Event mit negativen Auswirkungen auf die Umwelt.....	13
3.1 Geschichte der Love Parade.....	13
3.2 Umweltbelastungen durch die Love Parade.....	16
3.3 Fazit.....	21

4	Die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland – Umweltkonzept mit Erfolg.....	22
4.1	Green Goal.....	22
4.2	Umweltmanagement.....	24
4.3	Maßnahmen zum Umweltschutz.....	24
4.3.1	Ressource Wasser.....	24
4.3.2	Abfall.....	26
4.3.3	Energie.....	29
4.3.4	Mobilität.....	31
4.3.5	Klima.....	36
4.3.6	Kommunikation.....	37
4.4	Fazit.....	39
5	Leitfaden, für die Organisation eines umweltbewussten Events.....	40
5.1	Allgemeine Schritte zu einem umweltbewussten Event.....	40
5.2	Mobilität.....	45
5.3	Veranstaltungsort und Unterbringung der Teilnehmer.....	47
5.4	Energie und Klima.....	48
5.5	Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen.....	49
5.6	Catering.....	50
5.7	Abfall.....	53
5.8	Umgang mit Wasser.....	54
5.9	Natur und Landschaft.....	54
5.10	Kommunikation.....	55

6	Schluss.....	56
	Literaturverzeichnis.....	V
	1. Bücher.....	V
	2. Zeitschriften.....	VI
	3. Internetquellen.....	VI

Abbildungsverzeichnis

Abb.1: Veranstaltungselemente bei verschiedenen Veranstaltungstypen.....	5
Abb.2: Love Parade in Berlin an der Siegessäule, 1999.....	14
Abb.3: Love Parade Dortmund, 2008.....	15
Abb.4: Wägen auf der Love Parade.....	17
Abb.5: Abfälle nach der Love Parade.....	19
Abb.6: Umweltrelevante Bereiche der WM 2006.....	23
Abb.7: Prozentuale Trinkwassereinsparung in den WM Stadien nach den einzelnen Maßnahmen.....	26
Abb.8: Green Goal Piktogramme für die Fraktionen Glas, Papier, Recycling und Restmüll.....	28
Abb.9: Durchschnittlicher Anteil der getrennt gesammelten Abfallfraktion bei der WM.....	29
Abb.10: Proportionaler Strombedarf in ausgewählten WM-Stadien (Bundesligabetrieb).....	30
Abb.11: Anteile der verschiedenen Gruppen der Stadionbesucher an der Gesamtverkehrsleistung der WM.....	32
Abb.12: Anteil der Verkehrsmittel an der Gesamtverkehrsleistung der WM.....	35
Abb.13: Green Goal Logo.....	37
Abb. 14: Das internationale Fairtrade-Siegel.....	51

Literaturverzeichnis

1. Bücher

Beck, Michael (Hrsg.): Umweltrecht für Nichtjuristen. 2.Auflage, Würzburg 1996

Förstner, Ulrich: Umweltschutztechnik. 6.Auflage, Berlin Heidelberg 2004

Heinzel, Rheinhard/Zimmermann, Monika: Handbuch Umweltschonende Großveranstaltungen. Leitfaden für Planung und Durchführung unterschiedlicher Veranstaltungstypen. 2.Auflage, Berlin 1990

Herbst, Dieter: Public Relations. 2.Auflage, Berlin 2003

Holzbauer, Ulrich/Kolb, Maximilian/Roßwag, Helmut (Hrsg.): Umwelttechnik und Umweltmanagement. Ein Wegweiser für Studium und Praxis. Heidelberg Berlin Oxford 1996

Holzbauer, Ulrich/Jettinger, Edwin/Knauß, Bernhard et al.: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 3.Auflage, Berlin Heidelberg 2005

Latif, Mojib/Wiegand, Klaus (Hrsg.): Bringen wir das Klima aus dem Takt? Hintergründe und Prognosen. Frankfurt am Main 2007

Michaelis, Peter: Ökonomische Instrumente in der Umweltpolitik. Eine anwendungsorientierte Einführung. Heidelberg 1996

Miehling, Klaus: Gewaltmusik – Musikgewalt. Populäre Musik und die Folgen. Würzburg 2006

Schulze, Gerhard: Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur. 2. Auflage, Frankfurt am Main 1999

Stephan, Gunter/Ahlheim, Michael: Ökonomische Ökologie. Berlin Heidelberg 1996

Weimann, Joachim: Umweltökonomik. Eine theoretische Einführung. 3. Auflage, Berlin Heidelberg 1995

2. Zeitschriften

Braun, Boris: Wie grün sind Sydneys Grüne Spiele? Umweltaspekt der 27. Olympischen Sommerspiele. In: Zeitschrift für angewandte Umweltforschung, Heft Nr. 1/2, Band 13 Berlin 2000, 196-209

3. Internetquellen

Amacher, Beni/Landolt, Kari/Egg, Rolf: Nature Events Switzerland. Ecofriendly? Homepage der Nature-Events-Switzerland, http://www.nature-events-switzerland.com/index.php?%3A%3A_ECOFRIENDLY%3F%3E, 13.08.2009

Assenmacher, Harry: Das CO₂OL Prinzip: Aufforstung für aktiven Klimaschutz. 2007, <http://www.co2ol.de/>, 06.08.2009

Baller, Mathias/ Blickwedel, Peter/ Dubrikow, Klaus-Michael et al.: Leitfaden für die umweltgerechte Organisation von Veranstaltungen. April 2008, http://www.bmu.de/files/europa_und_umwelt/downloads/application/pdf/broschuere_leitfaden_umweltgerecht.pdf, 06.08.2009

Behrendt, Eva/ Füller, Christian: Make love, don't shit! Artikel vom 11.07.1996, <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=1996/07/11/a0199>, 06.08.2009

Bettermann, Stella/ Horstkötter, Dirk/ Wimmer, Martina: Love Parade. Sonne im Herze. Trotz Problemen und Chaos-Prognosen – die Organisatoren setzen auf die Macht der Liebe. Artikel vom 07.07. 1997, http://www.focus.de/kultur/leben/love-parade-sonne-im-herzen_aid_166398.html, 06.08.2009

Blauer Engel: Der Blaue Engel Aktiv im Klimaschutz. Homepage des Blauen Engels, <http://www.blauer-engel.de/>, 12.08.2009

Bleher, Daniel: Das Umweltprogramm der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Vortrag von 2008. <http://www.oeko.de/oekodoc/850/2008-289-de.pdf>, 06.08.2009

Bullerdieck, Udo: Begehrtes WM-Souvenir: Grüne Taschen aus Fußwegebannern sind vergriffen. Pressemeldung vom 12.07.2006, <http://presse.dortmund.de/presse/project/assets/template3.jsp?iid=presse&smi=6.0&detail=on&path=4649317d79dde283c125725900512e87/e7e62e3a97976e35c12571a900>

[466541&OpenDocument=&Highlight=0,umweltamt%20&template=pressesuchedetail](#),
24.08.2009

Call a bike: Call a bike – ohne Stress und ohne Stau. Einfach schlau! Homepage der Aktion Call a bike, eine Seite der Deutschen Bahn, <http://www.callabike-interaktiv.de/kundenbuchung/>, 12.08.2009

Convention Industry Council (Hrsg.)/Übersetzt von Wunsch, Ulrich: Green Meetings Report. Report übersetzt im Mai 2005,
http://www.conventionindustry.org/projects/Green_Meetings_%20Report_German_Translation.pdf, 06.08.2009

EMAS: Was ist EMAS? Homepage der EMAS, <http://www.emas.de/ueber-emas/was-ist-emas/>, 10.08.2009

Fitschen, Uwe: Umweltmanagement ausgewählter Großveranstaltungen – Effektiver Umweltschutz oder Greenwashing? Juni 2006,
http://www.leuphana.de/csm/content/nama/downloads/download_publicationen/55-9downloadversion.pdf, 06.08.2009

Forest Finance Service: Klimaneutrale Events - marbet organisiert klimaneutrale Veranstaltungen mit CO2OL. Artikel vom 10.04.2008,
http://www.umweltjournal.de/fp/archiv/AFA_umweltnatur/13988.php, 06.08.2009

Forkel-Schubert, Jürgen (Hrsg.): Nachhaltige Events. ökopädNEWS von Juni 2006,
http://umweltbildungsportal.org/umweltbildung/oekopaednews_/filesindatabase.php?dbtable=issue_pdf_file&pid=185&article=&location=, 06.08.2009

Gaidell, Nathalie/Borkowsky, Mark: Green Events. Ein Beitrag zur Umweltfreundlichkeit oder nur ein Tropfen auf den heißen Stein!? Aufsatz von 2009,
<http://www.myamity.net/scripts/Green%20Events.pdf>, 06.08.2009

Gramling, Roland: Der Panda tanzt. „Music meets Nature“ – WWF bei der Loveparade in Dortmund. Artikel vom 17.07.2008,
http://www.wwf.de/presse/details/news/der_panda_tanzt/, 06.08.2009

Green Goal Präsentation: Das Umweltprogramm für die FIFA Fußball –Weltmeisterschaft 2006. Präsentation vom 11.04.2005,
http://oeko.de/files/download/application/pdf/praes_gg_05.pdf, 06.08.2009

Gupfinger, Henriette/ Ebner, Andrea: Factsheet zur Ökologisierung von Veranstaltungen. April 2007,

http://www.natuerlichwien.at/files/content_mistnewsdl_1/FACTSHEET_GGU.pdf?PHPSESSID=c099a0676674e20fe4afd994633a8786, 06.08.2009

Handelsblatt.com: Nach zweijähriger Pause. Love Parade zieht wieder durch die Hauptstadt. Artikel vom 15.07.2006, <http://www.handelsblatt.com/journal/nachrichten/love-parade-zieht-wieder-durch-die-hauptstadt;1108391;0>, 06.08.2009

Hartmann, David/ Umweltbundesamt (Hrsg.): Umweltfreundliche, öffentliche Beschaffung. Publikation vom Juli 2009, <http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/3821.pdf>, 24.08.2009

Hesse, Nina: Aber bitte nachhaltig. Das Event der Zukunft überzeugt durch seinen sparsamen Umgang mit Ressourcen. Artikel im Online Magazin changeX vom 08.12.2005, http://www.changex.de/d_a02152.html, 13.08.2009

Hochfeld, Christian/ Stahl, Hartmut: Green Goal – Umweltziele für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Hintergrundpapier zur Konzeptphase vom 31.03. 2003, http://www.oeko.de/dokumente/praes_gg.pdf, 06.08.2009

Hollersen, Wiebke: Immer wieder neuer Liguster. Artikel vom 18.07.2006, <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2006/0718/berlin/0017/index.html>, 08.08.2009

Horn, Thomas: Die Love Parade. <http://www.berlin.citysam.de/berlin-events.htm>, 06.08.2009

Hospitality Pogramm: Das Hospitality Programm für die FIFA Weltmeisterschaft Deutschland. Broschüre von 2006, http://209.85.135.132/search?q=cache:LYnbu8CDd0QJ:us.i1.yimg.com/us.yimg.com/i/fifa/06/pdf/broschure_deutsch_countdown.pdf+was+ist+der+hospitality+bereich&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=de, 11.08.2009

IMEX Pressemeldung: IMEX-Umfrage: Ökologischere Events gefragter denn je. Pressemeldung vom 02.11.2008, <http://www.imex-frankfurt.de/2008-02-11.html>, 06.08.2009

Kumm, Wolfgang: Die Love Parade in Berlin (10. Juli 1999). Foto von 1999, http://germanhistorydocs.ghi-dc.org/sub_image.cfm?image_id=3206, 08.08.2009

Lenz, Eva: Klimaschutz als eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. 2009, <http://www.greenmeetingsgermany.de/index.php?id=23>, 06.08.

Loveparade.de: Loveparade 2008, Dortmund – Westfalenhallen. Foto von 2008, <http://www.loveparade.de/> -> Bildergalerie -> Übersicht -> Luftbilder ->002.jpg, 08.08.2009, da sich die URL leider nicht ändert, wenn man dem Link Bildergalerie, Übersicht, Luftbilder, 002.jpg folgt und man bei Angabe von <http://www.loveparade.de> alleine eben nicht zu dem Bild gelangt

Lucas, Rainer: Handbuch Eventkultur.lab. Juli 2005, http://www.eventkultur-lab.de/doc/index_inet.php, 06.08.2009

Lucas, Rainer: Nachhaltige Eventkultur: weniger Ressourcen Einsatz, mehr Wirkung! Artikel vom 04.11.2005, http://www.innovations-report.de/html/berichte/kommunikation_medien/bericht-51200.html, 06.08.2009

Lutz, Helmut: Newsletter Kopfbahnhof. Newsletter von März 2006, <http://www.kopfbahnhof.info/download/newsletter/Newsletter-03-06.pdf>, 06.08.2009

Moog, Insa: Die Love(parade)-Story. Artikel vom 23.04.2007, <http://www.einslive.de/musik/extras/2007/loveparade/loveparade.jsp>, 06.08.2009

Morgenpost.de: Der Morgen danach. Foto im Artikel vom 15.07.2002, http://www.morgenpost.de/printarchiv/titelseite/article503331/Der_Morgen_danach.html, 08.08.2009

Österreichisches Ökologie Institut: Linz 2009 Kulturhauptstadt Europas ein Green Event. Präsentation vom 03.01.2007, <http://www.linz09.at/de/detailseite/news/archiv/artikel/881495.html> -> Download Präsentation Green Event Linz, 06.08.2009

Prima Vista: Grüne Events: 5 gute Gründe für Nachhaltigkeit. Sie optimieren Ihr Image und sparen Ressourcen. <http://www.prima-vista.cc/de/default.asp> ->Grüne Events, 06.08.2009, da sich die URL leider nicht ändert, wenn man dem Link Grüne Events folgt und man bei Angabe von <http://www.prima-vista.cc/de/default.asp> alleine eben nicht zu Grüne Events gelangt.

ReComPR GmbH: „Grüne Events in der Wirtschaftskrise. Pressemitteilung vom 03.06.2009, <http://www.presseanzeiger.de/meldungen/finanzen-versicherungen/284665.php>, 06.08.2009

Regenwasser-Portal: Regenwasser statt Trinkwasser, wofür denn? Homepage rund um das Thema Regenwasser, <http://www.regenwasser-portal.de/nutzung/vorteile.htm>, 24.08.2009

Sahler, Gertrud: Green Champions für Sport und Umwelt. Leitfaden für umweltfreundliche Sportgroßveranstaltungen. September 2007, http://www.dosb.de/fileadmin/fm-dosb/arbeitsfelder/umwelt-sportstaetten/Veranstaltungen/GreenChampions_Leitfaden_070928.pdf, 06.08.2009

Schmidt, Horst R.: Green Goal Legacy Report. Das Umweltkonzept zur FIFA WM 2006. Konzept von 2006, http://www.bmu.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/greengoal_legacy_report.pdf, 06.08.2009

Stern.de: Love Parade 1999. Foto von 1999 <http://www.stern.de/politik/historie/vor20jahren/sternstunden/:Love-Parade-1999-Love-Parade-1999/703133.html>, 06.08.2009

Tackmann, Boris: Die Geschichte der Love Parade – Von den Anfängen in Berlin bis ins Jahr 2007. <http://www.loveparadebilder.de/pages/geschichte>, 06.08.2009

Tagesschau.de: Loveparade in Dortmund. Raver-Rekord im Ruhrgebiet. 19.07.2008, <http://www.tagesschau.de/kultur/loveparade104.html>, 06.08.2009

Transfair.org: Über TransFair. Wer sind wir? Homepage von Transfair, <http://www.transfair.org/ueber-transfair/ueber-uns.html>, 12.08.2009

Umweltskandal.com: Love Parade - Müllberge in Berlin. Artikel vom 14.07.2002, http://umweltskandal.com/aktuelles/bericht_show.php?tbn=berichte&id=1, 06.08.2009

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr: VRR verstärkt das Angebot mit über 500 Sonderzügen. Pressemitteilung vom 30.05.2008, http://www.loveparade.dortmund.de/content/downloads/lopa2008_pm_verkehrskonzept_vrr.pdf, 24.08.2009

VDI Nachrichten: Love Parade – weniger Umweltschäden als vermutet. Artikel vom 18.05.2001, http://www.vdi-nachrichten.com/vdi-nachrichten/aktuelle_ausgabe/akt_ausg_detail.asp?cat=1&id=5125, 08.08.2009

Welt.de: Die Loveparade fällt dieses Jahr komplett aus. Artikel vom 15.01.2009, <http://www.welt.de/vermischtes/article3031458/Die-Loveparade-faellt-dieses-Jahr-komplett-aus.html>, 24.08.2009

Wild, Holger: Berlin streitet um Love Parade. Weltweite Werbung - oder unerträgliche Umweltbelastung? Artikel vom 15.07.1997, http://www.welt.de/print-welt/article639718/Berlin_streitet_um_Love_Parade.html, 06.08.2009

Wilts, Henning: Sportevents und Nachhaltigkeit. Auszug aus dem Handbuch Eventkultur.lab, Juli 2005, <http://www.eventkultur-lab.de/img/static/uUpload/sport-greengoaal.pdf>, 06.08.2009

1 Einleitung

In unserem Alltag begegnen wir vielen unterschiedlichen Events. Sei es bei der Arbeit, bei Tagungen, Seminaren, Konferenzen, Messen oder durch die alljährliche Weihnachtsfeier, aber auch in unserer Freizeit durch Konzerte, Festivals, Sportveranstaltungen, Feiern oder Stadtfeste. Hinter diesen Events steht immer eine umfangreiche Organisation und Planung. Events sollen nicht nur einfache Veranstaltungen sein, sondern dem Besucher ein einzigartiges Erlebnis bieten. „Events vermitteln die Botschaft durch direkt erlebbare emotionale und physische Reize. Durch diese emotionalen Erlebnisse kann sich das Unternehmen von anderen abheben.“¹

Dadurch, dass Events uns immer stärker umgeben, müssen die Veranstalter und diejenigen die diese nutzen, sich auch mit den Problematiken beschäftigen, die Events mit sich bringen. Dazu gehört die Belastung der Umwelt.

Eine im Dezember 2007 durchgeführte Umfrage unter über 100 deutschen Einkäufern aus den verschiedenen Branchen bei der Fachmesse IMEX (incorporating Meetings made in Germany – the Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings and events) ergab, dass Veranstaltungsplaner aus Deutschland Umweltthemen ernster nehmen als je zuvor.²

Umweltprobleme, globale Erwärmung und Klimawandel sind Phänomene die immer häufiger in den Medien behandelt werden. „Das Umweltproblem hat im öffentlichen Bewusstsein und auch im Bewusstsein der wissenschaftlichen Welt in den letzten Jahren einen Bedeutungswandel erfahren“³

Man wird immer öfter durch die Medien an die Umweltproblematik herangeführt und informiert. Durch die Medien wird verlangt, sich für den Umweltschutz einzusetzen. Unternehmen bemühen sich immer häufiger um ein gutes Umweltmanagement.

„Der Klimawandel ist Realität. Er bewegt die Menschen und beherrscht die weltweite Medienlandschaft. Sofortiges Handeln ist notwendig, von jedem Einzelnen, aber auch von ver-

¹ Herbst, 2003, 168

² Vgl. IMEX Pressemeldung, 2008, o.S.

