

Hochschule Bremen
Fakultät 3 Gesellschaftswissenschaften
Internationaler Studiengang
Angewandte Freizeitwissenschaft (ISAF) B.A.

**Nachhaltige Veranstaltungsorganisation
Eine Analyse von Leitfäden
und Problemen bei der Umsetzung**

Bachelorarbeit

1. Gutachter: Prof. Dr. Bernd Stecker
2. Gutachter: Dr. Dieter Brinkmann

Eingereicht von: Jacob Henschel
Theodor-Storm-Straße 79
28201 Bremen

Matrikelnummer: 5015892
E-Mail: jacobhenschel@gmx.de

Telefon: 0176 62831269
Abgabe: Bremen, den 03.08.2021

Abstract

Nachhaltiges Handeln hat für unsere Gesellschaft in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Für die Eventbranche wurden dafür nachhaltige Veranstaltungsleitfäden entwickelt. Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, die mangelnde Umsetzung von nachhaltigen Veranstaltungen zu erfassen. Dazu wird folgende Forschungsfrage beantwortet: „Warum werden die bestehenden nachhaltigen Leitfäden von den Veranstaltenden bisher nicht so fokussiert umgesetzt, wie es für die Umwelt und nachfolgende Generationen wünschenswert wäre und welche Lösungsansätze können in diesem Zusammenhang genannt werden?“ Bei der Analyse der Leitfäden wird in erster Linie mit Literatur- und Internetquellen gearbeitet und eine Dokumentenanalyse durchgeführt. Um die Umsetzungsdefizite von nachhaltigen Veranstaltungen in Verbindung mit den Leitfäden zu ermitteln, werden Expert*inneninterviews mit Veranstaltenden durchgeführt. Die Analyse der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden hat ergeben, dass diese insbesondere in der ökologischen Dimension Handlungsbedarf bei Veranstaltungen sehen. Die Leitfäden helfen den Veranstaltenden für einen ersten Überblick der Handlungsfelder von Nachhaltigkeit. Für die Veranstaltenden kommt lediglich eine Schritt für Schritt Umsetzung in Frage, da Defizite durch Finanzierungsprobleme und damit einhergehenden Personalmangel vorliegen sowie die Interessen der beteiligten Stakeholder schwer mit nachhaltigen Maßnahmen zu vereinbaren sind.

Sustainable action has become increasingly important for our society in the last few years. For this reason, sustainable event guidelines have been developed for the event industry. The goal of this bachelor thesis is to identify the lack of implementation of sustainable events. For this reason, the following research question will be answered: "Why are the existing sustainable guidelines not being implemented in such a focused way as it would be desirable for the environment and future generations, and what approaches to solutions can be named in this context?" Literature and internet sources as well as a document analysis will be used for the analysis of the guidelines. In order to identify the implementation deficits of sustainable events in connection with the guidelines, expert interviews with event organizers will be conducted. The analysis of the sustainable event guidelines revealed that they see a particular need for action in the ecological dimension of events. The guidelines help the event organizers to get a first overview of the fields of action towards sustainability. For the event organizers, only a step-by-step implementation is possible, because deficits exist due to financing problems and the resulting lack of manpower, as well as the interests of the stakeholders involved are difficult to reconcile with sustainable measures.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	I
Abkürzungsverzeichnis.....	II
Abbildungsverzeichnis.....	III
1 Einleitung.....	1
1.1 Fragestellung	2
1.2 Zielsetzung.....	2
1.3 Aufbau der Arbeit	3
2 Methoden	3
2.1 Erhebungsmethoden	4
2.1.1 Literatur- und Internetrecherche	4
2.1.2 Expert*inneninterviews.....	5
2.1.3 Interviewleitfaden	6
2.1.4 Durchführung von Expert*inneninterviews.....	8
2.2 Auswertungsmethoden.....	9
2.2.1 Dokumentenanalyse	9
2.2.2 Qualitative Inhaltsanalyse	10
3 Nachhaltige Veranstaltungsorganisation.....	12
3.1 Vorstellung der bestehenden Konzepte.....	13
3.1.1 Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen	14
3.1.2 Sounds for Nature	16
3.1.3 Events: Das Gleiche in Grün	19
3.1.4 Nachhaltig fairanstalten. Ein Leitfaden.	21
4 Ergebnisse und Diskussionen.....	23
4.1 Vergleich der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden	23
4.2 Bewertung der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden	27
4.3 Priorisierung der Leitfaden-Kriterien	30

4.4	Umsetzungsdefizite und deren Lösungsansätze aus Sicht der Veranstaltenden	32
5	Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen	43
6	Fazit und Ausblick	46
7	Literatur- und Quellenverzeichnis	49
Anhang	IV
	Vergleich der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden	IV
	Interviewleitfaden.....	VIII
	Transkription Expert*inneninterview 1.....	IX
	Transkription Expert*inneninterview 2.....	XVII
	Transkription Expert*inneninterview 3.....	XXVIII
	Transkription Expert*inneninterview 4.....	XXIX
	Inhaltsanalyse nach Mayring – Categoriesystem	XLVIII
	Auswertung der Inhaltsanalyse.....	L
	Eidesstattliche Erklärung	LXXVI

Abkürzungsverzeichnis

BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
UBA	Umwelt Bundesamt
biz	Bremer Informationszentrum für Menschenrechte und Entwicklung
BfN	Bundesamt für Naturschutz
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
SfN	Sounds for Nature

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Categoriesystem der Inhaltsanalyse	11
Abbildung 2: Bewertungsraster der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden.....	27
Abbildung 3: Bewertungstabelle der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden	28
Abbildung 4: Häufigkeit der Kriterien in den nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden.....	30
Abbildung 5: Weg zu einer nachhaltigen Veranstaltung mit priorisierte Kriterien	32
Abbildung 6: Stakeholder einer Veranstaltung.....	33
Abbildung 7: Weg zu einer nachhaltigen Veranstaltung mit den Einflussfaktoren	42

1 Einleitung

Das Streben nach einem nachhaltigen und ressourcenschonenden Lebensstil erhält mittlerweile immer mehr Einzug in unsere Gesellschaft. Diese Entwicklung ist in fast allen Bereichen des privaten aber auch beruflichen Lebens zu beobachten – resultierend unter anderem aus dem fortschreitenden Klimawandel. Dies gilt auch für die Eventbranche:

„Unsere heutige Welt ist mit einer Vielzahl großer ökologischer und ökonomischer Probleme konfrontiert, deren Ursachen letztendlich im Umfang und in der Intensität menschlichen Handelns begründet sind. In öffentlichen Diskursen wird immer wieder gefordert, dass Unternehmen und jeder Einzelne stärker nach Maßgabe eines nachhaltigen Wirtschaftens und Konsumierens handeln sollen/soll. In verstärktem Maße gilt das auch für Events.“ (Jäger 2018: S. 187).

Der Veranstaltungsbereich ist eine große Branche, für die es bereits eine Reihe an Leitfäden zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation gibt. Der Leitfaden vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) in Zusammenarbeit mit dem Umwelt Bundesamt (UBA) sowie die Konzepte „Sounds for Nature“ vom Verein Sounds for Nature Foundation in Kooperation mit dem Bundesamt für Naturschutz (BfN), der Leitfaden „Events: Das Gleiche in Grün“ von der Stadt Hamburg (Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt) und „Nachhaltig fairanstalten“ (Bremer Informationszentrum für Menschenrechte und Entwicklung (biz)), erhalten Einzug in diese Arbeit. Maßnahmen, wie die Verwendung von Mehrwegbechern, Müll- und Zelpfand auf Festivals, kostenlose Nutzung des Nahverkehrs in Verbindung mit dem Veranstaltungsticket werden bereits umgesetzt (vgl. Dilk 2020). Doch warum gibt es verhältnismäßig wenige Veranstaltungen mit dem Aushängeschild für Nachhaltigkeit? Woran hakt es bei der Umsetzung von nachhaltigen Konzepten? An diesen Punkten setzt diese Bachelorarbeit an und arbeitet heraus, welche Kriterien aus nachhaltigen Leitfäden priorisiert umgesetzt werden müssen, da sie einen großen Einfluss auf den Aspekt der Nachhaltigkeit haben und welche Maßnahmen eine untergeordnete Rolle spielen. Des Weiteren werden die Umsetzungsdefizite aus Sicht der Veranstaltenden analysiert und mit den davor gewonnenen Erkenntnissen in Verbindung gebracht. Für die Umsetzungsprobleme sollen außerdem Lösungsansätze gefunden werden, die für die Veranstaltenden die Realisierung von nachhaltigen Veranstaltungen vereinfachen würden.

1.1 Fragestellung

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, setzt diese Bachelorarbeit dort an, wo viele Veranstaltende mit ihren Events aufhören. Das Problem in diesem Zusammenhang besteht darin, dass es bereits eine Vielzahl von Konzepten gibt, die mit produktiven Vorschlägen und Checklisten einen nachhaltigen Weg für die Eventbranche geebnet haben, jedoch wenig Anwendung in der Praxis finden. Daraus ergibt sich folgende Fragestellung:

„Warum werden die bestehenden nachhaltigen Leitfäden von den Veranstaltenden bisher nicht so fokussiert umgesetzt, wie es für die Umwelt und nachfolgende Generationen wünschenswert wäre und welche Lösungsansätze können in diesem Zusammenhang genannt werden?“

Diese Fragestellung wird im Rahmen dieser Arbeit beantwortet. Zum einen werden die bestehenden Leitfäden verglichen, zum anderen wird versucht, die mangelnde Umsetzung der vorliegenden theoretischen Leitfäden in der Veranstaltungsbranche zu ermitteln, um daraus später Empfehlungen für eine nachhaltigere Umsetzung abzuleiten.

1.2 Zielsetzung

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, die mangelnde Umsetzung von nachhaltig geplanten Events zu erfassen. Dabei werden die verschiedenen bestehenden Leitfäden für nachhaltige Veranstaltungen erläutert und im Hinblick auf ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede verglichen. Anhand dieser Erkenntnisse kann daraufhin eine Priorisierung für die Umsetzung von den ökologischen, sozialen und ökonomischen Leitfaden-Kriterien vorgenommen werden. Dabei geht es um konkrete Maßnahmen, die bei der Realisierung unerlässlich sind und andere, die eine untergeordnete Rolle im Hinblick auf Nachhaltigkeit spielen.

Darauf aufbauend ergibt sich das primäre Ziel dieser Arbeit, welches sich auf die Perspektive der Veranstaltenden bezieht und die Umsetzungsprobleme bei den Leitfäden für nachhaltige Events in der Praxis aufzeigen soll. Diese Schwierigkeiten sollen am Ende dieser Arbeit benannt werden können und Handlungsempfehlungen für eine konsequentere nachhaltige Veranstaltungsorganisation gegeben werden.

1.3 Aufbau der Arbeit

Im ersten Schritt dieser Arbeit wird das methodische Vorgehen erläutert. Dabei wird auf die Erhebungsmethoden und die damit verbundenen Auswertungsmethoden eingegangen, die in der Beantwortung der Fragestellung Anwendung finden. Für den Vergleich der vier bestehenden Leitfäden für nachhaltige Veranstaltungsorganisation wird eine Literatur- und Internetrecherche vorgenommen und durch eine Dokumentenanalyse Ergebnisse erzielt. Nach den Expert*inneninterviews und der damit verbundenen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring, einem renommierten Professor für psychologische Methodenlehre, werden Antworten auf die Frage der Umsetzungsdefizite der bestehenden Nachhaltigkeitsleitfäden gegeben (vgl. Mayring 2015: S. 4). Im nächsten Abschnitt wird eine Einführung in die nachhaltige Veranstaltungsorganisation gegeben und vier bestehende nachhaltige Leitfäden für die Eventbranche vorgestellt. Anschließend werden die Ergebnisse formuliert und diskutiert, indem die nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden miteinander verglichen werden und eine Priorisierung der in den Leitfäden aufgeführten Handlungsfelder vorgenommen wird. Es folgt eine Auswertung und Diskussion der Primärforschung, den Expert*inneninterviews, im Hinblick auf die Umsetzungsdefizite aus Sicht der Veranstaltenden (vgl. Sandberg 2013: S. 47). In dem darauf folgenden Abschnitt werden die Ergebnisse aus dem Vergleich der Leitfäden und den Umsetzungsdefiziten aus Sicht der Veranstaltenden zusammengeführt und Schlussfolgerungen daraus gezogen. Im Anschluss werden Handlungsempfehlungen für die Eventbranche im Hinblick auf eine konsequentere nachhaltige Veranstaltungsorganisation entwickelt. Im letzten Schritt werden die Ergebnisse im Rahmen dieser Arbeit in einem Fazit zusammengefasst und ein Ausblick hinsichtlich nachhaltigen Handelns in der Veranstaltungsbranche gegeben.

2 Methoden

In dieser Bachelorarbeit werden hinsichtlich der Forschungsmethoden die Primär- und Sekundärforschung Anwendung finden. Bei der Analyse der Leitfäden für nachhaltige Veranstaltungsorganisation wird in erster Linie mit Literatur- und Internetquellen gearbeitet und eine Dokumentenanalyse durchgeführt. Dieselbe methodische Vorgehensweise wird zum Vergleich der Leitfäden sowie zur Priorisierung der Kriterien verwendet.

Um die Schwierigkeiten, die sich im Zusammenhang mit der praktischen Umsetzung eines nachhaltigen Events ergeben konkret benennen zu können, erfolgt eine Primärforschung (vgl. ebd.). Dabei soll anhand problemzentrierter Expert*inneninterviews mit Veranstaltenden in Erfahrung gebracht werden, welche Schwierigkeiten in der Umsetzung der Leitfäden für

nachhaltige Events zur Sprache kommen. Diese Interviewform ist für die Beantwortung der Forschungsfrage sinnvoll, da bereits ein theoretisches Konzept als Grundlage vorliegt, jedoch eine Forschungslücke im Hinblick auf die praktische Umsetzung zu bestehen scheint. (vgl. Lamnek/Krell 2016: S. 344-349). Die Primärforschung wird im Anschluss in Form der reduktiven, qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring mit folgendem Ziel ausgewertet:

„[...] das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion einen überschaubaren Corpus zu schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist“ (Mayring, 2003, S. 58). In diesem Verfahren werden durch Auslassungen, Generalisierungen, Konstruktionen, Integrationen, Selektionen und Bündelungen abstrakte Aussagen gewonnen, die das ursprüngliche Material paraphrasieren. Diese abstrakten Paraphrasen werden unter Kategorien subsumiert und schließlich zur Kennzeichnung und Beschreibung des Einzelfalls herangezogen.“ (Lamnek/Krell 2016: S. 488).

Eine ausführliche Erläuterung des methodischen Vorgehens erfolgt in diesem Kapitel.

2.1 Erhebungsmethoden

Im folgenden Abschnitt wird auf die Erhebungsmethoden eingegangen, die im Rahmen dieser Arbeit zum Sammeln der erforderlichen Daten und zur Gewinnung von Informationen herangezogen wurden (vgl. Sandberg 2013: S. 303).

2.1.1 Literatur- und Internetrecherche

Die Themenfindung dieser Arbeit erfolgte im Rahmen einer ersten Recherche zu dem Thema Nachhaltigkeit in Freizeit und Tourismus. Dabei wurde durch persönliches und berufliches Interesse ein Schwerpunkt auf die Veranstaltungsbranche gelegt. In diesem Zusammenhang wurde der Fokus auf die Leitfäden für nachhaltige Events gesetzt. Es fiel auf, dass ein großes Angebot an nachhaltigen Konzepten vorhanden ist. Dieses stammt in erster Linie von staatlichen oder staatlich geförderten Anbietenden. Der Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen vom BMU und UBA war dabei der Grundstein der eigenen Recherche (vgl. Mager et al. 2020). Auch das Konzept „Nachhaltig fairanstalten“ stützt sich auf diesen Leitfaden (vgl. Haubner/Brandenburger 2019: S. 35). Da insbesondere Festivals im Hinblick auf Nachhaltigkeit Einzug in diese Arbeit erhalten sollten, ist es wichtig den Leitfaden „Sounds for Nature“ für Open Air Veranstaltungen (BfN) einzubeziehen. Die Konzepte „Nachhaltig Fairanstalten“ (biz Bremen) und „Events: Das gleiche in Grün“ (Stadt Hamburg) werden aufgrund des lokalen Bezugs aufgenommen. Die für die Interviews ausgewählten Expert*innen weisen diesen Bezug durch regionale Tätigkeit in der Eventbranche ebenfalls auf. So können im weiteren Verlauf der Arbeit konkretere Handlungsempfehlungen für die lokale Bezugsgröße formuliert werden. Die vier Leitfäden für

nachhaltige Veranstaltungsorganisation sind durch ihre Anbietenden, Prioritäten und Schwerpunkte sehr unterschiedlich, decken somit ein breites Spektrum nachhaltiger Veranstaltungsorganisation ab, und eignen sich damit gut für den Vergleich im Rahmen dieser Arbeit.

Um einen Einstieg in den gegenwertigen Diskurs zum Thema nachhaltige Veranstaltungsorganisation zu erhalten, wird weiterführende Literatur genutzt. Dabei handelt es sich nicht ausschließlich um nachhaltige Konzepte. Auch Literatur mit dem Ziel einer Grundwissensvermittlung für die Eventbranche greift den Aspekt der Nachhaltigkeit auf. Für die im Verlauf der Arbeit vorgesehene Priorisierung, der in den Leitfäden genannten Kriterien und Maßnahmen, wird zusätzlich auf die Studieninhalte im Rahmen der angewandten Freizeitwissenschaft und die damit verbundene Literatur zurückgegriffen.

2.1.2 Expert*inneninterviews

Für die Erforschung von Umsetzungsdefiziten bei den nachhaltigen Leitfäden für Veranstaltungen wird eine qualitative Sozialforschung in Form von Expert*inneninterviews durchgeführt. Die Forschungsmethode ist zur Beantwortung der Forschungsfrage geeignet, da umfangreiche theoretische Konzepte zum Thema nachhaltige Veranstaltungsorganisation vorliegen, die in der Praxis nur wenig bis keine Anwendung finden. Anhand der Interviews sollen verschiedene Umsetzungsdefizite und mögliche Lösungswege ermittelt werden. Bei den Interviews ist, im Hinblick auf die Vorbereitung und die genaue Definition des Problembereichs, das aus der Dokumentenanalyse erlangte Vorverständnis von zentraler Bedeutung. Die offenen Fragen des Interviews grenzen den Bereich dabei nicht zu stark ein und lassen einen Spielraum für individuelle Antworten (vgl. Lamnek/Krell: S. 345). Außerdem müssen nicht bei jedem Interview exakt die gleichen Fragen gestellt werden. Individuelle Abweichung, sowohl durch die/den Expert*in oder den Interviewenden schränken die Vergleichbarkeit nicht ein. Dies erlaubt einen gewissen Spielraum und eine individuelle Handhabung während des Interviews (vgl. Bogner et al. 2014: S. 28).

Für die Expert*inneninterviews stellt der Interviewleitfaden ein wichtiges theoretisches Instrument dar (siehe Anhang S. VIII). Dieser dient der Strukturierung des Themenfelds sowie als Hilfsmittel vor und während der Erhebung. Im Rahmen der Durchführung ist dieser lediglich als Orientierung zu sehen, sodass Abweichungen oder ergänzende Fragen problemlos möglich sind (ebd.). Vielmehr gilt es zu beachten, das Interview mit offenen Fragen zu gestalten, sodass während des Interviews optimaler Weise ein natürlicher Gesprächsfluss entsteht. Dieser kann durch den Interviewer, im Abgleich mit dem Leitfaden, gelenkt werden. Dabei müssen die Themen nicht in einer vorgegebenen Reihenfolge

besprochen werden. Der Interviewer sollte allerdings die bereits behandelten und noch offenen Themen im Auge behalten (vgl. Wickert 2021, online). Die Entwicklung des Interviewleitfadens wird im nächsten Abschnitt dieser Arbeit (2.1.3 Interviewleitfaden) näher erläutert.

Für die Auswahl der Expert*innen ist im Vorfeld die Durchführung eines sogenannten Samplings notwendig. Dieses orientiert sich an der Forschungsfrage und hat das Ziel eine nachvollziehbare und begründete Auswahl an Expert*innen zu treffen. Diese werden im Zusammenhang mit dieser Forschung anhand von Literaturanalysen, journalistischen Artikeln und Gesprächen mit Informant*innen vorgenommen. Bei dem Expert*innenpool von Veranstaltenden ist zu vermuten, dass begrenzte zeitliche Ressourcen eine Rolle für die Interviewbereitschaft spielt und die Auswahl von Interviewpartner*innen einschränken könnte (vgl. Bogner et al. 2014: S. 34 f.). Auf die Forschungsfrage bezogen können folgende Kriterien für die Auswahl der Expert*innen genannt werden. Zum einen sollte die/der Expert*in einen lokalen Bezug zu Bremen bzw. dem Umland haben, da die Auswahl der nachhaltigen Leitfäden ebenfalls nach diesem Kriterium ausgewählt wurde. Nur so können die Handlungsempfehlungen im Schlussteil dieser Arbeit konkret formuliert werden. Zum anderen sollten die Interviewpartner*innen aus verschiedenen Bereichen der Veranstaltungsbranche kommen bzw. Erfahrungen aus verschiedenen Sektoren aufweisen. Die Anzahl der zu führenden Interviews bemisst sich an dem Erkenntnisgewinn der einzelnen Gespräche und wird im Forschungsprozess entschieden. Information zur Durchführung der Expert*inneninterviews werden im Abschnitt 2.1.4 dieser Arbeit gegeben.

2.1.3 Interviewleitfaden

Bei Expert*inneninterviews handelt es sich um teilstrukturierte Interviews (vgl. ebd.: S. 27). Ein wichtiger Bestandteil ist in diesem Zusammenhang der Interviewleitfaden. Aspekte, die bei der Erstellung des Leitfadens berücksichtigt werden müssen, werden im Folgenden erläutert.

Bei der Entwicklung des Interviewleitfadens ist eine große Gestaltungsfreiheit geboten. Der Umfang ist sehr variabel. Zur Gestaltung des Interviewleitfadens wird eine Vorformulierung der Fragen vorgenommen, um diese als Hilfsmittel für die Interviewstruktur sowie die Beachtung aller relevanten Themenfelder vorliegen zu haben. Außerdem ist die Leitfadenkonstruktion ein wichtiger Bestandteil der inhaltlichen Vorbereitung auf ein Interview (vgl. ebd.: S. 28). Des Weiteren ist darauf zu achten Fragen zu formulieren, die auf die Beantwortung des Forschungsziels abzielen, ohne dabei die Forschungsfrage offen zu

stellen. Damit soll dem Phänomen der sozialen Erwünschtheit in der Beantwortung der Fragen möglichst entgegengewirkt werden, da sonst die/der Expert*in eher eine allgemein angesehene Meinung wiedergibt, als die eigenen Erfahrungen und Meinungen zum Thema (vgl. Vogt/Werner 2014: S. 27). Zu Beginn des Prozesses der Leitfadenkonstruktion werden deduktiv Kategorien entwickelt, die im Rahmen der vorangegangenen Erläuterung der nachhaltigen Veranstaltungsorganisation und der Analyse von nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden als Antworten auf die Forschungsfrage anzunehmen sind (vgl. ebd.: S. 23). Folgende Kategorien sind demnach zu bilden:

- **Negative Ökonomische Auswirkungen**

Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen haben negative ökonomische Auswirkung zur Folge (vgl. Klingenberg/Sawitzki 2011: S. 6-10).

- **Fehlendes Know-how**

Hintergrundwissen, welches den Veranstaltenden fehlt, um in bestimmten Handlungsfeldern nachhaltiger zu agieren (vgl. Oblasser/Riediger 2015: S. 18).

- **Abweichende Leitfäden**

Die Leitfäden sind teilweise unvollständig sowie Maßnahmen zu theoretisch und allgemein formuliert, sodass sie von Veranstaltenden nicht umgesetzt werden können (siehe Kapitel 4.2 Bewertung der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden).

- **Anreize/Hilfestellungen zur Umsetzung**

Es gibt wenig Anreize/Hilfestellungen im Hinblick auf die Umsetzung von nachhaltigen Konzepten und Maßnahmen (vgl. Oblasser/Riediger 2015: S. 26-28).

Diese deduktiven Kategorien werden bei der Auswertung der Interviews um induktive Kategorien ergänzt, beziehungsweise abgeändert. Aus diesem Grund erfolgt in Kapitel 2.2.2 „Qualitative Inhaltsanalyse“ eine ausführlichere Auseinandersetzung mit den gebildeten Kategorien. Auf Grundlage dieser deduktiven Kategorien und der Forschungsfrage werden im nächsten Schritt Fragen zur Beantwortung formuliert. Dabei findet das SPSS-Prinzip Anwendung:

„Beginnen Sie damit, so viele Fragen wie möglich zu sammeln (S). Prüfen (P) Sie anschließend die Fragen in Hinblick auf die zuvor genannten Kriterien für gute Fragen sowie das Vorwissen der Interviewpartnerin und die Offenheit der Fragen. [...] Schließlich werden alle brauchbaren Fragen nach möglichen gemeinsamen Oberthemen sortiert (S) und am Ende zu großen Frageblöcken bzw. Erzählimpuls subsumiert (S).“
(Vogt/Werner 2014, S. 30 f.).

Im Interviewleitfaden werden die Fragen neben den Themenblöcken auch in die unterschiedlichen Fragekategorien Leitfragen, Detaillierungsfragen und

Aufrechterhaltungsfragen eingeteilt. Die Leitfragen werden zu Beginn eines Themenblocks gestellt. Detaillierungsfragen befassen sich genauer mit dem jeweiligen Themenbereich. Je nach Antwort der interviewten Person auf die Leitfrage kann mit einer Detaillierung ein Thema vertieft werden. Die Aufrechterhaltungsfragen sind geeignet um den Gesprächsfluss aufrecht zu erhalten oder das Interview wieder auf das ursprüngliche Thema zu lenken (vgl. ebd.: S. 26).

Anhand dieser methodischen Grundlage ist der Leitfaden, welcher im Anhang zu finden ist, für die Expert*inneninterviews mit dem Thema nachhaltige Veranstaltungsorganisation entstanden.

2.1.4 Durchführung von Expert*inneninterviews

Im Rahmen dieser Arbeit wird eine leitfadengestützte Interviewstudie durchgeführt, die über das Videokonferenzsystem Zoom realisiert wird. Dafür werden vorab Einverständniserklärungen von den interviewten Personen in Bezug auf das Speichern von Ton- und Videoaufnahmen eingeholt. Somit dürfen die im Rahmen der Interviews entstandenen Dokumente für den wissenschaftlichen Zweck dieser Arbeit verwendet werden (vgl. ebd.: S. 38 f.). Für die Durchführung eines Interviews wird ein Zeitfenster von einer Stunde veranschlagt. Die tatsächliche Dauer belief sich auf 30-45 Minuten. Vor dem ersten Expert*inneninterview wurde ein Probeinterview durchgeführt, um den Leitfaden beim Interviewer zu vertiefen, den logischen Aufbau zu prüfen, Verständnisschwierigkeiten bei der interviewten Person zu vermeiden und einen zeitlichen Rahmen abschätzen zu können.

Der Ablauf der Interviews ist wie folgt zu erläutern. Zu Beginn wird die zu interviewende Person freundlich vom Interviewer begrüßt und ein Dank für die Teilnahme an dem Interview ausgesprochen. Eine persönliche Vorstellung, das Thema der Forschung sowie der zeitliche Rahmen wurden bereits vorab, bei der Anfrage, schriftlich mitgeteilt. Es folgt eine kurze Einführung in das Thema nachhaltige Veranstaltungsorganisation. Dabei wird der Hinweis gegeben, dass bei dieser Forschung alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit Einzug erhalten (vgl. Freericks et al. 2010: S. 245). Dies soll die zu interviewende Person dazu anregen alle Dimensionen aufzugreifen, da im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit häufig die ökologische Ebene (Ressourcenschutz, Umweltschutz) vorrangig betrachtet wird (vgl. Musiol Oldigs Markendienst 2013, online). Insgesamt ist ein Einstieg in das Interview, der eine angenehme Atmosphäre schafft und den weiteren Gesprächsverlauf positiv beeinflusst, sehr wichtig. Mit dem in Kenntnis setzen über den Start der Aufnahme beginnt der offizielle Teil des Interviews und der vorab erstellte Leitfaden findet Anwendung.

Am Ende des Interviews kann die Aufzeichnung mit der Beantwortung der abschließenden Frage beendet werden. Es folgt der informelle Teil des Interviews. Hier wird der interviewten Person die Möglichkeit für Ergänzungen gegeben. Diese werden vom Interviewer schriftlich festgehalten und können so ebenfalls für die Auswertung und damit zur Beantwortung der Forschungsfrage genutzt werden. Zusätzlich kann sich der Interviewer ein Feedback zur Interviewführung und zu den gestellten Fragen einholen. Dies kann für weitere Interviews hilfreich sein und Aspekte wie die Fragetechnik verbessern. Nach einem Dank für die Bereitschaft an die interviewte Person wird das Gespräch beendet (vgl. Bogner et al. 2014: S. 59-61).

2.2 Auswertungsmethoden

In dieser Arbeit findet für die Analyse der Leitfäden eine Dokumentenanalyse im Rahmen einer Sekundärforschung Anwendung (vgl. Sandberg 2013: S. 47). Die Expert*inneninterviews mit Veranstaltenden, die sich mit den Problemen bei der Umsetzung der Leitfäden beschäftigen, werden durch eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewertet. Diese beiden Methoden werden im Folgenden erläutert.

2.2.1 Dokumentenanalyse

Bei der Dokumentenanalyse werden bereits vorhandene Daten verwendet, da hierzu ein breites theoretisches Fundament vorliegt, auf das entsprechend Bezug genommen werden kann. Die bestehenden Konzepte zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation werden im Rahmen der Sekundärforschung in dieser Arbeit miteinander verglichen (vgl. ebd.). Zu Beginn der Zusammenfassung der einzelnen Konzepte werden im Rahmen einer kurzen Quellenkritik Informationen zur jeweiligen Institution gegeben, die den Leitfaden veröffentlicht hat. Durch ein Clustering lässt sich ein Categoriesystem für die inhaltliche Zusammenfassung und den Vergleich der Leitfäden strukturieren. Dieses System kann in erster Linie anhand des ähnlich strukturierten Aufbaus der Konzepte fest gemacht werden. Alle Dokumente gliedern sich in die Handlungsfelder der nachhaltigen Veranstaltungsorganisation. Für die Bewertung und die Priorisierung der Kriterien werden zusätzliche Quellen hinzugezogen, damit die Ergebnisse der Dokumentenanalyse in Form des Vergleichs belegt werden können. Die abschließende Bewertung der Konzepte und Priorisierung der in den Leitfäden genannten Kriterien sind eine Interpretation der vorliegenden Dokumente. Die Interpretation ist dabei wichtiger Bestandteil zur Beantwortung der Forschungsfrage (vgl. Hermsdorf/Averbeck 2014, online).

2.2.2 Qualitative Inhaltsanalyse

Für die Auswertung der Expert*inneninterviews, die zur Beantwortung der Forschungsfrage durchgeführt werden, findet die qualitative Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring Anwendung. Diese Methode verfolgt das Ziel Kommunikation systematisch, regelgeleitet und theoriegestützt zu analysieren (vgl. Mayring 2015: S. 13). Das Vorgehen lässt sich in neun Stufen einteilen. Diese werden im Folgenden anhand von Mayring 2015: S. 54-68 und Lamnek/Krell 2016: S. 486-489 für die Auswertung im Rahmen dieser Arbeit erläutert.

Im ersten Schritt der Inhaltsanalyse wird entschieden, welches Textmaterial ausgewertet werden soll. Somit müssen aus dem Interviewmaterial die Abschnitte herausgefiltert werden, die sich konkret mit der Forschungsfrage, also der Umsetzung sowie den Defiziten von nachhaltigen Veranstaltungen aus Veranstalter*insicht, auseinandersetzen. Im nächsten Schritt beschreibt Mayring die Analyse der Entstehungssituation von Interviews, durch Notizen zur/zum Verfasser*in, Zielgruppe und dem soziokulturellem Hintergrund. Diese Analyse wird in dieser Arbeit nicht durchgeführt, da die Entstehungssituation der Interviews nicht für die Beantwortung der Forschungsfrage relevant ist.

Darauf folgt die Entscheidung, in welcher Form das Material in ein schriftliches Protokoll umgewandelt bzw. transkribiert wird. Für die Auswertung und die Beantwortung der Forschungsfrage ist in dieser Arbeit der Inhalt der Expert*inneninterviews ausschlaggebend. Sprechart, Betonungen und ähnliche Aspekte können vernachlässigt werden. Auch hier wird sich an den Hinweisen zur Transkription von Mayring orientiert. Eine Legende ist auf den Transkripten der Interviews zu finden (siehe Anhang ab S. IX). Für die im nächsten Schritt festzulegende Ausrichtung der Analyse zeigt sich, dass diese auf den Gegenstand des Interviews, also der Thematik nachhaltiger Veranstaltungsorganisation, zu beziehen ist.

Der nächste Arbeitsschritt, die theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung, findet bereits bei der Leitfadenerstellung für die Expert*inneninterviews Anwendung (siehe Kapitel 2.1.3). Durch eine weitreichende Auseinandersetzung mit den Leitfäden für nachhaltige Veranstaltungsorganisation und weiterer Literatur zu dem Thema und der Eventbranche werden vorab deduktive Kategorien festgelegt (siehe Seite 7).

Die Entwicklung eines Categoriesystems steht im Mittelpunkt der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring. Bei der Bestimmung der Analysetechnik wird nun festgelegt, in welcher Form dieses erarbeitet werden soll. Für die Auswertung findet die zusammenfassende Inhaltsanalyse Anwendung, da es das „Ziel der Analyse ist [...], das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion einen

überschaubaren Corpus zu schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist.“ (Mayring 2015: S. 67). Dabei wird nach den Interpretationsregeln Paraphrasierung, Generalisierung und Reduktion ausgewertet und so „[...] abstrakte Aussagen gewonnen, die das ursprüngliche Material paraphrasieren. Diese abstrakten Paraphrasen werden unter Kategorien subsumiert und schließlich zur Kennzeichnung und Beschreibung des Einzelfalls herangezogen.“ (vgl. Lamnek/Krell 2016: S. 488). Das transkribierte Interviewmaterial wird mit Hilfe der Atlas Software dem zuvor gebildeten Categoriesystem zugeordnet und dann für die weitere Bearbeitung in eine Microsoft Excel Datei eingepflegt (siehe Anhang ab Seite L).

Es folgt die Festlegung der Analyseeinheiten mit der eben genannten Methode. Dabei werden die eben erwähnten und bereits gebildeten deduktiven Kategorien, nach der Durchführung der Expert*inneninterviews, um induktive Kategorien ergänzt beziehungsweise angepasst. Diese Methode wird für sinnvoll erachtet, da so die bereits aus der Theorie gewonnen Erkenntnisse mit in die Auswertung der empirischen Forschung aufgenommen und verknüpft werden können. Folgende Kategorien sind dabei festgehalten und angewendet worden:

	Kategoriebezeichnung
K1	Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen
K2	Probleme bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten
UK2.1	Negative ökonomische Auswirkungen
UK2.2	Fehlendes Know-how
K3	Anreize/Maßnahmen/Hilfestellungen zur Umsetzung von nachhaltigen Aspekten
K4	Umgang mit den nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden
K4.1	Positive Einschätzungen
K4.2	Negative Einschätzungen

Abbildung 1: Categoriesystem der Inhaltsanalyse
Quelle: Eigene Darstellung

Eine ausführliche Darstellung der Kategorien mit einer Definition und Ankerbeispielen ist im Anhang dieser Arbeit auf Seite XLVIII zu finden. Des Weiteren ist in diesem Schritt festzulegen, nach welchen Regeln das Material ausgewertet und kodiert werden soll. Als Auswertungseinheit ist im Rahmen dieser Arbeit ein Expert*inneninterview zu sehen. Für die kleinste Kodiereinheit wird ein Satz (Proposition) festgelegt, als maximale Kontexteinheit ein Textabschnitt, der auf die Beantwortung einer zuvor gestellten Interviewfrage abzielt.

Nach diesen vorbereitenden Schritten kann die Analyse des Materials durchgeführt werden. Diese ist in tabellarischer Form im Anhang dieser Arbeit (S. L) zu finden. Abschließend wird das Material an Hand dieser Analyse mit Blick auf die Forschungsfrage ausgewertet, um die Ergebnisse aus den Interviews festzuhalten und auszuformulieren. „Der Forscher soll die individuellen Darstellungen der Einzelfälle fallübergreifend generalisieren und so zu einer Gesamtdarstellung typischer Fälle anhand der Kategorien gelangen.“ (Lamnek/Krell 2016: S. 495). Diese Erkenntnisse sind im Kapitel 4.4 „Umsetzungsdefizite und deren Lösungsansätze aus Sicht der Veranstaltenden“ dieser Arbeit aufgeführt.

3 Nachhaltige Veranstaltungsorganisation

Für die Erreichung des Klimaziels der Bundesregierung von Klimaneutralität bis 2045 ist die Mitarbeit von allen Branchen in Deutschland gefordert (vgl. Deutsche Welle 2021). Mittlerweile ist Klimaschutz nicht nur in der Politik sondern in der gesamten Gesellschaft ein großes Thema. Die nachhaltige Veranstaltungsorganisation geht allerdings noch einen Schritt weiter. Es geht dabei nicht ausschließlich um den Schutz der Natur und Einsparungen von CO₂-Emissionen, sondern auch um Themen wie den wertschätzenden Umgang mit den Mitarbeitenden, Barrierefreiheit, gesellschaftliche Verantwortung und die Aufrechterhaltung der Wirtschaftlichkeit. Umweltfreundliches und soziales Handeln sollte also Bestandteil jedes Unternehmensleitbildes sein. Diese Entwicklungen stellen die Eventbranche vor die schwierigen Aufgaben von Ressourcenschutz, bis hin zu fairen Arbeits- und Produktionsbedingungen (vgl. Oblasser/Riediger 2015: S. 13). Dabei ist bekannt, dass die Veranstaltungsbranche einen hohen Energie- und Ressourcenverbrauch aufweist, sodass das Thema für die Branche an Brisanz nicht zu unterschätzen ist (vgl. ebd.: S. 16). Ziel eines nachhaltigen Handelns muss sein, die Ziele der ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimension miteinander zu verknüpfen. Dabei wird auf der wirtschaftlichen Seite der Fokus auf die erfolgreiche Durchführung einer Veranstaltung, Gewinnmaximierung und das Erreichen eines guten Images gelegt. Ökologisch steht der Ressourcenschutz an erster Stelle und im Rahmen der sozialen Dimension wird ein Mehrwert für die Gesellschaft, Einbeziehung regionaler Anbietenden und ein faires Handeln gefordert (vgl. ebd.: S. 33). Um das Ziel einer nachhaltigen Veranstaltung zu erreichen müssen Konflikte überwunden werden. „Ziel einer nachhaltigen Entwicklung ist die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlage, soziale Gerechtigkeit und die Gewährleistung einer ausgewogenen, stabilen und selbstbestimmten wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung in allen Ländern der

Erde, wobei die Gestaltungsmöglichkeiten für die Zukunft offen gehalten werden sollen. (vgl. Freericks et al. 2010: S. 250).

Eine passende Definition für den Bereich der Veranstaltungsbranche, die weitreichend ist und die Aspekte einer nachhaltigen Veranstaltungsorganisation bzw. eines nachhaltigen Veranstaltungsmanagement zusammenfasst kann wie folgt gegeben werden:

„Die Organisation und Umsetzung von nachhaltigen Veranstaltungen umfasst die ganzheitliche und ausgewogene Betrachtungsweise ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltiger Handlungen. Dabei darf nicht nur die singuläre Veranstaltung betrachtet werden. Vielmehr muss ein Umdenken bei allen relevanten Akteuren (Mitarbeiter, Zulieferer, Dienstleister und Teilnehmer) verankert werden. Alle Maßnahmen müssen derart gestaltet sein, dass sie validier- und dokumentierbar sind, um in einem ständigen Prozess verbessert werden zu können.

Das Ziel muss es sein, eine ökonomische erfolgreiche Veranstaltung bei ethischem und fairem Handeln mit möglichst geringem Impact auf die Umwelt zu gestalten.“ (Oblasser/Riediger 2015: S. 31).

Bereits 2014 erkannten 66 Prozent von befragten Veranstaltenden das das Thema Nachhaltigkeit in der Eventbranche für die Zukunft immer wichtiger sein wird. Beim Green Events Report von 2013 gaben außerdem 30 Prozent der Befragten an, dass die Umsetzung von nachhaltigen Aspekten in erster Linie an dem fehlenden Wissenstand zum Thema scheitert (vgl. ebd.: S. 17 f.). Des Weiteren wird die Finanzierbarkeit als zentrale Voraussetzung bzw. Problem bei der Umsetzung gesehen: „Finanzierbarkeit und Wirtschaftlichkeit sind die Bedingungen dafür, dass sich „Green Events“ dauerhaft durchsetzen. [...] Alle hehren Ziele nützen nichts, wenn sie auf Dauer nicht finanziert werden können.“ (Klingenberg/Sawitzki 2011: S. 9). Mittlerweile gibt es Leitfäden und Checklisten zur Thematik nachhaltige Veranstaltungsorganisation, die den Veranstaltenden bei der Umsetzung Unterstützung leisten sollen. Zusätzlich muss es aus Bereichen, wie beispielsweise Politik und Wirtschaft, mehr Anreize geben, um diesen Veränderungsprozess voranzutreiben (vgl. Oblasser/Riediger 2015: S. 27 f.). Soweit kann der Stand der nachhaltigen Veranstaltungsorganisation aus der Theorie beschrieben werden. Praxisnahe konkrete Umsetzungsprobleme und deren Lösungsansätze konnten anhand der geführten Expert*inneninterviews diskutiert werden (siehe Kapitel 4.4).

3.1 Vorstellung der bestehenden Konzepte

Die eben gegebene Definition dient als Grundlage der nachhaltigen Veranstaltungsorganisation. Um einen Überblick über die konkreten und sehr verschiedenen Handlungsfelder zu geben und die Möglichkeiten aufzuzeigen, die der Branche zur

Verfügung stehen, gibt es bereits eine Reihe an Leitfäden für nachhaltige Veranstaltungen. Vier dieser Leitfäden werden in dem folgenden Kapitel zusammengefasst dargestellt sowie in die ökologische, soziale und ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit eingeordnet (vgl. Freericks et al. 2010: S. 245). Zusätzlich werden die Handlungsfelder der einzelnen Leitfäden herausgestellt und tabellarisch festgehalten (siehe Anhang S. IV). Dieser Schritt dient der Vorbereitung und Vereinfachung des anschließenden Vergleichs sowie der Bewertung der Leitfäden.

3.1.1 Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen

Der Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen wurde von dem BMU und dem UBA gemeinsam entwickelt. Das BMU ist in Deutschland für das gesamte Feld der Umweltpolitik zuständig. Umweltrecht, die Vereinbarkeit von Umwelt und Gesundheit sowie Naturschutz gehören ebenfalls zum Aufgabenfeld dieses Bundesministeriums (vgl. Deutscher Fachjournalisten-Verband AG o. J., online). Das UBA fungiert als unterstützende Institution des BMU:

„Das am 22. Juli 1974, mit dem ‚Gesetz über die Errichtung eines Umweltbundesamtes‘, gegründete Umweltbundesamt (UBA) unterstützt das Bundesumweltministerium in Angelegenheiten des Immissions- und Bodenschutzes, der Abfall und Wasserwirtschaft sowie der gesundheitlichen Belange des Umweltschutzes insbesondere bei der Erarbeitung von Rechts- und Verwaltungsvorschriften, bei der Erforschung und Entwicklung von Grundlagen für geeignete Maßnahmen sowie bei der Prüfung und Untersuchung von Verfahren und Einrichtungen.“

(Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit 2018, online).

Der entwickelte Leitfaden erstreckt sich über 56 Seiten und liefert im Anhang weiterführende Literatur, aber auch zusammengefasste Checklisten für die vereinfachte und konkrete Anwendung. Der Leitfaden ist so aufgebaut, dass zu Beginn auf die Phasen der Veranstaltungsorganisation eingegangen wird. Es folgt der Hauptteil mit den verschiedenen Handlungsfeldern. Für jeden Bereich werden Ziele und Maßnahmen formuliert. Der Leitfaden endet mit einem Kapitel speziell für Großveranstaltungen und dem Thema der freiwilligen Kompensation.

Der Leitfaden teilt die Veranstaltungsorganisation in die Planungsphase, Konkretisierungsphase, Durchführungsphase und Nachbereitungsphase ein. In jeder einzelnen Phase seien die Nachhaltigkeitsaspekte der verschiedenen Handlungsfelder zu berücksichtigen. Der Einstieg in diesen Bereich wird mit dem Aspekt der Mobilität geschaffen. Zuvor sollte allerdings die Notwendigkeit der Veranstaltung geprüft werden. Danach spielen in erster Linie die Erreichbarkeit der Veranstaltung mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) eine ausschlaggebende Rolle. Lage der Location, die Veranstaltungszeiten und Nutzungsanreize für den ÖPNV sollten gegeben werden. Des

Weiteren sei es sinnvoll Maßnahmen zu ergreifen, die die Anreise mit dem Auto unattraktiver machen und Anreize zur Anreise mit dem Fahrrad oder anderen emissionsarmen Möglichkeiten. Die Maßnahmen sind in erster Linie der ökologischen Nachhaltigkeit zuzuordnen. Es werden aber auch Aspekte, wie die angepasste Stellplatzaufteilung für Autos in Bezug auf Menschen mit Behinderungen genannt, die der sozialen Dimension zugeordnet werden können.

Das zweite aufgeführte Handlungsfeld ist der Veranstaltungsort. Hier sei auf ein vorhandenes Umweltmanagementsystem und kurze Wege zu achten. Dieses Feld betrifft damit in erster Linie die ökologische Dimension. Im weiteren Verlauf des Leitfadens werden Umweltmanagementsysteme insbesondere für die Organisation von Großveranstaltungen empfohlen. Der nächste Punkt umfasst die Themen Energie und Klima und geht in gewisser Weise mit dem Veranstaltungsort einher. Bei diesem Punkt sei vor allem Sparsamkeit bei Aspekten wie dem Heizen, Kühlen und Beleuchten zu berücksichtigen. Ökostrom und verbrauchsarme Geräte würden diesen Aspekt unterstützen. Diese Maßnahmen treffen auf die ökologische und ökonomische Dimension zu, da nicht nur natürlich Ressourcen geschützt werden, sondern auch Kosten gespart werden können. Nicht vermeidbare Emissionen könne man in diesem Zusammenhang durch die Investition in Klimaschutzprojekte kompensieren. Der Aspekt der Kompensation wird in fast jedem Handlungsfeld als Möglichkeit aufgeführt.

