

# STADT KOBLENZ

Leitfaden für nachhaltige  
Veranstaltungen



**KOBLENZ**  
VERBINDET.

Klimaschutz

## Impressum

### Herausgeber:

Büro des Oberbürgermeisters, Abteilung Klimaschutz  
In Zusammenarbeit mit dem Umweltamt der Stadt Koblenz  
Bahnhofstraße 47  
56068 Koblenz

[www.klimaschutz.koblenz.de](http://www.klimaschutz.koblenz.de)

[www.umweltamt.koblenz.de](http://www.umweltamt.koblenz.de)

### Beratung und Unterstützung:

BUND-Regionalbüro Koblenz  
Regionaler Fachpromotor für öko-soziale Beschaffung  
Kornpfortstraße 15  
56068 Koblenz

<https://koblenz.bund-rlp.de/>

**Stand:** Januar 2021

Mit freundlichem Einverständnis der Stadt Hamburg zur Übernahme bzw. Überarbeitung des Leitfadens:

„Wir tun, was wir können!“ - Veranstaltungen auf dem Weg zur Nachhaltigkeit - Ein praktischer Leitfaden für Veranstalter im Rahmen der Hamburger Zukunftswochen“

V.i.S.d.P.: Astrid Köhler, Hamburg, 2010

[www.hamburg.de/contentblob/2524970/9bc1c928a07b7cf19eea4f96c8e2f58a/data/d-zuwo-nachhaltige-veranstaltung.pdf](http://www.hamburg.de/contentblob/2524970/9bc1c928a07b7cf19eea4f96c8e2f58a/data/d-zuwo-nachhaltige-veranstaltung.pdf)

### Vorbemerkung:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Leitfaden weitgehend auf die Verwendung eines gegenderten Sprachgebrauchs (z. B. „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“) verzichtet und **entweder** die weibliche **oder** die männliche Form verwendet. Die entsprechenden Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat ausschließlich redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

## Liebe Veranstalterin, lieber Veranstalter,

jetzt verderben die uns nach der Pandemie mit neuen Vorschlägen erneut den Spaß an Veranstaltungen? Das könnten Sie meinen, wenn Sie diesen Leitfaden in den Händen halten. Lebensfreude und Klimaschutz sowie Sozialstandards passen die zusammen? Ich denke schon!

Jährlich genießen zehntausende Menschen aus Nah und Fern Veranstaltungen und Feste in Koblenz. Wir sind eine offene und feierfreudige Stadt und das soll auch so bleiben. Aber feiert es sich nicht besser mit dem Wissen, dabei auch etwas für unsere Gemeinschaft und den Umweltschutz zu tun?

Mit diesem Leitfaden können Sie einen aktiven Beitrag zu einer nachhaltigen Veranstaltungsorganisation leisten.

Durch die Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Kriterien im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung bei der Ausrichtung von Veranstaltungen stiften diese langfristig einen Nutzen in der Region. Gleichzeitig werden positive Akzente im Veranstaltungsbereich gesetzt, die zu einem Alleinstellungsmerkmal werden können.

Wenn nach der Veranstaltung schöne Erinnerungen an Gastlichkeit, qualitativvolles, regionales Essen, ein gutes Programm und eine problemlose Anreise bleiben, dann kommen Besucherinnen und Besucher gerne wieder. Die Praxis zeigt: Umweltschutz, Nachhaltigkeit und globale Gerechtigkeit bedeuten keine Einschränkung, sondern können Spaß machen und zu einem positiven Image beitragen.

Eine Veranstaltung zu planen und zu organisieren, bedeutet viel Arbeit – besonders dann, wenn neue Konzepte und Ideen in die Gestaltung der Veranstaltung mit einfließen sollen. Dieser Handlungsleitfaden der Stadt Koblenz, der mit Unterstützung des regionalen Fachpromotors für öko-soziale Beschaffung des Bund für Umwelt und Naturschutz Koblenz entstanden ist, will Sie als Veranstalterinnen und Veranstalter mit Hinweisen, Checklisten, Vorlagen und Kontaktadressen bei der Planung Ihrer nachhaltigen Veranstaltung unterstützen. So kann Ihre Veranstaltung nach und nach nachhaltiger werden und bei entsprechender Werbung ein Imagegewinn entstehen.

Dabei kommt es nicht darauf an, dass Sie in allen Bereichen kompromisslos nachhaltige Veranstaltungen durchführen. Wichtig ist es, irgendwo anzufangen. Auch kleine Schritte führen zum Ziel. Und Sie werden sehen: Das macht sogar Spaß!

Herzliche Grüße



David Langner

Oberbürgermeister

# Inhalt

Einleitung – Darum geht's	5
Die Handlungsfelder mit Checklisten	
1) Konzeption und Planung	8
2) Veranstaltungsorte: Auswahl und Gestaltung	11
3) Produkte, Materialien und Dienstleistungen	16
4) An- und Abreise, Wege vor Ort	18
5) Programmgestaltung	20
6) Bewirtung/Catering	22
7) Evaluation und Berichterstattung	25
Ausblick: Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement	29
Beratung und Unterstützung	30
Anhang	31

## Einleitung – Darum geht's

### „Nachhaltig denken und handeln – warum?“

Der Diskurs um Nachhaltigkeit gibt Antworten auf die Frage, **wie wir Menschen leben können, dabei die Umwelt schonen und Menschenrechte weltweit achten**. Es geht darum, den Menschen heute und in der Zukunft weltweit die Chance auf **ein gutes, selbstbestimmtes Leben** zu geben. Das kann funktionieren, wenn wir lernen, weiter voraus und umsichtiger zu denken: Nicht nur die direkt sichtbaren, sondern auch die langfristigen **sozialen, ökologischen und ökonomischen Folgen** unseres Handelns sollten Maßstab für unser gegenwärtiges Handeln sein. Dafür müssen grundlegende Veränderungen her, die in unserer komplexen Gesellschaft nur **durch viele kleine Schritte** erreicht werden können. Da wir heute die Verhältnisse von morgen bestimmen, gilt es jetzt zu handeln.

### „Wir tun, was wir können! – Was heißt das konkret?“

Geld, Zeit, persönliche Energie – wir alle sind in den Möglichkeiten unseres Handelns begrenzt. Doch in diesen Grenzen lässt sich oft mehr verwirklichen, als wir glauben – auch in Sachen Nachhaltigkeit. Und nicht selten kann man dabei sogar **Geld sparen, neue Kontakte knüpfen und Vorbild für andere sein!**

Dieser Leitfaden liefert einen **einfachen Zugang zu möglichen Maßnahmen und neuen Ideen** zur nachhaltigen Gestaltung von Veranstaltungen. Dafür stellen wir auf den folgenden Seiten Checklisten vor, die nach Bereichen der Veranstaltungsorganisation gegliedert sind, zum Beispiel „Bewirtung/Catering“ oder „Programmgestaltung“. So haben Sie **schnell die richtige Liste zur Hand**, egal womit Sie sich bei der Planung Ihrer Veranstaltung gerade befassen. Jeder Liste vorangestellt finden Sie eine kurze Übersicht über die besonderen Herausforderungen und Chancen im jeweiligen Bereich.

### „Hilfe! Das können wir doch nie alles auf einmal umsetzen!“

Darum geht es uns auch gar nicht. Jedenfalls nicht kurz- oder mittelfristig: Wir glauben, dass Sie mit kleinen, konkreten Schritten heute und einer kontinuierlichen Steigerung in der Zukunft wesentlich weiter kommen, als mit allzu hohen Ansprüchen, die am Ende mehr Frust als Erfolg mit sich bringen. **Leisten Sie jetzt nur, was Sie leisten können und sammeln Sie Erfahrungen damit!** Und lassen Sie es von Mal zu Mal mehr werden.

Abgesehen davon ist nicht alles für jede Veranstaltung sinnvoll, beispielsweise bieten größere Veranstaltungen zusätzliche Herausforderungen und Chancen. Auch hier heißt nachhaltig gestalten, weiter zu denken: Analysieren Sie Ihre eigene Situation, erkennen Sie Potentiale und Grenzen, stecken Sie sich Ziele, lassen Sie **Inspiration und kreative Wege zur Nachhaltigkeit** zu!

## „Wie können uns die Checklisten helfen?“

Nehmen Sie die für Sie gerade passende Liste. Fangen Sie dort an, wo es Ihnen unter den Nägeln brennt! Wählen Sie dann die Maßnahmen aus, die für Sie in Frage kommen. Um Sie dabei zu unterstützen, hat jede Checkliste **zwei Spalten zum Ankreuzen**: In der ersten Spalte (Symbol: ☺) markieren Sie zu Beginn, welche Maßnahmen Sie gern für Ihre Veranstaltung umsetzen würden, in der zweiten (Symbol: ✓) halten Sie fest, wenn Ihnen dies gelungen ist.

## „Wo finde ich welche Checkliste?“

### **Checkliste 1: Konzeption und Planung**

**Seite 9**

Diese Checkliste unterstützt Sie, wenn Sie einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen und das Thema Nachhaltigkeit in Ihre Veranstaltungskultur integrieren wollen.

---

### **Checkliste 2a: Veranstaltungsort auswählen**

**Seite 12**

Schon bei der Wahl des Veranstaltungsortes können nachhaltige Kriterien - von der Energieeffizienz bis hin zur Anreisemöglichkeit mit dem ÖPNV - berücksichtigt werden. Diese Checkliste unterstützt Sie bei der Auswahl eines geeigneten Veranstaltungsortes.

---

### **Checkliste 2b: Veranstaltungsort gestalten**

**Seite 13**

„Welche Möglichkeiten habe ich selbst, Veranstaltungsorte nachhaltig zu gestalten?“ – Bei der Beantwortung dieser Frage unterstützt Sie Checkliste 2b

---

### **Checkliste 3: Produkte, Materialien, Dienstleistungen**

**Seite 16**

Lokale Dienstleister, nachhaltige Produkte, umweltfreundliche Materialien und vieles mehr. Ideen und Anregungen hierzu finden Sie in dieser Liste

---

### **Checkliste 4: An- und Abreise, Wege vor Ort**

**Seite 19**

Unterstützen Sie Ihre Gäste bei einer klimafreundlichen Anreise indem Sie ihnen Hilfestellungen geben wie zum Beispiel Anreiseinformationen mit dem Umweltverbund, fußläufig erreichbare Übernachtungsmöglichkeiten und vieles mehr.

Einen Überblick über die Möglichkeiten bietet Checkliste 4.