³ Weimann, 1995, 3

antwortungsbewussten Unternehmen, um die dramatischen Folgen der Erderwärmung einzudämmen.“⁴

Event als Marketingmaßnahme wird immer häufiger zum Thema. Der Klimawandel ist eines der bestimmenden Themen der Gegenwart und Zukunft. Verbindet man beide Themen, will Events zukünftig stärker als Marketingmaßnahme nutzen und gleichzeitig aber auch im Sinne der Umwelt handeln, so ist eine umweltbewusste Eventplanung erforderlich.

Diese Arbeit beschäftigt sich damit, in wie fern und in welchem Ausmaß Events unsere Umwelt belasten und wird aufzeigen, wie man ein „grünes Event“ durchführen kann. „Grüne Events sind Veranstaltungen, die möglichst umweltgerecht und ohne große Belastung der Umwelt realisiert werden.“⁵

Events umweltbewusst zu organisieren ist ein komplexes Vorhaben, bei dem viele verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung stehen. Doch zunächst muss man sich darüber bewusst werden, welche Schritte umweltschädigend sind und welche Maßnahmen man dagegen anwenden kann. „Häufig wissen wir gar nicht wann wir uns umweltschädigend verhalten und wann nicht und welche Möglichkeiten wir haben, Emissionen und damit Umweltbelastungen zu vermeiden.“⁶

Ist ein „grünes Event“ ein erfolgsversprechendes Konzept oder übertriebene Öko-Euphorie? Ist es den Aufwand wert, ein grünes Event zu organisieren?

Um diese Frage zu beantworten, wurden verschiedene Umweltbücher, Literatur aus dem Eventmanagementbereich und verschiedene Internetquellen hinzugezogen. Zuerst wird aufgeführt, welche Umweltprobleme bei der Durchführung eines Events überhaupt auftreten und welche Ausmaße diese haben. Um das ausgewählte Thema nicht nur theoretisch betrachten zu können, werden zwei praktische Beispiele von bereits durchgeführten Events vorgestellt. Davon wird eines ein Negativbeispiel sein, bei dem die Umwelt bei der Durchführung des Events stark in Mitleidenschaft gezogen wurde. Das andere Event präsentiert ein Erfolgsbeispiel, welches bei der Organisation durch ein Umweltkonzept begleitet wurde. Zum Abschluss der Arbeit wird ein Leitfaden zur umweltgerechten Organisation eines Events vor-

⁴ Assenmacher, 2007, o.S.

⁵ Prima Vista, o.S.

⁶ Stephan/Ahlheim, 1995, 3

gestellt und geklärt, ob ein umweltbewusst organisiertes Event, ein erfolgsversprechendes Vorhaben ist.

2 Umweltauswirkungen von Events

2.1 Problemstellung

Events haben einen höheren Stellenwert, als nur den einer kurzzeitigen Erscheinung oder den einer einfachen Marketingmaßnahme. Events werden dauerhaft von der Gesellschaft nachgefragt, die nach einem Erlebnis sucht. „Die Menschen waren doch schon immer hungrig auf Erlebnisse.“⁷

Daher setzen auch immer mehr Unternehmen und Firmen auf einen langfristigen, strategischen Einsatz von Veranstaltungen und dies aus verschiedenen unternehmerischen Gründen, wie zum Aufbau ihrer Marke, der Mitarbeitermotivierung, zum Launch neuer Produkte, zur Kundenbindung oder zur Erschließung neuer Märkte und Zielgruppen. Doch die Folgen eines Events verursachen Lasten für die Umwelt.

„Von Großveranstaltungen gehen erhebliche direkte und indirekte Wirkungen auf die Umwelt aus.“⁸ Diese beeinflussen die Luft, die die Event-Teilnehmer atmen und den Boden auf dem die sie stehen. Je umweltfreundlicher ein Event ist, desto besser ist das Event für die Besucher, die ein sauberes, gut organisiertes Event durchaus von einem umweltbelastenden unterscheiden können. Deshalb gewinnen umweltfreundliche Events immer mehr an Belieb-

⁷ Schulze, 2000, 89

⁸ Vgl. Braun, 2000, 196-209

heit. „Für Veranstaltungsplaner stehen klimaneutrale Veranstaltungen und Events immer mehr im Fokus.“⁹

Umweltfreundliche Events garantieren den Besuchern eine Veranstaltung, die nicht gesundheitsschädigend ist, die Natur und Umwelt schützt, sowie nachhaltig und zukunftsorientiert organisiert ist. „Unter umweltfreundlich oder umweltschonend sollen in diesem Zusammenhang solche Handlungsweisen bzw. Produkte verstanden werden, die dem Schutz von Umweltmedien, der belebten Natur sowie der menschlichen Gesundheit dienen.“¹⁰

Veranstaltungen können die Umwelt in sehr unterschiedlicher Weise beeinflussen. Um ein großes Event zu organisieren wird viel Energie gebraucht, ebenfalls werden Ressourcen wie Papier, Wasser oder andere Materialien in großen Mengen genutzt. CO₂ wird durch den am Veranstaltungsort entstehenden Verkehr und ebenfalls durch den Energieverbrauch ausgestoßen. Es fällt viel Müll an, der auch wieder umweltbelastende Folgen mit sich bringt. Es ist nicht abstreitbar, dass Events zur Umweltbelastung beitragen.

Grundsätzlich sollte hierbei zwischen Indoor- und Outdoor-Veranstaltungen unterschieden werden, da in manchen Bereichen unterschiedliche Belastungen auftreten.

Unter Indoor-Veranstaltungen versteht man Veranstaltungen im Innenbereich, also in feststehenden Gebäuden. Unter Outdoor-Veranstaltungen versteht man Events im Außenbereich, also in der freien Natur. Unterschiedliche Arten von Events verursachen auch unterschiedliche Belastungen für die Umwelt. Manche Veranstaltungstypen können die Umwelt in verschiedenen Bereichen stärker, weniger stark oder gar nicht beeinflussen (vgl. Abb.1).

⁹ Forest Finance Service GmbH, 2008, o.S.

¹⁰ Heinzl/Zimmermann, 1990, 23

Abbildung 1: Veranstaltungselemente bei verschiedenen Veranstaltungstypen.¹¹

Beispiele	Verkehr	Verpflegung	Unter- bringung	Veranstaltungsort		Abfall	Büro
				Innen	im Freien		
Sport und Freizeit							
örtliches Fußballspiel am Stadtrand	x	-	-	-	x	x	-
Schwimmeister- schaften	x	-	-	(x)	-	-	-
Autorennen	x	(x)	-	-	x	x	-
Skilanglauf-Wettkampf	(x)	(x)	-	-	x	-	-
Zirkus	(x)	-	-	(-)	-	(x)	-
Schrebergartenfest	-	x	-	-	(x)	(x)	-
Messen und Ausstellungen							
Industriemesse	x	(x)	(x)	x	-	x	x
Gartenschau	x	x	-	(x)	x	x	x
örtlicher Flohmarkt	x	(x)	-	-	(x)	x	-
Stadt(teil)bezogene Veranstaltungen							
Stadtfest	(x)	x	-	(x)	x	x	-
Karneval	(x)	-	-	-	x	x	-
Straßenfest	(x)	x	-	-	x	x	-
Kultur und Wissenschaft							
Rockkonzert (open-air)	x	x	(x)	-	x	x	-
Literaturtage	(x)	-	-	-	-	-	-
Fachkongreß	x	(x)	-	x	-	-	x
Politische Veranstaltungen							
Wahlveranstaltung	(x)	-	-	(x)	-	x	x
Großdemonstration	x	(x)	-	-	x	x	x
Gedenkfeier	(x)	-	-	-	(x)	-	-

x = relevant, mit entsprechenden Umweltbelastungen ist zu rechnen
(x) = bedingt relevant
- = entfällt weitgehend

¹¹ Heinzel/Zimmermann, 1990, 27

2.2 Abfall

„Berge von Abfall, überquellende, stinkende Müllbehälter, der Boden übersät mit Flugblättern und Prospekten, leere Dosen und Flaschen in jeder Ecke, zertretene Grünanlagen, verstopfte Straßen und genervte Anwohner – gewohnte Begleiterscheinungen jeder Großveranstaltung“¹²

Events verursachen Müll. Es entsteht viel Abfall zum einen durch die Besucher des Events und auch durch die Dienstleister und die Veranstalter. Betrachtet man große öffentliche Veranstaltungen, enden diese meistens mit überquellenden Mülleimern, Essenresten und zugemüllten Straßen.

Durch eine Bewirtung vor Ort entsteht Müll durch Servietten, Essensreste, Plastikbesteck und -geschirr, Getränkebecher oder Verpackungen. Vom Veranstalter verwendetes Material, wie leere Verpackungen oder Material welches zum Aufbau verwendet wurde, wie Kabelbinder, Klebeband, Nägel, Bau- und Abrissmaterialien, medizinische Abfälle und weiteres, endet als Müll und verteilt sich schnell auf dem Boden.

Was man nahezu auf jeder öffentlichen Veranstaltung vorfindet sind Firmen, die ihr Werbematerial, wie Flyer oder Prospekte an die Besucher verteilen. Viele der Besucher lesen sich das verteilte Werbematerial kurz durch und falls kein Interesse besteht, landen die Materialien im Mülleimer, oder noch schlimmer auf dem Boden. Ebenso verhält es sich mit kostenlosen Give-aways oder Merchandise-Artikeln, die nicht nur selber als Müll enden, sondern die auch in Plastik verpackt sind.

Der große Entsorgungsaufwand der hieraus entsteht, ist aber nicht das einzige Problem. Denn die meisten Abfälle bestehen aus noch brauchbaren Materialien. Es handelt sich meistens um Baumaterialien, recycelbare Stoffe, Verpackungen, Büromaterialien und alle Arten an Merchandise-Artikel oder Werbegeschenken.

„Die Abfälle bringen nicht nur ein zunehmendes Entsorgungsproblem mit sich, sondern sind gleichzeitig Anzeichen für verschwendete Ressourcen und führen zu Stadtbild- und Landschaftsbeeinträchtigungen, die für Menschen und Tiere Verletzungsgefahren bedeuten können.“¹³

¹² Heinzl/Zimmermann, 1990, 13

¹³ Heinzl/Zimmermann, 1990, 115

Bei Indoor-Veranstaltungen, wie zum Beispiel Konferenzen, entsteht eine Abfallflut durch die Bewirtung, das Konferenzmaterial und die Büromaterialien. Im Vorfeld womöglich schon bei der Vergabe von Handzetteln und weiterem Infomaterial. Werden für die Bewirtung nicht recycelbare Plastikflaschen oder Dosen verwendet, schadet das zusätzlich der Umwelt.

Der moderne, technisch hergestellte Müll besteht aus Metallen, zum Beispiel Dosen und Kunststoffen wie Plastikflaschen. Diese können im Gegensatz zu organischem Müll nicht von der Natur abgebaut werden. Chemische Prozesse im Müll können zur Freisetzung oder Entstehung von Giften führen, die Land und Wasser verschmutzen. Diese enorme Menge Müll wird in Deutschland auf Deponien entsorgt oder in Müllverbrennungsanlagen verbrannt. Dadurch gelangt kiloweise CO₂ in die Erdatmosphäre und das wiederum verstärkt den Treibhauseffekt und somit auch die globale Erwärmung mit den bekannten Folgen.¹⁴

2.3 Energie und Klima

Jedes Event hat einen hohen Energiebedarf und –verbrauch. Zum Beispiel gehören zu den höchsten Energieverbrauchern Soundanlagen, Lichtsysteme, Heizung bzw. Kühlung, die An- und Abreise der Eventteilnehmer und der Einsatz von Technik.

Das Verkehrsnetz am Veranstaltungsort entscheidet darüber, wie viele Fahrzeuge zusätzlich zum Einsatz kommen, wie viel CO₂ dadurch ausgestoßen wird und in wie weit man den CO₂-Ausstoß verringern kann. Ein Cateringbereich nutzt Energie zum Kochen oder zum Wärmen von Lebensmittel und ebenfalls zum Kühlen von Getränken. Die Beleuchtung bei einem Outdoor-Event braucht viel Energie. Je größer die Veranstaltung, desto mehr Beleuchtung wird genutzt. Auch die Reinigung nach der Veranstaltung benötigt Energie.

2.4 Mobilität

„In der Verkehrstechnik wird mit dem Begriff Mobilität stets ein einzelner Ortveränderungsvorgang bezeichnet.“¹⁵ Bei einer Veranstaltung finden eine Menge einzelner Ortsveränderungen statt. Die Besucher von Events müssen in erster Linie auf möglichst einfachem Weg

¹⁴ Vgl. Gaidell/Borkowsky, 2009, 5

¹⁵ Förstner, 2004, 213

zu den Veranstaltungsorten kommen. Bei Großveranstaltungen heißt das, eine große Anzahl an Besucher und damit ein hohes Verkehrsaufkommen. Um dem entgegenzuwirken, wird immer öfters ein gutes Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln bereitgehalten. Allerdings ist dieses nicht immer für die Größe der Nachfrage ausreichend. Trotz des großen Angebots an öffentlichen Verkehrsmitteln, kommen viele Besucher dennoch mit ihrem eigenen Auto zur Veranstaltung. Hinzu kommen die Fahrten vor Ort, die Anreise der Mitarbeiter sowie der Dienstleister und der alltägliche regionale Verkehr in der Veranstaltungsumgebung. Den Verkehr am Veranstaltungstag kann man in zwei Gruppen unterteilen, den „funktionalen Verkehr“, damit ist die An- und Abreise der Zulieferer und Dienstleister von der Veranstaltung gemeint und den „Besucher Verkehr“, zu dem die Eventbesucher als auch der lokale Verkehr vor Ort gehört.¹⁶ Diese zwei Gruppen erzeugen einen enormen Ausstoß an Schadstoffen, die in die Erdatmosphäre befördert werden und den Treibhauseffekt weiter verstärken. Es entstehen ein hoher Energieverbrauch und eine Verunreinigung der Luft. Dazu kommt die Lärmbelastung durch den erhöhten Verkehr.

Da nicht jeder Veranstaltungsort Parkplätze vorweisen kann, wird durch das Schaffen von Parkplätzen Fläche verbraucht und unter Umständen auch Natur zerstört, „da sehr häufig Wiesen und Grünanlagen als Parkplätze missbraucht werden“¹⁷

Zählt man dazu noch die generellen Belastungen durch den Massenverkehr, wie

- den Landschaftsverbrauch durch Straßenbau
- die Versiegelung von Flächen durch Parkplätze und die Vegetationsschäden
- sowie die Verseuchung unversiegelter Flächen durch Parken mit Öl, Benzin und Abfall

ergibt sich ein schwerer Schaden für die Umwelt.¹⁸

2.5 Umgang mit Wasser

Wasser ist eine überlebenswichtige Ressource für die Menschheit und die belebte Natur. Wasser wird bei einer Veranstaltung in unterschiedlich großen Mengen gebraucht. Der Verbrauch einer großen Menge Wasser, führt hier gleichzeitig auch zu viel Schmutzwasser oder

¹⁶ Vgl. Gaidell/Borkowsky, 2009, 7

¹⁷ Heinzl/Zimmermann, 1990, 43

¹⁸ Vgl. Heinzl/Zimmermann, 1990, 43

Abwasser. In vielen Fällen wird dieses unbehandelt in die Natur geleitet. Gifte wie Bleichmittel führen zur Beeinträchtigung der betroffenen Ökosysteme, die diese Stoffe nicht abbauen können. Bei der Nutzung des Wassers spielen mehrere Faktoren eine Rolle:

- Wird Trinkwasser zur freien Verwendung angeboten?
- Wie ist das Wassersystem am Veranstaltungsort?
- Gibt es öffentliche Klohäuser oder fest installierte Toiletten?
- Kann mit der Ressource Wasser beliebig umgegangen werden?
- Werden biologisch abbaubare Reinigungsmittel benutzt?
- Wie wird das Wasser abgeleitet?
- Wie viel Abwasser wird erzeugt? Ungeklärte Abwässer gefährden die Gesundheit und das Leben von Menschen, Tieren und Pflanzen.

Man kann davon ausgehen, dass bei einer Indoor-Veranstaltung ein niedrigerer Wasserverbrauch herrscht, als bei einer Großveranstaltung im Freien. Das liegt daran, dass sich bei Events in Innenräumen in den meisten Fällen integrierte Sanitäreinrichtungen befinden und diese nicht soviel Abwasser erzeugen, wie Toilettenwagen oder mobile-Toilettenhäuschen. Bei Indoor-Veranstaltungen „wird Wasser nur zum Spülen, zur Gebäudereinigung und hauptsächlich für den Sanitärbereich benutzt. Die hierfür notwendigen Wassermengen sollten dennoch nicht unterschätzt werden“¹⁹

2.6 Boden

Bei Open Air Veranstaltungen, meistens Festivals, findet auch eine Abnutzung und somit Zerstörung des Bodens statt. Bei mehrtägigen Open Air Festival werden zum Beispiel Zelte von den Besuchern zur Übernachtung aufgeschlagen, es wird auf einer Rasenfläche gefeiert, getanzt und viel Müll produziert, welcher der Ressource Boden großen Schaden zufügt. Die Landnutzung führt zu einem enormen Druck auf die Ökosysteme. Tiere werden gestört, ihre Lebensräume zerstört, Pflanzen verdrängt. Die Nutzung von Land für touristische Zwecke führt zu veränderter Pflanzenszusammensetzung, gehemmtem Wachstum, verminderter Regeneration und zum Verlust von Bodenschutz. Die Folgen sind Erosion, Verdichtung des Bodens und eine Veränderung der Tier- und Pflanzenwelt. Boden Pflanzen brauchen lange, um sich wieder zu erholen. Schadstoffe gelangen durch ausgeleerte Getränke oder Abwasser in den Boden. Eine veränderte Bodenzusammensetzung vermindert die Wasser- und

¹⁹ Henkel/Zimmermann, 1990, 99

Luftaufnahmefähigkeit. Ebenso werden Gewässer und Uferzonen durch Schadstoffeindrang und Zertreten belastet.

