

Ein Leitfaden für Einsteiger: Nachhaltiges Venue- und Eventmanagement

Tipps für den Erfolg und
Fehler, die Sie vermeiden
sollten, wenn Sie Ihre
Nachhaltigkeitsreise
beginnen.



Es ist nicht nur Gerede. Nicht mehr.

Großveranstaltungen wie Konferenzen, Konzerte und Sportevents hinterlassen Spuren in den Gemeinden, in denen sie stattfinden. „Das durchschnittliche Meeting oder die durchschnittliche Konferenz beeinflusst eine Reihe anderer unabhängiger, aber interaktiver Branchensektoren, die ihrerseits an ihrem Schnittpunkt direkte wirtschaftliche, soziale und ökologische Auswirkungen haben können“, wie die [US-Umweltschutzbehörde \(EPA\)](#) beschreibt. Richtig durchgeführt, können Veranstaltungen enorme Vorteile in Bezug auf wirtschaftliche Aktivität, Inklusivität und soziale und sogar politische Vorteile bringen.

Wir sind mit unvermeidlichen Umweltauswirkungen konfrontiert.

Aber wenn es um die Umwelt geht, sind die Auswirkungen fast immer negativ. Teilnehmer, Mitarbeiter, Moderatoren, Künstler und andere Personen müssen weite Strecken aus verschiedenen Regionen zurücklegen, oft mit dem Flugzeug oder mit gasbetriebenen Fahrzeugen. Bei Events kommen auch viele Materialien zusammen, von denen viele dazu bestimmt sind, nach der Veranstaltung entsorgt zu werden.

Veranstaltungsleiter sind oft auch nicht proaktiv, wenn es darum geht, soziale, gerechte und wirtschaftliche Vorteile in den Regionen, in denen ihre Veranstaltungen stattfinden, zu fördern. Vor allem sind sie oft schlecht auf die Erwartungen der Behörden und der Verbraucher in diesen Bereichen vorbereitet, die für ihren langfristigen Erfolg entscheidend sind.

Glücklicherweise gibt es praktische Möglichkeiten, wie Veranstaltungsplaner den Schaden begrenzen und positive Effekte in jedem dieser Bereiche erzielen können. In diesem Leitfaden bieten wir Ihnen sowohl Einblicke als auch praktische Schritte zur Förderung dauerhafter Nachhaltigkeit als Teil Ihres Eventbetriebs:

Einbinden Ihrer Teams in Nachhaltigkeitsbemühungen

Automatisierung der Nachhaltigkeitsaufgaben und der Berichterstattung, wo immer möglich

Entwicklung von Nachhaltigkeitsmetriken und Organisationsstrukturen

Darstellung Ihrer Erfolge gegenüber Verbrauchern und Stakeholdern

Events und Nachhaltigkeit

Eine sich weiterentwickelnde Beziehung

Laut [Association Meetings International \(AMI\)](#) produziert ein einziger nationaler Konferenzteilnehmer mehr als 1,89 Kilogramm Abfall pro Tag, von denen ein Großteil auf Mülldeponien landet. „Jeder, der schon einmal an einer Konferenz oder Ausstellung teilgenommen hat, kann sich vorstellen, woher die Abfälle kommen: ein massives Überangebot an Lebensmitteln, Unmengen an gedrucktem Material, Goodie Bags voller Marketingmaterial und von Grund auf neu gebaute Ausstellungsflächen“, so AMI. Weltweit ist nur ein sehr kleiner Prozentsatz der Veranstaltungen wirklich nachhaltig oder CO2-neutral in Bezug auf die Umwelt.

Aber Veranstaltungen können auch auf andere Weise eine enorm positive Wirkung haben, vor allem in Bezug auf die Schaffung von Gemeinschaft, die Förderung von Inklusivität und das Ankurbeln des Wirtschaftswachstums – zum Beispiel in Regionen mit einkommensschwachen Einwohnern, die von Veranstaltungsjobs profitieren. Eventveranstalter können:

- Materialien und Ressourcen von lokalen Unternehmen beziehen.
- Arbeitskräfte aus der Region anwerben, insbesondere aus unterprivilegierten Gemeinden.
- Sich an örtlichen gemeinnützigen Organisationen oder ehrenamtlichen Aktivitäten beteiligen.
- Kulturelle Elemente der Region in Kommunikation und Marketing hervorheben.
- Ansonsten zerstrittene globale Gemeinschaften oder Führungspersönlichkeiten zusammenbringen.

