

Feiern, bis man grün ist

Heute richten wir einen Blick auf „Green Events“ und fragen dazu Monika Langthaler und Christina Zapella-Kindel. Die Eventagentur „Extrafest“ sucht „Wege abseits des Herkömmlichen“ und Petra Majhold zeigt, wie man grün heiratet.

Fair Feiern

Georg Bauernfeind hat eine Eventagentur aus Wien besucht, die Ausgelassenheit mit sozialer Verantwortung verbindet

„Der Mensch kann nicht in einem Dorf leben, wo keine Musiker sind“ heißt es in einem afrikanischen Sprichwort. Tatsächlich: Tanzen, Singen und Feiern sind zentrale Elemente menschlicher Lebenskultur. Aber die Art und Weise, wie gefeiert wird, sagt viel aus über die Feiernenden. Davon sind zumindest Maria Lettner und Daniela Reiter fest überzeugt. Die beiden sind leidenschaftliche Partybesucherinnen und schwingen selbst gerne das Tanzbein. Oft sei es schwierig gewesen, eine passende Location zu finden, bei der beispielsweise biologisches Essen und Trinken eine Selbstverständlichkeit sind. Weil sie überzeugt sind, dass es Menschen mit ähnlichen Werteinstellungen ähnlich ergeht, haben sie die

Firma :extrafest gegründet: „Wir sind die Event-Agentur, die wir selber engagieren würden.“

Denn es hängt viel davon ab, wie ein Fest gestaltet wird. Nichts peinlicher, wenn bei einer CSR-Veranstaltung oder bei der Präsentation eines Nachhaltigkeitsberichts das Buffet ohne fairen Orangensaft oder biologischen Sekt auskommt. Wenn auf einer Geburtstagsfeier plötzlich ein Unterhalter einen sexistischen Witz nach dem nächsten reißt. Wenn bei Firmenfeiern die religiösen Hintergründe der Belegschaft ignoriert werden. Ganz abgesehen von den klassischen ethisch-ökologischen Fragen, die oft kein Thema sind: wird Einweg-Plastikgeschirr verwendet, werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Caterings fair entlohnt, kommen die Produkte aus der Region. Wobei – das ist den beiden Eventagentinnen wichtig: „Ethisch korrektes Feiern bedeutet für uns nicht das Abarbeiten einer zusätzlichen

Checkliste, sondern das lustvolle Suchen und Entdecken von Alternativen. Es macht einfach Spaß, Wege abseits des Herkömmlichen zu finden.“

Sie verstehen sich daher nicht in erster Linie als Bio-Catering-Betrieb. Für die beiden spielt die Gesamtkonzeption eine wesentliche Rolle: Der Ort, die Einladung, der Veranstaltungsablauf. All das planen sie mit ihren KundInnen gemeinsam. Auf der Agenda standen bisher unter anderem Chorkonzerte, Benefizlesungen, Frühlingstfeste. Ganz leben können die beiden von ihrer Geschäftsidee noch nicht. „Aber der Bedarf ist da“, sagt Maria Lettner. Und außerdem: Extrafest – das ist auch ein Auftrag, ein Anliegen. Es geht nicht nur darum, dass die heiße Party möglichst wenig zur Erderwärmung beitragen soll. Vieles wird in der klassischen Eventplanung einfach nicht gesehen. Zum Thema „Feiern mit Kindern“ haben die beiden konkrete Tipps auf ihrer Website unter dem Motto „Fair-

Hätscheln“ zusammengefasst (www.extrafest.at), auch wertvolle Ideen für faire Geschenke findet man dort. Wenn man sich als ethisch-korrekte Eventagentur positioniert – ist man dann nicht sofort in der „spaßfreien Zone“? Maria Lettner winkt ab: „5 vor 12 – das kann auch kurz vor der Mitternachtseinlage sein.“

Green Events

Harald Koisser hat Monika Langthaler und Christina Zapella-Kindel, Green Event-PionierInnen, einige Fragen gestellt

Wann ist ein Event "grün"?