---

### **Checkliste 5: Programmgestaltung**

**Seite 21**

Bei der Programmgestaltung gibt es vieles zu beachten – soll diese nachhaltig erfolgen. Von der Wahl der richtigen Bewerbung des Programms bis hin zur Auswahl der Künstler werden Sie durch diese Liste unterstützt.

---

### **Checkliste 6: Bewirtung/Catering**

**Seite 23**

Auch bei der Wahl der Speisen und Getränke ist Nachhaltigkeit Trumpf. Diese Checkliste bietet Hinweise, was hier alles berücksichtigt werden kann.

---

### **Checkliste 7: Evaluation und Berichterstattung**

**Seite 26**

Was hat funktioniert und was nicht. Können Sie die Gründe benennen? Wo benötigen Sie Unterstützung? Geben Sie uns Feedback!

### **„Ist das nicht alles sehr teuer?“**

Viele der von uns vorgeschlagenen Maßnahmen kosten nichts oder nur sehr wenig. Andere Maßnahmen führen sogar zu Einsparungen – die Sie nutzen können, um Maßnahmen zu finanzieren, die eben doch Ausgaben verursachen. Natürlich kosten zusätzliche Maßnahmen auch Zeit, aber richtig kommuniziert, schaffen sie dafür Glaubwürdigkeit und machen Sie zum Vorbild. Nachhaltigkeit muss nicht teu(r)er sein - probieren Sie es aus!

### **„Ihr Feedback ist uns wichtig!“**

Auch wir wollen besser werden und Ihnen die Unterstützung geben, die Sie für die Umsetzung nachhaltiger Events benötigen. Aus diesem Grund ist in die Checkliste 7 ein Feedbackbogen integriert. Zeigen Sie auf, was Sie umsetzen konnten, wobei Sie noch Unterstützung benötigen und wie und wo wir Ihnen noch helfen sollen, bzw. welche Infrastruktur Sie für die Gestaltung von nachhaltigen Events noch für erforderlich halten.

ENTWURF

# 1) Konzeption und Planung

Die meisten Weichen werden in der Planungsphase von Veranstaltungen gestellt. Setzen Sie hier Akzente in Richtung Nachhaltigkeit und Sie haben gute Chancen darauf, dass Sie und andere konkrete Schritte umsetzen und ihre Ziele erreichen können!

## Besondere Herausforderungen und Chancen:

- Leitgedanken und Handlungsimpulse betonen und kommunizieren
- Chancen vor Ort nutzen, lokale Herausforderungen aufgreifen
- Sozio-kulturelle Besonderheiten einbeziehen
- Umweltauswirkungen von Anfang an reflektieren und vermeiden

### **Warum ist es so wichtig, örtliche Verhältnisse zu berücksichtigen und lokale Quellen zu nutzen?**

Nachhaltige Entwicklung braucht stabile, ökonomische und soziale Verhältnisse vor Ort und in der globalisierten Welt. Je mehr Sie von dem, was Sie für Veranstaltungen brauchen, aus dem direkten Umfeld beziehen können, desto mehr fördern Sie lokale Wirtschaftskreisläufe. Ihre Veranstaltung trägt aber auch zur kulturellen Vielfalt und Lebensqualität bei – umso besser, wenn viele der Menschen vor Ort daran teilhaben können und sich damit identifizieren.

Sie selbst können im Gegenzug von Wissen, Können, Engagement und Vernetzung der Menschen vor Ort profitieren!

Und schließlich halten Sie auch Distanzen klein, was Zeit und Transportkosten spart, die Umwelt schont und Lärm vermeidet.

Bei Produkten, die nicht aus der Region bezogen werden können, gilt es aber, auf Nachhaltigkeit und fairen Handel zu achten. Damit zeigen Sie, dass Nachhaltigkeit nicht bei uns vor Ort endet, sondern dass wir einen Beitrag zur globalen Gerechtigkeit leisten können.





möchte ich umsetzen



habe ich umgesetzt

## Checkliste 1: „Konzeption und Planung“ (Seite 1)

### Umweltauswirkungen im Blick behalten

-> Einzelmaßnahmen dazu finden sich in allen Checklisten

	<input checked="" type="checkbox"/>	Papierlose Kommunikation (u.a. Kommunikation per E-Mail, Informationsmaterial digital bereitstellen, Hinweise einfügen: „Bitte prüfen Sie, ob ein Ausdruck zwingend notwendig ist“)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Strom sparen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Wasser sparen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Heizenergie sparen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Abfälle in allen Bereichen (Kommunikation, Produkte und Dienstleistungen, Catering) vermeiden, reduzieren und Alternativen einsetzen
	<input checked="" type="checkbox"/>	CO <sub>2</sub> -Ausstoß vermeiden, reduzieren und kompensieren -> Was ist CO <sub>2</sub> -Kompensation? Siehe Seite 18
	<input checked="" type="checkbox"/>	Lärmbelästigungen für Mensch und Tier vermeiden

### Papier sparen

	<input checked="" type="checkbox"/>	Abwägen zwischen gedrucktem und online zur Verfügung gestelltem Informationsmaterial, ggf. Kontaktdaten und Visitenkarten einsammeln und Material digital versenden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Flyer, Programmhefte u.a. vermeiden, statt dessen im Vorfeld durch Lokalblätter, digitale und soziale Medien verbreiten, gut positionierte Plakate und Durchsagen während der Veranstaltung nutzen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Falls Computer vorhanden sind: USB-Anschluss zum Kopieren von Informationsmaterial bereitstellen

### Besondere individuelle Bedürfnisse berücksichtigen

-> siehe Checkliste 2 für konkrete Maßnahmen vor Ort

	<input checked="" type="checkbox"/>	Kontaktpersonen für Menschen mit besonderen Bedürfnissen benennen (z.B. – aber nicht nur – behinderte Menschen)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Art der zu erwartenden Hindernisse und Unterstützungsmaßnahmen vor Ort ankündigen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Informationsmaterial (z.B. Prospekte, Programme, Einladungen) für Besucherinnen zusätzlich in englischer Sprache anbieten

### Genderaspekte beachten

	<input checked="" type="checkbox"/>	Geschlechter-Sprachregelung, Altersstruktur einbeziehen, Diskriminierung ausschließen, ...
--	-------------------------------------	--



möchte ich umsetzen



habe ich umgesetzt

## Checkliste 1: „Konzeption und Planung“ (Seite 2)

### Örtliche Chancen aufgreifen, regionale Wirtschaft fördern, lange Wege vermeiden

-> siehe Anhang „Lokale und regionale Kontaktstellen“

	<input checked="" type="checkbox"/>	Kontakt zu lokalen Akteuren knüpfen, lokale Medien einbinden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Händlerinnen regionaler Produkte und lokale Dienstleister bevorzugen

### Das Thema Nachhaltigkeit organisatorisch verankern

	<input checked="" type="checkbox"/>	Höchste Entscheidungsebenen einbeziehen - Nachhaltigkeit zur „Chefinnensache“ machen)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Hauptverantwortliche (Kontakt-)Person bestimmen, die für ein Controlling und eine Einführung der Mitarbeiter bezüglich des zugewiesenen Bereiches verantwortlich ist
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ziele festsetzen (z.B. anhand dieser Checklisten)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Aufklärung aller Mitwirkenden über Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen, Aufforderung zur aktiven Mitgestaltung
	<input checked="" type="checkbox"/>	Veranstaltungszeiten entsprechend der Anreisemöglichkeiten mit dem ÖPNV gestalten
	<input checked="" type="checkbox"/>	Teilnehmenden-Feedback ermöglichen (z.B. Gästebuch, „Stimmungsbarometer“ auf Flipchart)

### Nachhaltigkeitsorientierung nach außen kommunizieren

-> siehe Anhänge „Textbausteine für Einladungen und Pressearbeit“ und „Information für Mitarbeiter, Standbetreiberinnen und Catering“

	<input checked="" type="checkbox"/>	Nachhaltigkeitsziele der Veranstaltung kommunizieren und Gäste um Unterstützung und Beteiligung bitten (z.B. auf eigener Website, Ankündigungen und Einladungen)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Umweltfreundliche Anreisemöglichkeiten aufzeigen -> siehe Checkliste 4: „An- und Abreise, Wege vor Ort“
	<input checked="" type="checkbox"/>	Externe Mitwirkende (Referentin, Aussteller, Sponsorin etc.) für die Beteiligung an dem nachhaltigen Konzept motivieren (z.B. durch die Verwendung nachhaltiger Produkte, eine sparsame Ausgabe von ausgedrucktem Infomaterialien)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Konkrete Nachhaltigkeitsbezüge von Partnern, Dienstleisterinnen und verwendeten Materialien hervorheben
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ergebnisse von Veranstaltung und Evaluation veröffentlichen (Erfolge, Verbesserungsmöglichkeiten, Ideen für die Zukunft)

## 2) Veranstaltungsort: Auswahl und Gestaltung

Viele Chancen oder auch Einschränkungen für die nachhaltige Gestaltung von Veranstaltungen werden durch die Bedingungen am Veranstaltungsort vorgegeben. Entsprechend sollten Sie auf bestimmte Merkmale achten, wenn Sie die Wahl haben. Eine sorgfältige Wahl des Veranstaltungsortes kann den Aufwand und die Kosten für Naturschutz oder sonstige Wiederherstellungsmaßnahmen wesentlich vermindern. Zusätzlich sind Größe und Nutzungsintensität (Zuschauermenge, Dauer und Zeitraum) für die Auswahl des Veranstaltungsortes ausschlaggebend. Checkliste 2a hilft Ihnen bei der Auswahl. Falls der gewählte Ort nur einen Teil Ihrer Wunschkriterien erfüllt, informieren Sie die Betreiberinnen über interessante Maßnahmen zur nachhaltigen Gestaltung und ermutigen Sie sie, Verbesserungen vorzunehmen.

Was Sie selbst bei Ihren eigenen Vorbereitungen am Veranstaltungsort beachten können, dazu liefert Liste 2b Anregungen.

### **Besondere Herausforderungen und Chancen:**

- Barrierefreiheit gewährleisten, sozio-kulturelle Besonderheiten einbeziehen
- Verantwortungsvoller Umgang bzgl. Energie- und Rohstoffverbrauch, Abfall- und Beschaffungskriterien
- Leitgedanken und Handlungsimpulse betonen und kommunizieren
- Sicherheitsaspekte beachten

### **Warum ist Barrierefreiheit ein Nachhaltigkeitsthema?**

„Barrierefreiheit“ meint, dass Räume, Informationen oder Funktionen von Produkten auch für Menschen zugänglich sind, die zeitweise oder dauerhaft mit körperlichen Einschränkungen leben müssen. Dazu gehören neben Behinderten (einschließlich Blinden und Gehörlosen) vor allem alte Menschen, Kinder und Schwangere.