Im nächsten Schritt geht es um temporäre Bauten und Messestände. Auch hier sei es sinnvoll die Notwendigkeit zu überprüfen. Anfahrtswege sollten kurzgehalten werden und Konzepte zur Weiterverwendung, nachhaltige Baumaterialien sowie Bodenschutzsysteme werden als Maßnahmen aufgeführt. Es folgt der Aspekt der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen. Auch hier sei der Bedarf genau zu prüfen. Danach seien Mietangebote und Gebrauchtware vor Neuware zu bevorzugen. Papier solle möglichst sparsam verwendet werden und umweltfreundlich sein. Das gleiche sei bei Reinigungsmitteln zu berücksichtigen. Auch in dem Bereich der Give-aways solle auf die Notwendigkeit oder zumindest nachhaltige Gestaltung geachtet werden.

Die in diesem Absatz genannten Aspekte können in erster Linie der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit zugesprochen werden. Die genannten Sparmaßnahmen oder die Nutzung von Mietangeboten und Gebrauchtwaren können sich auch ökonomisch positiv auswirken. Beim Handlungsfeld des Caterings gibt es dann wieder ein größeres Spektrum an Zielen und Maßnahmen. In erster Linie sei es wichtig auf ein ökologisches, regionales und saisonales Angebot zu achten. Dabei solle auf Fleisch verzichtet werden und vegetarische und vegane Speisen angeboten werden. Die Verwendung von Mehrweggeschirr und die Bereitstellung

von Leitungswasser würden ebenfalls die natürlichen Ressourcen schützen. Aber auch die deutliche Kennzeichnungen der Speisen und das Hinweisen auf Unverträglichkeiten und Allergien spielen in diesem Feld eine Rolle. Des Weiteren könne durch Lebensmittelspenden auf das Wegschmeißen verzichtet werden und Abfall reduziert werden. Dieser Aspekt greift bereits das nächste Handlungsfeld, das Abfallmanagement, auf. Dieses stehe mit vielen anderen Aspekten des Leitfadens in Verbindung. Es gehe im ersten Schritt um die Vermeidung von Abfällen. Im zweiten Schritt sei dann auf die korrekte Trennung und eine professionelle Entsorgung zu achten. Bei den Handlungsfeldern Catering und Abfallmanagement sind viele Aspekte der Nachhaltigkeitsdimensionen enthalten. Die ökologische Dimension liegt dabei eindeutig auf der Hand (vegetarisches Angebot, Mehrweggeschirr, Abfallreduzierung), die ökonomische Dimension geht damit einher, da beispielsweise durch Abfallreduzierung Kosten gespart werden können. Die sozialen Aspekte sind in der Lebensmittelkennzeichnung und den Lebensmittelspenden im Bereich Catering wiederzufinden. Anschließend wird der Wasserverbrauch als ressourcenschonende Maßnahme (ökologische Dimension) thematisiert. Durch Hinweisschilder solle eine Sensibilisierung zum Thema gegeben werden (soziale Dimension).

Ein weiteres großes Handlungsfeld ist die Kommunikation und Evaluation. Der Bereich der Kommunikation ist dabei der sozialen Dimension zuzuordnen. Es werden Aspekte genannt, wie die Öffentlichkeitsarbeit oder auch das Informieren der Mitarbeitenden und Teilnehmenden in Hinsicht auf die Nachhaltigkeit bei der Veranstaltung. Werden diese Aspekte erfolgreich umgesetzt kann auch der ökonomische Bereich profitieren, da beispielsweise das Image des Veranstaltenden verbessert werden kann. Mit den Maßnahmen in Bezug auf Barrierefreiheit (Aufzüge, breite Wege, Hörhilfen) und Gender-Mainstreaming (geschlechtergerechte Sprache, Gleichgewicht zwischen Geschlechtern und Kinderbetreuung) werden zum Abschluss der Handlungsfelder dieses Leitfadens weitere soziale Aspekte genannt. Die Evaluation sei wichtig um die Wirkung der vorgenommenen Maßnahmen zu messen und auszuwerten. Bei einer Wiederauflage der Veranstaltungen können diese Daten dann verwendet und optimiert werden.

Im weiteren Verlauf und Anhang gibt der Leitfaden weitere Informationen zu der freiwilligen Kompensation von Treibhausgasen, stellt Checklisten zur Verfügung und erläutert die Labels „Blauer Engel“ und das „Europäische Umweltzeichen“ (vgl. Mager et al. 2020).

3.1.2 Sounds for Nature

Bei dem Konzept „Sounds for Nature“ handelt es sich um einen Leitfaden sowie Siegel für umweltverträgliche Open-Air-Veranstaltungen. Das Projekt ist gemeinsam mit dem

Bundesamt für Naturschutz (BfN) entstanden. 2012 ist der Verein „Sounds for Nature Foundation e. V.“ gegründet worden, welcher dieses Projekt weiterhin betreut. Der daraufhin entstandene Leitfaden umfasst über 100 Seiten. Nach einer Einführung und dem Aspekt der Kommunikation ist auch dieser Leitfaden in einzelne Handlungsfelder aufgeteilt. Für jeden Bereich gibt es eine Einleitung mit Formulierungen der Ziele. Es werden konkrete Beispiele der Umsetzung in Bezug auf die vorgeschlagenen Handlungsempfehlungen genannt. Zudem wird ein Blick auf die rechtlichen Grundlagen geworfen bevor die einzelnen Maßnahmen und Empfehlungen erläutert werden. Auf diese Aspekte wird im Rahmen der folgenden Zusammenfassung der Fokus gelegt.

Schon zu Beginn des Konzeptes werden in den Grundsätzen einige wichtige Maßnahmen für alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit aufgeführt. Dazu gehören allgemeine Themen wie ein Managementsystem, Zielformulierungen und die Kontrolle über die Wirksamkeit der Maßnahmen. Des Weiteren sollte für die Umsetzung, Kontrolle sowie Konfliktbewältigung eine/ein Umweltbeauftragte*r sowie Umweltteam eingesetzt werden. Auch die Auswahl eines Veranstaltungsgeländes wird unter den Grundsätzen eingeordnet. Die Kriterien berücksichtigen dabei in erster Linie die ökologische Dimension (Naturschutz, Bodenbelastung, Verkehr, etc.) und die Barrierefreiheit als soziale Komponente.

Im nächsten Kapitel wird ausführlich die Kommunikation in Hinblick auf den Aspekt der Nachhaltigkeit thematisiert. Dabei gehe es in erster Linie um eine transparente und ehrliche Kommunikation. Im Rahmen der internen Kommunikation müsse die Information zum Konzept der Veranstaltung durch Ansprechpartner*innen an die Mitarbeitenden und Dienstleistenden weitergeben werden. Die externe Kommunikation bringe das Thema dann im Vorfeld und während der Veranstaltung den Besuchenden nahe. Die Kommunikation sei als wichtige Komponente aller Nachhaltigkeitsdimensionen zu sehen. Denn nur wenn alle informiert werden können Maßnahmen umgesetzt werden.

Nach diesem Einstieg in das Thema werden als erstes Handlungsfeld die Mobilität und der Transport aufgeführt. In diesem Bereich stehen Maßnahmen im Fokus, die eine Anreise mit dem ÖPNV attraktiv machen und im Gegensatz dazu die Anreise mit dem Auto unattraktiver werden lassen. Der Lieferverkehr sollte im Hinblick auf Rücksicht auf die Anwohnenden zeitlich begrenzt werden und durch regionale Anbietende durchgeführt werden. Diese Aspekte sind in erster Linie aus Sicht der ökologischen Dimension sinnvoll. Im Leitfaden genannte Maßnahmen wie Fahrgemeinschaften oder die zeitliche Begrenzung des Lieferverkehrs sind aber auch aus sozialer Sicht wirksam.

Das zweite beschriebene Handlungsfeld ist der Abfall. Dieser sei bereits im Hinblick auf den Aufbau zu reduzieren und professionell zu trennen. Während der Veranstaltung gehe es im

Gründe um die gleichen Ziele. Maßnahmen wie die Verwendung von Mehrweggeschirr seien der Vermeidung zuzuordnen. Aspekte wie Öffentlichkeitsarbeit und Abfall-Teams der korrekten Trennung. Diese Punkte fallen in erster Linie in die ökologische Dimension. Reduzierung und korrekte Trennung sorgen aber auch für eine finanzielle Entlastung (ökonomische Dimension).

Im nächsten Abschnitt wird der Aspekt Camping thematisiert. Hier gehe es darum den Boden zu schützen und die Lärmbelästigung gering zu halten. Auch das eben genannte Abfallmanagement spiele hier eine wichtige Rolle. Die Maßnahmen haben auch hier einen Fokus auf die ökologischen Einwirkungen, können aber in Hinblick auf die Anwohnenden auch aus sozialer Sicht sinnvoll sein. Als ein mögliches Konzept wird das bereits teilweise angebotene Green-Camping vorgestellt.

Für das Handlungsfeld Energie und Klima, welches der ökologischen Dimension zuzuordnen ist, sollte auf die Verwendung von Ökostrom geachtet werden. Bei Geländen ohne Infrastruktur sollten nur moderne Generatoren zum Einsatz kommen. Eine Kapazitätsberechnung könne in diesem Zusammenhang die Wahl des richtigen Geräts erleichtern. LED Technologien seien im Hinblick auf die Beleuchtung in der Anschaffung zwar teurer aber dafür verbrauchsarm (ökonomische Dimension). In diesem Bereich sei zusätzlich eine Kompensation der Emissionen sinnvoll.

Für das Handlungsfeld Verpflegung sei die Verwendung von regionalen, fairen und umweltfreundlichen Lebensmitteln unumgänglich. Dazu müsse eng mit den Anbietenden zusammengearbeitet werden und Unterstützung geleistet werden. Durch einen zentralen Einkauf könnten Kosten gespart werden und die Kontrolle vereinfacht werden. Erfahrungen sollten dokumentiert werden und in die nächsten Kalkulationen aufgenommen werden. Bei diesen Maßnahmen ist festzustellen, dass ökologische und ökonomische Aspekte ineinander greifen. Weitere Maßnahmen wie Lebensmittelspenden, Aufklärung über Alkoholprobleme während der Veranstaltung sind hingegen der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit zuzuordnen.

Das Handlungsfeld Materialeinsatz und Nutzung greift im Grunde die bereits genannten Ziele des Abfallmanagements auf. In dem Bereich Wasser und Sanitär werden einige Maßnahmen zum Ressourcenschutz genannt (ökologische Dimension). Im besten Fall sollten Toiletten an das Kanalnetz angeschlossen werden. Regenwasser könne zum Spülen genutzt werden. Küchenabwässer sollten keine Fette und Öle enthalten und es sollte auf den Einsatz umweltfreundlicher Reinigungsmittel geachtet werden.

Beim Handlungsfeld Lärmemissionen sei eine Abstimmung mit der Behörde sinnvoll. Gehörschutz sollte zum Schutz der Besuchenden zur Verfügung gestellt werden,

Schallschutzwände könnten die Anwohnenden vor Ruhestörungen schützen. Hier liegt der Fokus auf der sozialen Dimension. Lärm- und Lichtminimierung können aber auch die Tierwelt schützen (ökologische Dimension). Naturerlebnisprojekte und Umweltbildung, beispielsweise durch die Installation eines Infotandes, seien wichtig um den Besuchenden das Thema nahe zu bringen und kann große Auswirkungen auf die ökologische und soziale Dimensionen der Nachhaltigkeit haben.

Diese neun Handlungsfelder werden im Rahmen des Leitfadens „Sounds for Nature“ aufgeführt. Der darauf folgende Abschnitt widmet sich dem Thema Sicherheit. Diese verbindet man nicht direkt mit dem Thema Nachhaltigkeit, spielt aber für Großveranstaltungen, wie Open-Air-Festivals eine große Rolle. Insbesondere zum Schutz der Besuchenden ist dieser Aspekt von hoher Priorität. Im letzten Kapitel wird ein rechtliches Grundwissen zum Thema Umwelt- und Naturschutz sowie im Hinblick auf Lebensmittel vorgestellt. Im Anhang des Leitfadens wird auf weitere Literatur verwiesen. Unter anderem wird auf den Leitfaden „Das Gleiche in Grün“ der Stadt Hamburg verwiesen, der im nächsten Abschnitt dieser Arbeit zusammengefasst wird (vgl. Behr et al. 2013).

3.1.3 Events: Das Gleiche in Grün

Der Leitfaden „Events: Das Gleich in Grün“ wurde im Rahmen der Auszeichnung von Hamburg zur Umwelthauptstadt 2011 von der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt veröffentlicht. Der kompakte Leitfaden gibt auf 15 Seiten Handlungsempfehlungen für alle Veranstaltungsarten für eine nachhaltigere Gestaltung. Zu Beginn werden der/dem Rezipient*in Grundlagen des Leitfadens vermittelt. Dazu gehört die Strategie, dass es in erster Linie um Vermeidung und im zweiten Schritt um Reduzierung im Hinblick auf Nachhaltigkeit ginge. Im nächsten Abschnitt werden Schwierigkeiten wie finanzielle Einbußen offen thematisiert und anschließend für eine Schritt für Schritt Umsetzung geworben. Einen Anfang zu machen sei dabei der schwerste aber auch wichtigste Schritt.

Die ersten konkreten Maßnahmen werden im Kapitel der Erfolgsfaktoren gegeben. Wichtig sei eine konkrete Formulierung von messbaren Zielen. Klare Vorgaben und Qualitätsprüfungen würden für eine glaubwürdige Umsetzung sorgen. Dabei legt der Leitfaden auch einen Fokus auf die ökonomische Dimension: Eine Veranstaltung könne nur funktionieren, wenn diese neben einer nachhaltigen Gestaltung auch wirtschaftlich sei. Dafür werden konkrete Kalkulationen und Planungsschritte vorgestellt um aufzuzeigen, dass sich Nachhaltigkeit auch finanziell lohnen könne. Partnerschaften und deren Pflege seien dabei unumgänglich. Ein wichtiger Schritt sei dabei eine gute Öffentlichkeitsarbeit, die das Thema Nachhaltigkeit thematisiere. So könnten Partner*innen und die Besuchenden mit ins Boot

geholt werden. Außerdem müssten Mitarbeitende mit der nachhaltigen Philosophie vertraut sein, da diese als Botschafter des Veranstaltenden gesehen werden könnten. Beim Marketing solle man auf die Verwendung von umweltfreundlichen Materialien achten. In diesem Abschnitt wird deutlich, dass die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit in diesem Bereich miteinander verknüpft werden.

Als erstes konkretes Handlungsfeld wird im Anschluss der Veranstaltungsort genannt. Der Fokus liege hier auf der Erreichbarkeit mit dem ÖPNV oder dem Fahrrad. Bei geschlossenen Räumen sollte auf eine Zertifizierung der Location geachtet werden. Offene Gelände müssten eine Infrastruktur, wie Stromnetz oder Wasserleitungen aufweisen. Die Verwendung von Generatoren sei keine Option. Im Anschluss sollte eine Renaturierung des Gebiets vorgenommen werden. Im nächsten Schritt wird die Mobilität thematisiert. Für eine nachhaltige Anreise (ÖPNV/Fahrrad) sollten Anreize geschaffen werden und Partner*innen gewonnen werden. Bei unvermeidbaren CO₂-Emissionen könnten durch Kompensationen Klimaschutz-Projekte unterstützt werden. Bei beiden Aspekten wird der Fokus auf die ökologische Dimension gelegt.

Im Hinblick auf die Verpflegung sollten biologische Speisen angeboten werden. Dabei sollte eine Preiskontrolle durchgeführt werden, um die Anbietenden zu saisonalen und vegetarischen Angeboten zu bewegen. Außerdem sollte Mehrweggeschirr mit einem Pfandsystem eingeführt werden. Auch diese Maßnahmen betreffen in erster Linie die ökologische Dimension. Das gleiche gelte für die Energie, da Maßnahmen wie sparsam kühlen und heizen sowie die Verwendung energieeffizienter Geräte Ressourcen sparen. Dadurch können allerdings zusätzlich Kosten gespart werden (ökonomische Dimension).

Beim Handlungsfeld Abfall sollte das Prinzip der Wiederverwendung, Reduzierung und Wiederverwertung Anwendung finden. Dazu sollten eine korrekte Mülltrennung und das Festlegen von Müllzielen gehören. Anreize zum Müllsammeln könnten den Prozess unterstützen. Diese Maßnahme wirkt sich in erster Linie positiv auf die ökologische Nachhaltigkeit auf, bietet aber auch Einsparungsmöglichkeiten auf ökonomischer Ebene.

Das letzte aufgeführte Handlungsfeld ist das Thema Wasser. Hier seien individuelle Messungen sinnvoll. Sparsame Partner*innen könnten mit Prämien belohnt werden. Außerdem könnten Spar-Aufsätze und die Verwendung von Regenwasser den Verbrauch reduzieren. Um eine Belastung des Wassers zu vermeiden, sollten biologisch abbaubare Reinigungsmittel verwendet werden. Schutz der Ressource Wasser hat Auswirkungen auf die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit.

Im Anhang des Leitfadens „Events: Das Gleich in Grün“ werden Checklisten für die konkrete Anwendung der Bereiche Planung, Veranstaltungsort, Hotel und Verpflegung gegeben (vgl. Klingenberg/Sawitzki 2011).

3.1.4 Nachhaltig fairanstalten. Ein Leitfaden.

Der Leitfaden „Nachhaltig fairanstalten“ wurde vom Bremer Informationszentrum für Menschenrechte und Entwicklung (biz) verfasst und richtet sich in erster Linie an Veranstaltungen von einer Größenordnung von 10 bis 100 Teilnehmenden. Bei der Institution handelt es sich um ein Informations-, Beratungs- und Veranstaltungszentrum, welches sich mit Themen wie fairerem Handel, nachhaltigem Konsum und nachhaltigem Tourismus auseinandersetzt und vom Auswärtigem Amt gefördert wird (vgl. Deutsche UNESCO-Kommission o. D.).

Der Leitfaden erstreckt sich über 23 Seiten und ist nach den einzelnen Handlungsfeldern gegliedert. Für jeden Bereich werden die Herausforderungen, die zu beachtenden Maßnahmen und konkrete Anbieter vor Ort genannt. Der Leitfaden wird im nächsten Absatz dieser Arbeit zusammengefasst dargestellt und eine dimensionale Einordnung vorgenommen.

Das erste Handlungsfeld in dem Leitfaden „Nachhaltig fairanstalten“ ist der Veranstaltungsort. Hier sei auf einen lokalen Anbieter mit einem Nachhaltigkeitskonzept zu achten. Des Weiteren solle man bei der Wahl des Veranstaltungsorts auf das Müllmanagement, die Energieversorgung und die Ausstattung achten. Diese Aspekte zielen im Leitfaden ausschließlich auf die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit ab.

Das zweite Handlungsfeld ist die Mobilität. Dabei spiele der ÖPNV eine sehr große Rolle. An diesen sollten die Lage und Veranstaltungszeiten angepasst werden und Anreize zur Nutzung gegeben werden. Für die Mobilität vor Ort solle man emissionsarme Fahrzeuge und Leihfahrräder anbieten und die zurückzulegenden Wege kurz halten. Auch in diesem Feld liegt der Fokus des Leitfadens auf der ökologischen Dimension.

Das nächste Handlungsfeld wird als Catering und Einkauf betitelt. Die angebotenen Speisen sollten biologisch, fair und regional produziert werden. Mit einem Pfandsystem, Mehrweggeschirr und vegetarischen/veganen Speisen solle der Müll- und Ressourcenverbrauch reduziert werden. Demensprechend sind diese Maßnahmen der ökologischen Dimension zuzuordnen. Aber auch die ökonomische Dimension profitiert langfristig durch diese Maßnahmen und die damit verbundene Einsparung von Kosten. Lebensmittelspenden und die Beachtung von Ernährungsgewohnheiten sowie Unverträglichkeiten sind der sozialen Dimension zuzuordnen.

Im vierten Handlungsfeld werden die Bereiche Drucksachen und Veranstaltungstechnik thematisiert. Hier sollte der Papierverbrauch auf ein Minimum reduziert und recyceltes Papier verwendet werden. Give-aways sollten ebenfalls umweltfreundlich produziert werden. Die Veranstaltungstechnik sollte energieeffizient sein und von regionalen Dienstleistenden bezogen werden. Es sei auf den Einsatz von langlebigen und hochwertigen Geräten zu achten. In diesem Feld liegt der Fokus wieder auf der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit.

Der Bereich Unterkunft, im Hinblick auf Übernachtungen, ist in diesem Leitfaden als eigenes Handlungsfeld aufgeführt, weist jedoch im Hinblick auf die Themenfelder viele Parallelen zum Veranstaltungsort auf. Bei konkreten Empfehlungen wird auf die Beachtung von Siegeln und auf Jugendherbergen sowie Naturfreundehäuser hingewiesen. In diesem Zusammenhang wird auch der Bereich des Programms rund um die Veranstaltung angesprochen. Dabei werden nachhaltige Aktivitäten von lokalen Anbietenden empfohlen. Die konkreten Aktivitäten beziehen sich auf das gastronomische Angebot, Kunst und Kultur sowie Führungen in der Hansestadt Bremen. Diese Maßnahmen umfassen alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit. Die Übernachtungen in einer Unterkunft, wie beispielsweise eine Jugendherberge, sind kostengünstig (ökonomische Dimension) und berücksichtigen zusätzlich ökologische Faktoren. Das Rahmenprogramm zielt in erster Linie auf die ökologische und soziale Dimension ab.

Das Handlungsfeld Diversity kann eindeutig der sozialen Komponente der Nachhaltigkeit zugeordnet werden. Es wird ein Diversity Management empfohlen um Aspekte wie Barrierefreiheit, gendergerechte und leichte Sprache, Diversität in der Zielgruppe und Kinderfreundlichkeit nachhaltig umsetzen zu können.

Im nächsten Handlungsfeld geht es um die Kommunikation. In diesem Bereich gehe es in erster Linie darum die nachhaltigen Aspekte offen zu kommunizieren. Dazu gehöre eine Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Nachhaltigkeit sowie das Infomieren der Teilnehmenden über das Nachhaltigkeitskonzept und die damit verbundenen Maßnahmen. Durch Dokumentationen und Feedback könne man Erkenntnisse für die nächste Veranstaltung ziehen. Die Kommunikation mit den Teilnehmenden ist innerhalb der sozialen Dimension zu verordnen. Die Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Nachhaltigkeit kann das Image der Veranstaltung verbessern (ökonomisch). Von einem Feedback können alle Dimensionen profitieren.

Das letzte Handlungsfeld in diesem Leitfaden ist die Kompensation. Hierbei gehe es darum die verursachten Emissionen konkret zu berechnen und bei den Zahlungen auf die Qualität und die Projekte der Anbietenden zu achten. Im Anhang des Leitfadens werden Checklisten

zur konkreten und übersichtlichen Anwendung gegeben. Des Weiteren sind eine ausführliche Siegelübersicht und ein Saisonkalender für Lebensmittel vom NABU enthalten. Weiterführende Literatur wird am Ende des Leitfadens aufgeführt (vgl. Haubner/Brandenburger 2019).

4 Ergebnisse und Diskussionen

In diesem Teil der Arbeit werden die Ergebnisse zum Thema nachhaltige Veranstaltungsorganisation vorgestellt. Zu Beginn werden die bereits zusammengefassten Veranstaltungslitfadens mit Bezug zur Nachhaltigkeit miteinander verglichen und diskutiert. Danach erfolgt, anhand dieses Vergleichs, eine Bewertung nach quantitativen und qualitativen Kriterien. Unter der Bezugnahme von weiteren Quellen wird im Verlauf eine Priorisierung der Kriterien vorgenommen, die in den behandelten Leitfadens als Handlungsfelder aufgeführt sind. Der letzte Teil dieses Kapitels beschreibt die Umsetzungsdefizite und deren Lösungsansätze aus Sicht der Veranstaltenden und interpretiert damit die geführten und ausgewerteten Expert*inneninterviews.

4.1 Vergleich der nachhaltigen Veranstaltungslitfadens

In diesem Abschnitt wird ein Vergleich der vier nachhaltigen Veranstaltungslitfadens vorgenommen. Grundlage dafür sind die schriftlichen Zusammenfassungen aus dem vorherigen Kapitel sowie die tabellarische Zusammenfassung im Anhang ab S. IV. Das Ergebnis soll zeigen, bei welchen Handlungsfeldern es Parallelen gibt und in welchen Bereichen unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt wurden. Dies kann Hinweise darauf geben, welche Kriterien bei der Umsetzung sehr wichtig sind und welche vernachlässigt werden können. Zu Beginn des Vergleichs werden allgemeine und formale Kriterien miteinander verglichen. Darauf folgt der Hauptteil dieses Kapitels mit einem Vergleich der verschiedenen Handlungsfelder. Abschließend wird betrachtet, wie und in welchem Maß die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit in die Leitfadens Einzug erhalten haben. Im Anschluss wird anhand der Ergebnisse eine Bewertung der verschiedenen Leitfadens vorgenommen. Zum besseren Verständnis werden die Leitfadens in diesem Kapitel nach ihren Institutionen gegliedert und deshalb wie folgt bezeichnet: „Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen“ vom BMU und UBA hier *BMU/UBA*, „Sounds for Nature“ von Sounds for Nature Foundation e. V. und BfN hier *SfN*, „Events: Das Gleiche in Grün“ der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt hier *Stadt Hamburg* und „Nachhaltig fairanstalten.

Ein Leitfaden.“ vom Bremer Informationszentrum für Menschenrechte und Entwicklung hier *biz Bremen*.

Zu Beginn ist festzustellen, dass die Leitfäden des BMU/UBA und der Stadt Hamburg alle Veranstaltungsarten umfassen. SfN hingegen spezialisiert sich auf Open-Air-Veranstaltungen wie Festivals und *biz Bremen* bezieht den erstellten Leitfaden auf kleinere Veranstaltungen mit 10-100 Teilnehmenden. Der Aufbau der Leitfäden ist grundsätzlich ähnlich. Bei den einzelnen Handlungsempfehlungen wird auf die Probleme und Ziele aufmerksam gemacht und Maßnahmen zur Verbesserung vorgeschlagen. Der Leitfaden von SfN setzt dabei noch einen Schwerpunkt auf die rechtlichen Rahmenbedingungen jedes Feldes. Außerdem ergänzt dieser Leitfaden im Anschluss die Themen Sicherheit und rechtliche Grundlagen. Der Leitfaden vom BMU/UBA hat weitere Kapitel für die Bereiche Großveranstaltungen und die Kompensation. Des Weiteren haben alle Leitfäden einen Anhang. Bis auf SfN bieten die anderen Konzepte Checklisten in unterschiedlichem Umfang zur Orientierung und praktischen Anwendung an. Am umfangreichsten ist dabei der Anhang vom BMU/UBA aufgestellt, mit jeweils einer Checkliste pro Handlungsfeld. Nennenswert sind außerdem die Siegelübersicht und der Saisonkalender für Lebensmittel im Anhang des Dokuments vom *biz Bremen*.

Im Folgenden Absatz werden die **Handlungsfelder** miteinander verglichen. Beginnend mit den Handlungsfeldern, die in jedem der vorliegenden Leitfäden zu finden sind, folgen im weiteren Verlauf die spezifischeren Felder der Konzepte.

Das Handlungsfeld des **Veranstaltungsortes** liegt dabei als erstes auf der Hand. Die Leitfäden vom BMU/UBA und *biz Bremen* beziehen dieses Handlungsfeld auf Räumlichkeiten und empfehlen eine Location mit Nachhaltigkeitskonzept. Diesen Punkt greift die Stadt Hamburg ebenfalls auf, geht aber noch einen Schritt weiter und nennt auch Maßnahmen für Open-Air Veranstaltungen, wie es SfN ausschließlich macht. Dabei greift SfN als einziger Leitfaden mit Barrierefreiheit neben der ökologischen Dimension auch die soziale Dimension auf. Das Konzept *biz Bremen* gibt in einem separaten Handlungsfeld Empfehlungen für externe Unterkünfte, so werden beispielweise Jugendherbergen und Naturfreundehäuser genannt. Zudem wird der Hinweis auf zu beachtende Siegel im Anhang mit der Siegelübersicht ergänzt.

Das nächste große Feld ist die **Mobilität**. Alle Leitfäden empfehlen Anreize für die Anreise sowie Nutzung des ÖPNV und des Fahrrads. Zusätzlich werden Maßnahmen genannt, die das Auto als Verkehrsmittel unattraktiver machen sollen. Es geht in diesem Bereich in erster Linie um die Verminderung ökologischer Auswirkungen. Die Leitfäden vom BMU/UBA und

SfN greifen mit ihrer Rücksichtnahme auf Menschen mit Behinderung (BMU/UBA) und den Anwohnenden (SfN) auch soziale Aspekte auf.

Im Bereich **Catering** bieten alle hier aufgeführten Leitfäden umfangreiche Maßnahmen zu einer nachhaltigeren Umsetzung. Dabei bezieht sich lediglich das Konzept der Stadt Hamburg ausschließlich auf die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit. Die anderen Leitfäden nennen soziale Maßnahmen wie Lebensmittelspenden und die Berücksichtigung von Unverträglichkeiten. Bei SfN kommen die logischen ökonomischen Aspekte wie die Dokumentation oder ein zentraler Einkauf am besten zur Sprache.

Auch der Bereich **Kommunikation** und Evaluation erhält Einzug in alle vorliegenden Konzepte. Öffentlichkeitsarbeit sowie ausreichende Informationen an die Teilnehmenden und Mitarbeitenden werden dabei häufig genannt. Es ist jedoch festzustellen, dass in diesem Feld jeder der Leitfäden gute und individuelle Handlungsempfehlungen gibt. Die hohe Priorität der Kommunikation wird in allen Konzepten ausführlich thematisiert, da andere Maßnahmen sonst unwirksam werden könnten und dadurch alle Dimensionen der Nachhaltigkeit betroffen sind. Die Leitfäden vom BMU/UBA, SfN und der Stadt Hamburg gehen in diesem Bereich noch einen Schritt weiter und fordern konkrete Zielformulierungen und Kontrollen. Das Konzept vom BMU/UBA greift dabei die Phasen der Veranstaltungsorganisation auf, SfN nennt praxisnahe Maßnahmen (Umweltbeauftragte*r, Umweltteam) und die Stadt Hamburg behält die Wirtschaftlichkeit der Veranstaltung im Auge.

Im Handlungsfeld von **Energie und Klima** sind die Konzepte vom BMU/UBA, SfN und der Stadt Hamburg sehr ähnlich. Es werden Themen wie Sparmaßnahmen, Ökostrom, Energieeffizienz und Kompensation angesprochen. Dadurch wird deutlich, dass neben dem ökologischen Vorteil auch ökonomische Erfolge verzeichnet werden können. Im Detail haben die Leitfäden vom BMU/UBA und der Stadt Hamburg in diesem Bereich etwas strengere und weitführende Maßnahmen als SfN. Hier wird beispielsweise bei der Verwendung von Generatoren lediglich auf die Verwendung von modernen Geräten verwiesen. Die Stadt Hamburg sieht die Nutzung für die Energieversorgung nicht als Option. Im Leitfaden vom biz Bremen fehlt das Handlungsfeld Energie und Klima. Es wird lediglich die Kompensation thematisiert.

Das Handlungsfeld **Produkte und Dienstleistungen** wird vom BMU/UBA, SfN und biz Bremen thematisiert. Das BMU/UBA und SfN nennen hier auch Maßnahmen, die ökologisch und ökonomisch sinnvoll scheinen (Einführung eines Materialmanagements, Notwendigkeit von Give-aways in Frage stellen). Ersteres geht dabei deutlich weiter. Auch biz Bremen beschreibt dahingehend Aspekte, wie beispielsweise eine umweltfreundliche Gestaltung von

Give-aways oder das Zurückgreifen auf regionale Dienstleistende, die allerdings in erster Linie ökologisch sinnvoll sind. Bei der Stadt Hamburg fehlt dieser Aspekt.

Ähnlich verhält es sich mit dem Handlungsfeld **Abfall**. Dieses wird vom biz Bremen nicht thematisiert. Die anderen Leitfäden geben eine Reihe von Maßnahmen zur Vermeidung, Trennung und professionellen Entsorgung des Abfalls. Dabei wird auch thematisiert, dass die Vermeidung von Abfall finanzielle Auswirkungen haben kann. Beim Leitfaden vom BMU/UBA wird diesem Bereich vergleichsweise weniger Aufmerksamkeit gegeben als bei den Konzepten von SfN und der Stadt Hamburg. Auch das Feld Wasser wird beim Leitfaden vom biz Bremen vernachlässigt. SfN und die Stadt Hamburg nennen einige Maßnahmen, die die Ressource Wasser schonen soll (Nutzung Regenwasser, umweltfreundliche Reinigungsmittel). Beim BMU/UBA wird dieser Bereich etwas kürzer gehalten und weniger Maßnahmen genannt.

Rein **soziale Aspekte** der Nachhaltigkeit werden lediglich von den Leitfäden vom BMU/UBA und biz Bremen genannt. Zum einen wird die Barrierefreiheit thematisiert. Beim BMU/UBA werden dazu konkrete Maßnahmen aufgeführt. Außerdem wird das Handlungsfeld Diversity genannt und dabei ein Schwerpunkt auf Gendergerechtigkeit gelegt. Bei einem Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen sollte die soziale Dimension ein wichtiger Bestandteil sein. Es ist festzustellen, dass nur die Hälfte der untersuchten Leitfäden rein soziale Handlungsfelder thematisieren. Ebenfalls nur zwei Leitfäden (SfN und biz Bremen) machen Vorschläge für die Aufnahme des Themas Nachhaltigkeit in das Programm der Veranstaltungen. SfN nennt dafür Maßnahmen um Naturerlebnisse zu schaffen und Umweltbildung zu fördern. Biz Bremen macht Vorschläge für Programmaktionen im Bereich Kunst und Kultur. So kann eine Verknüpfung von der sozialen und ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit hergestellt werden.

Es gibt vereinzelt Handlungsfelder, die lediglich von einem Leitfaden thematisiert werden. Für diese kann folglich kein Vergleich vorgenommen werden. Dies betrifft das Feld temporäre Bauten und Messestände, welches vom BMU/UBA thematisiert wird. Außerdem werden bei SfN die Bereiche Camping und Lärm angesprochen.

Insgesamt ist festzustellen, dass einige Handlungsfelder in allen vorliegenden Leitfäden zur Sprache kommen und weitreichende Maßnahmen und Ziele formuliert werden. Dazu gehören die Bereiche Veranstaltungsort, Mobilität, Energie und Klima, Catering sowie Kommunikation und Evaluation. Bereiche wie Abfall, Wasserverbrauch, Diversity oder Barrierefreiheit fehlen in einzelnen Leitfäden. Um eine Übersicht über die Qualität der einzelnen Konzepte zu geben und ihre Vollständigkeit im Hinblick auf die Nachhaltigkeit zu prüfen wurde die folgende Bewertung im nächsten Kapitel vorgenommen.

4.2 Bewertung der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden

Für die Bewertung wurde der obenstehende Vergleich als Grundlage genommen. Die Bewertung erfolgt anhand qualitativer und quantitativer Kriterien. Es wurde berücksichtigt in welchem Umfang die Leitfäden gestaltet wurden, wie weitreichend die einzelnen Handlungsfelder mit den dazugehörigen Maßnahmen beziehungsweise Zielen sind und ob dabei auch eine Verknüpfung von den Dimensionen der Nachhaltigkeit vorgenommen wurde. Dabei wurde folgendes Bewertungsmuster angewendet:

Bewertung	Zahlenformat	Textform
+ +	1	Sehr nützlich/umfangreich
+	2	Nützlich/umfangreich
0	3	Durchschnittlich
-	4	Eher ineffektiv/unvollständig
- -	5	Ineffektiv/nicht vorhanden

Abbildung 2: Bewertungsraster der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden
Quelle: Eigene Darstellung

Wurden Handlungsfelder von mindestens zwei Leitfäden behandelt, ist diese Kategorie bei den anderen Leitfäden als *nicht vorhanden* (- -) bewertet worden. Für Handlungsfelder, die nur in einem Leitfaden erwähnt werden, wurde das Kriterium *Weitere Handlungsfelder* angelegt. Dieses gibt also einen Hinweis auf den Umfang in Form weiterer genannter Aspekte. Die Bewertung findet im Hinblick auf den Vergleich mit den anderen vorliegenden Leitfäden statt. Zusätzlich erfolgt eine Bewertung der einzelnen nachhaltigen *Dimensionen* an Hand ihrer Ziele (vgl. Freericks et al. 2010: S. 250 f.). Das Zahlenformat findet Anwendung, um bei der abschließenden Gesamtbewertung den Durchschnitt berechnen zu können. Dabei zählen die Bereiche *Allgemeines* und die *Handlungsfelder* in die Gesamtbewertung. Die Symbole zur Bewertung wurden für eine übersichtlichere Darstellung in der Tabelle angewendet. Unter diesen Vorgaben ergeben sich für die vorliegenden Leitfäden folgende Bewertungen:

Leitfaden	BMU/UBA	SfN	Stadt Hamburg	biz Bremen
Kriterien				
Allgemeines				
Aufbau des Leitfadens	++	++	O	+
Checklisten	++	--	+	O
Anhang (weitere Informationen)	O	-	--	++
Handlungsfelder				
Allgemeines/Ziele	+	++	+	--
Mobilität	++	++	+	+
Veranstaltungsort	O	++	+	++
Energie und Klima	++	+	++	--
Produkte und Dienstleistungen	++	+	--	+
Catering	+	++	O	+
Abfall	O	++	++	--
Kommunikation und Evaluation	++	++	++	++
Wasser	+	++	++	--
Barrierefreiheit	++	O	--	+
Diversity	+	--	--	+
Programm	--	++	--	+
Weitere Handlungsfelder	+	++	-	O
Dimensionen				
Ökologisch	++	++	++	++
Sozial	+	O	-	+
Ökonomisch	O	O	+	-
Gesamtbewertung	+ (1,94)	+ (1,94)	O (2,94)	O (2,67)

Abbildung 3: Bewertungstabelle der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden
Quelle: Eigene Darstellung

Abschließend lässt sich feststellen, dass keiner der vorliegenden Leitfäden alle Bereiche der Nachhaltigkeit in vollem Umfang darstellt. Die Übersicht zeigt, dass bei den Konzepten der Schwerpunkt auf die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit gelegt wurde. Es ist zu vermuten, dass den Handlungsfeldern dieses Bereichs eine hohe Priorität zugesprochen wurde. Dennoch wäre eine flächendeckendere Verknüpfung der Nachhaltigkeitsdimensionen in diesem Zusammenhang möglich und sinnvoll gewesen. Denn eine nachhaltige Veranstaltung ist erst geschaffen, wenn die drei Säulen der Nachhaltigkeit im gleichen Maß Berücksichtigung finden: „Im Sinne eines gesellschaftlichen Leitbildes sollen Unternehmen ihren wirtschaftlichen Erfolg bei gleichzeitiger Wahrung von Umwelt- und Sozialverträglichkeit realisieren.“ (Dregener/Griese 2016, online). Beschäftigt man sich ausführlich mit dem Thema Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche und den vorliegenden Leitfäden, erhält man ein großes Feld an konkreten Maßnahmen und Checklisten für die Umsetzung, in erster Linie, wie erwähnt, in Bezug auf ökologische Aspekte. Außerdem ist festzustellen, dass der Nachhaltigkeitsaspekt je nach Veranstaltung unterschiedlich betrachtet werden muss. So gibt es beispielsweise bei einem Open-Air Festival einen anderen und vielseitigeren Handlungsbedarf, als bei einer Tagung mit 10 Personen. Um zu entscheiden, welche Handlungsfelder bei der Umsetzung in den Vordergrund gestellt werden sollten, wird im nächsten Schritt eine Priorisierung der in diesem Kapitel erläuterten Handlungsfelder beziehungsweise Kriterien vorgenommen.

4.3 Priorisierung der Leitfaden-Kriterien

Der Vergleich der vorliegenden Veranstaltungsleitfäden gibt bereits einen ersten Hinweis auf die zu priorisierenden Kriterien. Einige werden in jedem Konzept thematisiert, andere lediglich in einem der vier Leitfäden. Das folgende Diagramm gibt eine Übersicht darüber, wie oft die einzelnen Kriterien in den Leitfäden thematisiert wurden:

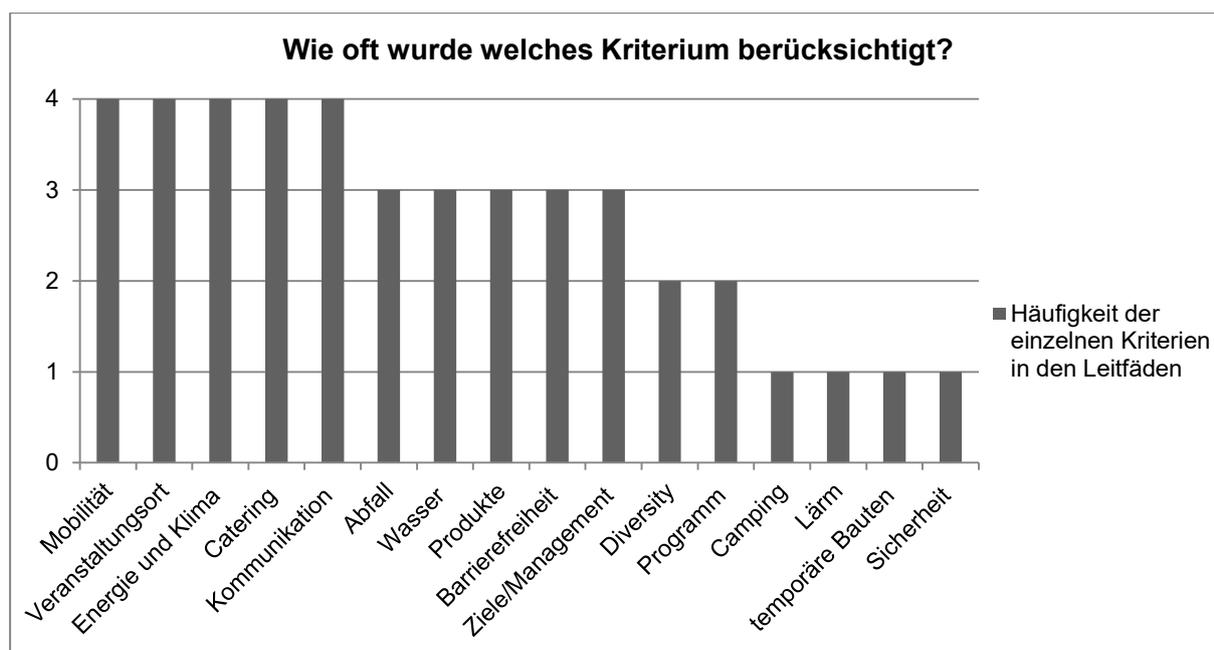


Abbildung 4: Häufigkeit der Kriterien in den nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden
Quelle: Eigene Darstellung

Die Grafik zeigt, dass 5 der insgesamt 15 Kriterien in jeden Leitfaden als Handlungsfeld Einzug erhalten haben. Dazu gehören Mobilität, Veranstaltungsort, Energie und Klima, Catering sowie die Kommunikation. Bei diesen Kriterien handelt es sich mit Ausnahme der Kommunikation um Bereiche, die in erster Linie **ökologische Relevanz** haben. Vergleicht man diese Priorisierung mit den Emissionsquellen einer typischen Veranstaltung, sind dabei Parallelen festzustellen. Danach macht die An- und Abreise ca. 70 Prozent der anteiligen CO₂-Emissionen aus. Die Unterkunft, in den Leitfäden meist im Handlungsfeld *Veranstaltungsort* integriert, macht 15 Prozent der Emissionen aus. Auf den Bereich Catering fallen 10 Prozent und die Bereiche Energie, Klima und Wasser sind mit ca. 5 Prozent anteiligen CO₂ Emissionen an einer Veranstaltung zusammengefasst. Ein kleiner Teil fällt abschließend auf den Bereich Abfall (vgl. *atmosfair* o. D., online). Die wichtigsten Kriterien, im Hinblick auf die CO₂ Emissionen, sind folglich in allen Leitfäden enthalten. Auch die ausgeprägte Thematisierung vom Handlungsfeld Kommunikation hat ihre Berechtigung. Denn nur wenn das nachhaltige Veranstaltungskonzept öffentlich gemacht wird und

transparent gestaltet ist, können die einzelnen Maßnahmen Wirkungen zeigen (vgl. Oblasser/Riediger 2015: S. 43 f.). Mit diesen Kriterien ist die ökologische Dimension ausreichend abgedeckt. Bei der Priorisierung sollten aber auch der soziale sowie wirtschaftliche Bereich Berücksichtigung finden. **Soziale Aspekte** wie Diversity, Barrierefreiheit und Sicherheit werden bereits in den Leitfäden vereinzelt thematisiert und haben auf sozialer Ebene eine hohe Priorität. Zur sozialen Verantwortung zählt aber auch der Umgang mit den eigenen Mitarbeitenden, beispielweise im Hinblick auf faire Entlohnung und Arbeitssicherheit (Dregener/Griese 2016, online). Teilweise wird dieser Aspekt sogar als essenzielle Grundlage gesehen: „Nur durch Personalführung – Einweisung und Vorbildfunktion – und Bereitstellen von Kompetenzen, Ressourcen und Informationen werden die wichtigen Komponenten des nachhaltigen Eventmanagements umgesetzt.“ (Holzbaur/Luppold 2017: S. 290). In den Leitfäden werden die Mitarbeitenden zwar im Rahmen anderer Handlungsfelder thematisiert, es fehlt aber ein Fokus auf einen fairen Umgang und die Bedürfnisse der Mitarbeitenden. Aus diesem Grund wurde das Kriterium Mitarbeitende in der untenstehenden Priorisierung ergänzt.

Ökonomische Aspekte sind ebenfalls im Rahmen anderer Handlungsfelder in den vorliegenden Leitfäden zu finden. Häufig werden diese nicht explizit erwähnt, liegen jedoch auf der Hand oder gehen mit einer anderen Dimension einher. Doch auch hier muss eine explizite Nennung der Faktoren erfolgen. In erster Linie steht der wirtschaftliche Erfolg des Unternehmens bzw. der Veranstaltung im Mittelpunkt dieser Dimension. Dazu kommt die Sicherung eines angemessenen Lebensstandards für alle Beteiligten an der Organisation der Veranstaltung, beispielsweise Mitarbeitende, Lieferant*innen sowie Dienstleistende (Dregener/Griese 2016, online). Auch die Imagesteigerung liegt in diesem Bereich und wurde im Rahmen der Leitfäden erwähnt, da eine gute Verknüpfung mit der ökologischen Dimension möglich ist (vgl. Behr et al. 2013: S. 5). Somit kann eine Priorisierung der Kriterien an Hand der Handlungsfelder in den Leitfäden vorgenommen werden. Um von einer nachhaltigen Veranstaltung sprechen zu können müssen jedoch Kriterien auf sozialer und ökonomischer Ebene ergänzt werden. Die folgende Grafik fasst die priorisierten Kriterien, gegliedert in die einzelnen Dimensionen, zusammen (siehe nächste Seite).