Nachhaltigkeit für Ihr eigenes Event definieren

[Die Vereinten Nationen](#) haben Nachhaltigkeit bekanntlich sowohl als Ziel als auch als Aktivität definiert: „die Bedürfnisse der Gegenwart zu befriedigen, ohne die Fähigkeit künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen“. Dies dient als hilfreicher, altruistischer Wegweiser für Eventleiter, die hoffen, im Laufe der Zeit sowohl auf regionaler als auch auf globaler Ebene positive Veränderungen zu bewirken.

Aber auch kurzfristige regionale, organisatorische und finanzielle Vorteile sind möglich. Der Nachweis, dass Ihre Veranstaltung wirklich nachhaltig ist, verbessert Ihren Ruf bei Verbrauchern und Sponsoren, erhöht Ihre Attraktivität als Arbeitgeber und Partner und ermutigt Gemeinden und Veranstaltungsorte, Ihre Veranstaltung zu akzeptieren.

Ihre Umgestaltung kann nicht über Nacht geschehen – die Messung von Verbesserungen im Laufe der Zeit ist der beste Weg, damit zu beginnen. Wie wir zeigen werden, müssen Eventveranstalter Ziele setzen, Messgrößen festlegen und sowohl praktische als auch umsetzbare Methoden entwickeln, um diese Ergebnisse zu erzielen und die negativen Auswirkungen ihrer Aktivitäten zu mindern.



Häufige Fehler von Veranstaltern

Obwohl Nachhaltigkeit in allen Unternehmen ein wichtiges Thema ist, priorisieren Eventplaner Nachhaltigkeitsinitiativen bei der Organisation ihrer Veranstaltungen oft nicht. Dies ist wahrscheinlich nicht auf Nachlässigkeit oder Böswilligkeit zurückzuführen. Vielmehr sind ihre Versäumnisse oft das Ergebnis eines oder mehrerer typischer Faktoren:

Sie wissen nicht genau, wie sie in diesen Bereichen Ergebnisse erzielen können.

Sie kennen nicht die richtigen Kennzahlen, um ihre Fortschritte zu verfolgen.

Sie sind nicht in der Lage, ein einheitliches Vorgehen des Personals bei der Umsetzung dieser Ziele zu gewährleisten.

In Anbetracht dieser Faktoren sind Eventplaner einfach nicht darauf vorbereitet, ihre Nachhaltigkeitsinitiativen offiziell zu starten, ganz zu schweigen davon, wie sie Fortschritte messen und konstante Ergebnisse liefern können. Dies kann zu einem Teufelskreis von Fehlern führen, der nur schwer zu durchbrechen ist.

Zu vermeidende Fehler

Ein Lippenbekenntnis zur Nachhaltigkeit. Führungskräfte behandeln Nachhaltigkeit als eine PR-Initiative, bei der Marketing und Öffentlichkeitsarbeit im Vordergrund stehen und nicht echte Ergebnisse.

Die Beauftragung einer Person innerhalb der Organisation, sich darum zu kümmern – ohne Anweisungen. Führungskräfte übertragen die Rolle des “Leiters für Nachhaltigkeit” oder eine ähnliche Position an einen bestehenden Mitarbeiter, der keine Erfahrung oder kein Verständnis dafür hat, was diese Rolle erfordert, aber über die nötige Bandbreite verfügt, um schnell zu lernen.

Die falschen Dinge messen. Führungskräfte legen zu viel Wert auf Aufgaben und Metriken, die keine wirklichen Ergebnisse in Bezug auf die Nachhaltigkeit bringen, geschweige denn messbare Ergebnisse.

Vernachlässigung der Umsetzung konsequenter Fortschritte. Führungskräfte führen erste Gespräche über Aufgaben, KPIs und Ziele, die zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele notwendig sind, versäumen es aber, Richtwerte, “Check-Ins” oder Anforderungen an die Berichterstattung für die Mitarbeiter festzulegen, die für diese Ergebnisse verantwortlich sind.