Christina Zapella-Kindel: Es ist oft ein langer Weg, bis man in allen wesentlichen Bereichen die optimalen Partner für einen Event gefunden hat. Das beginnt beim Einsatz biologisch abbaubarer Produkte über recyclebare Bühnen- und Eventdekoration bis hin zu Drucksorten mit Umweltzeichen oder dem Einsatz erneuerbarer Energien. Beim Catering wird auf saisonbedingte und heimische Produkte Wert gelegt. Eine Veranstaltung in Wien, Graz oder Salzburg ist daher logistisch einfacher zu organisieren als in entlegenen Gebieten Österreichs, wo man sich erst entsprechende Partner, die zum Konzept und Spirit passen, vor Ort suchen muss.

Monika Langthaler: Der Erfolg einer Veranstaltung wird nicht nur an einer perfekten Organisation, einem reibungslosen Ablauf oder dem wirtschaftlichen Effekt gemessen. Auch die Auswirkungen auf die Umwelt und Gesellschaft rücken zunehmend in den Fokus der Aufmerksamkeit. Doch wie wird ein Event „grün“? Das Themenspektrum reicht hier vom umfassenden Abfallvermeidungskonzept, über eine klimafreundliche Organisation oder Förderung der regionalen Wirtschaft, bis hin zu sozialen Themen wie Barrierefreiheit und Kultur. Je nach Veranstaltung stehen unterschiedliche Fragestellungen im Vordergrund:

- Wie kann die Veranstaltung klimaneutral organisiert werden?
- Wie können Besucherzufriedenheit und wirtschaftlicher Erfolg kombiniert werden?
- Wie stelle ich meine Zielgruppen bestmöglich zufrieden?
- Wie kann die Veranstaltung barrierefrei organisiert werden?
- Wie kann eine hohe regionale Wertschöpfung erzielt werden?

Bieten green events nicht eine charmantere Art für Firmen, sich in grün zu kleiden? Das ganze Jahr herrschen hire-and-fire und shareholder-value, aber die Weihnachtsfeier ist dafür klimaneutral.

Christina Zapella-Kindel: Es ist einmal ein erster Schritt und mit jedem kleinen Schritt kann schön langsam ein

Umdenken beginnen. Rom wurde nicht an einem Tag gebaut. Natürlich gibt es Firmen oder Organisation wo ich aus persönlichen Gründen von einer Zusammenarbeit Abstand nehmen würde.

Monika Langthaler: Diese Gefahr besteht immer und es gibt auch bestimmte Branchen, die wir nicht betreuen würden, dies gilt aber nicht nur für Green Events. Grundsätzlich freuen wir uns aber über jeden Auftraggeber, der ernsthaft Veranstaltungen „greenen“ möchte. Green Events sparen Kosten, unterstützen innovative Technologien, schaffen Bewusstsein, schonen Ressourcen und geben zudem ein positives Image.

Aber es ist richtig, es geht nicht nur darum, singuläre Veranstaltungen umwelt- und sozialgerecht zu organisieren, sondern vor allem auch darum, das Thema Nachhaltigkeit insgesamt in der breiten Öffentlichkeit zu kommunizieren. Speziell große Veranstaltungen können dafür als Vehikel genutzt werden, um so die Gesellschaft für Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. Dass solche Veranstaltungen eine Riesenchance dafür bieten, liegt auf der Hand; in kaum einer anderen Branche hat man die Möglichkeit eines so breiten Zugangs zu Zielgruppen, die sonst niemals erreicht werden könnten. Als Beispiel kann hier die Fußball EM 2008 gebracht werden. Weil Events das beste Medium sind, um Zielgruppen zu erreichen, besteht unsere Arbeit unter anderem auch

darin, die Sponsoren für das Thema zu sensibilisieren. Ab dem Moment, wo Sponsoren Events bevorzugen, die nach Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtet sind, haben Veranstalter ein schlagkräftiges Argument in der Hand, ihre Veranstaltungen entsprechend auszurichten. Große Unternehmen, die als Sponsoren fungieren, versuchen heute immer mehr ihre Gewinne auch als Nutzen für die Gesellschaft zu legitimieren.

Sind green events kostspieliger als herkömmliche Events?