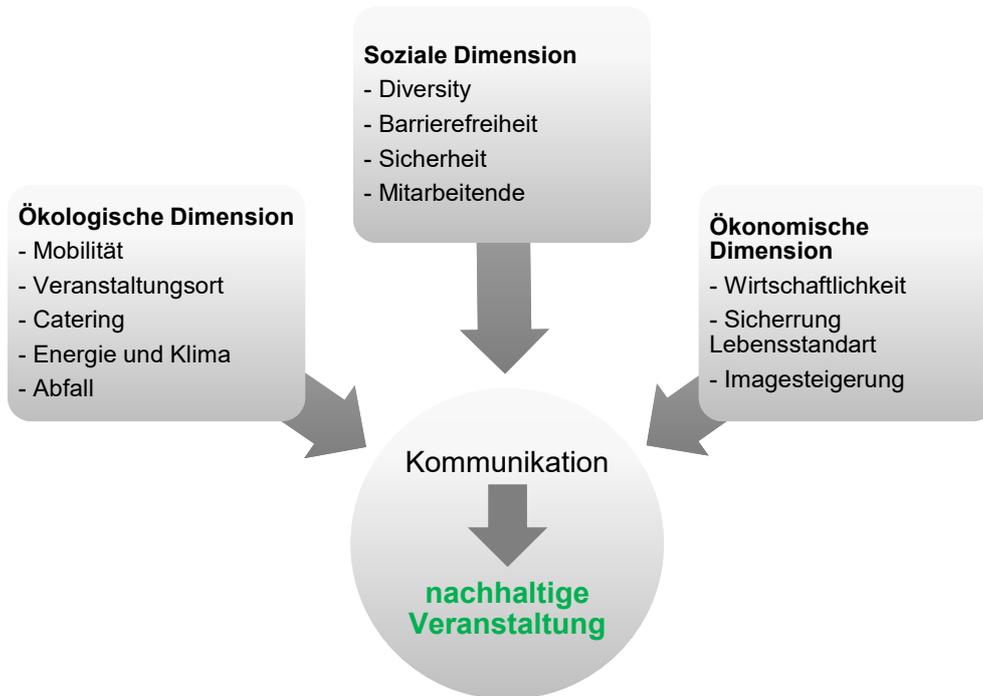


Abbildung 5: Weg zu einer nachhaltigen Veranstaltung mit priorisierte Kriterien
Quelle: In Anlehnung an Oblasser/Riediger 2015: S. 33

4.4 Umsetzungsdefizite und deren Lösungsansätze aus Sicht der Veranstaltenden

In diesem Kapitel werden die Umsetzungsdefizite von nachhaltigen Veranstaltungen in Verbindung mit den dafür vorgesehenen Leitfäden herausgearbeitet und somit die Forschungsfrage anhand der zuvor gewonnenen Erkenntnissen abschließend beantwortet. Dafür werden im ersten Schritt die Ergebnisse der geführten Expert*inneninterviews, wie im Methodenteil beschrieben, nach den Kategorien und insbesondere anhand der Reduktionen gegliedert dargelegt. Darauf folgt die Diskussion dieser Ergebnisse, die zur Beantwortung der Forschungsfrage führt.

Der **ersten Kategorie (K1)** wurden Textpassagen zugeordnet, die die **Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen** beschreiben. Die befragten Veranstaltenden nannten den Einsatz von Mehrweg- und Pfandsystemen auf ihren Events und die Entwicklung entsprechender Konzepte. Auch die Regionalität kann in diesem Zusammenhang genannt werden: „Also man kann damit anfangen, dass wir, seitdem es unser Festival gibt, immer darauf geachtet haben, dass unsere Partner aus der Region kommen.“ (Expert*inneninterview 2 2021: Z. 8-10). Außerdem wurden weitere Projekte genannt, die die ökologische Nachhaltigkeit betreffen. Dazu gehört die Nutzung von Ökostrom bzw. Feststrom, Fahrradstellplätze sowie attraktive Zuganbindung, nachhaltige Merchandise-

Produkte und der Verzicht auf Give-aways (vgl. Expert*inneninterview 1 2021: Z. 172-176, Expert*inneninterview 2 2021: Z. 41-45, Z. 219-223 und Z. 25-29). Insbesondere den Maßnahmen, die dem Handlungsfeld Mobilität zugeordnet werden können ist dahingehend eine hohe Priorität zuzuschreiben, da dieser Bereich die meisten CO2 Emissionen bei Veranstaltungen verursacht. Dies hat bereits die Priorisierung der Leitfäden-Kriterien im Kapitel 4.3 ergeben. Die soziale Nachhaltigkeit wurde ebenfalls von den befragten Expert*innen durch bereits umgesetzte Maßnahmen erwähnt, wie beispielweise durch den Schwerpunkt Inklusion auf der Veranstaltung oder eine Nachwuchs-Ausbildung als Bestandteil der Veranstaltungsorganisation (vgl. Expert*inneninterview 3 2021: Z. 61-63 und Expert*inneninterview 4 2021: Z. 251-256). Die im Sounds for Nature Leitfaden angesprochenen Umweltbeauftragten (vgl. Behr et al. 2013: S.10) kommen bei einigen Veranstaltenden bereits zum Einsatz: „Und da sind wir gerade, dass wir bestimmte Leute haben, die sich innerhalb der anderen Teams, anderen Abteilungen, anderen Bereiche sich dieses Nachhaltigkeitsthemas annehmen. Und dort auch dann kontrovers mit anderen Kollegen diskutieren.“ (Expert*inneninterview 1 2021: Z. 150-152). Zudem setzen die befragten Veranstaltenden vermehrt auf die Mitgliedschaft bzw. Kooperation mit Verbänden und Organisationen sowie den Austausch in einem Netzwerk von Veranstaltenden (vgl. Expert*inneninterview 1 2021: Z. 12-16 und Expert*inneninterview 3 2021: Z. 35-40).

In die **zweite Kategorie (K2)** wurden Aussagen codiert, die **Probleme bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten** thematisieren. Dieser Kategorie wurden die beiden deduktiv gebildeten Kategorien K2.1 Negative ökonomische Auswirkungen und 2.2 Fehlendes Know-how untergeordnet. Die befragten Expert*innen haben in diesem Zusammenhang verschiedene Stakeholder genannt, durch die es zum Scheitern von nachhaltigen Projekten kommen kann. Dabei wird zwischen primären Stakeholdern, die direkten Einfluss auf ein Event haben und sekundären Stakeholdern, die im weiteren Umfeld des Veranstaltenden agieren, unterschieden (vgl. Oblasser/Riediger 2015: S. 154). Die genannten Stakeholder lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Primäre Stakeholder	Sekundäre Stakeholder
<ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltende • Besuchende • Gastronom*innen • Mitarbeitende • Künstler*innen 	<ul style="list-style-type: none"> • Sponsoren • Staat und Politik • Behörden

Abbildung 6: Stakeholder einer Veranstaltung
Quelle: Eigene Darstellung

Auf der Ebene der primären Stakeholder haben die Besuchenden einen großen Einfluss auf die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen. Insbesondere bei der An- und Abreise muss der Nachhaltigkeitsgedanke von den Besuchenden mitgetragen werden. Wachsende Bekanntheit einer Veranstaltung kann diese Auswirkung noch verstärken: „Autos sind halt auch zunehmend bei uns. Also mit der wachsenden Bekanntheit kommen die Leute von weiter weg, das ist schon natürlich ein Thema, was trotz des Bahnhofs, der bei uns direkt nebenan ist, schwierig ist.“ (Expert*inneninterview 2 2021: Z. 45-47). Diese Argumentation zielt wiederholt auf das Handlungsfeld Mobilität mit einem großen Einfluss auf die CO2 Bilanz einer Veranstaltung ab (vgl. Kapitel 4.3). Aber auch andere Maßnahmen, wie beispielweise die Müllvermeidung, müssen von den Besuchenden akzeptiert und unterstützt werden. Durch Dunkelheit und Alkoholkonsum funktionieren manche Maßnahmen jedoch nur bis zu einem bestimmten Punkt (vgl. Expert*inneninterview 3 2021: Z. 223-230). In diesem Zusammenhang wurde den Besuchenden außerdem ein mangelndes Interesse an nachhaltigen Veranstaltungen unterstellt: „Wer zu Helene Fischer gehen will, der geht zu Helene Fischer und nicht, weil der Veranstalter Ökostrom kauft.“ (Expert*inneninterview 1 2021 Z: 203 f.).

Bei den Stakeholdern Künstler*innen verhält es sich ähnlich wie bei den Besuchenden. Fehlendes Interesse an Nachhaltigkeit auf einer Veranstaltung und der Prozess der Anreise, der sich im Hinblick auf die Künstler*innen noch schwieriger nachhaltig gestalten lässt als bei den Besuchenden, erschwert den Weg hin zu einer nachhaltigen Veranstaltung (vgl. Expert*inneninterview 1 2021: Z. 17 f.).

Gastronom*innen oder andere Standbetreibende spielen ebenfalls eine Rolle, denn diese müssen manche nachhaltigen Maßnahmen mittragen, welche häufig finanzielle Mehrkosten mit sich bringen, sodass ein Konflikt zwischen Veranstaltenden und Standbetreibenden entsteht (vgl. Expert*inneninterview 3 2021: Z. 202-2011). Zudem ist das Angebot passender Partnerfirmen, insbesondere beim gastronomischen Angebot, überschaubar (vgl. Expert*inneninterview 4: 2021: Z. 101-103).

Die befragten Expert*innen sehen ebenfalls bei den Veranstaltenden selbst Probleme in der Umsetzung. Es fehlt teilweise die Bereitschaft zum nachhaltigen Handeln bzw. zum Handeln im ausreichenden Maß (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: Z. 263 f.). Außerdem ist nicht ausreichend Personal vorhanden um Projekte in die Umsetzung zu bringen: „Deswegen ist einer der Hauptthemen, weshalb Nachhaltigkeit nicht umgesetzt wird oder nicht so umgesetzt wird, wie man es in einer optimalen Welt sich wünschen würde, das Ressourcenthema. Kein Geld, keine personelle Kapazität dafür das Thema zu besetzen.“ (Expert*inneninterview 3 2021: Z. 192-195). In diesem Zusammenhang steht zusätzlich der

zeitliche Faktor beim Finden der nachhaltigsten Lösung. Durch den nachhaltigen Anspruch nimmt die Planung mehr Zeit in Anspruch, da neben kostengünstigen Optionen auch die Nachhaltigkeit recherchiert werden muss (vgl. Expert*inneninterview 4 2021: Z. 82-86).

Die Mitarbeitenden werden in diesem Zusammenhang ebenfalls als Stakeholder genannt. Diese müssen den Nachhaltigkeitsgedanken der Veranstaltung mittragen, damit die Umsetzung vollständig möglich ist und das Thema Nachhaltigkeit in die Veranstaltungsphilosophie aufgenommen werden kann (vgl. Expert*inneninterview 3 2021: Z. 239-247).

Im Hinblick auf die sekundären Stakeholder wurde von den befragten Expert*innen mangelndes staatliches Handeln und mangelnde politische Richtungsweisung genannt. Es fehlen auf dieser Ebene Richtlinien, Kontrollen und Unterstützung, die die Veranstaltenden zu mehr nachhaltigem Handeln bewegen (vgl. ebd. Z. 19-22 und 235-257, Expert*inneninterview 4 2021: Z. 203-206). Im Zusammenhang mit Genehmigungen ist auch der sekundäre Stakeholder Behörden zur Sprache gekommen, der eng mit Staat und Politik in Verbindung steht und den Prozess der Nachhaltigkeit für die befragten Veranstaltenden erschwert: „Eine weitere Schwierigkeit [...] können Genehmigungs-Sachen sein. Wir haben wahnsinnige Probleme, unsere Mehrweg-Systeme mit den Hygiene-Behörden abzustimmen.“ (Expert*inneninterview 3 2021: Z. 196-198).

Die **Kategorie K2.1** thematisiert ein Umsetzungsproblem, welches bereits auf der Hand zu liegen scheint. Die Umsetzung einer nachhaltigen Veranstaltung hat **negative ökonomische Auswirkungen** für den Veranstaltenden zur Folge. Aus diesem Grund sind bei den befragten Veranstaltenden einige Maßnahmen, wie zum Beispiel ein alternatives Toilettensystem oder der Anschluss an ein festes Stromnetz, nicht durchgeführt worden. Diese Kosten sind insbesondere für kleine Veranstaltungen nicht tragbar (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: 70-73 und 104-112). Aber auch große Veranstaltungen lehnen nachhaltige Lösungen aus wirtschaftlichen Gründen ab (vgl. Expert*inneninterview 4 2021: Z. 177-179). Aus diesem Grund sehen die befragten Veranstaltenden viele nachhaltige Maßnahmen zu den aktuellen Konditionen nicht tragbar. Aber auch für die Besuchenden sehen die Expert*innen negative ökonomische Auswirkungen. Eine nachhaltige Veranstaltung kann einen höheren Ticketpreis mit sich ziehen, mit Auswirkungen auf die soziale Nachhaltigkeit. Sozialschwache Bevölkerungsschichten könnten dadurch von der Veranstaltung ausgeschlossen werden (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: Z. 165 f. und Z. 307-315, Expert*inneninterview 4 2021: Z. 165 f.).

In diese Kategorie wurden allerdings auch Textpassagen codiert, die diesen negativen Auswirkungen entgegen wirken können. Die Expert*innen argumentieren, dass eine steigende Nachfrage für nachhaltige Produkte attraktivere Angebote schaffen könnte (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: Z. 334 f.). Mögliche Kosteneinsparungen sehen die befragten Veranstaltenden bei nachhaltigen energetischen Maßnahmen, der Verwendung bestehender Ressourcen und einem nachhaltigen Müllmanagement (vgl. Expert*inneninterview 1 2021: Z. 25-28, Expert*inneninterview 4 2021: Z. 110-116 und Expert*inneninterview 3 2021: Z. 211-214). Ein weiterer Lösungsansatz wird im Hinblick auf die sekundären Stakeholder Staat und Politik gesehen. Die höheren Kosten für nachhaltige Umsetzungen müssten bei der Vergabe von Fördergeldern berücksichtigt werden und durch politische Vorgaben die Finanzierung von nachhaltigen Veranstaltungen langfristig gesichert werden (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: Z. 374-378 und Expert*inneninterview 3 2021: Z. 328-331). Dabei formulieren die Expert*innen teilweise sehr konkrete Lösungswege: „Und das funktioniert dann (...) über eine Laufzeit von drei bis fünf Jahren und dann schaut man, dass man diese Prozesse so langsam in die Festivals oder Veranstaltungen integriert und das sie dann von den Zuschauern wahrgenommen werden, akzeptiert werden und dann langsam auch zum Beispiel der Preis steigt.“ (Expert*inneninterview 2 2021: Z. 331-334).

Im theoretischen Teil dieser Arbeit wurde bereits festgestellt, dass bei den Veranstaltenden teilweise **fehlendes Know-how** vorliegt (vgl. Oblasser/Riediger 2015: S. 18). Daraufhin wurde deduktiv die **Kategorie K2.2** gebildet. Die befragten Veranstaltenden äußerten in diesem Zusammenhang fehlende Aufklärung über nachhaltiges Handeln. Nachhaltigkeit ist ein sehr breites Feld, in dem Veranstaltende nicht in jedem Bereich ausreichend informiert sein können (vgl. Expert*inneninterview 4 2021: Z. 216-218 und Expert*inneninterview 2 2021: Z. 187-189). Auch hier haben die befragten Veranstaltenden ihre ganz konkreten Probleme genannt: „Wir wollen unseren CO2 Abdruck möglichst auf null bringen, aber wir kennen ihn noch nicht zu hundert Prozent, das ist immer auch ein Riesenproblem. Du musst ja erst einmal wissen, von wo willst du denn überhaupt runter?“ (vgl. Expert*inneninterview 1 2021: Z. 130-132). Außerdem wurde in dieser Kategorie ein weiterer Stakeholder mit fehlendem Know-how genannt. Den Besuchenden mangelt es ebenfalls an ausreichender Aufklärung zum Thema Nachhaltigkeit, sodass einzelne Maßnahmen, wie beispielsweise Mülltrennung, durch diese gefährdet sind (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: Z. 277-284 und Expert*inneninterview 3 2021: Z. 223-230).

In der nächsten **Kategorie K3** wurden Textstellen der Interviews codiert, die **Anreize, Maßnahmen und Hilfestellungen zur Umsetzung** nennen. Auch hier lohnt sich, zur strukturierten Wiedergabe, ein Blick auf die einzelnen Stakeholder. Die befragten

Expert*innen halten einen intensiven Austausch zwischen den Veranstaltenden für sehr wichtig. Interne Konferenzen für den Erfahrungsaustausch und die Weitergabe von Wissen können eine Hilfestellung sein. Aber auch ein Netzwerk für Equipment und Infrastruktur kann eine Maßnahme sein um die Umsetzung von Nachhaltigkeit zu vereinfachen (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: Z. 95-99, Expert*inneninterview 3 2021: Z. 305-313 und Expert*inneninterview 4 2021: Z. 192-195). Des Weiteren sehen die befragten Veranstaltenden einen positiven Zusammenhang zwischen nachhaltigen Projekten und der Qualitätssteigerung einer Veranstaltung. Dieser Punkt ist als Anreiz für Veranstaltende zu verstehen (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: 167-172 und 237-239).

Im Hinblick auf die Besuchenden sehen die befragten Expert*innen einen Anreiz darin, dass Veranstaltungen das Bewusstsein für Nachhaltigkeit bei den Besuchenden schärfen können und durch Umweltbildung ein Beitrag und positiver Einfluss auf die Gesellschaft hin zu einem weit verbreiteten Nachhaltigkeitsgedanken entstehen kann: „Weil wenn du es wirklich lebst und es wirklich gut kommunizierst, was du da tust, kannst du Denkanstöße in der Schar deiner Besuchenden irgendwo anstoßen und verankern, (...) weil du Leuchtturm für Nachhaltigkeit bist und lauter kleine Multiplikatoren für Nachhaltigkeit von deiner Veranstaltung nach Hause entlässt.“ (Expert*inneninterview 3 2021: Z. 292-295).

Auf Ebene der sekundären Stakeholder wird von Staat und Politik in erster Linie Unterstützung in Form von finanziellen Mitteln und gesetzlichen Regelungen vorgeschlagen. Die befragten Expert*innen nannten dabei konkret die Maßnahme staatliche Fördergelder an Nachhaltigkeit zu koppeln. Dadurch könnten in Zukunft mehr nachhaltige Projekte umgesetzt werden und die Fördergelder kämen insbesondere nachhaltig orientierten Veranstaltungen zu gute (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: Z. 176-183 und Expert*inneninterview 4 2021: Z. 142-148). Außerdem haben die befragten Expert*innen einen Anreiz und Vorteil im Hinblick auf die Interessen von Sponsoren genannt: „Ich glaube, das kann in Zukunft schon auch ein Thema werden, wenn man über Sponsoren spricht und dann kann es sich natürlich auch wiederum finanziell auszahlen.“ (Expert*inneninterview 1 2021: Z. 187-189).

Des Weiteren wurden Aussagen getroffen, die alle Bereiche einer Veranstaltung betreffen, nämlich eine wachsende Bedeutung von Nachhaltigkeit auf allen Ebenen, sodass das Thema in Zukunft mehr zur Selbstverständlichkeit wird und die Kundennachfrage für nachhaltige Events immer konkreter wird: „Also ich denke Nachhaltigkeit wird für alle Unternehmen irgendwann in den nächsten Jahren eine größere Selbstverständlichkeit und die, die nicht mitmachen, die kriegen ein Problem.“ (Expert*inneninterview 1 2021: Z. 210-212).

In der nächsten **Kategorie K4** wurden **die nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden** thematisiert. Im ersten Teil der Kategorie (K4) geht es um Aussagen über den **Umgang bzw. die Verwendung der in dieser Arbeit thematisierten Leitfäden**. Dabei wurde deutlich, dass meist mindestens einer der Leitfäden bekannt ist und diese teilweise Anwendung bei den befragten Veranstaltenden finden (vgl. Expert*inneninterview 1 2021: Z. 87, Expert*inneninterview 2 2021: Z. 203-205 und Expert*inneninterview 4 2021: Z. 51-53). Zusätzlich beobachten die Expert*innen eine vermehrte Anzahl an unterschiedlichen Leitfäden für nachhaltige Veranstaltungsorganisation in den letzten Jahren. Diese Entwicklung kann als Beleg für die zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Branche gesehen werden (vgl. Expert*inneninterview 3 2021: Z. 77-81).

Positiv an der Arbeit mit den Leitfäden (K4.1) sehen die befragten Veranstaltenden den praxisnahen Bezug mancher Leitfäden. Insbesondere werden hier die Leitfäden vom BIZ und Sounds for Nature genannt (vgl. Expert*inneninterview 3 2021: Z. 172-180 und 339-342). Die Leitfäden können den Veranstaltenden eine Inspiration geben, wie schon kleine Maßnahmen zu einer nachhaltigen Veranstaltung beitragen können (vgl. Expert*inneninterview 2 2021: Z. 213-216). Gerade in der Anfangsphase, in der erste nachhaltige Projekte angegangen werden, ist die Verwendung der Leitfäden sehr hilfreich und sinnvoll: „Ich fang an mich als Veranstalter*in mit dem Thema zu befassen und brauch erst einmal Überblick, eine Information. Und da helfen die Leitfäden allesamt so wie sie sind definitiv direkt. Also umso eine gewisse Grund-Awareness auf die einzelnen Themen zu kriegen.“ (Expert*inneninterview 3 2021: Z. 111-114).

Dieser Punkt wird allerdings in der nächsten **Kategorie (K4.2)** auch als **negative Einschätzung im Hinblick auf die Leitfäden** genannt. Beginnend mit der praktischen Umsetzung von Nachhaltigkeit helfen die Leitfäden nur noch bedingt weiter. Dies hängt insbesondere damit zusammen, dass jede Veranstaltung zu einem gewissen Zeitpunkt sehr speziell wird. Dadurch können die relativ allgemein formulierten Leitfäden für gewisse Handlungsfelder keine Lösungsansätze mehr bieten, die jeder Veranstaltung weiterhelfen (vgl. ebd.: Z. 125-129 und 181 f.). Außerdem sehen die Expert*innen die Entwicklung von viele verschiedenen Leitfäden teilweise kritisch: „Ich finde es immer schwierig, wenn zu viele Leitfäden oder zu viel Umweltsiegel oder was auch immer auf dem Markt sind. Das verwirrt natürlich auch.“ (Expert*inneninterview 1 2021: Z. 237-239).

Im Folgenden werden die Ergebnisse der einzelnen Kategorien zusammengeführt, interpretiert und diskutiert.

Zusammenfassend der **Kategorie K1** lässt sich feststellen, dass einzelne nachhaltige Maßnahmen bereits von den Veranstaltenden umgesetzt werden. Die Umsetzung erfolgt

jedoch Schritt für Schritt, da die Projekte auf eigenes Risiko und eigene Kosten realisiert werden. Dabei setzt jede Veranstaltung unterschiedliche Prioritäten. Aktuell scheinen die Themen Energie, Mobilität und Catering für die Veranstaltungsbranche im Hinblick auf Nachhaltigkeit von Bedeutung zu sein. Diese Bereiche werden auch von den Leitfäden priorisiert thematisiert (siehe Abbildung 4). Dabei wurden einige Maßnahmen genannt, die auch in den nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden beschrieben werden. Für den Einsatz von Mehrweg- und Pfandsystemen nehmen die Veranstaltenden höhere Kosten auf sich. Diese Maßnahme ist dem Bereich Catering zuzuordnen, der auch in den Leitfäden ausführlich behandelt wird (vgl. Behr et al. 2013: S. 38 f.). Im Bereich Energie werden durch die Verwendung von Ökostrom und Feststrom ebenfalls Maßnahmen von den Veranstaltenden umgesetzt, die von den Leitfäden empfohlen werden (vgl. Mager et al. 2020: S.22-24). Für den Sektor Mobilität haben die Expert*innen die Brisanz der hohen CO₂ Auswirkungen erkannt, sehen jedoch ein eingeschränktes Handlungspotential bei den Veranstaltenden selbst. Letztendlich entscheiden die Besuchenden wie sie die An- und Abreise zur Veranstaltung organisieren. Einige Veranstalter geben jedoch Anreize durch die Bereitstellung von Fahrradparkplätzen und die Anpassung der Veranstaltung an den ÖPNV. Für die Leitfäden ist die Mobilität ebenfalls ein sehr wichtiges Thema bei dem noch viele weitere Maßnahmen zur Umsetzung genannt werden: „Der Weg zum und vom Veranstaltungsort ist zwar der Eigeninitiative des Publikums und der Teilnehmer unterworfen; gelingt es aber, die „grüne“ Eigeninitiative zu belohnen, ist der Effekt der Nachhaltigkeit und der Nachahmung besonders groß.“ (Klingenberg/Sawitzki 2011: S. 17). In den Leitfäden werden außerdem viele Maßnahmen für die Handlungsfelder Veranstaltungsort und Kommunikation aufgeführt. Der Veranstaltungsort war für die Expert*innen im Hinblick auf Nachhaltigkeit kein Thema. Es ist zu vermuten, dass dieser Bereich sehr individuell ist und die Veranstaltenden meist keine Wahl zwischen verschiedenen Orten sehen, die für ihr Event in Frage kommen, sodass dieses Kapitel in den Leitfäden nur selten hilfreich ist. Für das Handlungsfeld Kommunikation hingegen bieten die Leitfäden viele gute Ideen, die von den Veranstaltenden noch mehr aufgegriffen werden könnten. Die Expert*innen nannten den positiven Einfluss auf die Besuchenden und einen Beitrag zur nachhaltigen Bildung in der Gesellschaft als Anreiz. Es wurden jedoch keine konkreten Maßnahmen genannt, wie die Kommunikation im Hinblick auf Nachhaltigkeit mit den Besuchenden gestaltet wird. Im Hinblick auf die Kommunikation zwischen den Veranstaltenden durch Netzwerke und interne Konferenzen nennen die Expert*innen positive Entwicklungen. Ein Bereich, der in den Leitfäden weniger beachtet wird.

Für die **Umsetzungsdefizite (K2)** liefern die befragten Veranstaltenden häufig Lösungsansätze in Form von **Anreizen und Hilfestellungen (K3)** mit, sodass diese Kategorien sehr gut verknüpft werden können. Laut den Expert*innen wird der Veranstaltungsbranche der Weg zu mehr Nachhaltigkeit durch mangelnde Richtlinien, Kontrollen und Unterstützungen erschwert. Zusätzlich belasten Bürokratie und langwierige Genehmigungsprozesse die Umsetzung. Dadurch wird die Politik in der Pflicht gesehen mit einer Handlungsoffensive den nächsten Schritt für die Eventbranche im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit einzuläuten. Auch in der Theorie ist die Politik ein wichtiger Stakeholder in Bezug auf die Nachhaltigkeit von Veranstaltungen. Häufig wird dabei allerdings nur über steuerliche Erleichterungen für die Veranstaltenden gesprochen, obwohl die Politik aus Sicht der befragten Expert*innen wesentlich mehr Handlungspotentiale hat (vgl. Oblasser/Riediger 2015: S. 27). Dabei geht es in erster Linie um finanzielle Unterstützung von nachhaltigen Maßnahmen, aber auch um weitreichende gesetzliche Regelungen damit die Veranstaltenden weniger im Konflikt zwischen nachhaltiger Umsetzung und den Interessen ihrer Stakeholder stehen. Ein weiteres Defizit in der Umsetzbarkeit. Das in den Interviews häufig genannte Problem der Finanzierung hat sich auf Grund der Corona Pandemie auf Seiten der Veranstaltenden weiter verschärft.

Zurzeit sind nachhaltige Veranstaltungen eher ein Nischenprodukt. Um diese konkurrenzfähig zu machen, sollte die Politik aus Sicht der Expert*innen agieren und Druck auf die Veranstaltenden auswirken sowie zeitgleich Unterstützung anbieten. Dies hätte zur Folge, dass sich mehr Veranstalter*innen mit dem Thema Nachhaltigkeit auf ihren Events auseinandersetzen müssen. Folglich würde eine höhere Nachfrage für nachhaltige Produkte oder Dienstleistungen für die Veranstaltungsbranche entstehen, sodass ein breiteres Feld an Partnerunternehmen zur Verfügung stehen würde. In einer engen Zusammenarbeit zwischen Veranstaltenden könnten so finanzielle Hürden erleichtert werden. In Verbindung mit dem Finanzierungsproblem steht der Personalmangel. Für die praktische Umsetzung genannter Maßnahmen sind Nachhaltigkeitsbeauftragte notwendig, die individuell das jeweilige Event analysieren und entsprechende Maßnahmen herausarbeiten. Diese Organisationsstruktur ist zusätzlich sinnvoll, da so ein*e themenspezifische Ansprechpartner*in für das Team vorhanden ist. Denn dieses muss den Nachhaltigkeitsgedanken mittragen, da sonst Projekte nicht so konsequent umgesetzt werden können.

„Ein Umweltbeauftragter muss vom oberen Management des Festivals benannt werden. Dies gibt den entsprechenden Rückhalt bei auftretenden Konflikten. Der Umweltbeauftragte sollte neben Veranstaltungsfachwissen zudem in Sachen Umweltschutz gut informiert sein und Kenntnisse darüber haben, wie Naturschutz und Umweltbelastungen eingeschätzt werden müssen und wo relevante Informationen zu finden sind. Das entsprechende Fachwissen und ausreichende Entscheidungskompetenzen helfen, die Aufgaben zu bewältigen [...] Der

Umweltbeauftragte kann die Einführung und Umsetzung eines Umweltmanagements begleiten. Zudem kontrolliert er die Einhaltung eigener und gesetzlicher Umweltnormen, -richtlinien und -auflagen und leitet die Zielformulierung sowie die Evaluation an.“
(Behr et al. 2013: S. 10)

Diese Unterstützung schätzen die Expert*innen anders als **die Leitfäden (Kategorie K4)** ein und sehen den Handlungsbedarf eher auf Seiten der Politik. Die zur Verfügung gestellten Leitfäden geben den Veranstaltenden lediglich einen ersten theoretischen Überblick, sodass für die praktische Umsetzung weitere Unterstützung notwendig ist. Zusätzlich fehlt den Veranstaltenden in manchen Handlungsfeldern das Wissen für nachhaltiges und effizientes Handeln.

Des Weiteren bemängeln die Expert*innen, dass die Umsetzung von Nachhaltigkeit durch die Besuchenden ausgebremst wird. Sie führen dieses Phänomen auf fehlendes Interesse und mangelndes Wissen dieser Stakeholdergruppe in Bezug auf Nachhaltigkeit zurück. Es ist jedoch essentiell wichtig, dass die Besuchenden den Nachhaltigkeitsgedanken auf einer Veranstaltung mittragen, da sonst Maßnahmen schnell ihre Wirksamkeit verlieren können. Ähnlich verhält es sich auch mit den anderen Stakeholdern. Die Expert*innen sehen in diesem Zusammenhang aber auch eine steigende Kundennachfrage und einen positiven Einfluss auf die Besuchenden eines nachhaltigen Events. Hier ist ein Widerspruch bei den Aussagen der Expert*innen zu erkennen, da der Faktor Besuchende zum einen als Problem aber auch als Anreiz und Chance für eine nachhaltige Veranstaltung genannt wird. Dies könnte auch weitere Stakeholder für nachhaltige Veranstaltungen sensibilisieren, sodass beispielsweise Künstler*innen nachhaltige Veranstaltungen bevorzugen und die Bereitschaft der Gastronom*innen steigt nachhaltige Maßnahmen mitzutragen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die **Umsetzungsdefizite** aus Sicht der Veranstaltenden in erster Linie in der Finanzierung, dem Personalmangel und den Interessen der Stakeholder gesehen werden. Bei den Besuchenden wird ein mangelndes Interesse an Nachhaltigkeit gesehen, sodass Handlungsfelder wie Mobilität oder Abfallmanagement schwer nachhaltig zu gestalten sind. Gastronom*innen und andere Partner*innen müssen nachhaltige Maßnahmen ohne ersichtlichen Mehrwert mittragen, was ein Konfliktpotential bürgt und mit der problematischen Finanzierung einhergeht. Die Stakeholder eines Events müssen also ausreichend für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert werden um die Bereitschaft zum Mittragen der nachhaltigen Maßnahmen erhöhen zu können. Außerdem sehen die Expert*innen von Seiten der Politik und den Kund*innen fehlenden Druck und mangelnde Unterstützung als Defizit bei der Umsetzung. Die Politik wird von den Expert*innen insbesondere im Hinblick auf die Finanzierung und der

Unterstützung durch qualifiziertes Personal für die Umsetzung einer nachhaltigen Veranstaltung in der Verantwortung gesehen.

Mit diesen Ergebnissen aus den geführten Expert*inneninterviews kann die bereits erstellte Abbildung 5 mit den priorisierten Kriterien für eine nachhaltige Veranstaltung durch die *primären Stakeholder* sowie *Staat und Politik* ergänzt werden (siehe Abbildung 7). Da *Politik und Staat* als sekundäre Stakeholder nicht direkt mit den Veranstaltenden in Verbindung gebracht werden sind diese in der Grafik separat aufgeführt. Nur wenn alle primären Stakeholdergruppierungen den Nachhaltigkeitsgedanken mittragen und ausreichend informiert sowie aufgeklärt werden (*Kommunikation*), kann eine Veranstaltung erfolgreich nachhaltig werden.

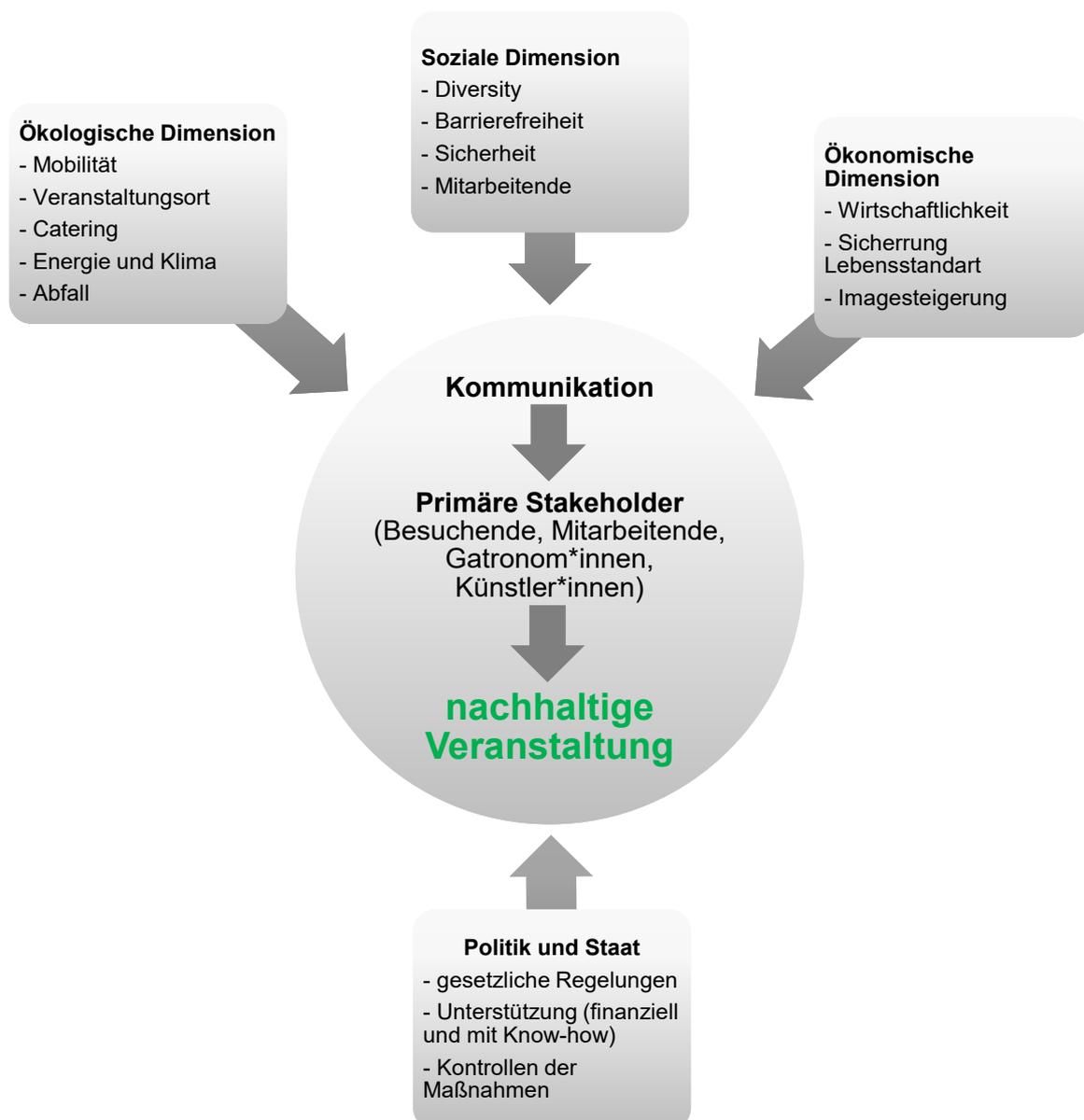


Abbildung 7: Weg zu einer nachhaltigen Veranstaltung mit den Einflussfaktoren
Quelle: In Anlehnung an Oblasser/Riediger 2015: S. 33

5 Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Im vorhergegangenen Kapitel wurden die Umsetzungsdefizite für nachhaltige Veranstaltungen hauptsächlich aus Sicht der Veranstaltenden erläutert. Als Grundlage dienten die geführten Expert*inneninterviews. Die Ergebnisse werden jetzt in einem größeren Kontext eingeordnet, um Schlussfolgerungen zu ziehen und Handlungsempfehlungen zu formulieren.

Die **Finanzierung** ist ein häufig genanntes Umsetzungsdefizit auf dem Weg zu einer nachhaltigen Veranstaltung. Ein Grund sind die höheren Kosten für nachhaltige Produkte: „Nachhaltige Artikel kosten im Schnitt um 75 bis 85 Prozent mehr als herkömmliche Produkte.“ (Eschborn 2020, online). Außerdem gibt es für Unternehmen in Deutschland kaum gesetzliche Verpflichtungen zum nachhaltigen Handeln, sodass für Veranstalter*innen, die einen Fokus auf Nachhaltigkeit setzen, ein ökonomischer Nachteil entsteht (vgl. Bundesregierung 2019: online). Dieser müsste, wie von den Expert*innen geschildert, durch die Politik in Form von gesetzlichen Regelungen oder an Nachhaltigkeit gekoppelten Fördergeldern ausgeglichen werden. Damit wären dann auch Stakeholder, die mit der Veranstaltung in Verbindung stehen, zu mehr nachhaltigen Handeln verpflichtet. Die zur Verfügung stehenden Leitfäden machen in diesem Zusammenhang wenig konkrete Vorschläge zur Finanzierung. Aus diesem Grund schildern die Expert*innen eine Schritt für Schritt Umsetzung auf eigene Kosten. Dieses Prinzip schlagen auch die Leitfäden vor: „Es kommt nicht darauf an, dass Sie auf Anhieb in allen Bereichen kompromisslos nachhaltige Veranstaltungen durchführen, bedeutend ist vielmehr, irgendwo anzufangen.“ (Haubner/Brandenburger 2019: S. 3). Dadurch wird der Weg hin zu einer nachhaltigen Veranstaltung deutlich länger. Die Tatsache, dass die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsthemen zurzeit größtenteils auf Freiwilligkeit beruht, setzt in erster Instanz ein Interesse bei den Veranstaltenden und dem Team voraus Nachhaltigkeit aus voller Überzeugung und mit Strategie umsetzen zu wollen.

Mangelndes Personal geht mit den Finanzierungsschwierigkeiten einher. Auch hier sehen die Veranstaltenden die Politik in der Pflicht Unterstützung zu leisten. Dieses Problem kann aber nicht ausschließlich von der Politik gelöst werden. Hier müssen die Veranstaltenden einen wichtigen Teil übernehmen und Nachhaltigkeit in ihr Unternehmen und die Philosophie integrieren. In manchen Bereichen kann eine externe Unterstützung hilfreich sein. Den größten Teil der Umsetzung zu einem nachhaltigen Event müssen die Veranstaltenden jedoch intern durchführen (vgl. Behr et al. 2013: S. 10-13).

In diesem Zusammenhang ist eine Problematik der Forschung im Rahmen dieser Arbeit festzustellen. Es werden die Umsetzungsdefizite aus Sicht der Veranstaltenden untersucht, bei denen teilweise deutlich wird, dass Verantwortung, wie in diesem Fall an die Politik, weitergegeben wird. Ähnlich verhält es sich bei anderen Stakeholdern: Die Veranstaltenden sehen bei den Besuchenden ein **mangelndes Interesse an Nachhaltigkeit**. Teilnehmende einer aktuellen Umweltbewusstseinsstudie widerlegen diese Aussage allerdings: Rund 65 Prozent sehen Umwelt- und Klimaschutz als ein sehr wichtiges Thema an und ebenfalls 66 Prozent das Thema soziale Gerechtigkeit, zwei Kernpunkte der Nachhaltigkeit (vgl. Umweltbundesamt 2021, online). Doch spiegelt sich diese Entwicklungen auch bei der Teilnahme an einer Veranstaltung wieder? Hier belegen Befragungen, dass die Bereitschaft zu eigenem nachhaltigen Handeln noch nicht so weit fortgeschritten ist:

*„Die Auswertung zeigt: Geht es um das eigene Verhalten, ist der Gedanke an die Umwelt nicht mehr ganz so präsent. Der Aussage „Auf einem Festival verhalte ich mich umweltbewusst“ stimmten zwei Prozent gar nicht und 22 Prozent eher nicht zu. 20 Prozent der Festivalbesucher*innen beantworteten die Aussage neutral. Darauf, sich auf einem Festival nachhaltig zu verhalten, achten 55 Prozent.“*
(Striegel/Belschner 2021, online)

Vielen Menschen scheint die Wichtigkeit von nachhaltigem Handeln bereits bewusst zu sein. Um eine nachhaltige Veranstaltung durchführen zu können ist jedoch wichtig, dass ein Großteil der Besuchenden die Maßnahmen der Veranstaltenden mitträgt. Ein fehlendes Interesse an Nachhaltigkeit kann den Besuchenden dabei nicht unterstellt werden. Jedoch müssen sie dazu bewegt werden, dieses Interesse auch in ihrer Freizeit beim eigenen Handeln aufrecht zu erhalten.

Die in dieser Arbeit behandelten **Leitfäden** bieten den Veranstaltenden einen guten Überblick und Einstieg in die Thematik der nachhaltigen Veranstaltungsorganisation. Bei der Umsetzung wird es jedoch sehr individuell, sodass die Leitfäden laut den Expert*innen nur noch bedingt helfen. Es ist jedoch festzustellen, dass die Veranstaltenden und die Leitfäden ihre Schwerpunkte auf ähnliche Handlungsfelder wie Mobilität, Catering und Energie setzen. Dabei wird der Fokus eindeutig auf die ökologische Nachhaltigkeit gelegt. Im Rahmen der Expert*inneninterviews kam auch die soziale Dimension zur Sprache. Diese wurde bei nachhaltigen Themen genannt, die die Veranstaltenden bereits umsetzen. Bei den Umsetzungsdefiziten war in erster Linie die ökologische Dimension in Verbindung mit den negativen Auswirkungen auf der ökonomischen Ebene Thema. Des Weiteren ist festzustellen, dass fast ausschließlich staatliche Institutionen die Leitfäden veröffentlicht haben. Dies zeigt, dass die staatliche Unterstützung eine Bedeutung für die Eventbranche hat und erklärt warum sich die Expert*innen weitere praktische Unterstützung von der Politik

wünschen. Es gibt in der Branche allerdings bereits erste selbstorganisierte Netzwerke für den Austausch der Veranstaltenden:

„Vom 18. bis 21. Juni 2021 treffen sich auf Einladung des Festivalmediums "Höme" mehr als 80 Festivals auf dem Gelände des About You Pangea Open Airs, um dort über Themen wie Nachhaltigkeit, Eventisierung, Mobilität, Inklusion, Ernährung, Gleichberechtigung und Technologie zu sprechen. Ziel des Festival Playground sei es, auf gesellschaftlichen Wandel, kommende Generationen von Festivalgängern oder neue Hygiene- und Sicherheitsaspekte vorbereitet zu sein.“
(Schwenger 2021, online)

Ein erster Schritt, der die nachhaltige Entwicklung in der Branche vorantreiben könnte.

Insgesamt ist festzustellen, dass Veranstalter*innen offen dafür sind ihre Veranstaltungen nachhaltig auszurichten. Dafür fehlt bislang die Notwendigkeit diesen Umsetzungsprozess konsequent und zeitnah durchzuführen. Die steigende Bedeutung an dem Thema Nachhaltigkeit in Politik und Gesellschaft werden diesen Prozess vermutlich bald beschleunigen. Aus diesem Grund werden im Folgenden Handlungsempfehlungen gegeben, die der Branche helfen könnten nachhaltige Veranstaltungen weitreichend zu etablieren.

Handlungsempfehlung 1

Als erste Handlungsempfehlung sind die eben genannten Netzwerke und deren Ausbau zu nennen. Durch den Austausch können sich die Veranstalter*innen gegenseitig Wissen zum Thema Nachhaltigkeit weitergeben. Außerdem können Anschaffungen gemeinsam getätigt werden oder Equipment getauscht werden. Die Bedeutung solcher Zusammenschlüsse haben auch die Expert*innen für sehr hilfreich empfunden. So könnte auch den finanziellen Mehrkosten entgegengewirkt werden, da man mit mehreren Interessenten häufig bessere Preise erzielen kann. Des Weiteren würde der Zusammenschluss Druck auf Veranstaltungen ausüben, die sich bisher noch nicht mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen.

In diesem Zusammenhang hätten die Veranstalter*innen als Gruppe einen größeren Einfluss auf die Politik. Daher schließt sich die zweite Handlungsempfehlung an.

Handlungsempfehlung 2

Die Eventbranche kann, organisiert in Netzwerken, auf die Politik zu gehen und konkrete Forderungen und Bedürfnisse aussprechen. Neben möglichen Fördergeldern könnten eventuell staatliche Nachhaltigkeitsbeauftragte gestellt werden, die mehrere Veranstaltungen in den ersten Jahren auf dem Weg zu einer nachhaltigen Veranstaltung betreuen und beraten. Dabei können die Handlungsfelder und Maßnahmen aus den nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden als Grundlage genommen werden. Die Nachhaltigkeitsbeauftragten

hätten dann lediglich die Aufgabe die Lücke zwischen den Leitfäden-Maßnahmen und der konkreten Umsetzung zu schließen.