Da Nachhaltigkeit auch für die Gerechtigkeit in Bezug auf Lebensqualität und Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe steht, ist Barrierefreiheit in diesem Zusammenhang ein wichtiges Thema.

Aufgrund der Vielfalt möglicher individueller Einschränkungen ist vollständige Barrierefreiheit zwar ein Ideal, das kaum je erreicht werden kann, gerade mit Blick auf die Nachhaltigkeit einer Veranstaltung ist es jedoch ein erstrebenswertes Ziel, möglichst vielen Menschen durch eine „barrierearme“ Gestaltung entgegenzukommen.



wichtiges Auswahlkriterium



wird vom Veranstaltungsort erfüllt

## Checkliste 2a: „Veranstaltungsort auswählen“

### Interesse der Betreiber des Veranstaltungsortes am Thema Nachhaltigkeit

	<input checked="" type="checkbox"/>	Richtlinien und Praktiken (z.B. zu nachhaltiger Beschaffung, Energie-, Wasser- oder Abfallmanagement, EMAS-Zertifikat) des Veranstaltungsortes
	<input checked="" type="checkbox"/>	Fahrradabstellplätze sind ausreichend vorhanden; werden nicht durch die Veranstaltung blockiert
	<input checked="" type="checkbox"/>	Parkflächen auf Wiesen werden vermieden und damit die Gefährdung des Grundwassers

### Barrierefreiheit, Sicherheitsaspekte

	<input checked="" type="checkbox"/>	Hindernisse können entfernt oder gekennzeichnet werden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Notwendige Hilfsmittel zur Teilnahme an jeglichen Veranstaltungsorten werden berücksichtigt (z.B. Rampen, Aufzüge)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Hilfestellungen für Menschen mit besonderen Bedürfnissen stehen bereit (z.B. – aber nicht nur – behinderte Menschen)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Für mobilitätseingeschränkte Menschen geeignete Toiletten sind vorhanden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ausreichend und nah platzierte Frauenparkplätze sind vorhanden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ausreichende Beleuchtung an unbelebten Wegen ist vorhanden

### Raum für Kinder

	<input checked="" type="checkbox"/>	Inner- und außerhalb des Gebäudes für Eltern gut einsehbare Spielflächen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Platz zum Abstellen mehrerer Kinderwagen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Räumlichkeiten für Kinderbetreuungsangebote sind vorhanden

### Verantwortungsvoller Umgang mit Strom, Wasser, Heizenergie

	<input checked="" type="checkbox"/>	Nutzung von Tageslicht, LED-Lampen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Einsatz energieeffizienter Geräte
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ökostrom von kohle- und atomstromfreien Anbietern
	<input checked="" type="checkbox"/>	Maßnahmen zum Wassersparen bei Spülungen, Armaturen, Urinalen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Toilettenanlagen, die an das öffentliche Kanalsystem angeschlossen werden können, oder Humustoiletten nutzen (statt Chemietoiletten)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ab- und Regenwassernutzung
	<input checked="" type="checkbox"/>	Heizen nicht über 20°C, Abkühlung durch die Klimaanlage nicht mehr als um 6°C unter die Außentemperatur
	<input checked="" type="checkbox"/>	Manuelles Lüften ist möglich

## Checkliste 2b: „Veranstaltungsort gestalten“



möchte ich umsetzen



habe ich umgesetzt

### Physische Hindernisse reduzieren

	<input checked="" type="checkbox"/>	Lokale Ansprechpartnerinnen zur Lösungssuche von bestehenden Problemen einbeziehen -> siehe Anhang „Lokale und regionale Kontaktstellen“
	<input checked="" type="checkbox"/>	Platz zum Manövrieren von Rollstühlen lassen (1,5 m Breite und Tiefe zum Wenden, 1,2 m Breite zum Fahren)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Stellplätze mit guter Sicht für Rollstuhlfahrer reservieren
	<input checked="" type="checkbox"/>	Einige Stühle mit Armlehnen bereithalten für Personen, die beim Sitzen zusätzlichen Halt brauchen

### Papier sparen

	<input checked="" type="checkbox"/>	Abwägen zwischen gedrucktem und online zur Verfügung gestelltem Informationsmaterial, ggf. Kontaktdaten und Visitenkarten einsammeln und Material digital versenden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Falls Computer vorhanden: USB-Anschluss von Informationsmaterial zum Kopieren bereitstellen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Teilnehmenden-Feedback ermöglichen (z.B. Gästebuch, „Stimmungsbarometer“ auf Flipchart)

### Nachhaltigkeitsengagement sichtbar machen

	<input checked="" type="checkbox"/>	Informationen zu eigenen Zielen und Maßnahmen aufhängen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Vertrags- und Kooperationspartnerinnen die Möglichkeit geben, ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit zu zeigen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Raum zur Selbstdarstellung für örtliche Initiativen und Gruppen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ausstellung von Arbeiten örtlicher Künstler -> siehe „Warum ist kulturelle Vielfalt ein Nachhaltigkeitsthema?“ Seite 20

### 3) Produkte, Materialien und Dienstleistungen

Im Laufe der Vorbereitung einer Veranstaltung müssen immer wieder Produkte gekauft oder erstellt und Verträge mit Dienstleisterinnen geschlossen werden. Wer hier handfeste Kriterien anlegt, kann viel für die Nachhaltigkeit seiner Veranstaltung bewirken und dieses Thema auch bei den Anbietern ins Bewusstsein rücken.

#### Besondere Herausforderungen und Chancen:

- Chancen vor Ort nutzen, lokale Wirtschaft stärken
- Leitgedanken und Handlungsimpulse betonen und kommunizieren
- (Natürliche) Ressourcen verantwortungsvoll einsetzen, schädliche Emissionen vermeiden
- Gerechte, soziale und ökonomische Verhältnisse fördern
- Suffizienz- und Nachhaltigkeitsstrategien bevorzugen, Überfluss und Kurzlebigkeit vermeiden

Gerade zu den Themen Konsum und Beschaffung gibt es viele Organisationen und Informationen, die Ihnen weiterhelfen können:

- BUND Regionalbüro Koblenz zu den Themen Konsum und Beschaffung:  
[www.koblenz.bund-rlp.de/themen-und-projekte/oeko-soziale-beschaffung/](http://www.koblenz.bund-rlp.de/themen-und-projekte/oeko-soziale-beschaffung/)  
Ansprechpartner: Achim Trautmann, 0261/97 35 38 42 oder  
[achim.trautmann@bund-rlp.de](mailto:achim.trautmann@bund-rlp.de)
- Christliche Initiative Romero – Kritischer Konsum: [www.ci-romero.de](http://www.ci-romero.de)
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit - Kompass Nachhaltigkeit:  
[www.kompass-nachhaltigkeit.de](http://www.kompass-nachhaltigkeit.de)
- Nachhaltiger Warenkorb des Rates für Nachhaltige Entwicklung:  
[www.nachhaltiger-warenkorb.de](http://www.nachhaltiger-warenkorb.de)
- Umweltbundesamt zum Thema umweltfreundliche Beschaffung:  
[www.umweltbundesamt.de/produkte/beschaffung](http://www.umweltbundesamt.de/produkte/beschaffung)
- Umweltamt der Stadt Koblenz  
0261-129 15 02, [umweltamt@stadt.koblenz.de](mailto:umweltamt@stadt.koblenz.de)
- Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz: [www.vz-rlp.de](http://www.vz-rlp.de)

### **Warum sind Konsum und Beschaffung wichtige Handlungsfelder der Nachhaltigkeit?**

Mit unserem Kaufverhalten können wir Einfluss nehmen, selbst wenn es nur kleine Dinge sind. Daher lässt sich an dieses Thema in fast jedem Kontext gut anknüpfen.

Noch wichtiger ist, dass viele Strukturen und Abläufe in unserer Welt wirtschaftlich bestimmt werden: In der globalen Marktwirtschaft ist von Bedeutung, was nachgefragt wird – auch mit Blick auf Solarenergie, Bio-Lebensmittel oder fair gehandelte Produkte. Je mehr Menschen bei ihren Einkaufsentscheidungen ökologische, ethische und andere Nachhaltigkeitskriterien einbeziehen, desto mehr wird von Seiten des Handels und damit bei den Produzierenden darauf eingegangen.

Nicht von heute auf morgen, aber es geht – wie die Beispiele Bio-Lebensmittel und Fairer Handel zeigen. Als Veranstalter können Sie mit der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bei der Beschaffung deutliche Impulse setzen.

*"Der Faire Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte Produzentinnen und Arbeiter – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung."*

Quelle: [www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/definition/](http://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/definition/) 11.05.2020



möchte ich umsetzen



habe ich umgesetzt

### Checkliste 3: „Produkte, Materialien und Dienstleistungen“ (Seite 1)

#### Auf das Notwendige beschränken

	<input checked="" type="checkbox"/>	Anschaffungen hinterfragen, Bestellmengen optimieren, Überfluss vermeiden, Reste verwerten
--	-------------------------------------	--

#### Produkte/Materialien wiederverwendbar und umweltfreundlich einkaufen und gestalten

	<input checked="" type="checkbox"/>	Label und Gütesiegel zur Orientierung nutzen -> siehe Anhang „Label und Gütesiegel zur Orientierung“
	<input checked="" type="checkbox"/>	Einwegprodukte vermeiden (z.B. „Koblenz-Becher“ oder Koblenz-Glas nutzen)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Aggressive Stoffe/Schadstoffe (z.B. in Putzmitteln) meiden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nachhaltig erzeugte oder recycelte Materialien vorziehen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Luftballons aus Naturkautschuk verwenden bzw. nach Alternativen suchen -> siehe Anhang „Luftballons als Eventbestandteil vermeiden – darum geht’s“
	<input checked="" type="checkbox"/>	Verpackungsmüll vermeiden (Großpackungen, lose Ware, Papier anstatt Plastik, recycledPET)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Bei Arbeitskleidung auf ökologische Materialien und faire Herstellung achten
	<input checked="" type="checkbox"/>	Bei Elektro- und Elektronikgeräte auf nachhaltige Kriterien achten
	<input checked="" type="checkbox"/>	Wiederverwendbare Dekorationsartikel und saisonale/regionale Blumen verwenden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Organisationsmaterialien (z.B. Namensschilder, Schlüsselanhänger, Pfandmarken) wiederverwendbar gestalten und einsammeln
	<input checked="" type="checkbox"/>	Naturkosmetik für Speakerinnen etc. verwenden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Toilettenpapier mit Umweltzeichen und umweltverträgliche Reinigungsmittel (mit Öko-Label) einsetzen

