



# ALLES IM GRÜNEN BEREICH!

Handungsleitfaden Klimaneutrale  
Veranstaltungen in Berlin

Senatsverwaltung  
für Umwelt, Verkehr  
und Klimaschutz

**BERLIN**



# IMPRESSUM

Das Projekt „Handlungsleitfaden Klimaneutrale Veranstaltungen in Berlin“ wurde von Januar 2019 bis Februar 2021 von der GRÜNEN LIGA Berlin e.V. durchgeführt und im Kontext der BEK-Maßnahme „Stufenplan klimafreundliche Veranstaltungen“ umgesetzt.

## HERAUSGEBERIN

GRÜNE LIGA Berlin e.V.  
Prenzlauer Allee 8  
10405 Berlin  
030 / 44 33 91-0  
info@grueneliga-berlin.de  
www.grueneliga-berlin.de

## V.i.S.d.P

Leif Miller

## REDAKTION

Sandra Kolberg

## TEXT

Dr. Birte Jung, Kai Guttman, Christian Lerche, Claudia Kapfer, Sandra Kolberg

## LEKTORAT

Thorsten Tynior

## GESTALTUNG

Jadranko Barišić

1. Auflage: Mai 2021

Gefördert durch die Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Vorwort</b> .....	<b>4</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>5</b>
1.1 Klimaneutrale Veranstaltungen für Berlin .....	5
1.2 Ziele des Handlungsleitfadens.....	5
1.3 Veranstaltungen im öffentlichen Raum.....	5
1.4 Methodik und Struktur.....	6
<b>2 Rechtliche Grundlagen und Genehmigungspraxis</b> .....	<b>8</b>
2.1 Zuständige Behörden im Land Berlin .....	8
2.2 Erste Schritte bei der Beantragung und Bearbeitungsdauer .....	9
<b>3 Best Practices</b> .....	<b>12</b>
3.1 Best-Practice-Beispiele aus Berlin.....	13
3.2 Best-Practice-Beispiele aus Deutschland.....	21
3.3 Internationale Best-Practice-Beispiele .....	25
<b>4 Handlungsfelder</b> .....	<b>27</b>
4.1 Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation (H1).....	27
4.2 Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit (H2) .....	33
4.3 Handlungsfeld Energieversorgung (H3) .....	38
4.4 Handlungsfeld Abfallmanagement (H4).....	44
4.5 Handlungsfeld Beschaffung und Catering (H5) .....	54
4.6 Handlungsfeld Wasser und Sanitär (H6).....	61
4.7 Handlungsfeld Mobilität (Personen- und Lieferverkehr) H7.....	66
<b>5 Fazit und Ausblick</b> .....	<b>72</b>
<b>6 Literatur</b> .....	<b>73</b>
<b>7 Anhang: Checklisten</b> .....	<b>75</b>
7.1 Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation (H1).....	75
7.2 Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit (H2) .....	75
7.3 Handlungsfeld Energieversorgung (H3) .....	77
7.4 Handlungsfeld Abfallmanagement (H4).....	78
7.5 Handlungsfeld Beschaffung und Catering (H5) .....	80
7.6 Handlungsfeld Wasser und Sanitär (H6).....	82
7.7 Handlungsfeld Mobilität (Personen- und Lieferverkehr) H7.....	83
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>85</b>

# VORWORT

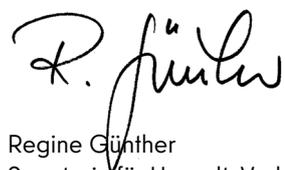
Sehr geehrte Damen und Herren,  
der globale Klimaschutz ist dann erfolgreich, wenn lokal  
gehandelt und der klimaschädliche CO<sub>2</sub>-Ausstoß vor Ort  
minimiert wird. Berlin hat sich zum Ziel gesetzt, bis spätestens  
2050 klimaneutral zu werden. Das ist machbar - wenn alle an  
einem Strang ziehen.

Wie das im Veranstaltungsbereich gelingen kann, beschreibt  
der vorliegende Leitfaden. Mit ihm wird eines der vielen  
Maßnahmen aus dem Berliner Energie- und Klimaschutz-  
programm realisiert: Der „Stufenplan klimaneutrale Ver-  
anstaltungen in Berlin“.

Gemeinsam mit der GRÜNEN LIGA Berlin und der Expertise  
unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure aus dem Veran-  
staltungsbereich ist es uns gelungen, konkrete und praxisnahe  
Maßnahmen für mehr Klimaschutz bei Freiluftveranstaltungen  
im öffentlichen Raum aufzuzeigen. Ich danke allen Mitwirkenden  
für ihre wertvollen Beiträge.

Vielen Menschen aus dem Veranstaltungsbereich ist Klima-  
schutz ebenso wichtig wie den Besucherinnen und Besuchern.  
Konkreter Klimaschutz trägt außerdem einen wichtigen Teil  
zum Publikumserfolg bei. Deswegen freue ich mich, den für  
Berlin so bedeutsamen Veranstaltungssektor bei seinem  
Einsatz für mehr Klimaschutz in unserer Stadt zu unterstützen.  
Ich möchte alle Beteiligten ermuntern, den Handlungsleit-  
faden zu nutzen und so aktiv den Klimaschutz in Berlin voran-  
zubringen. Nur gemeinsam können wir Berlin zur Klimahaupt-  
stadt machen.

Mit freundlichen Grüßen



Regine Günther  
Senatorin für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

# 1 EINLEITUNG

## 1.1 Klimaneutrale Veranstaltungen für Berlin

Berlin hat sich das ambitionierte Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2050 klimaneutral zu werden. Als Zwischenschritte auf dem Weg zur Klimaneutralität legt das Berliner Energiewendegesetz fest, die Gesamtmenge der Berliner CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2020 um mindestens 40 Prozent, bis 2030 um mindestens 60 Prozent und bis 2050 um mindestens 85 Prozent zu reduzieren, jeweils im Vergleich zum Jahr 1990. Zusätzlich haben sich Senat und Abgeordnetenhaus mit dem Berliner Energie- und Klimaschutzprogramm 2030 (BEK) dazu bekannt, die Anstrengungen Berlins für den Klimaschutz zu verstärken, um über die gesetzlichen Vorgaben hinaus eine Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2050 um 95 Prozent zu erreichen. Das Berliner Energie- und Klimaschutzprogramm 2030 (BEK 2030) enthält die konkreten Strategien und Maßnahmen auf dem Weg zur Klimaneutralität und stellt damit den „Fahrplan“ und das zentrale Instrument der Berliner Energie- und Klimaschutzpolitik dar. Für den Klimaschutz soll mit den Maßnahmen in den Handlungsfeldern Energie, Verkehr, Gebäude und Stadtentwicklung, Wirtschaft, Private Haushalte und Konsum eine Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Stadt erwirkt werden. Die Maßnahme „Stufenplan Klimafreundliche Veranstaltungen“ ist dem Handlungsfeld Haushalt und Konsum zugeordnet.

Hintergrund sind zahlreiche Veranstaltungen im öffentlichen Raum, die jedes Jahr in Berlin stattfinden und CO<sub>2</sub>-Emissionen verursachen. Von kleinen Kiezfesten für die lokale Anwohnerschaft über regelmäßig stattfindende Wochenmärkte bis hin zu Straßenfesten und Sportveranstaltungen mit gesamtstädtischer Bedeutung. Die Veranstaltungslandschaft Berlins ist enorm bunt und vielfältig und trägt wesentlich dazu bei, dass Berlin als kreative, pulsierende und lebenswerte Metropole wahrgenommen wird.

Dabei ist jede Veranstaltung einzigartig. Sei es aufgrund ihres Konzepts, des Austragungsortes, der Diversität des Publikums oder des Organisationsaufwands. Der Handlungsleitfaden soll dazu beitragen, anhand konkreter und praxisnaher Handlungsempfehlungen die Möglichkeiten zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen im Veranstaltungsbereich aufzuzeigen und öffentlichkeitswirksam zu kommunizieren.

Das Projekt „Handlungsleitfaden Klimaneutrale Veranstaltungen in Berlin“ wurde von Januar 2019 bis Februar 2021 von der GRÜNEN LIGA Berlin e.V. durchgeführt und im Kontext der BEK-Maßnahme „Stufenplan klimafreundliche Veranstaltungen“ umgesetzt. Im Rahmen einer Kooperation mit der Beuth-Hochschule für Technik Berlin – Fachbereich Maschinenbau, Veranstaltungstechnik, Verfahrenstechnik – konnten wertvolle

wissenschaftliche Erkenntnisse für die Erstellung des Handlungsleitfadens einfließen und gezielt Daten für verschiedene Veranstaltungen erhoben werden. Zudem wurden verschiedene Veranstaltungsakteur\*innen mit ihren Erfahrungen und Visionen in das Projekt eingebunden.

Eine klimaneutrale Veranstaltung wird in diesem Handlungsleitfaden als eine Veranstaltung definiert, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und andere klimaschädliche Emissionen weitestgehend vermeidet und nicht vermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen im Anschluss kompensiert.

## 1.2 Ziele des Handlungsleitfadens

Dieser Handlungsleitfaden versteht sich als Arbeitshilfe und Inspirationsquelle für Veranstaltende von Großveranstaltungen, Wochenmärkten, Straßenfesten und Free Open Airs sowie für Akteur\*innen, die mit der Planung und Organisation von klimaneutralen Veranstaltungen betraut sind. Konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmenvorschläge zur Vermeidung von CO<sub>2</sub>-Emissionen machen den inhaltlichen Schwerpunkt des Handlungsleitfadens aus. Zudem verfolgt dieser das Ziel, das Bewusstsein und die Handlungsmöglichkeiten in der Genehmigungspraxis zu stärken. Denn um Klimaneutralität als Standard in der Veranstaltungsorganisation zu etablieren, gilt es, Rahmenbedingungen und Anreize zu schaffen, damit Klimaschutz nicht nur vom Engagement der Veranstaltenden abhängt.

## 1.3 Veranstaltungen im öffentlichen Raum

Im Fokus dieses Handlungsleitfadens stehen Freiluftveranstaltungen im öffentlichen Raum im Land Berlin. Mit dem Begriff „öffentlicher Raum“ sind meist landes- oder bundeseigene Flächen gemeint, die nicht durch Gebäude bebaut und frei zugänglich sind, also öffentliche Plätze, Straßen oder Grünanlagen und Parks. Sie weisen oft verschiedene Nutzungszwecke auf und besitzen mitunter einen multifunktionalen Charakter (öffentliche Grün- und Erholungsanlagen). Letztere stellen einerseits einen Erholungsort dar, andererseits werden sie für sportliche Aktivitäten genutzt. Für Tiere und Pflanzen sind sie zugleich Lebensraum. Eine Straße ist dagegen vorrangig für den Verkehr bestimmt. Öffentliche Räume sind also in erster Linie keine Veranstaltungsorte, können aber unter bestimmten Voraussetzungen und mit einer behördlichen Genehmigung temporär als Veranstaltungsfläche genutzt werden. Die Genehmigungspraxis von Veranstaltungen im öffentlichen Raum wird im nachfolgenden Kapitel 2 in ihren Grundzügen näher erläutert.

Im Gegensatz zu klassischen Veranstaltungsorten wie Stadien, Freilichtbühnen oder Konzerthallen bringt der öffentliche Raum als temporärer Veranstaltungsort besondere Herausforderungen für die Durchführung von Veranstaltungen mit sich. Diese Herausforderungen können unter anderem als Ansatzpunkte für Maßnahmen zur Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen einbezogen werden.

### STROM- UND WASSERVERSORGUNG

Viele Freiluftveranstaltungen im öffentlichen Raum benötigen eine verlässliche Stromversorgung. Zusätzliche Anschlüsse an das Trink- und Abwassernetz sind notwendig, um beispielsweise Mehrweggeschirr vor Ort zu spülen. Diese Infrastrukturen sind in permanenten Veranstaltungseinrichtungen in aller Regel vorhanden. Im öffentlichen Raum sind Strom-, Wasser- und Abwasseranschlüsse jedoch oftmals nur begrenzt oder in nicht ausreichender Kapazität vorhanden, schwer zugänglich, oder sie fehlen vollständig, wie beispielsweise in vielen Grünanlagen.

### VERKEHRS- UND LAGERFLÄCHEN FÜR DIE VERANSTALTUNGSLOGISTIK

Bei der Wahl des Veranstaltungsorts sollte neben Faktoren wie der Größe und der Attraktivität des und Besucher\*innenraums unbedingt auch das Vorhandensein geeigneter Lager- und Verkehrsflächen berücksichtigt werden. Denn Abfallbehälter, mobile Toiletten, Stände, Bühnenbauten oder andere Veranstaltungstechnik müssen zum Veranstaltungsort transportiert, dort aufgebaut oder gelagert und nach Abschluss der Veranstaltung wieder abtransportiert werden. Solche Flächen sollten ausreichend dimensioniert und auch für das Aufbringen von mitunter schweren Lasten geeignet und zugelassen sein.

### KONFLIKTPOTENZIAL VON VERANSTALTUNGEN IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Veranstaltungen können die Nutzung und Funktion öffentlicher Flächen für ihre eigentlichen Zwecke temporär einschränken oder beeinträchtigen. Dadurch kann es unter anderem zu Konflikten mit Anwohnenden, Verkehrsteilnehmenden oder anderen Nutzungsgruppen kommen. Beispielsweise dann, wenn Veranstaltungsareale im öffentlichen Raum umzäunt und durch Sicherheitspersonal kontrolliert, Grün- und Freiflächen durch Einwegbecher oder Flyer vermüllt werden oder zu viele Besuchende mit dem Pkw anreisen und die Parkplatzsituation verschlechtern. Einige der hier im Handlungsleitfaden vorgestellten Maßnahmen können sich nicht nur positiv auf den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck einer Veranstaltung auswirken, sondern auch solche Konflikte verhindern oder zumindest abmildern.

Demgegenüber sind frei zugängliche Veranstaltungsorte im öffentlichen Raum dadurch gekennzeichnet, dass sie keine festen Grenzen aufweisen. Dadurch können weitere Konflikte auftreten. Abfall aus dem Verkauf von To-go-Artikeln aus umliegenden Restaurants kann beispielsweise für zusätzliche Abfallaufkommen auf dem Veranstaltungsgelände sorgen.

Eingesetztes Mehrweggeschirr kann vom Veranstaltungsareal entwendet werden. Es steht dann nicht mehr zur Verfügung und sorgt für finanziellen Schaden.

Fehlende Infrastrukturen sowie sensible Flächen können die Organisierenden vor große Herausforderungen stellen. Die Auswahl eines geeigneten öffentlichen Raums als Veranstaltungsort spielt bei der Umsetzung klimaneutraler Veranstaltungen daher eine genauso wichtige Rolle wie die Umsetzung einzelner Klima- und Umweltmaßnahmen. Die verschiedenen Best Practices zeigen auf, wie eine Organisation von klimafreundlichen Veranstaltungen in öffentlichen Räumen realisiert werden kann (siehe Kapitel 3).

## 1.4 Methodik und Struktur

### METHODIK

Für die Erstellung des Handlungsleitfadens wurden in der ersten Phase bestehende Managementsysteme, Handreichungen und Indikatoren zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation gesichtet und im Hinblick auf die Anwendbarkeit und Nutzbarkeit in der Berliner Veranstaltungslandschaft, insbesondere bei Freiluftveranstaltungen im öffentlichen Raum, bewertet. Nach der Datenerhebung und Evaluation wurden in der zweiten Phase unterschiedliche Akteur\*innengruppen (Vertreter\*innen der Veranstaltungsbranche, der Verwaltung, Politik, Wissenschaft sowie zivilgesellschaftlichen Initiativen und Verbände) in einem mehrstufigen, partizipativen Diskussionsprozess in die Erarbeitung des Handlungsleitfadens einbezogen, um die ortsspezifischen, verwaltungstechnischen und organisatorischen Besonderheiten bei der Planung von Veranstaltungen im öffentlichen Raum zu berücksichtigen. Dies erfolgte im Rahmen von Workshops, Feedbackrunden, leitfadengestützten Interviews und Online-Befragungen der Akteur\*innengruppen.

In dem ersten Workshop (Juni 2019) wurden Hemmnisse und Herausforderungen bei der Organisation klimaneutraler Veranstaltungen identifiziert sowie Ideen und bereits praktizierte Lösungen vorgestellt. Diese Erkenntnisse flossen in den weiteren Entwicklungsprozess ein. In einem zweiten Workshop (November 2019) wurde der erste Entwurf des Handlungsleitfadens präsentiert und Rückmeldungen eingearbeitet. Die formulierten Handlungsempfehlungen wurden im ersten Halbjahr 2020 mithilfe einer Online-Umfrage und durch qualitative, leitfadengestützte Interviews mit Vertreter\*innen der Akteur\*innengruppen auf ihre Praxistauglichkeit und Umsetzbarkeit hin überprüft und modifiziert.

### STRUKTUR

Der Handlungsleitfaden gliedert sich in vier Hauptteile. An die Einleitung (Kapitel 1) schließt sich ein Exkurs in die wesentlichen rechtlichen Grundlagen und die Berliner Genehmigungspraxis (Kapitel 2) an. Im dritten Kapitel werden zahlreiche Best Practices vorgestellt, also Veranstaltungen, bei

deren Planung und Organisation bereits eine oder mehrere Klimaschutzmaßnahmen umgesetzt werden und die damit beispielgebend und vorbildhaft sind.

Im vierten Kapitel werden sieben Handlungsfelder beschrieben, die für eine klimaneutrale Veranstaltung von zentraler Bedeutung sind: Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Energieversorgung, Abfallmanagement, Beschaffung und Catering, Wasser und Sanitär, Mobilität. Für jedes Handlungsfeld werden übergeordnete Ziele formuliert, durch die die CO<sub>2</sub>-Emissionen einer Veranstaltung deutlich reduziert werden können. Wie Veranstaltende auf diese Ziele hinarbeiten können, zeigen die thematisch untergliederten Handlungsempfehlungen. Hier werden konkrete Maßnahmen vorgeschlagen, durch deren Umsetzung während aller Veranstaltungsphasen, von der konzeptionellen Ideenfindung bis hin zur Nachbereitung, CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden oder kompensiert werden können. Die Handlungsempfehlungen berücksichtigen die Besonderheiten der Veranstaltungsorganisation im öffentlichen Raum, zeigen Synergieeffekte mit anderen Handlungsfeldern auf und thematisieren Zielkonflikte mit anderen Aspekten des Veranstaltungsmanagements wie beispielsweise Sicherheitsfragen. Die Handlungsempfehlungen werden mit verschiedenen Indikatoren verknüpft, mit deren Hilfe die Maßnahmen überwacht und evaluiert werden können. Jedes Handlungsfeld schließt mit einem umfangreichen Service- und Literaturteil ab. Darin werden ausgewählte Adressen, Ansprechpersonen und weiterführende Literatur angegeben, die bei der Umsetzung der Handlungsempfehlungen in der Praxis helfen. Checklisten und Literatur im Anhang des Handlungsleitfadens geben weitere Hilfestellungen. Alle Ausführungen im Handlungsleitfaden erheben explizit keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

## 2 RECHTLICHE GRUNDLAGEN UND GENEHMIGUNGSPRAXIS

Im folgenden Kapitel soll eine Bestandsaufnahme der vielfältigen Regelungen gegeben werden, die in diversen Bundes- und Landesgesetzen für die Durchführung und Genehmigung von öffentlichen Veranstaltungen relevant werden können. Eine Genehmigung wird in der Regel mit Nebenbestimmungen erteilt und kann beispielsweise die folgenden beinhalten:

- den Anfang oder das Ende einer Genehmigung oder deren Dauer;
- Auflagen, die der oder dem Antragstellenden konkret ein bestimmtes Handeln vorschreiben, wie zum Beispiel die Umzäunung des Veranstaltungsgeländes und die ausreichende Versorgung mit sanitären Anlagen;
- Aspekte des Umweltschutzes, zum Beispiel die Auflage, Mehrweggeschirr zu nutzen oder
- die Einhaltung der Verwaltungsvorschrift Beschaffung und Umwelt (VwVBU), die verbindliche Anforderungen zur Abfallvermeidung und -verwertung auf öffentlichen Großveranstaltungen vorschreibt.

Eine Genehmigung teilt sich in der Regel in mehrere einzelne zum Teil voneinander abhängige Einzelgenehmigungen auf, weil unterschiedliche Aspekte einer Veranstaltung (Lärmemissionen, temporäre Sperrungen oder Aufbauten) unterschiedliche Rechtsgebiete wie Umwelt-, Lebensmittel- und Straßenverkehrsrecht betreffen. Im folgenden Kapitel werden die Zuständigkeiten für die Einzelgenehmigungen im Land Berlin beschrieben.

### 2.1 Zuständige Behörden im Land Berlin

Je nach Art und Ausprägung der Veranstaltung sind verschiedene Behörden auf Bezirks- und Landesebene für die Genehmigung zuständig.

Bei Veranstaltungen im Freien sind, je nach Veranstaltungsort (öffentliche Straßen, Wege, Plätze oder Grünanlagen), die bezirklichen Ordnungs-, Straßen- und Grünflächenämter oder Straßenverkehrsbehörden die erste Anlaufstelle für Antragstellende. Die Genehmigung von Verkehrseinschränkungen erfolgt immer nach der Straßenverkehrsordnung und dem Berliner Straßengesetz.

Auf Hauptverkehrsstraßen ist die Abteilung VI – Verkehrsmanagement der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz die zuständige Behörde für die Erteilung von temporären Genehmigungen.

Im Folgenden werden die Behörden, die für die Genehmigung einer Veranstaltung im Freien relevant sein können, aufgelistet.

### GROSSVERANSTALTUNGEN MIT GESAMTSTÄDTISCHER BEDEUTUNG

- Bei der Nutzung von Hauptverkehrsstraßen: Abteilung VI – Verkehrsmanagement der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz [*Berliner Straßengesetz (BerlStrG)*].
- Bei der Nutzung von Parks oder Grünflächen (zum Beispiel Lollapalooza im Treptower Park): Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz [*Grünanlagengesetz (GrünanlG)*].
- Bei allen Veranstaltungen (zum Beispiel) auf dem Zentralen Festplatz, Rockmusikveranstaltungen, vor dem Brandenburger Tor, auf dem Alexanderplatz und Ähnlichen: Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz, Referat Immissionsschutz [*Landes-Immissionsschutzgesetz (LImSchG Bln)*] sowie *Veranstaltungslärm-Verordnung (VeranstLärmVo)*].

### VERANSTALTUNGEN AUF BEZIRKLICHER EBENE

- Bei der Nutzung von öffentlichen Verkehrsflächen im Nebenstraßennetz: Bezirkliches Ordnungs- oder Straßen- und Grünflächenamt oder Straßenverkehrsbehörden [*Berliner Straßengesetz (BerlStrG)*].
- Bei der Nutzung von Parks oder Grünflächen: Bezirkliches Grünflächenamt [*Grünanlagengesetz (GrünanlG)*].
- Bei allen Veranstaltungen relevant: Bezirkliche Umwelt- und Naturschutzämter [*Landes-Immissionsschutzgesetz (LImSchG Bln)*] sowie *Veranstaltungslärm-Verordnung (VeranstLärmVo)*].

### ANWENDUNGSBEREICH DER BAUORDNUNG FÜR BERLIN (BauO BERLIN)

- Versammlungsstätten im Freien mit Szenenflächen [...] und insgesamt mehr als 1.000 Besuchenden: Bezirkliche Bauaufsichtsbehörden (Stadtentwicklungsamt). Jedoch sind Veranstaltungen wie Musikfestivals auf Freiflächen oder Straßen, also Veranstaltungen im Freien, keine als „Sonderbauten“ genehmigungspflichtigen Versammlungsstätten im Freien [*Bauordnung für Berlin (BauO Berlin)*].
- Beim Aufbau von Tribünen und Bühnen (ab einer Höhe von 5 Meter und unter anderen Voraussetzungen) bei temporären Veranstaltungen wie Musikfestivals handelt es sich in der Regel um „Fliegende Bauten“, die einer Ausführungsgenehmigung bedürfen. Diese erteilt der Technische Überwachungsverein (TÜV), der im Auftrag der für das Bauwesen zuständigen Senatsverwaltung für Stadtentwicklung zuständig ist [*Bauordnung für Berlin (BauO Berlin)*] sowie *Verordnung über die Übertragung von bauaufsichtlichen Aufgaben für Fliegende Bauten (FIBauÜV)*].

- Kleinere bauliche Anlagen, die keine „Fliegenden Bauten“ sind, wie Verkaufsstände und andere bauliche Anlagen auf Straßenfesten, Volksfesten und Märkten, sind verfahrensfrei gestellt [*Bauordnung für Berlin (BauO Berlin)*].

### ANZEIGEPFLICHTEN (FORMLOS)

- Bei Veranstaltungen mit Verkaufsständen müssen diese dem örtlich zuständigen Ordnungs- und Gewerbeamt angezeigt werden [*Gewerbeordnung GewO*].
- Bei Veranstaltungen mit Nahrungsmittel- und Getränkeangebot muss dies der bezirklichen Veterinär- und Lebensmittelaufsicht angezeigt werden. Die Anzeige erfolgt über eine Liste aller Teilnehmenden, die Lebensmittel in Verkehr bringen [*Lebensmittelhygieneverordnung (LMHV)*].
- Bei Veranstaltungen mit gastronomischem Angebot gilt das Gaststättenrecht, ein spezielles Gewerberecht, das in der Gaststättenverordnung geregelt ist [*Gaststättenverordnung (GastV)*].
- Bei Veranstaltungen, auf denen Tiere ausgestellt oder eingebunden werden, muss die Veterinär- und Lebensmittelaufsicht informiert werden. Die Anzeige erfolgt über eine Liste mit allen Tieren sowie den zugehörigen Landwirtinnen und Landwirten [*Tiergesundheitsgesetz (TierGesG)* sowie *Tierschutzgesetz (TierSchG)*].
- Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (BOS):
  - Die Feuerwehr wird durch die genehmigende Behörde informiert. Bei Großveranstaltungen überprüft sie das Sicherheitskonzept im Hinblick auf Brandschutz, Flucht- und Rettungswege oder das geplante Vorgehen für den Katastrophenfall.
  - Die Polizei wird durch die genehmigende Behörde informiert, damit die Veranstaltung bei der polizeilichen Einsatzplanung berücksichtigt werden kann. Sie wirkt bei der Genehmigung von Veranstaltungen insbesondere durch Prüfung und Bewertung von Sicherheitskonzepten mit, soweit Aufgaben der Feuerwehr berührt werden.
- Das Luftfahrtbundesamt ist bei allen Veranstaltungen zu informieren, die den Luftraum gefährden könnten, zum Beispiel durch den Aufstieg einer großen Anzahl von Luftballons oder den Einsatz von Drohnen für Luftaufnahmen.

Einen Überblick der gesetzlichen Regelungen liefert die Tabelle „Übersicht relevanter Gesetze, Verordnungen, Verwaltungsvorschriften im Antragsverfahren für Veranstaltungen“. Die Auflistung als auch die Übersicht der gesetzlichen Vorgaben und zuständigen Behörden erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

## 2.2 Erste Schritte bei der Beantragung und Bearbeitungsdauer

Veranstaltende sollten bei kleineren Veranstaltungen mit einer Bearbeitungsdauer von mindestens sechs Wochen rechnen. Bei besonderen Veranstaltungen, die die Einbindung mehrerer Behörden oder eine umfangreichere Sicherheitsplanung erfordern, sollten mindestens zwölf Wochen Bearbeitungszeit eingeplant werden. Großveranstaltungen müssen in der Regel bereits sechs Monate vorher angezeigt und beantragt werden. Zu diesen behördlichen Bearbeitungsfristen ist die Planungszeit, also die Recherche nach Ansprechpartner\*innen, zu addieren.

Veranstaltende müssen bei der Ausarbeitung des Antrags die Vorgaben der Dienstleistenden berücksichtigen, zum Beispiel beinhaltet das Verkehrskonzept für die Aufbauarbeiten die Terminangaben und die Konstruktionspläne der technischen Dienstleistenden (Bühnenbauer, Stromdienstleister etc.). Grundsätzlich ist zu beachten, dass für eine fristgerechte Bearbeitung immer die Vollständigkeit der Antragsunterlagen maßgebend ist. Dazu gehören auch alle Informationen zum Antragstellenden (Name, Ansprechpartner\*in, Anschrift). Die sicherheitstechnische, technische und organisatorische Planung einer Veranstaltung sollte zum Zeitpunkt der Antragstellung daher möglichst vollständig abgeschlossen sein. Umfangreiche Änderungen innerhalb eines laufenden Genehmigungsprozesses erschweren die Bearbeitung und können zu einer Vielzahl von Fehlinformationen und Missverständnissen führen. Daher empfiehlt es sich, die wichtigen Elemente der Veranstaltungsbeschreibung zu einem frühen Zeitpunkt der Veranstaltungsplanung fertigzustellen:

- Veranstalter: Name, Kontaktdaten, Handlungsbevollmächtigte
- Betreibende: Name, Kontaktdaten, bei einer juristischen Person auch deren gesetzliche\*r Vertreter\*in
- Betreiberverantwortliche: Name, Kontaktdaten, gegebenenfalls Anforderungen zu erforderlichen Qualifikationen, insbesondere bei Veranstaltungsleitenden und Verantwortlichen für Veranstaltungstechnik
- Weitere sicherheitsrelevante Beteiligte mit Namen, Kontaktdaten, technischen Dienstleistenden (soweit bereits bekannt)
- Veranstaltungsbeschreibung: Veranstaltungsart und -dauer, geplanter zeitlicher Ablauf, sicherheitsrelevante Einschätzung des erwarteten Publikums, erwartete Besucherzahl, Einlass, geplantes Veranstaltungsende
- Veranstaltungsort (falls keine genehmigte Versammlungsstätte): Maßstabsgerechter Plan des Veranstaltungsgeländes mit Verortung der Ein- und Ausgänge und der verschiedenen Funktionsbereiche; kurze Beschreibung des Veranstaltungsgeländes unter sicherheitstechnischen Aspekten
- Hinweise zu noch fehlenden Unterlagen und Plänen

**ÜBERSICHT RELEVANTER GESETZE, VERORDNUNGEN, VERWALTUNGSVORSCHRIFTEN IM ANTRAGSVERFAHREN FÜR VERANSTALTUNGEN**

ZUSTÄNDIGE BEHÖRDEN	LANDESGESETZGEBUNG		BUNDESGESETZGEBUNG
	verbindlich	optional	
Landesebene			
Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz Abteilung VI - Verkehrsmanagement	Berliner Straßengesetz (BerlStrG)	Berliner Ausschreibungs- und Vergabegesetz (BerlAVG) Verwaltungsvorschrift Beschaffung und Umwelt (VwVBU)	Straßenverkehrsordnung (StVO)
Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz	Grünanlagengesetz (GrünanlG)		
	Landes-Immissionsschutzgesetz Berlin (LImSchG Bln)		Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG)
	Veranstaltungslärm-Verordnung (VeranstLärmVo)		
	Ausführungsvorschriften zum Landes-Immissionsschutzgesetz Berlin (AV LImSchG Bln)		
Bezirksebene	verbindlich	optional	
Grünflächenamt	Grünanlagengesetz (GrünanlG)	Berliner Ausschreibungs- und Vergabegesetz (BerlAVG) Verwaltungsvorschrift Beschaffung und Umwelt (VwVBU)	
Ordnungs- oder Straßen- und Grünflächenamt oder Straßenverkehrsbehörden	Berliner Straßengesetz (BerlStrG)		Straßenverkehrsordnung (StVO)
Umwelt- und Naturschutz- oder Ordnungsamt	Landes-Immissionsschutzgesetz Berlin (LImSchG Bln)		Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG)
	Veranstaltungslärm-Verordnung (VeranstLärmVo)		
	Ausführungsvorschriften zum Landes-Immissionsschutzgesetz Berlin (AV LImSchG Bln)		
Gewerbe- und Ordnungsamt	Gaststättenverordnung (GastV)		Gaststättenrecht (GastG)
			Gewerbeordnung (GewO)

ZUSTÄNDIGE BEHÖRDEN	LANDESGESETZGEBUNG	BUNDESGESETZGEBUNG
<b>Allgemeingültig</b>	<b>verbindlich</b>	
Stadtentwicklungsamt, bezirkliche Bauaufsichts- behörde	Bauordnung für Berlin (BauOBlN)	Muster-Versammlungsstät- ten-verordnung (MVStättVO)
Veterinär- und Lebensmittel- aufsicht	Lebensmittelhygiene-Ver- ordnung und andere (LMHV)	Lebensmittel- und Futter- mittelgesetzbuch und viele weiteren Verordnungen und allgemeine Verwaltungsvor- schriften (LFGB)
	Tiergesundheitsgesetz (TierGesG)	
	Tierschutzgesetz (TierSchG)	
<b>Extern</b>	<b>verbindlich</b>	
Extern: TÜV Rheinland	Verordnung über die Über- tragung von bauaufsicht- lichen Aufgaben für Fliegen- de Bauten	FlBauÜV

## 3 BEST PRACTICES

Nachfolgend werden verschiedene Best-Practice-Veranstaltungen aus Berlin sowie aus anderen deutschen und internationalen Städten oder Kommunen vorgestellt. Diese Beispiele veranschaulichen, dass jede Veranstaltung zum Klima- und Umweltschutz beitragen kann, beispielsweise durch die Umsetzung einzelner Klimamaßnahmen, wie die Umstellung auf Ökostrom, den Einsatz eines Mehrwegsystems oder die Einführung eines umfangreichen Klimaschutz-/Nachhaltigkeitskonzepts und die Durchführung einer CO<sub>2</sub>-Bilanzierung.

Der Fokus liegt hier auf der Darstellung von Best-Practice-Beispielen im öffentlichen Raum. Am Rande werden in der Fallbeispielsammlung auch die Klima- und Umweltschutzaktivitäten ausgewählter (Musik-)Festivals im nicht öffentlichen Raum vorgestellt, die einige der aufgeführten Handlungsempfehlungen aus dem Handlungsleitfaden umsetzen.

Die hier dargestellten Best-Practice-Beispiele untermauern die ausführlichen Handlungsempfehlungen für eine klimaneutrale Veranstaltungsdurchführung, die in den folgenden Kapiteln vorgestellt werden.

### 3.1 Best-Practice-Beispiele aus Berlin

#### UMWELTFESTIVAL AM BRANDENBURGER TOR

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Energieversorgung, Abfallmanagement, Beschaffung und Catering, Wasser und Sanitär, Mobilität



Quelle: Sebastian Hennigs

Das Umweltfestival ist eine jährlich stattfindende Großveranstaltung am Brandenburger Tor mit dem Fokus auf Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen. Circa 250 Ausstellende aus dem Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich, Bio-Bauern, Bio-Cateringunternehmen, Medien, Umweltverbände, Unternehmen, Vereine und Initiativen präsentieren sich auf einer Erlebnismeile. Jedes Jahr hat das Umweltfestival einen anderen thematischen Fokus, zum Beispiel Klimaschutz oder ökologische Landwirtschaft. Parallel zu den Ständen der Ausstellenden findet ein Programm auf mehreren Bühnen mit musikalischen Darbietungen, Diskussionen und Wettbewerben statt.

#### Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte

- Abfallvermeidung durch ausschließliche Nutzung von Mehrweggeschirr mit Pfandsystem und mobilem Spülsystem vor Ort, Geschirrtransport mit Lastenrädern
- Einschränkungen bei Give-aways und Flyerverteilung
- Erhebung einer Abfallkaution und Mitnahmepflicht von anfallendem Abfall für Ausstellende als Anreizsystem für proaktive Abfallvermeidung
- Bewachte Fahrradparkstationen motivieren Besuchende zur Radnutzung
- Ausschließliche Nutzung von Komposttoiletten im Besucher\*innen- und Backstagebereich
- Verwendung von Ökostrom wo technisch möglich
- Veranstaltungsprogramm legt Fokus auf Klima-/Umweltschutz sowie Nachhaltigkeitsthemen und motiviert Besuchende zu einem klimabewussten und nachhaltigen Handeln
- Motivation von Besuchenden zum umweltfreundlichen Handeln durch die Auszeichnung besonderer Umweltprojekte mit dem Großen Preis des Umweltfestivals
- Bio-Zertifizierung nach EG-Öko-Verordnung als Teilnahmevoraussetzung für Cateringunternehmen und Street-Food-Anbieter\*innen

**Veranstaltende:** GRÜNE LIGA Berlin e.V.

**Art der Veranstaltung:** Großveranstaltung, Straßenfest

**Veranstaltungsort:** Bezirk Mitte, Straße des 17. Juni (öffentliches Straßenland)

**Zeitpunkt/Dauer:** jährlich, eintägig

**Anzahl Teilnehmende:** circa 60.000

**Weitere Informationen:** <https://www.umweltfestival.de>

## KARNEVAL DER KULTUREN

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Abfallmanagement, Beschaffung und Catering, Mobilität



Quelle: Frank Löhmer

Der Karneval der Kulturen ist eine jährlich stattfindende Großveranstaltung rund um den Blücherplatz im Berliner Stadtteil Kreuzberg. Jedes Jahr kommen Hunderttausende von Menschen zusammen, um den kulturellen Reichtum Berlins gemeinsam zu feiern. An vier Tagen präsentieren sich Ausstellende, Kunstschaffende und Musiker\*innen aus aller Welt auf dem Straßenfest mit seinen zahlreichen Musikbühnen. An circa 350 Ständen werden neben Kunsthandwerk Speisen und Getränke angeboten. Der eintägige Karnevalsumzug durch Kreuzberg erstreckt sich auf 3,5 Kilometern und wird von circa 4.500 Mitwirkenden vielseitig und bunt gestaltet.

