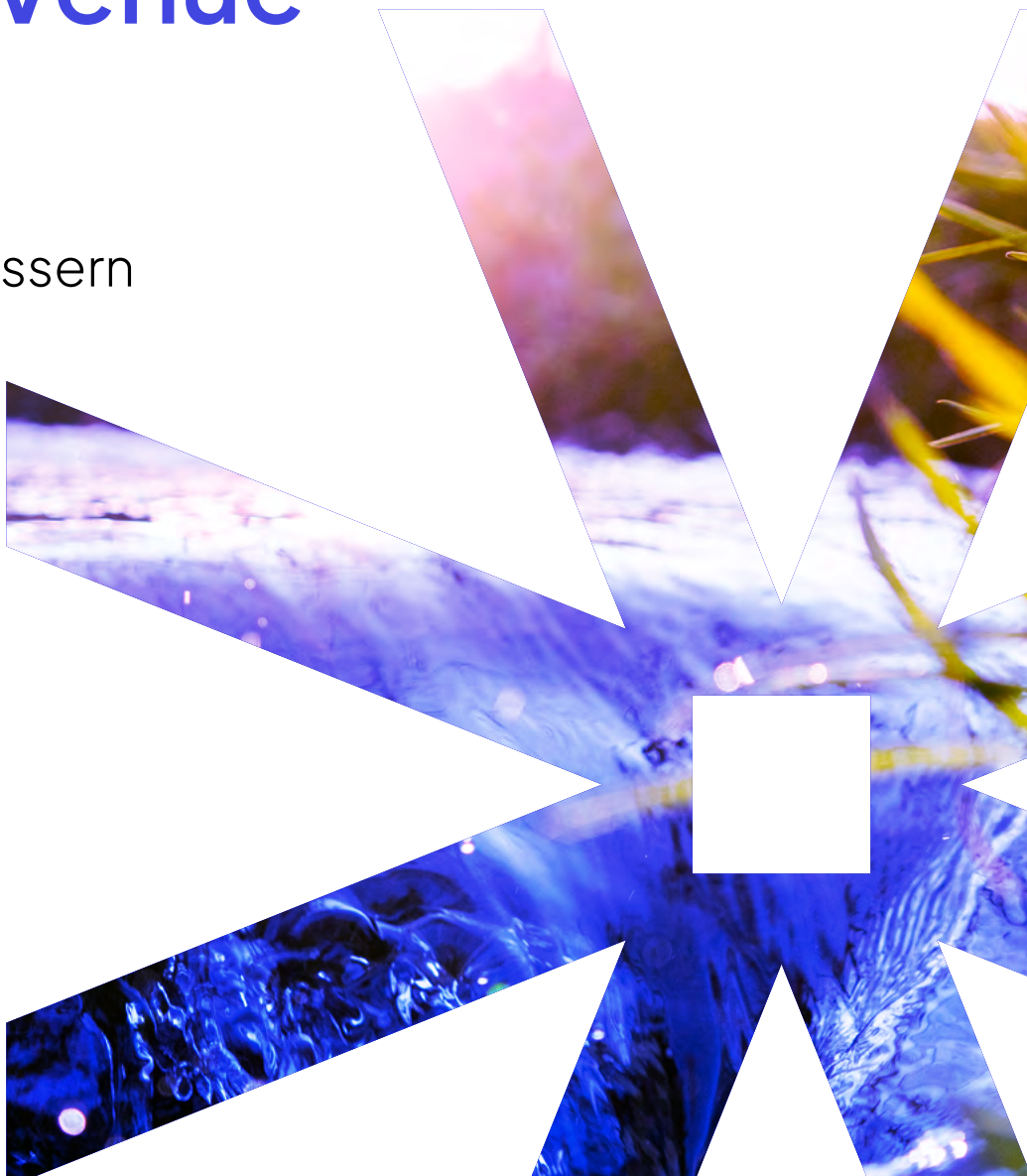
momentus™ technologies

Der ultimative Leitfaden zum Nachhaltigkeitstracking an Ihrem Venue

Wie Sie Ihre Erfolgsstandards messen und verbessern



Das Messen und Verbessern Ihrer Standards

Veranstaltungsorte und -organisationen haben durch ihre Gebäudegröße, internationale Reisen, Lüftungsanlagen und eine große Belegschaft einen großen ökologischen Fußabdruck. Von CO2-Emissionen und Plastikmüll über Vermächtnis, Menschenrechte und Diversitätsstandards: Konsumenten fordern, dass große Venues und Events ihre Auswirkung auf ihre Umwelt verantwortungsvoll im Auge behalten.

Nachhaltigkeit im weitestmöglichen Sinne, aber selbstverständlich ist Umweltverträglichkeit ein Hauptaugenmerk – wie auch für den Rest der Welt. Laut Allied Market Research (2019) wächst der Bereich der umweltfreundlichen Technik und Nachhaltigkeit jährlich um 24,3% und wird auf 8,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2019 geschätzt und soll Prognosen zufolge bis 2027 48,4 Milliarden US-Dollar erreichen.

Sport und Unterhaltung sind wichtige Wegbereiter der nachhaltigen Entwicklung und Ihre Stakeholder fordern von Ihnen, nun zu handeln. Über 50% der weltweiten 18– bis 34–jährigen Bevölkerung geben an, dass sie sich „mehr für Marken interessieren, die sozial verantwortlich handeln“ (Nielsen, 2021).