2.7 Luft

Die Luft wird bei Outdoor-Veranstaltungen durch Gerüche, die durch das Herstellen verschiedener Lebensmittel entstehen können und besonders durch Abgase belastet. „Ein 1987 veröffentlichtes Sondergutachten des Sachverständigenrates für Umweltfragen führt verschiedene Quellen von Luftschadstoffen in Innenräumen auf.“²⁰

Tabakrauch, bildet ein komplexes Gemisch von Schadstoffen, viele davon wirken schleimhautreizend, krebserregend oder auf andere Weise gesundheitsschädlich. Der inzwischen separierte Raucherraum schützt zwar zumindest Passivraucher stärker, allerdings ist es sehr schwer zu verhindern, dass der ausströmende Rauch nicht dennoch in den allgemeinen Veranstaltungsraum vordringt. Reinigungs- und Pflegemittel – Hypochlorreiniger, Lösungsmittel und Desinfektionsmittelwirkstoffe können zum einen zu Gesundheitsproblemen führen und sich ebenfalls schädlich auf die Umwelt auswirken, wenn sie ins Trinkwasser gelangen.²¹

2.8 Lärm

Lärm belastet bei einer Veranstaltung die Anwohner der Veranstaltungsumgebung und wirkt für diese störend. Gerade Musikveranstaltungen, wie z.B. Festivals im Außenbereich verursachen einen hohen Lärmpegel, wodurch es zu Gehörschäden kommen kann. Auch Tiere werden dadurch gestört oder können verletzt werden. Lärmbelästigung kann allerdings nicht nur durch Musikveranstaltungen entstehen, sondern auch durch die An- und Abreise der Besucher der Veranstaltung. Das hohe Verkehrsaufkommen ist eine große Belastung für die Anwohner und die Umwelt, denn der verstärkte Verkehr verursacht Lärm und Luftschadstoffe. Aber auch technische Gerätschaften, Personen und Ansagen durch ein Mikrofon verursa-

²⁰ Heinzl/Zimmermann, 1990, 97

²¹ Vgl. Heinzl/Zimmermann, 1990, 97-98

chen einen hohen Geräuschpegel bei einer Veranstaltung. Mit der Anzahl der Besucher steigt der Lärmpegel.²²

2.9 Catering

Das Catering verursacht bei einem Event nicht nur vor Ort Belastungen für die Umwelt in dem wie schon beschrieben Müll erzeugt, sondern bereits bei den einzelnen Schritten bei der Vorbereitung des Caterings wird die Umwelt beeinflusst. Die Lebensmittel müssen erzeugt, verarbeitet, transportiert und zubereitet werden. Während der Verarbeitung werden viel Energie und Rohstoffe benötigt, um die Lebensmittel zuzubereiten, zu verpacken und zu transportieren. Lebensmittel, die aus dem Ausland importiert werden, erfordern oft Kühlung und verursachen starke CO₂-Emissionen beim Transport.

Bei der Veranstaltung werden dann die Lebensmittel zubereitet, warm gehalten und Getränke gekühlt, dies erfordert ebenfalls einen hohen Energieverbrauch.

Werden die Lebensmittel von Kiosken im Außenbereich ausgegeben und handelt es sich hierbei noch um einfach verzehrbare Nahrungsmittel wie Fast Food, wird oft schnell im Stehen, ohne Besteck, direkt von der Hand gegessen. Hierbei fällt des Öfteren etwas runter, Lebensmittel landen auf dem Boden, Servietten fliegen weg – es entsteht schnell Müll.

Auch die Produkte, die vom Caterer verwendet werden, können besser oder schlechter für die Umwelt sein. „Der Fettanteil der angebotenen Nahrungsmittel ist hoch, oft wird das Fritierfett lange nicht ausgewechselt. Die Fleischwaren sind häufig stark gesalzen und weisen Nitrat- und Phosphatgehalt auf. Eine starke Geruchsentwicklung durch das Grillen kann Anwohner und Besucher belästigen.“²³

Das verwendete Verpackungsmaterial und das mitgelieferte Material wie Geschirr, Besteck, Servietten und Dekoration enden als Abfall. Je mehr Wegwerfmateriale vom Caterer

²² Vgl. Heinzl/Zimmermann, 1990, 130

²³ Heinzl und Zimmermann, 1990, 59

mitgebracht werden, umso mehr Müll fällt am Veranstaltungsort an. Zu den umweltbelastenden Folgen des Caterings gehören auch die bei der Reinigung entstehenden Spülabwässer.

2.10 Gebäude und Anlagen

Eine Veranstaltung kann noch so umweltbewusst organisiert werden, wenn der Veranstaltungsort nicht entsprechend ausgerichtet ist. Dabei geht es zum Beispiel bei Konferenzgebäuden oder Messehallen und Hotels um das Abfallmanagement, die Beschaffung der Materialien, den Energieverbrauch, die Verkehrsanbindung, die Wasserversorgung und -verbrauch.

Hier kommt es darauf an, ob die genutzten Räumlichkeiten für die bestimmte Veranstaltung erstellt worden sind, wie Messehallen oder Sportplätze oder ob sie normalerweise und auch gleichzeitig anderen Zwecken dienen, wie zum Beispiel ein Hotel, Kongresszentrum oder eine Schulsporthalle. Oder ob sie temporär errichtet worden sind, wie Hallen auf Ausstellungsgeländen oder Zelte. Zu beachten ist die Planung der genutzten Gebäude und Anlagen, ebenso die Bauausführung, Ausstattung, Renovierung und Sanierung. Zu nicht umweltgerechten Methoden gehören energieverschwendende Bauweisen wie schlecht isolierte Gebäude, schadstoffreiche Baumaterialien und Farben und die Nutzung von nicht recycelbaren Materialien. Auch beim Innenausbau und der Ausstattung der Räumlichkeiten kann man die Umwelt negativ beeinflussen.²⁴

2.11 Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen

Ebenso wie manche Veranstaltungsorte die Umwelt stärker beeinträchtigen können als andere, so können auch verwendete Produkte oder die Dienstleistungen umweltschädlicher sein als andere. Von großer Bedeutung ist die Umweltverträglichkeit der genutzten Materialien. Aber es spielt eben auch eine Rolle wie diese Produkte beschafft werden und ob Umweltbelange dabei berücksichtigt werden.

„Das Thema umweltfreundliche Beschaffung gewinnt in vielen öffentlichen Einrichtungen zunehmend an Bedeutung. In der Praxis der Beschaffungsstellen bestehen aber nach wie vor

²⁴ Vgl. Heinzl/Zimmermann, 1990, 95

erhebliche Hemmnisse für einen verstärkten Einsatz umweltfreundlicher Produkte und Dienstleistungen.“²⁵ Es fehlt die Erfahrung mit der umweltfreundlichen Beschaffung. Ebenso sind umweltfreundliche Produkte meistens teurer.

3 Die Love Parade in Berlin - ein Event mit negativen Auswirkungen auf die Umwelt

3.1 Geschichte der Love Parade

Die Love Parade begann 1989, als Techno-Umzug mit etwa 150 Teilnehmern und wurde über die Jahre zu einer Massentanzveranstaltung mit mehr als 1,5 Millionen Besuchern. Inzwischen fahren etwa 40-50 Wagen, mit DJs und Tänzern besetzt durch die Stadt und Massen und spielen laute Musik. Jeder Truck repräsentiert eine andere Gruppe, Firma oder einen Club.

„Die Love Parade präsentiert die vielfältigen Facetten elektronischer Musik, sie gilt als Wiege der deutschen Techno- und House-Szene und setzt jährlich internationale Musik- und Modetrends. Das Motto wechselt mit jeder Veranstaltung, die Grundidee bleibt die gleiche: Menschen aus allen Teilen der Erde versammeln sich friedlich, um gemeinsam unter freiem Himmel zu feiern, zu tanzen und Spaß zu haben.“²⁶

²⁵ Hartmann, 2009, 3

²⁶ Tackmann, o.S.

Die erste Love Parade wurde von Matthias Roeingh, bekannt als Dr. Motte, organisiert. „Die Erstaufflage am 1. Juli 1989 wurde als politische Demonstration unter dem Motto "Friede, Freude, Eierkuchen" angemeldet. Die Ähnlichkeit mit einer politischen Demonstration verlor die Veranstaltung in den Folgejahren allerdings zusehends.“²⁷

Die Love Parade fand bis heute jährlich statt, nur 2004, 2005 und dieses Jahr 2009 konnte sie nicht stattfinden. Von 1989 bis 2006 wurde die Love Parade in Berlin ausgetragen, seit dem Jahr 2007 ist das Ruhrgebiet der neue Austragungsort. 1999 wurde zum ersten Mal die Rekordzahl von 1,5 Millionen Besucher in Berlin erreicht (vgl. Abb. 2).

Abbildung 2: Love Parade in Berlin an der Siegessäule, 1999²⁸



²⁷ Moog, 2007, o.S.

²⁸ Stern.de, 1999, o.S.

2006 erschien die Love Parade mit neuem Konzept unter dem Veranstalter Love Parade Berlin GmbH. 2007 wurde die Love Parade in Berlin abgesagt, da die Stadt Berlin sie nicht genehmigte. Der Veranstalter Rainer Schaller schaffte es dennoch rechtzeitig einen anderen Austragungsort zu finden. Das Ruhrgebiet erklärte sich für die nächsten fünf Jahre bereit, die Love Parade aufzunehmen. 2007 fand das Ereignis mit ca. 1,2 Millionen Menschen in Essen statt. 2008 wurden neue Erfolgszahlen erreicht, bei der Love Parade in Dortmund feierten 1,6 Millionen Menschen (vgl. Abb. 3)

Abbildung 3: Love Parade Dortmund, 2008²⁹



²⁹ Loveparade.de, 2008.

2009 war die Love Parade in Bochum geplant, sie wurde allerdings Anfang des Jahres 2009 vom jetzigen Veranstalter „Lopavent“ abgesagt, mit der Begründung, dass der Bochumer Hauptbahnhof eine mangelnde Kapazität aufweist und einem Besucheransturm von mehreren 100.000 Besuchern nicht bewältigen kann. Desweiteren wurde bisher keine passende Strecke gefunden, in der die Love Parade stattfinden könnte.³⁰

3.2 Umweltbelastung durch die Love Parade

In der Anfangszeit der Love Parade, im Austragungsort Berlin, wurde sie von Umweltschützern und den Anwohnern stark kritisiert.

„Der Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND) warnte davor, dass die Love Parade im Tiergarten zu gravierenden Umweltschäden führen könnte“³¹

Die Love Parade verursachte in Berlin immer eine große Menge Müll. Weggeworfene Dosen, Flaschen und Becher übersäten die Straßen. „Innerhalb weniger Stunden wurde so viel Müll produziert und unsachgemäß entsorgt, wie sie eine Kleinstadt jährlich produziert. Die Straßen stinken, als hätte die Müllabfuhr gestreikt. Die Pflanzen und Bäume sehen aus als wären sie einem nuklearen Angriff zum Opfer gefallen.“³²

Das Urinieren auf öffentlicher Straße ist eines der Hauptprobleme der Love Parade gewesen. „Tatsächlich besteht aufgrund der zu erwartenden Besucherzahl und der neuen Marschroute durch den Großen Tiergarten Anlass zur Sorge. Über 24 Trockentoilettencontainer mit jeweils zwölf Kloschüsseln können professionelle Veranstalter nur schmunzeln: „Das ist, als ob gar kein Klo dasteht.“³³

Ein weiteres Problem für die Umwelt sind die vielen Wagen, die ständig in Bewegung sind und der entstehende Lärm durch die laute Musik „Auf etwa 40 in Kolonne fahrenden Wagen

³⁰ Vgl. Welt.de, 2009, o.S.

³¹ Behrendt/Füller, 1996, o.S.

³² Umweltskandal.com, 2002, o.S.

³³ Behrendt/Füller, 1996, o.S.

heizen bekannte und weniger bekannte DJs über riesige Lautsprechersysteme den mitlaufenden Ravern ordentlich ein.“³⁴ (vgl. Abb. 4) Die Wagen verursachten einen CO₂-Ausstoß und verunreinigten die Luft, die die Besucher während des Events die ganze Zeit einatmeten.

Abbildung 4: Wagen auf der Love Parade³⁵



Die sich dauernd in Bewegung befindende Fahrzeuge verursachten neben einen starken CO₂-Ausstoß zusätzlich Lärm durch die laute Musik. Tierschützer fürchteten wegen des hohen Lärmpegels um die in der Nähe befindenden Vögel. „Machtlos dürften die Umwelt-

³⁴ Horn, o.S.

³⁵ Kumm, 1999, o.S.

schützer allerdings einem Phänomen gegenüberstehen, das laut Augenzeugen im vergangenen Jahr auftrat: Sie hatten beobachtet, dass nach dem Soundcheck ungefähr hundert tote Vögel auf der Straße lagen. Der Bund bestätigt, was auch Naturschützer aus den Bezirken Mitte, Tiergarten und Kreuzberg zu bedenken gegeben hatten: Bei 180 Dezibel können Vogeleier zerplatzen, Jungvögel, die noch nicht flügge sind, das Nest vorzeitig verlassen und an Herzschlag sterben. Eine Dezibel-Begrenzung gibt es für die Love Parade nicht.³⁶

Die Anreise der Love Parade Besucher erfolgte aus aller Welt. Die Deutsche Bahn versorgte die Veranstaltung anfangs mit sieben Sonderzügen, 2005 sogar mit 25 Sonderzügen und mit unzähligen Sonderbussen. Allerdings kamen hierzu dennoch private Fahrzeuge und die Lufthansa verkaufte 1000 Love Parade Tickets besonders günstig.³⁷ Der starke Verkehr bei der An- und Abreise der Besucher verursachte eine große CO₂-Emission. 2008 wurde in Dortmund versucht, die Nutzung des eigenen Pkws weiter einzuschränken, die Deutsche Bahn stellte 500 Sonderzüge zur Verfügung.³⁸

Besonders betroffen war der Berliner Tiergarten durch die Love Parade. Dieser wurde „durch die feierfreudigen Raver, ihre allzumenschlichen Bedürfnisse und das hohe Müllaufkommen in Mitleidenschaft gezogen.“³⁹ Die Menschenmassen marschierten während der Parade durch den Tiergarten und zerstörten dabei den Boden, die Büsche und die Pflanzen. „Abgebrochene Äste, zertrampelte Beete, Müllberge und Uringestank – der Berliner Tiergarten nach dem Aufmarsch der Raver.“⁴⁰ Die Vegetation im Tiergarten wurde von den Paradebesuchern einfach überlaufen. „Platt liegen die langen Halme am Boden. Die niedrigen Holzzäune, die sie umfassten, sind zum Teil ebenfalls geknickt und zerbrochen. Nur einige Brennesseln ragen noch stolz in die Höh!: Ihnen kamen Raverbeine nicht zu nahe. Sichtbare Spuren der Love Parade vom Wochenende.“⁴¹

³⁶ Behrend/Füller, 1996, o.S.

³⁷ Vgl. Bettermann/ Horstkötter/ Wimmer, 1997, o.S.

³⁸ Vgl. Verkehrsverbund Rhein-Ruhr, 2008, 1

³⁹ Moog, 2007, o.S.

⁴⁰ VDI Nachrichten, 2001, o.S.

⁴¹ Wild, 1997, o.S.

„Genau wie die "Arbeitsgemeinschaft im Tiergarten" befürchtet der Bund für Umwelt und Naturschutz den Tod von Singvögeln, verwüstetes Unterholz und beschädigte Baumkronen.“⁴²

Der Boden, über den die Raver tanzten und ihren Müll verloren, brauchte ein Jahr um sich zu regenerieren, doch dann kam schon die nächste Love Parade. „Und kaum hat sich die Stadt und die dort ohnehin schon unter katastrophalen Bedingungen vorhandene Natur erholt, so stehen schon die nächsten Wagen der Love Parade im Folgejahr bereit.“⁴³

Ungefähr 200 Tonnen Müll entstanden bei einer der Paraden (vgl. Abb.5). „Die Umweltschäden beliefen sich auf eine Höhe von circa 38. 000 Deutsche Mark im Jahre 2002. Die geschätzten Kosten für die Wiederherstellung des Großen Tiergartens betragen im gleichen Jahr 1,4 Millionen Deutsche Mark.“⁴⁴

*Abbildung 5: Abfälle nach der Love Parade*⁴⁵



⁴² Behrend/Füller, 1996, o.S.

⁴³ Umweltskandal.com, 2002, o.S.

⁴⁴ Miehlung, 2006, 358

⁴⁵ Morgenpost.de, 2002, o.S.

Die Entwicklung des Tiergartens durch die Love Parade:

- 1996: Mit 750.000 Ravern zieht die Love Parade das erste Mal durch den Tiergarten. 150 Tonnen Müll entstehen, über 40 Jahre alte Sträucher werden tot getrampelt, die Kosten liegen bei 120.000 Euro.
- 1999: 1,5 Millionen Besucher bei der Love Parade erzeugen 308 Tonnen Abfall. 900 Müllmänner sind mit 250 Fahrzeugen im Einsatz.
- 2002: Untersuchungen ergeben, Urinieren gefährdet den Tiergarten nicht. Es fallen 150 Tonnen Müll an.
- 2003: Um die Wiesen zu schützen werden 4.600 Meter Bauzaun aufgestellt. Es fallen lediglich 90 Tonnen Müll an. Die neu angepflanzten Sträucher sind allerdings wieder kaputt.
- 2004 und 2005: Die Love Parade fällt aus
- 2006: Die Love Parade findet eine Woche nach der WM statt. Die WM verursachte im Tiergarten Schäden in Höhe von 300.000 Euro. Somit werden die Ausmaße der Love Parade nicht weiter debattiert.⁴⁶

Die Reinigung der Love Parade-Strecke erfolgte durch Wasserkanonen, diese verursachte einen enormen Wasserverbrauch. „Die 200 Tonnen Müll als Hinterlassenschaft der größten Party der Welt sind dagegen nicht mehr aufzufinden. Mit 450 Mitarbeitern in zwei Schichten und 69 Fahrzeugen, darunter auch Schneepflügen, säuberte die Berliner Stadtreinigung die Strecke der Parade um die Siegestsäule im Tiergarten. Wasserkanonen sprengten verdünnendes Nass über den von "Nährstoffeintrag" in Form von Fäkalien überdüngten Boden.“⁴⁷

⁴⁶ Vgl. Hollersen, 2006 o.S.

⁴⁷ Wild, 1990, o.S.

Bis 2001 trug die Allgemeinheit die Kosten für die Reinigung, da die Love Parade bis in dieses Jahr als Demonstration galt.

„Auch wegen des offenen Drogenhandels und weit verbreiteten Konsums aufputschender Mittel geriet die Veranstaltung in Verruf und ließ den deklarierten politischen Hintergrund immer fragwürdiger erscheinen. In diesem Zusammenhang wurde auch der Missbrauch des Demonstrationsrechts diskutiert“⁴⁸

2001 wurde sie dann nicht mehr als politische Demonstration geduldet und folglich musste der Veranstalter seither selbst für die Reinigungs- und Sicherheitskosten aufkommen. „Seit die Love Parade 2001 endgültig nicht mehr als politische Demonstration anerkannt wurde, mussten die Veranstalter die hohen Kosten auch an die Teilnehmer weitergeben.“⁴⁹

3.3 Fazit

Die Schäden der Love Parade waren in den Anfangsjahren drastisch. Mittlerweile hat man erkannt, dass der Erfolg der Love Parade nur anhalten und gesichert werden kann, wenn die umweltschädlichen Auswirkungen auf die Umwelt so weit wie möglich eingeschränkt werden.

Die Love Parade konnte in ihrem 20-jährigen Bestehen inzwischen in vielen Bereichen den Umweltschäden entgegenwirken und somit eine Verbesserung erzielen. 2008 beteiligte sich sogar einer der größten internationalen Naturschutzorganisationen der Welt, der World Wide Fund for Nature (WWF) an der Love Parade. „Zusammen mit dem WWF präsentiert das Event-Team CusCus einen Themen-Truck. Unter dem Motto „Music meets Nature“ wird für Artenvielfalt, Umwelt- und Klimaschutz getanzt und gefeiert. "Wir wollen dass gerade junge Menschen ein wachsendes Bewusstsein für Umweltproblematiken entwickeln", sagt Steffen Heyn, Leiter des Jugendclubs beim WWF. Die DJs wollen mit Hilfe der Musik das Bewusstsein für Umwelt, Tier und Mensch schärfen“, erklärt Markus Zeidler von der Eventagentur CusCus. „CusCus spielt für alle bedrohten Tierarten, ebenso wie für partyhungrige und feiernde Paradiesvögel.“⁵⁰ Zusätzlich dazu wird für jede verkaufte Eintrittskarte, am Love Parade

⁴⁸ Moog, 2007, o.S.