### **Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte**

- Abfallvermeidung durch ausschließliche Verwendung von Mehrwegbechern mit Pfandsystem und Verbot von Giveaways und Flyern auf dem Festival
- Getrennte Abfallsammlungen („Müllinseln“) für Ausstellende und Cateringunternehmen
- Reduzierung von Verkehrsemissionen durch geschobene, nicht motorisierte Plattformen und Wagen auf dem Straßenumzug
- Bewachte Fahrradparkstationen für die klimafreundliche Anreise mit dem Rad
- Aktionsbereich „Shanti-Town“ legt den Fokus auf nachhaltige und klimafreundliche Maßnahmen, wie zum Beispiel Komposttoiletten, vegetarisches Catering und Workshops

**Veranstaltende:** Piranha Arts AG

**Art der Veranstaltung:** kulturelle Großveranstaltung mit Straßenumzug und Straßenfest

**Veranstaltungsorte:** Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, Straßenfest: unter anderem am Blücherplatz (Grünfläche/Platz/ Straßenland); Umzug: unter anderem Mehringdamm, Gneisenaustraße, Südsterne (öffentliches Straßenland)

**Zeitpunkt/Dauer:** jährlich, viertägig (Straßenfest) und eintägig (Umzug)

**Anzahl Teilnehmende:** circa 500.000 beim Straßenfest und circa 500.000 beim Umzug

**Weitere Informationen:** <https://www.karneval.berlin/>

## NEUKÖLLNER WOCHENMÄRKTE DER „MARKTPLANER“

**Handlungsfelder:** Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Abfallmanagement, Beschaffung und Catering



Quelle: diemarktplaner

Auf den sieben Wochenmärkten der „Marktplaner“ im Berliner Bezirk Neukölln wird besonderer Wert auf klima- und umweltfreundliche Mehrwegalternativen gelegt. Durch Kooperationen mit der Neuköllner Kampagne „Schön wie wir“ werden Marktbesuchende vor Ort über klimafreundliche Lösungen beim Einkaufen informiert. Der Austausch mit den Standbetreibern und individuelle Lösungen für ein klimafreundliches Handeln auf den Wochenmärkten sind für den Betreiber ein wichtiges Anliegen.

### Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte

- Abfallreduzierung durch die Einführung von Mehrweg-Markttaschen aus 100 Prozent recyceltem Material und Mehrweg-Obstbeuteln auf allen Neuköllner Märkten
- Kooperation mit der Initiative „Schön wie wir“, um Besuchende vor Ort über Mehrwegalternativen zu informieren
- Einführung von klimafreundlichen Mehrwegprodukten in individueller Absprache mit Standbetreibern und Beratung durch Mitarbeitende des Bezirks Neukölln, der Technischen Universität Berlin und des BUND Berlin e.V.
- Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu klima- und umweltfreundlichen Themen über digitale Kommunikationskanäle und durch Aktionen vor Ort

**Veranstaltende:** „diemarktplaner“ (Dipl.-Ing. Nikolaus Fink)

**Art der Veranstaltung:** Wochenmarkt

**Veranstaltungsorte:** verschiedene Standorte auf öffentlichem Straßenland und auf Plätzen im Bezirk Neukölln

**Zeitpunkt/Dauer:** mehrmals pro Woche

**Anzahl Teilnehmende:** circa 6.000 pro Markttag beim Markt am Maybachufer

**Weitere Informationen:** <https://www.diemarktplaner.de/markttaschen/>

## ÖKOMARKT AM KOLLWITZPLATZ

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Abfallmanagement, Beschaffung und Catering



Quelle: GRÜNE LIGA Berlin e.V.

Die GRÜNE LIGA Berlin betreibt seit über 20 Jahren den wöchentlich stattfindenden Ökomarkt am Kollwitzplatz im Berliner Bezirk Prenzlauer Berg. Hier bieten Händler\*innen aus Berlin und dem Umland ein vielfältiges Angebot an biologischen Produkten und Dienstleistungen rund um eine ausgewogene und gesunde Ernährung an. Die angebotenen Produkte müssen ausschließlich biologisch und fair gehandelt sein. Eine klima- und umweltverträgliche Produktion steht dabei im Vordergrund.

### **Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte**

- Bio-Zertifizierung nach EG-Öko-Verordnung als Mindeststandard für Cater\*innen
- Abfallvermeidung durch Verbot von Einweggeschirr aus Plastik und kunststoffbeschichteter Pappe und Nutzung von Mehrwegalternativen (zum Beispiel Mehrwegbecher)
- Händler\*innen sind verpflichtet, anfallenden Verpackungs- und Restmüll wieder mitzunehmen und zu entsorgen
- Reduzierung von Einwegbeuteln durch Jutebeutel-Spendenaktion
- monatlicher Kleidertausch auf dem Ökomarkt zur Besuchersensibilisierung für das Thema nachhaltiger Konsum

**Veranstaltende:** GRÜNE LIGA Berlin e. V.

**Art der Veranstaltung:** Wochenmarkt, Ökomarkt

**Veranstaltungsort:** Bezirk Pankow, Kollwitzplatz (öffentliches Straßenland)

**Zeitpunkt/Dauer:** wöchentlich von 12.00 bis 18.00/19.00 Uhr

**Anzahl Teilnehmende:** keine Angabe

**Weitere Informationen:** <https://www.grueneliga-berlin.de/themen-projekte2/oekomarkt/>

## ÖKOMÄRKTE IN BERLIN-MITTE UND -TEMPELHOF-SCHÖNEBERG

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Abfallmanagement, Beschaffung und Catering



Quelle: Dr. Brigitta Voigt

In den Berliner Stadtteilen Mitte und Tempelhof-Schöneberg betreibt „Marktzeit“ vier Ökomärkte. Für eine abfallarme Durchführung der Wochenmärkte sorgen Bestimmungen in der Marktordnung, die Händler\*innen zu abfallarmem Handeln verpflichten. Zusätzlich sollten auf den Märkten vertriebene Produkte vorrangig regional und aus kontrolliert ökologischem Anbau stammen und mindestens nach der EG-Öko-Basisverordnung 834/2007 zertifiziert sein.

### Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte

- Abfallvermeidung durch ein Verbot von Einweggeschirr aus Plastik und kunststoffbeschichteter Pappe, Nutzung von Mehrwegalternativen
- Verpflichtung der Händler\*innen, anfallenden Gewerbe- und Restmüll wieder mitzunehmen und zu entsorgen
- Bio-Zertifizierung nach der EG-Öko-Basisverordnung 834/2007 als Mindeststandard für alle Erzeugnisse auf dem Markt im Hansaviertel
- Reduzierung von Transportemissionen durch den Verkauf von Produkten, die überwiegend aus Berlin und Brandenburg stammend durch Mitarbeitende des Bezirks Neukölln, der Technischen Universität Berlin und des BUND Berlin e.V.
- Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu klima- und umweltfreundlichen Themen über digitale Kommunikationskanäle und durch Aktionen vor Ort

**Veranstaltende:** Marktzeit (Dr. Brigitta Voigt)

**Art der Veranstaltung:** Wochenmarkt, Ökomarkt

**Veranstaltungsorte:** Bezirke Tempelhof-Schöneberg und Mitte (öffentliche Plätze)

**Zeitpunkt/Dauer:** wöchentlich von 11.00/12.00 bis 18.00/19.00 Uhr

**Anzahl Teilnehmende:** keine Angabe

**Weitere Informationen:** <http://www.marktzeit.berlin/mz/>

## INSEL-KIEZFEST AUF DER MIERENDORFF-INSEL

**Handlungsfelder:** Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Abfallmanagement, Mobilität



Quelle: Rainer Leppin

Das seit 2007 stattfindende INSEL-Kiezfest steht unter dem Motto „Aus dem Kiez – für den Kiez“ und versammelt jährlich die Nachbarschaft auf der Mierendorff-INSEL, die im Berliner Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf liegt. Der sozial-ökologische Ansatz des Kiezfestes wird seit Anbeginn beibehalten und durch weitere Maßnahmen, wie die Einführung einer Mehrwegpflicht, erweitert. Das eigens dafür angeschaffte Geschirrspülmobil und das Mehrweggeschirr kamen erstmals 2019 zum Einsatz und können auch für andere Veranstaltungen über das Kiezbüro ausgeliehen werden. Die circa 40 Stände versorgen die Besuchenden mit Essen und Getränken und bieten Raum für einen gemeinsamen Austausch zwischen allen Teilnehmenden.

### **Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte**

- Abfallvermeidung durch Nutzung von Mehrweggeschirr mit Pfandsystem
- Anschaffung eines Geschirrspülmobils und Mehrweggeschirrs in Kooperation mit dem Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf, Ausleihservice für andere Veranstaltende
- Nutzung öffentliche Sanitäreinrichtungen in der Umgebung
- Sponsoring durch die Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR), um ausreichend Abfallbehälter bereitzustellen
- Emissionsarmer Binnenverkehr auf der Veranstaltung mit Lastenfahrrädern

**Veranstaltende:** Stadtteilkoordination Kiezbüro/Träger DorfwerkStadt e.V.

**Art der Veranstaltung:** Straßenfest, Kiezfest

**Veranstaltungsorte:** Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf, Mierendorff-INSEL (öffentlicher Platz)

**Zeitpunkt/Dauer:** jährlich

**Anzahl Teilnehmende:** 800 bis 1.000

**Weitere Informationen:** <https://mierendorffinsel.org/projekte/aktuelle-projekte/insel-kiezfest/>

## FRE!LAUF DIY BIKE CAMP

**Handlungsfelder:** Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Beschaffung und Catering, Mobilität



Quelle: Gunnar Fehlau

Das seit 2018 jährlich stattfindende Fahrradfestival „FRE!LAUF DIY Bike Camp“ fand 2020 erstmals dezentral an mehreren Orten in Berlin statt. Neben dem KuBiz, einem Kultur- und Bildungszentrum im Berliner Stadtteil Weißensee, gab es Aktionen auf dem Tempelhofer Feld, im Treptower Park/Plänterwald und sogenannte „Night Rides“ (Nachtfahrten) durch die Stadt. Fahrradbegeisterte kommen jedes Jahr zusammen, um sich zu vernetzen, in Workshops gemeinsam an neuen Ideen zu basteln und andere Menschen für eine klimafreundliche Mobilität zu begeistern. Für den Spaßfaktor sorgen Aktionen wie das „Alleycat“, eine Art Schnitzeljagd auf dem Fahrrad. Das nicht kommerzielle Festival finanziert sich ausschließlich durch Spenden.

### Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte

- Transport mit Lastenfahrrädern (zum Beispiel Anlieferung von Essen und Getränken)
- Versorgung der Teilnehmenden mit einem veganen Catering und KÜFA („Küche für alle“) unter Verwendung geretteter und bio-zertifizierter Lebensmittel
- Wiederverwendung und Upcycling von Materialien
- Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu nachhaltigen und klimafreundlichen Themen in Form von Workshops, Diskussionsrunden und Fahrradfilmen
- Nutzung klimafreundlicher Veranstaltungsorte wie des KuBiz mit Photovoltaikanlage zur Stromerzeugung und Solarthermieanlage zur Warmwasserbereitung

**Veranstaltende:** Fahrradbande

**Art der Veranstaltung:** Free Open-Air, Kulturveranstaltung, nicht kommerzielles Fahrradfestival

**Veranstaltungsort:** 2020 in Berlin, auf Flächen des KuBiz (eines Kultur- und Bildungszentrums und dezentral im öffentlichen Raum)

**Zeitpunkt/Dauer:** viertägiges Festival im August

**Anzahl Teilnehmende:** circa 300

**Weitere Informationen:** <https://freilauf.camp>

## 12VOLT - CARGO BIKE BAND

**Handlungsfelder:** Energieversorgung, Mobilität



Quelle: Elena Sixtus

Die Rockband 12Volt, die sich auch als Cargo-Bike-Band bezeichnet, hat sich zum Ziel gesetzt, ihre Auftritte und die Anreisen zu diesen weitestgehend CO<sub>2</sub>-frei durchzuführen. Damit der Transport mit Fahrrädern möglichst effizient ist, sind die Instrumente und Verstärker selbst bereits als Radanhänger konstruiert. Bei der Auswahl des Equipments setzen sie auf klimafreundliche Lösungen wie batteriebetriebene LED-Lichter und Verstärker. Der Zero-Carbon-Gedanke steht neben der Musik im Vordergrund.

### **Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte**

- emissionsfreie Anreise zu Auftritten mit Fahrrädern und Transport von Instrumenten und Verstärkern mithilfe von selbst gebauten Fahrradanhängern
- Verzicht auf Dieselaggregate und Verwendung von Batterielösungen
- Gewinner des Future-Party-Ideenwettbewerbs 2020 in der Kategorie „Leuchtturm“

**Ansprechperson:** Ulrich Schweizer

**Gegründet:** 2006

**Weitere Informationen:** <https://de-de.facebook.com/pg/ZwoelfVolt/about/>

## 3.2 Best-Practice-Beispiele aus Deutschland

### TOLLWOOD KULTURFESTIVAL

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Energieversorgung, Abfallmanagement, Beschaffung und Catering, Mobilität



Quelle: Bernd Wackerbauer

Das Kultur- und Umweltfestival Tollwood findet zweimal jährlich im Sommer und Winter in München statt. Es bietet neben einem frei zugänglichen „Markt der Ideen“ auch ein teilweise kostenpflichtiges und breit gefächertes Programm mit Konzerten, Theaterstücken und weiteren Aktionen. Rund 50 Gastronom\*innen bieten internationale Speisen an, die ausschließlich aus biologischem Anbau stammen und fair gehandelt sind. Das umfangreiche Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement der Veranstaltung wurde bereits mit mehreren Preisen ausgezeichnet.

#### Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte

- ökologisches Catering durch ausschließliches Angebot von bio-zertifizierten Produkten (EG-Öko-Verordnung) in der Festivalgastronomie
- Einbindung von Foodsharing-Institutionen und Reduzierung von Lebensmittelverschwendung
- Abfallvermeidung durch Nutzung von Mehrweggeschirr mit Pfandsystem (inklusive befandeter Stoffservietten)
- Trennung und Recycling von Abfällen auf eigenem Recyclinghof vor Ort
- Kombiticket: Eintrittskarten für das Festival im Winter gelten automatisch als Fahrschein für den öffentlichen Nahverkehr
- Nutzung von Ökostrom und Verwendung effizienter Technik zur Reduzierung des Energieverbrauchs
- Ausgleich von nicht vermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen mithilfe einer Klimaagentur

**Veranstaltende:** Tollwood Gesellschaft für Kulturveranstaltungen und Umweltaktivitäten GmbH

**Art der Veranstaltung:** Großveranstaltung, Kultur- und Umweltfestival

**Veranstaltungsorte:** München, Theresienwiese und Olympiapark Süd (privates Gelände)

**Zeitpunkt/Dauer:** zweimal jährlich, seit 1988

**Anzahl Teilnehmende:** circa 1,5 Millionen

**Weitere Informationen:** <https://www.tollwood.de/mensch-und-umwelt/festival-fuer-mensch-und-umwelt/>

## ALTONALE GOES GREEN

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Energieversorgung, Abfallmanagement, Mobilität



Quelle: Thomas Panzau

Das partizipative Stadtteilstival Altonale wurde 1998 gegründet und lockt jedes Jahr Tausende Besuchende nach Hamburg-Altona. Seit 2011 wird im Rahmen von „altonale goes green“ das Festival klima- und umweltfreundlicher gestaltet. Neben der Weiterentwicklung eines Müllkonzeptes, der Einbindung aller Ausstellenden in den Planungsprozess und der Erprobung eines Spülmobils wird an weiteren Themen wie der Versorgung von Veranstaltungen mit 100 Prozent Ökostrom gearbeitet.

### Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte

- Vernetzung von Besuchenden und gemeinsamer Austausch zum Thema „Lebensmittelverschwendung“ im interaktiven Format „Kulturfutter“
- Einrichtung von Müllinseln zur Trennung von Abfall im Bereich der Besuchenden und zentrale Trennstationen für Standbetreibende
- Anreize zur Fahrradnutzung durch Bereitstellung einer bewachten Fahrradgarderobe und einer Fahrradselbsthilfwerkstatt vor Ort
- Reduzierung der Standgebühr für Stände mit einem mehrheitlich ökologischen, fair gehandelten oder regionalen Produktangebot
- Einrichtung einer Zero-Waste-Zone zur Kommunikation von umweltfreundlichen Themen
- Reduzierung von Einweggeschirr durch die Nutzung eines Spülmobils in der Zero-Waste-Zone
- Anfertigung eines Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichts und Aufstellung von Nachhaltigkeitszielen zur Evaluierung des Veranstaltungsprozesses

**Veranstaltende:** altonale GmbH

**Art der Veranstaltung:** Großveranstaltung, Straßenfest, Kulturveranstaltung

**Veranstaltungsorte:** Hamburg-Altona (öffentliches Straßenland und Plätze, Grünflächen)

**Zeitpunkt/Dauer:** jährlich

**Anzahl Teilnehmende:** circa 700.000

**Weitere Informationen:** <https://www.altonale.de/altonale-gmbh/nachhaltigkeit/>

## DEUTSCHER EVANGELISCHER KIRCHENTAG

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Beschaffung und Catering, Wasser und Sanitär, Mobilität



Quelle: Deutscher Evangelischer Kirchentag

Der Deutsche Evangelische Kirchentag ist eine alle zwei Jahre stattfindende Großveranstaltung und zieht regelmäßig über 100.000 Menschen an. Neben einem bunten Programm zum Mitmachen und Mitdiskutieren legt der Kirchentag großen Wert auf eine umweltfreundliche und ressourcenchonende Durchführung. Seit 2007 ist die Veranstaltung durch das Umweltmanagementsystem EMAS zertifiziert und unterliegt einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

### Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte

- Erfassung und Evaluation von Verbräuchen/Daten, Anfertigung einer Umwelterklärung und Vorgehen nach dem Umweltmanagementsystem EMAS
- Förderung regionaler und biologischer Lebensmittel im gläsernen Restaurant mit täglich wechselnden Gerichten
- Informationskampagne zum Thema Ressourcenaufwand und Lebensmittelabfälle
- Förderung umweltfreundlicher Sanitäranlagen durch den Einsatz von 50 Komposttoiletten
- Unterstützung emissionsarmer Mobilität durch den Einsatz von Lastenfahrrädern für den Binnenverkehr während der Veranstaltungstage

**Veranstaltende:** Deutscher Evangelischer Kirchentag e.V.

**Art der Veranstaltung:** Großveranstaltung, Straßenfest

**Veranstaltungsorte:** wechselnde Städte in Deutschland (öffentliches Straßenland und Plätze, Grünflächen)

**Zeitpunkt/Dauer:** alle 2 Jahre/fünftägig

**Anzahl Teilnehmende:** über 100.000

**Weitere Informationen:** [https://www.kirchentag.de/ueber\\_uns/umweltengagement/umwelt\\_beim\\_kirchentag](https://www.kirchentag.de/ueber_uns/umweltengagement/umwelt_beim_kirchentag)

## FUTUR 2 FESTIVAL

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Energieversorgung, Abfallmanagement, Mobilität



Quelle: Robin Hinsch

Das erstmalig 2018 durchgeführte Futur 2 Festival ist eine Freiluftveranstaltung in Hamburg und erprobt zukunftsfähige Lösungen für klimafreundliche Open-Air-Veranstaltungen. Als Teil der Plattform #moinhamburg und durch weitere Partner\*innen kann das Festival kostenlos stattfinden und Menschen für das klimafreundliche Feiern begeistern. Im Vordergrund steht die Kreislauffähigkeit des Festivals, in dem Ressourcen vor Ort gewonnen, anfallende Abfälle recycelt und (noch) nicht vermeidbare Emissionen kompensiert werden.

### **Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte**

- Stromversorgung von Bühnen, Gastronomie, Technik etc. aus regenerativen Energien mithilfe einer Solaranlage und eines Batteriespeichers
- „Pedal-powered Stage“: Versorgung einer weiteren Bühne mit Strom, der mithilfe von Fahrrädern vor Ort durch die Besuchenden selbst erzeugt wird
- Umweltreporting und CO<sub>2</sub>-Bilanzierung zur Erfassung des Ressourcenverbrauchs und zur Identifizierung von Einsparpotenzialen
- Einsatz von sparsamer Energietechnik und Energietracking
- ausschließlich ökologisches und regionales Lebensmittelangebot
- Motivation zur klimafreundlichen Anreise durch zentral gelegenen Veranstaltungsort mit Anschluss an den ÖPNV, etwa 2.000 bewachte Fahrradstellplätze und keine Pkw-Parkplätze

**Veranstaltende:** MORGENWELT und hejmo GmbH (DOMO CAMP)

**Art der Veranstaltung:** Großveranstaltung, Open-Air- und Musikveranstaltung

**Veranstaltungsort:** Hamburg, Elbpark Entenwerder (Grünfläche)

**Zeitpunkt/Dauer:** jährlich/erstmalig 2018

**Anzahl Teilnehmende:** circa 5.000 (2018)

**Weitere Informationen:** <http://2019.futur2festival.de>

### 3.3 Internationale Best-Practice-Beispiele

#### OPEN AIR ST. GALLEN

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Abfallmanagement, Beschaffung und Catering, Mobilität



Quelle: Nick Lobeck

Das Open Air St. Gallen ist eines der ältesten und größten Musikfestivals in der Schweiz. Für das umfangreiche Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement wurden die Veranstaltenden mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem „Green Operations Award“ im Jahr 2019. Durch gemeinsame Bemühungen der Besuchenden und der Crew gelingt unter anderem eine kontinuierliche Reduzierung des Abfallaufkommens. Auch in den Bereichen Mobilität, Wasser und Sanitär werden stetige Verbesserungen erreicht.

#### **Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte**

- Reinigung des Festivalgeländes durch „Trash Heroes“, Verteilung von Abfallsäcken am Eingang und Sensibilisierung des Publikums für die Abfallproblematik
- Abfallreduzierung durch die Verwendung von Mehrwegbechern und Einführung eines Zeltdepots (Rücklaufquote: circa 92 Prozent)
- bei Anreise mit dem Zug erhalten Besuchende 50 Prozent Rabatt auf die Hin- und Rückfahrt
- Verkauf von Fleisch ausschließlich aus der Schweiz
- Auszeichnung 2019 mit dem „Green Operations Award“ der European Festival Awards
- Kompensation nicht vermeidbarer Emissionen und Investition in Klimaschutzprojekte

**Veranstaltende:** Open Air St. Gallen AG

**Art der Veranstaltung:** Großveranstaltung, Musikfestival

**Veranstaltungsort:** Schweiz, St. Gallen, Sittertobel (Grünfläche)

**Zeitpunkt/Dauer:** jährlich seit 1977

**Anzahl Teilnehmende:** circa 100.000

**Weitere Informationen:** <https://www.openairsg.ch/nachhaltigkeit/>

## LONDON MARATHON

**Handlungsfelder:** Datenerhebung und Evaluation, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Energieversorgung, Abfallmanagement, Beschaffung und Caterin



Quelle: London Marathon

Der seit 1981 stattfindende London Marathon verfolgt das Ziel, die nachhaltigste Massensportveranstaltung zu werden, und gilt bei Laufveranstaltungen bereits als Vorreiter im Bereich der Abfallvermeidung. Erstmals veröffentlichte der Veranstalter „London Marathon Events“ 2019 einen Umweltbericht und erfasst Kennzahlen, um die gesetzten Ziele und Maßnahmen messbar zu machen. Zudem werden innovative Ideen beim Marathon erprobt, um in den kommenden Jahren noch klimafreundlicher zu werden.

### **Besondere klima-/umweltschutzrelevante Aspekte**

- Testeinsatz von essbaren, biologisch abbaubaren Wasserkapseln aus Algen zur Vermeidung von Plastikbechern in 2019
- Verzicht auf Goody-Bags zur Abfallreduzierung
- Testlauf mit einem Getränkgürtel aus 90 Prozent recyceltem Material in 2019, um die Nutzung von Plastikflaschen zu reduzieren
- Erfassung von Kennzahlen und Daten, um den Erfolg von Maßnahmen messbar zu machen
- Veröffentlichung eines jährlichen Umweltberichtes
- Nutzung energieeffizienter Lichtstrahler

**Veranstaltende:** London Marathon Events

**Art der Veranstaltung:** Großveranstaltung, Sportveranstaltung

**Veranstaltungsort:** England, London (öffentliches Straßenland und Plätze)

**Zeitpunkt/Dauer:** jährlich, seit 1981

**Anzahl Teilnehmende:** 30.000

**Weitere Informationen:** <https://www.virginmoneylondonmarathon.com/event-info/sustainability/index.html>

## 4 HANDLUNGSFELDER



### CO<sub>2</sub>-Emissionen

Quelle: „Emissionen der 3. Piste“ by System Change, not Climate Change! is licensed under CC BY-SA 2.0

### 4.1 Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation (H1)

#### EINLEITUNG

Die datenbasierte Analyse der CO<sub>2</sub>-Emissionen einer Veranstaltung ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Klimaneutralität. Erhebungen zum Energie- und Wasserverbrauch, zum Abfall- und Verkehrsaufkommen und zu anderen Indikatoren einer Veranstaltung, die in diesem Handlungsleitfaden erläutert werden, sind eine gute Grundlage für die Entwicklung einer Klimaschutzstrategie, aus der zielführende Maßnahmen zur Reduzierung von Emissionen abgeleitet und schließlich umgesetzt werden können. Ob und in welchem Umfang die durchgeführten Klimaschutzmaßnahmen zu einer Reduzierung von Treibhausgasen bei öffentlichen Veranstaltungen beitragen, können Veranstaltende durch Datenerhebungen und Vorher-nachher-Vergleiche bewerten. Datenerhebungen, Bilanzierungen, die Entwicklung und Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen sowie deren Evaluation und Modifikation sind Teilschritte eines kontinuierlichen und sich wiederholenden Prozesses, der in Form eines Klimaschutzkonzeptes festgehalten werden sollte. Wichtige Schritte und Grundüberlegungen bei der Erstellung und Implementierung eines Klimaschutzkonzeptes sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden.

#### ZIELE einer klimaneutralen Veranstaltung:

- Erstellung eines Klimaschutzkonzeptes
- Aufstellen und regelmäßige Überprüfung von Klimaschutzmaßnahmen und deren Wirksamkeit
- Erhebung von Daten und geeigneten Kennzahlen
- Kompensation nicht vermeidbarer CO<sub>2</sub>-Emissionen

#### HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

##### Datenerhebung und Evaluation von Klimaschutzzielen und -maßnahmen

Bevor Daten erhoben werden, sollte sich das Veranstaltungsteam über ein gemeinsames Leitbild für eine klimafreundliche Veranstaltung verständigen sowie realistische Ziele festlegen, um dann im nächsten Schritt passgenaue Maßnahmen zu identifizieren. Hierbei handelt es sich um einen fortlaufenden und kontinuierlichen Prozess: Ziele und Maßnahmen sollten durchgehend evaluiert und angepasst werden. Das nachfolgende Schema fasst den Ablauf zur Erstellung eines Klimaschutzkonzeptes (H1.1.) zusammen.

### 1. Planen und Vorbereiten

- Erfassen und Bewerten der Klima- und Umweltauswirkungen der Veranstaltung. Nur wenn die Auswirkungen einer Veranstaltung bekannt sind, kann die Klima-/Umweltleistung verbessert werden. Identifikation von Problembereichen.
- Überblick über vorhandene Daten verschaffen, zum Beispiel zum Abfallaufkommen, Energie- oder Wasserverbrauch oder zur Anreise der Teilnehmenden. Analyse und Vergleich der Daten.
- Wahl einer oder eines Klimaschutzbeauftragten im Team (vergleiche Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit).

### 2. Entwickeln eines Leitbilds

- Das Leitbild ist die zentrale Richtlinie für eine klima- und umweltbewusste Ausrichtung einer Veranstaltung.
- Stellenwert des Klima-/Umweltschutzes der Veranstaltung herausstellen und Verpflichtung zur Vermeidung negativer Klima- und Umweltauswirkungen.
- Öffentlichkeitswirksame Kommunikation des Leitbilds.

### 3. Erarbeiten von Zielen und eines Maßnahmenkatalogs

- Verfassen allgemeiner Ziele, zum Beispiel Verringerung des Abfallaufkommens (weitere Beispiele finden Sie in jedem Handlungsfeld).
- Ableiten von konkreten, erreichbaren und zeitlich festgelegten Zielen, zum Beispiel Verringerung des Abfallaufkommens um 30 Prozent bis 2023 gegenüber dem Wert von 2020.
- Formulieren von Maßnahmen, die die Klima-/Umweltleistung der Veranstaltung verbessern, und von Schritten, wie die einzelnen Ziele erreicht werden sollen.

### 4. Umsetzen

- Umsetzung der Maßnahmen aus dem Maßnahmenkatalog.
- Aktive Einbindung des Veranstaltungsteams sowie relevanter Akteur\*innen Berücksichtigung der internen und externen Kommunikation.
- Monitoring der umgesetzten Maßnahmen, in welchem Daten erhoben werden, zum Beispiel zum Energie- und Wasserverbrauch, zur Abfallmenge, zum Verkehrsaufkommen etc. (Messindikatoren finden Sie in jedem Handlungsfeld).

### 5. Evaluation und Anpassung des Konzepts

- Analyse der Daten.
- Überprüfen der Umsetzung der Ziele auf Erfolg. Identifikation von Verbesserungspotenzialen.
- Anpassen der Maßnahmen an die Erkenntnisse aus der Datenanalyse.

### 6. Erstellen eines Klima-/Umweltberichts

- Kommunikation der Ergebnisse mittels eines Klima-/Umweltberichts.
- Veröffentlichung des Klima-/Umweltberichts und Transparentmachen des klimabewussten Handelns.
- Erstellung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz, um nicht vermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen zu kompensieren.

#### Abbildung 1: Sechs Phasen für die Erstellung eines Klimaschutzkonzeptes

Quelle: angelehnt an die Phasen von EMAS (siehe Service- und Literaturteil)

Der Erfolg von Klimaschutzmaßnahmen und die Erfüllung der gesetzten Ziele lassen sich mithilfe von Indikatoren evaluieren. Messbare Daten einer Veranstaltung, beispielsweise zum Energie- und Wasserverbrauch, helfen dabei, Klimaauswirkungen früh zu erkennen und zu bewerten (**H1.2**). Diese Daten geben dem Veranstaltungsteam wertvolle Informationen darüber, wo Reduzierungspotenziale liegen und ob die ergriffenen Maßnahmen tatsächlich wirken. Diese Schlussfolgerungen fließen in die Handlungsempfehlung **H1.3** ein, die auf die Überprüfung/Evaluation der Ziele und Maßnahmen und gegebenenfalls deren Anpassung abzielt.

Am besten ist es, die Ergebnisse aus der Datenanalyse in einem Klima-/Umweltbericht festzuhalten, der nach der jeweiligen Veranstaltung veröffentlicht wird (**H1.4**). Das Straßenfest Altonale in Hamburg und der Evangelische Kirchentag sind

vorbildliche Beispiele von Veranstaltungen, die Klima-/Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte verfasst und für alle öffentlichkeitswirksam zugänglich gemacht haben (Best Practices, Seite 22, 23).

Am Ende dieses Kapitels werden Indikatoren und Informationen für die Datenerhebung der verschiedenen Emissionen innerhalb der verschiedenen Handlungsfelder zur Verfügung gestellt.

**Zertifizierungen und CO<sub>2</sub>-Fußabdruck**

Neben Nachhaltigkeitssiegel und Umweltlabels für einzelne Produkte und Dienstleistungen (Übersicht zu Labels auf Seite 59 und 60, Handlungsfeld Beschaffung und Catering) können auch ganze Veranstaltungen zertifiziert werden; beispielsweise durch das Umweltmanagementsystem EMAS oder durch die DIN ISO 20121 für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement (siehe Service- und Literaturteil). Sie schaffen Transparenz und Glaubwürdigkeit hinsichtlich des Umweltengagements von Veranstaltenden und fungieren als öffentlichkeitswirksames Aushängeschild. Allerdings sollte im Vorfeld überlegt werden, inwiefern eine Zertifizierung erforderlich ist, da diese zumeist vergleichsweise kostspielig und mit einem hohen Zeitaufwand verbunden ist. Oft sind eine transparente CO<sub>2</sub>-Bilanzierung sowie die konkrete Umsetzung von Maßnahmen ausreichend, um ein überzeugendes und glaubwürdiges Umwelt- oder Nachhaltigkeitsengagement zu präsentieren.

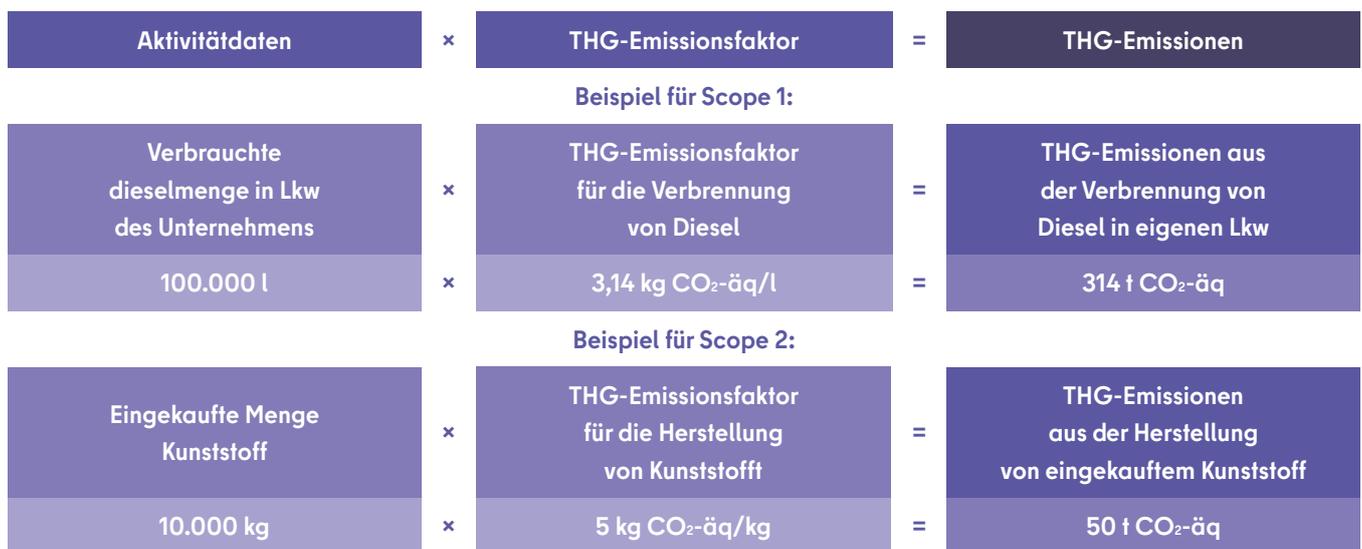
Für die Umsetzung einer klimaneutralen Veranstaltung ist die Erstellung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz unerlässlich (**H1.5**). Der sogenannte CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bezeichnet den Gesamtbetrag an emittierten Treibhausgasen (THG), die bei allen Aktivitäten im Zusammenhang mit einer Veranstaltung direkt oder indirekt entstehen, zum Beispiel durch den Transport, die Verpflegung von Besuchenden, die Entsorgung von Abfällen oder den Betrieb von Bühnen. Neben CO<sub>2</sub>-Emissionen gibt es auch noch andere klimaschädliche Emissionen. Diese werden hinsichtlich ihrer Treibhauspotenziale in CO<sub>2</sub>-Äquivalenten gemessen. Methan ist zum Beispiel etwa 25-mal so klimaschädlich wie Kohlenstoffdioxid. Deshalb entspricht eine Tonne Methan etwa 25 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten (CO<sub>2</sub>e) (siehe Abbildung 2 zur Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks).