Handlungsempfehlung 3

Für die Politik ist die Empfehlung eindeutig: Eine rechtliche Grundlagen in Bezug auf Nachhaltigkeit schaffen. Freiwillige Umsetzungsmöglichkeiten helfen nicht für eine konsequente Realisierung von Nachhaltigkeitsthemen. Durch die Festlegung von klaren Gesetzen, wie beispielsweise eine Pflicht zur Verwendung von Mehrweg-Systemen oder eine Pflicht zur Verwendung von Ökostrom, könnten nachhaltig orientierte Veranstaltende gestützt werden und Diskussionen mit anderen Stakeholdern wären hinfällig. Außerdem könnten interessierte Veranstaltende mit Fördergeldern unterstützt werden. Ein Beispiel wäre das Thema erneuerbare Energien. Mit den Fördergeldern müssten Veranstaltende Solaranlagen oder Windräder zur Stromerzeugung auf ihrem Event installieren und in Form von Umweltbildung ihren Besuchenden diese Maßnahme näherbringen. Mit solchen Umsetzungen sensibilisiert man die Besuchenden, die dann im nächsten Schritt eventuell ihr Verhalten in Bezug auf die Veranstaltung mehr reflektieren.

Handlungsempfehlung 4

Die letzte Handlungsempfehlung richtet sich wieder an die Veranstaltenden. Eine konsequente Umsetzung von nachhaltigen Veranstaltungen. Dafür könnte ein 5-Jahres-Plan aufgestellt werden, der den Weg der Veranstaltung in die Nachhaltigkeit transparent macht. Wichtig ist in diesem Zusammenhang eine sehr offene Kommunikation mit den Besuchenden. Über die Zeit wird die Veranstaltung durch die Umsetzung mehrere Maßnahmen für die Besuchenden teurer. Es kann jedoch genau erklärt werden für welche Projekte der Kunde in diesem Moment 2-3 Euro mehr für die Veranstaltung zahlen muss. Mit diesem Konzept würde man eine Zielgruppe ansprechen, die bereits ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit entwickelt hat. Es ist aber zu vermuten, dass diese Zielgruppe in den nächsten Jahren immer größer wird. Aktuell wäre man als Veranstalter mit einer nachhaltigen Veranstaltung noch ein Vorreiter, dies könnte sich in den nächsten Jahren ändern.

6 Fazit und Ausblick

Nachhaltiges Handeln hat für unsere Gesellschaft in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Die Thematik erfordert für viele Bereiche erhöhte Aufmerksamkeit.

Für die Eventbranche wurden dafür bereits nachhaltige Veranstaltungsleitfäden entwickelt, die es den Veranstaltenden erleichtern sollen in die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen zu kommen. Im Rahmen dieser Arbeit wurde die Hypothese aufgestellt, dass die vorliegenden Veranstaltungsleitfäden von den Veranstaltenden bisher nicht so fokussiert umgesetzt werden, wie es für die Umwelt und nachfolgende Generationen wünschenswert wäre.

Die Analyse der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden hat gezeigt, dass diese eine Vielzahl konkreter Maßnahmen und Checklisten für die Umsetzung bieten. In erster Linie sind die Handlungsfelder, mit Ausnahme der Kommunikation, in Bezug auf die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit ausgelegt. Weitere Ergebnisse haben gezeigt, dass diese Priorisierung der Leitfäden begründbar ist, da für die Eventbranche in Bezug auf ökologische Maßnahmen erhöhter Handlungsbedarf besteht. Mobilität, Catering, Veranstaltungsort sowie Energie und Klima sind Bereiche, die die ausschlaggebenden Emissionsquellen einer Veranstaltung ausmachen. Dennoch wäre eine weitreichendere Verknüpfung der nachhaltigen Dimensionen in den Leitfäden sinnvoll gewesen, da erst bei einer gleichmäßigeren Berücksichtigung aller drei Dimensionen von einer nachhaltigen Veranstaltung die Rede sein kann.

Die Leitfaden-Kriterien deckten sich größtenteils mit den in den Expert*inneninterviews genannten Handlungsfeldern. Lediglich für den Veranstaltungsort sahen die befragten Veranstaltenden ein geringes Handlungspotential. Für die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen kommt für die Veranstaltenden nur eine Schritt für Schritt Umsetzung einzelner Projekte pro Veranstaltung in Frage. Die Interviews haben dahingehend ergeben, dass die Umsetzungsdefizite häufig mit einem Finanzierungsproblem in Verbindung stehen. Damit einhergehend wurde der Personalmangel für die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen genannt. Des Weiteren haben die Veranstaltenden eine Reihe von Stakeholdern genannt, die für Defizite in der Umsetzung sorgen. Dies können die Gastronom*innen sein, die andere Interessen verfolgen und für die nachhaltige Aspekte mit Mehrkosten verbunden sind, die Besuchenden die ein mangelndes Interesse an Nachhaltigkeit auf einer Veranstaltung mitbringen und dadurch gewissen Maßnahmen nicht mittragen sowie auch die Veranstaltenden selbst, die teilweise eine geringe Bereitschaft zum Umsetzen nachhaltiger Maßnahmen aufweisen. Die Leitfäden bieten für diese Defizite kaum Lösungsansätze. In diesem Zusammenhang merken die Expert*innen an, dass die vorliegenden nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden für einen ersten Überblick über das Thema und mögliche Einstiegsprojekte sehr hilfreich sind. Für die konkrete Umsetzung einer nachhaltigen Veranstaltung wird jedoch weitere Unterstützung benötigt, da jedes Event schnell individuelle

Anforderungen und Bedürfnisse hat und die vorgeschlagenen Leitfäden-Maßnahmen dahingehend angepasst werden müssen.

Zur Lösung dieser vorhandenen Defizite sehen die Expert*innen in erster Linie die Politik in der Pflicht. Diese könnte durch gesetzliche Regelungen Diskussionen über Nachhaltigkeit aus der Welt schaffen und eine Daseinsberechtigung für nachhaltige Events entstehen lassen. Die Bereitstellung von Fördergeldern für nachhaltige Umsetzungen könnte die finanziellen Probleme mindern. Des Weiteren müssen die Besuchenden bereit sein den Nachhaltigkeitsgedanken mit in ihre Freizeitaktivitäten zu integrieren und ihr Verhalten dahingehend auf Veranstaltungen anpassen. Die Veranstaltenden sollten in diesem Zusammenhang noch stärker mit ihren Besuchenden kommunizieren um auf nachhaltiges Verhalten aufmerksam zu machen und damit verbundene Mehrkosten transparent aufzuzeigen.

Ein Blick in die Zukunft lässt vermuten, dass durch die aktuellen Entwicklungen das Thema Nachhaltigkeit immer mehr in den Fokus gerückt wird und so ein Handlungsdruck auf Seiten der Veranstaltenden entstehen könnte. Da die Umsetzungsdefizite der nachhaltigen Veranstaltungen in Verbindung mit den Leitfäden in dieser Arbeit aus Sicht der Veranstaltenden erforscht wurden, ist festzustellen, dass Verantwortungen weitergegeben werden und die akute Notwendigkeit zum Handeln aktuell noch nicht in ausreichendem Maße vorhanden ist. Ein Impuls aus der Politik könnte in diesem Zusammenhang sehr hilfreich sein, um das Thema auf eine höhere Ebene zu heben, sodass sich mehr Veranstaltende mit dem Thema auseinandersetzen und der Weg zu einer nachhaltigen Veranstaltung schneller beschritten werden kann, als es bisher der Fall ist. Parallel dazu muss sich das Konsumverhalten der Besuchenden dahingehend anpassen, dass diese bereit sind nachhaltige Maßnahmen mitzutragen. Das Umweltbewusstsein scheint in diesem Zusammenhang gestiegen zu sein. Die Aufrechterhaltung und Umsetzung dieses Bewusstseins muss jedoch noch weiter auf Freizeitaktivitäten ausgedehnt werden. Dieser Prozess muss sich in der breiten Bevölkerung zeitnah weiterentwickeln. Die Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit aus Sicht der Veranstaltenden zeigt, dass Verantwortungen sehr schnell weitergegeben werden und aus diesem Grund klare Zuständigkeiten definiert werden müssten. Denn mit einer sensibilisierten Zielgruppe und einem mit Überzeugung und Strategie nachhaltig handelnden Veranstaltenden, lassen sich nachhaltige Events realisieren.

7 Literatur- und Quellenverzeichnis

atmosfair (o. D.): Emissionsquellen einer typischen Veranstaltung, atmosfair, [online] https://www.atmosfair.de/de/fuer_unternehmen/klimafreundliche_veranstaltung/ [abgerufen am 21.05.2021].

Behr, Friederike/Franz Emde/Sabine Funk/Susanne Roth/Holger Jan Schmidt (2013): *Sounds for Nature: Leitfaden für die nachhaltige Gestaltung von Open-Air-Veranstaltungen*, 2. vollständig überarbeitete Auflage, Bonn, Deutschland: Sounds for Nature Foundation e.V.

Bogner, Alexander/Beate Littig/Wolfgang Menz (2014): *Interviews mit Experten: Eine praxisorientierte Einführung*, Wiesbaden, Deutschland: Springer VS.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (2018): Das Umweltbundesamt, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, [online] <https://www.bmu.de/ministerium/bundes-und-landesbehoerden/umweltbundesamt/#:%7E:text=Das%20am%2022.%20Juli%201974,des%20Umweltschutzes%20insbesondere%20bei%20der> [abgerufen am 12.05.2021].

Bundesregierung (2019): Nachhaltig produzieren und konsumieren, Die Bundesregierung, [online] <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltig-produzieren-und-konsumieren-181666> [abgerufen am 19.07.2021].

Deutsche UNESCO-Kommission (o. D.): Biz - Bremer Informationszentrum für Menschenrechte und Entwicklung, Deutsche UNESCO-Kommission, [online] <https://www.unesco.de/bildung/bne-akteure/biz-bremer-informationszentrum-fuer-menschenrechte-und-entwicklung> [abgerufen am 13.05.2021].

Deutsche Welle (2021): Bundesregierung schärft Klimaziele nach, Deutsche Welle, [online] <https://www.dw.com/de/bundesregierung-sch%C3%A4rft-klimaziele-deutlich-nach/a-57439326#:%7E:text=Auf%20Druck%20des%20Verfassungsgerichts%20will,Koalition%20schon%202045%20erreicht%20sein.> [abgerufen am 11.05.2021].

DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG (o. D.): Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Presseausweis.de, [online] <https://www.presseausweis.de/service/bundespolitische-organe/bundesministerium-fuer-umwelt-naturschutz-und-reaktorsicherheit/aufgaben#:%7E:text=Das%20Bundesministerium%20f%C3%BCr%20Umwelt%2C%20Naturschutz,Vereinbarkeit%20von%20Gesundheit%20und%20Umwelt.> [abgerufen am 12.05.2021].

Dilk, Anja (2020): „Heute ist die Umwelt fundamental – für alle“, enorm Magazin, [online] <https://enorm-magazin.de/umwelt/umweltschutz/klimaschutz/nachhaltige-festivals> [abgerufen am 21.04.2021].

- Dregener, Jan/Kai-Michael Griese (2016): Nachhaltige Veranstaltungen statt „Green Meetings“: Eine empirische Studie zur Bedeutung der ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit aus Sicht von Veranstaltungsstätten, Researchgate, [online] https://www.researchgate.net/profile/Jan-Dregener-3/publication/296183405_Nachhaltige_Veranstaltungenstatt_Green_Meetings_Eine_empirische_Studie_zur_Bedeutung_der_ökologischen_sozialen_und_ökonomischen_Dimension_der_Nachhaltigkeit_aus_Sicht_von_Veranstaltungsstätten/links/56dd383e08aee73df6d580ab/Nachhaltige-Veranstaltungenstatt-Green-Meetings-Eine-empirische-Studie-zur-Bedeutung-der-oekologischen-sozialen-und-oekonomischen-Dimension-der-Nachhaltigkeit-aus-Sicht-von-Veranstaltungsstaetten.pdf [abgerufen am 24.05.2021].
- Eschborn, Nilofar (2020): Studie: Nachhaltigkeitsaufschläge übersteigen wahre Kosten, Rundschau für den Lebensmittelhandel, [online] <https://www.rundschau.de/artikel/studie-nachhaltigkeitsaufschlaege-uebersteigen-wahre-kosten> [abgerufen am 19.07.2021].
- Freericks, Renate/Rainer Hartmann/Bernd Stecker (2010): *Freizeitwissenschaft: Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung*, München, Deutschland: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Haubner, Randy/Corinna Brandenburger (2019): *Nachhaltig fairanstalten. Ein Leitfaden*, 2. Auflage, Bremen, Deutschland: Bremer Informationszentrum für Menschenrechte und Entwicklung (biz).
- Hermisdorf, Marcus Simon/Ines Averbek (2014): Dokumentenanalyse, Bundesinstitut für Berufsbildung, [online] https://www.foraus.de/dokumente/media/Doku_Analyse_Digitale_Medien.pdf [abgerufen am 09.06.2021].
- Holzbaur, Ulrich/Stefan Luppold (2017): CSR und Nachhaltigkeit bei Events, in: Dagmar Lund-Durlacher/Matthias S. Fifka/Dirk Reiser (Hrsg.), *CSR und Tourismus: Handlungs- und branchenspezifische Felder*, Berlin, Deutschland: Springer-Verlag GmbH, S. 289–299.
- Jäger, Dieter (2018): *Grundwissen Eventmanagement*, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage, München, Deutschland: UTB GmbH.
- Klingenberg, Ines/Axel Sawitzki (2011): *Events: Das Gleiche in Grün*, Hamburg, Deutschland: Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt.
- Kuckartz, Udo/Thorsten Dresing/Stefan Rädiker/Claus Stefer (2008): *Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis*, 2. Aufl., Wiesbaden, Deutschland: VS Verlag.
- Lamnek, Siegfried/Claudia Krell (2016): *Qualitative Sozialforschung*, 6., überarbeitete Auflage, Weinheim, Deutschland: Beltz Verlagsgruppe.
- Mager, Anja/Nathalie Niederdrenk/Annette Schmidt-Räntsch/Michael Bölke/Stefanie Böther/Burghard Huckestein/Dagmar Huth/Lars Johannsen/Gladys Takramah/Christof Wisniewski (2020): *Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen*, 4. überarbeitete Auflage, Berlin/Dessau-Roßlau, Deutschland: BMU/UBA.

- Mayring, Philipp (2015): *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*, 12. Aufl., Weinheim, Deutschland: Beltz Verlagsgruppe.
- Musiol Oldigs Markendienst (2013): Was ist Nachhaltigkeit?, Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/262667/umfrage/umfrage-zur-bedeutung-von-nachhaltigkeit/> [abgerufen am 09.06.2021].
- Oblasser, Christian/Martina Riediger (2015): *Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement mit Strategie*, Sternenfels, Deutschland: Verlag Wissenschaft & Praxis.
- Sandberg, Berit (2013): *Wissenschaftlich Arbeiten von Abbildung bis Zitat: Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion*, 2., aktualisierte Auflage, München, Deutschland: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Schwenger, Dietmar (2021): „Höme“ richtet Festival Playground aus, Musikwoche, [online] <https://beta.musikwoche.de/details/459837> [abgerufen am 20.07.2021].
- Striegel, Leah Magdalena/Sandra Belschner (2021): Zwischen Musikrausch und Müllbergen, edit.Lab, [online] <https://www.edit-magazin.de/nachhaltigkeit-auf-festivals.html> [abgerufen am 20.07.2021].
- Umweltbundesamt (2021): Umweltbewusstsein und Umweltverhalten, Umweltbundesamt, [online] <https://www.umweltbundesamt.de/daten/private-haushalte-konsum/umweltbewusstsein-umweltverhalten#das-umweltbewusstsein-in-deutschland> [abgerufen am 20.07.2021].
- Vogt, Stefanie/Melanie Werner (2014): TH Köln, th-koeln.de, [online] https://www.th-koeln.de/mam/bilder/hochschule/fakultaeten/f01/skript_interviewsqualinhaltsanalysefertig-05-08-2014.pdf [abgerufen am 28.05.2021].
- Wickert, Christian (2021): Wie führe ich Experteninterviews?, SozTheo, [online] https://soztheo.de/forschung/wie-fuehre-ich-experteninterviews/#durchfuehrung_eines_experteninterviews [abgerufen am 10.05.2021].

Anhang

Vergleich der nachhaltigen Veranstaltungsleitfäden

Leitfaden Kriterien	Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen (BMU/UBA)	Sounds for Nature (Sounds for Nature Foundation und BfN)	Events: Das Gleiche in Grün Hamburg	Nachhaltig fairanstalten (biz Bremen)
Schwerpunkt	Alle Veranstaltungen	Open-Air Veranstaltungen	Alle Veranstaltungen	Veranstaltungen mit 10-100 Teilnehmenden
Checklisten	Checkliste für jedes Handlungsfeld ++	Keine Checklisten --	Checklisten für Planung, Ort, Hotel und Catering +	Eine Checkliste als Orientierungshilfe o
Anhang	Siegel „Blauer Engel“ und „Europäisches Umweltzeichen“ Weiterführende Literatur o	Weiterführende Literatur -	--	Siegel und Labels Saisonkalender Weiterführende Literatur ++
Aufbau des Leitfadens	Phasen, Handlungsfelder, Großveranstaltungen, Kompensation ++	Grundsätze, Kommunikation, Handlungsfelder, Sicherheit, rechtliche Grundlagen ++	Grundsätze, Erfolgsfaktoren, Handlungsfelder o	Handlungsfelder +
Mobilität	Notwendigkeit der VA ÖPNV/Fahrrad Auto unattraktiv machen Stellplätze für Behinderte Ökologisch/Sozial ++	ÖPNV Auto unattraktiv machen Lieferverkehr begrenzen Ökologisch/Sozial ++	ÖPNV/Fahrrad Anreize Kompensation Ökologisch +	ÖPNV Anreize, Anpassung Leihfahrräder Ökologisch +
Veranstaltungsort	Umweltmanagementsystem Ökologisch o	Naturschutz Bodenbelastung Verkehr Barrierefreiheit Ökologisch/Sozial ++	Erreichbarkeit Zertifizierung der Location Vorhandene Infrastruktur Renaturierung Ökologisch +	Nachhaltigkeitskonzept Müllmanagement, Energie, Ausstattung Ökologisch ++

Energie und Klima	Ökostrom Sparsamkeit (heizen, kühlen Beleuchtung) Kompensation Ökologisch/Ökonomisch ++	Ökostrom Moderne Generatoren LED Kompensation Ökologisch/Ökonomisch +	Sparsamkeit (heizen, kühlen Beleuchtung) Energieeffiziente Geräte Ökologisch/Ökonomisch ++	Kompensation (korrekte Berechnung, Qualität der Projekte Ökologisch - -
Produkte und Dienstleistungen	Miete, Gebrauchtware, Neuware Papier sparen Umweltfreundliches Reinigungsmittel Giveaways notwendig? Ökologisch/Ökonomisch ++	Nachhaltige Beschaffung Materialmanagement Ökologisch /ökonomisch +	- -	Papierverbrauch Giveaways umweltfreundlich Technik energieeffizient Regionale Dienstleistende Langlebige Geräte Ökologisch +
Catering	Ökologisches, regionales und saisonales Angebot Vegetarisch/vegan Mehrweggeschirr Unverträglichkeiten/Allergien Spenden Ökologisch/sozial/ökonomisch +	Regionale, faire, umweltfreundliche Produkte Zusammenarbeit Anbietenden Zentraler Einkauf Dokumentation Spenden/Alkoholaufklärung Ökologisch/sozial/ökonomisch ++	Biologische Speisen Preiskontrolle → saisonal, vegetarisch Mehrweggeschirr mit Pfandsystem Ökologisch o	Biologisch, fair und regional Mehrweg mit Pfand Vegetarisch/Vegan Lebensmittelspenden Ernährungsgewohnheiten Ökologisch/sozial/ökonomisch +
Abfall	Vermeidung, Trennung, professionelle Entsorgung Ökologisch /ökonomisch o	Aufbau und während der VA: Reduzierung, Trennung Mehrweggeschirr Abfall-Teams Ökologisch /ökonomisch ++	Wiederverwendung, Reduzierung, Wiederverwertung Mülltrennung Müllziele Ökologisch /ökonomisch ++	- -
Kommunikation und Evaluation	Öffentlichkeitsarbeit Infos an MA/TN Messung der Wirkung Auswertungen, Erfahrungen Ökologisch/sozial/ökonomisch ++	Transparenz und Ehrlichkeit Infos an MA, DL, TN Ökologisch/sozial/ökonomisch ++	Öffentlichkeitsarbeit MA als Botschafter Marketing: umweltfreundliche Materialien Ökologisch/sozial/ökonomisch ++	Infos an TN Öffentlichkeitsarbeit Dokumentationen/Feedback Ökologisch/sozial/ökonomisch ++
Wasser	Sparen Hinweisschilder Reinigungsmittel	Sparen Toiletten an Kanalnetz Regenwasser nutzen	Individuelle Messungen für Prämien Spar-Aufsätze	

	Ökologisch/Sozial +	Küchenabwässer Umweltfreundliche Reinigungsmittel Ökologisch ++	Umweltfreundliche Reinigungsmittel Ökologisch ++	--
Barrierefreiheit	Aufzüge, breite Wege, Hörhilfen Sozial ++	Im Abschnitt Veranstaltungsort kurz erwähnt Sozial o	--	Diversity-Management Barrierefreiheit Sozial +
Diversity	geschlechtergerechte Sprache, Gleichgewicht zwischen Geschlechtern und Kinderbetreuung Sozial +	--	--	Gendergerechte und leichte Sprache Diversität der Zielgruppe Kinderfreundlichkeit Sozial +
Ziele/Management	Planungsphase, Konkretisierungsphase, Durchführungsphase, Nachbereitungsphase Ökologisch/sozial/ökonomisch +	Managementsystem Zielformulierungen Kontrollen Konfliktbewältigung Umweltbeauftragte*r Ökologisch/sozial/ökonomisch ++	Vermeidung vor Reduzierung Wirtschaftlichkeit Schritt für Schritt Umsetzung Zielformulierungen Vorgaben und Prüfungen Partnerschaften Ökologisch/sozial/ökonomisch +	--
Camping		Bodenschutz Lärmvermeidung Abfallmanagement Ökologisch/sozial		
Lärm		Abstimmung Behörde Gehörschutz Schallschutzwände Ökologisch/sozial		
Programm	--	Naturerlebnisse und Umweltbildung Infostand Projekte, Exkursionen Sozial/Ökologisch ++	--	Gastronomisches Angebot Kunst und Kultur Sozial/Ökologisch +

Unterkunft				Siegel JHB, Naturfreundehäuser Wird zum Veranstaltungsort gezählt Ökologisch/ökonomisch
Temporäre Bauten und Messestände	Notwendigkeit? Kurze Anfahrtswege Weiterverwendung Nachhaltige Baumaterialien Bodenschutzsysteme Ökologisch/Ökonomisch ++			
Dimensionen	Schwerpunkt ökologisch aber auch gute soziale Aspekte. Ökonomisch wenig. Ökologisch ++ Sozial + Ökonomisch o	Schwerpunkt ökologisch aber auch gute soziale Aspekte. Ökonomisch wenig. Ökologisch ++ Sozial o Ökonomisch o	Versucht ökologisch und ökonomisch zu verknüpfen. Sozial wenig. Ökologisch ++ Sozial - Ökonomisch +	Schwerpunkt ökologisch aber auch gute soziale Aspekte. Ökonomisch wenig. Ökologisch ++ Sozial + Ökonomisch -

Interviewleitfaden

Themenblock	Leitfragen	Detaillierungsfragen	Aufrechterhaltungsfragen
Einstieg	War oder ist nachhaltige Veranstaltungs-organisation in Ihrer beruflichen Laufbahn ein Thema?		
Nachhaltigkeit	Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft an Bedeutung. Beobachten Sie diese Entwicklung auch für die Eventbranche?	In welchen Bereichen werden bereits nachhaltige Aspekte umgesetzt? In welchen Bereichen sehen Sie Handlungsbedarf für Nachhaltigkeit?	Können Sie diesen Bereich genauer erläutern?
Leitfäden	Welche Leitfäden zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation kennen Sie und in wie weit können diese Hilfestellungen geben?	Welchen Leitfaden halten Sie für geeignet? Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf bei den Leitfäden?	Was genau spricht für diesen Leitfaden? Haben Sie konkrete Vorschläge?
Umsetzung	Welche Aspekte beeinflussen die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen?	Ökologisch, sozial, ökonomisch aufgreifen Haben Sie Ideen, wie negative ökonomische Auswirkungen ausgeglichen werden können? Welche Auswirkungen sehen Sie auf das Image des Veranstaltenden bei der Umsetzung von nachhaltigen Veranstaltungen?	Können Sie Beispiele nennen?
Abschluss	Was muss aus Ihrer Sicht passieren, damit in Zukunft mehr nachhaltige Veranstaltungen umgesetzt werden? Wir sind am Ende des Interviews. Vielen Dank! Haben Sie noch Themen oder Gedankengänge die Sie ergänzen möchten?	Mehr rechtliche Vorgaben? Welche Anreize müssten der Branche gegeben werden? Wird mehr Unterstützung benötigt?	Was ist Ihnen persönlich wichtig? Von wem sollte diese Unterstützung kommen?

Transkription Expert*inneninterview 1

Datum: 14.06.2021

Ort: Zoom Videomeeting

Legende:

JH: Jacob Henschel

B1: Befragte/r 1

***: Anonymisierung

(...): Pausen, Wiederholungen

- 1 **JH:** Perfekt so also es geht ja einmal um die nachhaltige Veranstaltungsorganisation und ich (...)
2 gehe da ein bisschen ran, dass ich das nicht nur aus der ökologischen Sicht betrachten möchte,
3 sondern auch, dass halt die ökonomischen und sozialen Aspekte ein bisschen in Einklang damit
4 gebracht werden. Und da wäre meine erste Frage an Sie (...), ob die nachhaltige
5 Veranstaltungsorganisation in ihrer beruflichen Laufbahn bereits ein Thema war oder immer noch
6 ist?
7
- 8 **B1:** Die berufliche Laufbahn die ist ein bisschen länger (*das stimmt ja*) (...). Ich hab ja irgendwie
9 vor 30 Jahren mal angefangen zu arbeiten und (...) ich hab ja bei zwei Unternehmen gearbeitet
10 beziehungsweise bei einem gearbeitet, bei einem arbeite ich noch. (...) Fangen wir mal mit der ***
11 und der *** an, da ist das Thema natürlich (...) Mitte der 90er Jahre überhaupt gar kein Thema
12 gewesen. Jetzt (...) ist die *** Mitglied im EVVC im Europäischen Verband der Veranstaltung
13 Zentren und auf der Ebene hat man dann irgendwann, schwierig zu sagen. Ich würde mal sagen,
14 ab den 2000ern auf einmal angefangen ökologische Nachhaltigkeit auch zu thematisieren in Form
15 von Green Globe also mit Zertifikaten, die man dann für Veranstaltungshäuser (...) eingeführt hat,
16 oder die man Veranstaltungshäusern vorgeschlagen hat, eben auch sich dort zu engagieren. Und
17 einige haben das überhaupt nicht getan. Gar nicht gemacht, weil die gesagt haben (seufzen) (...),
18 wenn Rammstein kommt, die Frage nicht danach, ob wir ökologisch nachhaltig sind. Dadurch
19 werden wir keine Veranstaltung mehr oder weniger bekommen. Ich kann mich dann persönlich
20 nochmal an den Evangelischen Kirchentag in Bremen erinnern, der bei seiner Ausschreibung
21 Nachhaltigkeitsthemen verlangt hat, die dann aber in der Tiefe noch gar nicht so dann im weiteren
22 Verlauf geprüft wurden, ob das nun auch wirklich so ist. Also ist die Bratwurst möglicherweise
23 regional und solche Themen waren das. Aber es hat natürlich schon ein enormer Wandel
24 stattgefunden. Ich denke mal so ab 2010/2011/12 so in dem Bereich, so die letzten 10 Jahre
25 würde ich mal sagen. Da hat man sich mehr und mehr Gedanken dazu gemacht und (...) man hat
26 das dann hauptsächlich eher getrieben im Bereich der energetischen (...) Maßnahmen, in dem
27 man sagt oh Mensch wenn wir jetzt hier ein Blockheizkraftwerk einführen oder Solarzellen aufs
28 Dach schrauben, dann haben wir natürlich auch weniger Betriebskosten. Also so ist das ein
29 Thema in den Veranstaltungshallen geworden und ich glaube so seit den (...) also seit den letzten

30 10 Jahren gibt's eben auch immer mehr Kunden, die das offensiver verlangen. Insbesondere
31 große Firmen, die ihre Jahreshauptversammlung durchführen, die legen da mehr Wert, einen
32 höheren Wert darauf. So das erstmal so zu Veranstaltungshallen, Veranstaltungen, Messe et
33 cetera. (...) Und hier bei *** ist die Nachhaltigkeitsthema (...) seit vielen Jahren Teil der
34 Philosophie. Da viel, viel mehr getrieben im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit, also indem man
35 Jugendliche, Kinder in den Sport bringt, indem man dort versucht, dass eben auch Kinder aus
36 benachteiligten Familien den Zugang zum Sport haben. Also das war dort eher der Treiber in dem
37 Bereich. Da sind wir auch relativ stark aufgestellt, wenn du dir mal die Homepage bei uns
38 anschaust, da wirst du eher die soziale Nachhaltigkeit viel stärker im Fokus sehen und wir sind
39 jetzt zunehmend damit beschäftigt, die ökologische Nachhaltigkeit hier auch zu beachten oder zu
40 bearbeiten, indem wir versuchen einen CO2-Fußabdruck für uns zu ermitteln und dann auch zu
41 gucken, wo können wir dann da auch besser werden, ja, (ja) ja so das würde ich mal so.

42

43 *JH: Okay, das waren es ja auch schon einige Bereiche die da genannt sind. (...) Würden Sie das*
44 *auch so einschätzen, dass quasi die Nachhaltigkeit jetzt auch für die Eventbranche da immer mehr*
45 *an Bedeutung gewinnt?*

46

47 **B1:** Sie wird immer mehr an Bedeutung gewinnen, weil natürlich in der gesamten Gesellschaft, in
48 der Politik, dass das Thema ja massiv nach vorne getrieben wird. Also eigentlich wäre es
49 wahrscheinlich schon ein bisschen weiter, wenn wir die Coronakrise in den letzten anderthalb
50 Jahren nicht gehabt hätten. Ich glaube, dass Thema wäre viel viel stärker in den Fokus gebracht
51 worden und (...) international/national ist das das Thema der nächsten Dekade, bin ich sehr sehr
52 sicher und da wird sich dann die Veranstaltungsbranche auch nicht drumherum winden können.
53 (...) Die Veranstaltungsbranche ist ja total breit aufgestellt. Es gibt da sicherlich einige Bereiche,
54 die das umfänglich voll unterstützen. Es gibt auch sicherlich ein paar Veranstalter die sagen ey
55 komm ey überhaupt gar kein Bock drauf, lassen wir erstmal. Aber ich denke, dass das über Politik,
56 über politische Entscheidungen und mit Sicherheit auch über Steuern, dass das auch in die
57 Veranstaltungsbranche gedrückt wird, das Thema.

58

59 *JH: Sehen Sie da noch irgendwelche Bereiche, wo vielleicht auch noch mehr Handlungsbedarf*
60 *ist? Weil es geht jetzt ja gerade erst los (...) im Eventbereich sag ich mal.*

61

62 **B1:** Ja, man muss ja nur mal ein Festival besuchen, dann sieht man ja sofort wo Handlungsbedarf
63 ist. Weil dort Besucher (...) Besucherinnen irgendwie vier Tage den Kopf abschalten und wenn
64 man dann so ein Festivalgelände sich im Nachgang mal anschaut, dann ist das ja ein Schlachtfeld.
65 Also ich habe eher das Gefühl, dass es so einige Festivals gibt, wo man dann bewusster sagt
66 kommt scheißegal, jetzt mal 4 Tage gar nix. Lass mich mal in Ruhe. Aber es gibt natürlich auch

67 zunehmend in diesem Festivalbereich Bereiche, die dann auch dieses nachhaltige Thema treiben,
68 so nachhaltige Camps und so. Also auch da, dass wird sich irgendwie zurecht ruckeln. Ist jetzt nur
69 eine Frage, wie schnell das geht (lachen). Aber Handlungsbedarf ist in jedem Fall da, klar natürlich
70 und (...) ich glaube soziale Nachhaltigkeit, Diversität und sowas ist in dem Bereich vollkommen da,
71 oder was heißt vollkommen, wesentlich stärker da als ökologische Nachhaltigkeit. Und wenn zum
72 Wacken Open Air Leute aus Südamerika anreisen, dann könnte man sich theoretisch auch die
73 Frage stellen muss das sein?

74

75 **JH:** *Ja, sehr cool. Dann hätte ich noch dieses Thema mit den Leitfäden. Da hab ich ja auch schon*
76 *in meiner Mail mal so ein paar mitgeschickt. Sind die Ihnen schon bekannt? Also kennen Sie diese*
77 *Leitfäden oder welche kennen Sie da?*

78

79 **B1:** Jetzt muss ich nur mal eben kurz auf die Mail gucken, warte mal eben bitte kurz.

80

81 **JH:** *Ich kann das mal kurz vorlesen. (Ja, macht das doch mal bitte eben.) Also ich hatte da einmal*
82 *Sounds for Nature ist eins, was ich hatte, dann das vom Bundesministerium für Umwelt. Das heißt*
83 *einfach Leitfäden für nachhaltige Veranstaltung. Dann haben wir das Fairanstalten, das kommt*
84 *irgendwie vom Biz Bremen und das Gleiche in grün ist von der Stadt Hamburg. Das sind so die*
85 *vier Leitfäden mit denen ich mich jetzt beschäftigt habe.*

86

87 **B1:** Also ich hab mich mit dem Bundesleitfaden beschäftigt mal (...) und das war's dann.

88

89 **JH:** *Meinen Sie, dass die Veranstalter Hilfestellung leisten können?*

90

91 **B1:** (...) Also ein Leitfaden setzt ja zunächst mal voraus, dass sich jemand sehr intensiv mit dem
92 Thema der Nachhaltigkeit auseinandergesetzt hat. Und wer da keine Ahnung hat, dem hilft
93 eigentlich erstmal jeder Leitfaden. (...) Es ist dann hinterher immer die Frage, wie will ich das
94 umsetzen als Veranstalter? Und wie stark engagiere ich mich da? Und was für Veranstaltungen
95 hab ich überhaupt? Hab ich lokale Veranstaltung, Regionale, Überregionale, Internationale und
96 deswegen ist das dann schon wieder ein komplexes Thema. Aber grundsätzlich würde ich sagen
97 jeder Leitfaden gibt ja gewisse Rahmen vor oder gibt Hinweise, wie man nachhaltiger veranstalten
98 kann und wenn man das dann umsetzen möchte, dann werden die sicherlich auch helfen.

99

100 **JH:** (...) *Haben sie da schon irgendwo Verbesserungsbedarf gesehen, jetzt im Hinblick auf den*
101 *vom Bundesminister für Umwelt. (...) Ob Ihnen irgendwas aufgefallen ist?*

102

103 Also jeder (...) muss ja prüfen was kann er umsetzen? Wie will er es umsetzen? Wo setzt man
104 seine Schwerpunkte? Und ich glaube, das ist in unserem Arbeitsalltag so, wir wollen eher
105 reduzieren, bevor wir kompensieren wollen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit. Also das
106 ist für uns ein sehr wichtiges Thema, aus der Studie heraus und wie wir uns mit dem Thema
107 beschäftigt habe ist das für uns ein Kernpunkt. Also reduzieren vor kompensieren. (...) Das
108 nehmen wir mit für unsere Arbeit und (...) es gibt natürlich auch Leitfäden oder auch viele Firmen,
109 die heute unterwegs sind, beratende Firmen, die dann einem erstmal erklären, wie man
110 kompensieren kann und dann kann man vielleicht noch ein bisschen reduzieren. Also diese
111 Wertigkeit, die muss natürlich jeder für sich festlegen und so haben wir es für uns definiert, im
112 Bereich der Ökologie. (...) Muss ich dann als Nutzer diesen Leitfaden dann verbessern oder so ich
113 muss einfach, finde ich, ich muss da Anregungen finden, wie man in die Umsetzung kommt. Das
114 ist das Wichtige. Das darf alles nicht zu theoretisch sein. Es muss pragmatisch sein für (...)
115 Veranstalter, also einfacher Zugang.

116

117 **JH:** Ja. Also arbeitet ihr quasi bei *** gerade eigentlich nicht mit einem Leitfaden oder sowas?

118

119 **B1:** Nein, wir arbeiten nicht mit einem Leitfaden (...) also, wenn wir jetzt rein um die weökologische
120 Nachhaltigkeit reden. (...) Wir nehmen am Race to Zero teil. Also wir wollen (...) CO2 neutral
121 werden, das ist unser Ziel. Ob wir das Ziel erreichen, wissen wir im Augenblick nicht. Weil wir auch
122 gewisse Dinge haben, wo wir schlicht und ergreifend nicht auf irgendetwas verzichten wollen oder
123 können. Also wenn wir eine *** haben, wenn es auch eine *** ist, die muss mal fliegen. Weil wir
124 brauchen sportlichen Erfolg. Und sportlicher Erfolg kann davon abhängen, ob ich nun irgendwie 12
125 Stunden im Zug sitze, eine Stunde im Flugzeug oder 12 Stunden im Bus oder so. Deswegen gibt
126 es Notwendigkeiten, die wir haben werden, an denen wir nicht vorbeikommen. Aber es gibt eben
127 viele Dinge, wo wir trotzdem vielleicht ökologischer werden können, indem wir unseren Fuhrpark
128 umstellen, indem wir andere Reisetätigkeiten hinterfragen. (...) Sind Konferenzen so wie wir jetzt
129 sprechen, digital, jetzt plötzlich auf einmal viel mehr möglich als vorher? Das sind alles so Themen
130 und da haben wir keinen Leitfaden. Wir wollen unseren CO2 Abdruck möglichst auf null bringen,
131 aber wir kennen ihn noch nicht zu hundert Prozent, das ist immer auch ein Riesenproblem. Du
132 musst ja erst einmal wissen, von wo willst du denn überhaupt runter? Da gibt's natürlich viele
133 Dienstleister und Agenturen, die dich da beraten können und wollen und die müssen aber erstmal
134 das Geschäft verstehen. Die müssen erstmal wissen wie funktioniert ein Sportverein oder wie
135 funktioniert ein Veranstalter? Ich glaube für ein kleines Unternehmen, produzierendes
136 Unternehmen und dienstleistendes Unternehmen ist es meistens relativ einfach einen Fußabdruck
137 zu erstellen, aber die Veranstaltungsbranche ist schon ziemlich komplex. Wenn du dann diese
138 Bereiche Scoop 1, Scoop 2 und insbesondere Scoop 3 siehst (...) und unser Abdruck, 80 Prozent
139 entstehen im Bereich des Scoop 3 durch Fanbewegung, Besucherbewegungen und solche

140 Geschichten. Und das umfänglich gut zu erfassen, das ist ein Riesenproblem. Und das machen wir
141 gerade.

142

143 **JH:** *Ja, und haben Sie da irgendwie dann einen speziellen Beauftragten jetzt (...) oder läuft das im*
144 *Team?*

145

146 **B1:** Also ich koordiniere das bei uns. (...) Also wir haben eine CSR Abteilung gehabt und die
147 haben wir auch noch. Aber wir haben gesagt, wenn wir dieses Thema Nachhaltigkeit (...), wenn
148 wir das ins Unternehmen ausbreiten wollen, dann macht es nicht Sinn, dass du eine Abteilung
149 hast, sondern das die Leute in die Abteilungen gehen, dass die anderen Abteilungen und Bereiche
150 das auch mitleben. Und da sind wir gerade, dass wir bestimmte Leute haben, die sich innerhalb
151 der anderen Teams, anderen Abteilungen, anderen Bereiche sich dieses Nachhaltigkeitsthemas
152 annehmen. Und dort auch dann kontrovers mit anderen Kollegen diskutieren. Also nicht jeder
153 findet Nachhaltigkeit cool und toll und so, dass kommt jetzt noch so on top dazu. Also deswegen
154 gehen wir ins Unternehmen. Ich versuche es zu steuern und umfänglich zu erfassen, so ist das bei
155 uns.

156

157 **JH:** *Ja, wenn wir jetzt mal ein bisschen auf die Umsetzung nochmal eingehen. Welche Aspekte*
158 *beeinflussen da die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen für Veranstaltenden? Können Sie*
159 *da vielleicht ein paar Punkte noch nennen? (...)*

160

161 **B1:** Also wenn du über Veranstaltungen sprichst, hast du (...) es zum großen Teil in diesem Scoop
162 3 mit Besuchern zu tun, also immer mit Menschen, mit fremden Menschen und die müsste man
163 dann ja so motivieren, steuern, beeinflussen, dass sie diesen Nachhaltigkeitsgedanken
164 insbesondere bei An- und Abreise auch mittragen. Bin ich bereit öffentlichen Personennahverkehr
165 zu nutzen. Für eine Anreise, sofern das überhaupt geht. Also das finde ich schon (...) man muss
166 auf seine Community, auf seine Kunden einwirken. Und die müssen mitmachen. Nur so
167 funktioniert es. *(Ja, das stimmt)* Ja, ansonsten sind natürlich nachhaltig, also innerhalb der eigenen
168 Organisation, innerhalb des Büros, da hast du natürlich auch Dinge, aber die kannst du natürlich
169 relativ schnell (...) einführen, indem du sagst hier wir machen Mülltrennung. Also so wie man es
170 von zuhause kennt. Und wir versuchen hier (...) das Büro möglichst papierfreizuhalten, sondern
171 wir versuchen hier digital zu werden. Das sind alles Themen, die man glaub ich einfacher
172 umgesetzt kriegt als bei Veranstaltungen eben diesen Faktor Besucher. *(Ja)* (...) Strom ist ja auch
173 ein Riesenthema. Energie bei Veranstaltung. Kaufst du ökologischen Strom also CO2 neutralen
174 Strom oder nicht? Könnte man ja. Also wir hier im *** haben das. Unser Strom kommt aus einem
175 norwegischen Wasserkraftwerk. Kostet dann natürlich ein bisschen, aber am Ende des Tages ist
176 es uns das wert.

177

178 **JH:** Okay. Ja, dann ist es ja auch so, dass natürlich die nachhaltigen Maßnahmen, wenn man die
179 umsetzen will, auch oft mit (...) wirtschaftlichen Mehrkosten verbunden sind. (...) Wie sehen Sie da
180 das Verhältnis? Kann man da irgendwie dem entgegenwirken oder kann man das irgendwie
181 ausgleichen?

182

183 **B1:** (...) Also wir leben ja auch in Teilen vom Sponsoring, indem wir Partner haben. Und werden
184 wir durch nachhaltiges Handeln für potentielle Sponsoren wertvoller? Das kann ja sein, das der
185 sagt Mensch guck mal, die kümmern sich da um bestimmte Dinge echt stark und deswegen kann
186 ein potenzieller Sponsor vielleicht sagen guck mal hier (...) die sind nachhaltiger aufgestellt und
187 sind deshalb interessanter für uns. Ich glaube, das kann in Zukunft schon auch ein Thema werden,
188 wenn man über Sponsoren spricht und dann kann es sich natürlich auch wiederum finanziell
189 auszahlen. Aber grundsätzlich ist es im Augenblick wirklich so, dass nachhaltiges Handeln Geld
190 kostet. (Ja) Wenn man allerdings natürlich seine Fahrzeugflotte umstellt und vielleicht
191 ausschließlich oder überwiegend elektrisch unterwegs ist, dann hat man da ja im Augenblick auch
192 steuerliche Vorteile. Insofern (...) glaube ich, dass das irgendwann kippen wird.

193

194 **JH:** Genau, dann hatten wir es ja gerade schon kurz angesprochen, jetzt im Hinblick auf
195 Sponsoren, dass das Image sich verändern kann. Welche Auswirkungen sehen Sie da? Wenn
196 man jetzt nachhaltige Maßnahmen umsetzt in Bezug auf das Image der Veranstaltung oder des
197 Veranstalters.

198

199 (...) Erstmal muss er kein Greenwashing betreiben, sondern er muss aus voller Überzeugung und
200 auch mit einer eigenen Strategie und mit einer eigenen Idee auch umsetzen. Das ist, glaube ich,
201 ganz wichtig. Und wenn der Veranstalter dann glaubwürdig ist, dann ist das vielleicht ein Teil
202 dessen, dass er (...) akzeptierter wird.

203 (...) Also wer zu Helene Fischer gehen will, der geht zu Helene Fischer und nicht, weil der
204 Veranstalter Ökostrom kauft. Das muss man auch mal wissen. Und wer zu Werder Bremen geht
205 und ein Fußballspiel guckt, der guckt das Fußballspiel, weil er am Sport interessiert ist und weil er
206 sehen will, ob seine Mannschaft gewinnt, verliert oder natürlich möglichst gewinnt. Also da ist die
207 Nachhaltigkeit, die läuft da eher so ein bisschen im Hintergrund. Aber wenn man zusätzlich noch
208 irgendwie hier Kohlestrom reinfährt und sowas dann, dann ist es eher (...) fürs Image eine
209 schlechtere Geschichte oder auch wie für die Bewertung. Und dann kann es wahrscheinlich wieder
210 komischer werden. Also ich denke Nachhaltigkeit wird für alle Unternehmen irgendwann in den
211 nächsten Jahren eine größere Selbstverständlichkeit und die, die nicht mitmachen, die kriegen ein
212 Problem. (...) Im Veranstaltungsgeschäft, was haben Veranstalter denn überhaupt für ein Image?

213 Oder wie nimmt denn überhaupt ein Kunde einen Veranstalter wahr? Der Kunde nimmt eine
214 Veranstaltung, nimmt das Thema der Veranstaltung wahr, den Künstler, das Sportereignis oder
215 wie auch immer. Also da laufen eigentlich eher (...) diese Veranstalter so ein bisschen unter dem
216 Radar. So würde ich das mal bewerten wollen.