⁴⁹ Moog, 2007, o.S.

⁵⁰ Gramling, 2008, o.S.

Wochenende für eine der CusCus Partys, 1 Euro an das Amazonas Regenwald Projekt des WWF gespendet. Mit diesem Schritt setzt sich die Love Parade gezielt für die Umwelt ein.

Die größten Kritiken an der Love Parade waren also „die Kommerzialisierung der Technobewegung, der Drogenkonsum, die Frage nach der Ausnutzung des Demonstrationsrechts durch die bewusst unpolitische Veranstaltung, die Übernahme der Kosten für die anschließende Straßenreinigung und die starke Umweltbelastung, die dem umliegenden Tiergarten zu schaffen machte. „Mittlerweile ist die Love Parade offiziell eine kommerzielle Veranstaltung“⁵¹ und die umweltschädlichen Auswirkungen sind verringert.

4 Die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland – Umweltkonzept mit Erfolg

4.1 GREEN GOAL

Die Fußball-Weltmeisterschaft (WM) im Sommer 2006 war ein Ereignis, welches wohl noch jedem Fußballfan im Gedächtnis ist. 32 Nationalmannschaften traten in 12 verschiedenen Stadien verteilt in ganz Deutschland vom 9. Juni bis zum 9. Juli 2006 gegeneinander an.

Es war ein Großereignis. Nach den Zahlen der FIFA haben 3,4 Millionen Fußballfans, Journalisten, Vertreter der nationalen und internationalen Fußballverbände, VIPs und Ehrengäste die 64 Spiele der WM 2006 im Stadion verfolgt, davon waren mehr als 1 Millionen Besucher aus dem Ausland.

Nach außen hin fieberten die Fußballfans bei einem Event mit, welches gut organisiert war und sie begeisterte. Was weitläufig nicht bekannt ist, die WM 2006 war die erste Weltmeisterschaft, die über anspruchsvolle Umweltziele und über ein ausgearbeitetes Umweltkonzept „Green Goal“ verfügte. Sigmar Gabriel, der damalige Umweltminister, meinte dazu: „Mit Green Goal sind Maßnahmen zum sparsamen Umgang mit der Ressource Wasser, zur Reduzierung der Abfallmengen, zur Steigerung der Energieeffizienz, zur nachhaltigen Mobilität und zur Klimaneutralität verbunden.“⁵²

⁵¹ Horn, o.S.

⁵² Vgl. Schmidt, 2006, 6

Zum Projektteam gehörte die FIFA, OK-Deutschland (das Organisationskomitee), die Deutsche Bundesstiftung Umwelt, die BMU (Bundesministerium für Umwelt), das Öko-Institut, die Städte bzw. Stadien, die globalen und nationale Partner sowie die Medien.⁵³

Abbildung 6: Umweltrelevante Bereiche der WM 2006⁵⁴



„Green Goal steht für das erste innovative Umweltkonzept einer FIFA Fußball Weltmeisterschaft. Und für die erste Großveranstaltung, die keinen negativen Einfluss auf das Klima hatte. Es reduziert die Umweltfolgen der FIFA 2006 und sensibilisiert die Öffentlichkeit für den Umweltschutz.“⁵⁵

Die Umsetzung von Green Goal erfolgte schon drei Jahre vor der WM im Jahr 2003. Unterstützung dabei bekam Green Goal dann 2005 von dem Umweltprogramm der Vereinten

⁵³ Vgl. Hochfeld/Stahl, 2006, 2

⁵⁴ Bleher, 2008, 3

⁵⁵ Green Goal Präsentation, 2005, 2

Nationen (UNEP). Diese Umsetzung erwies sich als eine Herausforderung, da es keine Erfahrungswerte gab mit denen man arbeiten konnte und da die Stadien in denen die Fußballspiele ausgetragen wurden nur noch bedingt die neuen Umweltschutzmaßnahmen berücksichtigen konnten, da die Umbauphasen der Stadien schon fast abgeschlossen waren.

4.2 Umweltmanagement

Das Umweltmanagementsystem bei der WM war das Eco-Management and Audit Scheme (EMAS). Dabei handelt es sich um ein „Gemeinschaftssystem aus Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung für Organisationen, die ihre Umweltleistung verbessern wollen.“⁵⁶ Dieses System diente zur Zertifizierung für die WM-Stadien und wurde als erstes in Nürnberg und München eingeführt. EMAS sieht regelmäßige Kontrollen vor um zu überprüfen, in wie weit die vorgenommenen Ziele erreicht wurden und um eine kontinuierliche Verbesserung des Umweltschutzes zu gewährleisten.

Die WM-Stadien ohne EMAS integrierten Umweltmanagement und Umweltschutz allerdings auch in ihren Betrieb. Wie zum Beispiel das Stadion Hamburg, wo das System Ökoprofit verwendet wird. Der Unterschied zwischen Ökoprofit und EMAS ist, dass Ökoprofit nicht auf eine kontinuierliche Verbesserung des Umweltschutzes abzielt.⁵⁷

4.3 Maßnahmen zum Umweltschutz

Das Green Goal Konzept wurde vom 1.Vizepräsident des Organisationskomitees der FIFA WM 2006 Horst R. Schmidt zusammengestellt und dient dieser Arbeit überwiegend als einzige

Quelle zur Thematik.

Durch das Green Goal Konzept sollte ein Umweltschutz geschaffen werden, der dem Klimawandel entgegenwirkt und das Klima nur mit einem geringen negativen Einfluss belastet. „Der Schutz des Klimas ist weltweit eine der wichtigsten Aufgaben der Umweltpolitik und wird von breiten Bevölkerungsschichten als eine der größten ökologischen Probleme wahr-

⁵⁶ EMAS, o.S.

⁵⁷ Vgl. Schmidt, 2006, 11

genommen. Daher war es Ziel von Green Goal, negative Effekte der WM auf das globale Klima möglichst zu vermeiden“⁵⁸

4.3.1 Ressource Wasser

Als Ziel galt für Green Goal ein Wasserverbrauch um 20 Prozent zu senken und so die Trinkwasserressourcen zu schonen. Um dieses Ziel zu erreichen gab es mehrere Maßnahmen:

Regenwassernutzung

Zum einen verstärkten die Stadien die Regenwassernutzung.

Stadien benötigen eine große Menge Wasser um das Spielfeld zu bewässern. Hierfür Trinkwasser zu verwenden, bedeutet einen großen Kostenaufwand. Billiger ist die Nutzung von Regenwasser. Berlin, Frankfurt, Nürnberg und Stuttgart bauten Regenwasserzisternen. In Berlin wurde sogar die größte Zisterne Europas erbaut mit einer Fassmenge von 1.400 Kubikmetern. Die Trinkwasservorräte werden somit geschont und es wird ein aktiver Beitrag zur Umweltvorsorge geleistet.⁵⁹

Sanitäranlagen

„Wassergespülte Einzelurinale benötigen für eine komplette Spülung zwischen 1,5 und 3 Liter.“⁶⁰ Um diese Wassermenge zu reduzieren, wurden im Sanitärbereich Trockenurinale, wasserfreie Urinalrinnen und wassersparende Toiletten installiert. Waschbecken sind mit Durchflussbegrenzungen ausgestattet, diese regeln die Durchflusszeiten und stoppen automatisch den Wasserfluss.

Regenwasserversickerung

Zusätzlich zu den Zisternen gab es in manchen Stadien auch Anlagen zur Regenwasserversickerung. Dieser ermöglichte einen naturnahen Wasserkreislauf, denn „wo Regenwasser versickern kann, wird Grundwasser neu gebildet, ein naturnaher Wasserkreislauf gefördert und die Kanalisation entlastet.“⁶¹

⁵⁸ Schmidt, 2006, 30

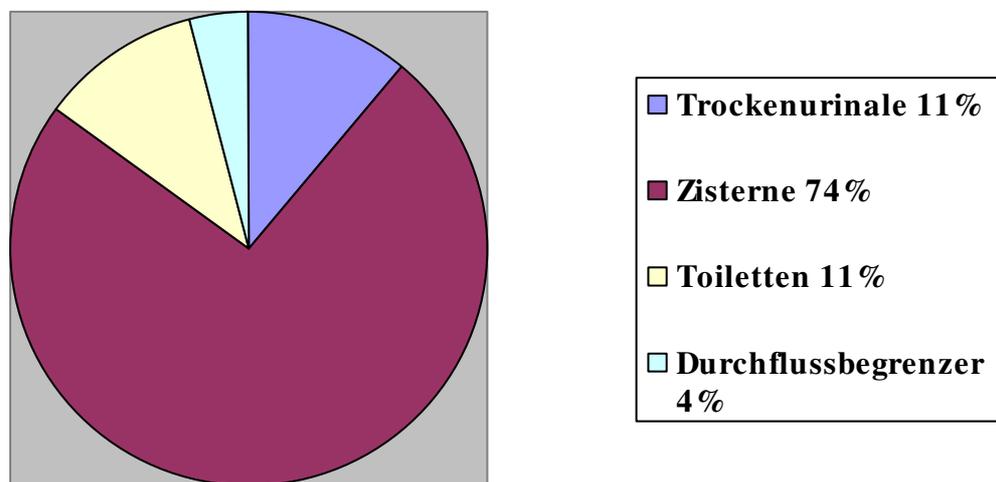
⁵⁹ Vgl. Regenwasser-Portal, o.S.

⁶⁰ Schmidt, 2006, 43

⁶¹ Schmidt, 2006, 44

Die verschiedenen Konzepte konnten gute Trinkwassereinsparungen erzielen, die Regenwasserzisternen erreichten den größten Erfolg aller Maßnahmen (vgl. Abb. 7). Das Ergebnis war zwar nicht die erhofften 20 Prozent der Reduzierung des Wasserverbrauchs, aber man erreichte eine Senkung von 18 Prozent. Folglich „wurde das Green Goal Ziel weitestgehend erreicht.“⁶² 42.000 Kubikmeter Trinkwasser konnten durch die angewendeten Methoden eingespart werden. „Ohne die durchgeführten Sparmaßnahmen hätten die zwölf WM-Stadien anstelle von 191.000 rein rechnerisch 233.000 Kubikmeter Trinkwasser verbraucht.“⁶³

Abbildung 7: Prozentuale Trinkwassereinsparung in den WM Stadien nach den einzelnen Maßnahmen⁶⁴



4.3.2 Abfall

Oberstes Ziel war hier die Abfallvermeidung und Abfallreduzierung.

⁶² Schmidt, 2006, 11

⁶³ Schmidt, 2006, 46

⁶⁴ Eigene Darstellung auf der Grundlage von: Schmidt, 2006, 47

Mehrwegbecher-System

Bei der WM 2006 wurden beim Getränkeausschank zum ersten Mal Mehrwegbecher in Stadien verwendet. Nicht alkoholische Getränke wurden zu 95 Prozent in 0,5 Liter PET-Mehrwegflaschen ausgegeben. Bier wurde zu 70 Prozent in Fässern geliefert und auch in PET Mehrwegbechern ausgeschenkt. Glasflaschen wurden lediglich im Hospitality Bereich verwendet. Der Hospitality Bereich bietet den Besuchern erstklassige Sitzplätze, einen eigenen Catering-Bereich in schönem Ambiente, reservierte Parkplätze und einen gesonderten Zugang zu den Stadien. Genutzt wird dieser Bereich hauptsächlich von VIPs.⁶⁵ Ebenso wurden im Hospitality Bereich Porzellanteller und Metallbesteck benutzt. Die meisten Speisen wurden für die Öffentlichkeit mit der „Pack's ins Brot Aktion“ verkauft. Darunter versteht man, dass Speisen wie Würste, Schnitzel oder Rinderhacksteak statt mit Pappkartonunterlagen nur mit Serviette und direkt im Brötchen ausgegeben wurden, um weiteres Verpackungsmaterial zu vermeiden. Desweiteren gab es keine Einzelpackungen Senf, Ketchup und Mayonnaise, sondern für jeden zugängliche Großspender.

Keine Information auf Papier

Um weiteren Müll zu vermeiden, wurden auf der WM 2006 keine Flyer oder Give-Aways verteilt. In den Medienzentren gab es für die Pressevertreter so gut wie keine Informationen auf Papier, sondern Informationen, die online durch elektronische Medien abrufbar waren.

Temporäre Einrichtungen

Eine besonders einfallsreiche Maßnahme zur Reduzierung der Abfälle bei der FIFA, war die Errichtung des Fernsehentrums in München, welches aus naturbelassenem Holz bestand. Das Holz wurde nach der WM nicht als Müll entwertet, sondern als Baumaterial für 60 Familienhäuser weiter verwertet. „Generell wurde bei diesen temporären Einrichtungen auf Rückbau und Wiederverwendbarkeit geachtet und damit zur Abfallvermeidung beigetragen.“⁶⁶

Ein weiteres Beispiel hierfür ist die Verarbeitung der Banner entlang der Fan-Meile zum Stadion, die nach der WM in 120 hochwertige Taschen verarbeitet und verkauft wurden. Der Erlös wurde einem gemeinnützigen Zweck gespendet.⁶⁷

Verpackungen und andere als Müll anfallende Materialien wurden von den Dienstleistern vor Ort wieder mitgenommen, um die Abfallmenge im Stadion noch weiter zu reduzieren. „Wo immer es ging, wurden die temporären Einrichtungen, Bauelemente, Materialien und Aus-

⁶⁵ Vgl. Hospitality Programm, 2006, 2

⁶⁶ Schmidt, 2006, 52

⁶⁷ Vgl. Bullerdieck, 2006, o.S.

stattungen für die WM geliehen oder nach dem Turnier verkauft, versteigert, verschenkt oder für eine spätere Weiterverwendung zwischengelagert.“⁶⁸ Die Abfallvermeidung wurde zu einem großen Teil durch die Idee des Leihens, Verkaufens und Verschenkens ermöglicht.

Mülltrennung

Ganz besonders wurde auf die Mülltrennung geachtet um das Recyceln der Abfälle zu ermöglichen. Getrennt wurden Glas, Papier, Kunststoff und Restmüll. Die Besucher wurden durch Tafeln über die Mülltrennung und das Mehrwegbechersystem informiert (vgl. Abb. 8).

*Abbildung 8: Green Goal Piktogramme für die Fraktionen Glas, Papier, Recycling und Restmüll*⁶⁹



Im Bereich Abfall wurde im Green Goal Konzept nicht nur auf eine Abfallreduzierung seitens der Veranstalter geachtet. Es wurde gleichzeitig versucht, das Umweltbewusstsein der Zuschauer zu steigern.

Aber nicht nur in den Stadien entstanden Abfälle, auch im naheliegenden Umfeld, auf Parkplätzen, Bahnhöfen und auf dem Weg von den Bahnhöfen zu den Stadien wurde viel Müll produziert. Deshalb richtete sich das Abfallmanagement von Green Goal nicht nur auf die

⁶⁸ Schmidt, 2006, 52

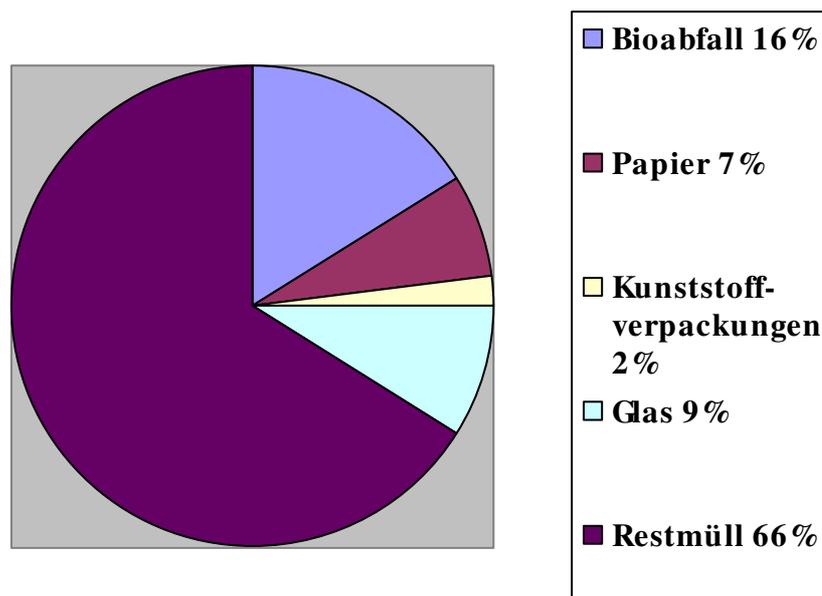
⁶⁹ Schmidt, 2006, 54

Stadien, sondern auch auf den Weg zu den Haltestellen. „In regelmäßigen Abständen und an zentralen Stellen galt es, Abfallinseln mit den verschiedenen Fraktionen aufzustellen.“⁷⁰

Schon an den Eingängen vor den Stadien wurden die Besucher auf Glasflaschen und andere Abfälle kontrolliert. Nur hier fielen somit Glasabfälle an. In den Stadien wurde dann allerdings keine Mülltrennung durchgeführt, da zum einen nicht mit einer großen Menge Müll verschiedener Fraktionen gerechnet wurde und zum anderen dies im Stadionbereich auch nur „eingeschränkt funktioniert hätte.“⁷¹ Dagegen wurde im Backstage- und Hospitality-Bereich sehr auf die Mülltrennung geachtet, denn hier fielen neben den vier Fraktionen Glas, Papier, Recycling und Restmüll auch noch Biomüll in großen Mengen an.

Die WM 2006 verzeichnete zum größten Teil Restmüll, das Anfallen von Kunststoffmüll konnte überwiegend vermieden werden (vgl. Abb. 9).

Abbildung 9: Durchschnittlicher Anteil der getrennt gesammelten Abfallfraktionen bei der WM²



⁷⁰ Schmidt, 2006, 53

⁷¹ Schmidt, 2006, 54

⁷² Eigene Darstellung auf der Grundlage von: Schmidt, 2006, 56

Die Bemühungen der Abfallvermeidung schafften eine Reduzierung des Abfalls um 20 Prozent in den Stadien als auch in deren Umfeld. „ In den organisatorischen Bereichen hat die Getrennsammlung überwiegend zufriedenstellend funktioniert.“⁷³ Somit konnte man das Green Goal Ziel im Segment Abfall erreichen.