Mithilfe eines CO<sub>2</sub>-Rechners lässt sich der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck einer Veranstaltung bestimmen. Verschiedene etablierte CO<sub>2</sub>-Rechner sind im Service- und Literaturteil aufgeführt. Eine im Rahmen der Kooperation mit der Beuth Hochschule für Technik Berlin erstellte studentische Abschlussarbeit fand heraus, dass etablierte CO<sub>2</sub>-Rechner zum Teil zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen (vergleiche Literaturübersicht im Anhang). Die Nachvollziehbarkeit der Berechnungen wird zudem dadurch erschwert, dass Berechnungsformeln häufig nicht mit veröffentlicht werden. Dennoch bieten CO<sub>2</sub>-Rechner eine gute Orientierung und Hilfestellung.

Eine weitere Möglichkeit, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß einer Veranstaltung zu ermitteln, ist die veranstaltungsspezifische Berechnung der entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Dabei ist zu beachten, dass das selbstständige Zusammentragen der Daten zum Teil sehr aufwendig sein kann. Es gibt jedoch die Möglichkeit, auf unterschiedliche Datenbanken zuzugreifen und die Berechnung der jeweiligen Emissionsfaktoren für die unterschiedlichen Handlungsfelder vorzunehmen (siehe Datenbanken im Service- und Literaturteil).

Beispiele für Veranstaltungen, die eine Klimabilanz erstellt haben, sind der Evangelische Kirchentag, das Futur 2 Festival oder das Open Air St. Gallen (siehe Best Practices, Seite 23, 24 und 25).

Damit sich eine Veranstaltung als klimaneutral bezeichnen kann, müssen alle nicht vermeidbaren Emissionen kompensiert werden (**H1.6**). Die Kompensation unterliegt strikten Regeln und Kriterien. Deshalb empfiehlt es sich, mit anerkannten Dienstleister\*innen zusammenzuarbeiten (siehe Service- und Literaturteil).



**Abbildung 2: Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks**

Quelle: [https://www.globalcompact.de/wAssets/docs/Umweltschutz/Publikationen/001-Einfuehrung-Klimamanagement-DGCN\\_web.pdf](https://www.globalcompact.de/wAssets/docs/Umweltschutz/Publikationen/001-Einfuehrung-Klimamanagement-DGCN_web.pdf) (letzter Abruf: 18. Februar 2021)

NR.		HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
<b>Datenerhebung und Evaluation von Klimaschutzzielen und -maßnahmen</b>		
H1.1	<b>Erstellung eines Klimaschutzkonzepts</b> Entwickeln Sie ein Klimaschutzkonzept für Ihre Veranstaltung, das ein klimafreundliches Leitbild sowie konkrete Ziele und Maßnahmen beinhaltet. Kommunizieren Sie Ihr Klimaschutzkonzept mit allen in den Veranstaltungsprozess eingebundenen Akteur*innen im Vorfeld Ihrer Veranstaltung (Infokasten auf Seite 28).	
H1.2	<b>Kontinuierliche Erhebung von Kennzahlen und Daten</b> Messen Sie kontinuierlich Klima-/Umweltauswirkungen – so weit wie möglich –, und erheben Sie Kennzahlen wie etwa zum Abfallaufkommen oder Energieverbrauch (verschiedene Hilfestellungen für die Datenerhebung finden Sie innerhalb der Handlungsfelder).	
H1.3	<b>Evaluation von Zielen und Maßnahmen</b> Evaluieren Sie die Ziele und die mit diesen verbundenen Maßnahmen hinsichtlich der Zielerreichung, und passen Sie Ihr Klimaschutzkonzept an Veränderungen an.	
H1.4	<b>Klimaschutz-/Umweltbericht</b> Kommunizieren Sie mithilfe eines Klimaschutz-/Umweltberichts den Erfolg Ihrer Veranstaltung.	
<b>Zertifizierung und CO<sub>2</sub>-Fußabdruck</b>		
H1.5	<b>CO<sub>2</sub>-Bilanzierung</b> Erstellen Sie einen CO <sub>2</sub> -Fußabdruck für Ihre Veranstaltung. Verschiedene Dienstleistungsunternehmen sowie CO <sub>2</sub> -Rechner können Sie dabei unterstützen (siehe Service- und Literaturteil).	
H1.6	<b>CO<sub>2</sub>-Kompensation</b> Kompensieren Sie nicht vermeidbare CO <sub>2</sub> -Emissionen mithilfe von zertifizierten Kompensationsagenturen oder durch Investitionen in zertifizierte Projekte. Achten Sie bei der Kompensation auf Qualität von Anbietenden sowie Angebot (GoldStandard, weitere Informationen hierzu im Service- und Literaturteil).	

**INDIKATOREN**

DATENERHEBUNGS- UND EVALUATIONSZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Aufstellen und regelmäßige Überprüfung von Klimaschutzmaßnahmen und deren Wirksamkeit	Erstellung eines Klimaschutzkonzepts mit Zielen und Maßnahmen	– ja/nein
Erhebung von Daten und geeigneten Kennzahlen	Kennzahlen, Daten zum Stromverbrauch, Abfallaufkommen, Wasserverbrauch etc. innerhalb der Handlungsfelder (siehe andere Handlungsfelder)	– ja/nein – Übersicht der Daten – Analyse und Auswertung der Ergebnisse
	Vorhandensein Klima-/Umwelt-/Nachhaltigkeitsbericht	– ja/nein
Kompensation nicht vermeidbarer CO <sub>2</sub> -Emissionen	CO <sub>2</sub> -Bilanzierung, gesamte direkte und indirekte CO <sub>2</sub> -Emissionen nach Gewicht	– Identifikation der CO <sub>2</sub> -Quellen und ihrer Äquivalente – Berechnung mithilfe eines CO <sub>2</sub> -Rechners oder eigene Berechnung (siehe Service- und Literaturteil) – t, kg CO <sub>2</sub> -Äquivalente
	Anzahl und Art gekaufter Zertifikate für CO <sub>2</sub> -Kompensation beziehungsweise Unterscheidung nach den Handlungsfeldern	– Analyse der Zertifikate – t, kg CO <sub>2</sub> -Äquivalente

## SERVICE UND LITERATUR

### Beratungsstellen in Berlin zu klimaneutralen oder nachhaltigen Veranstaltungen

Clubtopia (Beratungsstelle zu klimaneutralen Clubs und Free Open Airs)

<https://clubtopia.de/>

Free Open Air Round Tables und Workshops (Clubcommission e.V.)

<https://www.clubcommission.de/category/free-open-air/>

GRÜNE LIGA Berlin e.V.

<https://www.grueneliga-berlin.de/themen-projekte2/umweltberatung/handlungsleitfaden-klimaneutrale-veranstaltungen/>

### Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Nachhaltigkeits-, Klima- und Umweltmanagement

Fortbildung im Nachhaltigkeitsmanagement in der Veranstaltungsbranche des German Convention Bureau e.V. (GCB)  
<https://www.gcb.de/de/gcb-events-education/edubygcb-seminare/nachhaltigkeitsmanagement-in-der-veranstaltungsbranche-von-der-herausforderung-zur-geschaeftschance.html>

Seminarangebot der DIHK Service GmbH

<https://wis.ihk.de/nc/seminare/seminarsuche.html>

### CO<sub>2</sub>-Rechner und CO<sub>2</sub>-Kompensation

Viele Anbieter\*innen von CO<sub>2</sub>-Rechnern offerieren auch die Möglichkeit der Kompensation entstehender CO<sub>2</sub>-Emissionen. Die Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen sollte immer der letzte Schritt sein, im Vorfeld sollten so viele CO<sub>2</sub>-Emissionen wie möglich vermieden werden.

Vergleichsportal für Anbieter\*innen von CO<sub>2</sub>-Kompensation  
<https://www.test.de/CO2-Kompensation-Diese-Anbieter-tun-am-meisten-fuer-den-Klimaschutz-5282502-5283299/>

ANBIETENDE	ANGEBOT	KONTAKT
<b>atmosfair</b>	CO <sub>2</sub> -Bilanzierung und Kompensation	<a href="https://www.atmosfair.de/de/fuer_unternehmen/klimafreundliche_veranstaltung/">https://www.atmosfair.de/de/fuer_unternehmen/klimafreundliche_veranstaltung/</a>
<b>carbonConnect</b>	CO <sub>2</sub> -Bilanzierung und Kompensation	<a href="https://www.carbon-connect.ch/de/case-studies/klimaneutraler-event/">https://www.carbon-connect.ch/de/case-studies/klimaneutraler-event/</a>
<b>CO<sub>2</sub>OL-Eventrechner</b>	CO <sub>2</sub> -Eventrechner Kriterien: allgemeine Angaben, Mobilität, Logistik, Location, Übernachtungen, Catering, Print und Sonstiges	<a href="https://co2olcalc.co2ol.de/index.php?option=com_calc_master&amp;view=calculation&amp;Itemid=245&amp;lang=de&amp;calc_id=8">https://co2olcalc.co2ol.de/index.php?option=com_calc_master&amp;view=calculation&amp;Itemid=245&amp;lang=de&amp;calc_id=8</a>
<b>EnergieAgentur.NRW</b>	Event-Rechner	<a href="http://energieagentur.co2calc.simplethings.de/calculator-secure?t=1446029450">http://energieagentur.co2calc.simplethings.de/calculator-secure?t=1446029450</a>
<b>FAMAB Stiftung</b>	CO <sub>2</sub> -Fast-Rechner Kriterien: abhängig vom Projekttyp - Event/Kongress/Messe, Messestand oder Catering	<a href="http://www.famabstiftung.de">http://www.famabstiftung.de</a>
<b>KlimAktiv</b>	CO <sub>2</sub> -Rechner und Kompensation Kriterien: Veranstaltungsort, Mobilität, Mahlzeit und Übernachtung, Sonstiges	<a href="https://event.co2ckpit.de/de_DE/page/footer-print/">https://event.co2ckpit.de/de_DE/page/footer-print/</a>
<b>Klimatarier</b>	CO <sub>2</sub> -Rechner Kriterien: Fokus auf Lebensmittel, inklusive Transport und Vorketten (Erzeugung, Vertrieb und Verpackung)	<a href="https://www.klimatarier.com/de/CO2_Rechner">https://www.klimatarier.com/de/CO2_Rechner</a>
<b>myclimate</b>	CO <sub>2</sub> -Rechner und Kompensation Kriterien: Mobilität, Verpflegung, Energie, Material, Transport und Abfall	<a href="https://co2.myclimate.org/de/event_calculators/new">https://co2.myclimate.org/de/event_calculators/new</a>
<b>naturstrom</b>	Eventstrom-Kompensation	<a href="https://www.naturstrom.de/geschaeftskunden/oekostrom/eventstrom/">https://www.naturstrom.de/geschaeftskunden/oekostrom/eventstrom/</a>
<b>PRIMAKLIMA</b>	CO <sub>2</sub> -Kompensation	<a href="https://www.primaklima.org/">https://www.primaklima.org/</a>
<b>Umweltbundesamt</b>	CO <sub>2</sub> -Rechner	<a href="https://uba.co2-rechner.de/de_DE/">https://uba.co2-rechner.de/de_DE/</a>

### Hilfestellungen zur CO<sub>2</sub>-Bilanzierung

Energy Efficiency for Small and Medium Sized Clubs and Venues Training Handbook

[https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/ee\\_music\\_training\\_handbook\\_venues\\_a4\\_double.pdf](https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/ee_music_training_handbook_venues_a4_double.pdf)

Julie's Bicycle: Creative Green Tools

[https://juliesbicycle.com/resource\\_hub/introducing-the-creative-green-tools/](https://juliesbicycle.com/resource_hub/introducing-the-creative-green-tools/)

### Standards zur CO<sub>2</sub>-Bilanzierung und zum Umweltmanagement

Berechnungsbeispiel Carbon Footprint BMU

[https://www.bmu.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Download\\_PDF/Nachhaltige\\_Entwicklung/cop23\\_umwelterklaerung\\_auswertung\\_bf.pdf](https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Nachhaltige_Entwicklung/cop23_umwelterklaerung_auswertung_bf.pdf)

DIN EN ISO 14040 und 14044: Normen zur Ökobilanzierung  
DIN EN ISO 14064-1: wichtige Norm mit Anleitung zur quantitativen Bestimmung und Berichterstattung von CO<sub>2</sub>-Emissionen

DIN ISO 20121: nachhaltiges Veranstaltungsmanagement - Anforderungen mit Anleitung zur Anwendung

<https://www.din.de/de>

EMAS: geprüftes Umweltmanagement - Zertifizierung von Veranstaltungen

<https://www.emas.de>

First Step UK Music Industry Greenhouse Gas Emissions for 2007

[https://juliesbicycle.com/wp-content/uploads/2019/11/First\\_Step\\_UK\\_Music\\_GHG\\_Report\\_2008.pdf](https://juliesbicycle.com/wp-content/uploads/2019/11/First_Step_UK_Music_GHG_Report_2008.pdf)

Greenhouse Gas Protocol - weitverbreiteter Standard für die Erstellung von Treibhausgasbilanzen

<https://ghgprotocol.org>

Standards Global Reporting Initiative (GRI)

<https://www.globalreporting.org/standards/>

### Datenbanken für Emissionsfaktoren

GEMIS

<http://iinas.org/work.html>

Die kostenlose Software enthält ein Bilanzierungsmodell für Energie- und Stoffströme inklusive umfangreicher Datenbank.

ProBas-Datenbank

<https://www.probas.umweltbundesamt.de/php/index.php>

Das Webportal ProBas stellt eine umfangreiche Bibliothek für Lebenszyklusdaten dar.

### WEITERE LINKS UND LITERATUR

Einführung Klimamanagement. Schritt für Schritt zu einem effektiven Klimamanagement in Unternehmen (Global Compact Netzwerk Deutschland)

[https://www.globalcompact.de/wAssets/docs/Umweltschutz/Publikationen/001-Einfuehrung-Klimamanagement-DGCN\\_web.pdf](https://www.globalcompact.de/wAssets/docs/Umweltschutz/Publikationen/001-Einfuehrung-Klimamanagement-DGCN_web.pdf)

Freiwillige CO<sub>2</sub>-Kompensation durch Klimaschutzprojekte (Umweltbundesamt)

[https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/ratgeber\\_freiwillige\\_co2\\_kompensation\\_final\\_internet.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/ratgeber_freiwillige_co2_kompensation_final_internet.pdf)

Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen (Umweltbundesamt)

<https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/mobilitaet/kompensation-von-treibhausgasemissionen#unsere-tipps>



Teilnehmende am 1. Workshop im Projekt „Handlungsleitfaden klimaneutrale Veranstaltungen“

Quelle: GRÜNE LIGA Berlin e.V.

## 4.2 Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit (H2)

### EINLEITUNG

Eine klimaneutrale Veranstaltung kann nur umgesetzt werden, wenn alle Stakeholder\*innen von diesem Ziel wissen und daran beteiligt werden. Daher sollten Veranstaltende das Ziel der Klimaneutralität systematisch zum Inhalt ihrer internen und externen Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit machen. An erster Stelle steht die interne Kommunikation und Einbindung mit den am Organisationsprozess beteiligten Akteur\*innen wie dem Veranstaltungsteam, den Dienstleistungsunternehmen, Standbetreibern sowie Mitarbeitenden der Berliner Verwaltung. Die externe Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit einer Veranstaltung richtet sich insbesondere an Veranstaltungsbesuchende und sollte über gezielte Medien- und Pressearbeit an die Öffentlichkeit kommuniziert werden. Eine gezielte Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit sowie Anreize auf die Veranstaltung helfen, Beteiligte zum klimaschonenden Verhalten und darüber hinaus zu motivieren.

Nicht jede der hier vorgestellten Handlungsempfehlungen kann auf allen Arten von Veranstaltungen umgesetzt werden. Einige dieser Handlungsempfehlungen benötigen für eine erfolgreiche Umsetzung etwas Zeit, und Erfolge werden nicht immer sofort sichtbar. Eine nach außen hin transparent kommunizierte Nachhaltigkeitsstrategie, die konkrete Ziele und Maßnahmen benennt, erhöht die Glaubwürdigkeit einer klimafreundlichen Veranstaltung (siehe Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation, Seite 27).

Klimaneutralität zu propagieren und auf einer Veranstaltung zu bewerben, sie letztlich aber nicht umzusetzen, kann sich als fatal erweisen und den Verdacht des Greenwashings aufkommen lassen. Deshalb sollen nur solche CO<sub>2</sub>-Reduzierungsmaßnahmen kommuniziert werden, die auch tatsächlich umgesetzt werden. Es sollte auch immer berücksichtigt werden, dass das übergeordnete Ziel einer vollständig klimaneutralen Veranstaltung nur dann erreicht wird, wenn nicht vermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensiert werden (vergleiche Kapitel 4.1; Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation).

In den nachfolgenden Handlungsempfehlungen werden Kommunikationsmaßnahmen vorgestellt, mit denen Veranstaltende die CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren und Dritte zu mehr Engagement für Klimaschutz im Veranstaltungsbereich motivieren können.

### ZIELE einer klimaneutralen Veranstaltung:

- Frühzeitige Einbindung relevanter Akteur\*innen und transparente Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu den Zielen.
- Erhöhung des Klimabewusstseins und Steigerung des Interesses von Klima- und Umweltschutzthemen beim Veranstaltungspublikum.

## HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

### Interne Kommunikation und Einbindung von Stakeholder\*innen

Die Einbindung aller beteiligten Akteur\*innen in den Veranstaltungsprozess ist ein wichtiger Schritt zu einer klimaneutralen Veranstaltung. Fehlende oder unzureichende Informationen zu Klimaschutzmaßnahmen einer Veranstaltung, wie zum Beispiel zu einer bestehenden Mehrwegpflicht, zum Abfallkonzept oder zu einem Flyerverbot, können dazu führen, dass Maßnahmen von einigen Akteur\*innen nicht akzeptiert und flächendeckend befolgt werden. Die Entscheidung, klimafreundliche Produkte auf einer Veranstaltung zu verwenden, Verpackungsmüll einzusparen oder durch kürzere Lieferketten CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren, beeinflusst zwangsläufig die Auswahl der Liefer- und Dienstleistungsunternehmen sowie Händler\*innen. Veranstaltende können zum Beispiel aus vertraglichen Gründen an bestimmte Dienstleistungsunternehmen gebunden sein, die dem Thema Klimaschutz keinen hohen Stellenwert einräumen. Wenn Stakeholder\*innen frühzeitig über das Klimaneutralitätsziel einer Veranstaltung informiert werden, kann an mancher Stelle gemeinsam eine bessere klimafreundliche Lösung geschaffen werden (H2.3). Kunst- und Kulturschaffende, Referent\*innen, die aus anderen Städten oder Ländern anreisen, sollten im Voraus über die beabsichtigten Klimaschutzmaßnahmen informiert werden, zum Beispiel dass keine Reisekosten für inländische Flüge übernommen werden oder die Verpflegung vor Ort vegetarisch ist.

Geldgebende und Sponsoringunternehmen verfolgen in erster Linie Marketingziele und möchten auf einer Veranstaltung für ihr Unternehmen oder ein Produkt werben. Sie sollten deshalb nach den Aspekten ausgewählt werden, die am besten zu den eigenen gesteckten Klimazielen passen und die Klimabotschaft übermitteln können (H2.6). Das kann bei einigen wichtigen und langjährigen geldgebenden Unternehmen eine Herausforderung darstellen. Durch die Einführung einer „grünen Marke“ (beispielsweise in Wien das Label ÖkoEvent als Dachmarke für umweltfreundliche Veranstaltungen) können auch neue nachhaltig oder ökologisch orientierte Unterstützende für eine Veranstaltung gewonnen werden (siehe Allgemeiner Literaturteil, Seite 73). Auf dem „Shanti-Town“, einem Veranstaltungsbereich auf dem Straßenfest des Karnevals der Kulturen in Berlin-Kreuzberg, können nachhaltige Unternehmen, gemeinnützige Vereine, Umweltaktivist\*innen ihr Umwelt- und Nachhaltigkeitsengagement zeigen (siehe Best Practices auf Seite 14). Ist eine Veranstaltung klimaneutral, verbessert das nicht nur das Image aller unmittelbar Beteiligten, sondern dann profitiert auch die Außenwahrnehmung eines Bezirks oder einer Stadt davon. Grüne Label oder weitere Anreizsysteme können darüber hinaus Händler\*innen motivieren, sich klimafreundlich auf einer Veranstaltung zu verhalten (H2.5). Stände, die beispielsweise ausschließlich Gerichte aus regionalen Bio-Lebensmitteln anbieten, könnten einen Nachlass der Standgebühr erhalten.

Veranstaltungen auf öffentlichen Freiflächen müssen beantragt und von den zuständigen Behörden genehmigt werden (siehe Kapitel 2). Es ist wichtig, die am Genehmigungsprozess beteiligten Behörden frühzeitig über das Veranstaltungskonzept und geplante Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Vermeidung zu informieren, um mögliche Konflikte mit anderen behördlichen Anforderungen gezielt zu besprechen und gemeinsam eine Lösung zu finden.

### Externe (Besuchenden-)Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Neben der internen Kommunikation ist auch die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit nach außen wichtig. Ganz im Sinne des Leitsatzes „Tue Gutes und sprich darüber“ sollten Klimaziele der Öffentlichkeit und Besuchenden vor, während und nach einer Veranstaltung vermittelt werden (H2.7). Eine klare und transparente Kommunikationsstrategie kann dabei helfen. Bei der Auswahl der Kommunikationsmittel und -kanäle müssen stets unterschiedliche Zielgruppen, involvierte Stakeholder\*innen, kulturelle und sprachliche Barrieren sowie Art und Zweck der Information, die vermittelt werden soll (zum Beispiel zur klimafreundlichen Anreise), mitgedacht werden (H2.9). Auf Social-Media-Diensten wie Facebook, Instagram oder Twitter lassen sich beispielsweise kurze Informationen mit Bildern oder Videos verknüpfen, oder es können externe Beiträge zum Klimaschutz veröffentlicht werden.

Der Fokus einer klimafreundlichen Veranstaltung liegt auf einer digitalen Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit und vermeidet die Produktion von Papiermüll (siehe Handlungsfeld Abfallmanagement). Bei der Vor-Ort-Kommunikation kann insbesondere zwischen Informationen zu Umwelt-, Besucherlenkungsmaßnahmen, Anreizen, Besucher\*innensensibilisierung und Umweltbildung für Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsthemen unterschieden werden (H2.12). Klare Hinweisschilder auf einer Veranstaltung vermitteln etwa, an welchen Orten Sanitärbereiche zu finden sind. Piktogramme auf Abfallbehältern visualisieren, welcher Abfall in welche Behälter gehört, und Abfallteams motivieren Veranstaltungsbesuchende zur Abfalltrennung. An Infoständen zu Klima- und Nachhaltigkeitsthemen können Besucher\*innen im direkten Gespräch alltagstaugliche Klimatipps bekommen (H2.11). Auch mithilfe einzelner künstlerischer oder musikalischer Darbietungen auf Bühnen kann auf die Relevanz von Klimaschutz umfassend aufmerksam gemacht werden. Vielleicht sind Kultur- und Musikschaffende bereit, eine Klimapatenschaft zu übernehmen. Gewinnspiele und Awards wie der Große Preis des Umweltfestivals am Brandenburger Tor, der Umweltprojekte auszeichnet (siehe Best Practices, Seite 13), motivieren dazu, sich mit Klima- und Umweltschutzthemen auseinanderzusetzen.

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
<b>Interne Kommunikation</b>	
H2.1	<p><b>Einbindung des Veranstaltungsteams und Benennen einer oder eines Klimaschutzbeauftragten</b></p> <p>Binden Sie Ihr Team in Ihr Vorhaben ein. Benennen Sie eine qualifizierte Klimaschutz-/Umweltbeauftragte oder einen qualifizierten Klimaschutz-/Umweltbeauftragten, oder benennen Sie eine Person als direkte*n Ansprechpartner*in.</p>
H2.2	<p><b>Informationen und Schulungen</b></p> <p>Klären Sie Ihr Team über die Wichtigkeit klimaneutralen Handelns auf. Stellen Sie Informationsmaterialien zur Verfügung (zum Beispiel diesen Handlungsleitfaden), oder bieten Sie gegebenenfalls eine Schulung zum Thema klimaneutrale Veranstaltungen an (siehe Service- und Literaturteil Datenerhebung und Evaluation).</p>
H2.3	<p><b>Einbindung von weiteren Stakeholder*innen</b></p> <p>Binden Sie wichtige Stakeholder*innen von Anfang an in die Veranstaltungsplanung mit ein, und sorgen Sie für eine intensive Informationsarbeit für Standbetreibende und Subunternehmer*innen.</p>
H2.4	<p><b>Einbindung von Anwohnenden und lokalem Gewerbe</b></p> <p>Beziehen Sie auch Anwohnende und Gewerbetreibende aus der direkten Umgebung des Veranstaltungsorts mit in die Veranstaltungsplanung ein. Informieren Sie diese über Ihre Klimaschutzziele und Vermeidungsstrategien (zum Beispiel zusätzliches Abfallaufkommen/Vermüllung durch To-go-Becher aus den umliegenden Cafés, Kiosken oder Restaurants).</p>
H2.5	<p><b>Schaffen von Anreizen für Händler*innen</b></p> <p>Schaffen Sie Anreize für Händler*innen, zum Beispiel Labeling, niedrige Platzgebühr für klimafreundliche Stände oder Wegfall der Gebühr für den klimafreundlichsten Stand.</p>
H2.6	<p><b>Fokus auf nachhaltige/klimafreundliche Dienstleistungs- und Sponsoringunternehmen</b></p> <p>Kooperieren Sie mit Dienstleistungs- und Sponsoringunternehmen, die klimaneutral handeln oder/und Klimaziele Ihrer Veranstaltung unterstützen (zum Beispiel durch gemeinsame Nutzung/gemeinsamen Austausch von Materialien oder Veranstaltungstechnik).</p>
<b>Externe (Besucher-)Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b>	
H2.7	<p><b>Intensive Öffentlichkeitsarbeit</b></p> <p>Sorgen Sie für eine intensive Informations- und Öffentlichkeitsarbeit für Besuchende. Verbreiten Sie Ihre Klimaschutzziele und -maßnahmen über (digitale) Kommunikationskanäle (zum Beispiel über die eigene Website, Newsletter, Social Media, interne/externe Verteiler), über Presse/Medien. Legen Sie den Fokus auf eine digitale, papierlose Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.</p>
H2.8	<p><b>Persönliche Kommunikation vor Ort</b></p> <p>Seien Sie vor Ort präsent, und kommunizieren Sie beziehungsweise Ihre Mitarbeitenden Klimaziele im Veranstaltungsbereich.</p>
H2.9	<p><b>Kommunikationskampagne</b></p> <p>Führen Sie eine Kommunikationskampagne durch. Achten Sie auf eine zielgruppenspezifische Sprache und auf verständliche Informationsmaterialien. Berücksichtigen Sie eine niedrighschwellige Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit für ein breites Publikum, zum Beispiel durch Bewegtbilder. Vielleicht finden Sie bekannte Künstler*innen und Influencer*innen, andere prominente Personen oder ein Netzwerk, die Sie dabei unterstützen, Ihre Klimaziele ans Publikum zu übermitteln.</p>
H2.10	<p><b>Setzen eines Leitthemas oder Mottos</b></p> <p>Setzen Sie ein Klimaschutzmotto oder -leitthema, und schaffen Sie eine „grüne“ Marke. So bleibt Ihr Klimaschutzengagement im Gedächtnis.</p>
H2.11	<p><b>Umweltbildung auf der Veranstaltung</b></p> <p>Klären Sie darüber hinaus über klimaneutrales Handeln auf, und geben Sie Tipps für den Alltag. Greifen Sie zum Beispiel das Thema Energie mithilfe einer Fahrraddisko im Veranstaltungsprogramm spielerisch oder künstlerisch auf.</p>
H2.12	<p><b>Anreize für Besuchende und Teilnehmende</b></p> <p>Schaffen Sie Anreize für klimaneutrales Handeln, und beteiligen Sie Besuchende, z. B. durch Wettbewerbe, Vergünstigungen für die Anreise mit dem ÖPNV oder durch Mitmachaktionen.</p>

INDIKATOREN

KOMMUNIKATIONSZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Frühzeitige Einbindung des eigenen Teams und relevanter Akteur*innen und transparente Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu den Zielen	Bekanntheitsgrad des Klimaschutzkonzeptes innerhalb des Veranstaltungsteams (siehe Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umfrage und Erhebung im Team</li> <li>– in Prozent des gesamten Teams</li> </ul>
	Anzahl und Art der Informations-/Kommunikationsmaterialien zu klimaschutzrelevanten Aspekten	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auflistung und Analyse</li> <li>– Anzahl der Publikationen im Jahr</li> </ul>
	Bekanntheitsgrad des Klimamanagementkonzeptes/der Ziele/Maßnahmen der Veranstaltung bei externen Dienstleistenden und Standbetreibenden	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Anteil in Prozent der geschulten Mitarbeitenden von der Gesamtzahl</li> </ul>
	Anzahl der eingebundenen Anwohnenden und des lokalen Gewerbes	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umfrage und Erhebung</li> <li>– Anteil in Prozent der informierten Akteur*innen</li> </ul>
	Gesamtanzahl der Sponsor*innen mit Nachhaltigkeits-/Klimabewusstsein	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umfrage</li> <li>– Sponsor*innenverträge</li> <li>– Anzahl/Jahr</li> </ul>
	Bekanntheitsgrad der Besuchenden zu Klimazielen und Maßnahmen einer Veranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umfrage</li> <li>– Prozent der Gesamtbesuchenden</li> </ul>
	Anzahl an klimabewussten (Informations-)Ständen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Erhebung</li> <li>– Anteil in Prozent der Gesamtanzahl der Stände</li> </ul>
Erhöhung des Klimabewusstseins und Steigerung des Interesses von Klima- und Umweltschutzthemen beim Veranstaltungspublikum	Klima-/Umweltbezogene Themen im Programm, präsentiert auf der Veranstaltung oder als Grund für die Veranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Analyse des Veranstaltungsprogramms</li> <li>– Anzahl der Aktionen je Veranstaltung</li> </ul>
	Verhältnis ökologischer und klimabewusster Unternehmen als Sponsor*innen zu konventionellen Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auswertung Sponsor*innenverträge</li> <li>– Anteil in Prozent von der Gesamtanzahl an Unternehmen</li> </ul>
	Klimabewusstsein/-wissen, das durch oder auf einer Veranstaltung erzeugt wurde	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umfrage während der Veranstaltung</li> </ul>

## SERVICE UND LITERATUR

Zu Beratungsstellen in Berlin zu klimaneutralen und nachhaltigen Veranstaltungen und Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Nachhaltigkeits-, Klima- und Umweltmanagement siehe Service- und Literaturteil „Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation“.

Bildungsserver Innovationsportal

[Datenbank: Innovative Projekte und Programme von Bund und Ländern zur Qualitätsentwicklung des Bildungssystems](https://www.bildungsserver.de/innovationsportal/innovationsprojekte.html)  
<https://www.bildungsserver.de/innovationsportal/innovationsprojekte.html>

## WEITERE LINKS UND LITERATUR

### Literaturempfehlungen zu Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation und Umweltbildung

Eich, S., Pyhel, T., Schulte, M. & Wunderlich, M. (2007): Buchempfehlung zur Umweltkommunikation auf Großveranstaltungen. Von der IGA zum Weltjugendtag. München: oekom-Verlag

<https://buchfindr.de/buecher/umweltkommunikation-auf-grosveranstaltungen/>

Leitfaden Umweltbildung im BUND Baden-Württemberg

[https://www.bund-bawue.de/fileadmin/bawue/Leitfaden\\_PDF\\_Internet1\\_1\\_.pdf](https://www.bund-bawue.de/fileadmin/bawue/Leitfaden_PDF_Internet1_1_.pdf)

Medien und Nachhaltigkeit - Ein Handbuch für die Praxis (Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen)

<https://archiv.nrw-denkt-nachhaltig.de/blog2/>

Umweltbundesamt, Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung - zielgruppenorientiert und wirkungsorientiert! (2020)

<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbildung-bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung>



Solarpanels auf FUTUR2 FESTIVAL  
Quelle: Malte Metag

### 4.3 Handlungsfeld Energieversorgung (H3)

#### EINLEITUNG

Viele Veranstaltungen sind heutzutage ohne Energieversorgung kaum denkbar. Ton- und Lichtanlagen, Kühlschränke, Geschirrspüler und andere Veranstaltungstechnik benötigen Strom. Die Stromversorgung von Veranstaltungen im öffentlichen Raum stellt mitunter dann eine Herausforderung dar, wenn am Veranstaltungsort keine zugänglichen Anschlüsse an das Stromnetz vorhanden sind oder die Kapazität der Stromleitungen aus dem meist Nieder- und Mittelspannungsnetz nicht für energieintensive Veranstaltungs- und Lichttechnik ausreicht. Das trifft vor allem häufig auf Grünflächen zu. In diesen Fällen greifen Veranstaltende zumeist auf klimaschädliche benzin- oder dieselbetriebene Stromaggregate zurück. Um die Klimaziele zu erreichen und Berlin bis 2050 klimaneutral zu machen, müssen Veranstaltende ihren Energieverbrauch drastisch senken und die Energieversorgung aus fossilen Brennstoffen auf Alternativen aus erneuerbaren Energien umstellen (siehe Einleitung). Durch die Verwendung von Energie aus erneuerbaren Quellen, Reduktion der Energienachfrage und Nutzung energieeffizienter Veranstaltungstechnik können Veranstaltende dazu beitragen und den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ihrer Veranstaltung deutlich verkleinern. Das wird in nachfolgender Abbildung 3 veranschaulicht:

#### ZIELE einer klimaneutralen Veranstaltung:

- Reduzierung des Energieverbrauchs und Erhöhung der Energieeffizienz auf Veranstaltungen
- Vermeidung von Energie aus fossilen Energieträgern und Bevorzugung von Energie aus erneuerbaren Energiequellen
- Einsatz energieeffizienter Veranstaltungstechnik

#### HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

##### Bezug des Stroms und Stromqualität

Sofern Stromanschlüsse, im besten Fall Starkstrom, am Veranstaltungsort im öffentlichen Raum vorhanden sind, sollten Veranstaltende diese bevorzugt verwenden (**H3.1**) und (zertifizierten) Ökostrom aus den Leitungen beziehen (**H3.2**). Ökostrom ist Strom aus 100 Prozent erneuerbaren Energien, zum Beispiel Sonnen-, Wind- oder Wasserenergie. Ökostrom-label und -siegel wie das Grüner-Strom-Label der Umweltverbände oder das ok-power-Label helfen bei der Auswahl eines zertifizierten Stromanbieters, der nicht nur 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien anbietet, sondern auch den Ausbau erneuerbarer Energien unterstützt (siehe Service- und Literaturteil).

Die notwendige technische Infrastruktur für die Stromversorgung einer Veranstaltung variiert je nach Veranstaltungsgröße und -typ. Oft werden für die technische Einrichtung und die Betriebskontrolle externe Dienstleistende beauftragt, über die meist auch der Stromverbrauch abgerechnet werden kann. Bei der Auftragsvergabe sollte darauf geachtet werden, dass die Dienstleistenden zertifizierten Ökostrom aus erneuerbaren Energien anbieten.

Falls das nicht möglich ist, können die CO<sub>2</sub>-Emissionen des Stromverbrauchs einer Veranstaltung auch mithilfe eines zertifizierten Ökostromanbieters kompensiert werden. Die Kompensationszahlungen werden dann in Klimaschutzprojekte investiert.

### Vermeidung von Benzin-/Dieselgeneratoren und Verwendung alternativer Energielösungen

Bei fehlenden Stromanschlüssen an das öffentliche Stromnetz greifen Veranstaltende häufig auf ineffiziente und klimaschädliche Stromaggregate mit Benzin- oder Dieselmotoren zurück, die Abgase und Lärm verursachen (H3.3). Wenn solche Stromgeneratoren die einzige Möglichkeit der Stromversorgung sind, sollte der Leistungsbedarf der eingesetzten elektrischen Geräte im Voraus möglichst genau erhoben und geplant werden. Denn häufig werden zu leistungsstarke Generatoren verwendet, die deutlich mehr Kraftstoff für die gleiche Nennleistung verbrauchen als kleinere Modelle. Energieberatungen helfen dabei, die richtige Generatorenkapazität für eine Veranstaltung zu berechnen.

Noch besser ist es, auf klimafreundliche Alternativen umzusteigen, zum Beispiel auf Hybridgeneratoren, die durch eine eingebaute Batterie kurzfristig notwendige Spitzenleistungen erbringen können (H3.4). Insbesondere für Veranstaltungen ohne einen hohen Energiebedarf sind Batterielösungen sowie Solargeneratoren oder -panels eine klimafreundliche Lösung. Das größtenteils energieautarke Futur 2 Festival in Hamburg zeigt, wie Strom für Bühnen emissionsfrei erzeugt werden kann (siehe Best Practices, Seite 24). In den letzten Jahren wurde des Weiteren viel zu Wasserstoff-Brennstoffzellen geforscht, deren Prototypen in den nächsten Jahren auf verschiedenen Festivals zum Einsatz kommen sollen (siehe Service- und Literaturteil).