217

218 ***JH:** Ja, dann habe ich noch einmal die Frage, was aus Ihrer Sicht passieren muss, damit in
219 Zukunft mehr nachhaltige Veranstaltung umgesetzt werden?*

220

221 ***B1:** (...) Man muss sicherlich über zwei Dinge sprechen. Auf der einen Seite muss die
222 Überzeugung bei den Veranstaltern da sein, dass das eine Notwendigkeit wird. (...) Und ich
223 glaube, wir haben ja nicht viel Zeit (...) das CO2 Thema in den Griff zu kriegen. Deswegen glaube
224 ich, auch dass staatliches Handeln dazu führen muss, dass auch ein gewisser Druck ausgeübt
225 wird in Form von Besteuerung, wenn gewisse Nachhaltigkeitsthemen eben nicht umgesetzt
226 werden und dann wird es halt einfach zu teuer für den Veranstalter und dann wird der sich auch
227 schon fügen müssen. Also so würde ich das mal im Augenblick bewerten. Es gibt immer noch
228 welche, die das Thema einfach nicht umfänglich auf dem Zettel haben und da wird ein gewisser
229 Zwang kommen müssen.*

230

231 ***JH:** (...) Jetzt hatten wir vorhin schon über die Leitfäden gesprochen. Müsste es da in die Richtung
232 noch mehr Unterstützung geben, weil diese Leitfäden ja wirklich nur ein sehr theoretisches
233 Konzept sind?(...) Oder sind die Veranstaltenden da selber in der Pflicht, quasi sag ich mal?*

234

235 ***B1:** (...) Natürlich sind sie selbst in der Pflicht, aber man muss ihnen auch irgendwie ein
236 Handwerkszeug an die Hand geben, wenn man denn dann will oder wenn man sich dafür
237 entscheidet, dass man dann auch eine gewisse Hilfe kriegt. Ich finde es immer schwierig, wenn zu
238 viele Leitfäden oder zu viel Umweltsiegel oder was auch immer auf dem Markt sind. Das verwirrt
239 natürlich auch. Aber wir bewegen uns hier nun mal in einer freien Marktwirtschaft und deswegen
240 gibt's hier nicht den staatlichen Bundes-Leitfaden und alles andere gibt es nicht. (...) Es gibt einen
241 TÜV in Deutschland für Autos. Ja, es gibt nur einen TÜV. Bums! ist so! Vielleicht ist das irgendwie
242 auch eine Idee, dass man das auch über staatliche Eingriffe etwas einheitlich alles steuern und
243 bewerten kann. Also jetzt nicht über den TÜV, aber wie Beispiel TÜV. Also ich finde zu viele
244 Leitfäden einfach schwierig in der Umsetzung, dann kommt der Hamburger Senat der bringt was
245 raus, dann hat der Bremer Senat irgendetwas und jeder hat irgendetwas. Also das verwirrt natürlich
246 auch ein bisschen. Aber man wird es ihnen nicht verbieten können. Insofern, hat auch ein bisschen
247 was mit unserer Staat zu tun, der Föderalismus, wir haben ja gerade bei Corona gemerkt, wie
248 komisch Föderalismus sein kann. Man entscheidet in Berlin und dann Stunden später sind alle
249 Bundesländer doch wieder irgendwie etwas anderer Meinung. Also, wenn man sich da ein*

250 bisschen schlaudere Gedanken macht, wie man es ein bisschen zentraler steuern könnte, würde ich
251 das durchaus begrüßen im Bereich der Nachhaltigkeit. So würde ich das mal formulieren wollen.

252

253 **JH:** *Jetzt hatten wir ja gerade schon, genau rechtliche Vorgaben müsste es mehr geben. Müssten*
254 *es auch noch mehr Anreize für die Branche geben, um solche Maßnahmen dann wirklich*
255 *umsetzen?*

256

257 Also jeden Veranstalter kriegt man über Anreize. Also wenn der irgendwie (...) besser, leichter
258 Geld verdienen kann oder wenn er irgendwo entlastet wird, dann ist wahrscheinlich die Motivation
259 größer.

260

261 **JH:** *Denke ich auch. Ja, das wären eigentlich soweit meine Fragen. Vielen Dank schon mal! Ich*
262 *beende mal eben die Aufzeichnung hier.*

263

264 **B1:** Ja.

Transkription Expert*inneninterview 2

Datum: 16.06.2021

Ort: Zoom Videomeeting

Legende:

JH: Jacob Henschel

B2: Befragte/r 2

***: Anonymisierung

(...): Pausen, Wiederholungen

1 **JH:** (...) Also wir haben ja schon ein bisschen über meine Bachelorarbeit gesprochen und ich will
2 halt genau nachhaltige Veranstaltungsorganisation so ein bisschen von allen Seiten betrachten.
3 Also nicht nur die ökologische Sicht, sondern dafür halt auch mit der sozialen und ökonomischen
4 Dimension irgendwie zu vereinen ist. Mit Ja. Und wo hattest du denn schon so Berührungspunkte
5 mit nachhaltiger Veranstaltungsorganisation ist? In deiner beruflichen Laufbahn sag ich mal.
6
7 **B2:** Ich berichte jetzt mal über das Festival quasi was wir machen. Also einmal das Thema
8 Nachhaltigkeit. (...) Das kann man ja grundsätzlich sehr, sehr breit streuen. Also man kann damit
9 anfangen, dass wir, seitdem es unser Festival gibt, immer darauf geachtet haben, dass unsere
10 Partner aus der Region kommen. Also das jetzt, ich sag mal, das Leute die Bühne bauen, nicht
11 aus Hamburg kommen müssen, sondern das die halt aus der Gegend kommen. Und auch im
12 Bereich, ja ich sag mal Food, haben wir nur Stände, die aus der Region kommen. Also es gibt
13 immer mal Leute die anfragen, die kommen aus, keine Ahnung, aus Lübeck, Flensburg, keine
14 Ahnung. Das sagen wir halt immer ab, weil wir eigentlich von Anfang an immer gesagt haben
15 wichtig ist für uns Regionalität. Das ist ja auch auf jeden Fall einer der Punkte, der auch im Bereich
16 Nachhaltigkeit anzusehen ist. Also sowohl von Anfahrtswegen, aber auch von den Sachen, die die
17 verkaufen, die oft aus der Region kommen. Und dann fing es halt irgendwann an, dass man
18 gemerkt hat okay, wenn man ein Festival macht, ist es halt krass wie viel Müll da anfällt. Wie kann
19 man das reduzieren oder verbessern? Weil ich sag mal jetzt gerade so bei Events gibt es halt viel,
20 viel Einmal-Besteck. Wenn man auf das Jahr 2014/15 zurückblickt wo wir angefangen haben und
21 dann haben wir relativ schnell angefangen in den Verträgen mit unseren ja Gastro-Ständen
22 festzuhalten, dass es nur Becher gibt, die danach gespült werden. Also jetzt keine Plastikbecher
23 mehr, die weggeschmissen werden oder sowas. Oder im Foodbereich halt auch, dass dann auf
24 Holz, Pappe was auch immer umgestiegen wird und kein Plastik mehr vorhanden ist, das war so
25 einer der ersten Sachen. Und dann hatten wir auch nochmal gemerkt, wenn wir Sponsoren haben,
26 dass die oft Plastik-Scheiße als Geschenke haben. Also so Regenponchos und keine Ahnung,
27 diese Leuchtstäbe und alles sowas. (...) Als wir das gesehen haben, das erste Mal, haben wir

28 auch angefangen das zu verbannen, zu sagen hey, das ist zu viel Müll und (...) das ist so für 10
29 Minuten geil und dann wird es weggeschmissen. Also da wollen wir nicht mehr mitmachen. Das
30 war dann so einer der Punkte, mit denen wir angefangen haben und dann natürlich auch im
31 Bereich Backstage und so. Also wir haben halt zum Beispiel Getränke im Bereich Bier nur aus
32 Schankanlagen. Also das ist jetzt nicht aus Flaschen oder sowas kommen muss. Also wir arbeiten
33 ausschließlich mit Fässern. Und dann halt den passenden Zapfanlagen mit CO2 und so weiter.
34 Und auch Plastikbecher im Backstage-Bereich zum Beispiel werden immer gewaschen. Also es
35 gibt keine, die weggeschmissen werden und genauso auch bei Tellern und Besteck und so weiter
36 sind wir umgestiegen auf Echte. Das geht ja im Backstage-Bereich schon im Publikum-Bereich ist
37 das ja immer noch eine potentielle Gefahr. (...) Also wir sind da sozusagen so, dass wir selber
38 waschen und so versuchen da viel Müll zu vermeiden. Wir haben auch mal versucht einen Deal
39 mit dem Metronom zu bekommen, weil wir gemerkt haben, dass wirklich bei uns auch sehr viele
40 Leute mit dem Zug anreisen. Das hat aber nicht so richtig hingehauen oder man hat sich nicht so
41 ganz für uns interessiert, weil wir auch sehr klein sind. (...) Wir versuchen schon, dass Leute mit
42 dem Zug kommen und sich zusammenschließen indem wir auch aktiv sagen, dass wir das Line-Up
43 so gestalten, dass die letzte Band dann vorbei ist wenn noch Züge fahren und wir haben auch
44 extra einen Platz, wo man (...) Fahrräder anschließen kann und so weiter und es kommen halt
45 schon auch viele mit dem Fahrrad. (...) Autos sind halt auch zunehmend bei uns. Also mit der
46 wachsenden Bekanntheit kommen die Leute von weiter weg, das ist schon natürlich ein Thema,
47 was trotz des Bahnhofs, der bei uns direkt nebenan ist, schwierig ist. Genau, also da ist so eine
48 Sache, über die wir mal überlegt haben, dass man im Bereich CO2-Ausgleich halt dann geht, zum
49 Beispiel bei dem Ticket eine Fix-Gebühr reinhaut. Aber das ist halt so Zukunftsmusik. Wir haben
50 viele Ideen für die Zukunft und da ist die Problematik eigentlich die Manpower, weil wir es
51 ehrenamtlich machen und man sich da wirklich bei vielen Sachen ja einlesen muss, Konzepte
52 erarbeiten und das schaffe ich halt einfach nicht mehr. Deswegen haben wir oft viele Ideen, die
53 dann aber so nicht weiter gemacht werden können. Und man kann ja auch zum Beispiel bei dem
54 Line-up, also bei den verschiedenen Acts, die bei uns spielen kann man ja auch relativ einfach
55 nachvollziehen: Hey, ihr seid von da gekommen und fährt dahin mit dem Fahrzeug, das kann man
56 ja auch theoretisch alles ausgleichen. Das ist so ein Thema für die Zukunft, aber bei dem wir noch
57 nicht aktiv sind und ich weiß auch, dass es sehr, sehr wenige Festivals machen. Also ich weiß zum
58 Beispiel in Bremen die Breminale, die machen das wohl, aber andere Festivals fast noch gar nicht.
59 Ja, das ist auch so eines der Themen an denen wir arbeiten und in den ersten Jahren haben wir
60 auch unseren Strom nicht über Aggregate bezogen, sondern Feststrom, weil an unserem Gelände
61 gab es einen Stromanschluss und der wurde dann über die EWE bezogen. Ich kann jetzt nicht zu
62 100 Prozent sagen mehr, ob das grüne Energie war oder eine Mischung, das weiß ich so nicht
63 mehr. Aber es ist auf jeden Fall besser als ein Aggregat und das Aggregat hat dann nur noch den
64 Sinn gemacht oder den Zweck erfüllt als Fallback zu sein, also falls der Stromnetz ausfällt, dass

65 man nicht abstürzt. Das ist aber jetzt leider in den letzten Jahren so gewesen, (...) also diese
66 Stromnetze sind nicht darauf ausgelegt, dass jemand für einen Tag sich an das Netz ran haut.
67 Also das ist halt eine sehr sehr krasse Bürokratie und auch sehr teuer. Also der Strompreis an sich
68 natürlich nicht. Aber diese einmalige Einrichtung, dass da jemand kommt und sagt jo macht euer
69 Kabel ran.
70 Und das ist wirklich sehr absurd, denn es ist am Ende günstiger gewesen für uns und sicherer
71 zwei Aggregate zu haben, also 2 Stromkreise, als uns an das Netz anzuschließen. Weil das eine
72 ziemlich krasse bürokratische Schlacht war, wo wir irgendwann gesagt haben das geht nicht mehr,
73 weil man da so viel einreichen muss, dann wieder kündigen (...). Ja, es ist halt nicht für
74 Veranstaltungen gedacht, aber es wäre halt natürlich sehr einfacher weg gewesen, der aber ja
75 leider bei uns so ein bisschen zum Scheitern gekommen ist. (...) Also da im Bereich Strom für die
76 Zukunft mein persönliches Ziel oder Wunsch ist es, relativ zeitnah die ersten Projekte mit Solar
77 oder Wasserstoff umzusetzen. Da habe ich aber wenig Erfahrung und Kompetenz. Also ich weiß,
78 dass es das gibt und dass das möglich ist. Da muss man sozusagen jetzt beginnen Recherchen zu
79 machen, zu gucken hey, wenn wir irgendwie Solarmodule bei uns anschaffen, also leihen, da gibt
80 es auch mittlerweile Lösungen für mobile Events. (...) Mit welcher Stromleitung kann man da
81 wirklich rechnen? Weil was ist, wenn es einen Tag regnet und man hat 100 Prozent auf Solar
82 kalkuliert? Dann hätte man halt ein krasses Problem. (...) Weil wir ja nicht die Tage vorher
83 speichern können. Das sind so Themen, über die man dann noch reden muss. Aber ich fände es
84 halt auf jeden Fall sehr charmant (...) in den ersten Schritten zu sagen die kleinere Bühne bei uns,
85 die überwiegend akustisch ist, dass man die nur mit mobilen Solarfeldern zum Beispiel betreibt
86 oder halt im Backstage-Bereich. Und es gibt halt auch mittlerweile LKWs, die dann ja Wasserstoff
87 verarbeiten können oder Brennstoffzellen haben. Das ist auch sehr interessant finde ich und ich
88 glaube, da wird auch viel passieren. Aber da braucht man halt schon auch Leute, die da Ahnung
89 von haben und sagen hey, ich hab da Bock das zu organisieren und kümmerge mich darum. Das ist
90 halt nichts was man mal eben nebenbei macht, leider.

91

92 **JH:** *Sonst ist es ja jetzt so aktuell, das eigentlich Thema Nachhaltigkeit in der Gesellschaft, in der*
93 *Politik immer mehr an Bedeutung gewinnt. Beobachtest du das auch für die Eventbranche?*

94

95 **B2:** Ja, auf jeden Fall. Also ich bin ja auch in Niedersachsen connected mit vielen anderen
96 Festivals, wo wir uns regelmäßig austauschen. Also da hat auch jetzt in Corona Zeiten ein Festival
97 aus Hannover gesagt hey, wir haben jetzt ja alle nicht so viel zu tun, lasst uns doch mal
98 austauschen zum Thema Nachhaltigkeit. Genau da haben wir angefangen uns gegenseitig ein
99 bisschen auszutauschen, Ideen vorzuschlagen, zu diskutieren. Und auch jetzt auf den Branchen-
100 Events, wo ich jetzt vor allem öfter dabei bin, nimmt das immer mehr an Platz in diesen
101 Programmpunkten auf jeden Fall ein. Und man merkt auch bei Festivals allgemein, dass immer

102 mehr Projekte versucht werden umzusetzen. Aber ja, also man muss halt sagen Klimaschutz ist
103 natürlich auch nicht günstig. (...) Jeder rechnet damit, dass es ein bisschen mehr kostet. Aber für
104 Events ist das dann an manchen Punkten auch nicht so einfach. (...) Trenn-Toiletten zum Beispiel
105 wo man ohne Wasser arbeiten muss. Das wollten wir schon vor Jahren bei uns gerne haben, ist
106 aber einfach an den Grundkosten gescheitert, weil irgendwer diese Toiletten mit LKW zu uns
107 fahren muss und so weiter und das wäre halt irgendwie, ich habe es nicht mehr genau im Kopf,
108 aber drei, viermal so teuer, als wenn wir die Toilettenwagen aus dem nächsten Ort bei uns
109 hinstellen. (...) Wir arbeiten halt mit echten Toiletten und Kanalisation. Also keine Chemie-Toiletten
110 und das wollten wir dann gerne ändern in diese Kompost-Toiletten, ist aber einfach daran
111 gescheitert, dass die Grundkosten so extrem hoch waren, dass das einfach nicht finanzierbar ist
112 für uns als kleines Festival. Vor allem als Ein-Tages-Festival. Ich glaube so bei drei Tagen oder so
113 ist es nochmal was anderes, weil sich das besser verteilt. Aber das habe ich auch bei anderen
114 Festivals, vor allem kleinen Festivals gehört, dass die das gerne machen wollten, aber die
115 Grundkosten einfach so hoch sind um die Dinger ja ran zu karren, dass viele das einfach nicht
116 gemacht haben. (...) Also auf anderen Festivals habe ich jetzt schon öfter Sachen gesehen, also
117 Mülltrennung zum Beispiel, das man versucht die Leute zu erziehen, verschiedene (...) Müllbehälter
118 zu nutzen, Sammelstellen für Zigarettenstummel, weil das ist halt einfach immer oft
119 das Problem, dass die Leute das alles weg kippen. Aus Erfahrung klappt es, wenn man an
120 verschiedenen Stellen so Behälter hinpackt, aber nur bis zu einem bestimmten Punkt, denn wenn
121 es so langsam dunkel wird, Alkohol fließt, dann sind die Leute zu faul und schmeißen es einfach
122 weg. Da war jetzt halt für uns die Idee, aber dadurch, dass wir 2 Jahre keine Festivals hatten,
123 konnten wir es nicht machen, dass wir uns einen Sponsor suchen und diese Taschenascher, da
124 gibt es ja so aus Metall, so kleine Dinger, wo man dann die Zigarette ausdrückt und sich dann in
125 die Hosentasche steckt. Die sind an sich nicht so teuer, aber man kann sie immer wieder
126 benutzen.

127 Und die wollten wir gerne mit dem Sponsor zusammen verwirklichen, sodass möglicherweise die
128 meisten nicht mehr wegschmeißen, sondern in die Hosentasche machen und dann entleeren. Ja
129 das wäre jetzt so ein Projekt gewesen, aber aufgrund Corona haben wir da jetzt keine Erfahrung,
130 leider. (...)

131

132 **JH:** *Das sind jetzt gerade auch die Handlungsfelder, über die du dich jetzt ausgetauscht hast jetzt*
133 *in letzter Zeit mit den anderen Festivals oder?*

134

135 **B2:** Genau unter anderem ja. Also viel geht halt einfach so, wie man Sachen ersetzen kann. Also
136 sei es jetzt Toiletten, im Bereich Gastronomie, wo einfach wirklich viel Müll anfällt, also zum
137 Beispiel das man halt diese Becher von der Marke Cup-Konzept, zum Beispiel, nutzt. Die liefern
138 einem das und waschen das dann auch. Aber auch da muss man sagen, das ist ein erheblicher

139 Mehraufwand. Also man muss einfach die Leute dazu kriegen, dass sie sagen mir ist es mehr Geld
140 wert, weil wenn du diese Billigdinger hast, die du wegschmeißt das ist halt einfach unglaublich
141 günstig und der Preis für diese wieder waschbar Becher ist wirklich nicht zu unterschätzen. Also
142 das ist schon ein riesiger Mehraufwand gewesen für uns, den wir ja hingenommen haben.

143

144 **JH:** *Habt ihr denn schon irgendwelche Wege oder Ideen oder hast du da schon etwas, wie man*
145 *diesen ökonomischen negativen Auswirkungen quasi entgegenwirken kann oder wie man die*
146 *wieder reinbekommt quasi?*

147

148 **B2:** (...) Also finanziell gesehen meinst du? (*genau*). Also meinst du im Sinne von Leute reisen mit
149 Autos an und das verursacht dann ja CO2, wie man das ausgleicht oder?

150

151 **JH:** *Nein, eher so für euch quasi, weil ihr ja jetzt zum Beispiel, wenn ihr diese Toiletten einführen*
152 *wollt extreme Mehrkosten habt, (...) wie ihr das finanzieren wollt? (...) Dann werden*
153 *wahrscheinlich die Tickets ein bisschen teurer, oder wie plant ihr da?*

154

155 **B2:** Eine sehr gute Frage (lachen). Also wir haben es bisher so gemacht, dass wir die Tickets
156 eigentlich relativ stabil gehalten haben und wir haben uns jedes Jahr ein, zwei Projekte
157 vorgenommen, die wir umsetzen, auf eigenes Risiko oder auf eigene Kosten. Bisher sind wir damit
158 gut gefahren, aber wenn man sagt hey, wir wollen jetzt wirklich alle Schalter umsetzen und doppelt
159 so viel Power rein machen, also sagen wir gleichen CO-2 der Anreise aus, wir wollen mit
160 nachhaltiger Energie arbeiten, (...) alles an Gastro-Sachen soll waschen, wir wollen Müll trennen,
161 wir wollen (...) alles was man sich vorstellen kann, dass wäre von heute auf morgen möglich. Wir
162 könnten sagen, wenn wir ein, zwei Leute im Team haben, die sich drum kümmern, schaffen wir
163 zum nächsten Festival. Aber auf keinen Fall zu den jetzigen Konditionen. (...) Also wir haben jetzt
164 einen Ticketpreis, ich glaube ungefähr 30 Euro oder so, also wir haben verschiedene Stufen bei
165 1000 Leuten. Also ich glaube wir müssten mindestens 5 Euro pro Ticket draufschlagen damit das
166 irgendwie hinkommt. Mindestens auf jeden Fall gesagt. Genau, also deswegen haben uns in der
167 Vergangenheit dazu entschieden kleine Schritte zu machen und uns voran zu testen. Man muss
168 auch sagen, dass manche Sachen auch nicht nur für die Umwelt gut sind, sondern auch Qualität
169 haben. Also ein Hartplastikbecher ist schöner für einen Gast als so ein billiges Ding, was auch
170 zerbricht. Und genauso ist auch meiner Meinung nach Holz-Besteck toller als Plastik-Besteck. Es
171 sind ja auch alles so Punkte, die am Ende im Kopf bleiben, wo man merkt das Festival liefert
172 Qualität und das war uns ja auch schon immer wichtig. Aber ja also, die Finanzierung ist
173 tatsächlich ein sehr, sehr schwieriger Punkt. Und ja, wir sind jetzt sozusagen da an dem Punkt
174 durch Corona, dass wir zum Beispiel erstmals Fördergelder beantragt haben, einfach weil es zu
175 unsicher ist in Coronazeiten etwas zu planen und wir als ehrenamtlich natürlich nicht auf die Nase

176 fallen wollen. (...) In unserer niedersächsischen Festival Gruppe ist es so, dass wir da auch
177 versuchen dem Ministerium zu sagen was wir brauchen und was unsere Nöte sind und wir sind da
178 so ein bisschen dabei zu sagen (...), dass man das ein bisschen an Nachhaltigkeit koppelt. Also
179 das man sagen kann hey, ihr bekommt Geld, aber ihr müsst dafür ein, zwei Sachen nachhaltig
180 ändern. Also das man nicht sagt, das Ministerium gibt euch 20.000 Euro oder so und dann macht
181 ihr die ganze Zeit Müll ohne Ende. Also das man da so eine Art Nachhaltigkeitsbelohnung rein
182 macht und auch Festivals, die jetzt schon viel nachhaltig machen oder konkrete nachhaltige Ideen
183 haben, das die wesentlich mehr Anspruch auf mehr Geld haben. Genau das sind sozusagen
184 Sachen an denen wir arbeiten und vom Gefühl her nehmen die Ministerien das schon gut war, das
185 wir da etwas ändern wollen und sie sind auch bereit zu unterstützen. Also ich glaube, dass da
186 schon viele Projekte in die Zukunft kommen und auch unterstützt werden. Denn ich glaube, ohne
187 Unterstützung, ist das zunächst, der erste Schritt oder die ersten zwei Schritte, nicht so einfach. Es
188 ist halt einerseits natürlich die geldtechnische Unterstützung, aber man braucht auch eigentlich
189 Experten an die man sich wenden kann, weil es einfach nicht möglich ist, dass man sich in allen
190 Bereichen auskennt. Und deswegen ist es halt gut, dass wir uns als Festivals öfter treffen und uns
191 austauschen, was wo gewirkt hat. Und wir sind auch jetzt dadurch dabei, dass wir als
192 niedersächsische Festivals Equipment tauschen können, weil jeder hat ja so Standardsachen, die
193 man vielleicht baut oder kaufen muss, sei es, weiß nicht, Funkgeräte. Das müssen ja nicht 20
194 Festivals kaufen, wenn die an anderen Tagen sind und so kann man sich das halt gegenseitig
195 zuschicken oder abholen. Genau an solchen Themen arbeiten wir auch gerade gemeinsam. Aber
196 ja, das braucht auf jeden Fall mehr Unterstützung und auch gegebenenfalls Druck, dass das an
197 Fördergeldern gekoppelt ist. Auf jeden Fall, ja

198

199 **JH:** *Von den Ministerien sind wir auch teilweise diese Leitfäden gekommen für nachhaltige*
200 *Veranstaltungen. Ich weiß nicht, Sounds for Nature, das kennst du wahrscheinlich dann auch*
201 *oder?*

202

203 **B2:** Ja, also ich kenne es. Ich kann jetzt gerade nicht mehr genau sagen was da drinsteckt. Ich
204 hab es mir auch mal durchgelesen. Ich war da auch schon mal in so einem Meeting, wo es
205 vorgestellt wurde. Ja, ich weiß es den Inhalt jetzt leider gar nicht mehr so, aber ich glaube, dass da
206 viele gute Ideen waren, aber auch viele, die man noch nicht so ganz umsetzen kann. Aber es gibt
207 auf jeden Fall viele Festivals, die schon sehr stark in dem Bereich sind. Ich glaube, dass Open Air
208 St. Gallen in der Schweiz zum Beispiel.

209

210 **JH:** *Also meinst du, dass solche Leitfäden auf jeden Fall auch schon eine Hilfestellung sein*
211 *können?*

212

213 **B2:** Definitiv ja. (...) Oft denkt man ja so hey ja wir machen es ja schon ganz gut, aber es gibt halt
214 viele kleine Punkte, die man wirklich leicht ersetzen kann und da braucht man einfach
215 Inspirationen und die kommt dadurch, dass man es in einem Vortrag gehört hat, das man es
216 gelesen hat und sich dann einfach austauscht. Also es gibt schon wirklich viele Dinge, die man
217 noch immer falsch macht und (...) sehr einfach ändern kann. (...) Das muss man einfach nur
218 durchziehen und angehen. Und ich glaube halt, dass viele Besucher und Gäste auch wirklich
219 Verständnis haben. Also bei uns ist es zum Beispiel so, dass wir unser Merchandise nur nachhaltig
220 und fair machen. Das ist schon echt teuer. Man könnte das mindestens für die Hälfte einkaufen,
221 aber das wäre dann halt ja, ich sage mal vom T-Shirt ein Ausbeutungs-T-Shirt, sage ich mal. Und
222 da versuchen wir komplett, das nur vorzugeben. Also es gibt gar nicht die Wahl das Billige zu
223 kaufen. Wir machen es einfach so, aber wir verdienen ja ehrlich gesagt nichts dran. Also wir haben
224 auch mal in einem Jahr gehabt, dass wir dann irgendwie 20 Shirts über gehabt haben und haben
225 auch gemerkt okay, ist auch irgendwie scheiße, dass man Shirts dann über hat und die kauft man
226 dann auch wirklich nicht mehr. Und da wäre jetzt unser nächster Schritt gewesen, dass wir
227 jemanden zum Siebdrucken vor Ort haben. Das heißt wir bestellen T-Shirts als Rohlinge, als
228 Blanko und wenn jemand ein T-Shirt kaufen möchte, dann wird es vor Ort gedruckt. Das hat man
229 natürlich nicht in 10 Minuten fertig, das dauert dann schon irgendwie 1-2 Stunden, aber man
230 verschwendet halt nicht bedruckte T-Shirts in dem Sinne und rein theoretisch ist natürlich auch
231 möglich, dass Leute ihr eigenes Shirt mitbringen und das das dann noch einen Rabatt gibt oder so.
232 (...) Also wir haben halt das eine Jahr gehabt, das Shirts übriggeblieben sind. Nicht super viele,
233 aber die kauft halt keiner mehr. Man zahlt selber drauf, ist schlecht für Müll und Umwelt. Und da ist
234 jetzt unser nächster Schritt, den wir planen wollten, dass wir vor Ort Siebdruck anbieten. Genau,
235 da gab's in Bremen (...) so einen Verein, die sowas haben und bereit sind das an Festivals
236 abzugeben, beziehungsweise vorbeizukommen. Genau und wir merken auf jeden Fall, dass die
237 Leute bei T-Shirts und so schon bereit sind mehr auszugeben für gute Qualität. Und man merkt
238 das auf jeden Fall auch, zum Beispiel bei unseren Turnbeutel, die sind halt viel, viel bessere
239 Qualität vom Stoff als die billigen Beutel, die dann auch sehr schnell reißen.

240

241 **JH:** *Wo holst du dir diese Ideen her? Kommt das auch aus irgendwelchen Konzepten oder sowas?*
242 *Oder einfach im Austausch mit den Anderen?*

243

244 **B2:** (...) Das weiß ich jetzt so gar nicht mehr wo das herkam. Also eigentlich war es für uns klar als
245 wir T-Shirts gemacht haben, dass wir die auf jeden Fall fair produzieren wollen. (...) Wir haben das
246 noch nie ohne das gemacht. Und dann recherchiert und einen Hersteller angeschrieben und dann
247 haben wir das halt so gemacht. Also das war eigentlich so von Anfang an festgelegt, das die auf
248 jeden Fall nachhaltig sein sollen und nicht so 1 € T-Shirts, die wirklich mies hergestellt wurden und
249 auch einfach eine scheiß Qualität haben. Ich glaube, es kam eher daher. Wir haben für uns halt

250 immer von Anfang an gesagt, für uns ist wichtig, dass wir eine gute Qualität abliefern. Wir sind ein
251 kleines Festival, Qualität ist immer sehr, sehr wichtig für uns. Und wenn du da jetzt billige T-Shirt
252 lieferst, was nach dreimal waschen reißt, das würde auch nicht zu uns passen. Und dann war
253 eigentlich klar, dass man da auch im Bereich Nachhaltigkeit etwas machen muss. Und so ist das
254 dann halt entstanden. Und dadurch, dass dann T-Shirts über geblieben sind, sind wir halt über den
255 Punkt gestolpert, das man da was nachhaltiger machen muss. Ich meine, wenn man sich das jetzt
256 mal vorstellt ein Hurricane, keine Ahnung, die bestellen 10.000 T-Shirts und 2000 bleiben über.
257 Keine Ahnung, was die da mitmachen, aber wahrscheinlich werden die zerfetzt oder keine
258 Ahnung. Also das Nachhaltigste wäre einfach, dass es vor Ort produziert wird, wenn es gebraucht
259 wird und nicht vorab hergestellt.

260

261 *JH: Ja cool. Das sind wir auch schon ein paar Sachen, die ihr auf jeden Fall macht und vorhabt.*

262

263 **B2:** (...) Ja, also wir machen schon ein paar Sachen, aber auf jeden Fall nicht genug. Also es gibt
264 schon noch mehr Sachen, die man machen kann. Aber scheitert halt in der ersten Instanz an einer
265 Person neben mir, die sich damit beschäftigt und Konzepte erstellt und dann in der zweiten
266 manchmal bei Geld. Es gibt ja auch viele Sachen, die man günstig umsetzen kann oder so. Aber
267 man braucht halt einfach Leute, die dafür brennen und sagen hey, ich habe Bock das und das und
268 das zu verändern. Und es ist halt einfach im Ehrenamt wirklich schwer da Leute zu finden, die die
269 Zeit dafür haben und sich am besten noch auskennen. Und man muss auch wirklich sagen, auch
270 nicht böse gemeint, aber es ist schon eher, dass Leute aus der Stadt sich mehr damit beschäftigen
271 als bei uns auf dem Dorf, hab ich das Gefühl. Also ich wohne ja in ***, da merkt man schon an viel,
272 viel mehr Ecken, dass Leute da Wert drauf legen und bei uns in *** ist das halt schon nochmal
273 alles ein bisschen anders und es ist auf jeden Fall auch eine Inspiration würde ich sagen, wenn
274 man Sachen umsetzt. Also ich hab hier letztens einen Teller gehabt, der war aus Haferkleie, also
275 einfach nur Hafenkleie zusammengespreßt und da war dann das Gericht drauf und den schmeißt
276 man halt weg und der war halt wie Holz. Also das war krass hohe Qualität, hab ich vorher noch nie
277 gesehen und fand ich auch super interessant. Hab ich jetzt noch nicht recherchiert, weil das
278 Festival ausgefallen ist, aber es gibt schon viele spannende Ideen, aber man braucht halt das
279 Wissen zum Beispiel diese ganzen Teller und so, ich glaube aus Maisstärke oder so und viele
280 kaufen die dann und schmeißen sie dann trotzdem weg und denken, das wäre erledigt. Aber das
281 Problem ist, diese Teller oder diese Produkte aus Maisstärke sind nur nachhaltig, wenn die eine
282 Firma recycelt, die darauf spezialisiert ist. Denn es fühlt sich an wie Plastik, es ist kein Plastik, aber
283 es kann auch nicht recycelt werden, wenn man es in die gelbe Tonne schmeißt. Und das wissen
284 halt viele nicht.

285

286 **JH:** Wenn ihr jetzt quasi euer Festival als Aushängeschild als nachhaltiges Festival hättet, wie
287 schätzt du das ein, was für Auswirkungen hätte das auf euer Image von dem Festival?
288

289 **B2:** Auf jeden Fall kein schlechtes (lachen). Also klar, es würde schon einen sehr positiven Impact
290 haben. Also auch nicht nur auf Besucher. Also zum Beispiel ich persönlich arbeite ja auch in einer
291 *** und organisiere Konzerte und es ist schon auch so, dass natürlich die Acts drauf schauen wie
292 sind die Festivals und ein Festival was tolle nachhaltige Projekte macht ist auf jeden Fall sehr, sehr
293 interessant. Und das kann auch durchaus sein, dass da ein Künstler für weniger Geld spielt als bei
294 einem Durchschnittsfestival, sag ich mal. Also es hat schon weitreichende Auswirkungen und ich
295 glaube einfach, dass es auch sehr viel Inspiration ist. Also ich meine, wenn ich jetzt rumlaufe und
296 ich sehe irgendwas, was nachhaltig gestaltet wurde, wo irgendwas mit einem kleinen Trick
297 geändert wurde, es fällt mir schon wirklich sehr oft dann auch auf. Dann überlegt man halt schon
298 ah, okay, ja gut, kann ich ja vielleicht zuhause auch so machen. Ja, genau.
299

300 **JH:** Ja, das stimmt. Dann wäre noch eine Frage, was aus deiner Sicht passieren müsste, damit
301 mehr nachhaltige Veranstaltungen umgesetzt werden? (...) Also du hattest ja schon vorhin gesagt,
302 eventuell mit irgendwelchen Anreizen arbeiten zum Beispiel, dass ihr jetzt ja von den Ministerien
303 Geld bekommt, aber dafür im Gegenzug müsst ihr ja was umsetzen. Das ist so ein bisschen
304 rechtliche Vorgabe. Ob du da schon irgendwelche Ideen hast?
305

306 **B2:** Also mein Gefühl ist, dass viele Festivals sehr, sehr viele Ideen haben und auch sehr gute
307 Ideen. Aber immer wieder heißt es dann so wir haben es auf dem Plan, aber wir können es uns
308 nicht leisten. Ich glaube der größte Knackpunkt ist einfach wir können es uns nicht leisten und in
309 dem Zuge auch die Unsicherheit, ob (...) ein Gast dann die fünf oder vielleicht sogar zehn Euro
310 mehr zahlt. Ich glaube schon, dass die Leute bereit sind mehr Geld dafür auszugeben, aber man
311 muss halt einfach bedenken, dass so kleine Festivals wie wir, die sich so bei 20-30 Euro bewegen
312 und nur 1 000 Gäste haben, da braucht man dann halt schon 5, 6, 7, 8 oder 10 Euro mehr pro
313 Person wenn man wirklich alles umsetzen will was man möchte und das sind halt dann 40 Euro
314 und dann überlegt man sich das schon, weil wir wollen ja auch einen Ticketpreis haben, der auch
315 für sozial Schwächere zugänglich ist. Wir wollen ja keinen Profit machen. Also unser Festival soll
316 schon für jeden zugänglich sein, das uns halt sehr wichtig. Und ja, das ist so ein bisschen der
317 Knackpunkt am Ende. (...) Ich glaube man könnte mit einer großen Offensive sehr schnell viel
318 umsetzen. (...) Sagen wir mal vom Land Niedersachsen gibt es eine Nachhaltigkeitsgruppe, nicht
319 ehrenamtlich sondern ein, zwei Leute, die angestellt sind als Nachhaltigkeitsmanager, wie auch
320 immer, für Veranstaltungen. Die nehmen Kontakt zu allen Veranstaltungen auf und sagen hey, wir
321 haben jetzt hier einen Nachhaltigkeitsbereich, wir würden gerne mal mit euch sprechen, da gibt es
322 dann vielleicht eine Checkliste. (...) Man sagt zuerst was macht ihr denn oder was wollt ihr gerne

323 ändern? Und dann geht man diese Checkliste ab, was möglich ist und was man vielleicht im
324 nächsten Schritt macht. Und fördert das auch, dass man halt quasi zusammen ein Konzept erstellt
325 für den ersten Schritt und sagt hey, okay ihr braucht vielleicht beim ersten Mal ändert doch mal die,
326 die, die und die Sachen, das kostet 5000 Euro. Das können wir euch nicht komplett geben, aber
327 wir geben euch 80 Prozent und 20 Prozent sind eure Eigenleistung. Das ist auf jeden Fall
328 vertretbar. Ich glaube, dass würde das extrem attraktiv machen. Aber es muss, glaube ich,
329 jemanden geben, der aktiv auf Festivals oder Konzertveranstalter was auch immer zugeht, Ideen
330 in Raum wirft und sagt hey, wenn ihr ein Konzept erstellt geben wir euch 80 Prozent, ihr zahlt die
331 20 Prozent. Und das funktioniert dann (...) über eine Laufzeit von drei bis fünf Jahren und dann
332 schaut man, dass man diese Prozesse so langsam in die Festivals oder Veranstaltungen integriert
333 und das sie dann von den Zuschauern wahrgenommen werden, akzeptiert werden und dann
334 langsam auch zum Beispiel der Preis steigt. Und es kann ja auch einfach sein, wenn viel, viel mehr
335 auf Nachhaltigkeit setzen, dass die Preise auch sinken. (...) Zum Beispiel diese Trenntoiletten. Ich
336 glaube, das große Problem ist einfach es gibt davon nicht so viele und die stehen halt irgendwo in
337 Deutschland. Aber wenn man alle 100 Kilometer irgendwo welche stehen hätte und die Wege nicht
338 so weit sind, das würde schon viel, viel ändern. Also ich glaube, es muss halt aktiv angestoßen
339 werden wie jetzt zum Beispiel in unserer Gruppe, wo jemand gesagt hat hey, lass uns doch mal
340 drüber sprechen und da gab's ja auch schon viele Ansätze und Ideen, aber es ist halt teilweise
341 vielleicht noch auch zu klein gedacht.

342

343 *JH: Cool. Ja, also das waren eigentlich schon mal so meine Fragen. Ich weiß nicht, hast du noch*
344 *irgendetwas, was du ergänzen willst?*

345

346 **B2:** (...) Ja also ich glaube wir müssen uns dann sozusagen selber demnächst zusammensetzen
347 oder halt gucken für das nächste Jahr. Was ist möglich? Und dann halt erst Projekte raussuchen.
348 Es gibt da wirklich sehr, sehr viele Sachen, die man umsetzen kann. Aber es fehlt einfach die
349 Person, die sagt ich hab da Bock drauf, ich überleg mal was man easy tauschen kann und das
350 dann auch angeht. Ich meine sowas wie zum Beispiel diese Zigaretten Dinger für die
351 Hosentasche. Das ist einfach. Ich habe mal bei einem Festival gesehen, die haben das kreativ
352 gelöst. Das immer sehr gut. (...) Das ist quasi so ein Schild mit einer Frage und dann gibt es zwei
353 Behälter. Dann steht da zum Beispiel magst du lieber Urlaub in den Bergen oder an der See? Und
354 dann packst du ihn halt rein. Das funktioniert halt wirklich sehr gut. Das gibt es hier in *** in sehr
355 vielen Parks, dass da so alle zwei Wochen eine neue Frage dann auch ist und die Leute
356 schmeißen die halt wirklich rein und man muss es oft sehr spielerisch umsetzen. Man kann ja auch
357 zum Beispiel die Mülltonnen viel, viel größer machen als sie bisher sind, ist natürlich hässlich, aber
358 man kann ja schön drum herum bauen mit Holz oder keine Ahnung. Ich hab von jemanden gehört,
359 die wollten das so bauen, dass man irgendwo beim Müll was rein schmeißt und dann ist da ein

360 Lichtsensor und dann sagt das Ding irgendwas. Also solche Ideen braucht man, kreativ (*ja so*
361 *kriegt man die Leute*). Genau, dass die Leute Bock haben, das auch wirklich reinzuschmeißen,
362 weil es witzig ist. Ja aber da muss man dann natürlich auch die Idee haben. Das muss jemand in
363 die Hand nehmen und umsetzen. Ein paar Euros kostet das natürlich auch wieder. (...) Da gibt es
364 schon viele Möglichkeiten, man kann ja auch zum Beispiel im Gastronomie Bereich, wir haben
365 zwar Bier in Fässern, was auf jeden Fall das Nachhaltigste ist was geht, aber wir haben ja auch
366 viele, ich sag mal, Mischgetränke wie Coca Cola und so und das ist ja alles in Plastikflaschen. Man
367 könnte auch sagen hey wir steigen komplett auf Glasflaschen um, ist aber vom Grundpreis
368 natürlich teurer, weil die kleiner sind. Es ist wesentlich schwerer, es ist unhandlicher. Wenn du so
369 einen Stapel hast, der ist gleich groß wie die anderen, gefühlt, aber viel, viel weniger Inhalt. Das ist
370 schon eine relativ leichte Idee das umzusetzen, aber muss man halt auch hinkriegen dann. (...) Ich
371 glaube, es ist auch wichtig, dass auch viele Veranstalter sich einfach vernetzen und Sachen
372 austauschen. (...) Ich glaube, dass da wirklich sehr viel passiert, dass das auch gerade in die
373 richtigen Richtungen geht und das es jetzt einfach wichtig ist, dass es Initiativen gibt oder auch der
374 Staat, der sagt hey ihr hab so viele Ideen wir helfen euch bei der Umsetzung. Aber ich glaube da
375 hapert es denn einfach manchmal. (...) Es kann ja auch sein, wenn du zum Beispiel eine
376 Förderung einreichst und dann kosten Toiletten auf einmal 4000 statt 2000 Euro, dann sagen die
377 hä wieso ist das doppelt so teuer. Ja, weil es nachhaltig ist. Und dann muss nicht die Antwort
378 heißen ah, könnt ihr noch weniger machen, sondern ah, nachhaltig finden wir gut so. (...) Generell
379 bin ich da sehr optimistisch und ich habe auch das Gefühl, dass es auch sehr Spaß macht Sachen
380 umzusetzen, zumindest geht es mir so, dass ich da sehr, sehr interessiert bin an neuen Sachen.
381 Tja, nur Geld und Manpower.

382

383 **JH:** *Ja cool. Ich kann ja schon mal hier mit der Aufnahme des Gesprächs eben stoppen*

Transkription Expert*inneninterview 3

Datum: 28.06.2021

Ort: Zoom Videomeeting

Legende:

JH: Jacob Henschel

B3: Befragte/r 3

***: Anonymisierung

(...): Pausen, Wiederholungen

- 1 **JH:** (...) So das können wir einfach nebenbei laufen lassen. Genau, ich kann dir ja schon einmal
2 ganz kurz erzählen. (...) Ich beschäftige mich halt mit nachhaltiger Veranstaltungsorganisation und
3 mit den Leitfäden auch (...) in der Mail hatte ich die glaube ich auch schon mal kurz mit
4 reingeschrieben und will das halt so ein bisschen von allen Aspekten beleuchten. Also wie sich
5 auch die ökologische Nachhaltigkeit mit der sozialen Nachhaltigkeit und mit der ökonomischen
6 Nachhaltigkeit halt so vereinen lässt. (...) Da wär quasi so meine erste Frage an dich, wo
7 nachhaltige Veranstaltungsorganisation in deiner beruflichen Laufbahn bisher so Thema war oder
8 ist?
9
- 10 **B3:** (...) Ich hatte mich zunächst in meiner Masterarbeit mit dem Thema nachhaltige
11 Veranstaltungsorganisation beschäftigt und da tatsächlich auch schon den Fokus auf Festivals und
12 vor allen Dingen die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit bei Festivals gelegt. Ich hatte das
13 mit einem Praxis-Partner, dem *** in Bremen zusammen gemacht und habe da gemeinsam mit
14 den Organisator*innen geguckt, wie man die Veranstaltung, also eine bestehende Veranstaltung
15 verbessern kann.
16 Im ersten Jahr dieser Beschäftigung haben wir eine kleine Waschstraße auf dem Gelände gehabt,
17 wo man sich Mehrweg-Geschirr ausleihen konnte. Das konnte man dann an den Buden befüllen
18 lassen, mit Essen, und anschließend konnte man seinen Teller selbst abwaschen. Parallel dazu
19 einige Kooperationen vereinbart mit Fuck Straws einer Organisation, die Strohhalme verbannen
20 möchte. Das war damals noch Thema vor der entsprechenden EU-Einweg-Verbots-Richtlinie und
21 mit Viva con Agua.
22 Ausgehend davon haben wir ein Jahr später beim *** einen etwas größeren Antrag und einen
23 etwas größeren Ansatz verfolgt. Wir wollten, ausgestattet mit Fördergeld von der Senatorin für

24 Umwelt in Bremen, in verschiedenen Bereichen der Veranstaltung untersuchen, wie man eigentlich
25 ein Festival nachhaltig gestalten kann und hatten da ganz verschiedene Aktionen auf dem
26 Gelände: Eine Solaranlage und eine Fahrrad Power Stage, also eine mit Muskelkraft betriebene
27 Bühne.

28 Wir haben in Zusammenarbeit mit der Klimawerkstatt einen Nachhaltigkeits-Erlebnisraum
29 geschaffen. Wir haben Mülltrennung auf dem Gelände gehabt und entsprechende Müll-Scouts.
30 Auch eine kleine psychologische Mülltonne die witzige Geräusche gemacht hat, wenn man denn
31 da Sachen reingeworfen hat, hatten ein Lastenrad-Rennen und haben so quasi auf ganz vielen
32 verschiedenen Ebenen Nachhaltigkeit auf der Veranstaltung eingeführt. Also sowohl in dem
33 Aspekt der Bildung für nachhaltige Entwicklung als auch dann eben in verschiedenen internen
34 Dimensionen.