Eine Studie von Deloitte aus dem Jahr 2021 gibt insbesondere Aufschluss über die Einstellung der Verbraucher zur Nachhaltigkeit. Die Ergebnisse zeigten, dass 61% ihren persönlichen Verbrauch an Einwegplastik zurückgeschraubt und 39% ihre Flugreisen reduziert haben. Entscheidend ist, dass diese Einstellung vorgibt, bei welchen Firmen die Verbraucher kaufen und welche sie unterstützen wollen. Hinzu kommt, dass 34% der Verbraucher nun Marken wählen, die umweltverträgliche Praktiken und Werte haben und 28% aufgehört haben, bestimmte Marken oder Produkte zu kaufen, weil sie bei diesen ethische oder nachhaltigkeitsbezogene Bedenken haben.

Es ist für Firmen in unserer Branche mittlerweile eindeutig ein finanzieller Fehler, ihren Nachhaltigkeitsbemühungen nicht genügend Aufmerksamkeit zu schenken, sie nicht zu tracken oder zu veröffentlichen. Den Besuchern Ihres Venues ist dies wichtig – und es ist Ihre Rolle, sie zu inspirieren. Sie können mit Ihrer Einstellung zur Nachhaltigkeit ein Beispiel setzen.

Für manche könnten die Verbesserung der betrieblichen Nachhaltigkeit und der sozialen Verantwortung, sowie die Bewältigung der Klimakrise wie größere gesellschaftliche Ziele erscheinen, die derzeit keine direkten Auswirkungen auf Ihre Arbeit haben. Doch ökologische Nachhaltigkeit ist entscheidend für die Zukunft Ihres Veranstaltungsortes und Ihrer Veranstaltung. Unabhängig von der Form der Unterhaltung, die Ihre Organisation anbietet, sind Sie auf das Land, das Meer und das Wetter angewiesen. Je schlimmer die Klimakrise wird, desto mehr wird Ihr Tagesgeschäft beeinträchtigt werden.

Dieses E-Book beleuchtet, wie sich Ihr Venue für eine nachhaltige Umwelt einsetzen kann, indem Sie sich zur Messung und Verbesserung Ihrer Standards verpflichten.

Nachhaltigkeitstracking

Der Nachweis Ihrer Nachhaltigkeit verbessert Ihren Ruf bei Verbrauchern, steigert Ihre Attraktivität als Arbeitgeber und Partner und fördert die Übereinstimmung mit Regierungen und Vorschriften. Um dies zu erreichen, müssen Sie die zunehmende Menge an Daten und Zielen in einer Plattform zusammenfassen, um die Berichterstattung, Versionskontrolle, Datenverwaltung und das Engagement der Mitarbeiter zu verbessern. Veranstaltungsorte müssen immer mehr Zeit und Geld in ein System investieren, um ihre Nachhaltigkeitsdaten zu tracken und darüber zu reporten. Diese Aufgabe wird derzeit jedoch weitgehend ineffizient mit Hilfe von Kalkulationstabellen erledigt.

Das Fehlen eines gemeinsamen Speicherorts für Nachhaltigkeitsdaten schafft Probleme für Veranstaltungsorte:

- Die mühsame manuelle Erfassung und Speicherung von Daten in einer unhandlichen Kalkulationstabelle.
- Versionskontrolle von Offline-Informationen: Informationen geraten durcheinander und die Weitergabe an eine Vielzahl von Beteiligten ist schwierig.
- Unstimmige interne/externe Berichterstattung – Sie können Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen gegenüber der Vorstandsebene und externen Parteien nicht nachweisen.
- Schlechtes Datenmanagement – Sie sind nicht in der Lage, Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen voranzutreiben, und verlieren dadurch Geld und Ansehen.

Ein gut gemachtes Nachhaltigkeitstracking bringt viele Vorteile mit sich:

- Beziehen Sie Ihr Team in Nachhaltigkeitsbemühungen mit ein.
- Berichten Sie Stakeholdern von Ihren Erfolgen.
- Zeigen Sie Besuchern und Fans Ihre Erfolge.
- Halten Sie die staatlichen Vorschriften ein.
- Fördern Sie eine gleichberechtigte und vielfältige Belegschaft.

Fünf Hauptthemen der Nachhaltigkeit

Auch wenn die Umwelt an erster Stelle steht, wenn man an Nachhaltigkeit denkt, gibt es vier weitere Themen, die Ihr Veranstaltungsort im Auge behalten sollte: Vermächtnis, soziale Verantwortung des Unternehmens (CSR), Gleichstellung und Vielfalt sowie Menschenrechte. Lassen Sie uns untersuchen, warum Sie sich in diesen Bereichen Ziele setzen sollten und welche Kriterien Sie berücksichtigen sollten.

- **Umwelt**
- **Vermächtnis**
- **Soziale Verantwortung des Unternehmens**
- **Gleichstellung und Vielfalt**
- **Menschenrechte**

1. Umwelt

Die bedeutendste Form der Nachhaltigkeit – wie Ihr Venue die Welt beeinträchtigt.

Was ist ökologische Nachhaltigkeit?