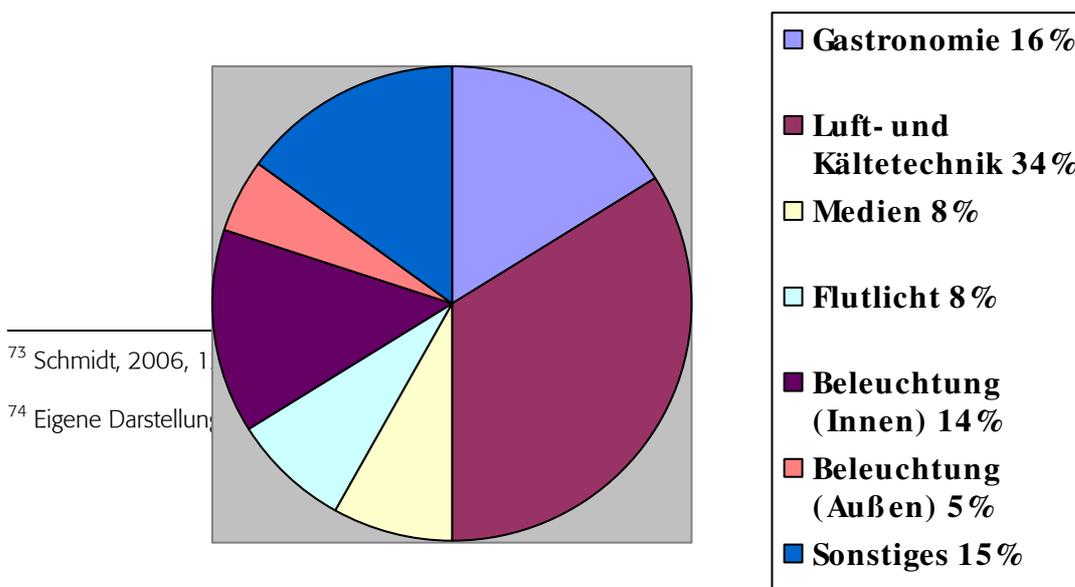
4.3.3 Energie

Zu den Zielen in der Kategorie Energie gehörte ein optimiertes Lichtmanagement, effiziente Energiegewinnung, Wärmerückgewinnung und eine gute Luft- und Kältetechnik, um Strom einzusparen.

Energie wird in Stadien von Flutlichtanlagen gebraucht, als auch für Warmwasser, die Heizung und für die Lüftungsanlagen. Zusätzlicher Strombedarf entsteht durch die Medienberichterstattung. Da ein Stadion nicht nur als Sportstätte zum Einsatz kommt, sondern bei der WM gleichzeitig auch als Konferenzraum, Restaurant, Verwaltungstrakt oder Fachgeschäft genutzt werden kann und auch kleine Sideevents veranstaltet, entsteht ein hoher Energieanspruch. Alle Energieverbraucher des Stadions benötigen einen unterschiedlichen hohen Strombedarf (vgl. Abb. 10).

Abbildung 10: Proportionaler Strombedarf in ausgewählten WM-Stadien (Bundesligabetrieb)

74



⁷³ Schmidt, 2006, 1

⁷⁴ Eigene Darstellung

Obwohl in manchen Stadien Energie gespart werden konnte, wie zum Beispiel in Stuttgart durch eine sehr gute Wärmedämmung, wurde das Green Goal Ziel einer Strom einsparung von 20 Prozent nicht erreicht. Allerdings gelang eine Einsparung von 13 Prozent und das verbesserte Energiemanagement kann auf lange Sicht noch gute Erfolge erzielen, die zu Zeiten der WM noch nicht messbar waren.

Erneuerbare Energien

Als weiteres Ziel galt die Nutzung von überwiegend erneuerbaren Energien. Dieses konnte auch erreicht werden.

Dazu gehörten Photovoltaik (PV)-Anlagen, die mit einer Leistung über 2800 Kilowatt-Peak errichtet wurden. Dieser Wert entspricht einer Fläche von 20.000 Quadratmetern und kann theoretisch den jährlichen Strombedarf eines WM-Stadions decken. Im Jahr ergibt das eine Summe von 2,5 Millionen Kilowattstunden Strom, womit man den gesamten Bedarf der WM decken könnte. Zusätzlich wurden 13 Millionen Kilowattstunden grüner Strom aus Wasserkraft bereitgestellt. Zum Vergleich, der Strombedarf der Stadien und deren Einrichtung für Hospitality und Medien beträgt 12,6 Millionen Kilowattstunden.⁷⁵

Dieses Ziel wurde so erfolgreich umgesetzt, dass die Stadien während der WM voll mit grünem Strom versorgt werden konnten.

4.3.4 Mobilität

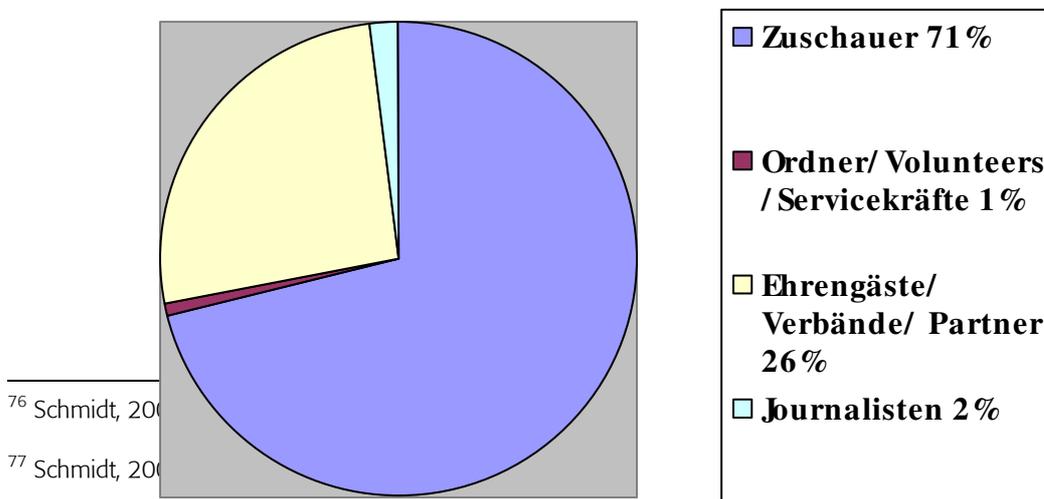
„Rund 1,1 Milliarden Personenkilometer haben die WM-Besucher während des Turniers in Deutschland zurückgelegt. Hinzu kamen die Reisestrecken außerhalb Deutschlands und die

⁷⁵ Vgl. Schmidt, 2006, 67-69

An- und Abreise der Zuschauer zu den Fanfesten. Verbunden damit waren unvermeidbare Emissionen durch deren An- und Abreiseverkehr zu den WM Städten und Stadien.“⁷⁶

Aber nicht nur der An- und Abreiseverkehr der Zuschauer zu den verschiedenen Stadien in den verschiedenen Orten zeigte umweltschädliche Auswirkungen. Dazu kamen der Verkehr der Journalisten, der VIPs und der Dienstleister, wie dem Caterer, der Technikfirmen, der Transportfirmen, der Müllabfuhr, dem Reinigungspersonal und der Maschinen, welche die Stadien mit Lieferware versorgten (vgl. Abb.11). „Der An- und Abreiseverkehr der Zuschauer, Journalisten und Ehrengäste zu den Stadien und zwischen den Spielorten während der Fußball-WM war unweigerlich mit Umweltbelastungen verbunden.“⁷⁷

Abbildung 11: Anteile der verschiedenen Gruppen der Stadionbesucher an der Gesamtverkehrsleistung der WM⁷⁸



⁷⁶ Schmidt, 2006, 78

⁷⁷ Schmidt, 2006, 78

⁷⁸ Eigene Darstellung auf der Grundlage von: Schmidt, 2006, 78

Als Ziel für das Green Goal Organisationskomitee galt die Nutzung von privaten Fahrzeugen einzuschränken und die des öffentlichen Nahverkehrs (ÖPNV) zu erhöhen und zwar um 50 Prozent.

Öffentlicher Nahverkehr

Es wurden gute Anbindungen zu den Stadien mit dem öffentlichen Verkehrsnetz ermöglicht. Zusätzlich wurde ein Kombiticket angeboten, welches den Besucher berechnigte, mit der Eintrittskarte für die WM gleichzeitig den ganzen Tag kostenlos mit dem öffentlichen Nahverkehr im gesamten Verkehrsverbund der WM-Städte zu fahren.

Die Fahrpläne wurden an den Spieltagen verdichtet, in München fuhren die U-Bahnen zum Beispiel im Minutentakt. Die Deutsche Bahn setzte während der WM im Regional und S-Bahnenverkehr 10.000 Züge mehr ein als sonst.

Den Besuchern der WM wurde das Bahnfahren sehr einfach gestaltet. Es wurde ein Wegeleitsystem entwickelt, ein Schilderkonzept, welches aus drei Feldern bestand. Feld 1 enthielt das WM Logo, Feld 2 zeigte den Weg zum Stadion, Bahnhof oder Verkehrsmittel und Feld 3 zeigte die entsprechende Verkehrslinie.

Parkraummanagement

An den Stadien selbst wurden vergleichsweise nur wenige Parkplätze zur Verfügung gestellt. Es wurden allerdings große Park&Ride Parkplätze errichtet, um Autofahrern die Möglichkeit zu bieten, mit dem ÖPNV zum Stadion oder in die Stadt zum „Public Viewing“ zu fahren. Autofahrer wurden von den Autobahnen zu den Parkplätzen durch ein Wegeleitsystem geführt.

WM Meilen zum Stadion

In manchen Städten, wie Kaiserslautern, Hannover und Leipzig konnte man das Stadion vom Bahnhof aus gut zu Fuß erreichen. In Dortmund handelte es sich um eine 3,5 Kilometer lange Strecke zum Stadion. Um die Besucher dennoch dafür zu begeistern, diese Strecke zu laufen, wurde sie gastronomisch und kulturell aufgewertet. Gastronomen, Einzelhändler und

Anwohner beteiligten sich an diesem Projekt. Besonderes Highlight war ein roter Teppich vom Bahnhof bis zum Stadion, über den die Besucher schreiten durften. Um es den Gästen so einfach wie möglich zu machen, wurden in jeder Stadt Beschilderungen aufgehängt, die ihnen den Weg erklärten. Zusätzlich konnten sie sich schon im Vorfeld im Internet oder in Broschüren und Zeitungen darüber informieren, in welcher Stadt sie bequem zu Fuß zum Stadion gelangen konnten.

Anwohnerschutzzonen

„Trotz Parkraummanagement war für das Wohn-Umfeld der Stadien eine stärkere Belastung durch den Autoverkehr zu erwarten.“⁷⁹ Um dagegen zu wirken, wurden Anwohnerschutzzonen eingerichtet. Diese Zonen durfte an den Spieltagen nicht vom normalen Autoverkehr befahren werden, sondern nur von Anliegern und Gewerbetreibenden.

Bus-Shuttle-Verkehr

Eine weitere Maßnahme um Autofahrten zu reduzieren, war der Einsatz von Bus-Shuttles für VIPs, Mitarbeiter und Medienvertreter. Diesen fuhren von den zentralen Hotels, den Bahnhöfen und Flughäfen aus.

Fahrradverkehr

In den meisten WM-Städten standen an den Stadien 200-600 Fahrradstellplätze zur Verfügung, um den Besuchern die Anreise mit dem Fahrrad zu vereinfachen. Allerdings wurden keine neuen Radwege erstellt, da man nicht mit einer so großen Menge Fahrradfahrern rechnete.

Umweltfreundliche Fahrzeuge

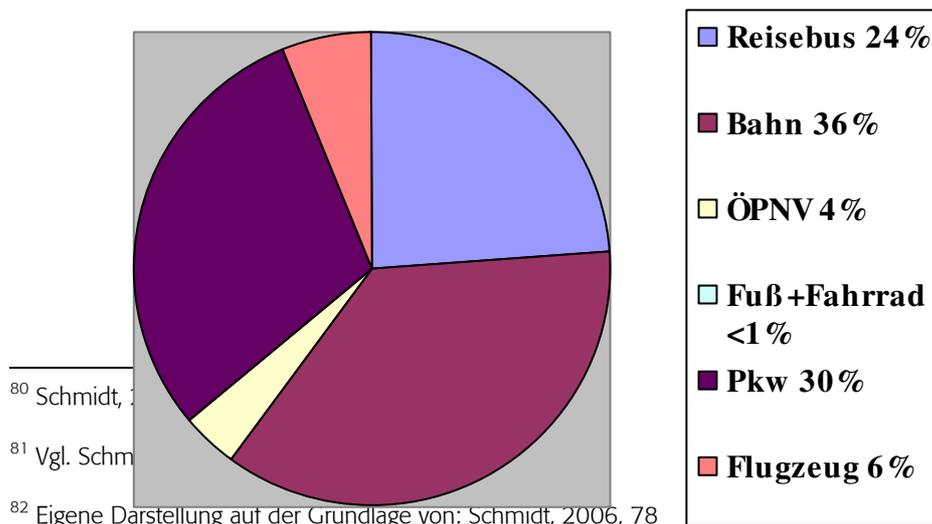
Teilweise konnten in den Städten Berlin und Hamburg Busse mit Wasserstoff-Verbrennungsmotor eingesetzt werden. „Diese Busse emittieren nahezu keine Luftschadstoffe und unterschritten den erst ab 2008 in Europa verbindlichen Abgasgrenzwert Euro IV erheblich. Da der Wasserstoff für die Brennstoffzelle mit zertifiziertem Strom aus regenerativen Quellen erzeugt wurde, fuhren die Busse nicht nur schadstofffrei, sondern auch CO₂-

⁷⁹ Schmidt, 2006, 76

neutral.⁸⁰ Zusätzlich wurden in Dortmund und Gelsenkirchen 25 Fahrzeuge mit Dieselrußfilter ausgestattet. In Hamburg waren es zu Beginn der WM 250 Busse mit Rußpartikelfiltern.⁸¹

Das festgelegte Green Goal Ziel im Bereich Mobilität wurde erreicht und sogar übertroffen. Im Durchschnitt aller WM-Spiele nutzten 57 Prozent der Zuschauer öffentliche Verkehrsmittel zur An- und Abreise zu den WM-Stadien, dazu gehörte auch der Park&Ride-Verkehr, damit ist die Nutzung privater Fahrzeuge zu einem etwas außerhalb befindlichen Bezirk gemeint und die Weiterfahrt zum Stadion mit öffentlichen Verkehrsmitteln. 70 Prozent der Gesamtverkehrsleistung wurde durch den öffentlichen Verkehr ausgemacht. Lediglich 30 Prozent bestanden aus Pkws (vgl. Abb. 12).

Abbildung 12: Anteil der Verkehrsmittel an der Gesamtverkehrsleistung der WM⁸²



Zu den Zielen gehörte die Reduzierung der Klimabeeinflussung durch den Verkehr während der WM. Man wollte die Abgas- und Lärmbelastung für die Anwohner der Umgebung möglichst gering halten. Hier sollte eine Reduzierung der Schadstoffe um 20 Prozent erfolgen. Eine Maßnahme dazu war das speziell für die WM konzipierte Angebot der Deutschen Bahn. Dazu gehörten das Weltmeisterticket, der Weltmeister Pass und Weltmeister Surf&Rail. Das Weltmeisterticket war so lange gültig wie die Deutsche Nationalmannschaft beim Turnier teilnehmen konnte, also abhängig von deren Erfolg bei der WM. Der Weltmeister Pass galt für die gesamte Dauer der WM in ganz Deutschland. Das Surf&Rail Spezial Ticket war nur im Internet erwerbbar und galt von allen Deutsche Bahn Bahnhöfen zu den 12 WM Stadien für die Hin- und Rückfahrt. Außerdem bot die Deutsche Bahn AG Charterangebote für Fußballmannschaften und große Fangruppen. „Es wurden 300 zusätzliche Fernverkehrszüge mit einer Kapazität von 150.000 Sitzplätzen eingesetzt.“⁸³

Das Ziel konnte weitestgehend erreicht werden. Der Reiseverkehr zu den WM-Städten und Stadien erzeugte Treibhausgasemissionen in Höhe von 73.000 Tonnen CO₂. Dazu wurden nicht die Emissionen gezählt, die durch die An- und Abreise ausländischer Besucher außerhalb Deutschlands entstanden. Ohne die ergriffenen Maßnahmen hätte es eine Treibhausgasemission von circa 90.000 Tonnen gegeben. Eine Einsparung von 17.000 Tonnen entspricht einer Minderung der Treibhausgasemissionen um 19 Prozent, was eine erfolgreiche Umsetzung aller Bemühungen widerspiegelt.⁸⁴

4.3.5 Klima

Oberstes Ziel des war es, die WM 2006 möglichst klimaneutral, also ohne Auswirkungen auf das Klima durchzuführen.

⁸³ Schmidt, 2006, 74

⁸⁴ Vgl. Schmidt, 2006, 81

Es wurde eine 3-stufige Strategie verfolgt.

„Zuerst wird über emissionsmindernde Energiespar- und Effizienztechnologien sowie über die Nutzung umweltfreundlicher Transportmittel bei der WM der Energiebedarf gesenkt und die Energieeffizienz gesteigert. Danach folgt die Nutzung erneuerbarer Energien in den WM-Stadien beispielsweise durch den Bau von Solaranlagen oder den Einsatz von grünem Strom. Schließlich werden die dann noch verbliebenen Treibhausgasemissionen kompensiert.“⁸⁵

Green Goal suchte nach geeigneten Klimaschutzprojekten, um die Kohlendioxidgase, die bei der WM erzeugt wurden, auszugleichen. „Bei der Auswahl der Projekte stand im Mittelpunkt, dass sie einerseits einen hohen Umwelteffekt, andererseits auch großen gesellschaftlichen Nutzen für die lokale Bevölkerung mit sich bringen sollte.“⁸⁶

Es wurden 3 Klimaschutzprojekte in Indien und Südafrika ausgesucht:

Projekt „Family Clean Energy Packages“:

Der Deutsche Fußball Bund finanzierte dieses Projekt in dem indischen Bundesstaat Tamil Nadu, einer von dem Tsunami 2004 betroffenen Region, mit 500.000 Euro.

Von der finanziellen Unterstützung wird für circa 700 Familien der Anschluss an Biogasanlagen ermöglicht, in denen Kuhdung vergoren wird. Diese Anlagen erzeugen Gas zum Kochen, damit werden klimaschädigende Methanemissionen verhindert. Den Familien wird bei der Renovierung der Häuser geholfen und bei Bedarf werden ihnen Kühe zur Verfügung gestellt. Auf zehn Jahre gesehen, können durch diese Methode circa 30.000 Tonnen CO₂ eingespart werden.

Mit 700.000 Euro wurden die beiden anderen Projekte in Südafrika durch die FIFA, die Deutsche Telekom und dem Filmverband Plastics Europe unterstützt. Bei dem einen Projekt wird in einer Kläranlage in der Nähe von Johannesburg klimaschädliches Klärgas abgeleitet und zur Stromerzeugung genutzt. Dieses Methangas gelangte davor ungehindert in die Atmosphäre.

Bei dem zweiten Projekt wird eine große Zitrusfarm in Südafrika durch nachwachsende Rohstoffe anstelle von Kohle mit Energie versorgt.

Durch diese zwei Projekte können in den nächsten drei bis vier Jahren circa 70.000 Tonnen Klimagase der WM 2006 ausgeglichen werden.