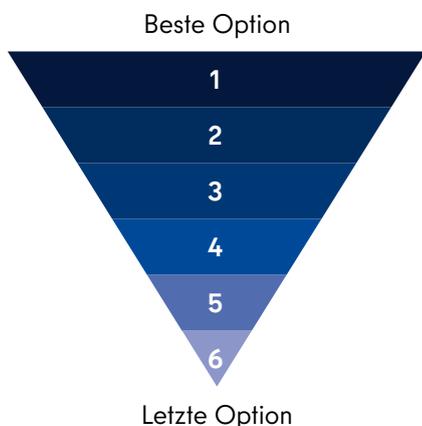
### Effiziente Veranstaltungs- und Lichttechnik

Durch den Einsatz energieeffizienter Veranstaltungs- und Lichttechnik können Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen erheblich reduziert und gleichzeitig Kosten gesenkt werden (H3.5). Für die Beleuchtung eignen sich insbesondere energiesparende LED-Lampen mit hohem Wirkungsgrad. Viele Veranstaltungen und Märkte sind diesbezüglich komplett auf LED-Technologie umgestiegen. Energieeinsparung durch energieeffiziente Beleuchtungstechnik spielt auch für das Tollwood-Festival eine wichtige Rolle. Es kommen unter anderem LED-Scheinwerfer und -Leuchtmittel bei den Bühnen zum Einsatz. Ein Lichtdesigner berät Ausstellende auf Wunsch zu einer ästhetischen als auch energieeffizienten Ausleuchtung ihrer Marktstände (siehe Best Practices, Seite 21).

Wie viel Strom ein Gerät verbraucht, lässt sich anhand der EU-Energieverbrauchskennzeichnung ablesen. Energieeffizienzklassen geben an, ob ein technisches Gerät viel oder wenig Strom verbraucht. Ein Kühlschrank mit dem Energie-label A+++ ist beispielsweise besonders energieeffizient. Ab März 2021 ändert sich das Energielabel. Die Produkte werden dann auf einer Skala von A bis G klassifiziert, und die „Plus“-Klassen entfallen. Neben der Energieklasse sind auch die Angaben zum Verbrauch in Kilowattstunden pro Jahr und/oder pro Liter zu berücksichtigen.

### Energieplanung und -beratung

Um die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Stromverbrauch zu berechnen, sollten Veranstaltende den Stromverbrauch der eingesetzten Veranstaltungstechnik messen (H3.10). Die erhobenen Daten zeigen auf, an welchen Stellen Handlungsbedarf besteht und welche Handlungsempfehlungen zu welcher Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen hinsichtlich des Bereichs Energie geführt haben. Dies kann in Zusammenarbeit mit einer Energieberaterin oder einem Energieberater erfolgen (siehe Service- und Literaturteil) (H3.11).



- Vermeidung** – Überprüfe ob Strom für deine Veranstaltung wirklich nötig ist.
- Effizienz** – Nutze weniger Energie und gehe sparsamer damit um.
- Strombezug** – Kannst du Strom aus dem Stromnetz beziehen anstatt Generatoren einzusetzen? Kannst du Strom aus erneuerbaren Energien beziehen?
- Mischformen** – Kann das System durch Batteriespeicher unterstützt werden?
- Alternative Brennstoffe** – Kannst du nachhaltige Brennstoffe nutzen?
- Dieselgeneratoren** – Nur wenn es keine Alternativen gibt.

Abbildung 3: Energieverwaltungshierarchie

Quelle: abgeändert nach <https://100percentrenewables.com.au/typical-carbon-hierarchy-applicable/> (letzter Abruf: 18. Februar 2021)

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
<b>Bezug des Stroms und Stromqualität</b>	
H3.1	<b>Nutzung bestehender Stromanschlüsse</b> Nutzen Sie – soweit vorhanden – die bestehende Energieinfrastruktur im öffentlichen Raum.
H3.2	<b>Ökostrom</b> Beziehen Sie – falls möglich – zertifizierten Ökostrom, zum Beispiel durch das „Grüner Strom“-Label (siehe Service- und Literaturteil).
H3.3	<b>Verzicht auf Benzin-/Dieselgeneratoren</b> Falls kein Stromanschluss vorhanden ist: Verzichten Sie auf benzin- und dieselbetriebene Stromaggregate. Wenn ein Verzicht nicht möglich ist: Kalkulieren Sie die richtige Größe des Generators entsprechend der benötigten Leistung, und vermeiden Sie so Überkapazitäten. Eine Energieberaterin oder ein Energieberater kann Sie dabei unterstützen (siehe Service- und Literaturteil).
H3.4	<b>Nutzung klimafreundlicher Stromalternativen</b> Nutzen Sie klimafreundliche Akkulösungen, hybride Generatoren und alternative Stromerzeugungsmaßnahmen aus erneuerbaren Energien, zum Beispiel mobile Solaranlagen, wasserstoffbetriebene Generatoren oder Stromerzeugung durch Fahrräder (siehe Service- und Literaturteil).
<b>Veranstaltungstechnik und Effizienz</b>	
H3.5	<b>Energieeffiziente Veranstaltungs- und Lichttechnik</b> Verwenden Sie energieeffiziente und -sparsame Veranstaltungs- und Lichttechnik sowie Niedrigenergiegeräte, zum Beispiel energiesparende Kühlgeräte oder Händetrockner im Sanitärbereich, LED-Screens auf Bühnen, LED-Lampen.
H3.6	<b>Ausschalten von nicht benutzten Geräten</b> Schalten Sie nicht benutzte Geräte und Veranstaltungstechnik aus. Auch der Stand-by-Modus verbraucht Strom. Verwenden Sie schaltbare Steckdosenleisten.
H3.7	<b>Wärmespeicherung/Energieeffizienz für beheizte Festzelte</b> Bei Veranstaltungen mit Zelten: Verwenden Sie isolierte Zeltplanen zur Dämmung und Wärmespeicherung von Zelten. Achten Sie auf richtiges Lüften und Heizen (siehe Service- und Literaturteil).
H3.8	<b>Vermeidung von Heizpilzen und Standheizungen</b> Vermeiden Sie Wärmequellen wie Gas- oder Elektroheizpilze und andere Standheizungen.
<b>Energieplanung und -beratung</b>	
H3.9	<b>Planung und Schätzung des Energiebedarfs</b> Planen Sie Ihren Energiebedarf. Listen Sie zum Beispiel alle auf einer Veranstaltung eingesetzte, energieverbrauchende Technik auf, nennen Sie Art und Dauer des Strombezugs Ihrer Veranstaltung sowie Maßnahmen zur Energieeinsparung.
H3.10	<b>Monitoring und Evaluation des Energiebedarfs</b> Messen Sie den Stromverbrauch, und erheben Sie weitere Kennzahlen (siehe Indikatoren), um Einsparungspotenziale herauszufinden und Maßnahmen zur Energieeinsparung zu evaluieren. Setzen Sie sich ein klares Reduzierungsziel (siehe Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation, Seite 27).
H3.11	<b>Energieberatung</b> Suchen Sie bei Bedarf eine Beratungsstelle für eine energieeffiziente Durchführung von Veranstaltungen auf. Eine zertifizierte Energieberaterin oder ein zertifizierter Energieberater kann Sie dabei unterstützen, wie Sie bei Ihrer Veranstaltung Strom (und Geld) sparen können (siehe Service- und Literaturteil).

## INDIKATOREN

ENERGIEZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Reduzierung des Energieverbrauchs und Erhöhung der Energieeffizienz auf Veranstaltungen	Gesamtenergieverbrauch und Energieverbrauch der unterschiedlichen Bereiche (zum Beispiel Catering, Bühne) beziehungsweise Verbrauch pro Person/Tag	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auflistung</li> <li>– Zählerstand, Buchhaltung</li> <li>– vergleichende Darstellung der Daten aus vorherigen Jahren</li> <li>– in kWh/kJ</li> </ul>
Vermeidung von Energie aus fossilen Energieträgern und Bevorzugung von Energie aus erneuerbaren Energiequellen	Bezug von zertifiziertem Ökostrom	– ja/nein
	Anteil der Energie aus erneuerbaren Quellen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auflistung</li> <li>– Anteil in Prozent von der Gesamtmenge</li> </ul>
	Anteil der Energie aus nicht erneuerbaren Quellen	
	Anzahl von Generatoren und Verbrauch von Benzin oder Gas	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Buchhaltung</li> <li>– Verbrauch von Benzin/Gas in l</li> <li>– Anteil in Prozent</li> </ul>
Einsatz energieeffizienter Veranstaltungstechnik	Einsatz von Hybridgeneratoren	
	Energieplanung auf Basis smarter Technologien	– ja/nein
	Anteil energieeffizienter Geräte (zum Beispiel durch Label/Gütesiegel zertifiziert)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auflistung</li> <li>– Anteil in Prozent von der Gesamtanzahl</li> </ul>
	Anteil energieeffizienter Beleuchtungstechnik	– Anteil in Prozent an der gesamten Beleuchtungstechnik

## SERVICE UND LITERATUR

## Verleih/Anbietende von Veranstaltungs- und Tontechnik in Berlin und Umgebung

ANBIETENDE	ANGEBOT	KONTAKT
<b>AC-PA-Berlin</b>	Verleih und Verkauf von Licht- und Tontechnik, Reparaturservice für analoge Musikausstattung	<a href="http://ac-pa-berlin.com">http://ac-pa-berlin.com</a>
<b>Akari Audio</b>	Verleih von Veranstaltungstechnik, unter anderem Akku-Scheinwerfer	<a href="https://www.akari-audio.de">https://www.akari-audio.de</a>
<b>Blue media event GmbH</b>	Verleih von Veranstaltungstechnik, unter anderem modulare LED-Videowände, akkubetriebene Lautsprecher	<a href="https://blue-media.de/">https://blue-media.de/</a>
<b>BMU Veranstaltungstechnik</b>	Verleih, Verkauf und Installation von Veranstaltungstechnik, auch für hybride und virtuelle Veranstaltungen	<a href="https://veranstaltungstechnik-event.de">https://veranstaltungstechnik-event.de</a>
<b>FireFront Licht Ton Veranstaltungen</b>	Verkauf und Verleih von Veranstaltungstechnik	<a href="https://www.firefront.de">https://www.firefront.de</a>
<b>HUTHevents - Veranstaltungstechnik und -produktion</b>	Verleih von Veranstaltungstechnik, unter anderem LED-Videoleuchten, akkubetriebenen Lichtpulten und Akku-Lautsprechern	<a href="http://www.sound-light-berlin.de">http://www.sound-light-berlin.de</a>
<b>Landhouse Equipment</b>	Verleih von Licht- und Tontechnik, unter anderem akkubetriebene PA-Anlagen	<a href="https://www.landhouse-equipment.de">https://www.landhouse-equipment.de</a>

ANBIETENDE	ANGEBOT	KONTAKT
<b>Soundcompany Veranstaltungstechnik</b>	Verleih und Verkauf von Ton-, Licht-, Video- und Bühnentechnik, unter anderem LED-Lichttechnik	<a href="https://soundcompany-berlin.de">https://soundcompany-berlin.de</a>
<b>Wemme Events</b>	Verleih von Veranstaltungstechnik, unter anderem LED-Lichttechnik	<a href="https://wemme-events.de">https://wemme-events.de</a>

## MOBILE LÖSUNGEN FÜR STROM AUS SOLARENERGIE IN BERLIN UND UMGEBUNG

ANBIETENDE	ANGEBOT	KONTAKT
<b>einleuchtend e.V.</b>	Solar-Sound-System mit Photovoltaikmodul und Akku für Veranstaltungen	<a href="http://einleuchtend.org/projekte/solar-sound-system/">http://einleuchtend.org/projekte/solar-sound-system/</a>
<b>Solar Sound System Berlin</b>	Verleih von Plattenspielern und Verstärkern, die durch Sonnenenergie und Fahrradfahren vor Ort versorgt werden	<a href="https://berlin.solarsoundsystem.org">https://berlin.solarsoundsystem.org</a>
<b>SunCrafter</b>	Verleih netzunabhängiger Solarenergie für Veranstaltungen	<a href="https://suncrafter.org/de/green-events/">https://suncrafter.org/de/green-events/</a>
<b>4billion - years of sunlight</b>	Verleih mobiler und klimafreundlicher Stromerzeugungslösung für Veranstaltungen	<a href="https://www.4billion.de">https://www.4billion.de</a>

### Energieberatungen

Beratungsstelle Solarenergie vom SolarZentrum Berlin  
<https://www.solarwende-berlin.de/solarzentrumberlin/das-solarzentrum-berlin>

Deutsches Energieberaternetzwerk  
<https://www.deutsches-energieberaternetzwerk.de>

Energieberatung Berlin  
<https://www.dein-energieforum.de/energieberater-berlin/>

Energieberatung durch Clubtopia  
<https://clubtopia.de/>

Interessenvertretung der Energieberater  
<https://www.lfe-energieberater.de/>

Kollektiv für angepasste Tontechnik  
<https://kante.info/>

Verbraucherzentrale Energieberatung  
<https://verbraucherzentrale-energieberatung.de>

### Übersicht Ökostromangebote

Berliner Stadtwerke  
<https://berlinerstadtwerke.de/oekostrom/>

Übersicht einiger Ökostromangebote vom BUND Berlin  
<http://oekostrom-in-berlin.de>

### WEITERE LINKS UND LITERATUR

#### Label für zertifizierten Ökostrom

Grüner Strom - Ökostromlabel der Umweltverbände  
<https://www.gruenerstromlabel.de/>

Informationen zum Thema Ökostrom von Stiftung Warentest  
<https://www.test.de/Oekostrom-Wechsel-auf-gruen-4215250-4215252/>

ok-power-Label  
<https://www.ok-power.de>

Utopia - Ökostromlabel und -siegel im Vergleich  
<https://utopia.de/fragen/oekostrom-label-siegel-vergleich/>  
<https://utopia.de/bestenlisten/die-besten-oekostrom-anbieter/>

Übersicht zur Zertifizierung für Ökostrom vom TÜV (Technischer Überwachungsverein)  
<https://www.oekostromanbieter.org/guetesiegel/78-tuev.html>

#### Label und Zertifikate für energieeffiziente Elektrogeräte

Blauer Engel - Umweltzeichen auch für energieeffiziente Elektrogeräte  
<https://www.blauer-engel.de/>

Energieverbrauchskennzeichnung vom Umweltbundesamt  
<https://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/energiesparen/energieverbrauchskennzeichnung>

**Vergleichsseiten von ökologischen Produkten**

Kauf- und Produktempfehlungen von ökologischen Spitzenprodukten

<https://www.ecotopten.de>

Produktvergleich von Spitzenprodukten

<https://www.topten.eu/private>

**Literatur und weiterführende Informationen**

Energiesparen auf Veranstaltungen (ÖkoEvent Wien)

<https://www.oekoevent.at/energie-sparen>

Energiesparen und Energieeffizienz (Green Events Tirol)

<https://www.greenevents-tirol.at/de/informieren/energie-wasser/engergiesparen-energieeffizienz/>

Powerful thinking - englischsprachige Website mit ausführlichen Informationen zur Reduzierung des Energieverbrauchs auf Festivals und Veranstaltungen

<http://www.powerful-thinking.org.uk>

<http://www.powerful-thinking.org.uk/resources/fact-sheets/>

Projekt eines Wasserstoff-Brennstoffzellen-Prototyps

<https://www.everywh2ere.eu/project-brief/>

Richtiges Lüften und Heizen (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit)

<https://www.bmu.de/themen/gesundheit-chemikalien/gesundheit-und-umwelt/innenraumluft/richtiges-lueften-und-heizen/>

The power behind festivals. A guide to sustainable power at outdoor events (auf Englisch)

[http://www.powerful-thinking.org.uk/site/wp-content/uploads/The-Power-Guide\\_Edition3.pdf](http://www.powerful-thinking.org.uk/site/wp-content/uploads/The-Power-Guide_Edition3.pdf)

The powerful thinking guide. Smart energy for festivals and events (2017) (auf Englisch)

[http://www.powerful-thinking.org.uk/site/wp-content/uploads/PowerfulThinkingGuideMarch2017v1\\_UK.pdf](http://www.powerful-thinking.org.uk/site/wp-content/uploads/PowerfulThinkingGuideMarch2017v1_UK.pdf)



Mehrwegbecher

Quelle: <https://unsplash.com/photos/wqrACNEel58>

## 4.4 Handlungsfeld Abfallmanagement (H4)

### EINLEITUNG

Abfall ist die sichtbarste Emissionsquelle einer Veranstaltung. Auf Veranstaltungen können in kurzer Zeit relativ große Abfallmengen entstehen – vor allem durch Einwegbecher und -verpackungen an Cateringständen, durch Werbeflyer oder durch Plastiktüten für die Einkäufe auf dem Wochenmarkt. Durch die Gewinnung von Rohstoffen, die Verarbeitung und die Entsorgung von Materialien entstehen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Ein hoher Ressourcenverbrauch einer Veranstaltung trägt zugleich zur Ressourcenknappheit bei und führt neben einem erhöhten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu erheblichen Auswirkungen und Verschmutzungen von Umwelt, Böden und Ozeanen. Für das Abfall- und Entsorgungsmanagement auf einer Veranstaltung gilt deshalb in Bezug auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit: vermeiden, vermindern, verwerten.

Im öffentlichen Raum zurückbleibender Abfall – auch Littering genannt – bringt Folgeschäden mit sich: Er wirkt sich negativ auf das ästhetische Bild einer Veranstaltung aus, Anwohner\*innen ärgern sich über die Vermüllung. Gleichzeitig birgt Müll auf Grün- und Freiflächen Risiken für Tiere und Pflanzen. Der Verkauf von To-go-Artikeln aus angrenzenden Cafés und Restaurants kann zusätzlich das Müllaufkommen auf dem Veranstaltungsgelände erhöhen. Sauberkeit gilt als sichtbares Aushängeschild eines funktionierenden Klima- und Umweltschutzkonzeptes. Ein funktionierendes Abfallmanagement, das die verschiedenen Akteur\*innen einer Veranstaltung einbindet, sollte deshalb ein Kernanliegen jeder Veranstaltung sein.

Das Handlungsfeld Abfallmanagement stellt für die Durchführung einer klimaneutralen Veranstaltung einen wichtigen Handlungsschwerpunkt dar. Um klima- und umweltrelevante Auswirkungen so gering wie möglich zu halten, sollten idealerweise alle Ressourcen als Wertstoffe in neuen Kreisläufen wieder verarbeitet werden (vergleiche Abbildung 5 „Kreislaufwirtschaft/Circular Economy“). Die Vermeidung von Abfällen, zum Beispiel durch Einsatz von Mehrwegsystemen und Verzicht auf Einwegprodukte im Sinne einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft, steht im Fokus der nachfolgenden Handlungsempfehlungen. Denn der beste Abfall ist der, der erst gar nicht entsteht.

### ZIELE einer klimaneutralen Veranstaltung:

- Reduzierung des Gesamtabfallaufkommens der Veranstaltung
- Steigerung des Anteils an Mehrwegprodukten und Vermeidung von Einwegprodukten
- Wiederverwendung und Recycling von eingesetzten Materialien
- Erhöhung der Abfalltrennquote des verursachten Abfalls und bestmögliche Zurückführung der Ressourcen in den Kreislauf

### HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

#### Einsatz von Mehrweggeschirr und -verpackungen

Die Verwendung von wiederbenutzbaren Mehrwegsystemen und der Verzicht auf Einweg- und Portionsverpackungen (zum Beispiel bei Zucker, Ketchup etc.) stehen an erster Stelle einer abfallarmen und im besten Fall abfallfreien (Zero-Waste-)Veranstaltung (H4.1).

Mithilfe von Mehrweggeschirr zum Beispiel aus Glas, Porzellan, Polypropylen (PP) oder Polycarbonat kann das hohe Abfallaufkommen bei Straßenfesten und anderen Veranstaltungen mit Cateringständen deutlich reduziert werden. Welches Material als Mehrweggeschirr für eine konkrete Veranstaltung infrage kommt, hängt von verschiedenen Aspekten ab. Für Großveranstaltungen mit einem erhöhten Sicherheitsrisiko eignen sich beispielsweise Kunststoff-Mehrwegbecher, die im Vergleich zu Porzellangeschirr ein geringeres Gewicht aufweisen und sich besser stapeln lassen.

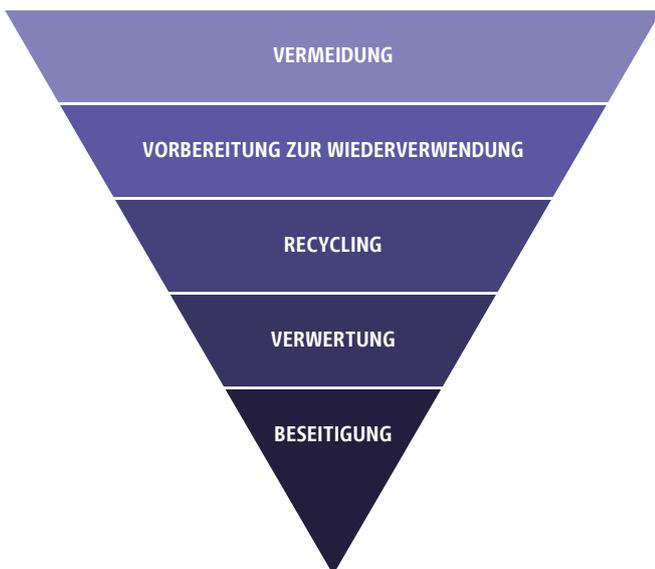
Über den gesamten Lebensweg betrachtet weist wiederverwendbares Geschirr im Vergleich zu Einweggeschirr die geringsten Umweltbelastungen auf und ist am klimaverträglichsten.

Einweggeschirr und -verpackungen aus biologisch abbaubaren oder biobasierten Kunststoffen sowie aus nachwachsenden Ressourcen wie Holz, Palmen- oder Bananenblättern stellen keine wirkliche klima- und umweltfreundliche Alternative zu Mehrweggeschirr dar. Biologisch abbaubares und biobasiertes Kunststoffgeschirr und -verpackungen dürfen laut Umweltbundesamt nicht über die Bioabfallsammlung entsorgt werden, eignen sich nicht oder nur eingeschränkt für Kompostieranlagen und werden häufig nicht recycelt. Ihre Ökobilanz fällt ähnlich schlecht aus wie die der herkömmlichen Einwegplastikbecher. Zugleich wirkt sich Bioplastik aus Zuckerrohr oder Maisstärke sowie Pappgeschirr aus frischen Holzfasern schlecht auf die Biodiversität beziehungsweise die Umwelt aus. Anderes Geschirr als das, das aus nachwachsenden Rohstoffen wie Palmenblättern oder Chinaschilf

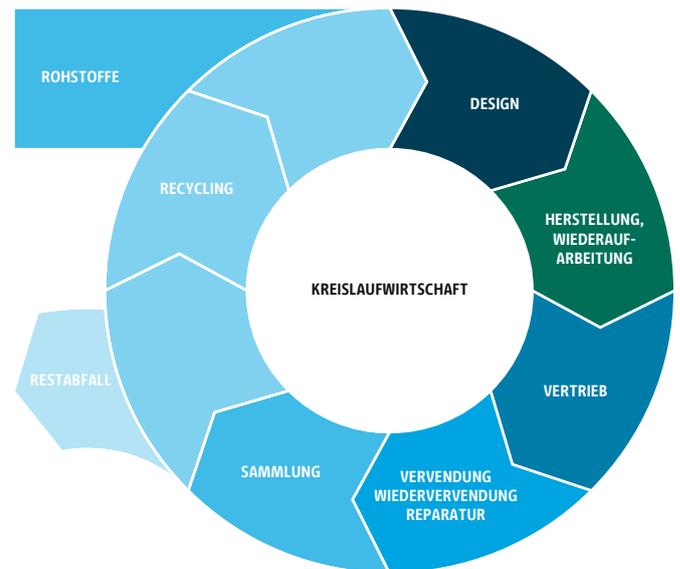
hergestellt und als kompostierbar deklariert ist, ist nur dann umweltverträglich, wenn dieses sortenrein über die Bioabfalltonne gesammelt und in einer Kompostieranlage unter besonderen Bedingungen verwertet werden kann. Die sortenreine Sammlung ist im Rahmen einer Veranstaltung im öffentlichen Raum häufig nicht möglich.

Die Entscheidung, Mehrweggeschirr vor Ort oder im Nachgang einer Veranstaltung zu reinigen, hängt - in Abhängigkeit vom geplanten Cateringangebot - davon ab, ob Strom-, Wasser- und Abwasseranschlüsse und Lagerungsmöglichkeiten im öffentlichen Raum vorhanden sind. Eine Best Practice für den Einsatz eines Mehrwegsystems und einer Spülstation stellt das Umweltfestival dar (H4.2). Bei dieser jährlich stattfindenden Großveranstaltung am Brandenburger Tor wird mithilfe von Lastenrädern sauberes und benutztes Geschirr zwischen lokaler Spülstation und Cateringstand transportiert (siehe Best Practices, Seite 13) (H4.4). Dadurch werden gleichzeitig Verkehrsemissionen durch Eventverkehre verringert (vergleiche Handlungsfeld Mobilität).

Selbst mitgebrachte Trinkgefäße der Besuchenden sind eine weitere Möglichkeit, um Abfall durch Einwegbecher und -flaschen zu vermeiden. Über mehrere Trinkwassersäulen konnten die Teilnehmenden des 37. Evangelischen Kirchentages 2019 in Dortmund zum Beispiel kostenlos ihre Mehrwegflaschen mit Trinkwasser befüllen (siehe Best Practices, Seite 23) (H4.7). Dadurch konnten zusätzlich lange Wege reduziert und somit mehrere Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen für den Transport von Mineralwasser vermieden werden.



**Abbildung 4: Abfallhierarchie**  
Quelle: abgeändert nach <https://www.wohindamit.de/die-fuenfstufige-abfallhierarchie-was-ist-das/> (letzter Abruf: 18. Februar 2021)



**Abbildung 5: Kreislaufwirtschaft**  
Quelle: abgeändert nach <https://www.europarl.europa.eu/news/de/headlines/economy/20151201STO05603/kreislaufwirtschaft-definition-und-vorteile> (letzter Abruf: 18. Februar 2021)

### Verringerung von Veranstaltungsmaterialien, Printprodukten und Give-aways

Wenn der Fokus auf eine digitale Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Veranstaltung gelegt wird (H4.12), können für die Herstellung von Programmheften, Plakaten oder Flyern große Mengen an Papier und Ressourcen eingespart werden (H4.13). Alle Printprodukte sollten unter Berücksichtigung des Bedarfs und des Materialeinsatzes kritisch geplant und nur in so großer Anzahl wie notwendig gedruckt werden. Dabei gilt es, frühzeitig Sponsor\*innen mit in das umweltfreundliche Veranstaltungskonzept einzubeziehen, um die Verteilung von Werbepostern und Flyern an Besuchende zu beschränken oder im besten Fall zu vermeiden.

Warum für jede Veranstaltung neue Materialien oder benötigte Gegenstände einkaufen, wenn diese auch ausgeliehen oder für die nächste Veranstaltung wiederverwendet werden können (H4.14)? Das spart neben vielen Ressourcen und Emissionen gleichzeitig Geld. Nach einer Veranstaltung können nicht mehr benutzte Materialien und Gegenstände an andere Veranstalter, Gebrauchtwarenkaufhäuser oder Sammelstellen (siehe Service- und Literaturteil) weitergegeben werden und bleiben dem Wertstoffkreislauf dadurch erhalten (H4.15).

### Trennung und Entsorgung von Abfällen

Abfälle stellen wertvolle Rohstoffe dar, die effektiv genutzt werden können, um natürliche Ressourcen zu schonen. Durch das Recycling von Abfall können wertvolle Rohstoffe und Energie in den Wirtschaftskreislauf zurückgeführt werden. Wenn Abfall auf einer Veranstaltung nicht vermieden werden kann, sollten für alle Beteiligten Möglichkeiten geschaffen werden, diesen umweltfreundlich zu trennen beziehungsweise zu entsorgen (H4.16).

Für eine sortenreine Trennung und effiziente Abfallverwertung empfehlen sich folgende Trennfraktionen:

- Speiseabfälle/Biogut (zum Thema Lebensmittelabfälle siehe auch Handlungsfeld Beschaffung und Catering)
- Altglas
- Pappe/Papier/Karton
- Leichtverpackungen/Wertstoffe
- Restmüll
- Öle und Fette
- separate Entsorgung von Sperrmüll/Schadstoffen

Nicht auf jeder Veranstaltung ist es möglich, die verschiedenen Abfallbehälter aller Trennfraktionen bereitzustellen. Um die bestmögliche Abfalltrennung und dadurch ein hochwertiges Recycling der Materialien auf einer Veranstaltung zu erreichen, empfiehlt sich eine frühzeitige Einbindung und Abstimmung mit dem für eine Veranstaltung zuständigen Entsorgungsunternehmen (H4.16).

Eine erfolgreiche Abfallentsorgung und eine Vermeidung von Littering hängen des Weiteren stark vom Verhalten der eingebundenen Akteur\*innen ab. Wenn Abfalltrennsysteme von

Besuchenden oder Standbetreibenden nicht wahrgenommen oder angenommen werden, können sich dahinter folgende Gründe verbergen:

- Die Veranstaltungsbesuchenden befinden sich in einer Art „emotionalem Ausnahmezustand“ und sind wenig bereit, sich umweltbewusst zu verhalten, vor allem wenn der Feier-/Erlebnisaspekt im Vordergrund steht.
- Besuchende und Standbetreibende können die Abfallarten nicht den entsprechenden Trennbehältern zuordnen oder wissen nicht, welcher Abfall in welche Tonne gehört.
- Den Standbetreibenden fehlt aufgrund von Personalmangel oder falscher Standplanung die Zeit zum Trennen oder der Platz für verschiedene Trennbehälter innerhalb ihres Standbereichs.
- Die Leerung der Abfallbehälter erfolgt nicht häufig genug. Wenn Abfallbehälter voll sind, wird der Abfall in die falschen Behälter sortiert, oder es kommt zu einer erhöhten Vermüllung.

Handlungsempfehlungen wie getrennte Abfallinseln für Händler\*innen wie beim Karneval der Kulturen in Berlin (H4.20), Recyclingstationen auf dem Tollwood Festival in München (H4.21) oder Abfallsammelnde auf dem Open Air St. Gallen (H4.22) stellen Möglichkeiten dar, Abfall auf einer Veranstaltung sortenrein zu trennen und zu entsorgen (siehe Best Practices, Seite 25).

### Erstellung eines Abfallhandlungskonzepts und Kommunikation von klimafreundlichen Abfallzielen

An Verkaufs- und Verpflegungsständen fallen häufig mehr Abfälle an als in Bühnenbereichen. Diese Erkenntnisse sind mithilfe einer gedachten Aufteilung des Veranstaltungsgeländes in Zonen (zum Beispiel Eingang, Durchgang, Bühne, Verpflegung etc.) besonders zu berücksichtigen. An den abfallintensiven Verpflegungsständen fallen beispielsweise vor allem Speisereste an. Bei umzäunten Veranstaltungen im öffentlichen Raum können bei gleichzeitigem Flaschenverbot auf der Veranstaltung an kontrollierten Eingangsbereichen Glas- und PET-Flaschen zurückbleiben. Die Wahl der Standorte für die Abfallbehälter ist somit von großer Bedeutung (H4.18). Besuchende tragen ihre Abfälle nicht über längere Zeiträume beziehungsweise Strecken mit sich. Es sollte ausreichend Möglichkeiten geben, Abfälle im besten Fall sortenrein zu entsorgen, damit Besuchende keine Umwege für die Abfallentsorgung machen müssen (H4.17). Durch eine gut kalkulierte Planung von Zonen beziehungsweise Standorten für Abfallbehälter in Abhängigkeit von Wegführung und relativer Nähe zu den Verkaufsständen mit Ausschank lässt sich Vermüllung vermeiden und eine bessere Trennung erreichen. Maßnahmen und identifizierte Abfallzonen sollten vor allem bei größeren Veranstaltungen beispielsweise ab 2.000 Personen in einem sogenannten Abfallhandlungskonzept festgehalten werden (H4.24). Mittels der Erhebung von Abfalldaten zu Art und Menge sowie Verursachenden können umgesetzte Handlungsempfehlungen auf ihre Effizienz überprüft und Ziele neu gesteckt werden (H4.25).

Ein noch so gut durchdachtes Abfallkonzept bringt nichts, wenn es Akteur\*innen wie Standbetreibenden und Veranstaltungsbesuchenden nicht kommuniziert wird. Deshalb ist eine frühzeitige Information sowie Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu den Abfallzielen einer Veranstaltung neben einer umfassenden Öffentlichkeitsarbeit und Beteiligung aller relevanten Akteur\*innen unerlässlich (**H4.26**). Dazu zählt auch, lokale Unternehmen wie Kioske, Cafés und Restaurants aus der Umgebung frühzeitig in die Umsetzung von Abfall-

vermeidungs- und Entsorgungsmaßnahmen einzubinden (**H4.27**). Einwegbecher und -behältnisse aus dem To-go-Verkauf können zusätzlich das Veranstaltungsgelände vermüllen und die Klimaschutzbemühungen einer Veranstaltung dadurch unglaublich machen. Eine weitere Möglichkeit, um Händler\*innen mit einzubinden, ist die Nutzung bereits auf dem Markt etablierter Bechermehrwegsysteme wie des Re-Cup-Pfandbechersystems oder des Better World Cup (siehe Service- und Literaturteil).

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
<b>Einsatz von Mehrweggeschirr und -verpackungen</b>	
H4.1	<b>Mehrweg- statt Einweggeschirr</b> Verwenden Sie ausschließlich wiederbenutzbares Mehrweggeschirr, -becher und -besteck. Verboten Sie die Benutzung von Einweggeschirr für Cateringunternehmen und Ausstellende. Kontrollieren Sie deren erfolgreiche Nutzung von Mehrwegsystemen (Kontaktadressen für den Verleih von Mehrwegsystemen und Informationen zu Hygienebestimmungen finden Sie im Service- und Literaturteil).
H4.2	<b>Auswahl regionaler Anbietender für Geschirr- und Spülmobilverleih</b> Achten Sie bei der Auswahl eines Mehrweggeschirr- oder Spülmobilverleihs auf die Regionalität der Anbietenden (siehe auch Handlungsfelder Mobilität/Beschaffung und Catering).
H4.3	<b>(Finanzielle) Unterstützung durch externe Kooperationspartner*innen</b> Suchen Sie gegebenenfalls nach Kooperationspartner*innen und Sponsor*innen für das auf Ihrer Veranstaltung eingesetzte Mehrwegsystem. Greifen Sie auf bereits bestehende Bechersysteme zurück (siehe Service- und Literaturteil).
H4.4	<b>Geschirrverleih für Händler*innen</b> Schaffen Sie die Möglichkeit zum Geschirrverleih für Händler*innen, und richten Sie gegebenenfalls Spülstellen vor Ort ein. Achten Sie beim Einsatz von Industriegeschirrspülern auf das Vorhandensein von Starkstromanschlüssen, oder lassen Sie Geschirrspüler gegebenenfalls umrüsten.
H4.5	<b>Einheitliches Pfand- und Rückgabesystem</b> Achten Sie auf ein einheitliches Pfand- und Rückgabesystem. Als Pfand empfiehlt sich zum Beispiel ein Betrag zwischen ein und 2 Euro pro Geschirrtel. Ausreichend Mehrweggeschirr-Rücknahmestellen an zentralen Punkten, zum Beispiel an Sanitärreinrichtungen und Hauptwegen, oder eine einheitliche Rücknahme, zum Beispiel an allen Essensständen, erhöhen die Rücknahmequote des Mehrweggeschirrs.
H4.6	<b>Alternativen für Veranstaltungen ohne Mehrwegsystem</b> Motivieren Sie die Besuchenden, eigene Becher, eigenes Geschirr und Besteck von zu Hause mitnehmen. Ermöglichen Sie gegebenenfalls den käuflichen Erwerb von Mehrwegbechern. Bieten Sie Essen auf die Hand („Fingerfood“) an.
H4.7	<b>Kostenlose Bereitstellung von Leitungswasser</b> Stellen Sie allen Teilnehmenden kostenlos Leitungswasser zur Verfügung, zum Beispiel mithilfe von Trinkwasserzapfstellen. Motivieren Sie Teilnehmende zur Mitnahme von wiederverwendbaren Trinkflaschen.
H4.8	<b>Verbot von Einwegflaschen auf dem Veranstaltungsgelände</b> Verboten Sie die Mitnahme von Getränken in Einwegflaschen/-bechern (wie aus Plastik, Metall, Pappe).
H4.9	<b>Verbot von Einwegartikeln</b> Verboten Sie Einwegartikel (zum Beispiel Strohhalme, Plastiktüten). Bieten Sie Alternativen wie Strohhalme aus Metall, (gespendete) Jutebeutel oder Stoffservietten (mit Pfand) an.
H4.10	<b>Mehrweg- und Großverpackungen</b> Setzen Sie Mehrweg- oder Großverpackungen zum Beispiel bei Getränken ein, oder verpflichten Sie Standbetreibende zum Einsatz. Verwenden Sie keine Einzelpartionsverpackungen, zum Beispiel bei Senf oder Ketchup, sondern verwenden Sie unter anderem Ketchup-Spender. Falls nicht möglich: Achten Sie auf die Recyclefähigkeit von Verpackungen.