35 Das Ganze haben wir auch ausgewertet und in einem Netzwerk aus Bremer Veranstalterinnen und
36 Veranstaltern zur Verfügung gestellt. Es gab dann ebenfalls als Projektbestandteil eine Konferenz
37 mit verschiedenen Veranstalter*innen aus Bremen und umzu und teilweise Behörden und der
38 Politik, wo wir (...) diese Arbeiten vorgestellt haben, aber da beispielsweise auch mit Take A Stand
39 eine Initiative drin hatten, die eher die sozialen Dimension der Nachhaltigkeit beleuchtet, in Bezug
40 auf Respekt, Teilhabe (...), ja quasi einfach ein faires Miteinander. Für mich beruflich ist es dann
41 nach Projektabschluss oder während des Projekts sogar noch rübergegangen zu ***, wo ich jetzt
42 im Team Nachhaltigkeit bin, also einer von den beiden bin, die sich Gedanken um Nachhaltigkeit
43 machen. Und die Themen sind dort ähnliche wie beim ***nur ohne Fördergeld für das Thema. Da
44 arbeiten wir gerade aktiv daran Mehrweg auf der gesamten Veranstaltung einzuführen. Sind jetzt
45 durch die aktuelle Pandemiesituation ein bisschen ausgebremst worden. Haben da aber relativ viel
46 verschiedenes unternommen, neben Gesprächen mit den Hygiene-Behörden, was eine große
47 Rolle spielt bei der Sache, unter anderem in diesem Netzwerk von Bremer Veranstaltenden, von
48 dem ich grad sprach, haben eine kleine Arbeitsgruppe Mehrweg gegründet, die sich um
49 verschiedene Pilotprojekte in Sachen Mehrweg kümmert. Das ist ja auch der Link über den du zu
50 uns gekommen bist. (*Genau*). Wir haben eine Forderung für Mehrweg-Einsatz auf öffentlichen
51 Veranstaltungen bei der Senatorin für Umwelt eingereicht, hatten da jetzt verschiedene
52 Gespräche, vorab Gespräche mit den Regierungsparteien in Bremen. Sind im Bündnis für
53 Mehrweg, vertreten das Thema in diversen auch Bremen übergreifenden Netzwerken. Sind im
54 Austausch mit dem Tollwood-Festival beispielsweise, die Mehrweg einsetzen in München (...) oder
55 dem Karneval der Kulturen in Berlin und bemühen und so auf quasi verschiedenen Ebenen um
56 (...) die Reduktion von Plastik auf unseren Veranstaltungen in Bremen (...). Strom ist bei uns
57 innerstädtisch und ist quasi Ökostrom. Also das Thema ist soweit abgehakt. Gucken aber auch
58 auf das Thema Transportfahrten und Müllvermeidung und Mobilität ohne da jetzt im Einzelnen
59 jeweils darauf eingehen zu wollen und haben jetzt gerade aktuell auch eine Kampagne, eine
60 Zusammenarbeit angestrebt mit Take A Stand, deswegen hat da gerade schon mal kurz

61 beschrieben was die so tun. Und was bei der *** eine relativ große Herausforderungen, aber auch
62 ein wichtiger Punkt für uns ist, ist tatsächlich Inklusion, also die *** so bunt wie sie ist für alle
63 zugänglich zu machen. (...) Ja, aktuell sind doch so die Themen, mit denen wir uns da
64 beschäftigen.

65 **JH:** *Das ist ja schon eine ganze Menge. Also nochmal ganz kurz zu dem Thema Nachhaltigkeit.*
66 *Das gewinnt ja aktuell in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft natürlich auch immer mehr an*
67 *Bedeutung. Wie schätzt du das ein? Ist das auch für die Event Branche so zu beobachten?*

68

69 **B3:** Ja! Ich war jetzt am vergangenen Wochenende auf einer internen Workshop- und
70 Podiumsdiskussionsveranstaltung, wo insgesamt 80 verschiedenen Festivals oder Festival-
71 Macher*in teilgenommen haben. Und ich würde sagen die Hälfte des Programms dort rankte sich
72 um das Thema Nachhaltigkeit und man merkt es halt auch. Ich war damals, als ich das Thema
73 gemacht hab, vor ich glaube 4 oder 5 Jahren, relativ alleine mit meinem Ansatz mal
74 Veranstaltungsbranche Nachhaltigkeit zu untersuchen. Und es gab auch tatsächlich wenig
75 Leitfäden, also die die du aufgezählt hast die gab's, oder die du arbeitest, die gab's damals auch
76 schon, aber das war es halt auch so (...).

77 Ich merke an der Fülle an zusätzlichen Leitfäden, die eigentlich jetzt in letzter Zeit entwickelt
78 wurden und an der Fülle an Arbeiten und Anfragen zu Interviews und können wir mal darüber
79 reden, aber auch daran, dass es eben in solchen Programmen von Festival-Fachtagungen immer
80 eine größere Rolle spielt, dass das Thema in der Veranstaltungsbranche wahnsinnig Anklang
81 findet. Was auch klar ist, weil wir haben erst einmal eine Zielgruppe, (...) also in erster Linie eine
82 Zielgruppe, die sich für solche Themen interessiert, die dafür offen ist, haben als Veranstaltende
83 enormes Potenzial (...) unser Image eigentlich für diese sehr guten Ideen und Sachen nutzen zu
84 können. (...) Und sind auch als Veranstaltenden eher eine sehr offene Gruppe für solche Themen,
85 wie globale Gerechtigkeit und eben Umweltschutz, nicht Übernutzung des Planeten, solche
86 Themen. Also es ist anders jetzt als die Automobilindustrie, die ein inneres Interesse daran hat
87 einen Verbrenner weiter zu betreiben.

88 Und deswegen ja, beobachte ich, dass das Thema Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen auch in
89 allen drei Dimensionen tatsächlich, wobei vor allen Dingen eigentlich immer die Ökologie zuerst
90 und die soziale Säule in zweiter Instanz in den Blick genommen werden, glaube ich, enorm
91 zunimmt.

92

93 **JH:** *Cool. Ja, vielen Dank schon mal. Genau (...), haben wir kurz schon angesprochen: Die*
94 *Leitfäden. Ich weiß nicht, die vier Leitfäden die ich dir reingeschrieben hab, die sind dir dann*
95 *wahrscheinlich auch alle bekannt?*

96

97 **B3:** Lass uns mal kurz rübergehen. Den Bremer Informationszentrum nachhaltig Fairanstalten,
98 Sounds for Nature. Genau, dann der vom Umweltbundesamt nachhaltig veranstalten einfach. (Ja).
99 Und das war der vierte, den du?

100
101 **JH:** *Der Vierte ist von der Stadt Hamburg. Das gleiche in Grün heißt der.*

102 **B3:** (...) Genau der ist relativ neu dazugekommen von Green Events. Den kenne ich tatsächlich
103 noch nicht. Also hab ich noch nicht selbst reingeguckt. Aber ich war in diesen Workshops mit
104 drinnen, als die den erstellt hatten und wir arbeiten auch eng mit den Kolleg*innen vom Futur-2 -
105 Festival in Hamburg und von der Altonale, also mit ***, zusammen. Also von daher weiß ich, dass
106 die diesen Leitfaden beackert haben.

107
108 **JH:** (...) Ja, inwieweit meinst du können diese Leitfäden eine Hilfestellung für Veranstaltenden
109 sein?

110
111 **B3:** Definitiv. Ich glaube man muss da den Prozess ein bisschen aufteilen. Ich fang an mich als
112 Veranstalter*in mit dem Thema zu befassen und brauch erst einmal Überblick, eine Information.
113 Und da helfen die Leitfäden allesamt so wie sie sind definitiv direkt. Also umso eine gewisse
114 Grund-Awareness auf die einzelnen Themen zu kriegen. Gerade der Sound von Nature Leitfaden
115 geht dabei auch sehr ins Detail was die einzelnen Bereiche angeht und beschreibt schon sehr
116 konkret auf welche Ebenen, welche Bereiche man gucken kann.
117 Wie gesagt in sehr frühen Prozessschritten. Ich glaube dann fängt aber aus meiner Sicht die Arbeit
118 eigentlich an, weil ich dann gucken muss okay, wie sieht das hier eigentlich konkret bei mir auf der
119 Veranstaltung aus? Welche der Dimensionen? Und ich hatte vor zwei Fragen schon gesagt, auf
120 welchen Bereichen wir uns so eigentlich bewegen und hatte auch gesagt Okay, Energie und
121 Anfahrt ist bei uns kein Thema. Und da muss man halt schauen, welche Bereiche bei sich auf der
122 Veranstaltung tatsächlich ein Ding sind, (...) wo man irgendwo ansetzen möchte, ansetzen kann,
123 muss reflektieren, okay, wie hoch ist eigentlich der Impact, den ich jetzt durch diesen Bereich
124 erreiche? Das ist ja auch immer eine Frage, wie viel bringt das eigentlich am Ende? Und kann ich
125 diesen Bereich überhaupt beeinflussen? Das ist ja auch eine spannende Frage und ich finde,
126 wenn man sich diese Frage gestellt hat, dann ergeben sich daraus ganz praktische
127 Umsetzungsschritte. Und da, finde ich, sind die Leitfäden dann, wie sollten sie ist auch sein,
128 natürlich dann irgendwann sehr vage. Also selbst der Bremer Leitfaden, der dann ja zumindest
129 eine Liste mit konkreten Adressen nennt, hilft dann aber irgendwann nur noch begrenzt weiter.
130 Weil wenn es dann wirklich darum geht ein Mehrweg-Konzept auf der *** umzusetzen, die so
131 Bedingungen hat wie ein schmaler Schlauch direkt am ***, kein Wasser unten, wenig Platz für
132 Anhänger oben, dafür aber ein Klientel am Samstag und am Freitagabend, wo man nicht
133 unbedingt Porzellan nutzen sollte. Solche Dinge, das ist ja alles höchst veranstaltungsspezifisch

134 noch dazu ohne Zäune, offen für alle nicht irgendwie über den Eintrittskonzept, sind es ganz
135 andere Fragestellungen, deswegen ganz andere antworten, die nötig sind als bei einem
136 umzäunten Festival, 2000 Leute mit genug Platz, eigenem Wasseranschluss und so weiter. Das
137 heißt (...) da können die Leitfäden logischerweise einfach gar nicht eine One Size Fits All Lösung
138 für alles geben, da muss man dann sehr genau gucken. Ja und ein anderes Thema, was bei den
139 Leitfäden ist, also der Green Events Hamburg Leitfaden und der Sound for Nature Leitfaden, die
140 sind spezieller auf Festivalveranstaltung ja gemünzt. Die vom BIZ und vom Umweltbundesamt
141 nicht. Das heißt da hat man eine weitere Unschärfe drinne, dass irgendwann man sich als
142 Festivalveranstalter auch einfach nicht mehr genügend abgeholt wird, weil man sich so denkt, ja
143 komm Wahl des Veranstaltungsortes ist nett, dass das da ein eigenes Kapitel in dem BIZ-Leitfaden
144 kriegt und ich erfahre, wo ich mit 200 und mit 300 oder mit 150 Leuten gut hingehen kann. Aber
145 das betrifft mich doch als Festivalveranstalter gar nicht, da dann vielleicht eher und deswegen ist
146 das gut, wenn das ein festivalspezifischer ist, im Sounds for Nature Leitfaden, wo dann halt
147 drinsteht hey, eigentlich wahrscheinlich hast du dein Gelände schon, dann überspring das Kapitel.
148 Aber wenn nicht, guck doch mal unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten ob du Infrastruktur, dies
149 das, solche Themen berücksichtigen kannst. Also von daher genau, wie Praxis relevant sind
150 Leitfaden? Wie sehr helfen Sie mir bei der Arbeit? Grob im Überblick auf jeden Fall, um zu wissen,
151 im ersten Prozessschritt wo muss ich ansetzen auch auf jeden Fall. Und dann je nachdem wie
152 schnell meine Veranstaltung sehr speziell wird, nur noch sehr begrenzt. (...) Also an dem Punkt
153 kommen dann eher so Formate wie Austausch, Netzwerkarbeit, Anrufen bei Festivals mit ähnlicher
154 Größe, ähnlichen Erfahrungen, wie habt ihr das gemacht.

155

156 **JH:** Hast du denn bei euch jetzt speziell, also *** und ***. Haben die da Anwendung gefunden?
157 Dann natürlich eher wahrscheinlich Sounds for nature. So in die Richtung?

158

159 **B3:** In wie weit meinst du also Anwendung?

160

161 **JH:** Also habt ihr konkret euch die Leitfäden angeguckt und gesagt okay, was können wir davon
162 umsetzen oder so? Quasi den Schritt, den du gerade beschrieben hast? Wie ist eigentlich sinnvoll
163 wäre.

164

165 **B3:** (...) Bei der direkten Arbeit auf den Festivals, wie ich schon sagte, im ersten Prozessschritt als
166 Informationsmedium, so erstes Themen-Brainstorming, wo kann es eigentlich hingehen? Danach
167 eigentlich nicht. Danach ist es sehr schnell, sehr speziell geworden. Sowohl beim *** als auch bei
168 ***. Also zu speziell, als das man da dann so eine One Size Fits All Antwort gefunden hätte. Was
169 man sagen muss, wir haben ja jetzt bei *** dieses Jahr eine relativ besondere Situation. Wir
170 können nicht wie gewohnt am *** stattfinden, sondern finden einen ganz vielen kleinen Locations

171 statt, über die Stadt verteilt. Und wir sind mit jedem unserer (...) Partnerlocations in ein
172 Nachhaltigkeits-Check, so haben wir das genannt, gegangen. Also haben wir uns mit den getroffen
173 und sind verschiedene Punkte Infrastruktur, Anreise, Unterbringung der Künstler*innen, Catering
174 und so weiter durchgegangen. Und da hatte ich den Bremer Informationszentrums Leitfaden in der
175 Tasche, weil wir da natürlich in einem Bereich sind kleines Veranstaltungsgelände, ***, *** et
176 cetera, wo viele von den Kategorien wieder passen, weil, wie ich gerade sagte, bei Festivals mag
177 das ein oder andere nicht passen, wenn ich aber (...) mit einer Veranstaltung aus Bremen oder mit
178 einer Location aus Bremen darüber rede, hey, wo könnt ihr denn lokal beziehen, ja dann ergibt da
179 aber dieser Leitfaden schon wieder total Sinn. Also in diesem Sonderfall hat der Leitfaden sogar
180 direkt ich sag mal in der praktischen Umsetzung seine Berechtigung und seinen Einsatz gefunden.
181 Aber bei den Festivals als solchen, ja eben dadurch bedingt, da jedes Festival ganz schnell
182 unglaublich speziell wird, eben nur im ersten Prozessschritt der Informationsgewinnung.

183

184 ***JH:** (...) Wir haben ja schon jetzt auch ein bisschen über Umsetzung von Maßnahmen*
185 *gesprochen, welche Aspekte fallen dir da so ein, die die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen*
186 *quasi beeinflussen? (...) Also eher in Bezug auf Schwierigkeiten vielleicht?*

187

188 **B3:** Geld ist ein ganz entscheidender Faktor. Wir leben in der Regel ja in einem sozialen Umfeld
189 als Kulturschaffende in dem einfach tendenziell immer viel zu wenig Knete möglich ist, um
190 überhaupt den Kern des Geschäftes, also das Organisieren einer Kulturveranstaltung,
191 aufrechtzuerhalten und das funktioniert dann in erster Linie über Ehrenamtsmanagement und über
192 aufopferungsvolle Arbeitsbedingungen der Beschäftigten. Und deswegen ist einer der
193 Hauptthemen, weshalb Nachhaltigkeit vielleicht nicht umgesetzt wird oder nicht so umgesetzt wird,
194 wie man es vielleicht in einer optimalen Welt sich wünschen würde das Ressourcenthema. Kein
195 Geld, keine personelle Kapazität dafür das Thema zu besetzen. Auch noch neben all den anderen
196 Themen. Eine weitere Schwierigkeit, aber das sind jetzt einzelne Umsetzungsthemen, (...) können
197 Genehmigungs-Sachen sein. Wir haben wahnsinnige Probleme, unsere Mehrweg-Systeme mit
198 den Hygiene-Behörden abzustimmen. Also dem Amt für Lebensmittel und Veterinär-Medizin und
199 so weiter und so weiter. Lebensmittel, Hygiene, Veterinärmedizin, LMTVet, ich weiß nicht für was
200 die alles stehen. (...) Weil die natürlich einen ganz anderen (...) Blick auf die Sache haben. Die
201 wollen eine Infektion auf dem Gelände vermeiden. Und da ist Mehrweg für die voll der Graus und
202 Einweg super. Und neben Behörden, Genehmigungsthemen, was zum Beispiel auch die
203 Sicherheit von Porzellan auf einer Großveranstaltung beispielsweise betrifft, können das auch
204 Diskussionen mit, ich sag mal, Stakeholdern des Festivals sein. Ein Gastronom oder eine
205 Gastronomin ist ja in der Regel in einem Verhältnis mit dir das sie dir eine Standmiete bezahlt,
206 dass sie dort anbieten darf. Wenn du jetzt als Veranstalter Mehrweg einführen möchtest oder aber
207 Mülltrennung oder aber (...) Recyclingkreislauf fürs Trinkwasser oder was auch immer man sich da

208 so vorstellen kann, bist du so ein bisschen darauf angewiesen, dass der Gastronom die
209 Gastronomen mitzieht und das kostet ja in der Regel für die mehr Geld. In irgendeiner Weise ein
210 nachhaltiges System einzubauen kostet für die erstmal so mehr Geld, weil die haben in der Regel
211 nichts davon, dass du als Veranstalter weniger Müll sammeln musst am Ende. Also klar,
212 Nachhaltigkeit kann Geld sparen. Genau, Müllmanagement ist so ein klassisches Thema, wo auch
213 Potenzial für eine Kosteneinsparung für die Veranstaltenden existiert, davon hat aber der einzelne
214 Gastronom nichts. Und dann hast du in dem Moment eine Diskussion, wo du mit demjenigen, der
215 eigentlich dein Festival finanziert, durch die Standmieten, aber ein nachhaltiges Thema
216 durchdiskutieren musst, was dir wichtig ist. Und da musst du dann sehr gut überlegen, wie du das
217 angehst. Und da kann es natürlich dann auch schnell zum Show-Stopper kommen, weil du in
218 einem Abhängigkeitsverhältnis stehst, in gewisser Weise. Also ja, man kann es positiv formulieren
219 als Marktmacht, die du natürlich als Veranstalter*in hast. Negativ formuliert ist es aber trotz allem
220 noch ein Abhängigkeitsverhältnis. Also das kann ein weiteres Thema sein. Also Abhängigkeit von
221 denjenigen, die es am Ende umsetzen müssen, ohne dass du sagen kannst was es eigentlich
222 bringt, behördliche Genehmigung, Auflagen, die eigentlich dagegen sprechen, wo du mit
223 Fingerspitzengefühl hingucken muss. Dann das ganz große Ding Ressourcen und Geld (...). Auf
224 Seiten der Veranstalter*in und woran es auch scheitern kann (...) sind einfach die Besucherinnen,
225 Besucher muss man klar so sagen. Wir hatten ja beim *** ja ein Mülltrennungssystem ausprobiert,
226 das checken die Menschen einfach nicht, wo jetzt was reinkommt, weil das checkt man ja schon
227 im privat Umfeld nicht, wo jetzt etwas reinkommt und das man den Yoghurtdeckel auf jeden Fall
228 von der Joghurtpackung abziehen muss, damit es recycelbar ist und welchen Anteil von Alufolie da
229 jetzt reingehört in gelben Sack und welcher wiederum nicht. Und (...) wie beschichtet das Papier
230 sein darf, damit es noch Papier ist. Und das kriegt man auf so einem Festival erst recht nicht
231 vermittelt oder nur sehr schwer. Oder nur, wenn du ein Festival mit der richtigen Zielgruppe, die
232 ohnehin schon eine hohe Awareness für so ein Thema mitbringt. Und du kannst dein Festival noch
233 so schön und grün und nachhaltig gestalten, wenn am Ende deine Besucherinnen und Besucher
234 und die wollen wir ja im Prinzip auch so haben, aber Samstagabend alle besoffen sind und ihre
235 Kippen in die Weser kippen. Ja, schade, dann ist es halt für die Umwelt am Ende doch nichts
236 geworden und dann ist das Nachhaltigste, die Veranstaltung zu lassen. Also neben den drei
237 anderen Dimensionen sind die Leute, die wir eigentlich erreichen wollen, sicherlich ein wichtiger
238 Faktor bei der Umsetzung von nachhaltigen Ideen und Lösungen. (...) Und wichtiges weiteres
239 Thema, dann bin ich aber auch fertig mit meinen ganzen Dimension (*lachen*). Team insgesamt.
240 (...) Also ein Bekenntnis zu einer nachhaltigen Veranstaltung, zu einer nachhaltigen Veränderung,
241 betrifft zwangsläufig jede Art von Managementprozess in der Festivalorganisation. Und wenn dein
242 Team da nicht komplett hinter steht, (...) also Nachhaltigkeit als integriertes Management von allen
243 in allem versteht und sagt na, wir haben doch jetzt hier den Nachhaltigkeitstyp, der da als Satellit
244 alle drei Wochen machen wir einen Jour fix und dann wird das schon und der macht schon mal

245 irgendwie ein bisschen was Grünes hier auf dem Festivalgelände, aber das ist nicht integriert in die
246 gesamte Festivalphilosophie und in die Köpfe des Teams. dann wirst du das auch nur sehr
247 begrenzt umsetzen können. Dann bleibst du halt sozusagen ein weiterer Programmpunkt, der da
248 irgendwie neben ganz vielen anderen Programmpunkten läuft. Aber gerade die interne Gestaltung
249 der Veranstaltung als grüne Veranstaltung wirst du so nicht vernünftig umsetzen können. Genau
250 also das sind so die Dimensionen, angefangen (...) innerhalb des Teams: Ressourcen, Geld,
251 Team, ein weiterer direkte Stakeholder, wie die Gastronomen noch ein weiterer Behörden,
252 Genehmigung, bis hin zu den Besuchern. So, wenn man das so als Ringdiagramm vorstellt sind
253 das die Ebenen wo Nachhaltigkeit scheitern kann.

254

255 **JH:** *Ja, das ist schon mal guter Überblick. (...) Wo man nochmal ganz kurz drauf eingehen könnte:*
256 *Welche Auswirkung siehst du auf das Image von einer Veranstaltung oder auch von den*
257 *Veranstaltenden, die halt eher in die Richtung nachhaltige Veranstaltungen gehen?*

258

259 **B3:** Durchweg positiv. Das ist glaube ich der Grund gewesen, weshalb FKP Scorpio sich mit dem
260 Hurricane mal irgendwann, vor ziemlich langer Zeit, Gedanken darüber gemacht hat oh, wir
261 brauchen jetzt mal jemanden, der sich hier um die Nachhaltigkeit kümmert, dass nämlich diese
262 Müllberge, die das Festival hinterlassen hat und dieser enorm negative Impact für die Umwelt
263 einfach nicht mehr vertretbar war und dass man ja immer neben, na klar, sowas wie wir brauchen
264 Leute und wir brauchen Geld, wir brauchen eine Fläche als Veranstalter*in, In der großen
265 Zwickmühle steht, dass man eine Fläche braucht, die irgendwem gehört, die irgendwie Anwohner
266 und Anwohnerinnen hat und deswegen die Dimension Vertrauen ganz, ganz wichtig ist. Und die
267 darf man nicht verspielen und die verspielt man mit sowas. Und da fing das Ganze ja eigentlich an
268 und (...) der Hauptgrund war eigentlich eine Risiko-Vermeidungsstrategie für FKP, würde ich jetzt
269 einfach mal sagen, sich mit solchen Themen zu befassen und das Ganze dann konsequent
270 durchdekliniert. Und gerade im Hinblick auf so Strömungen wie Fridays for Future und dem
271 gestiegenen Bedürfnis nach Schutz des Planeten und auch der wachsenden Erkenntnis in der
272 Bevölkerung, dass es so wie es läuft nicht weitergeht, führt natürlich voll dazu, dass immer mehr
273 Besucherinnen, Besucher, aber auch Politikerinnen und Politiker bei der (...) Genehmigung der
274 Veranstaltung, bei (...) dem Besuch der Veranstaltung fragen ja, wie ist das hier eigentlich mit
275 Nachhaltigkeit? Und deswegen ist das momentan noch ein enormer Imagezugewinn. Hey, wir sind
276 jetzt auch grüne Veranstaltung, wird sich aber auch zwangsläufig egalisieren über die Zeit. Je
277 mehr Veranstaltungen das machen, desto selbstverständlicher wird es. Also es ist wahrscheinlich
278 ähnlich wie (...) so ein Thema, dass es damals positives Image war, auf FCKW zu verzichten, weil
279 das Ozonloch kaputt macht und mittlerweile gibt halt einfach kaum noch Produkte wo sowas
280 freigesetzt wird oder hoffentlich, wie sich Stück für Stück mehr und mehr selbstverständlich
281 durchsetzt, das Küken nicht mehr geschreddert werden oder solche Dinge. Also ganz am Anfang

282 ging es fast nur um Risikovermeidung und Image. Daraus sind dann viele, viele gute Dinge
283 entstanden und momentan ist es sicherlich noch ein Imagefaktor auch nachhaltig zu werden als
284 Veranstaltung. Aber was man schon auch beobachtet ist, dass in immer mehr Ausschreibungen für
285 Fördergelder, aber auch im Bewusstsein der Besucherinnen, Besucher das immer
286 selbstverständlicher wird, Nachhaltigkeit (...) von den Veranstaltenden einzufordern. Und
287 deswegen glaube ich in Zukunft wird sich das immer mehr raus schleifen als ein, wirtschaftlich
288 gesprochen, Unique Selling Point oder ja Alleinstellungsmerkmal. Image-Ding sollten das auch
289 ehrlich gesagt nicht sein. Aus meiner Sicht, ganz persönlich. Man sollte nicht Nachhaltigkeit jetzt
290 machen, weil das chick ist. Also da hat man relativ schnell dann auch diese Gefahr des
291 Greenwashings. Und das ist eigentlich der falsche Ort, um so etwas zu tun, weil man dafür auch
292 zu viel Potenzial dann verbrennt. Weil wenn du es wirklich lebst und es wirklich gut kommunizierst,
293 was du da tust, kannst du Denkanstöße in der Schar deiner Besuchenden irgendwo anstoßen und
294 verankern, (...) weil du Leuchtturm für Nachhaltigkeit bist und lauter kleine Multiplikatoren für
295 Nachhaltigkeit von deiner Veranstaltung nach Hause entlässt. (...) Das machst du ja komplett
296 kaputt, wenn du da einfach nur versuchst das Ganze als Image aufzubügeln. *(Ja, das stimmt.)*
297 Aber (...) der letzte Teil, war meine persönliche Meinung dazu.

298

299 **JH:** *Ja, aber auch interessant auf jeden Fall. (...) Das geht jetzt auch ein bisschen in Richtung*
300 *persönliche Meinung, nämlich was muss aus deiner Sicht denn passieren, damit in Zukunft mehr*
301 *nachhaltige Veranstaltungen beziehungsweise mehr nachhaltige Maßnahmen auf Veranstaltungen*
302 *umgesetzt werden?*

303

304 **B3:** Würde ich auch wieder zwei Dinge gliedern: Zum einen was muss sich in der
305 Veranstaltungsbranche als solche tun? Ich glaube es ist enorm wichtig, dass es eine Vernetzung
306 gibt, für genau dieses Thema. Zum Teil gibt es das ja schon, hatte ich auch erzählt, dass wir in
307 Netzwerken drin sind. Aber ich könnte dir Stand heute gar nicht sagen, ob jetzt wir eigentlich die
308 einzigen sind, die sich ganz viel mit Mehrweg auseinandergesetzt haben oder nicht. Oder ob es
309 vielleicht 30 Kilometer weiter auch ein Festival gibt und die sind vielleicht sogar schon dabei eine
310 Spülstraße anzuschaffen. Also es braucht da eine Vernetzung und sowas wie einen gemeinsamen
311 Wissenspool, aber auch einen gemeinsamen Infrastrukturpool, wo jeder irgendwo sagen kann hier
312 daran arbeite ich gerade, die Erfahrung haben wir gemacht und vielleicht ist das auch was, bei all
313 dem Wissen über die Unterschiedlichkeiten, die wir grad schon besprochen haben. Also es gibt
314 nicht die One Size Fits All Lösung, aber wenn ich jetzt irgendwo weiß jemand hat schon bei sich zu
315 Hause erfolgreich mit den Lebensmittelbehörden einen Leitfaden für Mehrweg-Einsatz auf einer
316 Veranstaltung umgesetzt und besprochen, ja dann kann ich davon profitieren, auch als ***. Und
317 zum anderen und da sind wir eigentlich schon wieder bei dem Behördenthema muss
318 Nachhaltigkeit immer mehr auch Teil des politischen Prozesses werden. Also wir haben ja

319 versucht das mit der Forderung eines öffentlichen Mehrweg-Gebotes eben genau in die Richtung
320 auch zu lenken. Aber (...) es muss in den Ausschreibungen für Veranstaltungen und in den
321 Genehmigungsaufgaben für öffentliche Flächen für Veranstaltungen muss drin stehen: Mehrweg
322 Einsatz ist verpflichtend, Mülltrennung ist verpflichtend, Einsatz von Ökostrom ist verpflichtend.
323 Wie auch immer, also solche Regelungen und Richtlinien müssen aus meiner Sicht auch aus
324 politischer Ecke kommen, damit man nicht in der blöden Zwickmühle ist am Ende, mit denjenigen,
325 die einem Standmieten geben, darüber verhandeln zu müssen ob Mehrweg jetzt gemacht werden
326 muss oder nicht. Wenn es von außen vorgegeben ist hast du die Diskussion nicht mehr. Und dann
327 musst du im Zweifelsfall auch nicht auf Geld aus deinen Standeinnahmen verzichten. Was du jetzt
328 gerade musst, damit die sich drauf einlassen. Sondern kannst einfach deine Standmiete nehmen,
329 damit deine Veranstaltung vernünftig durch finanzieren, was ein Thema der ökonomischen
330 Nachhaltigkeit ist. Also bringt ja auch keinem was, wenn die nachhaltigen Veranstaltungen nicht
331 überleben und die nicht nachhaltigen schon, so, genau deswegen wäre das die zweite Dimension.
332 Also neben der Vernetzung der Veranstalter*innen untereinander und dem gesteigerten Austausch
333 von nachhaltigen Konzepten und Ideen, auch eine zunehmende Regulierung hin zu einer
334 klimafreundlicheren Veranstaltungspolitik.

335

336 *JH: Cool. Ja, das war es eigentlich schon so weit von meiner Seite, ich weiß nicht, hast du noch*
337 *irgendwelche Themen oder Gedankengänge, die du ergänzen möchtest?*

338

339 **B3:** Eigentlich vielleicht nochmal kurz anschließend an dieses Thema wir können Besucherinnen
340 und Besucher zu Multiplikatoren machen. Das ist nämlich auch nochmal eine wichtige
341 Strukturierung, finde ich, die auch in den Leitfäden zum Teil anklingt beim Sound for Nature
342 Leitfaden zum Beispiel sehr, bei dem BIZ-Leitfaden aber zum Beispiel nicht. Es gibt aus meiner
343 Sicht immer zwei Dimensionen, in der man Nachhaltigkeit denken kann und optimaler Weise denkt
344 man beide Dimensionen einmal das Interne: Nachhaltig machen jeglicher Prozesse der eigenen
345 Veranstaltungsorganisation. Das ist so ein ganz internes Ding, internes
346 Nachhaltigkeitsmanagement und das können theoretisch auch alle anderen Firmen dieser Welt
347 machen, selbst ihre Produkte, das ist bei Veranstaltenden nun mal eine Veranstaltung, so
348 nachhaltig wie möglich zu machen. Und die zweite Dimension ist halt eine, die aber den
349 Veranstaltungen so ein bisschen, vielleicht nicht alleine, aber halt auf jeden Fall mit obliegt,
350 nämlich Menschen zu erreichen und (...) Ideen zu verankern und die Menschen mit diesen Ideen
351 nach Hause zu schicken. Das ist so ein bisschen die externe Dimension der Nachhaltigkeit für
352 mich. Und das ist mir wichtig, dass beide Dimensionen bei einer Veranstaltung funktionieren und
353 deswegen dieses tue Gutes und rede drüber, ohne dass es Greenwashing oder nur ein Image
354 Ding ist, eben gerade bei Veranstaltungen auch echt ein Thema sein sollte. Also nicht nur eine
355 Solaranlage hinstellen, sondern dann auch noch den Leuten zu kommunizieren warum man eine

356 Solaranlage da hingestellt hat oder warum es jetzt gerade nur noch, vielleicht nicht ganz so
357 schickes Einweg-Plastik oder Einweg-Palmblätter Tellerchen gibt, sondern halt so ein etwas
358 abgegrabeltes Camping-Mehrweggeschirr. Zu erklären warum und was das eigentlich bewirkt, das
359 finde ich, ist ein ganz wichtiges Ding was Veranstaltungen definitiv machen sollten.

360

361 **JH:** *Ja, perfekt. Ich beende schon mal eben die Aufzeichnung dann. Soweit haben wir es glaube*
362 *ich.*

Transkription Expert*inneninterview 4

Datum: 07.07.2021

Ort: Zoom Videomeeting

Legende:

JH: Jacob Henschel

B4: Befragte/r 4

***: Anonymisierung

(...): Pausen, Wiederholungen

- 1 **JH:** *Ich beschäftige mich ja in meiner Bachelorarbeit mit nachhaltiger Veranstaltungsorganisation*
2 *und möchte das halt so ein bisschen von allen drei Dimensionen beleuchten. Also quasi wie lässt*
3 *sich auch die ökologische Dimension mit der sozialen und ökonomischen Dimension vereinen.*
4 *Und genau, meine erste Frage wäre eigentlich erstmal, ob nachhaltige*
5 *Veranstaltungsorganisationen in deiner beruflichen Laufbahn jetzt schon ein Thema ist oder in der*
6 *Vergangenheit auch schon war?*
7
- 8 **B4:** (...) Im Zeitraum seit Herbst 2019 ist das auf jeden Fall für mich großes Thema, weil ich
9 seitdem in dem Orgateam des *** bin und davor unabhängig vom *** eher nicht auf Nachhaltigkeit
10 konzentriert. (...) Sonst Veranstaltungsorga so ein bisschen, schon an vielen Veranstaltungen
11 irgendwie teilgenommen. Als Mitarbeiterin oder so. Und seit *** aber super intensiv und da auch
12 nicht nur auf *** bezogen, sondern auch von anderen Stellen. Zum Beispiel gibt es ***. Ich weiß
13 nicht, ob ihr das etwas sagt, (...) da (...) hab ich von verschiedenen Stellen an deren
14 Handreichungen gerade mitgearbeitet. Genau, ansonsten ist das ja, wie ich dir schon erzählte,
15 genau mein Thema gerade.
16
- 17 **JH:** *Cool. Also seid ihr bei dem Festival auch schon konkret an der Umsetzung von Maßnahmen?*
18 *Also habt ihr schon Sachen umgesetzt?*
19
- 20 **B4:** Ja das ist der Hauptfokus beim ***, also da geht es darum Veranstaltungen nachhaltig zu
21 denken, (...) in allen möglichen Bereichen. Also sei es jetzt das Booking-Team, das sie schauen,
22 dass es möglichst divers ist und das die Acts nicht von zu weit her anreisen um dann zu viele
23 Emissionen (...) auszustoßen oder das wir bereits bestehende Ressourcen upcyclen. Also wir
24 versuchen wirklich alles was wir machen irgendwie nochmal ein bisschen nachhaltiger zu denken.
25
- 26 **JH:** *Jetzt ist es ja so, dass Nachhaltigkeit gerade aktuell in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft sehr an*
27 *Bedeutung gewinnt. Würdest du das auch für die Eventbranche so sehen?*

28

29 **B4:** Ja auf jeden Fall, dass merke ich doll an anderen Veranstaltungen, dass die da immer mehr
30 ihren Fokus drauf setzen oder versuchen eben nachhaltiger zu agieren. Sieht man ja auch bei den
31 ganz großen Festivals, die normalerweise nicht dafür bekannt sind super nachhaltig zu sein, aber
32 beim Hurricane gibt es ja auch schon seit einigen Jahren dieses Green Camping zum Beispiel. Die
33 lassen sich auch von Fachleuten beraten wie sie noch nachhaltiger agieren können. Und beim
34 Wacken Festival gibt es wahrscheinlich ab nächstem Jahr C to C Merch-Artikel von einem Prof der
35 hier an der Uni einen Lehrauftrag hat. Also ja, ich denke das (...) hat überall Einzug genommen,
36 auch bei den Veranstaltungen.

37

38 *JH: (...) Ich hatte ja schon kurz in meiner Mail geschrieben mit den Leitfäden, die es auch gibt für*
39 *nachhaltige Veranstaltungsorganisation, ich weiß nicht war dir der eine oder andere davon*
40 *bekannt?*

41

42 **B4:** Ne, (...) du hattest ja glaube ich drei verschiedene genannt und Green Events war nicht dabei,
43 wenn ich mich richtig erinnere und von deinen kannte ich bisher nichts. Ich hab das aber auch
44 ehrlich gesagt nicht extra nochmal gegooglet, weil ich das von Green Events schon so super
45 umfangreich fand und wir vom *** ja auch schon so viel Input haben von unseren Vorgänger*innen.
46 Aber da wollte ich auf jeden Fall mal reinschauen. Ne, ich kannte das noch nicht.

47

48 *JH: Okay habt ihr denn für eure Entwicklung von so nachhaltigen Maßnahmen mit irgendeinem*
49 *Leitfaden gearbeitet?*

50

51 **B4:** Zumindest dieses Jahr haben wir mit dem von Green Events gearbeitet und ansonsten einfach
52 interne Erfahrungen von bisherigen Veranstaltungen des *** weiterentwickelt und vor allem auch
53 selbst entwickelt, selbst konzipiert. Weil das *** (...) basiert ja auf einem Seminar der *** und die
54 *** hat zu großen Teilen auch einen sehr nachhaltigen Fokus. Dementsprechend ist das hier so
55 das Thema. Und ja, genau. Also eher eigene Sachen und Green Events Hamburg als Vorgabe
56 genommen.

57

58 *JH: Und glaubst du allgemein, dass so Leitfäden für die Entwicklung von einer nachhaltigen*
59 *Veranstaltung eine Hilfestellung sein können?*

60

61 **B4:** Ja voll! Doch schon, ich finde es richtig hilfreich und sinnvoll, weil natürlich nicht alle, die eine
62 Veranstaltung machen, auf einmal sich in diese ganzen Empfehlungen reinlesen können oder sich
63 damit beschäftigen welche Materialien sind denn wirklich ökologisch und welche scheinen nur
64 ökologisch zu sein. Also finde ich ja super sinnvoll. Es gibt ganz viel, wo man vielleicht auf den

65 ersten Blick auch gar nicht denkt, dass es da eine noch nachhaltigere Lösung gibt. Und da sind
66 Leitfäden genau das gute Ding, vor allem, wenn man anfängt sich damit zu beschäftigen.

67

68 **JH:** (...) Wenn wir jetzt noch einmal auf die Umsetzung gucken, was sind aus deiner Sicht da so
69 Aspekte, die die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen beeinflussen? Also einmal auf das,
70 vielleicht, was auch positiv wirkt, aber auch auf die Sachen, die dann halt das Ganze quasi
71 erschweren, diesen Prozess von nachhaltigen Veranstaltungen.

72

73 **B4:** Okay, also was es erleichtert ist auf jeden Fall Erfahrungsaustausch beziehungsweise
74 Wissensweitergabe, sodass man schon so Kontakte zum Beispiel weitergibt oder Empfehlungen
75 einfach, wo bisher welche Materialien bestellt wurden, weil man weiß da sind die Sticker vegan
76 und auf einem Material was ökologisch abbaubar ist und die benutzen außerdem Ökostrom in der
77 Druckerei oder sowas. Also das ist auf jeden Fall erleichternd, wenn man nicht sich alles nochmal
78 selbst raussuchen muss. Was erschwerend ist, ist auf jeden Fall ein zeitlicher und finanzieller
79 Faktor (...). Wir hatten das jetzt aktuell in unserem Team fürs *** 2021, dass es dann Situationen
80 gab, wo unser Produktionsteam Dinge bestellen musste und die gesagt haben so wir bestellen
81 jetzt da und da und ich aus der Öko-Task-Force, wie wir sie genannt haben, hab dann gesagt ja,
82 aber ist das denn auch die nachhaltigste Variante, die ihr ausgewählt habt? Und da kam dann die
83 Antwort wissen wir nicht, haben wir jetzt keine Zeit, wir haben es gegoogelt, das ist das erste
84 Ergebnis. Wir müssen schnell schnell machen, weil die Zeit knapp wurde. Also das ist, genau wie
85 gesagt, ein zeitlicher Faktor, dass vielleicht nicht genug Zeit da ist sich genauer damit zu
86 beschäftigen nachhaltige Lösungen zu finden und dann eben auch finanziell. Da könnte ich dir ein
87 praktisches Beispiel nennen von Kabelbindern. Da hatte mein Kollege sich mal ein bisschen mehr
88 mit beschäftigt und geschaut, ob es da welche gibt, die eben auch ökologisch abbaubar sind und
89 hat dann Preise verglichen und es war ein wahnsinniger Unterschied, was die mehr gekostet
90 haben. Also Tausende von Euro glaube ich. Und was überhaupt nicht realistisch ist, was man sich
91 leisten kann als Veranstaltung, was dann eben dazu geführt hat, dass wir dann doch wieder die
92 Blöden aus Plastik nehmen mussten. Und man braucht bei so einer Veranstaltung einfach
93 wahnsinnig viele Kabelbinder. Genau, das ist dann irgendwie ein Hindernis, was man erstmal nicht
94 bewältigen kann, weil wahrscheinlich die Nachfrage nicht groß genug ist, als das die einen
95 anderen vergleichbaren Preis anbieten können. Ja, das sind so zwei große Faktoren, die negativ
96 beeinflussen würde ich sagen. Wahrscheinlich gibt es noch super viel mehr, auch vielleicht so
97 Bereitschaft von Externen (...) sich darauf einzulassen. (...) Wir hatten zum Beispiel
98 Rückmeldungen von Besucher*innen der Vorjahre, dass sie es nicht gut finden, dass es kein
99 Fleisch gibt auf unserem Gelände und sie auch sich selbst keine Bifi oder so mitbringen durften
100 (*lachen*). (...) Also, dass es vielleicht noch nicht so ganz angenommen ist von den Besuchenden.
101 Auch wieder eine Schwierigkeit. Und auch das Angebot von Partnerfirmen, würde ich sagen, ist

102 (...) überschaubar. Also das man vielleicht Gastro-Unternehmen findet, die rein veganes Angebot
103 machen oder sowas in die Richtung. Aber das scheint sich immer besser zu entwickeln.

104

105 **JH:** *Wie habt ihr das bei euch gemacht, quasi diese ökonomischen oder finanziellen Mehrkosten,*
106 *dann bei den Kabelbindern habt ihr dann drauf verzichtet, gibt es auch anderes wo ihr das dann in*
107 *Kauf genommen habt und dann quasi mehr investiert habt, als wenn es jetzt nicht nachhaltig*
108 *gewesen wäre?*

109

110 **B4:** Das weiß ich gerade gar nicht. Also am meisten Geld konnten wir tatsächlich dadurch sparen,
111 dass wir schon bestehende Ressourcen weiterverwendet haben, also das wir zum Beispiel keine
112 neuen Desinfektionsmittelspender gekauft haben, obwohl sie in unserer Förderung sogar
113 abgedeckt gewesen wären. Also wir hätten diese Kosten dafür wiederbekommen. Aber statt die zu
114 kaufen und dann den Rest des Jahres im Lager stehen zu haben oder eben auch an andere
115 Festivals weiter zu verleihen, was wir auch geplant hatten, haben wir dann eigene gebaut, aus
116 Holzresten, die wir noch dann bei uns im Keller hatten. (...) Bei unseren Merch-Artikeln, da haben
117 wir tatsächlich ein regionales Unternehmen mit dem Druck beauftragt, was teurer gewesen wäre
118 als andere Lösungen. Und sowieso auch bei den Rohmaterialien der Shirts haben wir natürlich
119 nicht das genommen, was es dann bei H und M gibt, sondern Varianten die fair zahlen und
120 Biobaumwolle haben und so weiter. Was ja auch natürlich mehr kostet, aber das war uns auf jeden
121 Fall wichtiger. Genau, das wären ein paar Beispiele.

122

123 **JH:** *Und euer Fördergeld, von wem habt ihr das?*

124

125 **B4:** Das ist jetzt dieses Jahr wegen der Corona-Situation gewesen, das es von der Initiative Musik
126 und von der GEMA Förderung gab. Ich weiß nicht, ob das für die nächsten Jahre dann auch in
127 Frage kommt. Aber da sind wir im Vorstand gerade noch am tüfteln und schauen und suchen, was
128 es da vielleicht noch geben könnte um diese ehrenamtlich organisierte non-profit Veranstaltung
129 umsetzen zu können und den Verein auch zu unterstützen sowas zu tun.

130

131 **JH:** *Aber speziell eine Förderung für nachhaltige Projekte habt ihr nicht?*

132

133 **B4:** Das weiß ich gar nicht, warte mal. Christian, das ist der den ich auch in der Mail erwähnt
134 hatte, der ist zufällig gerade bei mir und der ist für die Finanzen ein bisschen für uns zuständig. Ich
135 kann ihn mal kurz fragen, ob wir was konkret dafür hatten. Das ist eine gute Frage. *(Ja gerne.)* (...)
136 Nein, er sagt nein. Kennst du da welche? (...) *(Ne, leider noch nicht.)* Schade.

137

138 **JH:** (...) Das wäre auf jeden Fall eine Idee Förderungen, Fördergelder an nachhaltige Projekte zu
139 koppeln. Und da wollte ich einfach mal hören, weil es bei euch schon sehr weit klingt, ob es sowas
140 vielleicht schon gibt, aber anscheinend noch nicht so ganz.

141

142 **B4:** Ja also ich hatte (...) im Sommersemester 2020 ein Seminar, was als Projektpartner Green
143 Events Hamburg hatte, und da haben wir auch ein bisschen zu der Thematik geforscht und haben
144 auch gesagt, dass es ja total sinnvoll wäre, wenn es solche Förderungen gäbe, die sagen wir
145 geben euch Geld, aber dann müsst ihr auch die nachhaltigste Variante wählen von dem was dann
146 da gemacht wird und da haben wir uns auch mit Hamburger Veranstalter*innen ausgetauscht, also
147 die interviewt und die haben das genau so gesagt, dass sie das gut fänden, aber auch nicht
148 wüssten, dass es sowas gibt.

149

150 **JH:** Bei der Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen. Welche Auswirkungen siehst du da auf das
151 Image des oder der Veranstaltenden?

152

153 **B4:** Also, das klingt, würde ich sagen, sehr subjektiv. Ich persönlich empfinde Veranstaltungen, die
154 sich nachhaltig weiterentwickeln und orientieren als sehr positiv. Und für mich spricht es auf jeden
155 Fall für die Veranstaltung. Und ich glaube auch, dass das aktuell ja ein Thema ist, was sehr großes
156 positives Interesse hervorruft. Aber es gibt bestimmt auch Besuchende oder Interessierte, die
157 sagen wie der Mensch, der sich über das Bifi-Verbot beschwert hat, der dann sagt, das ist mir alles
158 zu Hippie mäßig, hab ich kein Bock drauf. Und ich glaube außerhalb meiner Öko-Bubble gibt es da
159 ganz viele, die sagen ist mir scheißegal, ich will billiges Dosenbier da haben und hab super viele
160 Plastikflaschen dabei, wenn ich auf dem Campingplatz bin und will das dann einfach nur da liegen
161 lassen. Oder mein altes Zelt lasse ich liegen und dann interessiert es mich nicht, was damit
162 passiert, weil lohnt sich für mich nicht das zusammenzupacken, hat eh nur 15 Euro kostet oder so.
163 Also ich weiß nicht, ob es so richtig so Anti-Bewegungen gibt, die sagen oh Gott ne das ist mir zu
164 öko, da geh ich nicht hin. Wahrscheinlich ist der Großteil dann eher einfach nur ist mir egal, da leg
165 ich keinen großen Wert drauf. Vielleicht könnte es aber auch Menschen geben, die sagen oh
166 anscheinend ist dadurch der Ticketpreis gestiegen. Finde ich unmöglich. (...) Für mich persönlich
167 ist es auf jeden Fall (...) ein Ding, was für eine Veranstaltung spricht.