#### Druckerzeugnisse optimieren

	<input checked="" type="checkbox"/>	Bei Farben, Seitenrändern und ungenutzten Flächen sparen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Papier aus 100% Recycling oder FSC-zertifiziert, chlorfrei und ungebleicht verwenden, Hochglanzpapier vermeiden -> siehe Anhang „Label und Gütesiegel zur Orientierung“
	<input checked="" type="checkbox"/>	Laminierung und Foliennutzung vermeiden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Kleinstmögliches Format beim Druck wählen, auf lesefreundliche Schriftgröße achten, doppelseitig drucken
	<input checked="" type="checkbox"/>	Umweltfreundliche Druckerei wählen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Schadstofffreie, umweltverträgliche Farben verwenden
	<input checked="" type="checkbox"/>	Versand umweltfreundlich gestalten
	<input checked="" type="checkbox"/>	Alles Erreichte auf dem Druckerzeugnis kommunizieren



## Checkliste 3: „Produkte, Materialien und Dienstleistungen“ (Seite 2)

### Faire Arbeitsbedingungen gewährleisten

-> siehe Infokasten Seite 15 und Anhang „Label und Gütesiegel zur Orientierung“

☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Importierte Produkte aus fairem Handel beziehen
☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Herstellungs- und Arbeitsbedingungen bei im Vergleich deutlich geringerem Preis hinterfragen
☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Beschäftigungsbedingungen bei der Veranstaltung extern eingesetzter Mitarbeiter erfragen (Lohnsätze, Arbeits- und Ruhezeiten, Sicherheits- und Hygienemaßnahmen, Gleichbehandlungsbestimmungen)

### Einkauf nachvollziehbar machen

☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Mengen, Kosten und Anteil sozial-/umweltverträglicher Produkte dokumentieren
---	-------------------------------------	--

### Händlerinnen, Produzenten und Dienstleisterinnen mit Interesse an Nachhaltigkeitsthemen bevorzugen

☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Soziale Projekte/Unternehmen/Behindertenwerkstätten und gemeinnützige Organisationen bevorzugen
☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Umwelt-, Sozial- und Einkaufs-Richtlinien/-Standards erfragen (z.B. EMAS-Zertifikate oder ILO-Kernarbeitsnormen), Nachweise in Kopie einfordern
☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Nachhaltig zertifizierte Unterkünfte und Hotels hervorheben -> siehe Anhänge „Label und Gütesiegel zur Orientierung“ und „Umweltzertifikate für Gastgewerbe und Hotellerie“
☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Soziales, politisches und kulturelles Engagement berücksichtigen
☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Externe Mitwirkende (Referenten, Ausstellerinnen, Sponsoren etc.) auf die Verwendung von nachhaltig erzeugten, recycelten und wiederverwendbaren Give-aways, Infomaterialien u.a. aufmerksam machen. -> siehe Anhang „Information für Mitarbeiter, Standbetreiberinnen und Catering“

### Vertragspartner einbeziehen

☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Spezielle Vereinbarungen zu nachhaltigem Handeln in Verträge mit Dienstleisterinnen aufnehmen
☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Händler und Produzentinnen zum Mitmachen einladen
☺	<input checked="" type="checkbox"/>	Transporte von Materialien und Personen optimieren

## 4) An- und Abreise, Wege vor Ort

Wer Treibhausgase sowie andere schädliche Emission verringern und Kosten sparen will, macht sich Gedanken über die eigenen Transportwege. Und auch das Verkehrsverhalten der Gäste können Sie beeinflussen. Erfolge im Bereich Mobilität bedeuten einen großen Schritt auf dem Weg zur nachhaltigen Veranstaltung!

### Besondere Herausforderungen und Chancen:

- Schädliche Emissionen vermeiden, Individualverkehr reduzieren
- Anreize für umweltfreundliche Reisemöglichkeiten schaffen
- Zu CO<sub>2</sub>-Kompensation motivieren

#### Was macht Mobilität und Verkehr zu einem der Haupthandlungsfelder nachhaltiger Entwicklung?

Menschen wollen oder müssen immer mobiler werden, sich vielfältig im Raum bewegen. Ihre Mobilität nimmt als Personen- und Güterverkehr Gestalt an, welcher negative Auswirkungen hat: Die meisten motorisierten Verkehrsmittel produzieren Treibhausgase, Luftschadstoffe und gesundheitsschädlichen Lärm, wobei sie gleichzeitig große Anteile des wertvollen, immer knapper werdenden Erdöls verbrauchen.

Alle Verkehrssysteme benötigen zudem eine gebaute Infrastruktur (Straßen, Schienen, Flughäfen...), die Geld kostet und Flächen in Anspruch nimmt. Speziell das Straßennetz zerschneidet dabei die Landschaft und (zer)stört natürliche Lebensräume. Um Verkehr nachhaltig zu gestalten, müssen bessere Lösungen für die Umsetzung von Mobilitätsbedürfnissen her, Anreize zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel und technische Verbesserungen an allen Verkehrssystemen.

#### Was ist CO<sub>2</sub>-Kompensation?

Bei vielen menschlichen Aktivitäten werden Treibhausgase freigesetzt, die den Klimawandel vorantreiben; so auch Kohlenstoffdioxid (CO<sub>2</sub>). Priorität zur Begrenzung der globalen Erwärmung haben Reduktion und Vermeidung von Emissionen, als letzte Option bleibt der Versuch, sie zu kompensieren: Einem speziellen Anbieter wird so viel Geld gegeben, dass er genug in Projekte zur Energieeinsparung investieren kann, um die Höhe der Emissionen auszugleichen.

Qualitätsstandards gewährleisten hierbei das Einhalten bestimmter Kriterien. Diese stellen vor allem sicher, dass Treibhausgasemissionen tatsächlich in der angestrebten Höhe zusätzlich ausgeglichen werden.

Laut einer Untersuchung von Stiftung Warentest aus dem Jahr 2018 ([www.test.de/co2-Kompensation](http://www.test.de/co2-Kompensation)) bieten vier Anbieter sehr gute bzw. gute Projekte und Angebote an.

Von diesen vier bieten [atmosfair.de](http://atmosfair.de), [klimakollekte.de](http://klimakollekte.de) und [myclimate.org](http://myclimate.org) eine Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen speziell von Veranstaltungen an.



möchte ich umsetzen

habe ich umgesetzt

## Checkliste 4: „An- und Abreise, Wege vor Ort“

### An- und Abreise-Informationen für Teilnehmende und Gäste

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Lageplan mit Bus-Haltestellen, Bahnhöfen, Seilbahn, Schrägaufzug, Park & Ride-/ Carsharing-Standorte (inkl. Entfernungsangaben, Lauf- und Fahrtzeiten, Kosten für das günstigste Ticket) zur Verfügung stellen
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Hinweis auf Abstellmöglichkeiten für Fahrräder geben
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Hinweis auf Möglichkeit der CO <sub>2</sub> -Kompensation geben
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Fahrtzeiten der nächstgelegenen Haltestellen aushängen
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Veranstaltungsticket der DB bewerben -> <a href="https://bahn.de/p/view/bahnbusiness/angebote/veranstaltungsticket/veranstaltungsticket.shtml">bahn.de/p/view/bahnbusiness/angebote/veranstaltungsticket/veranstaltungsticket.shtml</a>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Shuttle Busse bereitstellen (nicht in Konkurrenz zu Linienbussen)

### Berücksichtigung mobilitätseingeschränkter Menschen

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Behindertenparkplätze kennzeichnen oder freihalten
--------------------------	-------------------------------------	--

### Anreize zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Gebühren für Autoparkplätze verlangen, gestaffelt nach Besetzungsgrad
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Eintrittsermäßigung, Verzeihbons o.ä. bei Anreise mit dem Fahrrad oder ÖPNV gewähren
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Das ÖPNV-Ticket ist in der Eintrittskarte bereits enthalten
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Parkticket des Park & Ride beinhaltet Busticket zum Veranstaltungsort

### Transporte und An-/Abfahrten koordinieren

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Hinweis auf Carsharing-Systeme geben -> siehe Anhang „Lokale und regionale Kontaktstellen“
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Materialtransporte koordinieren
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Die beworbenen Unterkünfte sind gut per ÖPNV bzw. fußläufig erreichbar

## 5) Programmgestaltung

Das Programm richtet sich im Wesentlichen natürlich am Thema der Veranstaltung aus, doch lassen sich auch hier Bezüge zu Nachhaltigkeitsthemen und -zielen herstellen.

### **Besondere Herausforderungen und Chancen:**

- Leitgedanken und Handlungsimpulse betonen und kommunizieren
- Chancen vor Ort nutzen, lokale Herausforderungen aufgreifen
- Kulturelle Vielfalt stärken

#### **Warum ist kulturelle Vielfalt ein Nachhaltigkeitsthema?**

Veranstaltungen eignen sich oft sehr gut, um – selbst wenn nur am Rande – Einblicke in ungewohnte Denk-, Sicht- und Ausdrucksweisen verschiedener kultureller Kreise zu ermöglichen. Dies bietet aus mindestens zwei Gründen Chancen für nachhaltige Entwicklung: Zum einen können solche Einblicke Verständnis und Akzeptanz schaffen und Akzeptanz ist notwendig für Integration, Beteiligung und eine gerechte Entwicklung allgemein – egal ob lokal oder global. Zum anderen bietet kulturelle Vielfalt eine Fülle an unterschiedlichen Perspektiven und Lösungsansätzen – denn vieles, was uns selbstverständlich erscheint, ist in anderen Kulturen als der uns vertrauten anders.

Für uns schwerwiegende Probleme werden anderenorts oder von anderen Personen mit Leichtigkeit gelöst, treten womöglich gar nicht erst auf. Indem wir uns für neue, andere Sicht- und Denkweisen öffnen, können wir ganz neue Wege und Antworten auch für Probleme der Nachhaltigkeit finden.