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
H4.11	<p><b>Verpflichtung zur Wiedermithnahme von Verpackungen</b>                      Verpflichten Sie Liefernde oder Standbetreibende, Verpackungsmaterialien oder große Verpackungen wieder mitzunehmen.</p>
<p><b>Verringerung von Veranstaltungsmaterialien, Printprodukten und Give-aways</b></p>	
H4.12	<p><b>Fokus auf digitale Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b>                      Legen Sie den Fokus auf eine digitale Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit bei Ihrer Veranstaltung (zum Beispiel über eine Veranstaltungswebsite, die Einbindung von Social-Media-Kanälen etc.). Fertigen Sie sämtliche veranstaltungsrelevante Drucksachen (Programme, Flyer, Poster) nach dem Prinzip des minimalen Ressourcenaufwands an (wie geringe Auflagen, kleines Druckformat, doppelseitige Kopien auf Recyclingpapier).</p>
H4.13	<p><b>Verringerung von Flyern und Give-aways</b>                      Sie und Ihre Sponsor*innen sollten nach Möglichkeit auf Flyer, Werbeartikel und Give-aways verzichten. Falls nicht möglich: Achten Sie auf deren Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und Wiederverwendbarkeit (zum Beispiel bedruckte Jutebeutel; siehe Handlungsfeld Beschaffung und Catering).</p>
H4.14	<p><b>Wiederverwendung von Veranstaltungsmaterialien</b>                      Verwenden Sie Materialien (wie Ständer, Rollups, Dekoration etc.) und Bauteile von zum Beispiel Ausstellungsständen wieder, beziehungsweise achten Sie auf deren Umweltfreundlichkeit und Recyclefähigkeit. Stellen Sie Händler*innen und Ausstellenden wiederverwendbare Ausstellungsstände zur Verfügung.</p>
H4.15	<p><b>Weitergabe von Materialien</b>                      Geben Sie nicht mehr benötigte Materialien an Sammelstellen weiter. Richten Sie gegebenenfalls Sammelstellen (Reuse-/Upycling-Boxen) auf Ihrer Veranstaltung ein.</p>
<p>(Für weitere Handlungsempfehlungen siehe Handlungsfeld Beschaffung und Catering.)</p>	
<p><b>Abfalltrennung und -entsorgung</b></p>	
H4.16	<p><b>Abfalltrennung nach verschiedenen Fraktionen</b>                      Trennen Sie bestmöglich Abfall auf Ihrer Veranstaltung nach den verschiedenen Trennfraktionen. Stimmen Sie sich hierzu auch mit den zuständigen Entsorgungsunternehmen ab.</p>
H4.17	<p><b>Ausreichende Anzahl an Abfallbehältern</b>                      Verwenden Sie ausreichend Abfallbehälter mit großen Öffnungen. Öffnen Sie diese falls möglich.</p>
H4.18	<p><b>Positionierung von Abfallbehältern</b>                      Achten Sie auf eine übersichtliche Positionierung der Trennbehälter an zentralen Orten, insbesondere an Essens- und Verkaufsständen, siehe Handlungsempfehlungen „Erstellung Abfallhandlungskonzept“.</p>
H4.19	<p><b>Kennzeichnung und Leerung von Abfallbehältern</b>                      Achten Sie auf eine eindeutige Kennzeichnung der Behälter, zum Beispiel durch einheitliche Piktogramme und Farbleitsysteme. Planen Sie eine regelmäßige Leerung beziehungsweise einen Austausch von vollen Abfallbehältern ein. Stimmen Sie dies mit den Entsorgungsunternehmen ab, und setzen Sie gegebenenfalls unterstützendes Servicepersonal oder Abfallsammelnde ein.</p>
H4.20	<p><b>Getrennte Abfallsammlungen für Händler*innen</b>                      Errichten Sie getrennte, gut ersichtliche und schnell zugängliche Abfallbehälter für Händler*innen (sogenannte Müllinseln oder Recycle-Bars).</p>
H4.21	<p><b>Beseitigung von Littering</b>                      Sorgen Sie dafür, dass ungeordneter Abfall (Littering) umgehend, zum Beispiel durch Servicepersonal, beseitigt wird.</p>
H4.22	<p><b>Unterstützung durch Abfallsammelnde und Servicepersonal</b>                      Sorgen Sie für eine optimale Präsenz von Abfallsammelnden als einer Art „Kontrolleur*innen“, Ansprechpartner*innen oder Servicepersonal und zur Unterstützung der Abfalltrennung/-entsorgung.</p>

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
H4.23	<b>Abfallentsorgung auf Wochenmärkten</b> Kontrollieren Sie, ob Standbetreibende ihren Abfall mit nach Hause nehmen. Verpflichten Sie Cater*innen auf Wochenmärkten, extra Abfallbehälter neben ihrem Stand aufzustellen.
<b>Erstellung eines Abfallhandlungskonzepts und Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu klimafreundlichen Abfallzielen</b>	
H4.24	<b>Abfallhandlungskonzept</b> Erstellen Sie ein Abfallkonzept für Ihre Veranstaltung und verpflichten Sie Standbetreibende und Subunternehmer*innen darauf, dieses einzuhalten. Kennzeichnen Sie im Abfallkonzept unterschiedliche Zonen (zum Beispiel Bühnenbereich, Gastronomie), und passen Sie das Abfallkonzept darauf an.
H4.25	<b>Erhebung von Abfallkennzahlen/-daten</b> Erheben Sie Abfallkennzahlen, um Abfallvermeidungsmaßnahmen und Ziele auf ihren Erfolg zu überprüfen. Kommunizieren Sie diese Zahlen transparent mithilfe eines Abfallberichts.
H4.26	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu klimafreundlichen Abfallzielen</b> Informieren und kommunizieren Sie über Abfallvermeidung, -trennung und -ziele Ihrer Veranstaltung mit allen Akteur*innen (Öffentlichkeitsarbeit).
H4.27	<b>Einbeziehung von Stakeholder*innen</b> Beziehen Sie abfallrelevante Akteur*innen und Gewerbetreibende in der Umgebung des Veranstaltungsorts (zum Beispiel Café- und Kioskbetreibende) in die Veranstaltungsplanung mit ein, und schaffen Sie Akzeptanz für einzelne Umweltmaßnahmen, zum Beispiel Einhaltung eines Flaschenverbots.
	Ausführliche Handlungsempfehlungen zum Thema Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit finden sich im entsprechenden Handlungsfeld.

**INDIKATOREN**

ABFALLZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
	Erstellung eines Abfallhandlungskonzepts, in das alle relevanten Akteur*innen involviert sind und durch das alle über Abfallziele und Maßnahmen informiert sind	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ja/nein</li> <li>– Anteil in Prozent der involvierten Akteur*innen</li> <li>– Umfrage</li> </ul>
Reduzierung des Gesamtabfallaufkommens der Veranstaltung	Gesamtmenge an Abfall (differenzierte Menge nach Veranstaltungsphasen) <ul style="list-style-type: none"> <li>– im Vorfeld der Veranstaltung</li> <li>– während der Veranstaltung (auf dem Veranstaltungsgelände und außerhalb)</li> <li>– nach der Veranstaltung</li> </ul> Abfallaufkommen pro Person/Tag	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Buchhaltung</li> <li>– in m<sup>3</sup>/Veranstaltung, m<sup>3</sup>/Besuchende, m<sup>3</sup>/Stand</li> <li>– in Prozent pro Person/Tag am Gesamtaufkommen</li> </ul>
	Erfassung Abfallaufkommen nach unterschiedlichen Veranstaltungsbereichen wie Catering, Bühne, Ein-/Ausgänge  (Analyse Abfallzonierung)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Abfallzonierungsplan</li> <li>– Beobachtung</li> <li>– Buchhaltung</li> <li>– in m<sup>3</sup></li> </ul>

ABFALLZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Reduzierung des Gesamtabfallaufkommens der Veranstaltung	Anteil der geschätzten Menge an Abfall und Ressourcen, die durch Händler*innen, Liefernde und Dienstleistende auf der Veranstaltung zurückbleibt beziehungsweise mitgenommen wird.  Sind Händler*innen, Liefernde, Dienstleistende aufgefordert, Abfälle, die durch die Veranstaltung entstehen, wieder mitzunehmen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>– in m<sup>3</sup>/Stand</li> <li>– in Prozent</li> <li>– Schätzungen</li> <li>– Befragungen</li> </ul>
	Anteil der Händler*innen, die sich an Müllpfandsysteme beziehungsweise an die Verpflichtung der Wiedermithnahme von Abfällen halten	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Verträge/Regelungen</li> <li>– Umfragen</li> <li>– Beobachtungen</li> <li>– in Prozent der Gesamtzahl</li> </ul>
Steigerung des Anteils an Mehrwegprodukten und Vermeidung von Einwegprodukten	Anteil an Mehrweggeschirr und -bechern im Vergleich zu Einweggeschirr und -becher	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cateringverträge</li> <li>– Buchhaltung</li> <li>– Beobachtungen/Umfragen</li> <li>– in Prozent der Gesamtverbrauchsmenge oder der Verkaufsmenge Getränke</li> </ul>
	Anteil und Art der Mehrweg- und Einwegprodukte, die zum Einsatz kommen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informationen aus dem Abfallhandlungskonzept</li> <li>– Auflistung, Buchhaltung</li> <li>– Beobachtungen</li> <li>– in Prozent der Gesamtmenge (Verbrauch in Stück/Packungseinheiten, gegliedert nach Sorte, Art)</li> </ul>
	Anzahl der Druckerzeugnisse/Flyer/Informationsmaterialien/Poster  Differenzierte Darstellung nach: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Auflagenhöhe (zum Beispiel 500 Stück)</li> <li>– Seitenzahl, Format (zum Beispiel DIN A5) und Grammat (zum Beispiel 90 g/m<sup>2</sup>)</li> <li>– Papierart (zum Beispiel Recyclingpapier oder FSC-zertifiziertes Papier)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Analyse der Informationsmaterialien</li> <li>– Anzahl an Flyern, Postern etc.</li> <li>– Papier in kg</li> <li>– Anteil an Recyclingpapier in Prozent</li> </ul>
	Anzahl, Art und Materialien von Giveaways	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auflistung, Buchhaltung</li> <li>– in kg oder m<sup>3</sup></li> </ul>
Wiederverwendung und Recycling von eingesetzten Materialien	Art und Menge von Dekorationsmaterialien	<ul style="list-style-type: none"> <li>– in kg oder m<sup>3</sup></li> </ul>
	Anteil der Menge, die wiederverwendet wurde	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Buchhaltung</li> <li>– Schätzungen</li> </ul>
	Anteil der Menge, die weitergegeben wurde	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Befragung der Händler*innen</li> <li>– in Prozent, Anzahl, m<sup>3</sup></li> </ul>
	Anteil der Menge, die recycelt wurde	

ABFALLZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Erhöhung der Abfalltrennquote des verursachten Abfalls und bestmögliche Zurückführung der Ressourcen in den Kreislauf	Anzahl der Abfallbehälter nach Art und Größe und gegebenenfalls nach Veranstaltungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Buchhaltung, Abrechnung Entsorgungsunternehmen</li> <li>– Anzahl und Größe nach Art/Volumen</li> </ul>
	Füllungsgrad der verschiedenen Behälter (gegebenenfalls nach Veranstaltungsbereich) und Bestimmung der Fehlurfrate zur Erfassung der Qualität der getrennten Abfälle	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Schätzungen</li> <li>– in Prozent der Gesamtfüllmenge Behälter</li> </ul>
	Getrennte Entsorgung von Zigarettenabfällen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ja/nein</li> </ul>
	Anteil und Menge recycelter Abfälle (nach Fraktionen, gegebenenfalls differenziert nach Veranstaltungsbereichen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auflistung der getrennten Fraktionen</li> <li>– Abrechnung Entsorgung</li> <li>– Buchhaltung</li> <li>– Beobachtungen/Schätzungen</li> <li>– in Prozent, m<sup>3</sup></li> </ul>

## SERVICE UND LITERATUR

### Regionale Anbietende von Mehrweggeschirr und/oder Spülmobilen

ANBIETENDE	ANGEBOT	KONTAKT
<b>CupConcept Potsdam</b>	Verleih und Verkauf Mehrwegbecher Lagerung, Transport und Spülen	<a href="https://www.cupconcept.com">https://www.cupconcept.com</a>
<b>Das geschirrspülmobil - Stephan Schmeckebier</b>	Verleih von Geschirr (Glas, Porzellan, Kunststoff-Mehrwegbecher), Besteck, Buffetzubehör, Geräten, Gastro - Spülmaschinen, Möbeln	<a href="https://www.das-geschirrspülmobil.de">https://www.das-geschirrspülmobil.de</a>
<b>DorfwerkStadt e. V.</b>	Verleih von Mehrweggeschirr und eines Spülmobils insbesondere für Kiezfeste und kleine Veranstaltungen	<a href="mailto:kiezbuero@dorfwerkstadt.de">kiezbuero@dorfwerkstadt.de</a>
<b>DST Cateringtechnik</b>	Verleih von Catering-Equipment wie Spülmobilen, Küchen-, Klein- und Kühlgeräten, Handwaschbecken	<a href="https://www.cateringtechnik.de">https://www.cateringtechnik.de</a>
<b>Eventrental</b>	Verleih von Geschirr (Glas, Porzellan), Besteck, Küchengeräten und Mobiliar	<a href="https://eventrental.berlin">https://eventrental.berlin</a>
<b>INTEGRA Partyausstattung</b>	Verleih von Geschirr (aus Glas und Porzellan), Besteck, Küchenequipment, Mobiliar	<a href="https://www.integra-party.de">https://www.integra-party.de</a>
<b>Kampen (rent an event)/Studio Berlin</b>	Verleih von Geschirr (Glas, Porzellan, Kunststoff), Besteck, Küchengeräten (u. a. Gewerbspülmaschinen, Spülcenter/-becken), Mobiliar, Veranstaltungstechnik, weiterem Equipment	<a href="https://www.kampen-rentanevent.com">https://www.kampen-rentanevent.com</a>
<b>Partyausstatter24</b>	Verleih von Geschirr (Glas, Porzellan), Besteck, Küchengeräten, Mobiliar, Veranstaltungstechnik und Personal	<a href="https://www.partyausstatter24.de">https://www.partyausstatter24.de</a>
<b>spuelmobil 24</b>	Verleih von Spülmobilen	<a href="https://www.spuelmobil24.de">https://www.spuelmobil24.de</a>

ANBIETENDE	ANGEBOT	KONTAKT
<b>Spülbar Kiel</b>	Mobile Spülstation/Spülmobil	<a href="https://www.spuelbar.com/?fbclid=IwAR0FjmVFT-JUYk9uG68H9l63Pb1M-TiH-dBwETm9yenGDVHb3NBqoT3yuuS4">https://www.spuelbar.com/?fbclid=IwAR0FjmVFT-JUYk9uG68H9l63Pb1M-TiH-dBwETm9yenGDVHb3NBqoT3yuuS4</a>
<b>Tausend Tassen Geschirrverleih</b>	Verleih von Geschirr (Glas, Porzellan), Besteck, Küchengeräten, Mobiliar, Veranstaltungstechnik und Personal	<a href="https://tausend-tassen.de">https://tausend-tassen.de</a>
<b>Teller Tisch &amp; Tasse</b>	Verleih von Mehrweggeschirr (Glas, Porzellan) und Mehrwegbesteck, Einweggeschirr aus Palmbblättern, Einwegbesteck aus Holz, Küchengeräten (auch Spülmaschinen), Mobiliar etc.	<a href="https://teller-tisch-tasse.berlin">https://teller-tisch-tasse.berlin</a>

**Abfallentsorgungsunternehmen**

ALBA GROUP

<https://www.alba.info>

Bartscherer & Co Recycling

<https://bartscherer-recycling.de>

Berlin Recycling

<https://www.berlin-recycling.de>

BRAL Reststoff-Bearbeitungs-GmbH

<https://www.bral.berlin>

BSR - Berliner Stadtreinigung

<https://www.bsr.de>

Remondis

<https://www.remondis.de>

**Verleih- und Sammelstellen**

BRITA MARX Bauteilbörse

<https://brita-marx.de/bauteilboerse/>

Kunststoffe Berlin

<https://kunst-stoffe-berlin.de>

Material Mafia Berlin

<http://www.material-mafia.net>

ReMap Berlin

<https://www.remap-berlin.de>

Kostenlose Trinkwasserversorgung

Refill

Kostenloses Trinkwasser zur Verfügung stellen durch Aufkleber am Fenster

<http://www.refill-berlin.de/>

Trinkwasserbrunnen der Berliner Wasserbetriebe

Kostenloses Trinkwasser an verschiedenen Stellen in Berlin

<https://www.bwb.de/de/trinkbrunnen.php>

**Mehrwegbecher-Pfandsysteme für den To-go-Verkauf**

Better World Cup

<https://betterworldcup.de/berlin/>

FairCup

<https://fair-cup.de>

Recup

<https://recup.de>

Pfandinitiativen

PFANDGEBEN - Pfandflaschen spenden in deiner Umgebung

<https://pfandgeben.de>

„Pfand gehört daneben“-Initiative - Informationen und aktiv mithelfen

<https://www.pfand-gehört-daneben.de>

**Weitere Links und Literatur**

Berliner Stadtreinigung - Abfall-ABC

<https://www.bsr.de/abfall-abc-20563.php>

Handlungskonzept „Abfallarme Großveranstaltungen und Straßenfeste“ (GRÜNE LIGA Berlin)

[https://www.grueneliga-berlin.de/wp-content/uploads/2014/01/Abfallarme\\_Großveranstaltungen\\_und\\_Straßenfeste\\_Handlungskonzept-1.pdf](https://www.grueneliga-berlin.de/wp-content/uploads/2014/01/Abfallarme_Großveranstaltungen_und_Straßenfeste_Handlungskonzept-1.pdf)

Informationen der Deutschen Umwelthilfe zu Einwegbechern

<https://www.duh.de/becherheld-problem/>

Julie's Bicycle - Practical Guide: Waste Management at Outdoor Events (auf Englisch)

[https://juliesbicycle.com/wp-content/uploads/2019/10/Waste\\_outdoor\\_events\\_guide\\_2015.pdf](https://juliesbicycle.com/wp-content/uploads/2019/10/Waste_outdoor_events_guide_2015.pdf)

Plattform für nachhaltige Sport- und Kulturevents (Bereich Abfall und Littering)

<https://saubere-veranstaltung.ch/Public/Page?pageId=22>

Trennstadt Berlin - Informationen zu Abfallfraktionen

<https://trennstadt-berlin.de/wertstoffe/>

Umweltberatung Wien

<https://www.wien.gv.at/umweltschutz/abfall/pdf/abfallarm.pdf>

Umweltfreundliche Mehrweg-Transportverpackungen (Blauer Engel)

<https://www.blauer-engel.de/de/produktwelt/gewerbestadt/mehrweg-transportverpackungen>

### Informationen zur Nutzung von Mehrwegbechern

Bayerisches Staatsministerium für Umwelt- und Verbraucherschutz - Merkblatt: Hygienisches Befüllen mitgebrachter kundeneigener Behältnisse

[https://www.abfallratgeber.bayern.de/haushalte/abfallvermeidung/verpackungsfreier\\_einkauf/doc/merkblatt\\_hygiene\\_behaeltnisse.pdf](https://www.abfallratgeber.bayern.de/haushalte/abfallvermeidung/verpackungsfreier_einkauf/doc/merkblatt_hygiene_behaeltnisse.pdf)

Bundesinstitut für Risikobewertung - Merkblatt zur Nutzung kundeneigener Mehrwegbecher

<https://www.bfr.bund.de/cm/343/fragen-und-antworten-zur-nutzung-kundeneigener-mehrwegbecher-fuer-coffee-to-go.pdf>

Informationen zu biobasierten und biologisch abbaubaren Kunststoffen (Umweltbundesamt)

<https://www.umweltbundesamt.de/biobasierte-biologisch-abbaubare-kunststoffe#32-darf-ich-biologisch-abbaubare-sammelbeutel-fur-die-bioabfallsammlung-im-haushalt-verwenden>

Lebensmittelverband Deutschland - Hygiene beim Umgang mit kundeneigenen Bechern zur Abgabe von Heißgetränken in Bedienung oder Selbstbedienung (direkter Download)

[Merkblatt „Coffee to go“-Becher](#)

Lebensmittelverband Deutschland - Hygiene beim Umgang mit Mehrweggeschirren innerhalb von Pfand-Poolsystemen (direkter Download)

[Merkblatt „Pool-Geschirr“](#)

Mehrwegzeichen

<https://www.mehrweg.org>

Sustainable Events Alliance - Guidelines: „Reusables“ - Hygiene at events (Gratis-Download auf der Website)

<https://thrive.sustainable-event-alliance.org/global-reusables-at-events-hygiene-standard/rh-declaration/>

### Studien und Ökobilanzen

Cierjacks, A., Behr, F., Kowarik, I. (2012): Operational performance indicators for litter management at festivals in semi-natural landscapes. - Ecological Indicators 13: 328-337.

Coffee to go-Einwegbecher - Umweltauswirkungen und Alternativen (Deutsche Umwelthilfe)

[https://www.duh.de/uploads/tx\\_duhdownloads/DUH\\_Coffee-to-go\\_Hintergrund\\_01.pdf](https://www.duh.de/uploads/tx_duhdownloads/DUH_Coffee-to-go_Hintergrund_01.pdf)

Ökologische Beurteilung verschiedener Geschirrtypen mit Empfehlungen (Carbotech AG)

[https://www.univie.ac.at/photovoltaik/umwelt/ws2012/unit8/umweltbelastung\\_geschirr.pdf](https://www.univie.ac.at/photovoltaik/umwelt/ws2012/unit8/umweltbelastung_geschirr.pdf)

Österreichisches Ökologie-Institut, Öko-Institut e. V. Deutschland, Carbotech AG (2008): Vergleichende Ökobilanz verschiedener Bechersysteme beim Getränkeauschank an Veranstaltungen

<https://www.oeko.de/oekodoc/616/2008-156-de.pdf>

Untersuchung der ökologischen Bedeutung von Einweggetränkebechern im Außer-Haus-Verzehr und mögliche Maßnahmen zur Verringerung des Verbrauchs

[https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-02-20\\_texte\\_29-2019\\_einweggetraenkebechern\\_im\\_ausser-haus-verzehr\\_final.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-02-20_texte_29-2019_einweggetraenkebechern_im_ausser-haus-verzehr_final.pdf)



Bio-Pizza auf dem Ökomarkt am Kollwitzplatz, Berlin-Prenzlauer Berg  
Quelle: GRÜNE LIGA Berlin e.V.

## 4.5 Handlungsfeld Beschaffung und Catering (H5)

### EINLEITUNG

Bühnenbau, Dekorations- und Werbemittel, Veranstaltungstechnik, Catering: Bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen kommen je nach Typ und Größe verschiedenste Materialien, Produkte und Dienstleistungen zum Einsatz. Die Herstellung und der Transport dieser Materialien, Dienstleistungen und Lebensmittel können durch die Nutzung unterschiedlicher Ressourcen mit hohen Belastungen für die Umwelt und das Klima verbunden sein. Veranstaltende können durch eine bewusste Auswahl von klimafreundlichen Produkten die Klimaauswirkungen ihrer Beschaffung maßgeblich verbessern und dadurch CO<sub>2</sub>-Emissionen während aller Veranstaltungsphasen minimieren. Für die Umsetzung klimaneutraler Veranstaltungen ist Nachhaltigkeit als Beschaffungsziel und Einkaufsgrundsatz von zentraler Bedeutung (siehe Service- und Literaturteil).

Die Entscheidung für ein klimafreundliches Catering und eine klimafreundliche Beschaffung bringt weitere Vorteile mit sich: Ein fleischarmtes Essensangebot (H5.7) sorgt beispielsweise nicht nur für einen geringeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, sondern kann letztendlich auch Kosten für Veranstaltende, Cateringunternehmen und für Händler\*innen reduzieren. Die lokale Wirtschaft wird unterstützt, wenn Produkte direkt bei Erzeuger\*innen gekauft werden oder auf regionale Dienstleistende zurückgegriffen wird (H5.9).

Gleichzeitig können dadurch lange Transportwege vermieden werden (siehe Handlungsfeld Mobilität). Ein klimafreundliches Catering und eine klimafreundliche Beschaffung sind wichtige Stellschrauben, um eine Veranstaltung klimaneutral durchzuführen.

Wie beim Handlungsfeld Abfallmanagement gilt auch hier, dass weniger mehr ist. Wichtige Fragen, die sich Veranstaltende oder Standbetreibende oder ein Cateringunternehmen im Sinn einer klimafreundlichen Beschaffungsstrategie stellen sollten, lauten deshalb:

- Brauche ich das Produkt/die Dienstleistung?
- Muss ich das Produkt neu kaufen, oder kann ich es mir leihen oder gebraucht bekommen?
- Woher kommen meine Materialien/Produkte/Lebensmittel?
- Aus welchen einzelnen Bestandteilen bestehen meine Produkte?
- Wie sind Materialien/Produkte/Lebensmittel verpackt, und wie werden sie geliefert?

### ZIELE einer klimaneutralen Veranstaltung:

- Erhöhung des Anteils an ökologischen und regionalen Materialien und Dienstleistungen
- Erhöhung des Anteils an saisonalen, regionalen Lebensmitteln und aus ökologischem Anbau und Vermeidung von Lebensmittelverschwendung
- Erhöhung des Anteils eines vegetarischen und veganen Cateringangebots

**HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN**

**Klimafreundliche Beschaffung**

Bei einer klimafreundlichen Beschaffung müssen die gesamten Lebenszykluskosten eines Produktes berücksichtigt werden, angefangen bei der Herkunft von Rohstoffen, über die Produktion und Verarbeitung sowie den Transport bis hin zur Entsorgung der fertigen Produkte (H5.1). Die Beurteilung, ob ein Produkt klimafreundlich ist und wie viele Ressourcen es verbraucht hat, ist für Veranstalter und Veranstalterinnen ziemlich komplex und schwer vorzunehmen. Verschiedene Labels und Zertifikate helfen bei der Auswahl, nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu identifizieren (siehe Service- und Literaturteil).

Bevor neue Käufe getätigt werden: Über die Zweite Hand oder Initiativen wie „Kunststoffe Berlin“ lassen sich Restmaterialien, Beleuchtungsmittel oder andere gebrauchte Gegenstände kostenfrei oder günstig erwerben (H5.2). Dekoration kann aus übrig gebliebenen Materialien upgecycled werden (siehe Handlungsfeld Abfallmanagement).

**Klimafreundliches Catering und Bezug von Lebensmitteln**

Ein attraktives Essens- und Getränkeangebot ist häufig ein wichtiger Bestandteil einer Veranstaltung. Fleischhaltiges Essen, tierische Produkte sowie nicht saisonales und importiertes Gemüse und Obst aus intensiver, nicht ökologischer Landwirtschaft sind besonders ressourcenintensiv und belasten das Klima und die Umwelt. Wenn besonders klimabelastende Produkte auf einer Veranstaltung reduziert oder vermieden werden, kann die Klimabilanz des Caterings deutlich verbessert werden (siehe Abbildung 6). Labels und Zertifikate helfen bei der Auswahl von klimafreundlichen Lebensmitteln aus ökologischem Anbau (siehe Service- und Literaturteil) (H5.8). Ein Saisonkalender gibt Auskunft, welches Obst und Gemüse aus saisonalem Anbau stammt (siehe Service- und Literaturteil).

Die Herstellung dieser Lebensmittel ist durch die Nutzung unterschiedlicher Ressourcen mit Klima- und Umweltbelastungen verbunden, die auch entstehen, wenn Lebensmittel nicht verzehrt werden und wieder im Abfall landen. Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen ist auch aus wirtschaftlichen Gründen für die Veranstaltung wichtig, denn mit jedem weggeworfenen Lebensmittel geht auch Geld verloren (H5.10). Das Essensangebot und die Essensmengen einer Veranstaltung sollten deshalb von Anfang an durch die Veranstaltenden oder zuständigen Cateringunternehmen beziehungsweise Händler\*innen kalkuliert und gut organisiert werden. Durch die Einbindung von „Foodsaving“-Initiativen können Veranstaltende überschüssige und noch verwertbare Lebensmittel unter Einhaltung gesetzlicher Hygiene- und Lebensmittelbestimmungen vor einer unnötigen Entsorgung bewahren (H5.11). Dadurch können das Abfallaufkommen reduziert und wertvolle Ressourcen geschont werden.

Das Tollwood Festival mit seiner bio-zertifizierten Festivalgastronomie und der Ökomarkt der GRÜNEN LIGA Berlin e.V. stellen Best Practices dar, die verdeutlichen, wie ein klimafreundliches Catering gelingen kann (siehe Seite 13 und 16).

**Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sowie Anreize für eine klimafreundliche Beschaffung und ein klimafreundliches Catering**

Für eine erfolgreiche Umsetzung einer klimafreundlichen Beschaffung und eines klimafreundlichen Caterings sollten alle Stakeholder\*innen rechtzeitig über die verschiedenen Maßnahmen informiert, sensibilisiert und eingebunden werden (siehe Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit) (H5.13).

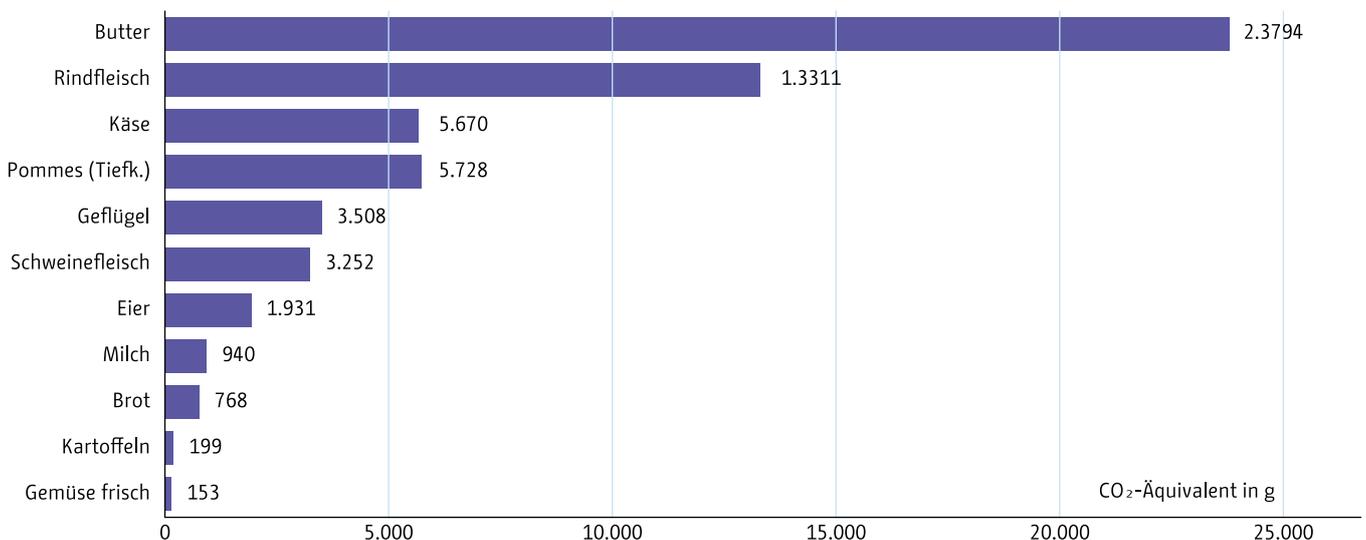


Abbildung 6: Ökobilanz verschiedener Lebensmittel: in g CO<sub>2</sub>-Äquivalent/kg Produkt

Quelle: vergleiche Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt (2009), Seite 147

Bio-Lebensmittel sind beispielsweise für Händler\*innen in der Regel teurer im Einkauf. Dieser Aufpreis könnte an die Besuchende weitergegeben werden. Der Anteil an fleischlosen, im Vergleich zu Bio-Fleisch meist günstigeren Alternativen könnte gleichzeitig erhöht werden; eine Umstellung schrittweise erfolgen. Die Angabe des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks der Gerichte kann Veranstaltungsbesuchenden vermitteln, welches Gericht die beste Klimabilanz hat (H5.15). So können Akzeptanz für Maßnahmen geschaffen und Besuchende für eine klimafreundliche Ernährung sensibilisiert werden (H5.14).

Eine Best Practice für klimafreundliches Catering stellt der Evangelische Kirchentag mit seinem gläsernen Restaurant dar. Mithilfe verschiedener Informationskampagnen werden Besuchende zu einer klimafreundlichen Ernährung aufgeklärt. 2019 lag der Schwerpunkt auf dem Sichtbarmachen von Lebensmittelverschwendung. Alle im gläsernen Restaurant anfallenden Lebensmittelabfälle wurden in „gläsernen“ Behältnissen gesammelt, um den Besuchenden das Thema zu veranschaulichen (siehe Best Practices, Seite 23).

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
<b>Klimafreundliche Beschaffung</b>	
H5.1	<b>Bedarfsprüfung und Verwendung von Produkten mit guter Ökobilanz</b> Überprüfen Sie zuerst, ob ein Bedarf besteht. Achten Sie bei der (Neu-)Beschaffung von Produkten auf eine gute Ökobilanz, Langlebigkeit, Handhabbarkeit, Reparaturmöglichkeiten sowie Recyclingfähigkeit.
H5.2	<b>Ausleihbare Ausstattung</b> Nutzen Sie ausleihbare Ausstattung, zum Beispiel über zentrale Vergaberegister (siehe Handlungsfeld Abfallmanagement, Service- und Literaturteil, Seite 52).
H5.3	<b>Produkte aus nachhaltigen Ressourcen/nachhaltigem Anbau</b> Verwenden Sie Produkte aus nachwachsenden Ressourcen und/oder nachhaltigem Anbau (zum Beispiel Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft), und achten Sie auf entsprechende Kennzeichen (Labelübersicht auf Seite 59).
H5.4	<b>Recycelte und recycelbare Produkte</b> Verwenden Sie recycelte und recycelbare Produkte, zum Beispiel Recyclingpapier mit Umweltzeichen (Labelübersicht auf Seite 59).
H5.5	<b>Zusammenarbeit mit nachhaltigen Unternehmen</b> Arbeiten Sie bevorzugt mit nachhaltigen Unternehmen zusammen; zum Beispiel mit umweltfreundlichen Druckereien, Anbietenden von Social Drinks etc. (siehe Service- und Literaturteil).
<b>Klimafreundliches Catering und Bezug von Lebensmitteln</b>	
H5.6	<b>Bezug von regionalen, saisonalen und ökologischen Lebensmitteln</b> Beziehen und verarbeiten Sie bevorzugt saisonale Lebensmittel aus regionalem und ökologischem Anbau. Orientieren Sie sich bei der Auswahl des gastronomischen Angebots am Saisonkalender. Nutzen Sie das Getränkeangebot von regionalen Abfüllern.
H5.7	<b>Reduzierung von tierischen Lebensmitteln</b> Bevorzugen Sie vegetarische und vegane Gerichte. Achten Sie bei Fleisch- und tierischen Produkten auf artgerechte Tierhaltung.
H5.8	<b>Zertifikate und Label</b> Achten Sie auf Zertifikate (zum Beispiel EU-Bio-Siegel, Fairtrade) bei der Auswahl von Lebensmitteln und Zuliefernden (siehe Übersicht auf Seite 58 und 59).
H5.9	<b>Regionale Cateringunternehmen/Zuliefernde und Bezug</b> Arbeiten Sie mit Cateringunternehmen und Zuliefernden aus der Region zusammen. Nutzen Sie regionale Einkaufsstellen, und/oder kaufen Sie direkt bei der*em Produzent*in. Vermeiden Sie unnötige Transporte (siehe Handlungsfeld Mobilität).
H5.10	<b>Vermeidung von Lebensmittelabfällen</b> Ermitteln Sie den Bedarf an Lebensmitteln. Kalkulieren und organisieren Sie das Catering entsprechend. Beachten Sie die optimale Lagerung von Lebensmitteln, damit Produkte nicht entsorgt werden müssen. Klären Sie Händler*innen darüber auf.