168

169 **JH:** Ja okay dann hätte ich noch die Frage an dich, was aus deiner Sicht passieren muss, damit in
170 Zukunft mehr nachhaltige Veranstaltungen umgesetzt werden?

171

172 **B4:** Also ich glaube es muss einfach erstmal ein Bewusstsein noch mehr geschaffen werden und
173 auch von außen muss das Interesse da sein, dass die Leute sagen wir fordern mehr so Green
174 Camping oder wir wollen nicht, dass super viel Plastik bei den Gastro-Ständen verwendet wird. Ich

175 glaube aber in erster Linie ist die Verantwortung bei den Veranstalter*innen, dass sie eben einfach
176 das Angebot machen und dann sagen friss oder stirb zu ihren Besuchenden.

177 Und ich könnte mir vorstellen, dass das für viele große Veranstaltungen einfach wirtschaftliche
178 Gründe sind, weshalb sie sich gegen nachhaltigere Lösungen entscheiden, weil die eben ja davon
179 auch leben und damit das Geld machen müssen und bei uns beim *** ist es ja nicht so. Wir wollen
180 damit ja kein Geld erwirtschaften, sondern einfach nur die Ausgaben decken und im Idealfall noch
181 irgendwelche Förderungen an andere weitergeben in Form von Spenden. Von daher wäre es
182 schon toll, wenn diese, wie wir gerade eben schon angesprochen haben, Förderungen ermöglicht
183 werden, dass man nachhaltige Sachen damit umsetzen kann. (...) Also einfach eine finanzielle
184 Sache, dass man da motiviert wird sich nachhaltig zu verhalten.

185

186 **JH:** (...) *Hattest du noch Ideen was für Anreize oder Unterstützung man den Veranstaltenden noch*
187 *geben könnte, um solche Projekte umzusetzen? Also klar, der finanzielle Aspekt Fördergelder, fällt*
188 *dir sonst noch etwas ein?*

189

190 **B4:** Wir waren vor drei Wochen, glaub ich, beim Höme-Festival-Playground. Ich weiß nicht, ob du
191 davon etwas gehört hast. Höme ist ein Magazin, ein Online-Magazin und auch ein Printmagazin
192 über Festivals und vor allem auch für Veranstalter*innen. Und die haben vor drei Wochen zu einer
193 Art Konferenz-Wochenende-Festival für Festival-Veranstalter*innen eingeladen. Da waren dann 80
194 Festivals vertreten, in Form von jeweils zwei Personen, und da gab es super viele Workshops und
195 Vorträge. Und wir vom *** waren da auch an einem Workshop beteiligt, wo es um gesellschaftliche
196 Verantwortung geht und da haben wir dann innerhalb des Workshops auch darüber gesprochen,
197 was so ein Anreiz wäre, beziehungsweise wie man da vielleicht ein Interesse wecken könnte. Und
198 da war die Überlegung, ob es so Zertifikate geben könnte, mit denen dann Veranstalter*innen
199 zeigen können, guckt mal, wir bemühen uns und dafür sind wir sogar mit diesem Zertifikat
200 ausgezeichnet oder haben das als Nachweis dafür, dass wir möglichst nachhaltige Varianten
201 wählen. Aber das ist glaube ich super schwierig, weil so eine Veranstaltung ja wahnsinnig viele
202 Ebenen hat und sei es irgendwie Verbrauch von Materialien oder (...) was für Themen behandelt
203 werden, ob es Awareness-Team gibt, was mit Anreisen und bla und blupp ist. Es ist sehr
204 schwierig, da gesamt zu sagen, okay die sind nachhaltig, weil man kann auf der einen Seite super
205 nachhaltig sich verhalten, auf der anderen Seite komplett gar nicht. Und schon ist die Frage, wo
206 sind denn da so die Richtlinien mit denen man das bestimmt (...).

207

208 **JH:** (...) *Und dann ist nur die Frage von wem sollte dann die Unterstützung kommen? Da müsste*
209 *es dann eigentlich irgendwelche Initiativen geben, oder?*

210

211 **B4:** Ja ich denke staatlich sollte das auf jeden Fall gefördert werden. (...) Also es profitiert ja nun
212 mal die Erde davon. Also nicht nur ökologische Nachhaltigkeit, sondern eben auch, dass in der
213 Gesellschaft ein besserer Zusammenhalt dadurch entsteht, wenn man über gewisse Themen
214 aufklärt und Missstände sichtbar macht. Also ich denke auf jeden Fall staatlich sollte es gefördert
215 werden. (...) In unserem Fall auch von der *** vielleicht, also von einer Institution, dann von
216 irgendwelchen Kultur-Ministerien. Das könnten Stellen sein, die sowas fördern. Und vielleicht auch
217 nicht nur finanziell, sondern auch ideell, durch irgendwelche Workshops. Also das kann ja auch
218 sein, dass die eben darüber aufklären, wie man nachhaltig wird, sowas in die Richtung. Also
219 Konferenzen, wo man sich austauschen kann und wo man lernt wie man nachhaltig agiert.

220

221 *JH: Müsste der Staat auch mit mehr rechtlichen Vorgaben (...)*

222

223 **B4:** Wenn es nach mir geht ja. Ich wäre dafür.

224

225 *JH: Also mehr Vorgaben die quasi dafür sorgen, dass Veranstaltungen nachhaltiger werden?*

226

227 **B4:** Ja, fände ich gut. Ist die Frage, wie das umgesetzt wird, weil wenn die dann irgendwelche
228 Strafzahlungen dafür aussprechen und eine riesige Veranstaltung, wie Rock am Ring, sagt ja gut,
229 dann zahlen wir das halt, aber dann können wir trotzdem weiter so machen wie jetzt, ist da ja auch
230 nicht der Sache geholfen. Vielleicht dann Veranstaltungsverbot oder irgendwas in die Richtung.
231 Aber das ist ja nicht meine Aufgabe, das zu lösen. Aber ja, ich finde schon, (...) würde ich
232 unterstützen.

233

234 *JH: (...) Ja das sind eigentlich von meiner Seite schon (...) die Fragen gewesen. Ich weiß nicht
235 hast du noch eine Ergänzung oder Gedankengänge, die dir gerade noch im Kopf schwirren?*

236

237 **B4:** Nö, eigentlich nicht. Also ich könnte super viel über das *** und die Nachhaltigkeit erzählen.
238 Also da würde ich gar kein Ende finden, weil ich mich darüber freue, wie intensiv das *** sich damit
239 beschäftigt und das ist auch der Grund, weshalb ich mich damit so verbunden fühle (...).

240

241 *JH: Vielleicht noch ganz kurz, weil ihr ja schon so relativ viel umsetzt, gibt es irgendwelche
242 nachhaltigen Projekte, wo ihr sagt das ist so krass, da sind wir jetzt besonders stolz drauf oder
243 etwas, was es auch nur bei euch gibt oder so?*

244

245 **B4:** (...) Hier wurde diese Aktion mit dem Becherpfand sammeln von Viva con Agua entwickelt,
246 weil das *** schon sehr lange mit Viva con Agua eng zusammenarbeitet und 2007 gab es dann
247 wohl die Situation, dass das Finanzamt, glaube ich, gesagt hat, ihr könnt nicht einfach als non-

248 profit gemeinnützige Organisation (...) an einen anderen Verein spenden. (...) Da wurde dann die
249 Idee entwickelt, einfach die Becher als Pfand zu spenden. Und so konnte Viva con Agua das dann
250 einfach als Einnahme verbuchen oder eben als Guthaben. Das wurde auf dem *** entwickelt, mit
251 Viva con Agua zusammen (...). Das was auch fürs *** steht, ist eben diese Nachwuchs-
252 Ausbildung, also das *** wird ja immer von unerfahrenen Studis veranstaltet und nicht von den
253 Besten, die in dieser Branche tätig sind, sondern hier ist gerade das Ding, dass man das irgendwie
254 ganz neu immer denkt und Menschen da hat, die noch nie sowas gemacht haben und dadurch
255 natürlich auch einen ganz anderen Blick drauf haben, als wenn da jetzt gesagt wird wir machen es
256 immer so, also kommen immer frische Ideen rein. Ein großer Vorteil vom ***. (...)

257

258 **JH:** (...) *Eine Maßnahme war noch, was jetzt viel kam immer: Mehrweg. Und jetzt hast du gerade*
259 *gesagt Mehrwegbecher, klar habt ihr schon. Und wie löst ihr das so an den Gastro-Ständen, die*
260 *Essen anbieten und sowas?*

261

262 **B4:** (...) Wir hatten auf jeden Fall, eigentlich in einem älteren Konzept fürs diesjährige Festival, mal
263 geplant kleine Snacks auszugeben in Glasbehältern, wo man dann Pfand drauf zahlt oder die man
264 dann einfach behalten kann. Ansonsten natürlich Mehrweg. Letztes Jahr hatten wir auch eine
265 Zusammenarbeit mit einem Unternehmen geplant, was so Bananen serviert mit Toppings und die
266 Schale der Banane war dann die Schale aus der man dann auch isst. Also die Banane wird dann
267 so aufgeschnitten, nur aufgeklappt, und dann wird die Banane klein geschnitten und dann kommen
268 da die Toppings rauf, dass man gar keine Hülle hat die extern ist, sondern nur die Bananenschale.
269 Also sowas ist natürlich cool, wenn man schon so natürliche Schalen verwendet. Ansonsten gibt
270 es auch sowas wie Holz. Und bei dem Festival Playground gab es dann noch so aus so (...)
271 Bananenblättern oder so solche Schalen, was sich ökologisch halt direkt abbaut. Also sowas ist im
272 Gastro-Bereich natürlich gut. Bei den Plastikbechern ist natürlich auch die Frage, die müssen ja
273 auch produziert werden. Da sollte man schon schauen, ob man da vielleicht irgendwie ein Material
274 findet, was auch in der Produktion nicht umweltschädlich ist und auch nicht, vielleicht in der
275 Verwendung, irgendwie Plastik abgibt in das Lebensmittel, was damit transportiert wird.

276

277 **JH:** *Ja, cool. (...) Ich beende mal eben die Aufnahme (...).*

Inhaltsanalyse nach Mayring – Kategoriesystem

	Kategorie	Definition	Ankerbeispiele
K1	Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen	Aspekte, die vom Veranstalter bereits umgesetzt werden und als Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit verstanden werden können.	Also man kann damit anfangen, dass wir, seitdem es unser Festival gibt, immer darauf geachtet haben, dass unsere Partner aus der Region kommen (E2: Z. 8-10). Wir hatten auf jeden Fall, eigentlich in einem älteren Konzept fürs diesjährige Festival, mal geplant kleine Snacks auszugeben in Glasbehältern, wo man dann Pfand drauf zahlt oder die man dann einfach behalten kann. Ansonsten natürlich Mehrweg. (E4: Z. 262-264).
K2	Probleme bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten	Es werden Probleme/Missstände genannt, die die Umsetzung von Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche beeinflussen.	Also wer zu Helene Fischer gehen will, der geht zu Helene Fischer und nicht, weil der Veranstalter Ökostrom kauft (E1: Z. 203/204). Aber es gibt bestimmt auch Besuchende oder Interessierte, die sagen wie der Mensch, der sich über das Bifi-Verbot beschwert hat, der dann sagt, das ist mir alles zu Hippie mäßig, hab ich kein Bock drauf (E4: Z. 156-158)
K2.1	Negative ökonomische Auswirkungen	Finanzielle Auswirkungen, die die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen beeinflussen. Es können auch Vorschläge zur Finanzierung aufgenommen werden.	Aber ja also, die Finanzierung ist tatsächlich ein sehr, sehr schwieriger Punkt (E2: Z. 172/173). Und dann hast du in dem Moment eine Diskussion, wo du mit demjenigen, der eigentlich dein Festival finanziert, durch die Standmieten, aber ein nachhaltiges Thema durchdiskutieren musst, was dir wichtig ist (E3: Z. 214-216).
K2.2	Fehlendes Know-how	Hintergrundwissen, welches den an einer Veranstaltung beteiligten Personen fehlt, um nachhaltiger zu agieren.	Und vielleicht auch nicht nur finanziell, sondern auch ideell, durch irgendwelche Workshops. Also das kann ja auch sein, dass die eben darüber aufklären, wie man nachhaltig wird, sowas in die Richtung (E4: Z. 216-218). Wir wollen unseren CO2 Abdruck möglichst auf null bringen, aber wir kennen ihn noch nicht zu hundert Prozent, das ist immer auch ein Riesenproblem. Du musst ja erst einmal wissen, von wo willst du denn überhaupt runter? Da gibt's natürlich viele Dienstleister und Agenturen, die dich da beraten können und wollen und die müssen aber erstmal das Geschäft verstehen (E1: Z. 130-143)
K3	Anreize/Maßnahmen/ Hilfestellungen zur Umsetzung von nachhaltigen Aspekten	Es werden Anreize, Maßnahmen und Hilfestellungen genannt, die Veranstaltende motivieren nachhaltige Maßnahmen umzusetzen oder die wünschenswert wären und damit mehr Nachhaltigkeit in der Branche als Folge hätten.	Also jeden Veranstalter kriegt man über Anreize. Also wenn der irgendwie (...) besser, leichter Geld verdienen kann oder wenn er irgendwo entlastet wird, dann ist wahrscheinlich die Motivation größer (E1: Z. 257-259) Ich glaube, es ist auch wichtig, dass auch viele Veranstalter sich einfach vernetzen und Sachen austauschen (E2: 371/372).
K4	Umgang mit den nachhaltigen Veranstaltungseleitfäden	Informationen zu der Arbeit/Verwendung der Leitfäden, die im Rahmen dieser Arbeit thematisiert werden.	Also ich hab mich mit dem Bundesleitfaden beschäftigt mal (...) und das war's dann E1: Z. 87). Das heißt (...) da können die Leitfäden logischerweise einfach gar nicht eine One Size Fits All Lösung für alles geben, da muss man dann sehr genau gucken (E3: Z. 136-138).

K4.1	Positive Einschätzungen	Positive Einschätzungen in dem Umgang mit den in dieser Arbeit thematisierten Leitfäden.	Gerade der Sound von Nature Leitfaden geht dabei auch sehr ins Detail was die einzelnen Bereiche angeht und beschreibt schon sehr konkret auf welche Ebenen, welche Bereiche man gucken kann (E3: Z. 114-116).
			Doch schon, ich finde es richtig hilfreich und sinnvoll, weil natürlich nicht alle, die eine Veranstaltung machen, auf einmal sich in diese ganzen Empfehlungen reinlesen können oder sich damit beschäftigen welche Materialien sind denn wirklich ökologisch und welche scheinen nur ökologisch zu sein. Also finde ich ja super sinnvoll. Es gibt ganz viel, wo man vielleicht auf den ersten Blick auch gar nicht denkt, dass es da eine noch nachhaltigere Lösung gibt. Und da sind Leitfäden genau das gute Ding, vor allem, wenn man anfängt sich damit zu beschäftigen (E3: Z. 61-66)
K4.2	Negative Einschätzungen	Negative Einschätzungen in dem Umgang mit den in dieser Arbeit thematisierten Leitfäden.	Ja, ich weiß es den Inhalt jetzt leider gar nicht mehr so, aber ich glaube, dass da viele gute Ideen waren, aber auch viele, die man noch nicht so ganz umsetzen kann (E2: Z. 205/206).
			Ich finde es immer schwierig, wenn zu viele Leitfäden oder zu viel Umweltsiegel oder was auch immer auf dem Markt sind. Das verwirrt natürlich auch (E1: 237-239).

Auswertung der Inhaltsanalyse

Interview	Zeilen	Textpassagen	Paraphrasierung	Generalisierung	Reduktion	Kategorie
E2	8-10	Also man kann damit anfangen, dass wir, seitdem es unser Festival gibt, immer darauf geachtet haben, dass unsere Partner aus der Region kommen.	Man kann damit anfangen, dass wir, seitdem es unser Festival gibt, darauf geachtet haben, dass unsere Partner aus der Region kommen.	Regionale Partner seit Beginn des Festivals.	Regionalität auf dem Festival.	K1
E2	14-17	Das sagen wir halt immer ab, weil wir eigentlich von Anfang an immer gesagt haben wichtig ist für uns Regionalität. Das ist ja auch auf jeden Fall einer der Punkte, der auch im Bereich Nachhaltigkeit anzusehen ist. Also sowohl von Anfahrtswegen, aber auch von den Sachen, die die verkaufen, die oft aus der Region kommen.	Das sagen wir ab, weil wir gesagt haben wichtig ist für uns Regionalität. Das ist auf jeden Fall einer der Punkte, der im Bereich Nachhaltigkeit anzusehen ist. Sowohl von Anfahrtswegen, aber auch von den Sachen, die die verkaufen, die oft aus der Region kommen.	Regionalität auf dem Festival geht von Anbietern und Anfahrtswegen bis hin zu regionalen Produkten		K1
E2	191-195	Und wir sind auch jetzt dadurch dabei, dass wir als niedersächsische Festivals Equipment tauschen können, weil jeder hat ja so Standardsachen, die man vielleicht baut oder kaufen muss, sei es, weiß nicht, Funkgeräte. Das müssen ja nicht 20 Festivals kaufen, wenn die an anderen Tagen sind und so kann man sich das halt gegenseitig zuschicken oder abholen.	Wir sind dabei, dass wir als niedersächsische Festivals Equipment tauschen, weil jeder hat Standardsachen, die man vielleicht baut oder kaufen muss. Das müssen nicht 20 Festivals kaufen, wenn die an anderen Tagen sind kann man sich das gegenseitig zuschicken oder abholen.	Durch das Netzwerk wird Equipment zwischen den Festivals getauscht/verliehen.	Netzwerk zum Equipmentaustausch.	K1
E3	35-40	Das Ganze haben wir auch ausgewertet und in einem Netzwerk aus Bremer Veranstalterinnen und Veranstaltern zur Verfügung gestellt. Es gab dann ebenfalls als Projektbestandteil eine Konferenz mit verschiedenen Veranstalter*innen aus Bremen und umzu und teilweise Behörden und der Politik, wo wir (...) diese Arbeiten vorgestellt haben, aber da beispielsweise auch mit Take A Stand eine Initiative drin hatten, die eher die sozialen Dimension der Nachhaltigkeit beleuchtet, in Bezug auf Respekt, Teilhabe (...), ja quasi einfach ein faires Miteinander.	Das haben wir ausgewertet und in einem Netzwerk aus Bremer Veranstalterinnen und Veranstaltern zur Verfügung gestellt. Es gab als Projektbestandteil eine Konferenz mit verschiedenen Veranstalter*innen aus Bremen und umzu und teilweise Behörden und der Politik, wo wir diese Arbeiten vorgestellt haben, aber auch mit Take A Stand eine Initiative drin hatten, die die sozialen Dimension der Nachhaltigkeit beleuchtet, in Bezug auf Respekt, Teilhabe, einfach ein faires Miteinander.	Ergebnisse von nachhaltigen Umsetzungen (ökologisch und sozial) wurden ausgewertet und im Netzwerk aus Veranstaltenden, Behörden, Politik und Initiativen vorgestellt.	Ergebnisse von nachhaltigen Umsetzungen in einem Netzwerk vorgestellt.	K1
E1	12-16	Jetzt (...) ist die *** Mitglied im EVVC im Europäischen Verband der Veranstaltung Zentren und auf der Ebene hat man dann irgendwann, schwierig zu sagen. Ich würde mal sagen, ab den 2000ern auf einmal angefangen ökologische Nachhaltigkeit auch zu thematisieren in Form von Green Globe also mit Zertifikaten, die man dann für Veranstaltungshäuser (...) eingeführt hat, oder die man Veranstaltungshäusern vorgeschlagen hat, eben auch sich dort zu engagieren.	Jetzt ist die *** Mitglied im EVVC im Europäischen Verband der Veranstaltung Zentren und auf der Ebene hat man dann ab den 2000ern angefangen ökologische Nachhaltigkeit zu thematisieren in Form von Green Globe also mit Zertifikaten, die man für Veranstaltungshäuser eingeführt hat, oder die man Veranstaltungshäusern vorgeschlagen hat.	Mitgliedschaft im EVVC thematisiert ökologische Nachhaltigkeit ab den 2000ern in Form von Zertifizierungen für Veranstaltungshäuser	Mitgliedschaft im EVVC thematisiert ökologische Nachhaltigkeit.	K1
E3	18-21	Parallel dazu einige Kooperationen vereinbart mit Fuck Straws einer Organisation, die Strohhalme verbannen möchte. Das war damals noch Thema vor der entsprechenden EU-Einweg-Verbots-Richtlinie und mit Viva con Agua.	Parallel dazu einige Kooperationen vereinbart mit Fuck Straws einer Organisation, die Strohhalme verbannen möchte. Das war damals Thema vor der entsprechenden EU-Einweg-Verbots-Richtlinie und mit Viva con Agua.	Kooperationen mit nachhaltigen Organisationen wie Fucks Straws und Viva con Agua.	Kooperationen mit nachhaltigen Organisationen.	K1

E4	245-250	Hier wurde diese Aktion mit dem Becherpfand sammeln von Viva con Agua entwickelt, weil das *** schon sehr lange mit Viva con Agua eng zusammenarbeitet und 2007 gab es dann wohl die Situation, dass das Finanzamt, glaube ich, gesagt hat, ihr könnt nicht einfach als non-profit gemeinnützige Organisation (...) an einen anderen Verein spenden. (...) Da wurde dann die Idee entwickelt, einfach die Becher als Pfand zu spenden. Und so konnte Viva con Agua das dann einfach als Einnahme verbuchen oder eben als Guthaben.	Hier wurde diese Aktion mit dem Becherpfand sammeln von Viva con Agua entwickelt, weil das *** schon lange mit Viva con Agua eng zusammenarbeitet und 2007 gab es die Situation, dass das Finanzamt gesagt hat, ihr könnt nicht als non-profit Organisation an einen anderen Verein spenden. Da wurde dann die Idee entwickelt, die Becher als Pfand zu spenden.	Becherpfand wird dazu genutzt Spenden für gemeinnützige Vereine zu sammeln.	Spenden an gemeinnützige Vereine.	K1
E3	16-18	Im ersten Jahr dieser Beschäftigung haben wir eine kleine Waschstraße auf dem Gelände gehabt, wo man sich Mehrweg-Geschirr ausleihen konnte. Das konnte man dann an den Buden befüllen lassen, mit Essen, und anschließend konnte man seinen Teller selbst abwaschen.	Im ersten Jahr haben wir eine Waschstraße auf dem Gelände gehabt, wo man sich Mehrweg-Geschirr ausleihen konnte. Das konnte man an den Buden befüllen lassen und anschließend seinen Teller selbst abwaschen.	Waschstraße für die Verwendung von Mehrweg-Geschirr.	Einsatz von Mehrweg auf dem Festival.	K1
E2	20-25	Wenn man auf das Jahr 2014/15 zurückblickt wo wir angefangen haben und dann haben wir relativ schnell angefangen in den Verträgen mit unseren ja Gastro-Ständen festzuhalten, dass es nur Becher gibt, die danach gespült werden. Also jetzt keine Plastikbecher mehr, die weggeschmissen werden oder sowas. Oder im Foodbereich halt auch, dass dann auf Holz, Pappe was auch immer umgestiegen wird und kein Plastik mehr vorhanden ist, das war so einer der ersten Sachen.	Wenn man auf das Jahr 2014/15 zurückblickt wo wir angefangen haben und dann haben wir angefangen in den Verträgen mit unseren Gastro-Ständen festzuhalten, dass es nur Becher gibt, die gespült werden. Also keine Plastikbecher mehr, die weggeschmissen werden. Oder im Foodbereich, dass dann auf Holz, Pappe umgestiegen wird und kein Plastik mehr vorhanden ist, das war so einer der ersten Sachen.	Verwendung von Mehrwegbechern sowie Holz und Pappe im Foodbereich als nachhaltige Maßnahmen.		K1
E3	43/44	Da arbeiten wir gerade aktiv daran, Mehrweg auf der gesamten Veranstaltung einzuführen.	Da arbeiten wir gerade daran, Mehrweg auf der Veranstaltung einzuführen.	Mehrweg auf der Veranstaltung.		K1
E3	45-49	Haben da aber relativ viel verschiedenes unternommen, neben Gesprächen mit den Hygiene-Behörden, was eine große Rolle spielt bei der Sache, unter anderem in diesem Netzwerk von Bremer Veranstaltenden, von dem ich grad sprach, haben eine kleine Arbeitsgruppe Mehrweg gegründet, die sich um verschiedene Pilotprojekte in Sachen Mehrweg kümmert.	Haben verschiedenes unternommen, neben Gesprächen mit den Hygiene-Behörden, was eine große Rolle spielt bei der Sache, unter anderem in diesem Netzwerk von Bremer Veranstaltenden, von dem ich grad sprach, haben eine Arbeitsgruppe Mehrweg gegründet, die sich um verschiedene Pilotprojekte in Sachen Mehrweg kümmert.	Für die Umsetzung von Mehrweg auf dem Festival wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, die Pilotprojekte durchführt.		K1
E3	50-56	Wir haben eine Forderung für Mehrweg-Einsatz auf öffentlichen Veranstaltungen bei der Senatorin für Umwelt eingereicht, hatten da jetzt verschiedene Gespräche, vorab Gespräche mit den Regierungsparteien in Bremen. Sind im Bündnis für Mehrweg, vertreten das Thema in diversen auch Bremen übergreifenden Netzwerken. Sind im Austausch mit dem Tollwood-Festival beispielsweise, die Mehrweg einsetzen in München (...) oder dem Karneval der Kulturen in Berlin und bemühen und so auf quasi verschiedenen Ebenen um (...) die Reduktion von Plastik auf unseren Veranstaltungen in Bremen (...).	Wir haben eine Forderung für Mehrweg-Einsatz auf öffentlichen Veranstaltungen bei der Senatorin für Umwelt eingereicht, hatten vorab Gespräche mit den Regierungsparteien in Bremen. Sind im Bündnis für Mehrweg, vertreten das Thema in diversen Bremen übergreifenden Netzwerken. Sind im Austausch mit dem Tollwood-Festival beispielsweise, die Mehrweg einsetzen in München oder dem Karneval der Kulturen in Berlin und bemühen uns auf verschiedenen Ebenen um die Reduktion von Plastik auf unseren Veranstaltungen in Bremen.	Reduzierung von Plastik durch Mehrweg. Dafür werdem Gespräche mit der Politik, Mitstreitenden und Vorreitenden geführt.		K1
E4	262-264	Wir hatten auf jeden Fall, eigentlich in einem älteren Konzept fürs diesjährige Festival, mal geplant kleine Snacks auszugeben in Glasbehältern, wo man dann Pfand drauf zahlt oder die man dann einfach behalten kann. Ansonsten natürlich Mehrweg.	Wir hatten auf geplant kleine Snacks auszugeben in Glasbehältern, wo man Pfand drauf zahlt oder die man behalten kann. Ansonsten natürlich Mehrweg.	Speisen in Glasbehältern mit Pfand oder Mehrweg.		K1

E1	37-41	Da sind wir auch relativ stark aufgestellt, wenn du dir mal die Homepage bei uns anschaust, da wirst du die soziale Nachhaltigkeit viel stärker im Fokus sehen und wir sind jetzt zunehmend damit beschäftigt, die ökologische Nachhaltigkeit hier auch zu beachten oder zu bearbeiten, indem wir versuchen einen CO2-Fußabdruck für uns zu ermitteln und dann auch zu gucken, wo können wir dann da auch besser werden, ja, (ja) ja so das würde ich mal so.	Da sind wir stark aufgestellt, wenn du dir die Homepage bei uns anschaust, da wirst du die soziale Nachhaltigkeit stärker im Fokus sehen und wir sind zunehmend damit beschäftigt, die ökologische Nachhaltigkeit zu bearbeiten, indem wir versuchen einen CO2-Fußabdruck für uns zu ermitteln und zu gucken, wo können wir besser werden.	Stark aufgestellt im Hinblick auf soziale Nachhaltigkeit. In den Anfängen zur Umsetzung von ökologischen Nachhaltigkeitsthemen.	Umsetzung von sozialer Nachhaltigkeit.	K1
E1	34-36	Da viel, viel mehr getrieben im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit, also indem man Jugendliche, Kinder in den Sport bringt, indem man dort versucht, dass eben auch Kinder aus benachteiligten Familien den Zugang zum Sport haben.	Viel mehr getrieben im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit, indem man Jugendliche, Kinder in den Sport bringt, indem man dort versucht, dass Kinder aus benachteiligten Familien den Zugang zum Sport haben.	Umsetzung von sozialer Nachhaltigkeit, in dem Kindern und Jugendlichen aus benachteiligten Familien der Zugang zum Sport ermöglicht wird.		K1
E3	61-63	Und was bei der *** eine relativ große Herausforderung, aber auch ein wichtiger Punkt für uns ist, ist tatsächlich Inklusion, also die *** so bunt wie sie ist für alle zugänglich zu machen.	Und was bei der *** eine große Herausforderung, aber auch ein wichtiger Punkt für uns ist, ist Inklusion, also die *** so bunt wie sie ist für alle zugänglich zu machen.	Inklusion wichtiger Bestandteil der Veranstaltung.		Inklusion bei der Veranstaltung.
E4	251-256	Das was auch fürs *** steht, ist eben diese Nachwuchs-Ausbildung, also das *** wird ja immer von unerfahrenen Studis veranstaltet und nicht von den Besten, die in dieser Branche tätig sind, sondern hier ist gerade das Ding, dass man das irgendwie ganz neu immer denkt und Menschen da hat, die noch nie sowas gemacht haben und dadurch natürlich auch einen ganz anderen Blick drauf haben, als wenn da jetzt gesagt wird wir machen es immer so, also kommen immer frische Ideen rein.	Das was auch fürs *** steht, ist diese Nachwuchs-Ausbildung, also das *** wird von unerfahrenen Studis veranstaltet und nicht von den Besten, die in dieser Branche tätig sind, sondern hier ist das Ding, dass man das irgendwie ganz neu immer denkt und Menschen da hat, die noch nie sowas gemacht haben und dadurch natürlich auch einen ganz anderen Blick drauf haben, also kommen frische Ideen rein.	Nachwuchs-Ausbildung durch unerfahrene Student*innen, die das Festival mitplanen und neue Ideen einbringen.	Nachwuchs-Ausbildung als Bestandteil sozialer Nachhaltigkeit.	K1
E1	167-171	Ja, ansonsten sind natürlich nachhaltig, also innerhalb der eigenen Organisation, innerhalb des Büros, da hast du natürlich auch Dinge, aber die kannst du natürlich relativ schnell (...) einführen, indem du sagst hier wir machen Mülltrennung. Also so wie man es von zuhause kennt. Und wir versuchen hier (...) das Büro möglichst papierfreizuhalten, sondern wir versuchen hier digital zu werden.	Ansonsten sind nachhaltig, innerhalb der eigenen Organisation, innerhalb des Büros hast du Dinge, aber die kannst du relativ schnell einführen, indem du sagst wir machen Mülltrennung. Also wie man es von zuhause kennt. Und wir versuchen das Büro papierfreizuhalten, wir versuchen digital zu werden.	Nachhaltige Maßnahmen sind innerhalb der Organisation relativ einfach umzusetzen (Mülltrennung, Papier einsparen)	Nachhaltige ökologische Maßnahmen in der eigenen Organisation.	K1
E3	56/57	Strom ist bei uns innerstädtisch und ist quasi Ökostrom. Also das Thema ist soweit abgehakt.	Strom ist bei uns innerstädtisch und ist Ökostrom. Das Thema ist abgehakt.	Nutzung von Ökostrom bereits umgesetzt.	Nutzung von Ökostrom.	K1
E1	172-176	Strom ist ja auch ein Riesenthema. Energie bei Veranstaltung. Kaufst du ökologischen Strom also CO2 neutralen Strom oder nicht? Könnte man ja. Also wir hier im *** haben das. Unser Strom kommt aus einem norwegischen Wasserkraftwerk. Kostet dann natürlich ein bisschen, aber am Ende des Tages ist es uns das wert.	Strom ist ein Riesenthema. Energie bei Veranstaltung. Kaufst du ökologischen Strom also CO2 neutralen Strom oder nicht? Könnte man ja. Wir im *** haben das. Unser Strom kommt aus einem norwegischen Wasserkraftwerk.	Energie ist ein großes Thema bei Veranstaltungen. Verwendung von ökologischem Strom.		K1
E2	59-61	Ja, das ist auch so eines der Themen an denen wir arbeiten und in den ersten Jahren haben wir auch unseren Strom nicht über Aggregate bezogen, sondern Feststrom, weil an unserem Gelände gab es einen Stromanschluss und der wurde dann über die EWE bezogen.	Das ist auch so eines der Themen an denen wir arbeiten und in den ersten Jahren haben wir unseren Strom nicht über Aggregate bezogen, sondern Feststrom, weil an unserem Gelände gab es einen Stromanschluss und der wurde dann über die EWE bezogen.	Feststrom also Stromversorgung als Alternative zu Aggregaten.	Feststrom statt Aggregate.	K1

E1	104/105	Und ich glaube, das ist in unserem Arbeitsalltag so, wir wollen eher reduzieren, bevor wir kompensieren wollen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit.	Das ist in unserem Arbeitsalltag so, wir wollen reduzieren, bevor wir kompensieren wollen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit.	Ökologische Nachhaltigkeit nach dem Prinzip reduzieren vor kompensieren	Reduzieren vor kompensieren.	K1
E1	120-121	Wir nehmen am Race to Zero teil. Also wir wollen (...) CO2 neutral werden, das ist unser Ziel. Ob wir das Ziel erreichen, wissen wir im Augenblick nicht.	Wir nehmen am Race to Zero teil. Wir wollen CO2 neutral werden, das ist unser Ziel. Ob wir das Ziel erreichen, wissen wir im Augenblick nicht.	CO2 Neutralität als ein Unternehmensziel.	CO2 neutral werden.	K1
E2	25-29	Und dann hatten wir auch nochmal gemerkt, wenn wir Sponsoren haben, dass die oft Plastik-Scheiße als Geschenke haben. Also so Regenponchos und keine Ahnung, diese Leuchtstäbe und alles sowas. (...) Als wir das gesehen haben, das erste Mal, haben wir auch angefangen das zu verbannen, zu sagen hey, das ist zu viel Müll und (...) das ist so für 10 Minuten geil und dann wird es weggeschmissen.	Dann hatten wir gemerkt, wenn wir Sponsoren haben, dass die oft Plastik-Scheiße als Geschenke haben. Also so Regenponchos, diese Leuchtstäbe und sowas. Als wir das gesehen haben, haben wir angefangen das zu verbannen, zu sagen, das ist zu viel Müll.	Unnötige Give-aways von Sponsoren sind auf dem Festival nicht gestattet.	Keine unnötigen Give-aways.	K1
E2	41-45	Wir versuchen schon, dass Leute mit dem Zug kommen und sich zusammenschließen indem wir auch aktiv sagen, dass wir das Line-Up so gestalten, dass die letzte Band dann vorbei ist wenn noch Züge fahren und wir haben auch extra einen Platz, wo man (...) Fahrräder anschließen kann und so weiter und es kommen halt schon auch viele mit dem Fahrrad.	Wir versuchen, dass Leute mit dem Zug kommen und sich zusammenschließen indem wir sagen, dass wir das Line-Up so gestalten, dass die letzte Band dann vorbei ist wenn noch Züge fahren und wir haben extra einen Platz, wo man Fahrräder anschließen kann und es kommen viele mit dem Fahrrad.	Im Bereich Mobilität werden das Line-Up an die Zugverbindungen angepasst und Fahrradparkplätze angeboten.	Fahrradstellplätze und attraktive Zugverbindung.	K1
E4	33-35	Und beim Wacken Festival gibt es wahrscheinlich ab nächstem Jahr C to C Merch-Artikel von einem Prof der hier an der Uni einen Lehrauftrag hat.	Beim Wacken Festival gibt es wahrscheinlich ab nächstem Jahr C to C Merch-Artikel.	Nachhaltiges Merchandise beim einem großen Festival.	Nachhaltige Merchandise-Produkte.	K1
E2	219-223	Also bei uns ist es zum Beispiel so, dass wir unser Merchandise nur nachhaltig und fair machen. Das ist schon echt teuer. Man könnte das mindestens für die Hälfte einkaufen, aber das wäre dann halt ja, ich sage mal vom T-Shirt ein Ausbeutungs-T-Shirt, sage ich mal. Und da versuchen wir komplett, das nur vorzugeben. Also es gibt gar nicht die Wahl das Billige zu kaufen. Wir machen es einfach so, aber wir verdienen ja ehrlich gesagt nichts dran.	Bei uns ist es so, dass wir unser Merchandise nur nachhaltig und fair machen. Das ist schon teuer. Man könnte das mindestens für die Hälfte einkaufen, aber das wäre dann, ich sage mal vom T-Shirt ein Ausbeutungs-T-Shirt. Und da versuchen wir komplett, das nur vorzugeben. Es gibt gar nicht die Wahl das Billige zu kaufen. Wir machen es, aber wir verdienen ja ehrlich gesagt nichts dran.	Merchandise gibt es auf dem Festival ausschließlich nachhaltig und fair. Das verursacht höhere Kosten, sodass das Festival an dem Merchandise kein Geld verdient.		K1
E2	249-254	Wir haben für uns halt immer von Anfang an gesagt, für uns ist wichtig, dass wir eine gute Qualität abliefern. Wir sind ein kleines Festival, Qualität ist immer sehr, sehr wichtig für uns. Und wenn du da jetzt billige T-Shirt lieferst, was nach dreimal waschen reißt, das würde auch nicht zu uns passen. Und dann war eigentlich klar, dass man da auch im Bereich Nachhaltigkeit etwas machen muss. Und so ist das dann halt entstanden.	Wir haben für uns von Anfang an gesagt, dass wir eine gute Qualität abliefern. Wir sind ein kleines Festival, Qualität ist sehr wichtig für uns. Und wenn du da jetzt billige T-Shirt lieferst, was nach dreimal waschen reißt, das würde nicht zu uns passen. Dann war klar, dass man da auch im Bereich Nachhaltigkeit etwas machen muss. Und so ist das entstanden.	Im Bereich Merchandise wird viel Wert auf Nachhaltigkeit und Qualität der Produkte gelegt.		K1

E3	28-34	Wir haben in Zusammenarbeit mit der Klimawerkstatt einen Nachhaltigkeits-Erlebnisraum geschaffen. Wir haben Mülltrennung auf dem Gelände gehabt und entsprechende Müll-Scouts. Auch eine kleine psychologische Mülltonne die witzige Geräusche gemacht hat, wenn man denn da Sachen reingeworfen hat, hatten ein Lastenrad-Rennen und haben so quasi auf ganz vielen verschiedenen Ebenen Nachhaltigkeit auf der Veranstaltung eingeführt. Also sowohl in dem Aspekt der Bildung für nachhaltige Entwicklung als auch dann eben in verschiedenen internen Dimensionen.	Wir haben einen Nachhaltigkeits-Erlebnisraum geschaffen. Wir haben Mülltrennung auf dem Gelände gehabt und entsprechende Müll-Scouts. Eine psychologische Mülltonne die witzige Geräusche gemacht hat, wenn man da Sachen reingeworfen hat, hatten ein Lastenrad-Rennen und haben so auf vielen verschiedenen Ebenen Nachhaltigkeit auf der Veranstaltung eingeführt. Sowohl in dem Aspekt der Bildung für nachhaltige Entwicklung als auch dann eben in verschiedenen internen Dimensionen.	Nachhaltige ökologische Maßnahmen auf mehreren Ebenen. Im Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung der Besuchenden und verschiedenen Dimensionen, die das Festival selbst betreffen.	Nachhaltige ökologische Maßnahmen auf mehreren Ebenen. Umsetzung von Nachhaltigkeit auf allen Ebenen. Erste nachhaltige Aspekte auch bei großen Festivals.	K1
E4	20-24	Ja das ist der Hauptfokus beim ***, also da geht es darum Veranstaltungen nachhaltig zu denken, (...) in allen möglichen Bereichen. Also sei es jetzt das Booking-Team, das sie schauen, dass es möglichst divers ist und das die Acts nicht von zu weit her anreisen um dann zu viele Emissionen (...) auszustoßen oder das wir bereits bestehende Ressourcen upcyclen. Also wir versuchen wirklich alles was wir machen irgendwie nochmal ein bisschen nachhaltiger zu denken.	Das ist der Hauptfokus beim ***, also da geht es darum Veranstaltungen nachhaltig zu denken, in allen möglichen Bereichen. Also sei es das Booking-Team, das sie schauen, dass es divers ist und das die Acts nicht von zu weit her anreisen um dann zu viele Emissionen auszustoßen oder das wir bestehende Ressourcen upcyclen. Wir versuchen wirklich alles was wir machen irgendwie nochmal ein bisschen nachhaltiger zu denken.	Fokus liegt auf einer Umsetzung von Nachhaltigkeit in allen Bereichen.		K1
E4	30-33	Sieht man ja auch bei den ganz großen Festivals, die normalerweise nicht dafür bekannt sind super nachhaltig zu sein, aber beim Hurricane gibt es ja auch schon seit einigen Jahren dieses Green Camping zum Beispiel. Die lassen sich auch von Fachleuten beraten wie sie noch nachhaltiger agieren können.	Sieht man bei den großen Festivals, die normalerweise nicht dafür bekannt sind super nachhaltig zu sein, aber beim Hurricane gibt es schon seit einigen Jahren dieses Green Camping. Die lassen sich auch von Fachleuten beraten wie sie nachhaltiger agieren können.	Große Festivals stehen normalerweise nicht für Nachhaltigkeit. Setze aber erste Maßnahmen um und lassen sich dahingehend beraten.		K1
E3	23-27	Wir wollten, ausgestattet mit Fördergeld von der Senatorin für Umwelt in Bremen, in verschiedenen Bereichen der Veranstaltung untersuchen, wie man eigentlich ein Festival nachhaltig gestalten kann und hatten da ganz verschiedene Aktionen auf dem Gelände: Eine Solaranlage und eine Fahrrad Power Stage, also eine mit Muskelkraft betriebene Bühne.	Wir wollten, ausgestattet mit Fördergeld von der Senatorin für Umwelt in Bremen, in verschiedenen Bereichen der Veranstaltung untersuchen, wie man ein Festival nachhaltig gestalten kann und hatten verschiedene Aktionen auf dem Gelände: Eine Solaranlage und eine Fahrrad Power Stage, also eine mit Muskelkraft betriebene Bühne.	Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen finanziert durch Fördergeldern, um zu untersuchen mit welchen Aktionen ein Festival nachhaltig gestaltet werden kann.	Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen finanziert durch Fördergelder.	K1
E2	155-157	Also wir haben es bisher so gemacht, dass wir die Tickets eigentlich relativ stabil gehalten haben und wir haben uns jedes Jahr ein, zwei Projekte vorgenommen, die wir umsetzen, auf eigenes Risiko oder auf eigene Kosten.	Wir haben es bisher so gemacht, dass wir die Tickets relativ stabil gehalten haben und wir haben uns jedes Jahr ein, zwei Projekte vorgenommen, die wir umsetzen, auf eigenes Risiko oder auf eigene Kosten.	Jedes Jahr 1-2 nachhaltige Projekte auf eigenes Risiko und eigene Kosten umgesetzt.	Nachhaltige Projekte auf eigenes Risiko und eigene Kosten.	K1
E1	150-152	Und da sind wir gerade, dass wir bestimmte Leute haben, die sich innerhalb der anderen Teams, anderen Abteilungen, anderen Bereiche sich dieses Nachhaltigkeitsthemas annehmen. Und dort auch dann kontrovers mit anderen Kollegen diskutieren.	Da sind wir gerade, dass wir bestimmte Leute haben, die sich innerhalb der anderen Teams, anderen Abteilungen, anderen Bereiche sich dieses Nachhaltigkeitsthemas annehmen. Und kontrovers mit anderen Kollegen diskutieren.	Nachhaltigkeitsbeauftragte bringen das Thema in alle Bereiche und stehen für einen Austausch bereit.	Einsatz von Nachhaltigkeitsbeauftragten.	K1
E3	40-43	Für mich beruflich ist es dann nach Projektabschluss oder während des Projekts sogar noch übergegangen zu ***, wo ich jetzt im Team Nachhaltigkeit bin, also einer von den beiden bin, die sich Gedanken um Nachhaltigkeit machen.	Für mich beruflich ist es nach Projektabschluss oder während des Projekts übergegangen zu ***, wo ich im Team Nachhaltigkeit bin, also einer von den beiden bin, die sich Gedanken um Nachhaltigkeit machen.	Es gibt Mirarbeitende im Team, die sich Gedanken zum Thema Nachhaltigkeit machen.		K1