Normalerweise denken wir alle zuerst an die Umwelt, wenn wir „Nachhaltigkeit“ hören. In der Tat sind die Probleme, die sich aus dem Klimawandel ergeben, wohl die drängendsten Gefahren für die Gesellschaft, und die Verringerung des CO2-Fußabdrucks eines Veranstaltungsortes sollte ein wichtiges Ziel für alle Organisationen sein. Kurz gesagt, ökologische Nachhaltigkeit beinhaltet, jetzt Maßnahmen zu ergreifen, um Ressourcen zu erhalten, Ökosysteme zu schützen und die heutige Generation zu unterstützen, um die Gesundheit, das Wohlbefinden und die Umgebung künftiger Generationen zu erhalten.

Warum sollte man sich damit befassen?

Große Veranstaltungsorte in jeder Branche müssen handeln, um ihren CO2-Fußabruck auszugleichen: riesige Gebäude, internationale Reisen und massenhafter Konsum von Speisen und Getränken, um nur einige Aspekte zu nennen. Ihre Stakeholder, Fans und Verbraucher verlangen, dass Sie Ihren Teil dazu beitragen. Im September 2021 richtete Tottenham Hotspur in Zusammenarbeit mit Sky das weltweit erste Netto-Null-Kohlenstoff-Fußballspiel auf Spitzenniveau aus. Dieses #GameZero zeigt, wie groß der Handlungsbedarf für Veranstaltungsorte in unserer Branche ist.

Welche Kriterien sollten Sie betrachten?

Der offensichtliche Ausgangspunkt ist die Messung des gesamten Kohlenstoff-Fußabdrucks Ihres Veranstaltungsortes. Es gibt viele gute Rechner im Internet, mit denen Sie diesen Prozess beginnen können. Dies kann zu einer nützlichen Hauptkennzahl werden, die Ihre gesamte Strategie der ökologischen Nachhaltigkeit umfasst. Die wichtigsten Messgrößen, die Sie wählen, hängen dann von der Art Ihres Veranstaltungsortes ab.

Ein Segelverband ist vielleicht am meisten an der Wasserqualität interessiert und ein Stadion-Caterer an einer nachhaltigen Lieferkette, die auf verantwortungsvoll erzeugten und veganen Produkten basiert. Die Verringerung von Einwegplastik ist ein weiterer großer Bereich, in dem die meisten Veranstaltungsorte versuchen, erfolgreich zu sein. Es gibt keine einheitliche Liste von Indikatoren, die beachtet werden sollten. Je mehr Sie Ihren CO2-Fußabdruck und Ihre Umweltauswirkungen untersuchen, desto besser werden Sie die Bereiche verstehen, die Sie im Blick behalten müssen.

2. Vermächtnis

Wie Ihr Venue und Ihre Veranstaltungen eine stärkere Gemeinschaft hinterlassen können.

Was ist das Vermächtnis von Veranstaltungen?

Das Vermächtnis ist die langfristige Auswirkung eines Großereignisses auf das Gastgebergebiet: Es ist so breit gefächert, wie es klingt, und umfasst kulturelle, wirtschaftliche, soziale, ökologische, physische und sportliche Aspekte. Es wird meist im Zusammenhang mit den größten Ereignissen der Welt betrachtet - den Olympischen Spielen, Fußballweltmeisterschaften - ist aber bei Veranstaltungen jeder Größe zu berücksichtigen. So berichtete die Event-Agentur Brand Brewery beispielsweise, dass die britische Wirtschaft in den zwei Jahren nach den Olympischen Spielen in London im Jahr 2012 um 14,2 Milliarden Pfund angekurbelt wurde. Für Veranstaltungsorte ist Ihr "Vermächtnis" etwas, das bei der Planung von Veranstaltungen berücksichtigt werden sollte, indem der anhaltende Fußabdruck Ihres Unternehmens untersucht wird.

Warum sollte man sich damit befassen?

Kurz gesagt: Damit Sie auch noch Jahre nach Ihrem Großereignis über Daten verfügen, die dessen Wirkung belegen. Die Nachverfolgung des Vermächtnisses in einem Online-Hub ermöglicht es Ihnen, sich weiterhin für Ihre Bemühungen einzusetzen. Das Vermächtnis ist etwas Komplexes, bei dem es auch um viel Immaterielles geht. Je mehr Daten Sie sammeln, desto besser können Sie diese Komplexität durchdringen und das Vermächtnis Ihrer Veranstaltung effektiver untersuchen.

Wenn Sie als Gastgeberstadt oder -nation über umfassende Daten verfügen, die den Nutzen Ihrer Großveranstaltung belegen, befinden Sie sich in einer starken Position für die Ausrichtung künftiger Großveranstaltungen. Auf olympischer Ebene besteht eines der strategischen Ziele des Internationalen Olympischen Komitees in der Tat darin, das Erbe vergangener Olympischer Spiele zu erfassen und zu analysieren. Könnte Ihr Großereignis der Startschuss für die Ausrichtung künftiger Großereignisse in der Region sein?

Welche Kriterien sollte man betrachten?

Hier gibt es eine Menge zu bedenken. Die Ausarbeitung einer Strategie für das Vermächtnis kann die Aufgabe einer bestimmten Person oder eines Teams innerhalb Ihres Veranstaltungsorts sein, und es gibt kein einheitliches Muster, dem man folgen kann. Bei Großveranstaltungen müssen Bereiche wie die Nutzung der für die Veranstaltung gebauten neuen Infrastruktur nach der Veranstaltung beachtet werden. Ansonsten haben Sie die Freiheit zu entscheiden, wo Sie eine nachhaltige positive Wirkung erzielen wollen.