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
H5.11	<b>Einbindung von Foodsharing-Unternehmen</b> Binden Sie rechtzeitig Foodsharing-/Foodsaving-Anbietende (zum Beispiel Berliner Tafel, Zero-Waste-Restaurants) ein. Reichen Sie bei einer Veranstaltung übrig gebliebene und noch verzehrfähige Lebensmittel an diese weiter unter Berücksichtigung geltender Hygienevorschriften (siehe Service- und Literaturteil).
H5.12	<b>Fachgerechte Entsorgung von Lebensmitteln</b> Nicht mehr verzehrfähige Lebensmittel und Reste sind über die gewerbliche Speiseresteentsorgung zu entsorgen (siehe Handlungsfeld Abfallmanagement).
<b>Kommunikation und Anreize für eine klimafreundliche Beschaffung und ein klimafreundliches Catering (siehe auch Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit)</b>	
H5.13	<b>Information und Einbindung von Stakeholder*innen</b> Informieren Sie rechtzeitig Händler*innen, Cateringunternehmen und Dienstleistende zu Maßnahmen für klimafreundliches Catering und klimafreundliche Beschaffung (zum Beispiel fleischloses Catering). Binden Sie Stakeholder*innen rechtzeitig ein. Stellen Sie gegebenenfalls Informationen bereit, zum Beispiel auf der Veranstaltungswebsite.
H5.14	<b>Sensibilisierung klimafreundliche Beschaffung und klimafreundliches Catering auf der Veranstaltung</b> Stärken Sie das Bewusstsein, und sensibilisieren Sie Veranstaltungsbesuchende für eine klimafreundliche Beschaffung und ein klimafreundliches Catering (zum Beispiel durch Informationstafeln und Workshops vor Ort zum Thema Foodwaste).
H5.15	<b>Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten auf der Veranstaltung</b> Kennzeichnen Sie klimafreundliche Verpflegungsstände, Produkte und Lebensmittel auf Ihrer Veranstaltung. Nennen Sie zum Beispiel den CO <sub>2</sub> -Fußabdruck von verschiedenen Gerichten.
H5.16	<b>Vertragliche Vereinbarung</b> Verpflichten Sie Cateringunternehmen in Ihren Teilnahmebedingungen oder allgemeinen Geschäftsbedingungen zu klimafreundlichen Speiseangeboten (zum Beispiel mindestens ein vegetarisches und veganes Angebot auf einer Veranstaltung oder ausschließliche Verwendung von Lebensmitteln aus ökologischem Anbau).
H5.17	<b>Anreize für klimafreundliche Standbetreibende</b> Schaffen Sie (finanzielle) Anreize für Standbetreibende mit einer hohen Anzahl an ökologischen, fair gehandelten und regionalen Produkten. Teilen Sie diesen zum Beispiel besonders zentrale und attraktive Standflächen auf dem Veranstaltungsgelände zu, oder erlassen Sie ihnen einen Teil der Standgebühren.

**INDIKATOREN**

BESCHAFFUNGS- UND CATERINGZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Erhöhung des Anteils an ökologischen und regionalen Materialien und Dienstleistungen	Anteil regionaler Dienstleistungen	– Buchhaltung – Anteil in Prozent von der Gesamtanzahl
	Anteil der Materialien und Produkte mit Label für nachhaltige/ökologische Produktion (Büro-/Veranstaltungsmaterialien, gegebenenfalls Merchandising/Giveaways)	– Buchhaltung – Auflistung – Anteil in Prozent von der Gesamtmenge – Stück/kg/m <sup>3</sup> nach Art – Abfrage/Erhebung über Catering-/Dienstleistungsunternehmen oder Händler*innen
	Anteil wiederverwendeter Produkte	
	Anteil an zertifizierten Dienstleistenden/Liefernden (EMAS, DIN 20121, FAMAB, Green Globe und andere)	

BESCHAFFUNGS- UND CATERINGZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Erhöhung des Anteils an saisonalen, regionalen Lebensmitteln und aus ökologischem Anbau und Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	Anteil saisonaler Lebensmittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Buchhaltung</li> <li>– Anteil in Prozent von der Gesamtmenge</li> <li>– Abfrage/Erhebung über Catering-/ Dienstleistungsunternehmen oder Händler*innen</li> </ul>
	Anteil regionaler Lebensmittel und Getränke	
	Anteil ökologischer Lebensmittel und Getränke (mit Label, unterteilt nach Obst/Gemüse, Fleisch-, Milch- und Fischprodukten)	
	Anteil Lebensmittelabfall	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Buchhaltung</li> <li>– Anteil in Prozent von der Gesamtmenge</li> <li>– oder in kg/t</li> <li>– Abfrage/Erhebung über Catering-/ Dienstleistungsunternehmen oder Händler*innen</li> </ul>
	Wird Leitungswasser kostenlos zur Verfügung gestellt?	– ja/nein
Erhöhung des Anteils eines vegetarischen und veganen Cateringangebots	Anteil vegetarischer Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Buchhaltung</li> <li>– Anteil in Prozent von der Gesamtmenge</li> <li>– Abfrage/Erhebung über Catering-/ Dienstleistungsunternehmen oder Händler*innen</li> </ul>
	Anteil veganer Angebote	

**SERVICE UND LITERATUR**

**Recycelte und wiederverwendbare Materialien und Produkte**

Bauteilnetz - deutschlandweit und in der Region  
<http://www.bauteilnetz.de>

restado - der Marktplatz für zirkuläre Baustoffe  
<https://restado.de>

**Regionale Initiativen/Unternehmen**

Baufachfrauen Berlin e.V. - nachhaltige Tischlerei  
<https://www.baufachfrau-berlin.de/produkte/>

Bauteilbörse - Brita Marx  
<https://brita-marx.de/bauteilboerse/>

FAIR LEIHEN (Ausleihen in der Nachbarschaft)  
<https://www.fairleihen.de/index.html>

KUNST-STOFFE - Zentralstelle für wiederverwendbare Materialien e.V.  
<https://kunst-stoffe-berlin.de>

Remap - Reuse, Repair, Recycle in Berlin  
<https://www.remap-berlin.de>

Re-Use Berlin - verschiedene Aktionen  
<https://www.berlin.de/senuvk/umwelt/abfall/re-use/>

Wiederverwendung von Reststoffen  
<http://www.material-mafia.net>

**Unverpackt-Läden**

Fair unverpackt  
<https://fair-unverpackt.de>

Herbie unverpackt  
<https://www.herbie-unverpackt.de>

Original unverpackt  
<https://original-unverpackt.de>

**Handelskollektive und Social Drinks in Berlin und Umgebung**

Getränke- und Handelskollektiv Gekko  
<http://www.gekko-berlin.de>

Premium Getränkekollektiv  
<https://premium-cola.de>

Quartiermeister - Bier aus Berlin  
<https://quartiermeister.org/de/>

Viva con Agua  
<https://www.vivaconagua.org>

**Regionales und bio-zertifiziertes Catering**

BioStreetFood – Liste von regionalen, bio-zertifizierten und nachhaltigen Catering-Anbietenden in Berlin und Umgebung  
<https://www.biostreetfood.de/caterer/>

**Lebensmittelrettung und Foodsharing-Initiativen**

Berliner Tafel e.V.  
<https://www.berliner-tafel.de/berliner-tafel/>

Foodsharing – gemeinschaftlich, nachhaltig und wertschätzend  
<https://foodsharing.de>

RESQ CLUB – Mahlzeiten zum halben Preis  
<https://www.resq-club.com/de/city/berlin>

SirPlus – Rettermärkte und Online-Shop  
<https://sirplus.de>

Too Good To Go – Lebensmittelrettung per App  
<https://toogoodtogo.de/de>

**Bildungsarbeit im Bereich Lebensmittelverschwendung**

Foodsharing Akademie – Materiallager, Vorträge und Workshops  
<https://www.foodsharing-akademie.org/vortrage-und-workshops/>

RESTLOS GLÜCKLICH e.V.  
<https://www.restlos-gluecklich.berlin>

**Bio-Zertifizierung bei Events**

BioStreetFood – Bio-Zertifizierung  
<https://www.biostreetfood.de/bio-zertifizierung/>

Ökolandbau – Eventzertifizierung  
<https://www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/bio-zertifizierung/schritte-zum-biozertifikat/bio-zertifizierung-bei-events/>

**WEITERE LINKS UND LITERATUR****Nachhaltige Beschaffung - Informationen**

European Commission – Green Public Procurement and criteria (englische Version)  
[https://ec.europa.eu/environment/gpp/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm)  
[https://ec.europa.eu/environment/gpp/eu\\_gpp\\_criteria\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/gpp/eu_gpp_criteria_en.htm)

Kompass Nachhaltigkeit – Prozessphasen und nachhaltige Beschaffung  
<https://kmu.kompass-nachhaltigkeit.de/nachhaltige-beschaffung>

Kompass Nachhaltigkeit – Self Check für eine nachhaltige Beschaffung  
<https://kmu.kompass-nachhaltigkeit.de/self-check>

Rat für Nachhaltige Entwicklung – App für nachhaltigen Konsum  
<https://www.nachhaltigkeitsrat.de/aktuelles/nachhaltiger-waerrenkorb-ab-sofort-auch-als-app/>

Siegelklarheit – Wofür stehen Umwelt- und Sozialsiegel?  
<https://www.siegelklarheit.de>

Umweltbundesamt – umweltfreundliche Beschaffung  
<https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/umweltfreundliche-beschaffung>

Umweltschutzanforderungen bei der Beschaffung in Berlin  
[https://www.stadtentwicklung.berlin.de/service/gesetzestexte/de/download/beschaffung/VwVBU\\_Anhang1.pdf](https://www.stadtentwicklung.berlin.de/service/gesetzestexte/de/download/beschaffung/VwVBU_Anhang1.pdf)

**Produktlabel und Siegel**

Blauer Engel – das Umweltzeichen  
<https://www.blauer-engel.de>

EU-Ecolabel  
<https://www.eu-ecolabel.de>

FSC-Label (Holzprodukte)  
<https://www.fsc-deutschland.de/de-de>  
<https://label-online.de/label/fsc-100/>

GOTS – Global Organic Textile Standard  
<https://label-online.de/label/gots-global-organic-textile-standard-kbakbt/>

PEFC-Label (Holzprodukte)  
<https://label-online.de/label/pefc/>

**Informationen zu regionalen, saisonalen und klimafreundlichen Lebensmitteln und zum ökologischen Landbau**

Bundeszentrum für Ernährung – der Saisonkalender  
<https://www.bzfe.de/inhalt/saisonzeiten-bei-obst-und-gee-muese-3130.html>

Informationen zu Fischbeständen  
<https://www.fischbestaende-online.de>

Informationen zur vegetarischen und veganen Ernährung (ProVeg)  
<https://proveg.com/de/>

Praxisleitfaden „Mehr Bio in Kommunen“  
[https://www.biostaedte.de/images/pdf/leitfaden\\_V4\\_verlinkt.pdf](https://www.biostaedte.de/images/pdf/leitfaden_V4_verlinkt.pdf)

Regional Saisonal – Saisonkalender für Gemüse, Obst und Salat  
<https://www.regional-saisonal.de/saisonkalender>

Umwelttipps für den Bereich Essen und Trinken (Umweltbundesamt)  
<https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/essen-trinken>

Verbraucherzentrale – Informationen zu regionalen Lebensmitteln  
<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/kennzeichnung-und-inhaltsstoffe/regionale-lebensmittel-11403>

### **Lebensmittellabel – Beispiele und Vergleiche**

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft – Bio-Siegel  
<https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/bio-siegel.html>

Europäische Union – Hintergrundinformationen zum Bio-Logo  
[https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-logo\\_de](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-logo_de)

Fairtrade – Siegel für fairen Handel  
<https://www.fairtrade-deutschland.de>

Gesellschaft für Ressourcenschutz mbH – Beratung zu Zertifizierungen und Labels  
<https://www.gfrs.de>

Label-Informationen  
<https://www.labelinfo.ch/de/home>

Label für mehr Tierwohl (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft)  
<https://www.tierwohl-staerken.de/einkaufshilfen/tierwohl-label/>

Label Online – Bewertung des Bio-Siegels  
<https://label-online.de/label/bio-siegel/>

MSC (Marine Stewardship Council) – Label für Fische und Meerestiere aus umweltgerechter Fischerei  
<https://www.msc.org/de>  
<https://label-online.de/label/msc-marine-stewardship-council/>

NABU – Unterschiede bei Lebensmittellabeln  
<https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/oekologisch-leben/essen-und-trinken/bio-fair-regional/labels/15583.html>

### **Leitfäden und vertiefende Literatur**

Behörde für Umwelt und Energie Hamburg – Leitfaden umweltfreundliche Beschaffung Hamburg  
<https://www.hamburg.de/contentblob/12418146/2c01eee26be5da2bd4496ad98d263ce3e/data/d-umweltleitfaeden-2019.pdf>

European Commission – Buying green! A handbook on green public procurement  
<https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/Buying-Green-Handbook-3rd-Edition.pdf>

Umweltbundesamt – Leitfaden Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Catering  
[https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/mee\\_dien/1968/publikationen/161020\\_uba\\_fachbroschue\\_catering\\_bf.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/mee_dien/1968/publikationen/161020_uba_fachbroschue_catering_bf.pdf)



**Komposttoiletten**

Quelle: Evangelischer Kirchentag

## 4.6 Handlungsfeld Wasser und Sanitär (H6)

### EINLEITUNG

Wasser ist eine kostbare Ressource. Daher sollten sich auch Veranstaltende für den Schutz und einen verantwortungsvollen Umgang mit dieser Ressource einsetzen. Durch den Energieverbrauch bei der Gewinnung, Bereitstellung und Klärung von Wasser beziehungsweise Abwasser entstehen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Besonders die Abwasserbehandlung in kommunalen Kläranlagen ist mit hohen Stromverbräuchen verbunden. Durch einen schonenden Umgang mit der Ressource Wasser können Veranstaltende also zur Reduzierung von Treibhausgasen beitragen.

Auf Veranstaltungen wird Wasser in vielen Bereichen gebraucht. Oftmals fehlende Anschlüsse an das Trinkwasser- und Abwassernetz stellen Veranstaltende bei der Organisation einer klimaneutralen Veranstaltung vor große Herausforderungen: die Reinigung von Mehrweggeschirr und der Betrieb von wassergespülten Sanitäranlagen erfordern einen Trinkwasseranschluss. Ebenso muss das anfallende Abwasser fachgerecht abgeleitet werden.

Der richtige Umgang mit vorhandenen Möglichkeiten, alternative Sanitäranlagen und weitere praktische Handlungsempfehlungen werden im Folgenden erläutert.

### ZIELE einer klimaneutralen Veranstaltung:

- sparsame, schonende und sinnvolle Nutzung der Ressource Wasser
- Bevorzugung von Sanitäranlagen mit Anschluss an das Wasser- und Abwassernetz; Einsatz von umweltfreundlichen Alternativen bei nicht vorhandenen Anschlüssen
- ordnungsgemäßes Auffangen und Entsorgen von Abwasser zum Schutz der Umwelt

### HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

#### Sparsamer Umgang und Wasserverbrauch

Bei der Auswahl eines geeigneten Veranstaltungsorts sollte auf das Vorhandensein von Anschlüssen an das Trink- und Abwassernetz geachtet werden (**H6.1**).

In Berlin gibt es bereits bei einigen Veranstaltungsorten im öffentlichen Raum die Möglichkeit, Trinkwasser aus Unterflurhydranten zu beziehen. Dadurch wird es Veranstaltenden erleichtert, negative Umweltauswirkungen wie beispielsweise zusätzlichen Abfall durch den Einsatz von Wasser aus Einwegflaschen zu vermeiden. Bei der Entnahme sollte auf die Verwendung von dichten, nicht tropfenden Strahlreglern geachtet werden (**H6.3**). Das spart Wasser und damit auch Geld. Ein tropfender Wasserhahn führt auf ein Jahr gerechnet beispielsweise zu 5.000 Liter Wasserverlust.

Um einen Überblick über den eigenen Wasserverbrauch zu bekommen, sollten Wasserzählerstände an den entsprechenden Anschlüssen vor und nach einer Veranstaltung abgelesen werden (H6.4). Diese Daten geben darüber Auskunft, ob Maßnahmen zum Wassersparen erfolgreich waren (siehe Indikatoren).

Um die Natur und Umwelt durch eventuelle negative Auswirkungen durch Veranstaltungen zu schützen, ist außerdem die Umgebung des Veranstaltungsorts zu berücksichtigen. Wasser- und Naturschutzgebiete sollten als Orte für Veranstaltungen tabu sein. Eine besondere Vorsicht besteht in Trinkwassereinzugsgebieten (H6.2).

**Bereich Catering**

Auf Veranstaltungen mit einem Cateringangebot fallen schnell große Mengen an Abwasser an. Die fachgerechte Entsorgung hängt von den Gegebenheiten am Veranstaltungsort ab (H6.5). Bei vorhandenem Anschluss an die Kanalisation muss eine Erlaubnis durch die Berliner Wasserbetriebe zur Einleitung von Abwasser eingeholt werden (siehe Service- und Literaturteil). Diese enthält Informationen zur notwendigen Beschaffenheit des abgeleiteten Wassers und Vorschriften zur fachgerechten Entsorgung des Abwassers. Fette und Öle dürfen zum Beispiel nicht über die Kanalisation entsorgt werden (H6.6) und müssen durch Fettabscheider ordnungsgemäß vom Abwasser getrennt werden (siehe Service- und Literaturteil). Die Einleitung von Abwässern in die Regenwasserkanalisation ist nicht gestattet.

Durch die Nutzung von biologisch abbaubaren Reinigungsmitteln kann die Umwelt geschützt werden (H6.8). Bei größeren Veranstaltungen mit Cateringangebot und hohem Wasserverbrauch kann sich die Beauftragung eines Cateringtechnikunternehmens lohnen. Diese Unternehmen stellen in der Regel nicht nur notwendige Technik wie Wasserschläuche und Trinkwasserrohre zur Verfügung. Sie kümmern sich auch um den fachgerechten Anschluss der Ausrüstung und um die Einholung von Genehmigungen bei den Berliner Wasserbetrieben für die Trinkwasserversorgung und die Entsorgung von Schmutzwasser in die Kanalisation. Veranstaltende sollten sich in jedem Fall mit Cateringunternehmen über die örtlichen Möglichkeiten der Abwasserentsorgung austauschen.

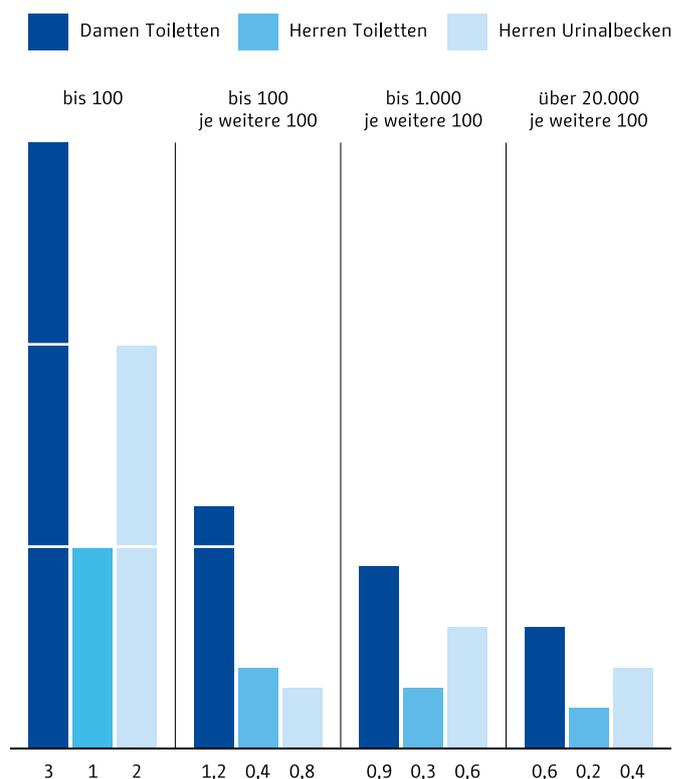
Die Bereitstellung von Trinkwasseranschlüssen bei regelmäßig stattfindenden Wochenmärkten kann sich aufgrund der Installationskosten und Hygieneauflagen als zu aufwendig und unökonomisch herausstellen. In diesem Fall muss das benötigte Trinkwasser selbst mitgebracht und anfallendes Schmutzwasser in Behältnissen aufgefangen werden. Zur Unterstützung von Händler\*innen könnten Marktbetreibende mobile Sammelstellen einrichten (H6.7).

**Abbildung 7: Anzahl an notwendigen Sanitäranlagen in Abhängigkeit der Besuchenden (mindestens 1 je 12 Toiletten muss barrierefrei sein)**  
 Quelle: Zahlen in Anlehnung an die Musterversammlungsstättenverordnung (MVStättVO) (siehe Literatur- und Serviceteil)

**Bereich Sanitär**

Auf Veranstaltungen können im Sanitärbereich große Abwassermengen entstehen. Um wildes Urinieren in der Umgebung zu vermeiden, ist die ausreichende Bereitstellung von sauberen Sanitäranlagen dringend zu empfehlen und meist auch explizit in den Nebenbestimmungen der behördlichen Veranstaltungsgenehmigung gefordert. Wie viele Sanitäreinrichtungen mindestens zur Verfügung gestellt werden müssen, ist abhängig von der Besucherzahl (H6.9). Eine Orientierung hierzu gibt die Muster-Versammlungsstättenverordnung (MVStättVO) (siehe Service- und Literaturteil). Idealerweise werden wassergespülte Sanitäranlagen mit Anschluss an das Trink- und Abwassernetz genutzt (H6.10). Die Abwasserentsorgung muss auch in diesem Falle behördlich geprüft und genehmigt werden. Verschiedene Dienstleistungsunternehmen kümmern sich um die Bereitstellung, den Kanalisationsanschluss und die Genehmigung der Sanitäranlagen (siehe Service- und Literaturteil).

Falls Anschlüsse ans Abwassernetz im öffentlichen Raum fehlen, sind andere Toilettensysteme wie Kompost- und Trenntoiletten eine klimafreundliche Alternative (H6.11). Bei mobilen Sanitäranlagen wird das entstandene Abwasser in Wassertanks aufgefangen und im Anschluss fachgerecht entsorgt. Unabhängig davon, welches Toilettensystem letztendlich zum Einsatz kommt, sollte auf ausreichend belastbare Stellflächen für Sanitäranlagen geachtet werden, um Schäden an Grünanlagen oder Ähnlichen zu vermeiden. Da der An- und Abtransport mobiler Toilettenanlagen CO<sub>2</sub>-Emissionen verursacht, sollten möglichst regional ansässige Dienstleistende beauftragt werden.



Wie verschiedene Toilettensysteme in ihrer Klima- und Umweltverträglichkeit abschneiden, zeigt der nachfolgende Exkurs.

### MOBILE SANITÄRSYSTEME IM VERGLEICH

Im Rahmen einer Abschlussarbeit im Fachbereich Veranstaltungsmanagement an der Beuth Hochschule für Technik Berlin wurden mobile Sanitärsysteme hinsichtlich verschiedener Kriterien bewertet und verglichen (vergleiche Kapitel 6 Literaturübersicht). Die Kriterien orientieren sich am Indikatorensystem des Green Globe und berücksichtigen ökologische und soziale Aspekte wie den Energie- und Wasserverbrauch, die Menge verursachter CO<sub>2</sub>-Emissionen, den Einsatz umweltschädlicher Chemikalien oder die Benutzerfreundlichkeit (siehe Service- und Literaturteil). An erster Stelle stehen die Kompostsysteme, die Pinkelrinne und das Strohballenurinal als nicht wasserführende Toiletten- und Urinalsysteme. Die Kompostsysteme benötigen kein Wasser. Bei der Pinkelrinne und dem Strohballenurinal sind das vergleichsweise geringe Gewicht und die hohe Effektivität dieser Systeme ausschlaggebend. Der zweite Platz wird durch Container- und Anhängersysteme belegt. Für diese spricht der hohe Wohlfühlfaktor (Benutzerfreundlichkeit) aufseiten der Besuchenden. An vorletzter Stelle finden sich die Vakuumsysteme wieder. Sie besitzen zwar einen hohen Wohlfühlfaktor, allerdings wird immer noch Wasser verbraucht, und der logistische Aufwand dieser Systeme ist nicht zu vernachlässigen. Bei den Beckenurinalen ist der Wohlfühlfaktor ebenfalls gering, wodurch ein vergleichsweise schlechtes Ergebnis zustande kommt. Am schlechtesten schneiden insgesamt die Chemietoiletten ab.

Bei allen Toilettensystemen sollte Recycling-Toilettenpapier verwendet werden (siehe Service- und Literaturteil und Handlungsfeld Beschaffung und Catering). Trockenseife oder nachfüllbare Dosierseifenspender in Sanitäranlagen sind eine gute Möglichkeit, um den Wasserverbrauch gering zu halten (H6.13). Wenn die Nutzung von Chemietoiletten als letzte Option unvermeidbar ist, sollte auf die Verwendung von Produkten mit kläranlagenverträglichen Sanitärzusätzen geachtet

werden, die häufig gegen Geruchsbildung eingesetzt werden. Nicht immer müssen für jede Veranstaltung Toiletten angemietet werden. Insbesondere bei kleineren Veranstaltungen und Märkten könnten in Absprache mit angrenzenden Cafés und Restaurants deren Sanitäranlagen gegen eine Pauschale oder öffentliche Toiletten vor Ort mitbenutzt werden (H6.14). Dies geschieht beispielsweise bereits beim Ökomarkt am Chamissoplatz und beim Ökomarkt am Kollwitzplatz.

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
<b>Allgemeine Aspekte</b>	
H6.1	<b>Auf vorhandene Infrastruktur achten</b> Bevorzugen Sie Veranstaltungsorte, bei denen das öffentliche Trink- und Abwassernetz genutzt werden kann.
H6.2	<b>Rücksicht auf die Umwelt nehmen bei der Wahl des Veranstaltungsorts</b> Berücksichtigen Sie bei der Wahl des Veranstaltungsorts auch die Umgebung. Vermeiden Sie Veranstaltungsorte in der Nähe von Wasser- und Naturschutzgebieten. Besondere Vorsicht ist in Trinkwassereinzugsgebieten geboten.
<b>Sparsamer Umgang mit der Ressource Wasser</b>	
H6.3	<b>Effiziente Technik einsetzen</b> Achten Sie auf dichte Wasserhähne sowie -schläuche und nutzen Sie Strahlregler bei Wasserhähnen zur Regulierung und Einsparung von Wasser.
H6.4	<b>Wasserverbrauch messen</b> Sammeln Sie Daten zum Trinkwasserverbrauch auf Ihrer Veranstaltung, und schätzen Sie Abwassermengen mithilfe von Catering- oder sonstigen Dienstleistungsunternehmen.
<b>Bereich Catering</b>	
H6.5	<b>Fachgerechte Abwasserentsorgung sicherstellen</b> Handeln Sie nach den Vorschriften zur fachgerechten Entsorgung von Abwasser (siehe Service- und Literaturteil).
H6.6	<b>Nutzung von Fettabscheidern</b> Nutzen Sie Fettabscheider zur Trennung von Fetten und Ölen vom Abwasser. Informieren Sie Cater*innen über die ordnungsgemäße Entsorgung von Altfetten und -ölen.

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
H6.7	<b>Mobile Abwassersammelstellen bereitstellen</b> Stellen Sie mobile Abwassersammelstellen bereit, falls kein Anschluss an die Kanalisation vorhanden ist.
H6.8	<b>Umweltverträgliche Spül- und Reinigungsmittel verwenden</b> Nutzen Sie ausschließlich biologisch abbaubare Spül- und Reinigungsmittel (siehe Service- und Literaturteil).
<b>Bereich Sanitär</b>	
H6.9	<b>Ausreichend saubere Sanitäranlagen zur Verfügung stellen</b> Stellen Sie eine ausreichende Anzahl sauberer Sanitäranlagen zur Verfügung. Orientieren Sie sich bei der Berechnung an der MVStättVO (siehe Service- und Literaturteil).
H6.10	<b>Sanitäranlagen mit Anschluss an das öffentliche Wasser-/Abwassernetz bevorzugen</b> Nutzen Sie möglichst wassergespülte Toilettenanlagen mit Anschluss an das Trink-/Abwassernetz.
H6.11	<b>Bei wasserlosen Sanitärsystemen auf Umweltverträglichkeit achten</b> Wenn nur der Einsatz nicht wasserführender Sanitäranlagen infrage kommt, sind umweltverträgliche Sanitäranlagen wie Kompost- oder Trenntoiletten zu bevorzugen.
H6.12	<b>Kläranlagenverträgliche Sanitärzusätze verwenden</b> Chemietoiletten sollten nur verwendet werden, wenn keine anderen Optionen möglich sind. Achten Sie in diesem Fall auf den Einsatz kläranlagenverträglicher Sanitärzusätze.
H6.13	<b>Verwendung von Recycling-Toilettenpapier und umweltverträglichen Seifen</b> Verwenden Sie zertifiziertes Recycling-Toilettenpapier. Greifen Sie wegen des geringeren Wasserverbrauchs in der Herstellung auf Trockenseife zurück, und nutzen Sie nachfüllbare Seifenspender mit Dosierfunktion (siehe Service- und Literaturteil).
H6.14	<b>Mitnutzung von vorhandenen Toiletten</b> Nutzen Sie öffentliche Toiletten in der Umgebung. Sprechen Sie bei kleinen Veranstaltungen mit einer geringen Personenzahl mit den Betreibenden anliegender Cafés oder Restaurants. Vielleicht lässt sich eine Mitbenutzung der Sanitäranlagen gegen eine Nutzungspauschale vereinbaren.

**INDIKATOREN**

ZIELE WASSER UND SANITÄR	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Sparsame, schonende und sinnvolle Nutzung der Ressource Wasser	Wasserverbrauch absolut/Gesamtmenge Wasser	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ablesen des Zählerstands</li> <li>– Rechnungen</li> <li>– in m<sup>3</sup></li> </ul>
	Gesamtmenge Abwasser	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Einschätzung anhand der entnommenen Wassermenge</li> <li>– Rechnung der Berliner Wasserbetriebe</li> <li>– m<sup>3</sup></li> </ul>
Bevorzugung von Sanitäranlagen mit Anschluss an das Wasser- und Abwassernetz. Einsatz von umweltfreundlichen Alternativen bei nicht vorhandenen Anschlüssen.	Vorhandensein eines Anschlusses ans Wasser-/Abwassernetz	– ja/nein
	Anzahl und Art der verwendeten Toilettensysteme (Kompost-, Trenn- und Chemietoiletten)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auflistung</li> <li>– Anteil Kompost- und Trenntoiletten in Prozent der Gesamtzahl der Toiletten</li> </ul>
Ordnungsgemäßes Auffangen und Entsorgen von Abwasser zum Schutz der Umwelt	Anzahl der vorhandenen Sanitärcontainer im Verhältnis zur Teilnehmendenzahl	– Berechnung der Anzahl der Toiletten mithilfe der Formel aus der MVStättVO

## SERVICE UND LITERATUR

### Abwasserentsorgung

Allgemeine Bedingungen für die Entwässerung in Berlin – Berliner Wasserbetriebe

<https://www.bwb.de/de/assets/downloads/ABE.pdf>

Auflagen zur Einleitung von Abwasser – Berliner Wasserbetriebe

<https://www.bwb.de/de/1405.php>

### Entsorgung von Frittierfett und Speiseöl

Berliner Stadtreinigung – Informationen zur Entsorgung von Frittier- und Speiseölen

<https://www.bsr.de/abfall-abc-20563.php>

Berlin Recycling – Service zur Entsorgung von Frittierfett

<https://www.berlin-recycling.de/entsorgung/gewerbemuell/frittierfett-speiseoel-entsorgen>

BRAL Reststoff-Bearbeitungs GmbH – Ankauf und Entsorgung von Brat- und Frittierfetten

<https://www.bral.berlin/brat-und-frittierfette/>

### Regionale Anbietende von Komposttoiletten aus Berlin und Umgebung

Ecotoiletten – Sanitärversorgung für den öffentlichen Raum

<https://www.ecotoiletten.de/>

Finizio – Trocken-, Trenn- und Komposttoiletten für Veranstaltungen

<https://finizio.de/festival/>

### Regionale Anbietende von Toilettenwagen und -containern

erento – Mietportal (Bereich Toiletten)

[https://www.erento.com/mieten/party\\_messe\\_events/toilette\\_wc\\_dusche](https://www.erento.com/mieten/party_messe_events/toilette_wc_dusche)

HERTEL-Toiletten

<https://hertel-toiletten.de/>

Meisel-Team (Toilettenwagen und Sanitärcontainer)

<https://www.toilettenwagen-meisel.de>

TOI TOI & DIXI Sanitärsysteme (Standort Berlin)

<https://www.toifoidixi.de/container/sanitaercontainer/>

### Öffentliche Sanitäranlagen in Berlin

Berlinfinder – City Toiletten

<https://www.berlin.de/tourismus/adressen/citytoilette/>

gratispinkeln – Toilettenfinder

<https://www.gratispinkeln.de/Berlin/Berlin/>

Visit Berlin – Übersicht öffentlicher Wall-City-Toiletten

[https://www.visitberlin.de/system/files/document/wall\\_city\\_toiletten.pdf](https://www.visitberlin.de/system/files/document/wall_city_toiletten.pdf)

## WEITERE LINKS UND LITERATUR

### Allgemeine Informationen

Das Umweltzeichen – Blauer Engel

<https://www.blauer-engel.de>

Informationen Fettabscheider – Berliner Wasserbetriebe

<https://www.bwb.de/de/7207.php>

Standard Criteria and Indicators – Green Globe

<https://greenglobe.com/standard/>

Umweltbewusst reinigen, nachhaltig und hygienisch – Umweltbundesamt

<https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/4162.pdf>

Übersicht umweltfreundlicher Handgeschirrspülmittel – Blauer Engel

<https://www.blauer-engel.de/de/produktwelt/alltag-wohnen/handgeschirrspuel-und-reinigungsmittel-neu/handgeschirrspuelmittel>

### Informationen zu Sanitäranlagen auf Veranstaltungen

Berechnung der Anzahl erforderlicher Sanitäranlagen – mithilfe § 12 der Muster-Versammlungsstättenverordnung (MVStättVO)

<https://www.is-argebau.de/Dokumente/42317621.pdf>

### Zertifiziertes und recyceltes Toilettenpapier

Goldeimer – das soziale und 100 % recycelte Klopapier

<https://www.goldeimer.de/unser-klopapier/>

Übersicht umweltfreundliches Toilettenpapier – Blauer Engel

<https://www.blauer-engel.de/de/produktwelt/alltag-wohnen/hygiene-papiere-toilettenpapier-kuechenrollen-taschentuecher/toilettenpapier>



Lastenfahrrad zum Geschirrtransport auf dem Umweltfestival am Brandenburger Tor  
Quelle: Sebastian Hennigs

## 4.7 Handlungsfeld Mobilität (Personen- und Lieferverkehr) H7

### EINLEITUNG

Die CO<sub>2</sub>-Emissionen des mit Veranstaltungen einhergehenden Personen- und Lieferverkehrs belasten das Klima. Wie viel Emissionen durch die An- und Abreise von Besuchenden freigesetzt werden, hängt von mehreren Faktoren wie zum Beispiel der Wahl des Verkehrsmittels und der Entfernung zum Veranstaltungsort ab. Die Verkehrsemissionen machen in der Regel jedoch den größten Anteil am CO<sub>2</sub>-Fußabdruck einer Veranstaltung aus. Zwar können Veranstaltende das Mobilitätsverhalten von Besuchenden und Ausstellenden nicht direkt beeinflussen, sie können aber durch bestimmte Maßnahmen eine Lenkungswirkung entfalten und versuchen, durch sachgerechte Informationsweitergabe und Schaffung von Anreizen auf klimafreundliche Mobilitätsentscheidungen von Besuchenden und Dienstleistenden hinzuwirken. Obwohl die An- und Abreise von Besuchenden mit dem Pkw in Berlin aufgrund von mangelnden Parkplätzen am Veranstaltungsort häufig eine untergeordnete Rolle spielt, gibt es auch bei der Nutzung mit klimafreundlichen Alternativen wie dem Fahrrad oder dem öffentlichen Nahverkehr einiges zu beachten. Fehlende Parkmöglichkeiten für Fahrräder oder eine zu große Entfernung zur nächsten Haltestelle des öffentlichen Nahverkehrs stellen schnell ein Hemmnis für einen klimafreundlichen Besucherverkehr dar. Der Liefer- und der Binnenverkehr vor Ort können sich ebenfalls negativ auf die Klimabilanz einer Veranstaltung niederschlagen, etwa durch erhöhte Lkw-Fahrkilometer oder durch eine mangelhafte Koordination in der Auf- und Abbauphase.