Veranstalter müssen die Kluft zwischen Nachhaltigkeitsambitionen und -strategien überwinden – und dann den operativen Wert. Glücklicherweise können einfach zu bedienende Systeme Teams dazu ermutigen, proaktiv zu werden, Informationen zu teilen und gemeinsam an der Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele zu arbeiten.



8 Schritte zum Nachhaltigkeitserfolg für Ihr Event

Ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsprogramm im Eventmanagement zu entwickeln und einzuführen bedeutet, Nachhaltigkeitselemente als Kernwerte zu etablieren und Nachhaltigkeitsinitiativen in den Eventbetrieb zu integrieren. Im Folgenden werden die wichtigsten Schritte näher betrachtet, die Eventveranstalter unternehmen können, um sicherzustellen, dass sie Nachhaltigkeit in die Praxis umsetzen und wohldefinierte, langfristige Nachhaltigkeitsziele erreichen – und dabei sowohl die gesetzlichen Standards als auch die Erwartungen ihres Publikums erfüllen.

1. Nachhaltigkeit als Priorität der Geschäftsführung einführen.

Nachhaltigkeit ist per Definition ein dauerhaftes Ziel – es ist nicht etwas, das Organisationen einmal “reparieren” und dann vergessen können. Aus diesem Grund erfordert ein wirklich effektiver Nachhaltigkeitsansatz die Unterstützung durch die Unternehmensführung. Dazu gehört, dass Nachhaltigkeitsinitiativen als Teil der allgemeinen Unternehmensziele definiert werden, wobei die wichtigsten Leistungsindikatoren (KPIs) für Mitarbeiter und Teams auf ihre jeweiligen Positionen zugeschnitten sind.

Zu den wichtigsten Schritten zählen:

Zusammenarbeit mit Führungsberatern, um den Umfang Ihrer Initiativen zu bestimmen.

Identifizierung der Hauptrisiken und -chancen innerhalb des bestehenden Betriebs.

Entwicklung eines Leitbilds mit klaren Zielen anhand dieser Schlussfolgerungen.

Verpflichtung zu einem kulturellen Wandel durch einen iterativen Ansatz.

Veranstalter müssen auch eine oder mehrere Personen für Führungspositionen im Bereich Nachhaltigkeit auswählen. Entscheidend ist jedoch, dass sie die Rolle jeder einzelnen Person und ihre Maßnahmen für den Erfolg klar definieren. Nachhaltigkeitsverantwortliche sollten auch in der Lage sein, mit dem Personal in einer Weise zusammenzuarbeiten, die ihnen hilft, ihre KPIs zu erreichen.



2. Die richtigen Ziele für Ihr Unternehmen und Ihre Teams festlegen.

Die Verwirklichung Ihrer Ziele beginnt damit, dass Sie festlegen, wie Erfolg für Ihre Teams “aussieht”. Manche Ziele beinhalten unter anderem das Erreichen eines Netto-Null CO₂-Fußabdrucks, die Vermeidung von Abfall auf Mülldeponien und die Erfüllung von Einstellungszielen in Bezug auf Diversität. Es ist jedoch von entscheidender Bedeutung, dass Veranstaltungsleiter die richtigen KPIs festlegen, um den Fortschritt in Richtung jedes Ziels zu verfolgen, indem sie geeignete Metriken entwickeln, die auf jeden Bereich der Organisation anwendbar sind.

Beispiele für mögliche Ziele und die dazugehörigen Abteilungen sind:

Produktion: Verringerung des Materialabfalls im Vergleich zum Vorjahr, z. B. durch die Erstellung wiederverwendbarer Ausweise oder die Konsolidierung physischer Strukturen.

Personalwesen: Festlegen und Erreichen von Zielen in Bezug auf Diversität und regionale Einstellung und Auftragsvergabe.

Finanzen: Anwendung von Kosteneinsparungsmaßnahmen bei abfallintensiven Eventaktivitäten.

Beschaffung: Umstellung auf nachhaltigere Quellen und Versandmethoden.