Einige Messgrößen sind schwieriger zu erfassen als andere - wie kann man die mittel- bis langfristigen wirtschaftlichen Auswirkungen einer Großveranstaltung ermitteln? Berücksichtigen Sie jedoch die Teilnahme (z. B. am Breitensport), die Umwelt, die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Bildung.

3. Soziale Verantwortung des Unternehmens (CSR)

Wie Ihr Venue Einfluss auf viele interne und externe Stakeholder-Gruppen nimmt.

Was ist CSR?

Bei der sozialen Verantwortung von Unternehmen (CSR) geht es darum, dass Ihr Veranstaltungsort ein Gleichgewicht zwischen den wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Erfordernissen herstellt, um als Unternehmen erfolgreich zu sein, und gleichzeitig gesellschaftliche Belange und Forderungen der Interessensgruppen in die Geschäftstätigkeit integriert. Dies ist von entscheidender Bedeutung, denn für große, einflussreiche Veranstaltungsorte ist eine nachhaltige globale Entwicklung wichtiger als eine einseitige Ausrichtung auf den Gewinn - wie es Ihre Kunden und Interessensgruppen fordern.

Zu den wichtigsten Bereichen, die von CSR abgedeckt werden, gehören natürlich die Auswirkungen auf die Umwelt und ähnlich große gesellschaftliche Anliegen, aber auch die interne Unternehmensführung: Arbeitsbedingungen, Gleichberechtigung der Geschlechter, Korruptionsbekämpfung und mehr.

Warum sollte man sich damit befassen?

Damit die Gesellschaft in der Lage ist, große globale Herausforderungen wie den Klimawandel und die Ungleichheit zu bewältigen, müssen große Veranstaltungsorte ihre Verpflichtungen gegenüber der Welt um sie herum immer ernster nehmen. Auch intern bringt der Nachweis sozialer Verantwortung Vorteile in Form eines besseren Rufs, einer stärkeren Kundenbindung, eines besseren Risikomanagements und einer fundierteren Entscheidungsfindung.

Die Verbraucher stellen immer höhere Anforderungen an große und kleine Unternehmen. Impact berichtet, dass „77% der Verbraucher eher Unternehmen wählen, die sich für eine bessere Welt einsetzen", und dass „73% der Anleger angeben, dass Bemühungen zur Verbesserung von Umwelt und Gesellschaft bei ihren Investitionsentscheidungen eine Rolle spielen".

Die wirtschaftlichen Ziele Ihres Venues mit dessen sozialen Auswirkungen in Einklang zu bringen – sofern dies der Fall ist – ist nicht mehr nur optional.

Welche Kriterien sollte man betrachten?

Denken Sie hier intern und extern. Die Überprüfung von Bereichen wie Lohngleichheit und Richtlinien zum Mutterschaftsurlaub ermöglicht es Ihnen, Änderungen vorzunehmen, die Ihr Unternehmen zu einem besseren und gesünderen Arbeitsplatz für Ihre Mitarbeiter machen. CSR geht jedoch über die (virtuellen) Mauern Ihres Unternehmens hinaus. Auf der „Mikro"-Ebene sollten Sie Spenden für wohltätige Zwecke und die Arbeit in der Gemeinschaft in Betracht ziehen; auf der „Makro"-Ebene sollten Sie die Kohlenstoffemissionen und Ihre Lieferkette berücksichtigen.

4. Gleichstellung und Vielfalt

Wie Sie Ihren Veranstaltungsort, Ihre Lieferkette und Ihre Stakeholder-Basis vielfältig gestalten und davon profitieren können.

Was sind Gleichstellung und Vielfalt?

Bei Gleichheit und Vielfalt geht es um Chancen - um die Beseitigung von Diskriminierung, um sicherzustellen, dass jeder in einer Gesellschaft, einer Organisation oder einer anderen Einrichtung gleich und fair behandelt wird, unabhängig von Geschlecht, Rasse, Sexualität oder anderen Merkmalen. Es bedeutet, gleiche Beschäftigungsmöglichkeiten zu bieten und einen integrativen Arbeitsplatz zu schaffen.

Warum sollte man sich damit befassen?

Es gibt zwei Hauptgründe, warum Sie die Gleichstellung und Vielfalt in Ihrem Veranstaltungshaus verfolgen sollten: um sicherzustellen, dass Sie fair gegenüber Mitarbeitern, Bewerbern, Lieferanten, Kunden und Stakeholdern handeln, und um die Vorteile einer integrativeren, vielfältigeren und engagierteren Belegschaft zu nutzen. Es gibt viele Möglichkeiten, wie dies Ihrem Veranstaltungsort zum Erfolg verhelfen kann - sowohl intern als auch extern.

Nach außen hin stärkt es Ihren Ruf und bringt Ihnen wirtschaftliche Vorteile. Intern steigert es die Kreativität, sorgt für eine Vielzahl von Perspektiven, erhöht die Produktivität und verringert die Bedenken bezüglich des Arbeitgebers. Dies macht Ihren Veranstaltungsort zu einem fantastischen Arbeitsplatz für Sie und Ihr Team, der auch wirtschaftliche Vorteile mit sich bringt. Nach Angaben der Boston Consulting Group erwirtschaften „vielfältige Teams 19% mehr Umsatz", weil sie die Bedürfnisse ihrer Kunden und Stakeholder besser verstehen.

Welche Kriterien sollte man betrachten?