Die Nutzung von Veranstaltungsorten, die bequem mit öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Fahrrad oder gar zu Fuß zu erreichen sind, kann die Klimabilanz einer Veranstaltung maßgeblich verbessern (**H7.1**). Damit einhergehend sollten Veranstaltende im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit für die Nutzung klimafreundlicher Verkehrsmittel werben. Durch die Zusammenarbeit mit regionalen Dienstleistenden können Lieferwege verkürzt, Fahrkilometer vermieden und damit CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert werden. Die nachfolgenden Handlungsempfehlungen können für die Vermeidung von Emissionen im Bereich Mobilität nützliche Hilfestellungen bieten.

### ZIELE einer klimaneutralen Veranstaltung:

- Förderung eines klimafreundlichen Personenverkehrs
- Vermeidung langer Transportwege und klimaschonende Organisation des Lieferverkehrs
- Reduzierung verkehrsbedingter CO<sub>2</sub>-Emissionen, hervorgerufen durch die An- und Abreise der Besuchenden und den Lieferverkehr

### HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

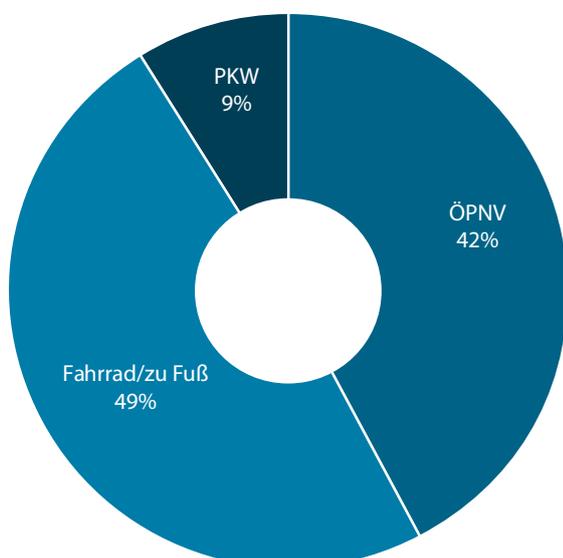
#### Klimafreundlicher Personenverkehr

Die An- und Abreise des Veranstaltungspublikums oder von Kunstschaffenden kann durch einige Maßnahmen vor und während der Veranstaltung klimafreundlich gestaltet werden. Um auf die vermehrte Nutzung von Fahrrädern als klimafreundlichem Verkehrsmittel für den Besuch einer Veranstaltung hinzuwirken, sollte am Veranstaltungsort eine ausreichende Anzahl sicherer Fahrradstellplätze zur Verfügung gestellt werden. Bewachte, mobile Fahrradparkstationen

oder kleinere Reparaturservices in Kooperation mit Repaircafés oder lokalen Fahrradinitiativen machen die Anreise mit dem Fahrrad noch attraktiver **(H7.3)**. Um den motorisierten Individualverkehr weiter zu reduzieren, können Veranstaltende bei kostenpflichtigen Großveranstaltungen in Kooperation mit Nahverkehrsunternehmen wie der BVG sogenannte Kombitickets anbieten. Diese dienen gleichzeitig als Eintrittskarte und Fahrschein für den ÖPNV **(H7.7)**. Vor allem bei Veranstaltungen mit überregionalem Publikum können Sonderkonditionen ausgehandelt und Besuchende über eine klimafreundliche Anreise informiert werden. Die Einbindung von Bike-Sharing-Anbietenden (siehe Service- und Literaturteil) und Ausweisung geeigneter Stellplatzflächen stellen weitere Möglichkeiten einer klimafreundlichen An- und Abreise dar **(H7.2)**. Das Nichtvorhandensein von Pkw-Stellplätzen am Veranstaltungsort sollte frühzeitig kommuniziert werden, um klimaschädliche Anreisen mit dem Pkw möglichst von vornherein unattraktiv zu machen **(H7.8)**. Auch das Mobilitätsverhalten von Kunstschaffenden kann zu einer Reduzierung der verkehrsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen. Falls vertraglich vereinbart, sollten Reisekosten nur bei der Nutzung klimafreundlicher Verkehrsmittel von Veranstaltenden übernommen werden **(H7.9)**.

#### Klimafreundlicher Lieferverkehr und Mobilität auf der Veranstaltung

Die Verkehrsemissionen durch die Anlieferung von Materialien, wie zum Beispiel Bühnenelementen, Cateringständen und Dekorationsmaterialien, haben einen erheblichen Einfluss auf den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck einer Veranstaltung. Um lange Anfahrtswege zu vermeiden, sind Kooperationen mit lokalen und regionalen Dienstleistungsunternehmen anzustreben (siehe Handlungsfeld Beschaffung und Catering). Auch beim eigenen Lieferverkehr sollte auf kurze Wege und eine möglichst zentrale Lagerung von Materialien geachtet werden **(H7.11)**. Hierfür bietet sich häufig die Kooperation mit Materiallagern an, wodurch gleichzeitig bereits genutzte Materialien wiederverwertet werden können (siehe Service- und Literaturteil Handlungsfeld Beschaffung und Catering).



Bei der Wahl des Transportmittels für die Anlieferung und den Binnenverkehr sollten klimafreundliche Lösungen berücksichtigt werden. Vor allem die Nutzung von Lastenfahrrädern ist für den Transport zu empfehlen, da die Klimabelastung dann am geringsten ist und diese zusätzlich eine platzsparende Alternative zum Lkw darstellen **(H7.12/7.13)**. Beispielsweise wird auf dem UMWELTFESTIVAL der GRÜNEN LIGA Berlin e.V. das Mehrweggeschirr mit Lastenrädern zu den Cateringständen und zur Spülstation transportiert (siehe Best Practices, Seite 13). Berlinweit gibt es mehrere Ausleihmöglichkeiten für Lastenfahrräder, die im Voraus reserviert werden können (siehe Service- und Literaturteil). Für kleinere Veranstaltungen kann es sinnvoll sein, sich im Kiez nach lokalen Ausleihmöglichkeiten umzuschauen, um sich längere Wege zu ersparen. Der Bau eines eigenen Lastenfahrrads unter Anleitung kann für manche Veranstaltende eine Alternative darstellen. Aber nicht nur Materialien für Stände oder Bühnen können auf Lastenfahrrädern transportiert werden, sondern auch fest installierte DJ Booths (DJ-Pulte) für Musik- und Free-open-Air-Veranstaltungen. Die Berliner Musikband 12Volt zum Beispiel reist zu ihren Auftritten mit dem Fahrrad an. Musikinstrumente und Verstärker werden auf dafür extra konstruierten Fahrradanhängern transportiert (siehe Best Practices, Seite 20). Beim Straßenumzug auf dem Karneval der Kulturen kommen emissionsfreie Plattformbühnen zum Einsatz, die per Hand oder mit Fahrrädern fortbewegt werden (siehe Best Practices, Seite 14).

Verkehrsmessung sowie Datenerhebung und Evaluation  
Um den Anteil der Emissionen des Besucher- und Lieferverkehrs an den gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen einer Veranstaltung zu erheben beziehungsweise zu schätzen, können Verkehrsaufkommen und Mobilitätsverhalten erfasst und ausgewertet werden (siehe Indikatoren) **(H7.15/7.16)**. Wichtige zu berücksichtigende Variablen für die Berechnung von Verkehrsemissionen sind beispielsweise:

- Verteilung des Transportaufkommens auf verschiedene Verkehrsmittel (sogenannter Modal Split beziehungsweise Verkehrsmittelwahl)
- zurückgelegte Wegstrecken (zum Beispiel durch Abfrage der Postleitzahl bei Veranstaltungsteilnehmenden)
- Anzahl der Veranstaltungsbesuchenden (einschließlich Anzahl der Personen pro Pkw bei der Anreise mit dem Auto)

Vor allem bei sich wiederholenden Veranstaltungen können durch Verkehrsmessungen Vergleiche hergestellt, Maßnahmen hinsichtlich ihres Erfolgs überprüft und neue Ziele abgeleitet werden. Unvermeidbare Verkehrsemissionen können durch Investitionen in Klimaschutzprojekte mithilfe von Agenturen kompensiert werden (siehe Service- und Literaturteil Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation) **(H7.17)**.

Abbildung 8: Modal Split (Verkehrsmittelwahl) von Besuchenden des Adventsökomarktes der GRÜNEN LIGA Berlin e.V. 2019

Quelle: vergleiche Faig, Jens Niklas (2020)

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
<b>Klimafreundlicher Personenverkehr</b>	
H7.1	<p><b>Zentral gelegene und gut angebundene Veranstaltungsorte</b>                      Bevorzugen Sie zentral gelegene Veranstaltungsorte mit gutem Anschluss an das ÖPNV-Netz und guter fußläufiger Erreichbarkeit. Berücksichtigen Sie das Prinzip der „kurzen Wege“.</p>
H7.2	<p><b>Kooperation mit Bike-Sharing-Anbietenden</b>                      Kooperieren Sie gegebenenfalls mit Bike-Sharing-Anbietenden. Achten Sie auf ausreichend Leihfahrräderstationen in der Nähe des Veranstaltungsorts (siehe Service- und Literaturteil).</p>
H7.3	<p><b>Ausreichend Fahrradstellplätze</b>                      Stellen Sie ausreichend Fahrradstellplätze sowie bewachte Abstellmöglichkeiten für Fahrräder (Fahrradparkstationen) zur Verfügung. Zusätzliches Servicepersonal sorgt für ein geregeltes Abstellen der Fahrräder und Platzmanagement vor der Veranstaltungsfläche. Bieten Sie gegebenenfalls Möglichkeiten zur Fahrradreparatur an durch Einbeziehung von Kooperationspartner*innen.</p>
H7.4	<p><b>Kooperation mit öffentlichen Verkehrsunternehmen</b>                      Bei Großveranstaltungen mit einer hohen Zahl an Besuchenden: Ermöglichen Sie eine vergünstigte oder kostenlose Nutzung des ÖPNV durch Kooperation mit öffentlichen Verkehrsunternehmen, zum Beispiel durch Sponsoring.</p>
H7.5	<p><b>Klimafreundlicher Shuttleservice</b>                      Bieten Sie einen klimafreundlichen Shuttleservice an, falls ein Veranstaltungsort nicht gut erreichbar ist, zum Beispiel mit energiearmen Bussen wie Erdgasfahrzeugen oder Elektrobussen (siehe Service- und Literaturteil).</p>
H7.6	<p><b>Orientierung an Fahrplänen des öffentlichen Nahverkehrs</b>                      Richten Sie die Veranstaltungszeiten an den Fahrplänen des ÖPNV aus. Informieren Sie Besuchende über Fahrpläne und Haltestellen im Vorfeld und vor Ort (siehe Service- und Literaturteil).</p>
H7.7	<p><b>Schaffen von Anreizen für eine klimafreundliche An- und Abreise</b>                      Schaffen Sie Anreize für die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Verkaufen Sie bei kostenpflichtigen Veranstaltungen Kombitickets, die gleichzeitig als Eintrittskarte und Fahrschein dienen. Nutzen Sie spezielle Mobilitätsangebote, zum Beispiel das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn.</p>
H7.8	<p><b>Parkverbote und Zufahrtsbeschränkungen</b>                      Schränken Sie die Anreise mit dem eigenen Pkw durch gebührenpflichtige Stellplatzflächen, Parkverbote oder Zufahrtsbeschränkungen auf dem Veranstaltungsgelände oder in der Umgebung ein. Kommunizieren Sie nicht vorhandene Parkmöglichkeiten.</p>
H7.9	<p><b>Klimafreundliche An-/Abreise von Kunst-/Kulturschaffenden</b>                      Engagieren Sie möglichst lokale oder regionale Kunst-/Kulturschaffende, Referierende oder Ausstellende ohne weite Anfahrtswege. Setzen Sie Anreize für eine klimafreundliche An- und Abreise, zum Beispiel durch vertragliche Regelungen.</p>
H7.10	<p><b>Alternativen zu Reisen</b>                      Prüfen Sie Alternativen zu Treffen vor Ort. Vielleicht können internationale Kunst-/Kulturschaffende oder Referierende mit einem weiteren Anreiseweg virtuell zu Ihrer Veranstaltung zugeschaltet werden.</p>
<b>Klimafreundlicher Lieferverkehr</b>	
H7.11	<p><b>Kurze Transportwege</b>                      Achten Sie auf kurze Transportwege zum Beispiel beim Einkauf oder bei der Miete von Veranstaltungsequipment.</p>
H7.12	<p><b>Emissionsarmer Lieferverkehr</b>                      Achten Sie darauf, dass der Lieferverkehr so emissionsarm wie möglich gestaltet ist, zum Beispiel durch den Einsatz von emissionsfreien Lastenrädern oder alternativ angetriebenen Fahrzeugen (siehe Service- und Literaturteil).</p>

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
H713	<b>Klimafreundlicher Binnenverkehr</b> Nutzen Sie klimafreundliche Alternativen für Transporte am Veranstaltungsort. Stellen Sie zum Beispiel Lastenräder für den Binnenverkehr bereit. Nutzen Sie dafür vorhandene Ausleihmöglichkeiten (siehe Service- und Literaturteil).
H714	<b>Einschränkung des motorisierten Lieferverkehrs</b> Schränken Sie den motorisierten Lieferverkehr ein, und regeln Sie zum Beispiel Lieferverkehrszeiten. Achten Sie zusätzlich auf eine Schadensfreiheit von insbesondere unversiegelten Flächen und solchen mit empfindlichem Bodenbelag.
<b>Erfassung des Verkehrsaufkommens und Evaluation</b>	
H715	<b>Abschätzung des Mobilitätsverhaltens</b> Schätzen Sie für die Planung eines klimafreundlichen Verkehrskonzepts und Umsetzung passgenauer Maßnahmen die Gästezahl Ihrer Veranstaltung ab, und schätzen Sie das Mobilitätsverhalten der Gäste zum Beispiel anhand der Lage des Veranstaltungsorts und der Distanz zu ÖPNV-Haltestellen ab.
H716	<b>Datenerhebung</b> Berechnen Sie das Verkehrsaufkommen Ihrer Veranstaltung sowie verkehrsbedingte CO <sub>2</sub> -Emissionen. Führen Sie zum Beispiel eine Umfrage auf Ihrer Veranstaltung durch, um herauszufinden, von wo und mit welchen Verkehrsmitteln Teilnehmende an- und abreisen (siehe Indikatoren).
H717	<b>Kompensation von unvermeidbaren Verkehrsemissionen</b> Kompensieren Sie nicht vermeidbare Verkehrsemissionen mithilfe von Kompensationsagenturen oder hochwertigen Klimaschutzprojekten (siehe Service- und Literaturteil Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation).

## INDIKATOREN

MOBILITÄTSZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Förderung eines klimafreundlichen Personenverkehrs	Gesamttransportleistung <b>Personenverkehr</b> pro Verkehrsmittel (zum Beispiel zu Fuß, Fahrrad, Pkw, ÖPNV, Flugzeug etc.) für die Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> <li>– An-/Abreise Besuchende</li> <li>– An-/Abreise Kunst-/Musik-/Kulturschaffende einer Veranstaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Schätzung, Befragung der Teilnehmenden zur Postleitzahl, Anreiseart, Auslastung (bei Pkw-Anreise)</li> <li>– Abfrage Kunst-/Musik- und Kulturschaffende</li> <li>– Berechnung der Entfernung zum Veranstaltungsort mithilfe eines Routenplaners</li> <li>– Berechnung der Beförderung von Personen in <b>Personenkilometern</b> (pkm)</li> <li>– (zurückgelegte Kilometer multipliziert mit Anzahl der Personen)</li> </ul>
	Modalsplit: Verteilung des Transportaufkommens auf verschiedene Verkehrsmittel (Modi) für den <b>Personenverkehr</b> ; differenziert nach An-/Abreise Besuchender und Kulturschaffender	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Erhebung und Umfrage</li> <li>– Auflistung nach Art und Anzahl</li> <li>– Anteil in Prozent der verschiedenen Verkehrsmittel</li> </ul>
	Entfernung zu nächstgelegenen Haltestellen des ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ermittlung des Radius von den Haltestellen zum Veranstaltungsort in Metern oder Kilometern</li> </ul>

MOBILITÄTSZIELE	INDIKATOREN	ERHEBUNG UND EINHEITEN
Vermeidung langer Transportwege und klimaschonende Organisation des Lieferverkehrs	Ermittlung Gesamttransportleistung <b>Güter-/Lieferverkehr</b> pro Verkehrsmittel (zum Beispiel Lastenrad, Hybrid-Pkw, Lkw 3,5 t) <ul style="list-style-type: none"> <li>– Anzahl Lieferanten</li> <li>– Transportstrecke</li> <li>– Transportvolumen, gegebenenfalls Füllungsgrad</li> <li>– Fahrzeugart</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Abfrage zu Anzahl der Fahrten und Berechnung Entfernung</li> <li>– Fahrtenbücher</li> <li>– Berechnung des Güter- und Lieferverkehrs in <b>Transportleistung</b> (tkm) (Multiplikation der beförderten Menge in Tonnen mit der Gesamtzahl zurückgelegter Wegstrecke in Kilometern)</li> </ul>
	Modalsplit: Verteilung des Transportaufkommens auf verschiedene Verkehrsmittel (Modi) für den <b>Güter-/Lieferverkehr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Erhebung und Umfrage</li> <li>– Auflistung nach Verkehrsmittelart und Anzahl der Lieferverkehre</li> <li>– Anteil in Prozent der Verkehrsmittelarten</li> </ul>
	Anteil Treibstoffverbrauch nicht erneuerbarer und erneuerbarer Energiequellen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Quittungen inklusive Treibstoffverbrauch</li> <li>– in Liter oder Joule oder Vielfachem (aus erneuerbaren Quellen)</li> <li>– Anteil Treibstoff aus erneuerbaren/nicht erneuerbaren Energien in Prozent</li> </ul>
Reduzierung verkehrsbedingter CO <sub>2</sub> -Emissionen durch die An- und Abreise der Besuchenden und den Lieferverkehr	Verkehrsbedingte CO <sub>2</sub> -Emissionen (in Verknüpfung mit Indikatoren Gesamttransportleistung und Treibstoffverbrauch)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– THG-Bilanzierung (siehe Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation)</li> <li>– in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (t CO<sub>2e</sub>)</li> </ul>

**SERVICE UND LITERATUR**

**Öffentlicher Nahverkehr, Fahrservices und Fahrplanauskunft**

BerlKönig

<https://www.berlkoenig.de>

BVG - Berliner Verkehrsbetriebe

<https://www.bvg.de/de>

BVG- Fahrplanauskunft

<https://fahrinfo.bvg.de/barrierefrei/bin/>

Clever Shuttle

<https://www.clevershuttle.de/>

Deutsche Bahn

<https://www.bahn.de/>

Der UmweltMobilCheck der DB

<https://www.umweltmobilcheck.de>

**Carsharing-Anbietende**

Blauer Engel - Informationen und Übersicht mit zertifizierten Unternehmen

<https://www.blauer-engel.de/de/produktwelt/alltag-wohnen/car-sharing/car-sharing-ausgabe-januar-2018>

**Anbietende in Berlin ohne feste Stellplätze**

MILES Mobility

<https://miles-mobility.com/home>

Share now

<https://www.share-now.com/de/de/berlin/>

SIXT share

<https://www.sixt.de/share/standorte/deutschland/berlin/#/>

WeShare

<https://www.we-share.io/en/>

**Anbietende in Berlin mit festen Stellplätzen**

Cambio Berlin

[https://www.cambio-carsharing.de/cms/carsharing/de/1/cms?cms\\_knschluesel=HOME&cms\\_Feurocode=BRL](https://www.cambio-carsharing.de/cms/carsharing/de/1/cms?cms_knschluesel=HOME&cms_Feurocode=BRL)

Flinkster

<https://anmeldung.flinkster.de/de/fahrzeuge-und-tarife>

Greenwheels

<https://www.greenwheels.de>

Stadtmobil Carsharing

<https://www.stadtmobil.de>

**Leihfahräder in Berlin**

Call a Bike

<https://www.callabike.de/de>

Donkey Republic

<https://www.donkey.bike/cities/bike-rental-berlin/>

nextbike

<https://www.nextbike.de/de/berlin/>**Lastenfahräder Verleih und Eigenbau**

flotte Berlin - powered by ADFC Berlin

<https://flotte-berlin.de/>

Kunst-Stoffe Berlin - Lastenradbau

<https://kunst-stoffe-berlin.de/lastenrad-eigenbau/>

Kunst-Stoffe Berlin - Lastenradverleih

<https://kunst-stoffe-berlin.de/lastenradverleih/>

Mobiles Dj Booth auf einem Fahrrad - Kollektiv Spieltrieb

<https://kollektiv-spieltrieb.de>

„Schön wie wir“ Berlin-Neukölln - Lastenfahrrädeerverleih

<https://www.schoen-wie-wir.de/machen/kiezhausmeister>

Velogut - Lastenräder für Berlin

<https://velogut.de/lastenradverleih/>**Mobile Fahrradwerkstätten**

like-your-bike - Mobile Fahrradwerkstatt (nördliches Berlin)

<https://like-your-bike.com>

OldGeorge - Mobile Fahrradwerkstatt (östliches Berlin und Brandenburg)

<http://www.oldgeorge.de>

RadAmbulanz - Mobile Fahrradwerkstatt (südwestliches Berlin)

<https://www.radambulanz.de>

Rad-Doc - Mobile Fahrradwerkstatt (südliches Berlin)

<https://rad-doc.berlin>

radsam - Mobile Fahrradwerkstatt (östliches Berlin)

<http://radsam.berlin>**Fahrradgarderoben für Veranstaltungen**

Bike Parking für Veranstaltungen

<https://www.bike-parking.net>

Fahrradgarderobe für Großveranstaltungen - Unternehmen aus Hamburg

<https://fahrradgarderobe.de>**WEITERE LINKS UND LITERATUR**

Handbuch für Emissionsfaktoren (HBEFA)

Umweltbundesamt

<https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr-laerm/emissionsdaten#handbuch-fur-emissionsfaktoren-hbefa>

Julie's Bicycle Practical Guide: Audience Travel (in Englisch)

[https://juliesbicycle.com/wp-content/uploads/2019/10/Audience\\_travel\\_guide\\_2015.pdf](https://juliesbicycle.com/wp-content/uploads/2019/10/Audience_travel_guide_2015.pdf)

Leitfaden zu Geschäftsreisen (VCD Verkehrsclub Deutschland e.V.)

[https://www.vcd.org/fileadmin/user\\_upload/Redaktion/Publikationsdatenbank/Tourismus/VCD\\_Leitfaden\\_Geschaeftsreisen\\_2008.pdf](https://www.vcd.org/fileadmin/user_upload/Redaktion/Publikationsdatenbank/Tourismus/VCD_Leitfaden_Geschaeftsreisen_2008.pdf)

Tipps zum Spritsparen VCD (Verkehrsclub Deutschland e.V.)

<https://www.vcd.org/artikel/schont-geldbeutel-und-umwelt/>**Bewertung und Links verschiedener Fahrzeuge**

Elektroautos - Fakten und Perspektiven und Autoumweltliste 2019/2020 (VCD Verkehrsclub Deutschland e.V.)

<https://www.vcd.org/artikel/unter-strom-elektroautos-fakten-und-perspektiven/>

Informationen zu Vor- und Nachteilen unterschiedlicher Antriebe bei Autos

EcoTopTen

<https://www.ecotopten.de/mobilitaet/autos>

Umweltzertifizierte Omnibusse (Blauer Engel)

<https://www.blauer-engel.de/de/produktwelt/alltag-wohnen/omnibusse>

## 5 FAZIT UND AUSBLICK

Der vorliegende Handlungsleitfaden stellt zahlreiche zum Teil sehr konkrete Maßnahmen zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen von Freiluftveranstaltungen im öffentlichen Raum vor. Der Handlungsleitfaden versteht sich als modulares Angebot, aus dem Veranstaltende sich die jeweils relevantesten und machbarsten Instrumente für ihre Veranstaltung „herauspicken“ können. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich der Handlungsleitfaden als aktuelle Maßnahmensammlung (Stand Februar 2021) versteht und keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

Trotzdem ist es das Ziel des Handlungsleitfadens, zum Standardwerk in der Veranstaltungsszene in Berlin zu werden. Darüber hinaus wünschen sich die Verfassenden, dass der Handlungsleitfaden in die Genehmigungspraxis der Berliner Verwaltung eingebunden wird.

Um der Herausforderung „Klimaneutrale Veranstaltungen umsetzen“ näherzukommen, soll der Handlungsleitfaden dazu beitragen, die Veranstaltungsakteur\*innen im Land Berlin zu unterstützen und ihnen Handlungskompetenz zu vermitteln. Denn nur gemeinsam und mit gegenseitiger Unterstützung können von Veranstaltungen ausgehende CO<sub>2</sub>-Emissionen signifikant reduziert werden. Dafür bedarf es des Engagements aller Beteiligten und vor allem des Willens zur Umsetzung.

Viele „gute Beispiele“ und proaktive Akteur\*innen (siehe Kapitel 3 Best-Practice-Beispiele) sind Inspiration, aber auch Gradmesser für klimarelevante Veränderungsmöglichkeiten. Dabei ist es entscheidend, die eigenen Handlungsspielräume zu kennen, zu nutzen und gegebenenfalls zu erweitern.

Im Handlungsleitfaden lassen sich in allen Handlungsfeldern Ansatzpunkte für die Gestaltung von Klimaschutzmaßnahmen identifizieren. So könnte im Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der große Beratungsbedarf der Veranstaltenden durch die Einrichtung einer entsprechenden Beratungsstelle aufgefangen werden. Im Rahmen der BEK-2030-Maßnahme „Stufenplan Klimaneutrale Veranstaltungen“ ist die Schaffung einer Kompetenzstelle für umweltfreundliche und klimaneutrale Veranstaltungen mit Beratungsfunktion zu prüfen.

Auf dem Weg zu einem klimaneutralen Berlin sind Infrastrukturmaßnahmen eine weitere wichtige Stellschraube. Für das Handlungsfeld Energieversorgung könnten beispielsweise die Einführung eines Ökostromtarifs als Standard für alle Veranstaltungen und die Erweiterung der Netzinfrastruktur durch die Anbindung von allen veranstaltungsrelevanten Plätzen an das Stromnetz zielführend sein. Im Handlungsfeld Abfallmanagement könnten die verpflichtende

Nutzung von Mehrweggeschirr auf Veranstaltungen und die damit einhergehende Entwicklung eines Ausleihsystems für Leihgeschirr sowie der Einsatz eines Geschirrspülmobils maßgebliche Maßnahmen darstellen.

Im Handlungsfeld Beschaffung und Catering könnten Ressourcen durch die Etablierung von gesetzlichen Vorgaben zum Umgang mit geretteten Lebensmitteln geschont werden. Auch eine bezirksübergreifende Erweiterung eines Lastenrad-Ausleihsystems und die Förderung von dezentralen Lagern in den Bezirken könnten im Handlungsfeld Mobilität zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen.

Um weitere CO<sub>2</sub>-Emissionen im Handlungsfeld Wasser und Sanitär zu reduzieren, könnte der Aufbau einer Infrastruktur mit Sanitäreinrichtungen an Orten mit häufig stattfindenden Veranstaltungen durch die Berliner Bezirke gefördert werden. Zudem könnte eine Verpflichtung zur Vorlage eines Klimaschutzkonzeptes für Veranstaltungen ab einer bestimmten Größe dazu beitragen, die Maßnahmen im Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation effektiver umzusetzen.

Wir hoffen, dass der Handlungsleitfaden allen Akteur\*innen sowie der Stadtgesellschaft nützliche Ansatzpunkte für die eigene Arbeit gibt, und wünschen viel Erfolg bei der Umsetzung.

Auf ein klimaneutrales Berlin 2050,  
Ihre GRÜNE LIGA Berlin e.V.

## 6 LITERATUR

### LEITFÄDEN UND LITERATUR ZUR DURCHFÜHRUNG EINER KLIMAFREUNDLICHEN VERANSTALTUNG

#### Leitfäden und Checklisten

A Greener Fête de la Musique Berlin (Birte Jung/Jacob Sylvester Bilabel (Green Music Initiative) im Auftrag des Bezirks Mitte und in Zusammenarbeit mit dem Musicboard Berlin und der Fête de la Musique

Download Handreichung

<https://www.fetedelamusique.de/wp-content/uploads/2020/06/GreenerFdM.pdf>

Download der Checklisten

[https://www.fetedelamusique.de/wp-content/uploads/2020/06/GreenerFdM\\_Checklisten.pdf](https://www.fetedelamusique.de/wp-content/uploads/2020/06/GreenerFdM_Checklisten.pdf)

Frei Raum Fibel - Wissenswertes über die selbstgemachte Stadt

[https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/sonderveroeffentlichungen/2016/freiraum-fibel-dl.pdf;jsessionid=C62375A3FB25EDB6824F444BA7D23E30.live11292?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/sonderveroeffentlichungen/2016/freiraum-fibel-dl.pdf;jsessionid=C62375A3FB25EDB6824F444BA7D23E30.live11292?__blob=publicationFile&v=1)

Green Champions 2.0 für nachhaltige Sportveranstaltungen  
Übersicht zu mehreren Veröffentlichungen für Klimaneutralität und Nachhaltigkeit bei Sportveranstaltungen

<https://www.green-champions.de/index.php?id=26&L=98>

Green Club Guide von clubliebe e. V.

[https://clubtopia.de/wp-content/uploads/2019/06/GREEN\\_CLUB\\_GUIDE\\_clubliebe\\_e.pdf](https://clubtopia.de/wp-content/uploads/2019/06/GREEN_CLUB_GUIDE_clubliebe_e.pdf)

Green Touring Guide - Ein Leitfaden für Musiker, Künstler und Tourmanager, Veranstalter, Venues und Bookingagenturen (Green Music Initiative/kollektiv)

[https://www.greentouring.net/downloads/GreenTouringGuide\\_DE.pdf](https://www.greentouring.net/downloads/GreenTouringGuide_DE.pdf)

Klimaneutrale Veranstaltungen (Energieagentur)

<https://broschueren.nordrheinwestfalendirekt.de/broschuerenservice/energieagentur/klimaneutrale-veranstaltungen-einfacher-als-gedacht/2962>

Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen

(Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)/Umweltbundesamt (UBA))

[https://www.bmu.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pool/Broschueren/veranstaltungsleitfaden\\_bf.pdf](https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/veranstaltungsleitfaden_bf.pdf)

Leitfaden für die umweltverträgliche Gestaltung von Open-Air-Veranstaltungen (Sounds for Nature)

[http://soundsfornature.eu/wp-content/uploads/SFN\\_Leitfaeden\\_web.pdf](http://soundsfornature.eu/wp-content/uploads/SFN_Leitfaeden_web.pdf)

Praxisleitfaden „klimaneutrale“ Lauf- und Sportevents - Klimaschutz bewegt! (Energie Agentur NRW)

Download Praxisleitfaden

„klimaneutrale“ Lauf - Nordrhein-Westfalen direktbro-schueeren.nordrheinwestfalendirekt.de › von › vom

Download Checklisten (unten auf der Seite)

<https://www.energieagentur.nrw/klimaschutz/klimaneutralitaet/klimaneutrale-sportveranstaltungen>

#### Ausgewählte Literatur

Große Ophoff, M. (Hrsg.) (2016): Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement. Green Meetings als Zukunftsprojekt für die Veranstaltungsbranche. DBU-Umweltkommunikation. Band 7. München: oekom verlag

Holzbaur, U. (2016): Events nachhaltig gestalten. Grundlagen und Leitfaden für die Konzeption und Umsetzung von Nachhaltigen Events. Wiesbaden: Gabler Verlag

Jones, M. (2018): Sustainable event management: A practical guide. 3. Auflage. Oxon, New York: Routledge

Jung, B. (2019): Eventisierungsdruck: Nachhaltige Nutzung öffentlicher Freiräume als Veranstaltungsorte - am Beispiel Berlin. Dissertation Technische Universität Berlin. URL: <http://dx.doi.org/10.14279/depositonce-9063>

## NETZWERKE UND PLATTFORMEN FÜR NACHHALTIGE, KLIMAFREUNDLICHE UND UMWELTFREUNDLICHE VERANSTALTUNGEN (NICHT VOLLUMFÄNGLICH)

### Netzwerke und Plattformen Deutschland

Green Events Hamburg

<https://greeneventshamburg.de>

### Netzwerke und Plattformen Österreich und Schweiz

Green Events Austria

[https://www.bmk.gv.at/themen/klima\\_umwelt/nachhaltigkeit/green\\_events/netzwerk/green\\_events\\_austria.html](https://www.bmk.gv.at/themen/klima_umwelt/nachhaltigkeit/green_events/netzwerk/green_events_austria.html)

Green Events Tirol

<https://www.greenevents-tirol.at/de/>

Saubere Veranstaltung – Plattform für Nachhaltige Sport- und Kulturevents

<https://saubere-veranstaltung.ch/Public/Page?pagelid=1>

Internationale Netzwerke und Plattformen  
(englischsprachig)

A Greener Festival (englische Version)

<https://www.agreenerfestival.com>

Julie's Bicycle

<https://juliesbicycle.com>

Sustainable Event Alliance

<https://thrive.sustainable-event-alliance.org>

Abschlussarbeiten der Beuth Hochschule für Technik Berlin

Faig, J. N. (2020): „Messungen des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks von Open Air Veranstaltungen in Berlin“, Beuth Hochschule für Technik Berlin, Masterarbeit zur Erlangung des Grades Master of Engineering

Grunke, P. P. (2019): „Analyse von Nachhaltigkeitsaspekten veranstaltungsbezogener Sanitärsysteme“, Beuth Hochschule für Technik Berlin, Bachelorarbeit zur Erlangung des Grades Bachelor of Engineering

Kanders, T. J. (2019): „Messung und Kontrolle der Klimaneutralität von urbanen Großveranstaltungen anhand von Fallstudien“, Beuth Hochschule für Technik Berlin, Masterarbeit zur Erlangung des Grades Master of Arts

# 7 ANHANG: CHECKLISTEN

## 7.1 Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation (H1)

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
<b>Datenerhebung und Evaluation von Klimaschutzzielen und -maßnahmen</b>		
H1.1	<p><b>Erstellung eines Klimaschutzkonzepts</b></p> <p>Entwickeln Sie ein Klimaschutzkonzept für Ihre Veranstaltung, das ein klimafreundliches Leitbild sowie konkrete Ziele und Maßnahmen beinhaltet. Kommunizieren Sie Ihr Klimaschutzkonzept mit allen in den Veranstaltungsprozess eingebundenen Akteur*innen im Vorfeld Ihrer Veranstaltung (Infokasten auf Seite 28).</p>	
H1.2	<p><b>Kontinuierliche Erhebung von Kennzahlen und Daten</b></p> <p>Messen Sie kontinuierlich Klima-/Umweltauswirkungen – so weit wie möglich –, und erheben Sie Kennzahlen wie etwa zum Abfallaufkommen oder Energieverbrauch (verschiedene Hilfestellungen für die Datenerhebung finden Sie innerhalb der Handlungsfelder).</p>	
H1.3	<p><b>Evaluation von Zielen und Maßnahmen</b></p> <p>Evaluieren Sie die Ziele und die mit diesen verbundenen Maßnahmen hinsichtlich der Zielerreichung, und passen Sie Ihr Klimaschutzkonzept an Veränderungen an.</p>	
H1.4	<p><b>Klimaschutz-/Umweltbericht</b></p> <p>Kommunizieren Sie mithilfe eines Klimaschutz-/Umweltberichts den Erfolg Ihrer Veranstaltung.</p>	
<b>Zertifizierung und CO<sub>2</sub>-Fußabdruck</b>		
H1.5	<p><b>CO<sub>2</sub>-Bilanzierung</b></p> <p>Erstellen Sie einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für Ihre Veranstaltung. Verschiedene Dienstleistungsunternehmen sowie CO<sub>2</sub>-Rechner können Sie dabei unterstützen (siehe Service- und Literaturteil).</p>	
H1.6	<p><b>CO<sub>2</sub>-Kompensation</b></p> <p>Kompensieren Sie nicht vermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen mithilfe von zertifizierten Kompensationsagenturen oder durch Investitionen in zertifizierte Projekte. Achten Sie bei der Kompensation auf Qualität von Anbietenden sowie Angebot (GoldStandard, weitere Informationen hierzu im Service- und Literaturteil).</p>	

## 7.2 Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit (H2)

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
<b>Interne Kommunikation</b>		
H2.1	<p><b>Einbindung des Veranstaltungsteams und Benennen einer oder eines Klimaschutzbeauftragten</b></p> <p>Binden Sie Ihr Team in Ihr Vorhaben ein. Benennen Sie eine qualifizierte Klimaschutz-/Umweltbeauftragte oder einen qualifizierten Klimaschutz-/Umweltbeauftragten, oder benennen Sie eine Person als direkte* Ansprechpartner*in.</p>	
H2.2	<p><b>Informationen und Schulungen</b></p> <p>Klären Sie Ihr Team über die Wichtigkeit klimaneutralen Handelns auf. Stellen Sie Informationsmaterialien zur Verfügung (zum Beispiel diesen Handlungsleitfaden), oder bieten Sie gegebenenfalls eine Schulung zum Thema klimaneutrale Veranstaltungen an (siehe Service- und Literaturteil Datenerhebung und Evaluation).</p>	

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
H2.3	<b>Einbindung von weiteren Stakeholder*innen</b> Binden Sie wichtige Stakeholder*innen von Anfang an in die Veranstaltungsplanung mit ein, und sorgen Sie für eine intensive Informationsarbeit für Standbetreibende und Subunternehmer*innen.	
H2.4	<b>Einbindung von Anwohnenden und lokalem Gewerbe</b> Beziehen Sie auch Anwohnende und Gewerbetreibende aus der direkten Umgebung des Veranstaltungsorts mit in die Veranstaltungsplanung ein. Informieren Sie diese über Ihre Klimaschutzziele und Vermeidungsstrategien (zum Beispiel zusätzliches Abfallaufkommen/Vermüllung durch To-go-Becher aus den umliegenden Cafés, Kiosken oder Restaurants).	
H2.5	<b>Schaffen von Anreizen für Händler*innen</b> Schaffen Sie Anreize für Händler*innen, zum Beispiel Labeling, niedrige Platzgebühr für klimafreundliche Stände oder Wegfall der Gebühr für den klimafreundlichsten Stand.	
H2.6	<b>Fokus auf nachhaltige/klimafreundliche Dienstleistungs- und Sponsoringunternehmen</b> Kooperieren Sie mit Dienstleistungs- und Sponsoringunternehmen, die klimaneutral handeln oder/und Klimaziele Ihrer Veranstaltung unterstützen (zum Beispiel durch gemeinsame Nutzung/ gemeinsamen Austausch von Materialien oder Veranstaltungstechnik).	
<b>Externe (Besucher-)Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b>		
H2.7	<b>Intensive Öffentlichkeitsarbeit</b> Sorgen Sie für eine intensive Informations- und Öffentlichkeitsarbeit für Besuchende. Verbreiten Sie Ihre Klimaschutzziele und -maßnahmen über (digitale) Kommunikationskanäle (zum Beispiel über die eigene Website, Newsletter, Social Media, interne/externe Verteiler), über Presse/Medien. Legen Sie den Fokus auf eine digitale, papierlose Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.	
H2.8	<b>Persönliche Kommunikation vor Ort</b> Seien Sie vor Ort präsent, und kommunizieren Sie beziehungsweise Ihre Mitarbeitenden Klimaziele im Veranstaltungsbereich.	
H2.9	<b>Kommunikationskampagne</b> Führen Sie eine Kommunikationskampagne durch. Achten Sie auf eine zielgruppenspezifische Sprache und auf verständliche Informationsmaterialien. Berücksichtigen Sie eine niedrigschwellige Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit für ein breites Publikum, zum Beispiel durch Bewegtbilder. Vielleicht finden Sie bekannte Künstler*innen oder Influencer*innen, andere prominente Personen oder ein Netzwerk, die Sie dabei unterstützen, Ihre Klimaziele ans Publikum zu übermitteln.	
H2.10	<b>Setzen eines Leitthemas oder Mottos</b> Setzen Sie ein Klimaschutzmotto oder -leitthema, und schaffen Sie eine „grüne“ Marke. So bleibt Ihr Klimaschutzengagement im Gedächtnis.	
H2.11	<b>Umweltbildung auf der Veranstaltung</b> Klären Sie darüber hinaus über klimaneutrales Handeln auf, und geben Sie Tipps für den Alltag. Greifen Sie zum Beispiel das Thema Energie mithilfe einer Fahrraddisko im Veranstaltungsprogramm spielerisch oder künstlerisch auf.	
H2.12	<b>Anreize für Besuchende und Teilnehmende</b> Schaffen Sie Anreize für klimaneutrales Handeln, und beteiligen Sie Besuchende, zum Beispiel durch Wettbewerbe, Vergünstigungen für die Anreise mit dem ÖPNV oder durch Mitmachaktionen.	