Christina Zapella-Kindel: Nein, in der Regel nicht. Durch die Reduzierung der eingesetzten Ressourcen reduziert sich meist auch der Preis. Allerdings hängt das von der Art der Veranstaltung ab. Ausgefallene Präsentationen an entlegenen Orten bedeuten meist auch mehr Aufwand und daher höhere Kosten.

Monika Langthaler: Green Events sind Veranstaltungen, die nach umweltgerechten Kriterien nachhaltig geplant, organisiert und umgesetzt werden. Dabei sind Energieeffizienz, Abfallmanagement, regionale Wertschöpfung sowie soziale Verantwortung die wesentlichen Faktoren. Das nachhaltige Konzept der Green Events hilft, Ressourcen zu sparen und somit längerfristig die Kosten zu reduzieren.

Gibt es eine spürbare Nachfrage nach green events?

Christina Zapella-Kindel: Bei EU-Veranstaltungen ist das mittlerweile fast zum Standard geworden. Die „Save the World Awards“ in Zwentendorf, die wir von Prima Vista mit organisiert haben, waren ein grüner Event und die letzten Golden Globes in L.A. waren auch „green“. Dabei wurde übrigens österreichische Bio-Schokolade als Give-away verteilt)

Monika Langthaler: Durch das Setzen von sozialen und kulturellen Akzenten wird die öffentliche und die mediale Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeitsaspekte genutzt. Der Trend zu ökologisch wie sozial verträglicheren Veranstaltungen nimmt immer stärker zu. Die Konzeption und Begleitung von Projekten hat gezeigt, dass die Thematik sowohl bei Eventveranstaltern als auch bei den Öffentlichen Verwaltungen (Bund, Länder, Gemeinden) auf großes Interesse stößt. Dies gilt vor allem in einem immer größeren Ausmaß auch für die Auftraggeber von Veranstaltungen aus der Privatwirtschaft. Neben umweltpolitischen Überlegungen und Einsparungspotenzialen bei der Eventorganisation hat man auch den mit Green Events verbundenen Marketingvorteil gegenüber Sponsoren, Förderern und der Öffentlichkeit erkannt.

Die Erfahrung hat gezeigt, dass das Thema „Green Events“ dafür geeignet ist, über den direkten Eventbereich hinausgehende nachhaltigkeitsrelevante Handlungsfelder anzusprechen und bei den Zielgruppen eine entsprechende Sensibilisierung zu erreichen. Im Rahmen des Green-Event-Managements der Fußballeuropameisterschaft 2008 wurden zum Beispiel die Fußballstadien in Salzburg und Innsbruck EMAS-zertifiziert. Wir von brainbows verfügen über langjährige Erfahrung in der Konzeption und Umsetzung von Green Events. Zu unserem Portfolio zählen internationale Veranstaltungen wie die UEFA EURO 2008™ ebenso wie kleine interne Firmenveranstaltungen.

www.prima-vista.cc
www.brainbows.com

Green Wedding

Weiß heiraten war gestern, heute sagt man ja in Grün. Petra Majhold und ihre Glamorous Weddings & Events bieten als erste Veranstalter in Österreich trendbewussten Brautpaaren „green weddings“ an.

„Ein rauschendes Fest zu feiern, muss kein Gegensatz zu einem bewussten Umgang mit unserer Natur sein“, meint Petra Majhold. Sie hat Caterer,

Floristen und Designer an der Hand, die ein besonderes Augenmerk auf die Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen legen. Auch beim Styling können „grüne Ideen“ umgesetzt werden. „Mittlerweile gibt es wunderschöne Bio-Seiden-Stoffe, aus denen ein Traumkleid geschneidert werden kann, Ökologie und Exklusivität sind ja kein Widerspruch mehr“, weiß Majhold. Bei den Speisen und Getränken empfiehlt die Hochzeitsplanerin regionale und saisonale Produkte fallen.

In den USA ist „Green Wedding“ längst ein Muss. Viele Prominente haben sich bereits für eine ökologische Lebensweise entschieden; unter anderem bekennen sich Leonardo di Caprio, Cameron Diaz, Orlando Bloom und George Clooney dazu. Ob für Clooney da auch privat diese kleinen ökologisch bedenklichen Kaffeekapseln dazu gehören, die er so eifrig promotet, ist nicht verbürgt.

www.petramajhold.com