Es gibt einfach zu verfolgende Kennzahlen zur Diversität Ihres Veranstaltungsortes: Wie hoch der Anteil von Männern und Frauen ist, wie hoch der Anteil der schwarzen, asiatischen oder anderen ethnischen Minderheiten angehörenden in Ihrer Organisation ist. Legen Sie für jede dieser Kennzahlen ein Ziel für Ihren Veranstaltungsort fest und nehmen Sie vielleicht die demografische Zusammensetzung des Landes, in dem Sie tätig sind, als Ausgangspunkt, um dieses Ziel vierteljährlich zu überprüfen.

Es gibt viele Merkmale, die Sie in ähnlicher Weise erfassen könnten, darunter Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit, Nationalität, Bildung, Erfahrung, Alter, Behinderung, und Familienstand. Überlegen Sie, welche Aspekte der Vielfalt für Ihr Venue und Ihre Branche am wichtigsten sind. Wenn Ihr Unternehmen beispielsweise Veranstaltungen auf der ganzen Welt durchführt, sollten Sie Kennzahlen zur Nationalität betrachten, um sicherzustellen, dass Sie über eine globale Perspektive verfügen und verschiedene Regionen und Kulturen verstehen. Dieser Beitrag von Culture Plus Consulting enthält zahlreiche Ideen für Kennzahlen, die Sie je nach Art Ihrer Tätigkeit tracken können.

Was die Gleichberechtigung betrifft, so werden sich viele Ihrer Messgrößen auf die Chancengleichheit für Ihre Mitarbeiter beziehen. Erhält jeder die gleiche Ausbildung und die gleichen Möglichkeiten zur persönlichen und beruflichen Entwicklung? Durchlaufen alle Stellenbewerber das gleiche Bewerbungs- und Vorstellungsgesprächsverfahren? Wenn Sie über formale Richtlinien verfügen, können Sie diese Fragen mit „Ja" beantworten.

5. Menschenrechte

Wie Ihr Venue Menschenrechte weltweit beeinflusst.

Was meinen wir mit Menschenrechten?

Der Begriff der „Menschenrechte“ ist so umfangreich, dass es schwierig ist, ihn zu definieren, aber im Wesentlichen umfasst er die grundlegende Lebensqualität und den Standard der Behandlung, den jeder Mensch verdient. Menschenrechte werden als moralisch betrachtet und sind auch durch viele lokale und internationale Gesetze geschützt. Das wegweisende Dokument im Streben nach Menschenrechten für alle ist die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die 1948 von den Vereinten Nationen in Paris verkündet wurde.

Zwar fallen die Menschenrechte in den Zuständigkeitsbereich der größten Regierungen und Organisationen der Welt, doch sollten sie von allen Venues berücksichtigt werden, die Menschen beschäftigen und auf eine Lieferkette angewiesen sind.

Warum sollte man sich damit befassen?

Sie fragen sich vielleicht auch, ob Menschenrechtsfragen für Ihren Veranstaltungsort relevant sind? Tatsache ist, dass das Thema Menschenrechte zu wichtig ist, um es zu ignorieren, selbst wenn Sie denken, dass es für Ihre Tätigkeit nur am Rande relevant ist. Für einige Organisationen gibt es jedoch offensichtliche Bereiche, die zu berücksichtigen sind. Einer davon ist beispielsweise, wenn Sie von einer Lieferkette abhängig sind. Dann sollten Sie sich Gedanken über die Behandlung der Arbeitnehmer innerhalb dieser Kette machen.

Überlegen Sie, in welchen Bereichen Ihr Unternehmen Einfluss auf die Menschenrechte haben könnte, und orientieren Sie sich dabei an den UN-SDGs.

Welche Kriterien sollte man betrachten?

Einige der Kriterien hier könnten sich mit dem überschneiden, was Sie als Teil der sozialen Verantwortung Ihres Unternehmens/ internen Führungsstruktur verfolgen, und das ist prima. Zu den allgemeinen Bereichen, die Sie berücksichtigen sollten, gehören Freiheit und Sicherheit, Ernährung und Lebensmittelsicherheit, Zugang zu Gesundheitseinrichtungen sowie Zugang zu Machtpositionen, Exekutivrechten und Rechtsschutz.

Externe Rahmenwerke nutzen

Wenn Sie eine Nachhaltigkeitsstrategie für Ihren Veranstaltungsort oder Ihre Veranstaltung ausarbeiten, werden Sie wahrscheinlich einige Zeit damit verbringen, sich mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) zu beschäftigen. Die 17 SDGs, die 2015 verabschiedet wurden und bis 2030 erreicht werden sollen, sind in einer Liste von 169 Zielen definiert, wobei der Fortschritt in Richtung dieser Ziele anhand von 232 Indikatoren verfolgt wird. Das sind riesige Bereiche, mit denen man sich befassen muss ... und einige davon könnten in dem Umfang, in dem Sie tätig sind, nicht relevant sein.

Um Ihnen den Einstieg zu erleichtern, sollten Sie sich die folgenden drei externen Quellen ansehen, die Ihnen bei der Entwicklung Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie die dringend benötigte Struktur geben können: Internationale Standards, die Initiative „Sports for Climate Action Framework“ und B Corp.

1. Internationale Standards

Wie man „den Plan für eine bessere und nachhaltigere Zukunft für alle” umsetzt.