### 7.3 Handlungsfeld Energieversorgung (H3)

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
<b>Bezug des Stroms und Stromqualität</b>		
H3.1	<b>Nutzung bestehender Stromanschlüsse</b> Nutzen Sie – soweit vorhanden – die bestehende Energieinfrastruktur im öffentlichen Raum.	
H3.2	<b>Ökostrom</b> Beziehen Sie – falls möglich – zertifizierten Ökostrom, zum Beispiel durch das „Grüner Strom“-Label (siehe Service- und Literaturteil).	
H3.3	<b>Verzicht auf Benzin-/Dieselgeneratoren</b> Falls kein Stromanschluss vorhanden ist: Verzichten Sie auf benzin- und dieselbetriebene Stromaggregate. Wenn ein Verzicht nicht möglich ist: Kalkulieren Sie die richtige Größe des Generators entsprechend der benötigten Leistung, und vermeiden Sie so Überkapazitäten. Eine Energieberaterin oder ein Energieberater kann Sie dabei unterstützen (siehe Service- und Literaturteil).	
H3.4	<b>Nutzung klimafreundlicher Stromalternativen</b> Nutzen Sie klimafreundliche Akkulösungen, hybride Generatoren und alternative Stromerzeugungsmaßnahmen aus erneuerbaren Energien, zum Beispiel mobile Solaranlagen, wasserstoffbetriebene Generatoren oder Stromerzeugung durch Fahrräder (siehe Service- und Literaturteil).	
<b>Veranstaltungstechnik und Effizienz</b>		
H3.5	<b>Energieeffiziente Veranstaltungs- und Lichttechnik</b> Verwenden Sie energieeffiziente und -sparsame Veranstaltungs- und Lichttechnik sowie Niedrigenergiegeräte, zum Beispiel energiesparende Kühlgeräte oder Händetrockner im Sanitärbereich, LED-Screens auf Bühnen, LED-Lampen.	
H3.6	<b>Ausschalten von nicht benutzten Geräten</b> Schalten Sie nicht benutzte Geräte und Veranstaltungstechnik aus. Auch der Stand-by-Modus verbraucht Strom. Verwenden Sie schaltbare Steckdosenleisten.	
H3.7	<b>Wärmespeicherung/Energieeffizienz für beheizte Festzelte</b> Bei Veranstaltungen mit Zelten: Verwenden Sie isolierte Zeltplanen zur Dämmung und Wärmespeicherung von Zelten. Achten Sie auf richtiges Lüften und Heizen (siehe Service- und Literaturteil).	
H3.8	<b>Vermeidung von Heizpilzen und Standheizungen</b> Vermeiden Sie Wärmequellen wie Gas- oder Elektroheizpilze und andere Standheizungen.	
<b>Energieplanung und -beratung</b>		
H3.9	<b>Planung und Schätzung des Energiebedarfs</b> Planen Sie Ihren Energiebedarf. Listen Sie zum Beispiel alle auf einer Veranstaltung eingesetzte, energieverbrauchende Technik auf, nennen Sie Art und Dauer des Strombezugs Ihrer Veranstaltung sowie Maßnahmen zur Energieeinsparung.	
H3.10	<b>Monitoring und Evaluation des Energiebedarfs</b> Messen Sie den Stromverbrauch, und erheben Sie weitere Kennzahlen (siehe Indikatoren), um Einsparungspotenziale herauszufinden und Maßnahmen zur Energieeinsparung zu evaluieren. Setzen Sie sich ein klares Reduzierungsziel (siehe Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation, Seite 27).	
H3.11	<b>Energieberatung</b> Suchen Sie bei Bedarf eine Beratungsstelle für eine energieeffiziente Durchführung von Veranstaltungen auf. Eine zertifizierte Energieberaterin oder ein*e zertifizierte*r Energieberater*in kann Sie dabei unterstützen, wie Sie bei Ihrer Veranstaltung Strom (und Geld) sparen können (siehe Service- und Literaturteil).	

## 7.4 Handlungsfeld Abfallmanagement (H4)

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
<b>Einsatz von Mehrweggeschirr und -verpackungen</b>		
H4.1	<p><b>Mehrweg- statt Einweggeschirr</b> Verwenden Sie ausschließlich wiederbenutzbares Mehrweggeschirr, -becher und -besteck. Verboten Sie die Benutzung von Einweggeschirr für Cateringunternehmen und Ausstellende. Kontrollieren Sie deren erfolgreiche Nutzung von Mehrwegsystemen (Kontaktadressen für den Verleih von Mehrwegsystemen und Informationen zu Hygienebestimmungen finden Sie im Service- und Literaturteil).</p>	
H4.2	<p><b>Auswahl regionaler Anbietender für Geschirr- und Spülmobilverleih</b> Achten Sie bei der Auswahl eines Mehrweggeschirr- oder Spülmobilverleihs auf die Regionalität der Anbietenden (siehe auch Handlungsfelder Mobilität/Beschaffung und Catering).</p>	
H4.3	<p><b>(Finanzielle) Unterstützung durch externe Kooperationspartner*innen</b> Suchen Sie gegebenenfalls nach Kooperationspartner*innen und Sponsor*innen für das auf Ihrer Veranstaltung eingesetzte Mehrwegsystem. Greifen Sie auf bereits bestehende Bechersysteme zurück (siehe Service- und Literaturteil).</p>	
H4.4	<p><b>Geschirrverleih für Händler*innen</b> Schaffen Sie die Möglichkeit zum Geschirrverleih für Händler*innen, und richten Sie gegebenenfalls Spülstellen vor Ort ein. Achten Sie beim Einsatz von Industriegeschirrspülern auf das Vorhandensein von Starkstromanschlüssen, oder lassen Sie Geschirrspüler gegebenenfalls umrüsten.</p>	
H4.5	<p><b>Einheitliches Pfand- und Rückgabesystem</b> Achten Sie auf ein einheitliches Pfand- und Rückgabesystem. Als Pfand empfiehlt sich zum Beispiel ein Betrag zwischen ein und 2 Euro pro Geschirrtteil. Ausreichend Mehrweggeschirr-Rücknahmestellen an zentralen Punkten, zum Beispiel an Sanitärreinrichtungen und Hauptwegen, oder eine einheitliche Rücknahme, zum Beispiel an allen Essensständen, erhöhen die Rücknahmequote des Mehrweggeschirrs.</p>	
H4.6	<p><b>Alternativen für Veranstaltungen ohne Mehrwegsystem</b> Motivieren Sie die Besuchenden, eigene Becher, eigenes Geschirr und Besteck von zu Hause mitnehmen. Ermöglichen Sie gegebenenfalls den käuflichen Erwerb von Mehrwegbechern. Bieten Sie Essen auf die Hand („Fingerfood“) an.</p>	
H4.7	<p><b>Kostenlose Bereitstellung von Leitungswasser</b> Stellen Sie allen Teilnehmenden kostenlos Leitungswasser zur Verfügung, zum Beispiel mithilfe von Trinkwasserzapfstellen. Motivieren Sie Teilnehmende zur Mitnahme von wiederverwendbaren Trinkflaschen.</p>	
H4.8	<p><b>Verbot von Einwegflaschen auf dem Veranstaltungsgelände</b> Verboten Sie die Mitnahme von Getränken in Einwegflaschen/-bechern (wie aus Plastik, Metall, Pappe).</p>	
H4.9	<p><b>Verbot von Einwegartikeln</b> Verboten Sie Einwegartikel (zum Beispiel Strohhalm, Plastiktüten). Bieten Sie Alternativen wie Strohhalm aus Metall, (gespendete) Jutebeutel oder Stoffservietten (mit Pfand) an.</p>	
H4.10	<p><b>Mehrweg- und Großverpackungen</b> Setzen Sie Mehrweg- oder Großverpackungen zum Beispiel bei Getränken ein, oder verpflichten Sie Standbetreibende zum Einsatz. Verwenden Sie keine Einzelpartionsverpackungen, zum Beispiel bei Senf oder Ketchup, sondern verwenden Sie unter anderem Ketchup-Spender. Falls nicht möglich: Achten Sie auf die Recyclefähigkeit von Verpackungen.</p>	

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
H4.11	<b>Verpflichtung zur Wiedermithnahme von Verpackungen</b> Verpflichten Sie Liefernde oder Standbetreibende, Verpackungsmaterialien oder große Verpackungen wieder mitzunehmen.	
<b>Verringerung von Veranstaltungsmaterialien, Printprodukten und Give-aways</b>		
H4.12	<b>Fokus auf digitale Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> Legen Sie den Fokus auf eine digitale Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit bei Ihrer Veranstaltung (zum Beispiel über eine Veranstaltungswebsite, die Einbindung von Social-Media-Kanälen etc.). Fertigen Sie sämtliche veranstaltungsrelevante Drucksachen (Programme, Flyer, Poster) nach dem Prinzip des minimalen Ressourcenaufwands an (wie geringe Auflagen, kleines Druckformat, doppelseitige Kopien auf Recyclingpapier).	
H4.13	<b>Verringerung von Flyern und Give-aways</b> Sie und Ihre Sponsor*innen sollten nach Möglichkeit auf Flyer, Werbeartikel und Give-aways verzichten. Falls nicht möglich: Achten Sie auf deren Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und Wiederverwendbarkeit (zum Beispiel bedruckte Jutebeutel; siehe Handlungsfeld Beschaffung und Catering).	
H4.14	<b>Wiederverwendung von Veranstaltungsmaterialien</b> Verwenden Sie Materialien (wie Ständer, Rollups, Dekoration etc.) und Bauteile von zum Beispiel Ausstellungsständen wieder, beziehungsweise achten Sie auf deren Umweltfreundlichkeit und Recyclefähigkeit. Stellen Sie Händler*innen und Ausstellenden wiederverwendbare Ausstellungsstände zur Verfügung.	
H4.15	<b>Weitergabe von Materialien</b> Geben Sie nicht mehr benötigte Materialien an Sammelstellen weiter. Richten Sie gegebenenfalls Sammelstellen (Reuse-/Upycling-Boxen) auf Ihrer Veranstaltung ein.	
	(Für weitere Handlungsempfehlungen siehe Handlungsfeld Beschaffung und Catering.)	
<b>Abfalltrennung und -entsorgung</b>		
H4.16	<b>Abfalltrennung nach verschiedenen Fraktionen</b> Trennen Sie bestmöglich Abfall auf Ihrer Veranstaltung nach den verschiedenen Trennfraktionen. Stimmen Sie sich hierzu auch mit den zuständigen Entsorgungsunternehmen ab.	
H4.17	<b>Ausreichende Anzahl an Abfallbehältern</b> Verwenden Sie ausreichend Abfallbehälter mit großen Öffnungen. Öffnen Sie diese falls möglich.	
H4.18	<b>Positionierung von Abfallbehältern</b> Achten Sie auf eine übersichtliche Positionierung der Trennbehälter an zentralen Orten, insbesondere an Essens- und Verkaufsständen, siehe Handlungsempfehlungen „Erstellung Abfallhandlungskonzept“.	
H4.19	<b>Kennzeichnung und Leerung von Abfallbehältern</b> Achten Sie auf eine eindeutige Kennzeichnung der Behälter, zum Beispiel durch einheitliche Piktogramme und Farbleitsysteme. Planen Sie eine regelmäßige Leerung beziehungsweise einen Austausch von vollen Abfallbehältern ein. Stimmen Sie dies mit den Entsorgungsunternehmen ab, und setzen Sie gegebenenfalls unterstützendes Servicepersonal oder Abfallsammelnde ein.	
H4.20	<b>Getrennte Abfallsammlungen für Händler*innen</b> Errichten Sie getrennte, gut ersichtliche und schnell zugängliche Abfallbehälter für Händler*innen (sogenannte Müllinseln oder Recycle-Bars).	
H4.21	<b>Beseitigung von Littering</b> Sorgen Sie dafür, dass ungeordneter Abfall (Littering) umgehend, zum Beispiel durch Servicepersonal, beseitigt wird.	

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
H4.22	<b>Unterstützung durch Abfallsammelnde und Servicepersonal</b> Sorgen Sie für eine optimale Präsenz von Abfallsammelnden als einer Art „Kontrollleur*innen“, Ansprechpartner*innen oder Servicepersonal und zur Unterstützung der Abfalltrennung/-entsorgung.	
H4.23	<b>Abfallentsorgung auf Wochenmärkten</b> Kontrollieren Sie, ob Standbetreibende ihren Abfall mit nach Hause nehmen. Verpflichten Sie Cater*innen auf Wochenmärkten, extra Abfallbehälter neben ihrem Stand aufzustellen.	
<b>Erstellung eines Abfallhandlungskonzepts und Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu klimafreundlichen Abfallzielen</b>		
H4.24	<b>Abfallhandlungskonzept</b> Erstellen Sie ein Abfallkonzept für Ihre Veranstaltung und verpflichten Sie Standbetreibende und Subunternehmer*innen darauf, dieses einzuhalten. Kennzeichnen Sie im Abfallkonzept unterschiedliche Zonen (zum Beispiel Bühnenbereich, Gastronomie), und passen Sie das Abfallkonzept darauf an.	
H4.25	<b>Erhebung von Abfallkennzahlen/-daten</b> Erheben Sie Abfallkennzahlen, um Abfallvermeidungsmaßnahmen und Ziele auf ihren Erfolg zu überprüfen. Kommunizieren Sie diese Zahlen transparent mithilfe eines Abfallberichts.	
H4.26	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu klimafreundlichen Abfallzielen</b> Informieren und kommunizieren Sie über Abfallvermeidung, -trennung und -ziele Ihrer Veranstaltung mit allen Akteur*innen (Öffentlichkeitsarbeit).	
H4.27	<b>Einbeziehung von Stakeholder*innen</b> Beziehen Sie abfallrelevante Akteur*innen und Gewerbetreibende in der Umgebung des Veranstaltungsorts (zum Beispiel Café- und Kioskbetreibende) in die Veranstaltungsplanung mit ein, und schaffen Sie Akzeptanz für einzelne Umweltmaßnahmen, zum Beispiel Einhaltung eines Flaschenverbots.	
Ausführliche Handlungsempfehlungen zum Thema Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit finden sich im entsprechenden Handlungsfeld.		

#### 4.5 Handlungsfeld Beschaffung und Catering (H5)

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
<b>Klimafreundliche Beschaffung</b>		
H5.1	<b>Bedarfsprüfung und Verwendung von Produkten mit guter Ökobilanz</b> Überprüfen Sie zuerst, ob ein Bedarf besteht. Achten Sie bei der (Neu-)Beschaffung von Produkten auf eine gute Ökobilanz, Langlebigkeit, Handhabbarkeit, Reparaturmöglichkeiten sowie Recyclingfähigkeit.	
H5.2	<b>Ausleihbare Ausstattung</b> Nutzen Sie ausleihbare Ausstattung, zum Beispiel über zentrale Vergaberegister (siehe Handlungsfeld Abfallmanagement, Service- und Literaturteil, Seite 52).	
H5.3	<b>Produkte aus nachhaltigen Ressourcen/nachhaltigem Anbau</b> Verwenden Sie Produkte aus nachwachsenden Ressourcen und/oder nachhaltigem Anbau (zum Beispiel Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft), und achten Sie auf entsprechende Kennzeichen (Labelübersicht auf Seite 59).	
H5.4	<b>Recycelte und recycelbare Produkte</b> Verwenden Sie recycelte und recycelbare Produkte, zum Beispiel Recyclingpapier mit Umweltzeichen (Labelübersicht auf Seite 59).	

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
H5.5	<b>Zusammenarbeit mit nachhaltigen Unternehmen</b> Arbeiten Sie bevorzugt mit nachhaltigen Unternehmen zusammen; zum Beispiel mit umweltfreundlichen Druckereien, Anbietenden von Social Drinks etc. (siehe Service- und Literaturteil).	
<b>Klimafreundliches Catering und Bezug von Lebensmitteln</b>		
H5.6	<b>Bezug von regionalen, saisonalen und ökologischen Lebensmitteln</b> Beziehen und verarbeiten Sie bevorzugt saisonale Lebensmittel aus regionalem und ökologischem Anbau. Orientieren Sie sich bei der Auswahl des gastronomischen Angebots am Saisonkalender. Nutzen Sie das Getränkeangebot von regionalen Abfüllern.	
H5.7	<b>Reduzierung von tierischen Lebensmitteln</b> Bevorzugen Sie vegetarische und vegane Gerichte. Achten Sie bei Fleisch- und tierischen Produkten auf artgerechte Tierhaltung.	
H5.8	<b>Zertifikate und Label</b> Achten Sie auf Zertifikate (zum Beispiel EU-Bio-Siegel, Fairtrade) bei der Auswahl von Lebensmitteln und Zuliefernden (siehe Übersicht auf Seite 58 und 59).	
H5.9	<b>Regionale Cateringunternehmen/Zuliefernde und Bezug</b> Arbeiten Sie mit Cateringunternehmen und Zuliefernden aus der Region zusammen. Nutzen Sie regionale Einkaufsstellen, und/oder kaufen Sie direkt beim Produzenten. Vermeiden Sie unnötige Transporte (siehe Handlungsfeld Mobilität).	
H5.10	<b>Vermeidung von Lebensmittelabfällen</b> Ermitteln Sie den Bedarf an Lebensmitteln. Kalkulieren und organisieren Sie das Catering entsprechend. Beachten Sie die optimale Lagerung von Lebensmitteln, damit Produkte nicht entsorgt werden müssen. Klären Sie Händler*innen darüber auf.	
H5.11	<b>Einbindung von Foodsharing-Unternehmen</b> Binden Sie rechtzeitig Foodsharing-/Foodsaving-Anbietende (zum Beispiel Berliner Tafel, Zero-Waste-Restaurants) ein. Reichen Sie bei einer Veranstaltung übrig gebliebene und noch verzehrfähige Lebensmittel an diese weiter unter Berücksichtigung geltender Hygienevorschriften (siehe Service- und Literaturteil).	
H5.12	<b>Fachgerechte Entsorgung von Lebensmitteln</b> Nicht mehr verzehrfähige Lebensmittel und Reste sind über die gewerbliche Speiseresteentsorgung zu entsorgen (siehe Handlungsfeld Abfallmanagement).	
<b>Kommunikation und Anreize für eine klimafreundliche Beschaffung und ein klimafreundliches Catering (siehe auch Handlungsfeld Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit)</b>		
H5.13	<b>Information und Einbindung von Stakeholder*innen</b> Informieren Sie rechtzeitig Händler*innen, Cateringunternehmen und Dienstleistende zu Maßnahmen für klimafreundliches Catering und klimafreundliche Beschaffung (zum Beispiel fleischloses Catering). Binden Sie Stakeholder*innen rechtzeitig ein. Stellen Sie gegebenenfalls Informationen bereit, zum Beispiel auf der Veranstaltungswebsite.	
H5.14	<b>Sensibilisierung klimafreundliche Beschaffung und klimafreundliches Catering auf der Veranstaltung</b> Stärken Sie das Bewusstsein, und sensibilisieren Sie Veranstaltungsbesuchende für eine klimafreundliche Beschaffung und ein klimafreundliches Catering (zum Beispiel durch Informationstafeln und Workshops vor Ort zum Thema Foodwaste).	
H5.15	<b>Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten auf der Veranstaltung</b> Kennzeichnen Sie klimafreundliche Verpflegungsstände, Produkte und Lebensmittel auf Ihrer Veranstaltung. Nennen Sie zum Beispiel den CO <sub>2</sub> -Fußabdruck von verschiedenen Gerichten.	

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
H5.16	<b>Vertragliche Vereinbarung</b> Verpflichten Sie Cateringunternehmen in Ihren Teilnahmebedingungen oder allgemeinen Geschäftsbedingungen zu klimafreundlichen Speiseangeboten (zum Beispiel mindestens ein vegetarisches und veganes Angebot auf einer Veranstaltung oder ausschließliche Verwendung von Lebensmitteln aus ökologischem Anbau).	
H5.17	<b>Anreize für klimafreundliche Standbetreibende</b> Schaffen Sie (finanzielle) Anreize für Standbetreibende mit einer hohen Anzahl an ökologischen, fair gehandelten und regionalen Produkten. Teilen Sie diesen zum Beispiel besonders zentrale und attraktive Standflächen auf dem Veranstaltungsgelände zu, oder erlassen Sie ihnen einen Teil der Standgebühren.	

## 7.6 Handlungsfeld Wasser und Sanitär (H6)

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
<b>Allgemeine Aspekte</b>		
H6.1	<b>Auf vorhandene Infrastruktur achten</b> Bevorzugen Sie Veranstaltungsorte, bei denen das öffentliche Trink- und Abwassernetz genutzt werden kann.	
H6.2	<b>Rücksicht auf die Umwelt nehmen bei der Wahl des Veranstaltungsorts</b> Berücksichtigen Sie bei der Wahl des Veranstaltungsorts auch die Umgebung. Vermeiden Sie Veranstaltungsorte in der Nähe von Wasser- und Naturschutzgebieten. Besondere Vorsicht ist in Trinkwassereinzugsgebieten geboten.	
<b>Sparsamer Umgang mit der Ressource Wasser</b>		
H6.3	<b>Effiziente Technik einsetzen</b> Achten Sie auf dichte Wasserhähne sowie -schläuche und nutzen Sie Strahlregler bei Wasserhähnen zur Regulierung und Einsparung von Wasser.	
H6.4	<b>Wasserverbrauch messen</b> Sammeln Sie Daten zum Trinkwasserverbrauch auf Ihrer Veranstaltung, und schätzen Sie Abwassermengen mithilfe von Catering- oder sonstigen Dienstleistungsunternehmen.	
<b>Bereich Catering</b>		
H6.5	<b>Fachgerechte Abwasserentsorgung sicherstellen</b> Handeln Sie nach den Vorschriften zur fachgerechten Entsorgung von Abwasser (siehe Service- und Literaturteil).	
H6.6	<b>Nutzung von Fettabscheidern</b> Nutzen Sie Fettabscheider zur Trennung von Fetten und Ölen vom Abwasser. Informieren Sie Cater*innen über die ordnungsgemäße Entsorgung von Altfetten und -ölen.	
H6.7	<b>Mobile Abwassersammelstellen bereitstellen</b> Stellen Sie mobile Abwassersammelstellen bereit, falls kein Anschluss an die Kanalisation vorhanden ist.	
H6.8	<b>Umweltverträgliche Spül- und Reinigungsmittel verwenden</b> Nutzen Sie ausschließlich biologisch abbaubare Spül- und Reinigungsmittel (siehe Service- und Literaturteil).	
<b>Bereich Sanitär</b>		
H6.9	<b>Ausreichend saubere Sanitäranlagen zur Verfügung stellen</b> Stellen Sie eine ausreichende Anzahl sauberer Sanitäranlagen zur Verfügung. Orientieren Sie sich bei der Berechnung an der MVStättVO (siehe Service- und Literaturteil).	

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
H6.10	<b>Sanitäranlagen mit Anschluss an das öffentliche Wasser-/Abwassernetz bevorzugen</b> Nutzen Sie möglichst wassergespülte Toilettenanlagen mit Anschluss an das Trink-/Abwassernetz.	
H6.11	<b>Bei wasserlosen Sanitärsystemen auf Umweltverträglichkeit achten</b> Wenn nur der Einsatz nicht wasserführender Sanitäranlagen infrage kommt, sind umweltverträgliche Sanitäranlagen wie Kompost- oder Trenntoiletten zu bevorzugen.	
H6.12	<b>Kläranlagenverträgliche Sanitärzusätze verwenden</b> Chemietoiletten sollten nur verwendet werden, wenn keine anderen Optionen möglich sind. Achten sie in diesem Fall auf den Einsatz kläranlagenverträglicher Sanitärzusätze.	
H6.13	<b>Verwendung von Recycling-Toilettenpapier und umweltverträglichen Seifen</b> Verwenden Sie zertifiziertes Recycling-Toilettenpapier. Greifen Sie wegen des geringeren Wasserverbrauchs in der Herstellung auf Trockenseife zurück, und nutzen Sie nachfüllbare Seifenspender mit Dosierfunktion (siehe Service- und Literaturteil).	
H6.14	<b>Mitnutzung von vorhandenen Toiletten</b> Nutzen Sie öffentliche Toiletten in der Umgebung. Sprechen Sie bei kleinen Veranstaltungen mit einer geringen Personenzahl mit den Betreibenden anliegender Cafés oder Restaurants. Vielleicht lässt sich eine Mitbenutzung der Sanitäranlagen gegen eine Nutzungspauschale vereinbaren.	

#### 4.7 Handlungsfeld Mobilität (Personen- und Lieferverkehr) H7

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
<b>Klimafreundlicher Personenverkehr</b>		
H7.1	<b>Zentral gelegene und gut angebundene Veranstaltungsorte</b> Bevorzugen Sie zentral gelegene Veranstaltungsorte mit gutem Anschluss an das ÖPNV-Netz und guter fußläufiger Erreichbarkeit. Berücksichtigen Sie das Prinzip der „kurzen Wege“.	
H7.2	<b>Kooperation mit Bike-Sharing-Anbietenden</b> Kooperieren Sie gegebenenfalls mit Bike-Sharing-Anbietenden. Achten Sie auf ausreichend Leihfahrräderstationen in der Nähe des Veranstaltungsorts (siehe Service- und Literaturteil).	
H7.3	<b>Ausreichend Fahrradstellplätze</b> Stellen Sie ausreichend Fahrradstellplätze sowie bewachte Abstellmöglichkeiten für Fahrräder (Fahrradparkstationen) zur Verfügung. Zusätzliches Servicepersonal sorgt für ein geregeltes Abstellen der Fahrräder und Platzmanagement vor der Veranstaltungsfläche. Bieten Sie gegebenenfalls Möglichkeiten zur Fahrradreparatur an durch Einbeziehung von Kooperationspartner*innen.	
H7.4	<b>Kooperation mit öffentlichen Verkehrsunternehmen</b> Bei Großveranstaltungen mit einer hohen Zahl an Besuchenden: Ermöglichen Sie eine vergünstigte oder kostenlose Nutzung des ÖPNV durch Kooperation mit öffentlichen Verkehrsunternehmen, zum Beispiel durch Sponsoring.	
H7.5	<b>Klimafreundlicher Shuttleservice</b> Bieten Sie einen klimafreundlichen Shuttleservice an, falls ein Veranstaltungsort nicht gut erreichbar ist, zum Beispiel mit energiearmen Bussen wie Erdgasfahrzeugen oder Elektrobussen (siehe Service- und Literaturteil).	
H7.6	<b>Orientierung an Fahrplänen des öffentlichen Nahverkehrs</b> Richten Sie die Veranstaltungszeiten an den Fahrplänen des ÖPNV aus. Informieren Sie Besuchende über Fahrpläne und Haltestellen im Vorfeld und vor Ort (siehe Service- und Literaturteil).	

NR.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	ERLEDIGT
H7.8	<b>Parkverbote und Zufahrtsbeschränkungen</b> Schränken Sie die Anreise mit dem eigenen Pkw durch gebührenpflichtige Stellplatzflächen, Parkverbote oder Zufahrtsbeschränkungen auf dem Veranstaltungsgelände oder in der Umgebung ein. Kommunizieren Sie nicht vorhandene Parkmöglichkeiten.	
H7.9	<b>Klimafreundliche An-/Abreise von Kunst-/Kulturschaffenden</b> Engagieren Sie möglichst lokale oder regionale Kunst-/Kulturschaffende, Referierende oder Ausstellende ohne weite Anfahrtswege. Setzen Sie Anreize für eine klimafreundliche An- und Abreise, zum Beispiel durch vertragliche Regelungen.	
H7.10	<b>Alternativen zu Reisen</b> Prüfen Sie Alternativen zu Treffen vor Ort. Vielleicht können internationale Kunst-/Kulturschaffende oder Referierende mit einem weiteren Anreiseweg virtuell zu Ihrer Veranstaltung zugeschaltet werden.	
<b>Klimafreundlicher Lieferverkehr</b>		
H7.11	<b>Kurze Transportwege</b> Achten Sie auf kurze Transportwege zum Beispiel beim Einkauf oder bei der Miete von Veranstaltungsequipment.	
H7.12	<b>Emissionsarmer Lieferverkehr</b> Achten Sie darauf, dass der Lieferverkehr so emissionsarm wie möglich gestaltet ist, zum Beispiel durch den Einsatz von emissionsfreien Lastenrädern oder alternativ angetriebenen Fahrzeugen (siehe Service- und Literaturteil).	
H7.13	<b>Klimafreundlicher Binnenverkehr</b> Nutzen Sie klimafreundliche Alternativen für Transporte am Veranstaltungsort. Stellen Sie zum Beispiel Lastenräder für den Binnenverkehr bereit. Nutzen Sie dafür vorhandene Ausleihmöglichkeiten (siehe Service- und Literaturteil).	
H7.14	<b>Einschränkung des motorisierten Lieferverkehrs</b> Schränken Sie den motorisierten Lieferverkehr ein, und regeln Sie zum Beispiel Lieferverkehrszeiten. Achten Sie zusätzlich auf eine Schadensfreiheit von insbesondere unversiegelten Flächen und solchen mit empfindlichem Bodenbelag.	
<b>Erfassung des Verkehrsaufkommens und Evaluation</b>		
H7.15	<b>Abschätzung des Mobilitätsverhaltens</b> Schätzen Sie für die Planung eines klimafreundlichen Verkehrskonzepts und Umsetzung passgenauer Maßnahmen die Gästezahl Ihrer Veranstaltung ab, und schätzen Sie das Mobilitätsverhalten der Gäste zum Beispiel anhand der Lage des Veranstaltungsorts und der Distanz zu ÖPNV-Haltestellen ab.	
H7.16	<b>Datenerhebung</b> Berechnen Sie das Verkehrsaufkommen Ihrer Veranstaltung sowie verkehrsbedingte CO <sub>2</sub> -Emissionen. Führen Sie zum Beispiel eine Umfrage auf Ihrer Veranstaltung durch, um herauszufinden, von wo und mit welchen Verkehrsmitteln Teilnehmende an- und abreisen (siehe Indikatoren).	
H7.17	<b>Kompensation von unvermeidbaren Verkehrsemissionen</b> Kompensieren Sie nicht vermeidbare Verkehrsemissionen mithilfe von Kompensationsagenturen oder hochwertigen Klimaschutzprojekten (siehe Service- und Literaturteil Handlungsfeld Datenerhebung und Evaluation).	
H7.7	<b>Schaffen von Anreizen für eine klimafreundliche An- und Abreise</b> Schaffen Sie Anreize für die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Verkaufen Sie bei kostenpflichtigen Veranstaltungen Kombitickets, die gleichzeitig als Eintrittskarte und Fahrschein dienen. Nutzen Sie spezielle Mobilitätsangebote, zum Beispiel das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn.	

# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Sechs Phasen für die Erstellung eines Klimaschutzkonzeptes .....	28
Abbildung 2:	Berechnung des CO <sub>2</sub> -Fußabdrucks.....	29
Abbildung 3:	Energieverwaltungshierarchie .....	39
Abbildung 4:	Abfallhierarchie.....	45
Abbildung 5:	Kreislaufwirtschaft .....	45
Abbildung 6:	Ökobilanz verschiedener Lebensmittel: in g CO <sub>2</sub> -Äquivalent/kg Produkt.....	55
Abbildung 7:	Anzahl an notwendigen Sanitäreinrichtungen in Abhängigkeit der Besuchenden (mindestens 1 je 12 Toiletten muss barrierefrei sein) .....	62
Abbildung 8:	Modal Split (Verkehrsmittelwahl) von Besuchenden des Adventsökomarktes der GRÜNEN LIGA Berlin e.V. 2019 .....	67





Senatsverwaltung  
für Umwelt, Verkehr  
und Klimaschutz

**BERLIN**



Öffentlichkeitsarbeit  
Am Köllnischen Park 3  
10179 Berlin

[www.berlin.de/sen/uvk](http://www.berlin.de/sen/uvk)



[twitter.com/senuvkberlin](https://twitter.com/senuvkberlin)



[instagram.com/senuvkberlin](https://www.instagram.com/senuvkberlin)

Berlin, 05/2021