⁸⁵ Schmidt, 2006, 85

⁸⁶ Schmidt, 2006, 86

Alle drei Projekte sollten in ihrem gesamten Bestehen an die 100.000 Tonnen CO₂ einsparen.⁸⁷

Damit die Fußball WM 2006 im Nachhinein als klimaneutral gelten konnte, mussten 92.000 Tonnen CO₂ eingespart werden.⁸⁸ „Somit ist es zum ersten Mal in der Geschichte einer WM gelungen, die Treibhausgasemissionen, die im Gastgeberland zwangsläufig mit der WM verbunden und unvermeidbar waren, nicht nur komplett zu neutralisieren, sondern zu einem Teil sogar zu überkompensieren.“⁸⁹

4.3.6 Kommunikation

Green Goal wurde in erster Linie über seine Website publik gemacht. Die Öffentlichkeit wurde über die Entstehung, Ziele, Partner und die Hintergründe des Green Goal-Konzepts informiert. Zusätzlich wurden Presse-Veranstaltungen abgehalten und Publikationen herausgegeben. Außerdem gab es ein extra entwickeltes Green Goal Logo (vgl. Abb.13), ein Poster und Broschüren zum Konzept.

Abbildung 13: Green Goal Logo⁹⁰



⁸⁷ Vgl. Schmidt, 2006, 90-94

⁸⁸ Vgl. Schmidt, 2006, 92

⁸⁹ Schmidt, 2006, 14

⁹⁰ Bleher, 2008, 1

International wurde Green Goal in der Abteilung Kommunikation durch UNEP unterstützt. Weitere Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit erhielten sie durch Partner, nationale Förderer und die WM Stadien.

Es war wichtig, die Öffentlichkeit für das Thema Umweltschutz zu sensibilisieren und sie zu umweltgerechtem Handeln zu bewegen. Dafür gab es unter anderem einen Image Spot von Green Goal der vor jedem Spiel gezeigt wurde und dadurch ein Publikum von 3,2 Millionen Fans erreichte.

Die Aktion „Klub 2006“ war eine Maßnahme um Green Goal aktiv in das Marketing einzubinden. Ziel war die Fußballvereine Deutschlands in die Vorbereitung für die WM 2006 zu integrieren und die Nachwuchsförderung zu stärken. Alle Vereine die beim „Klub 2006“ teilnehmen wollten, mussten bestimmte Trainingsmethoden nachweisen und auch einen WM-Tag veranstalten. Neben dem Thema „Green Goal“ gab es auch noch zwei weitere. Hierbei sollte der Verein eigene kreative Ideen entwickeln, um den Umweltschutz beim Fußball zu fördern und musste diese auch präsentieren. Zur Auswahl standen Ideen wie zum Beispiel ein Klima Quiz oder eine Green Goal Rallye. Eigene Ideen wurden allerdings besser bewertet. Zu gewinnen gab es unterschiedliche Preise, zum Beispiel ein Trainingsspiel gegen die Nationalmannschaft oder gegen einen der Bundesligisten.⁹¹

Dennoch verfehlte die Kommunikation die breite Öffentlichkeit. Green Goal wurde nicht in die Gesamtkommunikation der WM eingebunden, die Zuschauer wurden nicht genügend über das Konzept informiert. „Die Offiziellen Partner und Nationalen Förderer von Green Goal, sollten ermuntert werden, Botschaften des Umweltprogramms zu kommunizieren. In diesen Bereichen lassen sich die positiven Erfahrungen von Green Goal zukünftig sicherlich noch ausweiten.“⁹²

⁹¹ Vgl. Wilts, 2005, 4-5

⁹² Schmidt, 2006, 112

4.4 Fazit

Wasser

Maßnahmen wie die Regenwasserzisterne, die Installation im Sanitärbereich, wie zum Beispiel die Trockenurinale und die erfolgreiche Umsetzung der Einsparmaßnahmen machten es möglich im Bereich Wasser die vorher festgelegten Ziele zu erreichen.

Abfall

Die Stadien bei der WM präsentierten sich sauber. Verantwortlich dafür waren Maßnahmen, wie die Verwendung des Mehrwegsystems und die Mülltrennung. Folgende Erkenntnis gab es im Bereich Abfall: „Um Fans und Besucher wirksamer zu sensibilisieren, hätte vor allem im Vorfeld der Weltmeisterschaft, z.B. beim Versand der Tickets, besser über die getrennte Abfallsammlung mit ihren Piktogrammen informiert werden müssen. Außerdem hätten alle Stadien konsequent zur Einhaltung der Getrenntsammlung und der Verwendung der Green Goal Piktogramme verpflichtet werden sollen.“⁹³

Energie

In diesem Bereich wurden Erfolge erzielt durch die Installation von mehreren Tausend Quadratmetern Solarzellen und die Belieferung mit Ökostrom. „Das Green Goal Energiekonzept zeigt aber auch, dass in den Stadien beträchtliche Energieeinsparpotenziale bestehen, die jedoch zur WM nicht alle erschlossen werden konnten.“⁹⁴

Verkehr

Der ÖPNV wurde öfter genutzt als erwartet. „Insgesamt entfielen damit bei der WM im Durchschnitt der Spiele und Städte rund 74 Prozent aller Fahrten bzw. Wege zum Stadion und zurück auf Busse, Bahnen, Fahrräder und Fußgänger. Lediglich 23 Prozent der Fahrten zum Stadion wurden mit dem Auto zurückgelegt.“⁹⁵

Maßnahmen wie das Kombiticket der Deutschen Bahn, die guten Anbindungen der Stadien an das öffentliche Verkehrsnetz und die anderen Ticketangebote machten dies möglich.

Somit wurden die Treibhausgasemissionen reduziert. Für die Zukunft sollte „völlig auf Parkplätze direkt am Stadion verzichtet werden und es sollten ausschließlich Fahrzeuge mit den

⁹³ Schmidt, 2006, 59

⁹⁴ Schmidt, 2006, 13

⁹⁵ Schmidt, 2006, 80

besten verfügbaren Umweltstandards eingesetzt werden. Für alle Fahrer der Fahrzeuge sollte ein Training in Sprit-sparender Fahrweise verpflichtend sein.⁹⁶

Klima

Die Erfolge im Bereich Klima waren sehr gut. Und die Idee ein Event klimaneutral zu gestalten ist ein guter Ansatz. „Gerade die Auswirkungen der von Sportgroßveranstaltungen verursachten Verkehre auf das Klima werden auch in absehbarer Zukunft nie ganz vermieden werden können. Hier weist das Konzept der Klimakompensation einen Weg in die Zukunft, der ein Standard für Sportgroßveranstaltungen werden sollte.“⁹⁷

13 von 16 Zielen hat Green Goal erreicht, somit 81 Prozent der geplanten Ziele. „Ein erfreuliches Ergebnis für das weltweit erste Umweltprogramm einer FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft.“⁹⁸

Green Goal kann nicht nur ein Vorbild für kommende Welt- und Europameisterschaften sein, sondern auch für andere Großveranstaltungen in der Zukunft. Green Goal hat damit die Basis für die Zukunft geschaffen.

„Die Dokumentation des Erreichten und eine Bewertung der Maßnahmen stellt eine wesentliche Basis dafür dar, dass zukünftige Veranstaltungen ihre Umweltkonzepte darauf aufbauen und weiterentwickeln können.“⁹⁹

5 Leitfaden, für die Organisation eines umweltbewussten Events

5.1 Allgemeine Schritte zu einem umweltbewussten Event

„Umweltprobleme, wie insbesondere die Verschmutzung von Wasser, Luft und Boden und die hieraus resultierenden Folgen für Mensch und Natur, sind seit Beginn der 70er Jahre zunehmend in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses gerückt.“¹⁰⁰

⁹⁶ Schmidt, 2006, 95

⁹⁷ Schmidt, 2006, 95

⁹⁸ Schmidt, 2006, 15

⁹⁹ Schmidt, 2006, 112

Diese Umweltprobleme werden auch von Events hervorgerufen. Ein Gesetz, für die Einhaltung von Umweltschutzmaßnahmen bei Events einzuhalten gibt es bisher noch nicht. Allerdings werden im Umweltrecht 3 Prinzipien aufgeführt, die auch im Veranstaltungsbereich Geltung finden:

Das *Vorsorgeprinzip* besagt, dass Schädigungen an der Umwelt vermieden werden müssen, durch vorausschauendes Handeln und einem schonendem Umgang mit den Ressourcen. So kann man dem Entstehen möglicher Umweltbelastungen vorbeugen.

Das *Verursacherprinzip* bestimmt, wem einzelne Umweltbeeinträchtigungen zuzurechnen sind und wer für die Beseitigung der Umweltbelastungen verpflichtet ist. Derjenige, der für die Umweltbeeinträchtigungen verantwortlich ist, ist auch für deren Beseitigung oder Ausgleich verantwortlich.

Das *Kooperationsprinzip* besagt, dass zur Lösung der Umweltprobleme alle gesellschaftlichen Kräfte zusammenarbeiten müssen.¹⁰¹

Der Begriff der Umweltpolitik wurde im ersten Umweltprogramm der BRD 1971 definiert, „als die Gesamtheit der Maßnahmen, die notwendig sind, um dem Menschen eine Umwelt zu sichern, wie er sie für seine Gesundheit und für ein menschenwürdiges Dasein braucht, um Boden, Luft und Wasser, Pflanzenwelt und Tierwelt vor nachteiligen Wirkungen menschlicher Eingriffe zu schützen und Schäden oder Nachteile aus menschlichem Eingriffen zu beseitigen.“¹⁰²

Diese Umweltpolitik kann man auch auf die Veranstaltungsorganisation übertragen und in diesem Sinne handeln. Das Thema Umwelt stärker im Unternehmen und besonders bei der Veranstaltungsorganisation zu berücksichtigen, gewinnt immer mehr an Bedeutung.

„Wer sich mit dem Komplex „Großveranstaltungen und ihre Wirkung auf die Umwelt“ näher befasst, wird schnell feststellen, dass es aus verschiedenen Gründen sinnvoll, notwendig und erfolgsversprechend ist, Umweltschutzargumente bei der Planung und Durchführung zu beachten.“¹⁰³

¹⁰⁰ Michaelis, 1996, 1

¹⁰¹Vgl. Beck, 1996, 34-36

¹⁰² Förstner, 2004, 16

¹⁰³ Heinzl/Zimmermann, 1990, 15

Dass ein Event die Umwelt beeinflusst, lässt sich nicht bestreiten. Es ist an der Zeit sich als Unternehmen, Eventagentur und Dienstleister ausführlich über die verschiedenen Maßnahmen und Möglichkeiten Events, jeglicher Art umweltschonend zu organisieren, zu informieren und auch danach zu handeln. Das meint auch Caroline Bloom von der Fachmesse IMEX in Frankfurt: „Die Organisatoren und Zulieferer von Veranstaltungen beginnen nun allmählich, die Umweltproblematik ernst zu nehmen. Veränderte Anforderungen zu ignorieren könnte sich schon bald als handfester Wettbewerbsnachteil erweisen.“¹⁰⁴

Um diesen Wettbewerbsnachteil entgegenzuwirken, sollte man nicht nur intern umweltbewusst handeln, sondern dies auch nach außen tragen, damit werben und den Kunden und Dienstleistern das Umweltkonzept offen legen, damit man sein eigenes Unternehmen so in den Vordergrund stellen kann. Denn „viele Menschen haben das Gefühl, dass nur wenig, zu wenig zur Lösung des Umweltproblems unternommen wird und sie haben zugleich das Gefühl, dass die Bedrohung unserer Umwelt immer größere, immer erschreckendere Ausmaße annimmt.“¹⁰⁵ Um den Menschen dieses Gefühl zu nehmen und ihnen gleichzeitig nicht nur zu versprechen, Umweltschutzmaßnahmen durchzuführen, sondern ihnen auch zu offenbaren, welche Maßnahmen man durchführt und vor allem wie, ist es wichtig diese Schritte zu kommunizieren.

Ingo Schwerdtfeger, Geschäftsführer der Marbet Eventagentur hat erkannt: „Klimawandel und Klimaschutz bewegen die Menschen. Auch immer mehr Unternehmen werden sich ihrer ökologischen Verantwortung bewusst.“¹⁰⁶

Events umweltbewusst zu organisieren ist eine Herausforderung und verspricht auch viel Arbeit. Allerdings ist es nicht möglich, ein Event komplett neutral für die Umwelt zu organisieren, „da umweltbelastende Faktoren immer gegeben sein werden.“¹⁰⁷ Aber man muss versuchen diese Faktoren so weit wie möglich einzudämmen. Es wird also immer wichtiger ein Event so umweltbewusst wie möglich zu organisieren. „Nie wurde so intensiv über Maßnahmen für umweltbewusstes Handeln rund um Tagungen, Kongresse und Events diskutiert wie heute.“¹⁰⁸

¹⁰⁴ Forkel-Schubert, 2006, 21

¹⁰⁵ Weimann, 1994, 3

¹⁰⁶ Forest Finance Service, 2008, o.S.

¹⁰⁷ Gaidell/Borkowsky, 2009, 15

¹⁰⁸ Lenz, 2009, o.S.

Der Leitfaden zeigt auf, wie man in jedem der betreffenden Bereiche, wie Mobilität, Abfall, Energie und weitere, Events so umweltbewusst wie möglich organisieren kann. Dies tut nicht nur der Umwelt gut, sondern auch dem Unternehmen. „Klimaneutrale Events und Veranstaltungen bieten für die Veranstalter gleich mehrere Vorteile: Sie leisten einen konkreten Beitrag zum Klimaschutz, profilieren sich dabei als verantwortungsbewusstes Unternehmen und erhalten gleichzeitig zusätzliche Medienpräsenz.“¹⁰⁹ Und auch finanziell können sich umweltbewusste Events positiv auswirken. „Die umweltgerechte Organisation und Durchführung von Veranstaltungen ist dabei häufig sogar kostengünstiger.“¹¹⁰

Obwohl der Leitfaden kein Rezept für ein durchgehend umweltfreundliches Event ohne jeglichen Einfluss auf das Klima ist, bietet er dennoch Lösungsansätze, um den negativen Einfluss auf die Umwelt, durch Veranstaltungen so gering wie möglich zu halten. Gleichzeitig regt er zum umweltfreundlichen Handeln an.

Aber ein Event umweltfreundlich gestalten zu wollen, konfrontiert einen auch mit Problemen. Die Vorbereitung einer Veranstaltung findet meistens unter Zeitdruck statt. Man hat einen festen Termin, an dem alle organisatorischen Maßnahmen abgeschlossen sein müssen. Je näher der Veranstaltungstermin rückt umso hektischer wird die Organisation. In solchen Situationen kann es passieren, dass Kompromisse eingegangen, organisatorische Schritte gekürzt oder gestrichen werden müssen. Das kann auch die umweltorientierte Veranstaltungsplanung treffen. Umso näher die Veranstaltung rückt, desto weniger ist man auch bereit, organisatorische Schritte einzuleiten, die die Planung auf den ersten Blick scheinbar komplizierter machen. Fällt die Terminplanung zu knapp aus, bleibt nicht mehr genug Zeit, alle umweltfreundlichen Maßnahmen zu prüfen. Es ist daher wichtig, frühzeitig einen Zeitplan aufzustellen.

Falls der Veranstalter selbst nicht genug Zeit oder Kompetenz aufweist, um ein gutes Umweltmanagement in die Veranstaltungsplanung zu integrieren, gibt es auch die Möglichkeit einen Umweltberater hinzuzuziehen. Dieser muss von Beginn der Planung an gut in den Veranstaltungsablauf einbezogen werden, er muss den genauen Zeitplan kennen, gute Verbindungen zu den Fachleuten und Mitarbeitern der Veranstaltungsplanung haben und klare Handlungskompetenzen übertragen bekommen, damit er die Möglichkeit hat, direkt mit den Dienstleistern zu kommunizieren. Ebenfalls ist es gut, wenn der Umweltberater Einsicht in die Finanzen hat und den Kostenrahmen kennt. Der Umweltberater kann allerdings „kaum

¹⁰⁹ Forest Finance Service, 2008, o.S:

¹¹⁰ Baller/Blickwedel/Dubrikow, 2008, 4

Garantie für Erfolg und Praktikierbarkeit seiner Vorschläge übernehmen; auf Erfahrungen anderer Veranstalter kann nur selten verwiesen werden.“¹¹¹

Wenn der Veranstalter sich dazu entschließt, keinen Umweltberater hinzu zu ziehen, bedeutet das dennoch nicht, dass er es allein in der Hand hat, wie umweltbewusst seine Veranstaltung wird. „Nicht nur der Veranstalter selbst, sondern auch verschiedene Akteure und Beteiligte können dazu beitragen, dass Umweltgesichtspunkte bei einer Veranstaltung rechtzeitig und ausreichend beachtet werden.“¹¹²

Bei Veranstaltungen werden im Vorfeld normalerweise Verträge zwischen Veranstalter und Dienstleistern, wie dem Catering-, Reinigungs- oder Technikunternehmen oder auch zur Mietung eines Veranstaltungsgeländes abgeschlossen. Dabei kann der Veranstalter versuchen, seine Umweltschutzmaßnahmen durchzusetzen und hierfür eine Klausel in den Verträgen festzulegen.

Neben dem Verhalten von Veranstaltern und Dienstleistern ist es auch noch von Bedeutung, wie die Teilnehmer der Veranstaltung auf die umweltschonenden Maßnahmen reagieren. Der Veranstalter macht den Teilnehmern genau betrachtet lediglich Vorschläge zu umweltfreundlichen Handeln, an den Teilnehmern liegt es dann ob sie diese umsetzen oder dagegen wirken. Bringen die Teilnehmer Mehrwegbecher auch zurück zu den Verkaufsständen, oder werfen sie sie wahllos weg? Halten sie sich an die vorgegebene Mülltrennung? Fragen, die von den Event-Besuchern abhängig sind und die Veranstalter nur bedingt beeinflussen können. An ihnen liegt es die Teilnehmer für die umweltschonenden Maßnahmen zu motivieren. Es ist also von Bedeutung, sich Gedanken über die Kommunikation nach außen, zu den Teilnehmern, zu machen, um Umweltschutzpläne zu verwirklichen.

Um die gewünschten Umweltmaßnahmen umzusetzen, gibt es mehrere Instrumente. Die normativen Instrumente bestehen aus Gesetzen, Verträgen, Vereinbarungen, Regelwerken, Genehmigungen, Auflagen und Zulassungen. Zu den ökonomischen gehören, Gebühren, Preise und Pfand. Und die persuasiven Instrumente sind überredend und überzeugend.¹¹³ Das bedeutet, dass normative Instrumente dem Veranstalter zum Beispiel durch das Jugendschutzgesetz verbieten, Alkohol an Jugendliche auszuschenken und durch das ökonomische Instrument Pfand, wird das Mehrwegsystem für alkoholfreie Getränke ermöglicht. Es

¹¹¹ Heinzl/Zimmermann, 1990, 21

¹¹² Heinzl/Zimmermann, 1990, 31

¹¹³ Heinzl/Zimmermann, 1990, 35

gibt allerdings kein Gesetz, welches festschreibt wie umweltfreundlich eine Veranstaltung sein muss. „Das deutsche Recht kennt keine allgemeine Genehmigungspflicht für Veranstaltungen“¹¹⁴ Allerdings gibt es dennoch viele Vorschriften, die bei der Organisation einer Veranstaltung eingehalten werden müssen, wie zum Beispiel der Jugendschutz, der Brandschutz oder auch der Antrag auf Schankerlaubnis. Um gezielt Umweltbelastungen zu reduzieren, können dem Veranstalter Auflagen dazu erteilt werden.¹¹⁵

Um eine reibungslose Veranstaltung zu gewährleisten, ist die Absprache und Kooperation mit der Polizei sehr wichtig. Denn diese verhindert auch Verstöße gegen den Umweltschutz, wie zum Beispiel wildes Parken.