ISO 20121

Wenn Sie Veranstaltungen durchführen, ist die ISO 20121 ein guter Ausgangspunkt. Ihr Zweck ist es, Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen über die drei Säulen hinweg zu strukturieren: der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Leistung, und sie trägt direkt zu 11 der 17 SDGs bei.

ISO 26000

Dieser Standard bietet praktische Anleitungen und Empfehlungen für die soziale Verantwortung von Veranstaltungen, Veranstaltungsorten oder Organisationen. Er kann Ihnen helfen, die Auswirkungen Ihres Veranstaltungsortes auf die Gesellschaft und die Umwelt zu verstehen, sowie Vorteile in Bezug auf Reputation, Beziehungen zu Stakeholdern und Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

ISO im Fokus: 20121 für nachhaltige Veranstaltungen

Wie ISO 20121 Ihre Veranstaltung unabhängig von Art und Größe nachhaltiger machen kann.

Was ist der Zweck von ISO 20121?

Veranstaltungen stellen eine enorme Belastung für die Gesellschaft und die Umwelt dar und müssen daher verantwortungsvoll und zum Nutzen der Region geplant und durchgeführt werden. Die ISO-Norm 20121 fördert einen verantwortungsvollen Konsum, die Entwicklung der lokalen Infrastruktur, umweltfreundliche Transport- und Baumaßnahmen sowie einen sensiblen Umgang mit den vorhandenen lokalen Räumen und der Kultur. Sie bietet Anleitungen und bewährte Verfahren für die Verwaltung Ihrer Veranstaltung unter Kontrolle ihrer sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Auswirkungen.

Wie kam es zu dieser Norm?

Sie basiert auf einer früheren britischen Norm, BS 8901, die sich mit Nachhaltigkeitsmanagement-Systemen für Veranstaltungen befasst. Diese Norm sollte das Bewusstsein und das Verständnis für die Auswirkungen von Veranstaltungen schärfen und gleichzeitig Organisatoren und Zulieferer ermutigen, Maßnahmen zu ergreifen, um die negativen Auswirkungen der Veranstaltungsdurchführung zu minimieren. Die neue internationale Version der Norm wurde dann zeitgleich mit den Olympischen und Paralympischen Spielen 2012 in London erstellt.

Warum ist sie wichtig?

Die Veranstaltungsbranche ist eine Branche, deren Nachhaltigkeit in der Regel sehr genau unter die Lupe genommen wird - insbesondere die sozialen Auswirkungen und das Vermächtnis einer olympischen Gastgeberstadt. Durch das Rampenlicht der Öffentlichkeit haben Veranstaltungen eine Verantwortung, sowohl für sich selbst als auch als Vorbild für die Welt. Das Zusammentreffen einer großen Anzahl von Menschen kann die lokalen Ressourcen belasten, erhebliche Abfälle erzeugen und somit soziale Probleme für die Zukunft hinterlassen. Jede Maßnahme zählt, vom Verbot von Einwegplastik bis zur Förderung der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel. Veranstaltungen müssen nachhaltige Entwicklung praktizieren.

Wie funktioniert das?

Es liegt auf der Hand, dass die Betreiber von Veranstaltungen jeder Größenordnung eine immer größere Verantwortung für die Einhaltung nachhaltiger Praktiken bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen haben. Die ISO 20121 folgt dem Modell „Planen, Tun, Überprüfen, Handeln“.

PLANEN

Stakeholder und betroffene Parteien identifizieren; Grundsätze, Strategien, Rollen und Zuständigkeiten für nachhaltige Arbeit festlegen und mögliche Probleme identifizieren.

TUN

Bereitstellung von Verfahren, Ressourcen und Kommunikationsmitteln zur Unterstützung dieser nachhaltigen Tätigkeit und Einrichtung funktionierender Prozesse.

ÜBERPRÜFEN

Überwachung und Prüfung der Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit.

HANDELN

Identifizieren Sie alle verbleibenden Probleme oder Nichtkonformitäten und ergreifen Sie Korrekturmaßnahmen, um diese zu beheben.

ISO im Fokus: 26000 für soziale Verantwortung

Wie ISO 26000 Ihren Venues die nötigen Tools gibt, um Ihre soziale Verantwortung zu verstehen und zu verwalten.

Was ist ISO 26000?

Die ISO-Norm 26000 bietet einen Leitfaden zur sozialen Verantwortung für alle Größen und Arten von Veranstaltungsorten. Soziale Verantwortung ist ein weites Feld, das die Auswirkungen einer Organisation auf die Gesellschaft und die Umwelt umfasst. Daher ist es für jede Organisation unerlässlich, in sie zu investieren.

Die ISO-Norm 26000 bietet praktische Anleitungen in Form von mehr als 450 Empfehlungen zur nachhaltigen Entwicklung, angefangen beim Verständnis der Auswirkungen auf die Gesellschaft und der Ermittlung und Einhaltung der Erwartungen der Stakeholder bis hin zur Priorisierung wichtiger Themen, der Einhaltung einschlägiger Gesetze und der Integration von verantwortungsbewusstem Verhalten im gesamten Venue und den Lieferketten.

Wie ist sie strukturiert?

Sie befasst sich mit sieben Kernthemen:

1. Organisatorische Leitung
2. Menschenrechte
3. Arbeitspraktiken
4. Umwelt
5. Faire Geschäftspraktiken
6. Verbraucherangelegenheiten
7. Gesellschaftliches Engagement

Wie kann ein Veranstaltungsort damit starten?