😊 möchte ich umsetzen  
 habe ich umgesetzt

## Checkliste 5: „Programmgestaltung“

### Nachhaltigkeit zu Beginn des Programms thematisieren

😊	<input checked="" type="checkbox"/>	Aufklärung über eigene Nachhaltigkeitsziele in Form von Eröffnungsrede, Presseankündigungen, Aushängen -> <b>siehe Anhänge „Texbausteine für Einladungen und Pressearbeit“ und „Information für Mitarbeiter, Standbetreiberinnen und Catering“</b>
😊	<input checked="" type="checkbox"/>	Umweltfreundliches Verhalten erbitten (z.B. Rückgabe nicht benötigter Materialien, Mülltrennung, konsequente Nutzung von Aschenbechern auch im Freien)

### Lokale Besonderheiten einbeziehen

😊	<input checked="" type="checkbox"/>	Bezug zu lokalen Sorgen/Bedürfnissen/Wünschen herstellen und falls möglich Lösungen/Kompromisse anbieten
😊	<input checked="" type="checkbox"/>	Lokalen Gruppen und Initiativen Zeit zur Vorstellung geben
😊	<input checked="" type="checkbox"/>	Unterhaltsame, kritische oder anregende Darbietungen lokaler Künstler in längere Pausen einbauen

### Kulturelle Bedürfnisse berücksichtigen

😊	<input checked="" type="checkbox"/>	z.B. sensible Themen, alternative Sichtweisen
---	-------------------------------------	---

### Feedback der teilnehmenden Gäste ermöglichen und einfordern

😊	<input checked="" type="checkbox"/>	Nach der Veranstaltung, per Gästebuch, online
---	-------------------------------------	---

### Papier vermeiden

😊	<input checked="" type="checkbox"/>	Programm im Vorfeld durch Lokalblätter, digitale und soziale Medien, gut positionierte Plakate und Durchsagen während der Veranstaltung ankündigen
---	-------------------------------------	--

### Spezialeffekte im Freien vermeiden

😊	<input checked="" type="checkbox"/>	z.B. Konfetti, Skybeamer, Luftballons, etc. -> <b>siehe auch Anlage „Luftballons als Eventbestandteil vermeiden – darum geht’s“</b>
---	-------------------------------------	--

## 6) Bewirtung/Catering

Auch wenn bei vielen kleineren Veranstaltungen die Versorgung der Gäste mit Speisen und Getränken eine untergeordnete Rolle spielt, bleibt sie doch ein Bereich, in dem Beiträge zur Nachhaltigkeit einfach und wirkungsvoll für die Teilnehmenden sichtbar gemacht werden können.

### **Besondere Herausforderungen und Chancen:**

- Umweltverträgliche Landwirtschaft unterstützen
- Gerechte, soziale und ökonomische Verhältnisse fördern
- Chancen vor Ort nutzen, lokale Wirtschaft stärken
- Ressourcen sparen und Abfall vermeiden
- Leitgedanken und Handlungsimpulse betonen und kommunizieren
- Bewusstes, nachhaltiges, gesundes und sozio-kulturelles Angebot schaffen

### **Bio, fair, saisonal oder doch regional?**

Wer Lebensmittel aus biologischem Anbau bezieht, leistet einen Beitrag zu Natur- und Umweltschutz; wer aus regionaler Produktion kauft, fördert die Wirtschaft vor Ort, hält den Transportaufwand gering und reduziert dadurch die mit Verkehr verbundenen schädlichen Emissionen (siehe auch Seite 18 zum Thema Mobilität und Verkehr).

Wenn regional und „bio“ zusammen nicht möglich ist, müssen Sie entscheiden, was Ihnen aktuell mehr am Herzen liegt. Auf saisonale Kost zu achten, ist in jedem Fall wichtig!

Bei Lebensmitteln, die regional nicht zu erwerben sind, sollte darauf geachtet werden, dass der Faire Handel gefördert wird. Damit werden gerechte Produktionsbedingungen und Handelsbeziehungen, in denen Produzenten angemessen entlohnt werden gefördert und Kinderarbeit vermieden. Auch beim regionalen Einkauf kann auf eine faire Entlohnung der heimischen Produzenten\*innen geachtet werden.

Siehe auch Anhang „Label und Gütesiegel zur Orientierung“, „Kontaktstellen vor Ort“ und „Musterbrief für die Anfrage eines fairen Caterings“.

☺ möchte ich umsetzen  
 ☑ habe ich umgesetzt

## Checkliste 6: „Bewirtung/Catering“ (Seite 1)

### Energie und Ressourcen sparen

☺	☑	Saisonale, regionale und Bio-Lebensmittel (und Getränke) bevorzugen -> zur <b>Prioritätensetzung</b> siehe auch <b>Infokasten auf Seite 22</b>
☺	☑	Speisen aus pflanzlichen Produkten vorziehen
☺	☑	Leitungswasser zum Trinken anbieten

### Abfall vermeiden und verwerten

☺	☑	Einweg- und Plastikprodukte vermeiden
☺	☑	Mehrwegflaschen und wiederverwendbare Produkte verwenden (z.B. Servietten, Strohalm)
☺	☑	Großpackungen/lose Ware statt Einzelportionen kaufen
☺	☑	Speiseüberreste an gemeinnützige Organisationen spenden (z.B. Die Schachtel e.V., Fachberatungsstelle für Menschen ohne Wohnung der Caritas, foodsharing) -> siehe <b>Anhang „Lokale und regionale Kontaktstellen“</b>
☺	☑	Die Teilnehmenden werden eingeladen, Reste mit zur Verfügung gestellten Behältnissen mitzunehmen
☺	☑	Geschirrloses Essen anbieten (z.B. Fingerfood, Pack's ins Brot)

### Auswahl der Produkte -> siehe auch Infokasten auf Seite 22

☺	☑	Fair gehandelte Produkte bevorzugen
☺	☑	Vegetarisches und veganes Angebot breitstellen
☺	☑	Besonderheiten beachten (z.B. glutenfrei, lactosefrei)
☺	☑	Produkte mit schlechter Ökobilanz vermeiden (z. B. Avocado, Shrimps, Ananassaft...)

### Bewusste Auswahl von Fleisch, Fisch und Eiern

☺	☑	Fleisch aus artgerechter Haltung, Alternativen zu Schwein und Rind in Rücksichtnahme auf religiöse Gebote anbieten
☺	☑	Fisch aus artgerechter und regionaler Haltung anbieten
☺	☑	Eier aus regionalem Angebot und mindestens von Legehennen aus Freilandhaltung bevorzugen



möchte ich umsetzen



habe ich umgesetzt

## Checkliste 6: „Bewirtung/Catering“ (Seite 2)

### Durch Auswahl und Kennzeichnung bewussten Konsum und Genuss fördern

(z.B. fremdländische oder fast vergessene einheimische Speisen, Informationen zu Zutaten, Herkunft, Anbauweise, Arbeitsbedingungen in der Produktion)

	<input checked="" type="checkbox"/>	Kenntlichmachung der Produktwahl am Buffet, der Preistafel, ...
	<input checked="" type="checkbox"/>	Keine Förderung von Alkoholkonsum (Happy Hour o.ä. streichen)

### Partnerinnen und Dienstleistungen einbeziehen

	<input checked="" type="checkbox"/>	Catering-Service nach sozialen und ökologischen Kriterien auswählen (z.B. Schülerfirma, Beschäftigungsträger, Beschäftigung von Migrantinnen oder behinderten Menschen; Anwendung in dieser Liste genannter Maßnahmen) -> siehe Checkliste 3
	<input checked="" type="checkbox"/>	Geschirrmobile und Waschstraßen nutzen
	<input checked="" type="checkbox"/>	Bei der Verwendung von Mehrweggeschirr eine regionale Kooperation mit Gastwirtschaften oder Großküchen von Schulen, Gemeindezentren etc. bedenken. Die dort vorhandene Infrastruktur (Geschirr, Waschanlagen) kann den Einsatz von Mehrweggeschirr erleichtern.



## 7) Evaluation und Berichterstattung

Um von den mit Ihrer Veranstaltung gesammelten Erfahrungen zu profitieren, sollten Sie sich ganz bewusst Zeit nehmen, um sich noch einmal in Ruhe mit ihnen auseinander zu setzen. Darin liegt großes Potential für die Organisation von nachhaltigen Veranstaltungen in der Zukunft – mit weniger Aufwand und noch mehr Erfolg! Indem Sie andere Beteiligte in die Evaluation einbeziehen und Ihre Erkenntnisse öffentlich zugänglich machen, schaffen Sie darüber hinaus Glaubwürdigkeit und Vertrauen.

Um Sie dabei zu unterstützen, hat jede Checkliste zwei Spalten zum Ankreuzen: Die erste Spalte (Symbol: ) markieren Sie, sollten Sie der vorangegangenen Aussage zustimmen, die zweite (Symbol: ) halten Sie fest, wenn Sie dieser widersprechen. Ist letzteres der Fall, teilen Sie uns Ihre Verbesserungsvorschläge, entstandenen Probleme und Anregungen mit.

### Besondere Herausforderungen und Chancen:

- Leitgedanken und Handlungsimpulse betonen und kommunizieren
- Prozesse und Strukturen verändern
- Persönliche Reflexion und Weiterentwicklung ermöglichen

#### **Was heißt „Prozesse und Strukturen verändern“ und warum ist das so wichtig?**

Um langfristig etwas zu bewirken und sich nicht immer wieder in den Kampf gegen die gleichen Widerstände werfen zu müssen, braucht es grundlegende Veränderungen. Diese können an den Strukturen ansetzen oder an den Prozessen. Stromsparen zielt auf Prozesse ab, Wechsel zu Ökostrom-Anbieterinnen auf die Veränderung von Strukturen. Strukturen und Prozesse bedingen sich auch immer gegenseitig, so dass eine Veränderung auf der einen oft auch eine Veränderung auf der anderen Seite nach sich zieht.

Ähnliches gilt auch für die verschiedenen gesellschaftlichen Ebenen: Wer bei sich und seiner Organisation ansetzt, kann langfristig auch helfen, gesellschaftliche Verhältnisse im „Großen“ zu verändern. Daher ist es wichtig, immer wieder neu zu fragen, wie Nachhaltigkeit ganz praktisch und „im Kleinen“ gelebt werden kann – und was sich dafür ändern muss!