3. Stimmen Sie die richtigen Nachhaltigkeitskennzahlen auf jedes Ihrer Teams ab.

Nachhaltigkeitsinitiativen sind nur dann bedeutsam, wenn sie zu messbaren Ergebnissen führen. Deshalb investieren erfolgreiche Eventveranstalter in Systeme, die ihnen helfen, die wichtigsten KPIs zu verfolgen und alle Mitglieder der Organisation für die Erreichung ihrer Ziele in die Verantwortung zu nehmen.

Zu den messbaren, erreichbaren KPIs können gehören:

Verringerung der Masse an Deponieabfällen pro Teilnehmer (kg).

Priorisierung des Stromverbrauchs aus erneuerbaren Energiequellen (kWh).

Erhöhung des Anteils ortsansässiger und diverser Teammitglieder an der Gesamtzahl der Beschäftigten (%).

Steigerung der wohltätigen Spenden durch die Organisation und die teilnehmenden Besucher (\$).

Es ist schwierig, Ergebnisse zu erzielen – geschweige denn genau darüber zu berichten – und das Tag für Tag. Doch mit den richtigen digitalen Tools können Veranstalter den Stand des Fortschritts für alle Teammitglieder in ihren jeweiligen Rollen einfach aktualisieren.

4. Führen Sie eine ehrliche Prüfung anhand Ihrer Ziele durch.

Sobald Sie die für Ihr Unternehmen wichtigen Kennzahlen festgelegt haben, müssen Sie eine ehrliche Bewertung Ihres Status quo in diesen Bereichen vornehmen. Das bedeutet, dass Sie sich Ihre aktuellen Daten und Praktiken ansehen müssen, um zu verstehen, wie weit Sie gehen müssen, um Ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Von da an ist es wichtig, einen Plan für den Fortschritt zu erstellen. Entwickeln Sie einen Zeitplan für die Bearbeitung der verschiedenen Komponenten Ihres Nachhaltigkeitsprogramms und weisen Sie Teammitglieder zu, die für die einzelnen Bereiche zuständig sind. Lassen Sie sich nicht entmutigen, wenn die Arbeit auf Sie zukommt – selbst kleine Fortschritte sind besser als gar keine.



5. Digitalisieren Sie Ihre Fähigkeiten.

Mit der richtigen Software können die Beteiligten leicht festlegen, was sie verfolgen wollen, und dann einzelnen Parteien oder Teams damit verbundene Aufgaben zuweisen. Plattformen, die in Bezug auf Metriken agnostisch sind, ermöglichen es Unternehmen, ihre eigenen Messeinheiten festzulegen, die ideale Häufigkeit der Berichterstattung zu bestimmen, Erinnerungen und Benachrichtigungen für das Personal zu automatisieren und die Bemühungen aller direkt auf die Unternehmensziele auszurichten.

Letztendlich kann eine spezielle digitale Plattform ein hilfreicher Bestandteil langfristiger Nachhaltigkeitsinitiativen werden. Eine Tracking-Software hilft beispielsweise Veranstaltern und Stakeholdern bei der Aufzeichnung und Meldung von KPIs auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit, während sie gleichzeitig ihre breiteren betrieblichen Bemühungen auf lange Sicht umfassend unterstützt.

6. Nachhaltigkeit als eine wesentliche Funktion operationalisieren.

Oftmals besteht die größte Hürde für Veranstaltungsleiter darin, die Mitarbeiter zu ermutigen und von ihnen Informationen über ihre Fortschritte bei den wichtigsten Nachhaltigkeitskennzahlen zu erhalten. Die Teammitglieder haben vielleicht Angst, zu wenig zu leisten, oder es fällt ihnen einfach schwer, Nachhaltigkeitsaktivitäten als Teil ihrer regulären Aufgaben routinemäßig zu erledigen.

Software kann Veranstaltungsleitern dabei helfen, ihre Mitarbeiter zur Verantwortung zu ziehen und Defizite bei der Umsetzung ihrer Initiativen aufzuzeigen. Sie kann auch Erinnerungen automatisieren und den Zugriff des Personals auf Tools optimieren, die ihnen helfen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu verfolgen.



7. Die Berichterstattung durch abgestuftes Targeting und Gamifizierung normalisieren.



Mit der Zeit wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung so normal und wichtig werden wie die Finanzberichterstattung in allen Unternehmen. Andererseits sind Nachhaltigkeitsinitiativen weitaus integrativer als finanzielle Ziele, die oft an Buchhaltungs- und Führungsteams delegiert werden.