Die Norm empfiehlt eine fünf-Punkte-Checkliste, um loszulegen:

1. Analysieren Sie Ihr Venue kurz in den sieben Kernthemen: Welche Rolle spielen Sie in der Gesellschaft, welche Auswirkungen haben Sie und welchen Wert schaffen Sie?
2. Erstellen Sie eine Übersicht der Erwartungen der Stakeholder, auf die Ihr Veranstaltungsort Einfluss hat.
3. Verfeinern Sie Punkt 1 unter Berücksichtigung von Punkt 2 in einer Gap-Analyse und ermitteln Sie Empfehlungen, die dringend ergriffen werden können oder sollten.
4. Definieren Sie Ziele und Vorgaben und erstellen Sie einen Meilensteinplan (mit Terminen), um diese zu erreichen.
5. Integration der sozialen Verantwortung in das gesamte Unternehmen, insbesondere durch die Einbindung der obersten Führungsebene.

ISO 26000 ist keine Managementsystemnorm – sie enthält keine Anforderungen und kann daher nicht für die Zertifizierung verwendet werden. Vielmehr ist sie als Leitfaden und Empfehlung äußerst wertvoll.

Für jeden Veranstaltungsort, der sich ernsthaft mit Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung auseinandersetzt, ist die ISO 26000 ein guter Ausgangspunkt. Die darin enthaltenen Leitlinien und Empfehlungen können Ihre Arbeit strukturieren, während Sie eine Strategie entwickeln, und geben Ihnen die dringend benötigte Orientierung.

2. Vereinte Nationen – Sports for Climate Action

Wie man die Welt des Sports ermutigt und befähigt, die Klimakrise zu bewältigen und der Welt ein Beispiel zu sein.

Was ist der Zweck des UN „Sports for Climate Action“ Framework?

Sportstätten können dazu beitragen, die im Pariser Abkommen festgelegten globalen Klimaziele zu erreichen: Klimaneutralität bis 2050 und Begrenzung der globalen Erwärmung auf höchstens 1,5 Grad Celsius. Venues können ihr Engagement für das Framework zusichern, das auf zwei übergeordnete Ziele hinarbeitet:

1. Erreichen eines klaren Kurses für die globale Sportgemeinschaft bei der Bekämpfung des Klimawandels durch Verpflichtungen und Partnerschaften nach geprüften Standards, einschließlich der Messung, Reduzierung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen, im Einklang mit dem im Pariser Abkommen verankerten Szenario deutlich unter 2 Grad zu bleiben.

2. Nutzung des Sports als verbindendes Instrument, um die Bürgerinnen und Bürger der Welt zu vereinen und Solidarität für globales Handeln zu schaffen.

Die Ziele sind sowohl intern als auch extern aufgestellt: Die Welt des Sports soll aufgefordert werden, sich im Kampf gegen den Klimawandel zu engagieren und so die Welt zu ähnlichen Maßnahmen zu inspirieren.

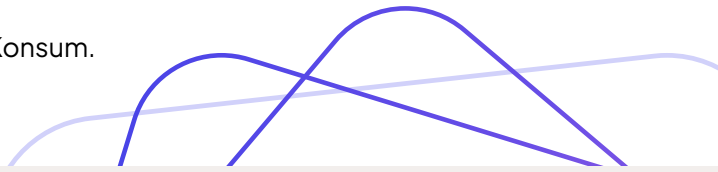
Wie ist es entstanden?

Es wurde im Dezember 2018 auf der UN-Klimakonferenz (COP24) in Polen ins Leben gerufen. Zu den Gründungsunterzeichnern gehören das Internationale Olympische Komitee, die FIFA und die lokalen Organisationskomitees der Olympischen Spiele in Tokio 2020 und Paris 2024. Es war an der Zeit, dass die Sportindustrie kollektive Maßnahmen ergreift, um die globale ökologische Nachhaltigkeit zu fördern, die Verantwortung für den Klima-Fußabdruck der Branche zu übernehmen und eine Führungsrolle bei nachhaltigerem Wirtschaften zu übernehmen und andere dazu zu inspirieren, es ihr gleichzutun.

Was müssen die Unterzeichner tun?

Veranstaltungsorte und Organisationen verpflichten sich, fünf Schlüsselprinzipien zu übernehmen, die es ihnen ermöglichen, ihre Kohlenstoffemissionen zu messen, zu reduzieren und auszugleichen:

1. Systematische Anstrengungen zur Förderung einer größeren Verantwortung für die Umwelt unternehmen.
2. Verringerung der Gesamtauswirkungen auf das Klima.
3. Aufklärungsarbeit für den Klimaschutz.
4. Förderung von nachhaltigem und verantwortungsvollem Konsum.
5. Durch Kommunikation für den Klimaschutz werben.



Die Grundsätze machen deutlich, dass die Sportbranche sowohl nach innen als auch nach außen schauen muss, um ihren Teil zur Klimakrise beizutragen. Es geht darum, sich gegenseitig zu unterstützen, Wissen zu teilen, Lektionen zu lernen und aktiv zusammenzuarbeiten. Diese Mentalität wird es der Welt des Sports ermöglichen, diese fünf Hauptprinzipien zu verinnerlichen.

3. B Corp

Wie Sie Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen zertifizieren können.

Was ist B Corp?