- Ziele wurden erreicht  
 Ziele wurden nicht erreicht

## Checkliste 7: „Evaluation und Berichterstattung“ (Seite 1)

### Zielerreichung überprüfen

Die eigenen Nachhaltigkeitsziele aus Checkliste 1 „Konzeption und Planung“ konnten erreicht werden    
 Falls nicht, Problembenennung:

Die eigenen Nachhaltigkeitsziele aus Checkliste 2 „Veranstaltungsort auswählen und gestalten“ konnten erreicht werden    
 Falls nicht, Problembenennung:

Die eigenen Nachhaltigkeitsziele aus Checkliste 3 „Produkte, Materialien und Dienstleistungen“ konnten erreicht werden    
 Falls nicht, Problembenennung:

Die eigenen Nachhaltigkeitsziele aus Checkliste 4 „An- und Abreise“ konnten erreicht werden    
 Falls nicht, Problembenennung:

Die eigenen Nachhaltigkeitsziele aus Checkliste 5 „Programmgestaltung“ konnten erreicht werden    
 Falls nicht, Problembenennung:

Die eigenen Nachhaltigkeitsziele aus Checkliste 6 „Bewirtung und Catering“ konnten erreicht werden    
 Falls nicht, Problembenennung:

Nachhaltigkeit konnte in der Planung und Durchführung durchgängig als Thema wahrgenommen werden    
 Falls nicht, Problembenennung:

Die Sichtweisen vieler Beteiligter (Mitarbeiterinnen, Teilnehmende, Kooperations- und Vertragspartner) wurden einbezogen    
 Falls nicht, Problembenennung:

Das Nachhaltigkeitskonzept ist bei den Besucherinnen gut angekommen    
 Falls nicht, Problembenennung:

Die zusätzlich zur Verfügung gestellten Informationen und Hinweise im Anhang waren ausreichend, um meine gesetzten Ziele und ausgewählten Maßnahmen zu verwirklichen    
 Falls nicht, Verbesserungswünsche:

- Der Aussage stimme ich zu  
 Der Aussage stimme ich nicht zu

## Checkliste 7: „Evaluation und Berichterstattung“ (Seite 2)

### Ergebnisse für die Einführung nachhaltiger Prozesse und Strukturen nutzen

Es ist hilfreich, die gesetzten Ziele und ausgewählten Maßnahmen, Feedback und Evaluationsergebnisse zur weiteren Verwendung zu dokumentieren    
 Falls nicht, Begründung:

Erfolgreiche Maßnahmen werden ins Alltagsgeschäft übertragen    
 Falls nicht, Begründung:

Neu geknüpfte Kontakte zu engagierten Menschen vor Ort und nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen werden weiter genutzt    
 Falls nicht, Begründung:

Eine Zertifizierung meiner nachhaltigen Veranstaltung als solche würde meine Motivation zur Nutzung des Leitfadens erhöhen    
 Falls nicht, Begründung:

### Handhabung des Leitfadens

Der Leitfaden ist optisch übersichtlich und einladend aufgebaut    
 Falls nicht, Verbesserungswünsche:

Die Handhabung des Leitfadens ist gut erläutert und leicht nachvollziehbar    
 Falls nicht, Verbesserungswünsche:

Die sechs gewählten Bereiche der Checklisten sind sinnvoll, vollständig und deren Reihenfolge nachvollziehbar    
 Falls nicht, Verbesserungswünsche:

Die einzelnen Checklisten sind inhaltlich erschöpfend und deren Unterpunkte gut strukturiert    
 Falls nicht, Verbesserungswünsche:

Die Checklisten und Infotexte motivieren zur eigenständigen Umsetzung    
 Falls nicht, Verbesserungswünsche:

Ich bin als Veranstalter motiviert, den Leitfaden auf Freiwilligkeitsbasis zu nutzen    
 Falls nicht, Verbesserungsvorschläge:

**Was ich zum Abschluss positiv hervorheben möchte:**

Lined writing area for the first question.

**Was ich mir für eine bessere Umsetzung noch wünsche:**

Lined writing area for the second question.

# Ausblick

## Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement

Veranstaltungen nachhaltig zu gestalten, ist ein **kontinuierlicher Prozess**, der mit einer einzelnen Veranstaltung beginnt, aber nicht mit ihr aufhört. Um anhaltend Fortschritte zu erzielen, ist es wichtig, fortlaufend Verbesserungen anzustreben.

**Für besonders große oder sich wiederholende Veranstaltungen** kann es sich anbieten, ein systematisches, an Nachhaltigkeit orientiertes Veranstaltungsmanagement aufzubauen.

Dazu gehört, dass Sie mit ausgewählten Maßnahmen **klare und präzise formulierte, erreichbare und überprüfbare Ziele** konsequent verfolgen.

Systematisch **Daten zu sammeln**, hilft, bessere Einschätzungen zur Erreichung dieser Ziele anstellen zu können. Für einige Bereiche ist das einfacher als für andere: Finanzielle Aufwendungen, Stromverbrauch oder Abfallmengen können mit relativ wenig Aufwand direkt gemessen werden; Ziele, die eher im sozialen oder kulturellen Bereich liegen, lassen sich in der Regel nur durch Mithilfe der Teilnehmenden überprüfen, da es hier meist um subjektive Eindrücke geht.

Es ist daher sinnvoll, die **Evaluation** gründlich zu planen und Teile davon in die Durchführung der Veranstaltung zu integrieren, um möglichst viele Beteiligte einzubeziehen. Dies ist auch insofern hilfreich, als der langfristige Erfolg nachhaltiger Gestaltung von Bewusstsein und Engagement der Beteiligten abhängig ist. Um dies zu fördern und Ihr Engagement zudem nach außen sichtbar zu machen, sollte auch die **Kommunikation** in allen Phasen des Veranstaltungsmanagements sorgfältig geplant werden.

Diese neu geschaffenen Strukturen helfen, bei großen Veranstaltungen den Überblick zu behalten, auch und gerade in Hinblick auf die Nachhaltigkeitsorientierung. Aber **auch hier liegt es natürlich bei Ihnen** als Veranstalterin, **zwischen Aufwand und Ertrag abzuwägen**.

## Beratung und Unterstützung durch

BUND-Regionalbüro Koblenz  
Regionaler Fachpromotor für öko-soziale Beschaffung  
Kornpfortstraße 15  
56068 Koblenz  
<https://koblenz.bund-rlp.de/>

Bund für  
Umwelt und  
Naturschutz  
Deutschland



Das Eine-Welt-Promotor\*innenprogramm wird gefördert von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des



Bundesministerium für  
wirtschaftliche Zusammenarbeit  
und Entwicklung

und des Landes Rheinland-Pfalz



RheinlandPfalz  
MINISTERIUM DES INNERN  
UND FÜR SPORT



RheinlandPfalz  
MINISTERIUM FÜR  
WIRTSCHAFT, VERKEHR,  
LANDWIRTSCHAFT  
UND WEINBAU

Promotorenprogramm "Rheinland-Pfalz entwickeln für Eine Welt" in Zusammenarbeit mit



Rheinland-  
Pfalz **entwickeln**  
für Eine Welt



**Besonderer Dank** an Magdalena Molkenhain, die im Rahmen eines Praktikums ihres Bachelorstudiengangs Psychologie beim BUND-Regionalbüro Koblenz, Regionaler Fachpromotor für öko-soziale Beschaffung, die Erarbeitung dieses Leitfadens maßgeblich begleitet hat.

## Anhang - Zusätzliche Informationsmaterialien

Luftballons als Eventbestandteil vermeiden – darum geht’s	32
Lokale und regionale Kontaktstellen	34
Beispiele für Label und Gütesiegel zur Orientierung	36
Umweltzertifikate für Gaststättengewerbe und Hotellerie	37
Best Practice Beispiele	37
Textbausteine für Einladungen und Pressetexte	38
Information für Mitarbeiter, Standbetreiberinnen und Catering	40

## **Luftballons als Eventbestandteil vermeiden – darum geht´s**

### **Bitte nicht fliegen lassen**

Ein Luftballonstart sieht toll aus – transportiert aber gefährlichen Müll in die Umwelt. Kinder lieben Heliumballons. Den Kopf weit im Nacken, fasziniert von den bunt tanzenden Flecken am Himmel schauen sie ihnen hinterher – ein schöner Augenblick. Die Luftballons werden zu winzigen Punkten, bald schon sind sie ganz aus dem Blickfeld geflogen. Doch verschwunden sind sie nicht: Als Müll kehren sie unkontrolliert und unbeachtet wieder zur Erde zurück, landen oft Hunderte von Kilometern weiter in Wiesen und Wäldern, in Flüssen und Meeren – und werden völlig unnötig zur Gefahr für Tiere.

### **Risiken für Tiere und Umwelt**

Vögel, Meeresbewohner und viele andere Tierarten leiden unter den bunten Fetzen. Sogar Delfine und Wale, Meeresschildkröten und Seevögel verheddern sich in den angeknüpften Schnüren, oder verwechseln Kautschukteile mit Nahrung und verschlucken ganze Ballons. Der zähe Kunststoff kann nicht verdaut werden, und reichert sich nach und nach im Magen oder Darm der Tiere an – bis diese jämmerlich verhungern.

### **Ballons zersetzen sich langsam und enthalten Giftstoffe**

Ballons aus synthetischem Gummi gefährden Tiere über eine lange Zeit. Ihre zu Mikropartikeln zerfallenen Überreste bleiben über Jahrhunderte in der Umwelt erhalten. Doch auch die viel gelobten Luftballons aus Naturkautschuk sind problematisch.

Zwar werden sie von den Herstellern als „biologisch abbaubar“ beworben: Sie würden genauso schnell verrotten wie ein Eichenblatt, heißt es oft. Dass dieser Prozess trotzdem über viele Monate bis hin zu Jahren dauern kann, wird aber verschwiegen. Genug Zeit für die schlappen Ballons, großen Schaden in der Tierwelt anzurichten.

Zudem enthalten auch sie künstliche Zusatzstoffe wie Weichmacher oder Vulkanisationsbeschleuniger, Ozonschutzmittel und Farbstoffe, die giftig für Organismen sein können. Und auch das in die Ballons gepumpte Helium ist – als endliche Ressource, die unter hohem Energieverbrauch gewonnen wird – ökologisch mehr als fragwürdig.

### **Ballons legen große Distanzen zurück ...**

Ein Beispiel aus Frankreich zeigt die Distanzen, über die Luftballons problemlos getragen werden: Im Sommer 2007 fanden französische Meeresökologen an der Küste der Normandie massenweise orangefarbene Luftballons. Die Ballons hatten eine Strecke von über 800 Kilometern zurückgelegt: Gestartet waren sie in den Niederlanden, am Feiertag zu Ehren der Königin.