Diese Inklusivität – bei der sich jeder auf individualisierte, aber einheitliche Weise an der Nachhaltigkeit beteiligt – schafft spannende Möglichkeiten für Gamifizierung, Auszeichnungen, Belohnungen und Feiern. Mit der richtigen Software können Eventveranstalter:

Wichtige Details über ihre jüngsten Nachhaltigkeitserfolge **speichern**.

Die Details dieser Leistungen intern und extern **teilen**.

Meilensteine **feiern**, zum Beispiel durch Bronze-, Silber- und Goldränge.

Teammitglieder durch das Aufzeigen echter nachhaltiger Ergebnisse (z. B. CO₂-Reduzierung, lokales Wirtschaftswachstum) **inspirieren**.

8. Ihre neuen Best Practices und Erfolge zu Ihrem finanziellen Vorteil nutzen.

Nachhaltigkeitsfortschritte können für Veranstaltungen echte wirtschaftliche Vorteile bringen und sicherstellen, dass sie Geldstrafen im Zusammenhang mit Vorschriften vermeiden. Marketing- und PR-Teams können Nachhaltigkeitserfolge in ihre Kampagnen einfließen lassen und sie sogar durch Sponsoring monetarisieren.

Veranstaltungen, die soziale Verantwortung zeigen, ziehen oft mehr Interesse potenzieller Teilnehmer und Aussteller auf sich, was auch zusätzliche Einnahmequellen schafft. Dies zeigt, dass Nachhaltigkeit eine kluge Geschäftsentscheidung ist, von der die Branche – und die Welt im Allgemeinen – über Ihre Veranstaltung hinaus profitiert.

Man kann sich erst verbessern, wenn man anfängt.

Wenn Nachhaltigkeit zu einem integralen Bestandteil der Entscheidungsfindung wird – wenn wichtige Nachhaltigkeitskennzahlen mit Entscheidungen im gesamten Unternehmen verknüpft werden – wird langfristiger Erfolg folgen.

Sie sollten damit rechnen, dass Sie Ihre Nachhaltigkeitsziele anfangs nicht erreichen. Vielleicht fällt es Ihnen anfangs schwer, die richtigen Kennzahlen zu bestimmen, Ihr Personal zu motivieren oder über alle Ergebnisse Rechenschaft abzulegen. Aber mit den richtigen Tools werden Sie Ihr Event als führend in Ihrem Bereich positionieren und ein leuchtendes Beispiel für Nachhaltigkeit in der gesamten Branche werden.

Kontaktieren Sie uns direkt, um mehr über unsere Nachhaltigkeits-Tools zu erfahren, die Sie dabei unterstützen, Ihre Fortschritte zu verfolgen, Ressourcen zu verwalten und Abläufe neben Ihren anderen zentralen Bemühungen zu optimieren.

Kontaktieren Sie uns

Über Momentus

Momentus Technologies ist der führende Anbieter von Venue- und Eventmanagement Software und unterstützt weltweit über 60.000 Nutzer in mehr als 50 Ländern dabei, unvergessliche Event-Erlebnisse zu schaffen. Zum Kundenstamm von Momentus gehören Kongress- und Messezentren, Messgesellschaften, Universitäten, Unternehmen, Stadien und Arenen sowie Museen, Theater und Kultureinrichtungen. Leistungsstarke, benutzerfreundliche Plattformen, intelligente, datengesteuerte Lösungen, das Fachwissen und die Branchenkenntnisse des Teams – all das macht Momentus Technologies aus. Die Softwarelösungen von Momentus bieten Event-Profis nicht nur einen vollständigen Überblick über vergangene, aktuelle und zukünftige Veranstaltungen, sie sorgen auch für optimale Transparenz, effizientere Abläufe und tragen zum Unternehmenserfolg bei. Momentus wurde 1985 gegründet und hat seinen Hauptsitz in den USA. Um seine Kunden optimal zu betreuen, ist das Unternehmen an verschiedenen Standorten weltweit vertreten.

Weitere Informationen finden Sie unter gomomentus.com.