Eine umweltbewusste, grüne Veranstaltung, zu organisieren, bedeutet sich in den verschiedenen Bereichen wie Mobilität, Abfall, Energie, Catering, Veranstaltungsort und Kommunikation über die umweltschädlichen Vorgänge zu informieren und dann in jedem Bereich gezielt dagegen vorzugehen.

5.2 Mobilität

„Die Hauptbelastung der Umwelt wird bei Veranstaltungen in der Regel durch die An- und Abreise der TeilnehmerInnen verursacht. Hinzu kommen Umweltbelastungen durch die Fahrten vor Ort“¹¹⁶

Plant man eine Veranstaltung, ist es schon im Vorfeld notwendig, auch bei der Planung präventiv umweltbewusst zu handeln. Zum Beispiel können Besprechungen des Organisationskomitees anstatt vor Ort via Telefonkonferenz abgehalten werden. Dadurch wird nicht nur die Umwelt geschont, es werden auch Zeit und Geld gespart und man verhindert zusätzlichen Verkehr zu dem eigentlichen Veranstaltungsverkehr der Event Besucher.

Eine weitere Möglichkeit im Bereich Mobilität die Umwelt zu schonen, ist die Idee der klimaneutralen Mobilität. Damit ist gemeint, dass versucht wird alle verkehrsbedingten Treibhausgasemissionen durch andere Maßnahmen zu kompensieren. Zum Beispiel durch den Kauf von Treibhausgas-Emissionszertifikaten oder das Spenden an Hilfsprojekte in Entwicklungs-

¹¹⁴ Heinzl/Zimmermann, 1990, 38

¹¹⁵ Vgl. Heinzl/Zimmermann, 1990, 38

¹¹⁶ Baller/Blickwedel/Dubrikow, 2008, 7

ländern.¹¹⁷ Treibhausgas-Emissionszertifikate schaffen die rechtliche Voraussetzung, vereinbarte Verpflichtungen zur Reduzierung von Treibhausgasen einzuhalten.

Wenn man sich als Organisationsteam um die Auswahl des Veranstaltungsortes kümmert, sollte man darauf achten, dass dieser gute Verkehrsanbindungen hat und für die Event-Besucher einfach und schnell zu erreichen ist. Die Veranstaltungszeiten sollten möglichst so gewählt werden, dass sie den Besuchern eine reibungslose An- und Abreise ermöglichen.

Um die Veranstaltungs-Teilnehmer davon abzuhalten, den Pkw zur Anreise zu nutzen, müssen gute Alternativen angeboten werden. Das Verkehrsnetz der öffentlichen Verkehrsmittel muss gut ausgebaut sein. Eintrittskarten sollten als Kombiticket verkauft werden, damit die Eintrittskarte auch als Fahrkarte gilt. Die Besucher müssen im Vorfeld darüber informiert werden, dass sie die öffentlichen Verkehrsmittel mit ihrer Eintrittskarte umsonst nutzen dürfen. Man sollte ihrer Eintrittskarte Anreise- und Wegbeschreibungen beilegen und die aktuellen Fahrplanauskünfte, um ihnen die Anreise so einfach wie möglich zu gestalten. Auch am Veranstaltungsort selbst sollten zahlreiche Fahrplanauskünfte aushängen. Die Absprache mit den Verkehrsbetrieben über die Anfangs- und Endzeiten der Veranstaltung ist wichtig, um den Teilnehmern eine angenehme An- und Abreise zu ermöglichen. Desweiteren sollte man bei einem zu erwartenden großen Ansturm von Besuchern, zusätzliche Sonderfahrzeuge einsetzen, um die öffentlichen Verkehrsmittel zu entlasten. Auch wenn der organisatorische Aufwand groß ist, Sonderzüge und Busse einzusetzen, kann es dennoch sehr effektiv sein und ist für die Event-Teilnehmer eine kostengünstige Variante.

Eine weitere Maßnahme wäre die Senkung des Eintrittspreises der Veranstaltung für diejenigen, die nicht mit ihrem Pkw anreisen und dies vor Ort nachweisen können. Ebenfalls hält es die Besucher davon ab mit dem Pkw anzureisen, wenn vor Ort hohe Parkplatzgebühren anfallen. Oder wenn die Parkplätze weiter entfernt von der Veranstaltung sind, also kaum oder keine Parkplätze direkt bei dem Veranstaltungsplatz sind. Allerdings muss darauf geachtet werden, dass genügend Parkplätze für Behinderte in der Nähe zur Verfügung stehen. Wildem Parken auf Gehwegen, Privatwegen, Grünflächen und Wiesen kann entgegengewirkt werden, indem eine strenge Bewachung der Polizei erfolgt. Umliegende Straßen sollten gesperrt werden, um die Anwohner vor Verkehrslärm zu schützen, dazu sollten Anliegerpassierscheine ausgegeben werden. Desweiteren kann man den Besuchern Fahrräder vor Ort bereitstellen. Die Aktion „Call a Bike“ von der Deutschen Bahn kann mit der eigenen Veranstaltung kombiniert werden. Bei dieser Aktion können Fahrräder von den Besuchern beliebig

¹¹⁷ Vgl. Baller/Blickwedel/Dubrikow, 2008, 7

lange und zu jeder Tageszeit kostengünstig ausgeliehen werden und nach Gebrauch wieder an einer größeren Kreuzung oder einem Platz in der Stadt abgestellt werden.¹¹⁸

Plant man eine Veranstaltung bei der viele der Teilnehmer auch naheliegende Hotels nutzen, ist es sinnvoll, einen Shuttleservice zur Verfügung zu stellen oder Fahrgemeinschaften zu organisieren, um die Nutzung des Pkws einzuschränken. Wenn man plant, Busse für die Veranstaltung einzusetzen, sollte man sich erkundigen, welcher Bus das Umweltzeichen „Blauer Engel“ besitzt. Dieses steht für emissions- und lärmarme Omnibusse. „Der blaue Engel ist das erste und bekannteste Umweltzeichen der Welt. Er setzt Maßstäbe für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen, die von einer unabhängigen Jury nach definierten Kriterien beschlossen werden.“¹¹⁹ Durch den Blauen Engel wissen die Konsumenten, welche Produkte umweltfreundlich sind und die Unternehmen können Ihre Produkte somit in den Vordergrund stellen, zusätzlich wird ihr Umweltmanagement dadurch anerkannt. Der Veranstalter selbst, sowie die Mitarbeiter vor Ort, sollten als gutes Beispiel vorausgehen und auch von öffentlichen Verkehrsmitteln Gebrauch machen.

5.3 Veranstaltungsort und Unterbringung der Teilnehmer

„Die Wahl des richtigen Veranstaltungsortes hängt oft auch mit den zu erwartenden organisatorischen und umweltrelevanten Herausforderungen zusammen.“¹²⁰

Wenn man sich für einen Veranstaltungsort entscheidet, sollten folgende Fragen gestellt werden: Wie steht es um das Abfallmanagement des Veranstaltungsortes? Wie hoch ist der Energie- und der Wasserverbrauch vor Ort? Hat man vom Veranstaltungsort aus gute Verkehrsanbindungen? Mit welchen Dienstleistern ist der Veranstaltungsort verbunden? Woher beschaffen Sie sich Ihre Materialien? Wie und von wem werden sie versorgt?

Um das richtige Hotel für die Unterbringung der Event-Teilnehmer und generell aller Beteiligten der Veranstaltung zu finden, hilft es sich an Umweltkennzeichen zu halten, wie zum Beispiel der EMAS System Registrierung, das europäische Umweltzeichen oder die Marke Viabono. Sind Dienstleister, Hotels, Konferenzgebäude oder Gaststätten mit einem dieser

¹¹⁸ Vgl. Call a Bike, o.S.

¹¹⁹ Blauer Engel, o.S.

¹²⁰ Heinzl/Zimmermann, 1990, 29

Zeichen gekennzeichnet, bedeutet dies, dass diese Unternehmen die Einhaltung von Umweltanforderungen nachweisen müssen und somit für ein umweltfreundlich organisiertes Event geeignet sind. „EMAS bietet Organisatoren von Veranstaltungen den passenden Rahmen, um interne Verantwortlichkeiten der verschiedenen Ebenen und Umweltziele festzulegen, die Maßnahmen kontrolliert umzusetzen und ihre Umweltleistungen mithilfe der „Umwelterklärung“ für die interessierte Öffentlichkeit darzustellen. Die Eintragung in das europäische EMAS-Register trägt schließlich zu einer europaweiten Bekanntmachung der Veranstalter bei.“¹²¹

Jedoch sollte die Unterkunft generell jedenfalls Mindeststandards für Umweltschutz anbieten, damit ist gemeint:

- Recycling von Papier, Metall, Glas und Plastik
- Das Personal ist darauf geschult, bei Räumen die gerade nicht genutzt werden, das Licht auszuschalten und die Klimaanlage bzw. Heizung herunterzudrehen
- Die Zimmer sind mit Seifenspender, Shampoo und Lotion versehen
- Den Gästen wird das Angebot gemacht Handtücher und Bettwäsche zwei Mal zu benutzen ¹²²
- Einsatz von Recyclingpapier
- Minimierung der Flyeranzahl, Broschüren

Von vornerein sollten allerdings auch Hotels bevorzugt werden, die möglichst in Fußnähe zum Veranstaltungsort liegen.

Als Veranstalter ist es wichtig, Zulieferer und Dienstleister davon in Kenntnis zu setzen, welche Umweltstandards das Event haben soll und gleichzeitig auch ihre Umweltstandards zu prüfen. Ebenfalls sollte die Umgebung des Veranstaltungsortes genau geprüft werden. „Städte mit ausgebautem Öffentlichem Nahverkehr, der die Hauptattraktion und Kongressorte verbindet und diese mit den Verkehrsknotenpunkten wie dem Flughafen, sollten vorgezogen werden.“¹²³

Bei Veranstaltungen im Freien, sollten alle Umweltbelastungen vermieden werden, die schwer behebbare Schäden an und in der Natur hervorrufen. „Umweltbelastungen, die

¹²¹ Baller/Blickwedel/Dubrikow, 2008, 16

¹²² Vgl. Convention Industry Council, 2005, o.S.

¹²³ Convention Industry Council, 2005, o.S.

identifiziert und möglichst vermieden, beziehungsweise minimiert werden sollten, sind zum Beispiel Lärm, Bodenbelastungen, Schäden an der Vegetation und Fauna, Gewässerverschmutzungen und Luftbelastungen.¹²⁴

5.4 Energie und Klima

In diesem Bereich können Veranstalter nur begrenzt eingreifen, da bei festen Konferenzgebäuden oder Hotels baulich kaum Veränderungen vorgenommen werden können. Auch hier sollte man EMAS-registrierte Einrichtungen auswählen, um einen niedrigen Energieverbrauch und einen geringen negativen Einfluss auf das Klima sicher zu stellen.

Die eingesetzte Technik sollte energieeffizient sein. Energiesparende Glühbirnen senken den Stromverbrauch. Räumlichkeiten sollten nie zu stark im Winter gewärmt und nicht zu stark im Sommer gekühlt werden. „Es wird empfohlen, Heizen nicht über 20° Celsius, Kühlen nicht mehr als 6° Celsius unter der Außentemperatur.“¹²⁵

Gebäude die ein angenehmes Klima ohne Klimaanlage erreichen können, sollten bevorzugt werden. Wenn bauliche Maßnahmen möglich sind, sollten erneuerbare Energien, wie zum Beispiel Photovoltaik-Anlagen oder thermische Solaranlagen installiert werden. Eine gute Wärmedämmung spart zusätzlich Strom ein. Es sollte angestrebt werden, die Versorgung soweit wie möglich über regenerative Energien zu decken. Braucht man eine temporäre Stromversorgung, sollte man auf Dieselaggregate verzichten, da diese zu in einem hohen Maß umweltschädlich sind. Die erzeugten Treibhausgasemissionen vor Ort sollten durch die Investition in Klimaschutzprojekte kompensiert werden.

5.5 Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen

In diesem Bereich kann man sich auch an Umweltzeichen, wie dem Blauen Engel oder dem Europäischen Umweltzeichen orientieren, da diese aussagen, welche Produkte oder Dienstleister die Umweltkriterien berücksichtigen.

¹²⁴ Heinzl/Zimmermann, 1990, 135

¹²⁵ Baller/Blickwedel/Dubrikow, 2008, 11

Hierbei ist es wichtig, dass alle für die Veranstaltung benötigten Güter umweltverträglich eingekauft werden. Für alle öffentlichen Publikationen, wie Flyer, Handzettel, Kopien oder ähnliches, wird ausschließlich umweltfreundliches Papier verwendet. Sowohl die Produkte, die intern bei der Veranstaltung gebraucht und genutzt werden, als auch die, die extern eingesetzt werden, sollten umweltverträglich sein, den festgesetzten Umweltstandards entsprechen oder mit einem Umweltzeichen versehen sein. Auch die Verwendung von wiederverwendbaren Bühnen, Ständen und Dekorationsmaterialien sollte sichergestellt sein, denn diese Maßnahme spart nicht nur Geld beim Neueinkauf, sondern auch bei der Entsorgung und vermeidet dadurch Abfälle. Braucht man die Materialien nur für eine oder wenige Veranstaltungen, bleibt auch noch die Möglichkeit die Materialien von Verleih- und Mietdiensten zu mieten.

„Die Gesamtkosten umweltfreundlicher Alternativen sind nicht grundsätzlich höher als die konventioneller Waren und Dienstleistungen: Bei einer Berücksichtigung der gesamten Lebenszykluskosten ergeben sich sogar vielfach Chancen zu deutlichen Kosteneinsparungen.“¹²⁶ Dies liegt daran, dass zwar der Einkaufspreis umweltfreundlicher Produkte höher ist, diese jedoch langfristig weniger Energie verbrauchen und eine längere Lebensdauer haben. Auf der Internetseite www.beschaffung-info.de findet man Informationen zur umweltfreundlichen öffentlichen Beschaffung.

5.6 Catering

Im Bereich Catering werden die Lebensmittel und ihre Zubereitung betrachtet. Um diesen Bereich umweltfreundlich zu gestalten sollten überwiegend saisonale, ökologisch angebaute und fair gehandelte (Fairtrade) Produkte verwendet werden. Unter Fairtrade versteht man einen kontrollierten Handel, bei dem Waren aus Entwicklungsländern in Industrieländer exportiert werden. Den Produzenten in den Entwicklungsländern wird somit ein höheres Einkommen ermöglicht als im herkömmlichen Handel, gleichzeitig werden Umwelt- und Sozialstandards eingehalten.

Die Bewirtschaftung bei einer Veranstaltung ist inzwischen überwiegend präsent. „Für die unterschiedlichsten Veranstaltungstypen ist es üblich geworden, Speisen und Getränke an-

¹²⁶ Hartmann, 2009, 5-6

zubieten und somit ist dies zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor jeder Veranstaltung geworden. Die Folgen sind Entsorgungsprobleme und Abfallberge¹²⁷

Um Kosten zu sparen, empfiehlt es sich Leitungswasser als Trinkwasser anzubieten. Die Qualität des Leitungswassers ist in Deutschland sehr hoch und ist damit als Trinkwasser unbedenklich. Weiterer Vorteil ist, dass Verpackungsmaterial so nicht anfällt und auch keine zusätzlichen Transporte notwendig sind.

Zu den ökologisch angebauten Produkten gehören Marken, wie Bioland, Demeter und Naturland. Auf www.transfair.org kann man sich als Konsument darüber informieren, welche Produkte das „Fairtrade Siegel“ (vgl. Abb. 14) tragen und somit fair gehandelt wurden. Mindestens ein Produkt sollte entweder aus biologischer Produktion stammen oder aus fairem Handel oder es sollte mit einem Umweltzeichen versehen sein.

Abbildung 14: Das internationale Fairtrade-Siegel¹²⁸



¹²⁷ Vgl. Heinzel/Zimmermann, 1990, 56

¹²⁸ Transfair.org, o.S.

Produkte sind umso umweltschonender, je kürzer die Transportwege sind. Den Cateringpartner sollte man also sowohl mit Berücksichtigung auf die Entfernung wählen, als auch auf die Herstellung seiner Produkte.

Es ist sehr ökologisch, übriggebliebene Lebensmittel an gemeinnützige Organisationen, wie zum Beispiel die „Tafel“ zu verteilen, anstatt sie wegzuerwerfen. Falls dies nicht erfolgt, sollte wenigstens vorschriftsmäßig kompostiert werden.

Cateringfirmen sollten grundsätzlich wiederbenutzbares Geschirr und Besteck verwenden, sowie Mehrwegbecher, umweltfreundliche Servietten, Tischdecken und Dekoration. Sollte Wegwerfware unumgänglich sein, dann sollte diese jedenfalls kompostierbar sein.

Erhebt man Pfand auf Leihgeschirr, werden die Besucher veranlasst dieses auch wieder zurückzubringen. Verteuert man Getränke aus Einwegflaschen gegenüber solchen aus Mehrwegflaschen, wird deren Verbrauch auch gemindert.

Mehrwegbecher einzusetzen, birgt mehrere Vorteile: „Verschiedene Untersuchungen haben eindeutig nachgewiesen, dass Mehrwegflaschen unter Umweltgesichtspunkten am günstigsten zu beurteilen sind – einschließlich der Berücksichtigung des Reinigungs- und Transportaufwandes. Ihr Einsatz erfordert am wenigsten Energie, Wasser und Rohstoffe. Bier und Sprudelmehrwegflaschen können rund 60 Mal verwendet werden.“¹²⁹ Die Nutzung von Mehrwegflaschen vermindert auch die Abfallmenge.

Um Einwegbehälter zu reduzieren, gibt es die Möglichkeit, den Verkauf ganz zu verbieten oder die Nutzung des Einwegbechers nur für bestimmte Getränkearten erlauben. Kann man dies nicht durchsetzen, sollten erhöhte Preise für Einwegflaschen erhoben werden, mit der Begründung einer Abfallgebühr für die erhöhten Kosten der Müllbeseitigung.

Lebensmittel sollten in Großpackungen eingekauft werden, die Verpackung sollte recyclingfähig sein und am Ende auch recycelt werden. Es sollten Speisen ausgewählt werden, die möglichst wenig Verpackung, Geschirr und Besteck benötigen. Auf besonders aufwendig verpackte Snacks sollte verzichtet werden.