Theoretisch sind noch weit größere Distanzen möglich. Was bei Ballonstarts mit angehängten Postkarten oft zum spaßigen Wettbewerb ausgerufen wird – wessen Ballon wird die längste Reise tun? – gerät in der Realität zum unkontrollierbaren Risiko. Es lässt sich nicht abschätzen, wo die Luftballons als Müll vom Himmel fallen und welchen Schaden sie dort anrichten.



### **... und landen als Müll in unserer Umwelt**

Bei Festen und Feiern, zu Hochzeiten, Jubiläen oder Neueröffnungen steigen in der ganzen Welt täglich tausende von Luftballons in den Himmel. Die Menschen freuen sich für einen kurzen Augenblick – und haben schlicht kein Bewusstsein für die Folgen, die über Jahre fortbestehen können.

Kaum jemand würde wohl eine Handvoll kaputte Luftballons absichtlich in den Wald oder in einen See werfen – über Luftballonwettbewerbe ist es aber genau das, was passiert. Jeder Ballonstart trägt unkontrolliert gefährlichen Müll in die Welt.

### **Mit einfachen Alternativen und ein wenig Engagement können Sie helfen, diese völlig unnötige Gefahr zu vermeiden:**

- Festhalten statt loslassen: Luftballons als Schmuck und Dekoration aufgehängt erfreuen nicht nur für einen kurzen Augenblick und können später kontrolliert entsorgt werden.
- Aus Luftballons lassen sich mit ein wenig Geschick lustige Figuren oder ganze Skulpturen bauen. In einem gemeinsamen Event wird daraus ein großer farbenfroher Spaß – kreativer als ein Ballonstart, und einfacher zu entsorgen.
- Wett-Aufpusten, das Platzenlassen von Luftballons (vielleicht sogar mit innen versteckten Überraschungen) oder Ballonstaffeln (kurze Distanz rennen, auf den Ballon setzen, sobald er platzt, läuft der Nächste los) sorgen für wilde Action.
- Müssen es unbedingt Luftballons sein? Es entsteht in jedem Fall jede Menge Müll. Vielleicht wären wiederverwendbare Alternativen eine Überlegung wert. Flaggen, Banner oder Drachen sind bunt, wehen lustig im Wind und fliegen (fast) so hoch wie Heliumballons – jedoch können sie immer wieder verwendet und verschenkt oder gegen eine Spende abgegeben werden.
- Auch Seifenblasen tanzen schön im Wind.
- Und Blumen- oder Baumpflanzaktionen schaffen ein gemeinsames Erlebnis und sind deutlich nachhaltiger!

### **... der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.**

Quelle: <https://www.aga-artenschutz.de/heliumballons.html>

## Lokale und regionale Kontaktstellen

### **Bund für Umwelt und Naturschutz Koblenz**

**Achim Trautmann, Regionaler Fachpromoter für öko-soziale Beschaffung**

Kornpfortstraße 15, 56068 Koblenz

0261 9734539, [www.koblenz.bund-rlp.de](http://www.koblenz.bund-rlp.de)

### **„der Kreis“ Club Behinderter und ihrer Freunde e.V**

(Sachverständige/r für Barrierefreies Planen und Bauen)

Am Alten Hospital 3a, 56068 Koblenz

0261 14447, [www.der-kreis.net](http://www.der-kreis.net)

### **Die Schachtel e.V. – Obdachlosenrestaurant Mampf**

Gartenstraße 12, 56070 Koblenz

0261 16992, [www.schachtel-koblenz.de](http://www.schachtel-koblenz.de)

### **Direktvermarkter, Landwirte und Winzer in Koblenz**

[www.koblenz.de/wirtschaft/koblenzer-direktvermarkter-landwirte-winzer/](http://www.koblenz.de/wirtschaft/koblenzer-direktvermarkter-landwirte-winzer/)

### **Direktvermarkter im Rhein-Lahn-Kreis**

[www.frischvomhof.de](http://www.frischvomhof.de)

### **Fachberatungsstelle für Menschen ohne Wohnung der Caritas**

Caritasverband Koblenz e. V.

Neustadt 20, 56068 Koblenz

0261 9144078, [www.caritas-koblenz.de/hilfe-und-beratung/menschen-ohne-wohnung](http://www.caritas-koblenz.de/hilfe-und-beratung/menschen-ohne-wohnung)

### **foodsharing-Gemeinschaften**

[koblenz@foodsharing.network](mailto:koblenz@foodsharing.network)

### **Geschirrmobil**

Bethesda-St. Martin gGmbH, Rheinwerkstatt dimopac

Emser Straße 345, 56076 Koblenz (Horchheim)

0261 9733400, [dimopac@stiftung-bethesda.de](mailto:dimopac@stiftung-bethesda.de)

### **Heimat schmeckt e.V.**

Bahnhofstraße 9, 56068 Koblenz

[www.heimat-schmeckt.de](http://www.heimat-schmeckt.de)

### **Koblenz-Becher und Koblenz-Glas**

Koblenz-Touristik

[www.koblenz-touristik.de](http://www.koblenz-touristik.de)

### **Koblenzer Verkehrsbetriebe**

Fahrplanauskunft, Fahrgast- und Fahrkartenberatung, Busanmietung

0261 402-20000, [www.koveb.de/service/ansprechpartner](http://www.koveb.de/service/ansprechpartner)

**Lebensmittelretter Rhein-Mosel e.V.**

Simmerner Str. 38, 56075 Koblenz

0151 61538928, <http://www.wir-retten-lebensmittel.de>

**Regioverein Koblenz**

Legiastraße 70, 56073 Koblenz

02606 2787, [www.regiovereinkoblenz.de](http://www.regiovereinkoblenz.de)

**Weltladen Koblenz**

Josef-Görres-Platz 13, 56068 Koblenz

0261 36174, [www.weltladen-koblenz.de](http://www.weltladen-koblenz.de)

ENTWURF

## Beispiele für Label und Gütesiegel zur Orientierung

### Lebensmittel

- Bioland: [www.bioland.de](http://www.bioland.de)
- demeter: [www.demeter.de](http://www.demeter.de)
- Naturland: [www.naturland.de](http://www.naturland.de)
- Fairtrade: [www.fairtrade-deutschland.de](http://www.fairtrade-deutschland.de)
- Gepa fair: [www.gepa.de](http://www.gepa.de)
- Marine Stewardship Council: [www.msc.org](http://www.msc.org)
- ProVeg: [www.proveg.com](http://www.proveg.com)
- El Puente: [www.el-puente.de](http://www.el-puente.de)

### Kleidung

- Blauer Engel – Textilien: [www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de)
- bluesign® product: [www.bluesign.com/de](http://www.bluesign.com/de)
- Global Organic Textile Standard: [global-standard.org/de](http://global-standard.org/de)
- Naturtextil IVN zertifiziert BEST: [naturtextil.de](http://naturtextil.de)

### Elektronik

- EU Ecolabel: [www.eu-ecolabel.de/](http://www.eu-ecolabel.de/)
- Blauer Engel: [www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de)
- TCO certified: [tcocertified.de](http://tcocertified.de)

### Reinigung und Hygiene

- EU Ecolabel: [www.eu-ecolabel.de](http://www.eu-ecolabel.de)
- Blauer Engel: [www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de)
- ECOCert: [www.ecco-verde.de](http://www.ecco-verde.de)
- Nature Care Products Standard: [gfaw.eu/ncp](http://gfaw.eu/ncp)
- Nordic Ecolabel: [www.nordic-ecolabel.org](http://www.nordic-ecolabel.org)

### Papier

- Blauer Engel: [www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de)
- EU-Ecolabel: [www.eu-ecolabel.de](http://www.eu-ecolabel.de)
- Österreichisches Umweltzeichen für Papier: [www.umweltzeichen.at/de/produkte](http://www.umweltzeichen.at/de/produkte)
- Forest Stewardship Council (FSC) – Recycled: [www.fsc-deutschland.de/de-de](http://www.fsc-deutschland.de/de-de)

Weiterführende Informationen zu Siegeln, Zertifikaten und Gütezeichen finden Sie unter:

[www.siegelklarheit.de](http://www.siegelklarheit.de)

[www.label-online.de](http://www.label-online.de)

[www.kompass-nachhaltigkeit.de](http://www.kompass-nachhaltigkeit.de)

## Umweltzertifikate für Gaststättengewerbe und Hotellerie

- ISO 14001 Umweltmanagementsystemnorm: [www.de.wikipedia.org/wiki/ISO\\_14001](http://www.de.wikipedia.org/wiki/ISO_14001)
- EMAS: [www.emas.de/](http://www.emas.de/)
- Europäische Öko-Blume (Eco Flower):  
[www.iha-service.de/de/europaeische-oeko-blume-eco-flower](http://www.iha-service.de/de/europaeische-oeko-blume-eco-flower)
- GreenSign Hotel: [www.greensign.de](http://www.greensign.de)
- Green Certified Hotel: [www.iha-service.de/de/green-certified-hotel](http://www.iha-service.de/de/green-certified-hotel)
- ÖKOPROFIT: [de.wikipedia.org/wiki/%C3%96koprofit](http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96koprofit)
- Umweltcheck des Deutschen Hotel und Gaststättenverbandes (DEHOGA):  
[www.dehoga-umweltcheck.de/](http://www.dehoga-umweltcheck.de/)
- DEHOGA Energiekampagne: [energiekampagne-gastgewerbe.de/](http://energiekampagne-gastgewerbe.de/)

## Best Practice Beispiele

Sie suchen andere gute Beispiele für nachhaltige Veranstaltungen und wollen sich ausführlich informieren? Dann finden Sie hier weitere Informationen:

### Österreichisches Umweltzeichen

[www.umweltzeichen.at/de/green-meetings-und-events/best-practice](http://www.umweltzeichen.at/de/green-meetings-und-events/best-practice)

### Green Events Hamburg

[greeneventshamburg.de/infoportal/best-practice-beispiele/](http://greeneventshamburg.de/infoportal/best-practice-beispiele/)

### Green Champions

[www.green-champions.de/index.php?id=4&L=0](http://www.green-champions.de/index.php?id=4&L=0)

## Textbausteine für Einladungen und Pressearbeit

Erstmals führen wir [*Veranstaltungstitel*] als **nachhaltige Veranstaltung** durch. Kriterien des Umweltschutzes und der globalen Gerechtigkeit werden dabei in besonderer Weise beachtet. Deshalb bitten wir Sie, nach Möglichkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen oder Fahrgemeinschaften zu bilden. Informationen hierzu finden Sie unter [*Website der Veranstaltung*]. Des Weiteren freuen wir uns sehr, wenn Sie auch während der Veranstaltung **Ihren ganz persönlichen Anteil** zu unserem nachhaltigen Konzept und somit zum Umweltschutz und der globalen Gerechtigkeit beitragen.