B Corp ist ein gemeinnütziges Netzwerk, das es Organisationen ermöglicht, sich für nachhaltige Werte und Praktiken zu engagieren und eine Zertifizierung zu erhalten. Ziel ist es, die Macht der Wirtschaft zu nutzen, um "einen gemeinsamen, dauerhaften Wohlstand für alle zu schaffen". Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts gibt es fast 5.000 B Corporations in 78 verschiedenen Ländern. Das erklärte Ziel von B Corp ist, die Wirtschaft zu einer Kraft für das Gute zu machen. In der globalen Wirtschaft müssen Menschen und Orte eine Rolle spielen. Organisationen müssen für alle Beteiligten Vorteile schaffen, nicht nur für die Aktionäre.

Organisationen, die eine B-Corporation-Zertifizierung erlangen, verpflichten sich, Gewinn und Zweck in Einklang zu bringen, indem sie öffentliche Transparenz und rechtliche Rechenschaftspflicht mit den höchsten Standards für soziale und ökologische Leistungen kombinieren. Gewinne und Wachstum sind nicht nur um ihrer selbst willen wichtig, sondern auch um eine größere positive Wirkung auf die Welt um sie herum zu erzielen: für Mitarbeiter, Stakeholder, Städte und Gemeinden und die Umwelt.

Wie erhält ein Venue eine B Corp-Zertifizierung?

Mit der B Corp-Zertifizierung wird der positive Gesamteinfluss Ihres Venues oder Ihrer Organisation bewertet. Dies wird durch das B Impact-Assessment erreicht, das Ihren Einfluss auf die Welt um Sie herum misst. Die Auswirkungen sind in fünf Bereiche unterteilt: Unternehmensführung, Arbeitnehmer, Gemeinschaft, Umwelt und Kunden, wobei sowohl der tägliche Betrieb als auch die Geschäftsergebnisse berücksichtigt werden. Diese Bewertung ist der erste und wichtigste Schritt auf dem Weg zu einer zertifizierten B Corporation.

Die beiden anderen Schritte betreffen die öffentliche Transparenz und die rechtliche Rechenschaftspflicht. Der Impact-Bericht jeder B-Corporation muss online veröffentlicht werden, und jede B-Corporation muss ihre Satzung dahingehend ändern, dass ihr Vorstand ein Gleichgewicht zwischen Gewinn und Zweck anstrebt und nachhaltige Werte in ihre Ziele, ihr Management und ihre Stakeholder einbettet.

Warum sollte ein Venue eine B Corp werden?

Es wird Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen durch Benchmarking und Leistungsverbesserung fördern, Ihnen ein neues Ziel geben und Sie in eine Gemeinschaft nachhaltiger Organisationen aufnehmen, mit denen Sie sich austauschen und von denen Sie lernen können. Die B Impact-Bewertung selbst bietet mehr als 40 Leitfäden zu bewährten Verfahren, die Ihnen bei der Gestaltung Ihrer eigenen organisatorischen Strategie für Nachhaltigkeit und soziale Auswirkungen helfen.

Es bringt auch viele zusätzliche Vorteile für Ihren Veranstaltungsort. Eine B-Corp-Zertifizierung ist eine beeindruckende und exklusive Zertifizierung, die es Ihnen ermöglicht, Talente anzuziehen und leichter neue Kunden zu gewinnen, indem sie die Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens als eine Säule der Nachhaltigkeit stärkt. Wenn Ihr Unternehmen auf Nachhaltigkeit und sozialen Einfluss angewiesen ist – was immer wahrscheinlicher wird –, dann wird die B Corp-Zertifizierung die Stimme Ihres Veranstaltungsortes stärken und Ihr Endergebnis verbessern.

Nachhaltigkeit richtig verfolgen und Ihre Standards verbessern

Immer mehr Kunden verlangen von Ihrem Venue den Nachweis, dass Sie sich um Nachhaltigkeit bemühen. Die wachsende Bedeutung der Nachhaltigkeit erfordert, dass Veranstaltungsorte die Fortschritte bei der Erreichung ihrer Ziele verfolgen und nachweisen können. Mit den richtigen Tools kann Ihr Veranstaltungsort bessere Nachhaltigkeitspraktiken verfolgen.

Wenden Sie sich noch heute direkt an uns, um mehr darüber zu erfahren, wie Sie die Nachhaltigkeitsbemühungen Ihres Veranstaltungsortes mithilfe eines maßgeschneiderten Systems besser verwalten können. Die Verfolgung Ihrer Bemühungen war noch nie so einfach.

KONTAKTIEREN SIE UNS

Externe Ressourcen

Vereinte Nationen

UN Global Compact-Bibliothek

Vereinte Nationen: Ziele zur Nachhaltigkeitsentwicklung

UN Sports for Climate Action Framework

Eine Strategie für eine bessere Welt erschaffen – PwC

Nachhaltige Veranstaltungen

BSI Group Leitfaden für nachhaltige Events

Events Industry Council: Vier Prinzipien der Eventnachhaltigkeit

Nachhaltigkeit in den Vordergrund rücken

Welttriathlon Nachhaltigkeitsrichtlinien für Eventveranstalter

Über Momentus

Momentus Technologies ist der führende Anbieter von Venue- und Eventmanagement Software und unterstützt weltweit über 60.000 Nutzer in mehr als 57 Ländern dabei, unvergessliche Event-Erlebnisse zu schaffen. Zum Kundenstamm von Momentus gehören Kongress- und Messezentren, Messegesellschaften, 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**.

momentus™ technologies