Für den Veranstalter scheint die Nutzung von Einweggeschirr aus Pappe und Plastik auf den ersten Blick rentabel und einfacher. Die Beschaffung, Lagerung und der Transport sind einfach, die notwendige Geschirrmenge muss nicht genau kalkuliert werden und es kann auch vorkommen dass Einweggeschirr billiger ist als Leihgeschirr. Auch eine Spüleinrichtung erüb-

¹²⁹ Heinzl/Zimmermann, 1990, 61

rigt sich mit Einweggeschirr. „Die Planung und Durchführung von Mehrweggeschirr erfordert mehr Nachdenken, mehr Sorgfalt und mehr Eigeninitiative als der Einkauf von Wegwerfartikeln.“¹³⁰ Allerdings stehen dagegen auch Vorteile durch die Nutzung von Porzellan und Metall. Dieses zeugt nämlich von einem besseren Image, hinterlässt einen besseren Eindruck und hebt sich ab von dem Fast-Food Charakter. Sind die Voraussetzungen des bereits vorhandenen Geschirrs und der Spüleinrichtung gegeben, ist dies die kostengünstigere Variante. Und generell ist die Nutzung von Mehrweggeschirr aus ökologischen Gründen immer vorzuziehen.¹³¹

Die Entscheidung Mehrweg- oder Einweggeschirr ist immer situationsbedingt, da sie von vielen örtlichen Gegebenheiten abhängt.

Um zu viele übrig gebliebene Lebensmittel zu vermeiden, sollten die Event-Teilnehmer, wenn möglich nach ihrer Essenspräferenz gefragt werden und sich für die Mahlzeit anmelden müssen. So können die Kosten und auch die Nahrungsmittelverschwendung gesenkt werden.

Um zu bestimmen wie umweltverträglich eine Ernährungsweise ist, sollten folgende Punkte betrachtet werden:

- Sind die Lebensmittel aus fernen Ländern oder von regionalen Anbaugebieten?
- Wurden Pestizide und Chemiedünger verwendet?
- Wie viel Abfall ist bei der Erzeugung und Verarbeitung der Nahrungsmittel angefallen?
- Die Art und Menge der Verpackung. Handelt es sich um Einmalware oder gibt es eine Rücknahmemöglichkeit?
- Wie sind Energieart und –verbrauch bei der Zubereitung der Speisen?

„Bei allen Verpflegungsangeboten sollten schon bei der Auswahl von Speisen und Getränken die Kriterien einer umweltschonenden und gesunden Nahrungsmittelerzeugung sowie -verarbeitung Beachtung finden.“¹³²

¹³⁰ Heinzl/Zimmermann, 1990, 73

¹³¹ Vgl. Heinzl/Zimmermann, 1990, 66

¹³² Heinzl/Zimmermann, 1990, 79

Der Energieverbrauch durch das Catering kann zum Beispiel durch den Einsatz solarbetriebener Imbissstände gemindert werden. Man sollte schon im Vorfeld genau nach Verpflegungsbetrieben recherchieren, die gesunde und umweltschonende Angebote anbieten.

„Wichtig ist ein Gesamtkonzept für die Art der angebotenen Lebensmittel, ihre Verpackung sowie die Art, sie zu servieren, um eine möglichst umweltschonende Lösung zu finden.“¹³³

5.7 Abfall

Generell sollte im Bereich Abfall versucht werden, diesen soweit wie möglich zu vermeiden und zu reduzieren. Alle Abfälle sollten erfasst werden, wilde Abfälle sollten verhindert werden. Der anfallende Müll bei einer Veranstaltung sollte vor Ort getrennt und danach, wenn möglich verwertet werden. Der Rest- und Sondermüll muss ordnungsgemäß entsorgt werden. Eine Abfallflut durch die Bewirtung, Büromaterial und das Verteilen von Flyern oder Infobroschüren sollte weitestgehend vermieden werden. Wenn schon Flyer ausgeteilt werden, sollten diese aus umweltfreundlichem Material bestehen.

Das Aufstellen von vielen Abfallinseln ist das A und O bei einer Veranstaltung. Die Besucher eines Events dürfen nicht lange nach einem Mülleimer suchen. Die Mülltrennung muss ohne langes Nachdenken sofort auf den Mülleimern zu erkennen sein, jedem Eventbesucher muss ins Auge stechen in welche Abfalleimer er bestimmte Abfallarten werfen muss. Um viele verschiedene Müllarten zu vermeiden, sollte zum Beispiel Glas vor Ort nicht erhaltbar und erlaubt sein. Am besten sollten die Besucher des Events schon am Eingang auf Glasflaschen kontrolliert werden und diese abgenommen bekommen. Es sollten nur Mehrwegplastikbecher oder

-flaschen angeboten werden, denn diese sind ökologisch vorteilhafter. „Die Verpflegung verursacht bei vielen Veranstaltungen die weitaus meisten Abfälle, deshalb müssen hier auch in besonderer Weise Strategien zur Abfallvermeidung ansetzen.“¹³⁴

Das Reinigungspersonal muss wissen, wie man recyclingfähige und wieder verwertbare Materialien unterscheidet und sie aus dem Müll aussortiert. Dies sollte sichergestellt werden. Temporäre Bauten, Materialien, Einrichtungsgegenstände oder andere Ausstattungen sollten

¹³³ Heinzl/Zimmermann, 1990, 59

¹³⁴ Heinzl/Zimmermann, 1990, 116

möglichst geliehen oder nach der Nutzung weiterverwendet, verkauft oder eben verschenkt werden.

Eine Abfallgebühr veranlasst eine Abfallreduzierung. Es ist wichtig, dass sich die Event-Teilnehmer an die Mülltrennung halten und ihnen diese auch leicht gemacht wird. „Erfahrungen zeigen, dass eine getrennte Abfallsammlung technisch problemlos zu bewerkstelligen ist, häufig jedoch am Verhalten der Besucher scheitert. Daher sollten Aktivitäten hauptsächlich auf eine Abfallvermeidung konzentriert werden.“

5.8 Umgang mit Wasser

Der Wasserverbrauch sollte so niedrig wie möglich gehalten werden. Dies kann man durch wassersparende Armaturen und Spülkästen und durch den Einsatz wassersparender Geräte in den Küchen erreichen. Das Wasser sollte ebenfalls so wenig wie möglich durch Reinigungsmittel belastet werden. Man sollte biologisch abbaubare Reinigungsmittel verwenden. Im Sanitärbereich sollten Trockenurinale und wassersparende Toiletten installiert sein und Waschbecken mit Durchflussbegrenzung. Der Wasserverbrauch kann ebenfalls gesenkt werden, wenn man am Veranstaltungsort Regenwasser sammelt und dieses nutzt, oder Oberflächen- und Brunnenwasser verwendet. Die Abwasser- und Grundwasserbelastung muss soweit wie möglich reduziert werden, um die Verunreinigung von Boden und Grundwasser zu verhindern.

5.9 Natur und Landschaft

Gerade bei Outdoor-Veranstaltungen muss darauf geachtet werden, die Natur nicht durch das Event zu beeinträchtigen. Unvermeidbare Beeinträchtigungen müssen ausgeglichen werden, indem man Maßnahmen des Naturschutzes und der Landschaftspflege ergreift. Bei einer guten Planung kann man die Natur vor Ort positiv nutzen, indem man ihre Ressourcen einsetzt.

In diesen Bereich fällt auch die Belästigung der Veranstaltungsumgebung durch Lärm. Lärmemissionen sollten möglichst an der Quelle reduziert und so gering wie möglich gehalten werden. Um dies zu erreichen, können Schallschutzmaßnahmen ergriffen werden, sollte dies nicht genügen, können bauliche Maßnahmen eingesetzt werden.

5.10 Kommunikation

Das Personal der Veranstaltung muss über die festgelegten Umweltstandards informiert sein und in diesem Sinne handeln. Ebenso sollte man die Umweltstandards nach außen hin kommunizieren, indem man die Medien, Stakeholder und auch Besucher darüber informiert. Bei der ganzen Veranstaltung sollte die Nutzung von Papier überwiegend vermieden werden. Falls Papier zum Einsatz kommt, dann nur recycelbares. Es sollte allerdings versucht werden, das Web und Email zu nutzen. Den Besuchern können elektronische Registrierungen angeboten werden, falls eine Registrierung von Nöten ist. Das Programm und alle weiteren Unterlagen kann man ebenfalls online zur Verfügung stellen.

Im gleichen Ausmaß wie die Veranstaltung beworben wird, so sollte auch die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel beworben werden, dies kann man miteinander kombinieren. „Umweltschutz ist kein Kostentreiber, den sich normale Unternehmen, Kommunen und Institutionen nicht erlauben könnten. Durch den Einsatz effizienter Technik und Optimierung der Stoffströme lässt sich massiv Geld sparen.“¹³⁵

Die Entwicklung zu nachhaltigen Events muss von zwei Seiten unterstützt werden: Die Event-Besucher müssen die nachhaltigen Events fordern, denn das erhöht die Qualität und damit haben die Besucher ein ökologisch reines Gewissen. Die Unternehmen müssen effizientere Technik einsetzen, um die gewünschte Wirkung mit weniger Umwelteinsatz, kostengünstig zu erreichen. Es ist wichtig diese zwei Ansätze voneinander zu trennen, da sie unterschiedliche Kommunikationsstrategien benötigen. Den Zuschauer interessiert es nicht, wie viel Ressourcen genau durch eine Energiesparlampe eingespart werden, er will lediglich das gute Gefühl vermittelt bekommen, an einer klimaneutralen Veranstaltung teilzunehmen.¹³⁶

Aufklärung und Motivation aller Beteiligten der Veranstaltung, veranlassen zum umweltschonenden Handeln. Informationen klären alle Beteiligten auf, in wie fern man umweltbewusst handeln kann, gleichzeitig decken sie auf, wie hoch zum Beispiel ein durchschnittlicher Energieverbrauch ist und wie stark die Umwelt dadurch belastet wird. Der Veranstalter kann die Event-Besucher über Appelle bitten, nicht mit dem eigenen Pkw anzureisen. Die Motivation kann über Wort und Schrift hin zu Belohnungen reichen, wie etwa mit Preisen, Verlosungen

¹³⁵ Wilts, 2005, 9

¹³⁶ Vgl. Wilts, 2005, 9-10

und Wettbewerben. Verlosungen können erfolgen, in dem die Besucher ihre Daten auf ihre Fahrkarte schreiben und diese zur Verlosung geben. Wichtig ist hierbei, dass die Verlosung gleich vor Ort stattfindet. Schafft man für die Besucher einen Anreiz umweltbewusst zu handeln, in dem sie dafür belohnt werden, sind die Chancen auf Erfolge größer.

Klimafreundliches Drucken, umweltfreundliche Werbemittel, recyclingfreundliche Materialien, dies sind alles Maßnahmen die bei dem Bereich Kommunikation auch eingehalten werden müssen, um glaubwürdigen Umweltschutz zu betreiben.

„Die Bedeutung einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit kann nicht hoch genug eingeschätzt werden.“¹³⁷

6. Schluss

Betrachtet man die Auswirkungen von Events auf die Umwelt und beschäftigt sich damit, ist zweifellos zu erkennen, dass Events einen großen Einfluss auf die Umwelt haben. „Auch wenn Großveranstaltungen nicht als die Hauptverursacher von Umweltproblemen wie dem Klimawandel, der Verschmutzung von Luft, Boden und Wasser oder dem rasant fortschreitenden Verlust an Biodiversität bezeichnet werden können, so tragen sie doch weltweit und lokal zu den genannten Umweltproblemen bei.“¹³⁸

Durch eine grüne Veranstaltung kann man dennoch kein Wunder bewirken. Umweltbewusstes Handeln wird nicht kurzfristig wirken, sondern langfristig. „Um gravierende Klimaänderungen zu vermeiden, müsste der weltweite Ausstoß von Treibhausgasen innerhalb der nächsten 100-200 Jahre deutlich gegenüber dem heutigen Ausstoß sinken. Das Klima ist träge und reagiert nur auf langfristige Strategie. Die nächsten Jahrzehnte können wir ohnehin nicht mehr grundlegend beeinflussen, aber heute müssen wir die Weichen für die Klimaentwicklung danach stellen.“¹³⁹

Trotz voranschreitendem Klimawandel, kann man durch konsequente kleine Schritte und durch umweltbewusstes Handeln noch etwas verändern. „Das Klimaproblem ist lösbar. Noch

¹³⁷ Heinzl/Zimmermann, 1990, 39

¹³⁸ Fitschen, 2006, 21

¹³⁹ Latif, 2007, 217

ist Zeit zum Handeln. Wir müssen alle am selben Strang ziehen. Nur wenn wir unser Handeln hinsichtlich der Auswirkungen auf alle Komponenten des Erdsystems überprüfen, wird ein Leben im Einklang mit der Natur möglich sein.“¹⁴⁰

Es ist nicht abzustreiten, dass mit der Aktualität um das Thema sich auch immer mehr Unternehmen damit beschäftigen und die nötigen Schritte ergreifen, um dem Klimawandel entgegenzuwirken und die Umwelt nicht negativ zu beeinflussen. Ebenfalls ist nicht abzustreiten, dass viele Unternehmen nicht der Umwelt zuliebe ein Umweltkonzept entwerfen, sondern vielmehr ihres Images wegen.

Grüne Events zu veranstalten ist, allgemein betrachtet dennoch keine Öko-Euphorie. Denn es handelt sich nicht nur um eine kurzfristige Maßnahme, da Umweltprobleme in unserer Welt schon soweit vorangeschritten sind, dass sie uns auch langfristig beschäftigen werden. Und viele Unternehmen, wie Event-Agenturen, haben begriffen, dass man durch viele kleine Veränderungen bei der Event-Planung, eine große Veränderung im Bereich der Umwelt erreichen kann und es Zeit ist zu handeln, um in der Zukunft etwas zu bewirken. „Das vorherrschende Fazit ist, dass Umweltschutz keine Modewelle ist oder eine Ausrede um Kosten zu sparen, sondern eine Investition in die Zukunft.“¹⁴¹

Grüne Events stellen somit ein erfolgsversprechendes Konzept dar, auch wenn manche ihrer positiven Auswirkungen nicht immer auf kurzfristige Sicht zu erkennen sind. Dennoch verschaffen sie Vorteile, die direkt dem Unternehmen zu Gute kommen. „Grüne Events bieten den Vorteil, dass sie das Image und die Öffentlichkeitswirkung des Unternehmens als modernes und umweltbewusstes Unternehmen optimieren. Desweiteren liefern sie dem Unternehmen starke Argumente für das Marketing und das der Produkte, somit werden Wettbewerbsvorteile geschaffen. Durch den Einsatz grüner Events werden neue Zielgruppen und Märkte eröffnet. Man leistet einen konkreten Beitrag zum Klima- und Umweltschutz und beweist Engagement für soziale Verantwortung. Letztendlich kann auch Geld gespart werden, denn die eingesetzten Ressourcen werden auf lange Sicht reduziert.“¹⁴²

„Optimal wäre es, wenn Veranstaltungen ökonomisch effizient, ökologisch maßvoll, sozial verankert und kulturell und kommunikativ wirksam wären.“¹⁴³ In Anbetracht all dieser Punkte

¹⁴⁰ Latif, 2007, 238

¹⁴¹ IMEX Pressemeldung, 2008, o.S.

¹⁴² Prima Vista, o.S.

¹⁴³ Hesse, 2005, o.S.

ist es trotzdem nicht möglich eine optimale Veranstaltung zu realisieren. „Es kann festgestellt werden, dass sich Veranstaltungen als (relativ) komplexe, befristete Aktivitäten nicht generell „umweltfreundlich“ gestalten lassen. Groß- oder Massenveranstaltungen sind notwendigerweise mit gewissen Umweltbelastungen verbunden.“¹⁴⁴

Dazu kommt noch, dass kein Veranstalter, der sein erstes grünes Event veranstaltet, erwarten kann, dass dieses von vornerein so umweltbewusst wie möglich durchzuführen ist. Denn es handelt sich hierbei um einen Prozess, den der Veranstalter durchläuft und nach jedem Event wird er neue Erkenntnisse haben und Innovationen werden geschaffen, um ein noch grüneres Event zu organisieren. „Es wird nie gelingen, im ersten Anlauf eine gesamte Veranstaltungsplanung unter ökologischen Gesichtspunkten zu ändern“¹⁴⁵

Es ist allerdings zu beachten, dass nicht jede Veranstaltung dieselben Umweltprobleme verursacht und auch nicht bei jeder Veranstaltung die gleichen Maßnahmen gegen die Umweltauswirkungen angewendet werden können. „Die Kunst besteht darin, für jede Veranstaltung, für jeden Veranstaltungstyp die hauptsächlichen Umweltprobleme zu erkennen, um dann die vorhandenen finanziellen, organisatorischen und personellen Ressourcen zielgerichtet zu ihrer Reduzierung einzusetzen.“¹⁴⁶ Es ist daher gut, stufenweise vorzugehen, zunächst sollten die besonders gravierenden Umweltbelastungen vermieden, bzw. reduziert werden. „Ziel aller Bemühungen sollte es sein, die Erhöhung ökologischer Sensibilität bei allen Beteiligten zu bewirken.“¹⁴⁷

Das soll aber nicht bedeuten, dass der Veranstalter alle Umweltschutzmaßnahmen durchsetzt und dabei der Spaß sowohl für das Organisationsteam als auch für die Besucher verloren geht, da man strengere Auflagen und Vorschriften beachten muss. Umweltschutzmaßnahmen erfordern vielleicht in dem einen oder anderen Bereich mehr Arbeit, man benötigt mehr Vorbereitungszeit und auch Mitarbeiter, aber darunter muss bei einer rechtzeitigen Organisation nicht die Qualität der Veranstaltung im Erlebnisbereich leiden. „Die Berücksichtigung von Umweltinteressen muss allerdings nicht eine Schmälerung der Festfreuden oder

¹⁴⁴ Heinzl/Zimmermann, 1990, 18

¹⁴⁵ Heinzl/Zimmermann, 1990, 40

¹⁴⁶ Heinzl/Zimmermann, 1990, 25

¹⁴⁷ Heinzl/Zimmermann, 1990, 41

höhere Kosten bedeuten – im Gegenteil. Zu erwarten sind allerdings aufwendigere Planung und Vorbereitungen sowie tendenziell ein höherer Bedarf an Helfern und Personal.“¹⁴⁸

Die Events werden sich in der Zukunft immer weiterentwickeln und mit ihnen, die Möglichkeiten die man hat sie zu organisieren und sie umweltverträglich zu gestalten. „Der Eventtyp der Zukunft überzeugt durch seine Bindungswirkung und seinen sparsamen Umgang mit Ressourcen.“¹⁴⁹

Zusammenfassend kann man festhalten, „dass gewisse Umweltbelastungen unweigerlich mit jeder Ansammlung vieler Menschen an einem Ort und zu einer Zeit verbunden sind, das es jedoch eine Fülle von Möglichkeiten gibt, um diese bei einer Veranstaltungsplanung und -durchführung zu minimieren.“¹⁵⁰ Und das sich diese Möglichkeiten auch für das jeweilige Unternehmen auszahlen werden, kurzfristig oder auch langfristig. Eine saubere Umwelt ist die Grundvoraussetzung für die Gewährleistung der Gesundheit aller Beteiligten an einer Veranstaltung.

Fakt ist, Grüne Events sind eine erfolgsversprechende, zukunftsorientierte Maßnahme und eine Investition die sich für die Event-Teilnehmer, das Unternehmen und vor allem für unsere Umwelt lohnt.

¹⁴⁸ Heinzl/Zimmermann, 1990, 135

¹⁴⁹ Hesse, 2005, o.S.

¹⁵⁰ Heinzl/Zimmermann, 1990, 133

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Karlsdorf, den 25.8. 2009

Patricia Kellner