Auf unserer Veranstaltung werden Sie auf zahlreiche Informationsmöglichkeiten zu gezielten Themen der Nachhaltigkeit stoßen. Sie sind herzlich eingeladen, diese Informationen zu nutzen und sich mit anderen Teilnehmenden über neue Erfahrungen auszutauschen.

Auf unserer Internetseite finden Sie bereits vorab das Programmheft, [weiteres Informationsmaterial]. Ganz im Sinne unseres Konzeptes besteht eines unserer Ziele darin, durch eine möglichst papierlose Kommunikation, unsere Umweltauswirkungen im Blick zu halten und zu reduzieren. Daher werden wir unser Programmheft sowie [weiteres Informationsmaterial] digital für Sie bereitstellen.

Veranstaltungen bewegen Menschen, schaffen Erlebnisse, helfen Unternehmen Ihre Produkte zu präsentieren und sind ein wichtiger Wirtschaftszweig. Dabei gibt es viele Rädchen die gedreht werden können, um den ökologischen Fußabdruck einer Veranstaltung zu verringern.

2015 verpflichteten sich die Vereinten Nationen mit der Agenda 2030 zu 17 Zielen nachhaltiger Entwicklung (Sustainable Development Goals auch kurz SDG), durch welche wir unseren Planeten auch für nachfolgende Generationen erhalten wollen. Dabei ist jede und jeder Einzelne von uns aufgefordert, bei der nachhaltigen Gestaltung unserer Gesellschaft aktiv zu werden.

Auch in Koblenz hat der Stadtrat mit der Verabschiedung von 33 Punkten zum Klimaschutz ein Zeichen gesetzt, dass eine nachhaltige Entwicklung politisch gewünscht ist und umgesetzt werden soll. So können auch Veranstaltungen ökonomisch erfolgreich und nachhaltig ausgerichtet werden.

Jährlich genießen zehntausende Menschen aus Nah und Fern Veranstaltungen und Feste in Koblenz, wobei es natürlich auch zu negativen Umweltauswirkungen kommt. Durch die Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Kriterien im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung bei der Ausrichtung von Veranstaltungen stiften diese langfristig einen Nutzen in der Region: Die regionale Wirtschaft wird unterstützt, Umwelt, Natur und Umgebung werden geschont.

Mit einem nachhaltigen Veranstaltungskonzept zeigen Veranstalter\*innen, dass Sie auf Klimaschutz, regionale Wertschöpfung und Sozialverträglichkeit setzen. Dies kann anfangen bei der Auswahl des Gebäudes mit der gesamten technischen Infrastruktur, den Mitarbeiter\*innen, dem Cateringangebot bis hin zu biologischen Reinigungsmitteln und der Mülltrennung. Anstatt Müllberge und Verkehrslawinen zu verursachen, zeichnen sich nachhaltige Veranstaltungen beispielsweise durch erhöhte Energieeffizienz, Abfallvermeidung und eine umweltschonende An- und Abreise der Gäste aus. Das bedeutet, dass neben der Umsetzung umwelt- und klimarelevanten Maßnahmen auch die regionale Wirtschaft und soziale Aspekte berücksichtigt werden und bei den Teilnehmenden ein Umdenken herbeigeführt werden soll.

Durch die achtsame und aktive Teilnahme an der Veranstaltung kann jede\*r Besucher\*in dabei helfen, das Nachhaltigkeitskonzept umzusetzen und dabei auch den eigenen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

## Information für Mitarbeiter, Standbetreiberinnen und Catering

[Veranstaltungstitel] hat das Ziel definiert, sich als umweltbewusstes Veranstaltungszentrum zu positionieren.

Mit einem nachhaltigen Veranstaltungskonzept können Veranstalterinnen und Veranstalter, die auf Klimaschutz, regionale Wertschöpfung und Sozialverträglichkeit setzen, Ihre Einstellung nach außen hin sichtbar machen und sich für eine umweltfreundliche Veranstaltungsorganisation und damit für eine nachhaltige Veranstaltung entscheiden, um den ökologischen Fußabdruck einer Veranstaltung zu verringern.

2015 verpflichteten sich die Vereinten Nationen mit der Agenda 2030 zu 17 Zielen nachhaltiger Entwicklung (Sustainable Development Goals auch kurz SDG's), durch die wir unseren Planeten auch für nachfolgende Generationen erhalten wollen. Dabei ist jede und jeder Einzelne von uns aufgefordert, bei der nachhaltigen Gestaltung unserer Gesellschaft aktiv zu werden. Dieser Herausforderung stellen sich mehr und mehr Organisatorinnen und Organisatoren und Kommunen.

Auch in Koblenz hat der Stadtrat mit der Verabschiedung von 33 Punkten zum Klimaschutz ein Zeichen gesetzt, dass eine nachhaltige Entwicklung politisch gewünscht ist und umgesetzt werden soll. So sollen auch Veranstaltungen an den Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtet werden.

Jährlich genießen zehntausende Menschen aus Nah und Fern Veranstaltungen und Feste in Koblenz, wobei es natürlich auch zu negativen Umweltauswirkungen kommt. Durch die Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Kriterien im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung bei der Ausrichtung von Veranstaltungen stiften diese langfristig einen Nutzen in der Region.

Mit einem nachhaltigen Veranstaltungskonzept zeigen Veranstalterinnen und Veranstalter, dass sie auf Klimaschutz, regionale Wertschöpfung und Sozialverträglichkeit setzen. Dies kann anfangen bei der Auswahl des Gebäudes mit der gesamten technischen Infrastruktur, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dem Cateringangebot bis hin zu biologischen Reinigungsmitteln und der Mülltrennung.

Anstatt Müllberge und Verkehrslawinen zu verursachen, zeichnen sich nachhaltige Veranstaltungen durch erhöhte Energieeffizienz, Abfallvermeidung und eine umweltschonende An- und Abreise der Gäste aus. Das bedeutet, dass neben der Umsetzung umwelt- und klimarelevanten Maßnahmen auch die regionale Wirtschaft und soziale Aspekte berücksichtigt werden und bei den Teilnehmenden ein Umdenken herbeigeführt werden soll. Die Veranstaltung erhält damit auch ein positives Image bei der Bevölkerung, den Besucherinnen und Besuchern und den Sponsorinnen und Sponsoren, was selbstverständlich auch den Veranstaltenden zugutekommt.

Durch die achtsame und aktive Teilnahme an der Veranstaltung kann jede\*r Mitarbeiter\*in, Standbetreiber\*in und Beteiligte\*r dabei helfen, das Nachhaltigkeitskonzept umzusetzen und dabei auch den eigenen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.



**Was macht das [Veranstungstitel] zu einer nachhaltigen Veranstaltung (Auszug aus dem Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen)?**

- Die Besucherinnen und Besucher werden in der Einladung/Homepage um eine möglichst klimaschonende Anreise gebeten.
- Das verwendete Papier (z.B. für Programmhefte), erfüllt definierte Umweltstandards. Grundsätzlich wird angestrebt, möglichst wenig Papier zu verwenden.
- Bei der Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung besteht ein Fokus auf der Abfallvermeidung. Nicht vermeidbare Abfälle werden getrennt gesammelt und entsprechend fachgerecht entsorgt. Möglichkeiten zur sinnvollen und geeigneten Sammlung der Abfälle werden mittels Mülltrennsysteme dezentral mehrfach angeboten.
- Es wird auf wiederverwendbare Dekorationsartikel zurückgegriffen.
- Auf Umwelt belastende Give-Aways wird verzichtet.
- Lange Transportwege werden vermieden. Stattdessen wird weitestgehend auf regionale Anbieter und Dienstleistungen zurückgegriffen.
- 100 % des verbrauchten Stroms werden aus erneuerbaren Quellen gewonnen.
- Licht und Klimaanlage werden nur eingesetzt, wo sie benötigt werden.
- Das Catering-Angebot erfüllt besondere Kriterien (bspw. Regionale Lieferantinnen, Bio-Qualität, vegetarische Angebote, Tier- und Artenschutz unbedenkliche Lebensmittel, Mehrweggeschirr, Resteverwertung)

Den kompletten Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen finden Sie unter:  
[www.klimaschutz.koblenz.de](http://www.klimaschutz.koblenz.de)

### **Freiwillig umsetzbare Maßnahmen von Verkaufsständen:**

- Eine Speise am Stand ist aus Bio-zertifizierten Zutaten.
- Ein Getränk am Stand ist Bio-zertifiziert und/oder aus fairem Handel.
- Ein Lebensmittelprodukt ist aus fairem Handel.
- Eine zusätzliche Hauptzutat ist saisonal und regional.
- Ein zusätzliches Getränk ist regional erzeugt.
- Ein verarbeitetes Produkt (Brot/Gebäck, Milchprodukte, Käse, Teigwaren, Wurstwaren, Kräutertees, Früchtetees, verarbeitete Spezialitäten wie Saucen, Pasteten etc.) stammt aus einem örtlichen Produktionsbetrieb.
- Es wird eine Speise angeboten, die für die Region, in der die Veranstaltung stattfindet, typisch und charakteristisch ist.
- Es wird ein vegetarisches oder veganes Gericht angeboten.
- Es werden Speisen für Lebensmittelallergikerinnen (z.B. glutenfreie oder laktosefreie Speisen) angeboten und entsprechend kommuniziert.
- Es werden von jeder Speise auch kleinere Portionen zu niedrigeren Preisen angeboten.
- Es wird eine Speise in Form von Fingerfood, Wrap in oder „Packs ins Brot“ etc. angeboten, um die Benutzung von Geschirr zu vermeiden.
- Es werden für die Geschirreinigung Reinigungsprodukte mit einem Umweltgütesiegel nach ISO Typ I oder Produkte gemäß der Positivliste von DIE UMWELTBERATUNG verwendet.
- Der Stand ist barrierefrei zugänglich (Höhe der Verkaufsfläche, evtl. unterfahrbar etc.).

„Es gibt nichts Gutes,  
außer: man tut es.“

Erich Kästner

Und das am besten in einem unterhaltsamen Rahmen,  
um durch den intelligenten Einsatz  
von finanziellen und personellen Mitteln  
sowohl inhaltlich als auch im Handeln gut aufgestellt  
und in Sachen Nachhaltigkeit Vorbild zu sein.