E3	167-270	Und da fing das Ganze ja eigentlich an und (...) der Hauptgrund war eigentlich eine Risiko-Vermeidungsstrategie für FKP, würde ich jetzt einfach mal sagen, sich mit solchen Themen zu befassen und das Ganze dann konsequent durchdekliniert.	Da fing das Ganze an und der Hauptgrund war eine Risiko-Vermeidungsstrategie für FKP, würde ich sagen, sich mit solchen Themen zu befassen.	Nachhaltigkeit wird teilweise lediglich als Risiko-Vermeidungsstrategie umgesetzt.	Nachhaltigkeit lediglich als Risiko-Vermeidungsstrategie.	K2
E2	263/264	Ja, also wir machen schon ein paar Sachen, aber auf jeden Fall nicht genug. Also es gibt schon noch mehr Sachen, die man machen kann.	Wir machen schon ein paar Sachen, aber auf jeden Fall nicht genug. Es gibt noch mehr Sachen, die man machen kann.	Es werden schon einige Maßnahmen umgesetzt, aber nicht in einem ausreichenden Maß.	Umsetzung von zu wenigen nachhaltigen Maßnahmen.	K2
E1	65/66	Also ich habe eher das Gefühl, dass es so einige Festivals gibt, wo man dann bewusster sagt kommt scheißegal, jetzt mal 4 Tage gar nix. Lass mich mal in Ruhe.	Ich habe das Gefühl, dass es Festivals gibt, wo man bewusster sagt kommt scheißegal, jetzt mal 4 Tage gar nix.	Es gibt Festivals, bei denen spielt Nachhaltigkeit keine Rolle.	Es gibt Festivals, bei denen spielt Nachhaltigkeit keine Rolle.	K2
E1	54/55	Es gibt auch sicherlich ein paar Veranstalter die sagen ey komm ey überhaupt gar kein Bock drauf, lassen wir erstmal.	Es gibt sicherlich Veranstalter die sagen überhaupt gar kein Bock drauf, lassen wir erstmal.	Es fehlt die Bereitschaft in der Branche nachhaltiger zu handeln.	Bereitschaft zum nachhaltigen Handeln fehlt.	K2
E1	221/222	Auf der einen Seite muss die Überzeugung bei den Veranstaltern da sein, dass das eine Notwendigkeit wird.	Auf der einen Seite muss die Überzeugung bei den Veranstaltern da sein, dass das eine Notwendigkeit wird.	Überzeugung bei den Veranstaltern muss gegeben sein.	Überzeugung bei Veranstaltern.	K2
E3	249-253	Genau also das sind so die Dimensionen, angefangen (...) innerhalb des Teams: Ressourcen, Geld, Team, ein weiterer direkte Stakeholder, wie die Gastronomen noch ein weiterer Behörden, Genehmigung, bis hin zu den Besuchern. So, wenn man das so als Ringdiagramm vorstellt sind das die Ebenen wo Nachhaltigkeit scheitern kann.	Das sind die Dimensionen, angefangen innerhalb des Teams: Ressourcen, Geld, Team, ein weiterer direkte Stakeholder, wie die Gastronomen noch ein weiterer Behörden, Genehmigung, bis hin zu den Besuchern. Wenn man das als Ringdiagramm vorstellt sind das die Ebenen wo Nachhaltigkeit scheitern kann.	Nachhaltigkeit kann an Ressourcen, Geld, Team, direkte Stakeholder, Behörden, Genehmigungen und den Besuchenden scheitern	Nachhaltigkeit kann auf vielen Ebenen scheitern.	K2
E1	213-216	Der Kunde nimmt eine Veranstaltung, nimmt das Thema der Veranstaltung wahr, den Künstler, das Sportereignis oder wie auch immer. Also da laufen eigentlich eher (...) diese Veranstalter so ein bisschen unter dem Radar.	Der Kunde nimmt das Thema der Veranstaltung wahr, den Künstler, das Sportereignis. Da laufen diese Veranstalter ein bisschen unter dem Radar.	Kunde nimmt in erster Linie das Thema der Veranstaltung wahr, nicht den Veranstaltern	Veranstalter stehen im Hintergrund.	K2
E4	156-158	Aber es gibt bestimmt auch Besuchende oder Interessierte, die sagen wie der Mensch, der sich über das Bifi-Verbot beschwert hat, der dann sagt, das ist mir alles zu Hippie mäßig, hab ich kein Bock drauf.	Es gibt Besuchende oder Interessierte, die sagen hab ich kein Bock drauf.	Manche Besuchende haben keine Lust nachhaltige Aspekte zu berücksichtigen.	Besuchende haben kein Interesse an Nachhaltigkeit.	K2
E4	158-162	Und ich glaube außerhalb meiner Öko-Bubble gibt es da ganz viele, die sagen ist mir scheißegal, ich will billiges Dosenbier da haben und hab super viele Plastikflaschen dabei, wenn ich auf dem Campingplatz bin und will das dann einfach nur da liegen lassen. Oder mein altes Zelt lasse ich liegen und dann interessiert es mich nicht, was damit passiert, weil lohnt sich für mich nicht das zusammenzupacken, hat eh nur 15 Euro kostet oder so.	Außerhalb meiner Öko-Bubble gibt es viele, die sagen ist mir scheißegal, ich will Dosenbier haben und hab viele Plastikflaschen dabei, wenn ich auf dem Campingplatz bin und will das da liegen lassen. Oder mein altes Zelt lasse ich liegen und dann interessiert es mich nicht, was damit passiert.	Manche Besuchende haben keine Lust nachhaltige Aspekte zu berücksichtigen.		K2

E1	203/ 204	Also wer zu Helene Fischer gehen will, der geht zu Helene Fischer und nicht, weil der Veranstalter Ökostrom kauft.	Wer zu Helene Fischer gehen will, der geht zu Helene Fischer und nicht, weil der Veranstalter Ökostrom kauft.	Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen, wie beispielsweise Ökostrom für Besucher*innen nicht ausschlaggebend.	Nachhaltigkeit für Besucher*innen nicht ausschlaggebend.	K2
E1	161- 165	Also wenn du über Veranstaltungen sprichst, hast du (...) es zum großen Teil in diesem Scoop 3 mit Besuchern zu tun, also immer mit Menschen, mit fremden Menschen und die müsste man dann ja so motivieren, steuern, beeinflussen, dass sie diesen Nachhaltigkeitsgedanken insbesondere bei An- und Abreise auch mittragen. Bin ich bereit öffentlichen Personennahverkehr zu nutzen. Für eine Anreise, sofern das überhaupt geht.	Wenn du über Veranstaltungen sprichst, hast du es zum großen Teil in diesem Scoop 3 mit Besuchern zu tun und die müsste man dann motivieren, steuern, beeinflussen, dass sie diesen Nachhaltigkeitsgedanken insbesondere bei An- und Abreise mittragen. Bin ich bereit öffentlichen Personennahverkehr zu nutzen. Für eine Anreise, sofern das geht.	Besucher*innen müssen Nachhaltigkeitsgedanken insbesondere bei An- und Abreise mittragen.	Besuchende müssen Nachhaltigkeitsgedanken mittragen.	K2
E1	71-73	Und wenn zum Wacken Open Air Leute aus Südamerika anreisen, dann könnte man sich theoretisch auch die Frage stellen muss das sein?	Wenn zum Wacken Open Air Leute aus Südamerika anreisen, dann könnte man sich die Frage stellen muss das sein?	Besuchende müssen Nachhaltigkeitsgedanken insbesondere bei An- und Abreise mittragen.		K2
E2	45-47	Autos sind halt auch zunehmend bei uns. Also mit der wachsenden Bekanntheit kommen die Leute von weiter weg, das ist schon natürlich ein Thema, was trotz des Bahnhofs, der bei uns direkt nebenan ist, schwierig ist.	Autos sind auch zunehmend bei uns. Mit der wachsenden Bekanntheit kommen die Leute von weiter weg, was trotz des Bahnhofs, der bei uns direkt nebenan ist, schwierig ist.	Durch die wachsende Bekanntheit des Festivals reisen die Besuchenden von weiter weg an und vermehrt mit dem Auto.		K2
E4	96/97	Wahrscheinlich gibt es noch super viel mehr, auch vielleicht so Bereitschaft von Externen (...) sich darauf einzulassen.	Wahrscheinlich gibt es viel mehr, auch Bereitschaft von Externen sich darauf einzulassen.	Bereitschaft von Externen sich auf Nachhaltigkeit einzulassen.		K2
E1	138- 141	Wenn du dann diese Bereiche Scoop 1, Scoop 2 und insbesondere Scoop 3 siehst (...) und unser Abdruck, 80 Prozent entstehen im Bereich des Scoop 3 durch Fanbewegung, Besucherbewegungen und solche Geschichten. Und das umfänglich gut zu erfassen, das ist ein Riesenproblem.	Wenn du dann diese Bereiche Scoop 1, Scoop 2 und insbesondere Scoop 3 siehst und unser Abdruck, 80 Prozent entstehen im Bereich des Scoop 3 durch Fanbewegung, Besucherbewegungen. Und das umfänglich gut zu erfassen, das ist ein Riesenproblem.	An- und Abreise machen 80% der CO2 Emissionen aus. Diesen Impact zu erfassen ist ein Problem.		K2
E2	119- 122	Aus Erfahrung klappt es, wenn man an verschiedenen Stellen so Behälter hinpackt, aber nur bis zu einem bestimmten Punkt, denn wenn es so langsam dunkel wird, Alkohol fließt, dann sind die Leute zu faul und schmeißen es einfach weg.	Aus Erfahrung klappt es, wenn man an verschiedenen Stellen Behälter hinpackt, aber nur bis zu einem bestimmten Punkt, denn wenn es dunkel wird, Alkohol fließt, dann sind die Leute zu faul und schmeißen es einfach weg.	Besucher*innen müssen Nachhaltigkeitsgedanken. Durch Dunkelheit und Alkohol wird dieser Aspekt erschwert.		K2
E2	269- 271	Und man muss auch wirklich sagen, auch nicht böse gemeint, aber es ist schon eher, dass Leute aus der Stadt sich mehr damit beschäftigen als bei uns auf dem Dorf, hab ich das Gefühl.	Man muss sagen, nicht böse gemeint, aber es ist schon eher, dass Leute aus der Stadt sich mehr damit beschäftigen als bei uns auf dem Dorf.	Menschen aus der Stadt setzen sich eher mit Nachhaltigkeit auseinander, als Menschen in ländlichen Regionen.		K2

E3	223-230	Auf Seiten der Veranstalter*in und woran es auch scheitern kann (...) sind einfach die Besucherinnen, Besucher muss man klar so sagen. Wir hatten ja beim *** ja ein Mülltrennungssystem ausprobiert, das checken die Menschen einfach nicht, wo jetzt was reinkommt, weil das checkt man ja schon im privat Umfeld nicht, wo jetzt etwas reinkommt und das man den Joghurtdeckel auf jeden Fall von der Joghurtpackung abziehen muss, damit es recycelbar ist und welchen Anteil von Alufolie da jetzt reingehört in gelben Sack und welcher wiederum nicht. Und (...) wie beschichtet das Papier sein darf, damit es noch Papier ist.	Woran es scheitern kann sind die Besucherinnen, Besucher muss man klar sagen. Wir hatten beim *** ein Mülltrennungssystem ausprobiert, das checken die Menschen nicht, wo was reinkommt, weil das checkt man im privat Umfeld nicht, wo etwas reinkommt und das man den Joghurtdeckel auf jeden Fall von der Joghurtpackung abziehen muss, damit es recycelbar ist und welchen Anteil von Alufolie da reingehört in gelben Sack und welcher wiederum nicht. Und wie beschichtet das Papier sein darf, damit es noch Papier ist.	Besuchende müssen die nachhaltigen Maßnahmen mittragen. Fehlende Aufklärung über Nachhaltigkeit kann die Umsetzung einer nachhaltigen Veranstaltung gefährden.		K2
E3	232-236	Und du kannst dein Festival noch so schön und grün und nachhaltig gestalten, wenn am Ende deine Besucherinnen und Besucher und die wollen wir ja im Prinzip auch so haben, aber Samstagabend alle besoffen sind und ihre Kippen in die Weser kippen. Ja, schade, dann ist es halt für die Umwelt am Ende doch nichts geworden und dann ist das Nachhaltigste, die Veranstaltung zu lassen.	Du kannst dein Festival noch so schön und grün und nachhaltig gestalten, wenn am Ende deine Besucherinnen und Besucher und die wollen wir im Prinzip auch so haben, aber Samstagabend alle besoffen sind und ihre Kippen in die Weser kippen. Schade, dann ist es für die Umwelt am Ende nichts geworden und dann ist das Nachhaltigste, die Veranstaltung zu lassen.	Fehlverhalten von Besuchenden kann die Nachhaltigkeit einer Veranstaltung gefährden.		K2
E1	223-227	Deswegen glaube ich, auch dass staatliches Handeln dazu führen muss, dass auch ein gewisser Druck ausgeübt wird in Form von Besteuerung, wenn gewisse Nachhaltigkeitsthemen eben nicht umgesetzt werden und dann wird es halt einfach zu teuer für den Veranstalter und dann wird der sich auch schon fügen müssen.	Deswegen glaube ich, dass staatliches Handeln dazu führen muss, dass ein Druck ausgeübt wird in Form von Besteuerung, wenn gewisse Nachhaltigkeitsthemen nicht umgesetzt werden und dann wird es zu teuer für den Veranstalter und dann wird der sich fügen müssen.	Staatliches Handeln und das ausüben von Druck muss dazu führen, dass mehr Nachhaltigkeitsthemen umgesetzt werden.	Mangelnde staatliche Regelungen zur Umsetzung von Nachhaltigkeit.	K2
E1	227-229	Es gibt immer noch welche, die das Thema einfach nicht umfänglich auf dem Zettel haben und da wird ein gewisser Zwang kommen müssen.	Es gibt noch welche, die das Thema nicht umfänglich auf dem Zettel haben und da wird ein gewisser Zwang kommen müssen.	Es muss einen gewissen Zwang zum nachhaltigen Handeln geben.		K2
E4	203-206	Es ist sehr schwierig, da gesamt zu sagen, okay die sind nachhaltig, weil man kann auf der einen Seite super nachhaltig sich verhalten, auf der anderen Seite komplett gar nicht. Und schon ist die Frage, wo sind denn da so die Richtlinien mit denen man das bestimmt (...).	Es ist schwierig, da gesamt zu sagen, okay die sind nachhaltig, weil man kann auf der einen Seite nachhaltig sich verhalten, auf der anderen Seite komplett gar nicht. Und schon ist die Frage, wo sind denn die Richtlinien mit denen man das bestimmt.	Die Bewertung einer komplett nachhaltigen Veranstaltung ist schwierig, da die Richtlinien dafür fehlen.	Richtlinien fehlen.	K2
E1	19-22	Ich kann mich dann persönlich nochmal an den Evangelischen Kirchentag in Bremen erinnern, der bei seiner Ausschreibung Nachhaltigkeitsthemen verlangt hat, die dann aber in der Tiefe noch gar nicht so dann im weiteren Verlauf geprüft wurden, ob das nun auch wirklich so ist	Ich kann mich an den Evangelischen Kirchentag in Bremen erinnern, der bei seiner Ausschreibung Nachhaltigkeitsthemen verlangt hat, die aber in der Tiefe noch gar nicht geprüft wurden, ob das wirklich so ist.	Fehlende Kontrolle bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsthemen.		Kontrolle fehlt.
E1	235-257	Natürlich sind sie selbst in der Pflicht, aber man muss ihnen auch irgendwie ein Handwerkszeug an die Hand geben, wenn man denn dann will oder wenn man sich dafür entscheidet, dass man dann auch eine gewisse Hilfe kriegt.	Natürlich sind sie selbst in der Pflicht, aber man muss ihnen ein Handwerkszeug an die Hand geben, dass man Hilfe kriegt.	Unterstützung für Veranstalter bei der Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen	Unterstützung fehlt.	K2
E2	65-69	Das ist aber jetzt leider in den letzten Jahren so gewesen, (...) also diese Stromnetze sind nicht darauf ausgelegt, dass jemand für einen Tag sich an das Netz ran haut. Also das ist halt eine sehr sehr krasse Bürokratie und auch sehr teuer.	Das ist aber jetzt leider in den letzten Jahren so gewesen, also diese Stromnetze sind nicht darauf ausgelegt, dass jemand für einen Tag sich an das Netz ran haut. Das ist eine sehr krasse Bürokratie und sehr teuer.	Die Verwendung eines vorhandenen Stromnetzes scheiterte an der Bürokratie mit dem Anbietenden.	Bürokratie erschwert Umsetzung.	K2

E3	196-198	Eine weitere Schwierigkeit, aber das sind jetzt einzelne Umsetzungsthemen, (...) können Genehmigungs-Sachen sein. Wir haben wahnsinnige Probleme, unsere Mehrweg-Systeme mit den Hygiene-Behörden abzustimmen.	Eine weitere Schwierigkeit können Genehmigungs-Sachen sein. Wir haben wahnsinnige Probleme, unsere Mehrweg-Systeme mit den Hygiene-Behörden abzustimmen.	Genehmigungen können die Umsetzung von nachhaltigen Projekten erschweren.	Genehmigungen erschweren Umsetzung.	K2
E2	50-52	Wir haben viele Ideen für die Zukunft und da ist die Problematik eigentlich die Manpower, weil wir es ehrenamtlich machen und man sich da wirklich bei vielen Sachen ja einlesen muss, Konzepte erarbeiten und das schaffe ich halt einfach nicht mehr.	Wir haben viele Ideen für die Zukunft und da ist die Problematik die Manpower, weil wir es ehrenamtlich machen und man sich bei vielen Sachen einlesen muss und das schaffe ich halt einfach nicht mehr.	Für die Umsetzung von mehr Nachhaltigkeit fehlt Personal, um sich in die Thematik einzulesen.	Es fehlt Personal für die Umsetzung.	K2
E2	157-163	Bisher sind wir damit gut gefahren, aber wenn man sagt hey, wir wollen jetzt wirklich alle Schalter umsetzen und doppelt so viel Power rein machen, also sagen wir gleichen CO-2 der Anreise aus, wir wollen mit nachhaltiger Energie arbeiten, (...) alles an Gastro-Sachen soll waschen, wir wollen Müll trennen, wir wollen (...) alles was man sich vorstellen kann, dass wäre von heute auf morgen möglich. Wir könnten sagen, wenn wir ein, zwei Leute im Team haben, die sich drum kümmern, schaffen wir zum nächsten Festival.	Bisher sind wir damit gut gefahren, aber wenn man sagt wir wollen jetzt wirklich alle Schalter umsetzen und doppelt so viel Power rein machen, wir gleichen CO-2 der Anreise aus, wir wollen mit nachhaltiger Energie arbeiten, alles an Gastro-Sachen soll waschen, wir wollen Müll trennen, wir wollen alles was man sich vorstellen kann, dass wäre von heute auf morgen möglich. Wenn wir ein, zwei Leute im Team haben, die sich drum kümmern, schaffen wir zum nächsten Festival.	Mit 1-2 Personen mehr im Team wäre eine zeitnahe Umsetzung von weitreichenden ökologischen Nachhaltigkeitsmaßnahmen möglich.		K2
E2	264-266	Aber scheitert halt in der ersten Instanz an einer Person neben mir, die sich damit beschäftigt und Konzepte erstellt und dann in der zweiten manchmal bei Geld.	Aber scheitert in der ersten Instanz an einer Person neben mir, die sich damit beschäftigt und Konzepte erstellt und dann in der zweiten manchmal bei Geld.	Umsetzung scheitert in erster Instanz an fehlendem Personal und dann am Geld.		K2
E2	348-350	Aber es fehlt einfach die Person, die sagt ich hab da Bock drauf, ich überleg mal was man easy tauschen kann und das dann auch angeht.	Es fehlt die Person, die sagt ich hab da Bock drauf, ich überleg was man easy tauschen kann und das dann auch angeht.	Es fehlt eine Person mit Interesse am Thema Nachhaltigkeit.		K2
E2	362/363	Ja aber da muss man dann natürlich auch die Idee haben. Das muss jemand in die Hand nehmen und umsetzen.	Da muss man natürlich die Idee haben. Das muss jemand in die Hand nehmen und umsetzen.	Es fehlen Personen mit Ideen und für die Umsetzung.		K2
E3	192-195	Und deswegen ist einer der Hauptthemen, weshalb Nachhaltigkeit vielleicht nicht umgesetzt wird oder nicht so umgesetzt wird, wie man es vielleicht in einer optimalen Welt sich wünschen würde das Ressourcenthema. Kein Geld, keine personelle Kapazität dafür das Thema zu besetzen.	Deswegen ist einer der Hauptthemen, weshalb Nachhaltigkeit nicht umgesetzt wird oder nicht so umgesetzt wird, wie man es in einer optimalen Welt sich wünschen würde das Ressourcenthema. Kein Geld, keine personelle Kapazität dafür das Thema zu besetzen.	Finanzielle Mittel und personelle Kapazitäten sind die Hauptfaktoren warum Nachhaltigkeit nicht so fokussiert umgesetzt wird.		K2
E3	289-292	Man sollte nicht Nachhaltigkeit jetzt machen, weil das chick ist. Also da hat man relativ schnell dann auch diese Gefahr des Greenwashings. Und das ist eigentlich der falsche Ort, um so etwas zu tun, weil man dafür auch zu viel Potenzial dann verbrennt.	Man sollte nicht Nachhaltigkeit machen, weil das chick ist. Da hat man relativ schnell diese Gefahr des Greenwashings. Und das ist der falsche Ort, um so etwas zu tun, weil man dafür zu viel Potenzial verbrennt.	Nachhaltiges Handeln sollte nicht als Trend gesehen werden, da dadurch die Gefahr des Greenwashings besteht und man Potenzial verbrennt.	Gefahr von Greenwashing.	K2
E1	199-202	Erstmal muss er kein Greenwashing betreiben, sondern er muss aus voller Überzeugung und auch mit einer eigenen Strategie und mit einer eigenen Idee auch umsetzen. Das ist, glaube ich, ganz wichtig. Und wenn der Veranstalter dann glaubwürdig ist, dann ist das vielleicht ein Teil dessen, dass er (...) akzeptierter wird.	Erstmal muss er kein Greenwashing betreiben, sondern er muss aus voller Überzeugung und mit einer eigenen Strategie und mit einer eigenen Idee umsetzen. Und wenn der Veranstalter glaubwürdig ist, dann ist das ein Teil dessen, dass er akzeptierter wird.	Veranstaltende dürfen kein Greenwashing betreiben sondern müssen aus voller Überzeugung mit eigener Strategie handeln.	Handeln aus voller Überzeugung mit eigener Strategie notwendig.	K2

E2	128-130	Ja das wäre jetzt so ein Projekt gewesen, aber aufgrund Corona haben wir da jetzt keine Erfahrung, leider. (...)	Das wäre jetzt so ein Projekt gewesen, aber aufgrund Corona haben wir da jetzt keine Erfahrung.	Durch Corona verlangsamt sich die Umsetzung bei bestimmten Projekten.	Einfluss der Corona-Pandemie.	K2
E3	44/45	Sind jetzt durch die aktuelle Pandemiesituation ein bisschen ausgebremst worden.	Sind durch die Pandemiesituation ausgebremst worden.	Pandemiesituation brems die Umsetzung aus.		K2
E1	17/18	Gar nicht gemacht, weil gesagt die haben (seufzen) (...), wenn Rammstein kommt, die Frage nicht danach, ob wir ökologisch nachhaltig sind.	Gar nicht gemacht, weil die gesagt haben, wenn Rammstein kommt, die Frage nicht danach, ob wir ökologisch nachhaltig sind.	Künstler*innen haben kein Interesse an einer ökologischen Nachhaltigkeit von Veranstaltenden.	Fehlendes Interesse von Künstler*innen an Nachhaltigkeit.	K2
E3	202-211	Und neben Behörden, Genehmigungsthemen, was zum Beispiel auch die Sicherheit von Porzellan auf einer Großveranstaltung beispielsweise betrifft, können das auch Diskussionen mit, ich sag mal, Stakeholdern des Festivals sein. Ein Gastronom oder eine Gastronomin ist ja in der Regel in einem Verhältnis mit dir das sie dir eine Standmiete bezahlt, dass sie dort anbieten darf. Wenn du jetzt als Veranstalter Mehrweg einführen möchtest oder aber Mülltrennung oder aber (...) Recyclingkreislauf fürs Trinkwasser oder was auch immer man sich da so vorstellen kann, bist du so ein bisschen darauf angewiesen, dass der Gastronom die Gastronomen mitzieht und das kostet ja in der Regel für die mehr Geld. In irgendeiner Weise ein nachhaltiges System einzubauen kostet für die erstmal so mehr Geld, weil die haben in der Regel nichts davon, dass du als Veranstalter weniger Müll sammeln musst am Ende.	Und neben Behörden, Genehmigungsthemen, können das auch Diskussionen mit Stakeholdern des Festivals sein. Ein Gastronom oder eine Gastronomin ist in der Regel in einem Verhältnis mit dir das sie dir eine Standmiete bezahlt, dass sie dort anbieten darf. Wenn du als Veranstalter Mehrweg einführen möchtest oder aber Mülltrennung oder aber Recyclingkreislauf fürs Trinkwasser bist du darauf angewiesen, dass der Gastronom die Gastronomen mitzieht und das kostet in der Regel für die mehr Geld. Ein nachhaltiges System einzubauen kostet für die erstmal mehr Geld, weil die haben in der Regel nichts davon, dass du als Veranstalter weniger Müll sammeln musst am Ende.	Diskussionen mit Stakeholdern, wie Gastronomen, sind ein Problem. Denn diese müssen nachhaltige Maßnahmen in der Umsetzung mittragen auch wenn dies für sie finanzielle Einbußen bedeutet und sie von den Maßnahmen persönlich wenig nutzen ziehen.	Interessen der Stakeholder überschneiden sich mit den Nachhaltigkeitsaspekten.	K2
E3	239-247	Team insgesamt. (...) Also ein Bekenntnis zu einer nachhaltigen Veranstaltung, zu einer nachhaltigen Veränderung betrifft zwangsläufig jede Art von Managementprozess in der Festivalorganisation. Und wenn dein Team da nicht komplett hinter steht, (...) also Nachhaltigkeit als integriertes Management von allen in allem versteht und sagt na, wir haben doch jetzt hier den Nachhaltigkeitstyp, der da als Satellit alle drei Wochen machen wir einen Jour fix und dann wird das schon und der macht schon mal irgendwie ein bisschen was Grünes hier auf dem Festivalgelände, aber das ist nicht integriert in die gesamte Festivalphilosophie und in die Köpfe des Teams, dann wirst du das auch nur sehr begrenzt umsetzen können.	Team insgesamt. Also ein Bekenntnis zu einer nachhaltigen Veranstaltung betrifft jede Art von Managementprozess in der Festivalorganisation. Und wenn dein Team da nicht hinter steht, also Nachhaltigkeit als integriertes Management von allen in allem versteht und sagt wir haben doch hier den Nachhaltigkeitstyp, der als Satellit alle drei Wochen machen wir einen Jour fix und dann wird das schon und der macht ein bisschen was Grünes auf dem Festivalgelände, aber das ist nicht integriert in die gesamte Festivalphilosophie und in die Köpfe des Teams, dann wirst du das nur begrenzt umsetzen können.	Der Nachhaltigkeitsgedanke einer Veranstaltung muss vom gesamten Team mitgetragen werden.	Team muss Nachhaltigkeitsgedanken mittragen.	K2
E4	101-103	Und auch das Angebot von Partnerfirmen, würde ich sagen, ist (...) überschaubar. Also das man vielleicht Gastro-Unternehmen findet, die rein veganes Angebot machen oder sowas in die Richtung.	Das Angebot von Partnerfirmen ist überschaubar. Also das man vielleicht Gastro-Unternehmen findet, die veganes Angebot machen.	Das Angebot an Partnerfirmen ist überschaubar.	Überschaubares Angebot an Partnerfirmen.	K2
E2	38-41	Wir haben auch mal versucht einen Deal mit dem Metronom zu bekommen, weil wir gemerkt haben, dass wirklich bei uns auch sehr viele Leute mit dem Zug anreisen. Das hat aber nicht so richtig hingehauen oder man hat sich nicht so ganz für uns interessiert, weil wir auch sehr klein sind.	Wir haben versucht einen Deal mit dem Metronom zu bekommen, weil wir gemerkt haben, dass bei uns sehr viele Leute mit dem Zug anreisen. Das hat aber nicht hingehauen oder man hat sich nicht für uns interessiert, weil wir sehr klein sind.	Ein Deal mit einer Eisenbahngesellschaft scheiterte an der Größe des Festivals.	Kooperationen scheitern bei kleinen Festivals.	K2

E4	82-86	Und da kam dann die Antwort wissen wir nicht, haben wir jetzt keine Zeit, wir haben es gegoogelt, das ist das erste Ergebnis. Wir müssen schnell schnell machen, weil die Zeit knapp wurde. Also das ist, genau wie gesagt, ein zeitlicher Faktor, dass vielleicht nicht genug Zeit da ist sich genauer damit zu beschäftigen nachhaltige Lösungen zu finden und dann eben auch finanziell.	Sa kam die Antwort wissen wir nicht, haben wir jetzt keine Zeit, wir haben es gegoogelt, das ist das erste Ergebnis. Wir müssen schnell machen, weil die Zeit knapp wurde. Also das ist ein zeitlicher Faktor, dass nicht genug Zeit da ist sich damit zu beschäftigen nachhaltige Lösungen zu finden und dann auch finanziell.	Das Finden der nachhaltigsten Lösung wird durch den zeitlichen Faktor negativ beeinflusst.	Zeitlicher Faktor beeinflusst nachhaltige Umsetzungen.	K2
E4	78/79	Was erschwerend ist, ist auf jeden Fall ein zeitlicher und finanzieller Faktor (...).	Was erschwerend ist, ist ein zeitlicher und finanzieller Faktor.	Zeitlicher und finanzieller Faktor bremsen die Umsetzung.		K2
E1	121-127	Weil wir auch gewisse Dinge haben, wo wir schlicht und ergreifend nicht auf irgendetwas verzichten wollen oder können. Also wenn wir eine *** haben, wenn es auch eine *** ist, die muss mal fliegen. Weil wir brauchen sportlichen Erfolg. Und sportlicher Erfolg kann davon abhängen, ob ich nun irgendwie 12 Stunden im Zug sitze, eine Stunde im Flugzeug oder 12 Stunden im Bus oder so. Deswegen gibt es Notwendigkeiten, die wir haben werden, an denen wir nicht vorbeikommen.	Weil wir Dinge haben, wo wir nicht auf irgendetwas verzichten wollen oder können. Wenn wir eine *** haben, die muss mal fliegen. Wir brauchen sportlichen Erfolg. Und sportlicher Erfolg kann davon abhängen, ob ich 12 Stunden im Zug sitze, eine Stunde im Flugzeug oder 12 Stunden im Bus. Deswegen gibt es Notwendigkeiten, die wir haben, an denen wir nicht vorbeikommen.	Es gibt Prozesse die notwendig sind und nicht mit Nachhaltigkeit zu vereinbaren sind bzw. sich nicht nachhaltiger gestalten lassen.	Gewisse Prozesse lassen sich nicht nachhaltig gestalten.	K2
E4	116-121	(...) Bei unseren Merch-Artikeln, da haben wir tatsächlich ein regionales Unternehmen mit dem Druck beauftragt, was teurer gewesen wäre als andere Lösungen. Und sowieso auch bei den Rohmaterialien der Shirts haben wir natürlich nicht das genommen, was es dann bei H und M gibt, sondern Varianten die fair zahlen und Biobaumwolle haben und so weiter. Was ja auch natürlich mehr kostet, aber das war uns auf jeden Fall wichtiger.	(...) Bei unseren Merch-Artikeln, da haben wir ein regionales Unternehmen mit dem Druck beauftragt, was teurer gewesen wäre als andere Lösungen. Und sowieso auch bei den Rohmaterialien der Shirts haben wir nicht das genommen, was es dann bei H und M gibt, sondern Varianten die fair zahlen und Biobaumwolle haben. Was ja auch natürlich mehr kostet, aber das war uns auf jeden Fall wichtiger.	Nachhaltige Merchandiseartikel sind teurer.	Nachhaltigkeit kostet mehr Geld.	K2.1
E1	175/176	Kostet dann natürlich ein bisschen, aber am Ende des Tages ist es uns das wert.	Kostet ein bisschen, aber am Ende des Tages ist es uns das wert.	Nachhaltigkeit kostet mehr.	Höhere Kosten.	K2.1
E2	102-104	Aber ja, also man muss halt sagen Klimaschutz ist natürlich auch nicht günstig. (...) Jeder rechnet damit, dass es ein bisschen mehr kostet. Aber für Events ist das dann an manchen Punkten auch nicht so einfach.	Man muss sagen Klimaschutz ist nicht günstig. Jeder rechnet damit, dass es mehr kostet. Aber für Events ist das an manchen Punkten nicht einfach.	Klimaschutz kostet die Veranstaltenden mehr Geld.		K2.1
E2	70-73	Und das ist wirklich sehr absurd, denn es ist am Ende günstiger gewesen für uns und sicherer zwei Aggregate zu haben, also 2 Stromkreise, als uns an das Netz anzuschließen.	Das ist sehr absurd, denn es ist am Ende günstiger gewesen für uns und sicherer zwei Aggregate zu haben, also 2 Stromkreise, als uns an das Netz anzuschließen.	Anschluss an festes Stromnetz hat zu hohe Kosten verursacht.		K2.1
E2	363	Ein paar Euros kostet das natürlich auch wieder.	Ein paar Euros kostet das wieder.	Nachhaltigkeit kostet Geld.		K2.1
E2	104-109	Trenn-Toiletten zum Beispiel wo man ohne Wasser arbeiten muss. Das wollten wir schon vor Jahren bei uns gerne haben, ist aber einfach an den Grundkosten gescheitert, weil irgendwer diese Toiletten mit LKW zu uns fahren muss und so weiter und das wäre halt irgendwie, ich habe es nicht mehr genau im Kopf, aber drei, viermal so teuer, als wenn wir die Toilettenwagen aus dem nächsten Ort bei uns hinstellen.	Trenn-Toiletten wo man ohne Wasser arbeiten muss. Das wollten wir schon vor Jahren bei uns haben, ist aber einfach an den Grundkosten gescheitert, weil irgendwer diese Toiletten mit LKW zu uns fahren muss und das wäre drei, viermal so teuer, als wenn wir die Toilettenwagen aus dem nächsten Ort bei uns hinstellen.	Nachhaltige Tren-Toiletten sind 3-4 so teuer wie ein Toilettenwagen.		K2.1

E2	109-112	Also keine Chemie-Toiletten und das wollten wir dann gerne ändern in diese Kompost-Toiletten, ist aber einfach daran gescheitert, dass die Grundkosten so extrem hoch waren, dass das einfach nicht finanzierbar ist für uns als kleines Festival. Vor allem als Ein-Tages-Festival. Ich glaube so bei drei Tagen oder so ist es nochmal was anderes, weil sich das besser verteilt.	Also keine Chemie-Toiletten und das wollten wir ändern in diese Kompost-Toiletten, ist aber einfach daran gescheitert, dass die Grundkosten so extrem hoch waren, dass das nicht finanzierbar ist für uns als kleines Festival. Vor allem als Ein-Tages-Festival. Ich glaube bei drei Tagen ist es nochmal was anderes, weil sich das besser verteilt.	Kompost-Toiletten sind als kleines Ein-Tages-Festival finanziell nicht realisierbar. Bei mehreren Tagen wäre es vermutlich umsetzbar.	Höhere Kosten insbesondere für kleine Festivals nicht tragbar.	K2.1
E2	139-142	Also man muss einfach die Leute dazu kriegen, dass sie sagen mir ist es mehr Geld wert, weil wenn du diese Billigdinge hast, die du wegschmeißt das ist halt einfach unglaublich günstig und der Preis für diese wieder waschbar Becher ist wirklich nicht zu unterschätzen. Also das ist schon ein riesiger Mehraufwand gewesen für uns, den wir ja hingenommen haben.	Man muss die Leute dazu kriegen, dass sie sagen mir ist es mehr Geld wert, weil wenn du diese Billigdinge hast, die du wegschmeißt das ist unglaublich günstig und der Preis für diese wieder waschbar Becher ist nicht zu unterschätzen. Also das ist schon ein riesiger Mehraufwand gewesen für uns, den wir ja hingenommen haben.	Mehrwegbecher war ein erheblicher Mehraufwand, den sie aufgenommen haben.	Mehrwegbecher verursachen tragbare höhere Kosten.	K2.1
E1	25-28	Da hat man sich mehr und mehr Gedanken dazu gemacht und (...) man hat das dann hauptsächlich eher getrieben im Bereich der energetischen (...) Maßnahmen, in dem man sagt oh Mensch wenn wir jetzt hier ein Blockheizkraftwerk einführen oder Solarzellen aufs Dach schrauben, dann haben wir natürlich auch weniger Betriebskosten.	Da hat man sich mehr Gedanken dazu gemacht im Bereich der energetischen Maßnahmen, in dem man sagt wenn wir ein Blockheizkraftwerk einführen oder Solarzellen aufs Dach schrauben, dann haben wir weniger Betriebskosten.	Energetische Maßnahmen können Kosten einsparen.	Kosteneinsparungen durch energetische Maßnahmen.	K2.1
E4	110-116	Also am meisten Geld konnten wir tatsächlich dadurch sparen, dass wir schon bestehende Ressourcen weiterverwendet haben, also das wir zum Beispiel keine neuen Desinfektionsmittelspender gekauft haben, obwohl sie in unserer Förderung sogar abgedeckt gewesen wären. Also wir hätten diese Kosten dafür wiederbekommen. Aber statt die zu kaufen und dann den Rest des Jahres im Lager stehen zu haben oder eben auch an andere Festivals weiter zu verleihen, was wir auch geplant hatten, haben wir dann eigene gebaut, aus Holzresten, die wir noch dann bei uns im Keller hatten.	Am meisten Geld konnten wir dadurch sparen, dass wir schon bestehende Ressourcen weiterverwendet haben, also das wir zum Beispiel keine neuen Desinfektionsmittelspender gekauft haben, obwohl sie in unserer Förderung abgedeckt gewesen wären. Wir hätten diese Kosten dafür wiederbekommen. Aber statt die zu kaufen haben wir dann eigene gebaut, aus Holzresten, die wir dann bei uns im Keller hatten.	Geldeinsparung in Verbindung mit nachhaltigem Handeln durch die Verwendung von bestehenden Ressourcen.	Geldeinsparung durch die Verwendung bestehender Ressourcen.	K2.1
E3	211-214	Also klar, Nachhaltigkeit kann Geld sparen. Genau, Müllmanagement ist so ein klassisches Thema, wo auch Potenzial für eine Kosteneinsparung für die Veranstaltenden existiert, davon hat aber der einzelne Gastronom nichts.	Nachhaltigkeit kann Geld sparen. Müllmanagement ist ein klassisches Thema, wo Potenzial für eine Kosteneinsparung für die Veranstaltenden existiert, davon hat aber der einzelne Gastronom nichts.	Ein nachhaltiges Müllmanagement kann den Veranstaltenden finanziell entlasten, nicht aber die Standbetreibenden.	Manche Umsetzungen können die Veranstaltenden finanziell entlasten.	K2.1
E2	334/335	Und es kann ja auch einfach sein, wenn viel, viel mehr auf Nachhaltigkeit setzen, dass die Preise auch sinken.	Es kann sein, wenn viel mehr auf Nachhaltigkeit setzen, dass die Preise sinken.	Steigt die Nachfrage für nachhaltige Produkte könnten die Preise sinken.	Steigende Nachfrage für nachhaltige Produkte kann den Preis senken.	K2.1

E3	202-211	Und neben Behörden, Genehmigungsthemen, was zum Beispiel auch die Sicherheit von Porzellan auf einer Großveranstaltung beispielsweise betrifft, können das auch Diskussionen mit, ich sag mal, Stakeholdern des Festivals sein. Ein Gastronom oder eine Gastronomin ist ja in der Regel in einem Verhältnis mit dir das sie dir eine Standmiete bezahlt, dass sie dort anbieten darf. Wenn du jetzt als Veranstalter Mehrweg einführen möchtest oder aber Mülltrennung oder aber (...) Recyclingkreislauf fürs Trinkwasser oder was auch immer man sich da so vorstellen kann, bist du so ein bisschen darauf angewiesen, dass der Gastronom die Gastronomin mitzieht und das kostet ja in der Regel für die mehr Geld. In irgendeiner Weise ein nachhaltiges System einzubauen kostet für die erstmal so mehr Geld, weil die haben in der Regel nichts davon, dass du als Veranstalter weniger Müll sammeln musst am Ende.	Und neben Behörden, Genehmigungsthemen, können das auch Diskussionen mit Stakeholdern des Festivals sein. Ein Gastronom oder eine Gastronomin ist in der Regel in einem Verhältnis mit dir das sie dir eine Standmiete bezahlt, dass sie dort anbieten darf. Wenn du als Veranstalter Mehrweg einführen möchtest oder aber Mülltrennung oder aber Recyclingkreislauf fürs Trinkwasser bist du darauf angewiesen, dass der Gastronom, die Gastronomin mitzieht und das kostet in der Regel für die mehr Geld. Ein nachhaltiges System einzubauen kostet für die erstmal mehr Geld, weil die haben in der Regel nichts davon, dass du als Veranstalter weniger Müll sammeln musst am Ende.	Diskussionen mit Stakeholder, wie Gastronomen, sind ein Problem. Den diese müssen nachhaltige Maßnahmen in der Umsetzung mittragen auch wenn dies für sie finanzielle Einbußen bedeutet und sie von den Maßnahmen persönlich wenig nutzen ziehen.	Diskussionen mit Stakeholdern über finanzielle Einbußen.	K2.1
E3	214-216	Und dann hast du in dem Moment eine Diskussion, wo du mit demjenigen, der eigentlich dein Festival finanziert, durch die Standmieten, aber ein nachhaltiges Thema durchdiskutieren musst, was dir wichtig ist.	Dann hast du in dem Moment eine Diskussion, wo du mit demjenigen, der dein Festival finanziert, durch die Standmieten, aber ein nachhaltiges Thema durchdiskutieren musst, was dir wichtig ist.	Diskussionen mit Stakeholder, die das Festival mitfinanzieren sind ein Problem.		K2.1
E2	374-378	Aber ich glaube da hapert es denn einfach manchmal. (...) Es kann ja auch sein, wenn du zum Beispiel eine Förderung einreichst und dann kosten Toiletten auf einmal 4000 statt 2000 Euro, dann sagen die hä wieso ist das doppelt so teuer. Ja, weil es nachhaltig ist. Und dann muss nicht die Antwort heißen ah, könnt ihr noch weniger machen, sondern ah, nachhaltig finden wir gut so.	Ich glaube da hapert es manchmal. Es kann ja sein, wenn du zum Beispiel eine Förderung einreichst und dann kosten Toiletten auf einmal 4000 statt 2000 Euro, dann sagen die wieso ist das doppelt so teuer. Ja, weil es nachhaltig ist. Und dann muss nicht die Antwort heißen könnt ihr noch weniger machen, sondern nachhaltig finden wir gut so.	Nachhaltige Umsetzungen müssen bei der Unterstützung durch Fördergelder berücksichtigt werden.	Höhere Kosten müssen bei Fördergeldern berücksichtigt werden.	K2.1
E2	331-334	Und das funktioniert dann (...) über eine Laufzeit von drei bis fünf Jahren und dann schaut man, dass man diese Prozesse so langsam in die Festivals oder Veranstaltungen integriert und das sie dann von den Zuschauern wahrgenommen werden, akzeptiert werden und dann langsam auch zum Beispiel der Preis steigt.	Und das funktioniert dann über eine Laufzeit von drei bis fünf Jahren und dann schaut man, dass man diese Prozesse langsam in die Festivals oder Veranstaltungen integriert und das sie von den Zuschauern wahrgenommen werden, akzeptiert werden und langsam zum Beispiel der Preis steigt.	Unterstützung vom Staat für 3-5 Jahre. Dann sollten die Prozesse in die Veranstaltungen integriert sein und von den Zuschauenden akzeptiert werden, sodass der Preis für Veranstaltungen steigen kann.	Unterstützung vom Staat und langsamer Preisanstieg für nachhaltige Veranstaltungen.	K2.1
E3	328-331	Wenn es von außen vorgegeben ist hast du die Diskussion nicht mehr. Und dann musst du im Zweifelsfall auch nicht auf Geld aus deinen Standeinnahmen verzichten. Was du jetzt gerade musst, damit die sich drauf einlassen. Sondern kannst einfach deine Standmiete nehmen, damit deine Veranstaltung vernünftig durch finanzieren, was ein Thema der ökonomischen Nachhaltigkeit ist. Also bringt ja auch keinem was, wenn die nachhaltigen Veranstaltungen nicht überleben und die nicht nachhaltigen schon, so, genau deswegen wäre das die zweite Dimension.	Wenn es von außen vorgegeben ist hast du die Diskussion nicht mehr. Dann musst du im Zweifelsfall nicht auf Geld aus deinen Standeinnahmen verzichten. Was du jetzt gerade musst, damit die sich drauf einlassen. Sondern kannst deine Standmiete nehmen, damit deine Veranstaltung vernünftig finanzieren, was ein Thema der ökonomischen Nachhaltigkeit ist. Bringt keinem was, wenn die nachhaltigen Veranstaltungen nicht überleben und die nicht nachhaltigen schon, deswegen wäre das die zweite Dimension.	Politische Vorgaben würden langfristig die Finanzierung von nachhaltigen Veranstaltungen sichern.	Politische Vorgaben zur Finanzierung von nachhaltigen Veranstaltungen.	K2.1
E4	78/79	Was erschwerend ist, ist auf jeden Fall ein zeitlicher und finanzieller Faktor (...).	Was erschwerend ist, ist ein zeitlicher und finanzieller Faktor.	Zeitlicher und finanzieller Faktor bremsen die Umsetzung.	Fehlende finanzielle Mittel zur Umsetzung nachhaltiger	K2.1

E3	192-195	Und deswegen ist einer der Hauptthemen, weshalb Nachhaltigkeit vielleicht nicht umgesetzt wird oder nicht so umgesetzt wird, wie man es vielleicht in einer optimalen Welt sich wünschen würde das Ressourcenthema. Kein Geld, keine personelle Kapazität dafür das Thema zu besetzen.	Deswegen ist einer der Hauptthemen, weshalb Nachhaltigkeit nicht umgesetzt wird oder nicht so umgesetzt wird, wie man es in einer optimalen Welt sich wünschen würde das Ressourcenthema. Kein Geld, keine personelle Kapazität dafür das Thema zu besetzen.	Finanzielle Mittel und personelle Kapazitäten sind die Hauptfaktoren warum Nachhaltigkeit nicht so fokussiert umgesetzt wird.	Maßnahmen.	K2.1
E4	84-92	Also das ist, genau wie gesagt, ein zeitlicher Faktor, dass vielleicht nicht genug Zeit da ist sich genauer damit zu beschäftigen nachhaltige Lösungen zu finden und dann eben auch finanziell. Da könnte ich dir ein praktisches Beispiel nennen von Kabelbindern. Da hatte mein Kollege sich mal ein bisschen mehr mit beschäftigt und geschaut, ob es da welche gibt, die eben auch ökologisch abbaubar sind und hat dann Preise verglichen und es war ein wahnsinniger Unterschied, was die mehr gekostet haben. Also Tausende von Euro glaube ich. Und was überhaupt nicht realistisch ist, was man sich leisten kann als Veranstaltung, was dann eben dazu geführt hat, dass wir dann doch wieder die Blöden aus Plastik nehmen mussten.	Also das ist ein zeitlicher Faktor, dass nicht genug Zeit da ist sich genauer damit zu beschäftigen nachhaltige Lösungen zu finden und dann auch finanziell. Da könnte ich dir ein praktisches Beispiel nennen von Kabelbindern. Da hatte mein Kollege sich mit beschäftigt und geschaut, ob es da welche gibt, die ökologisch abbaubar sind und hat dann Preise verglichen und es war ein wahnsinniger Unterschied, was die mehr gekostet haben. Also Tausende von Euro glaube ich. Und was überhaupt nicht realistisch ist, was man sich leisten kann als Veranstaltung, was dann eben dazu geführt hat, dass wir dann doch wieder die Blöden aus Plastik nehmen mussten.	Zeitliche und finanzielle Faktoren beeinflussen nachhaltige Umsetzungen. Teilweise werden für nachhaltige Produkte Preise abgerufen, die man sich als Veranstaltung nicht leisten kann.		K2.1
E3	188-192	Geld ist ein ganz entscheidender Faktor. Wir leben in der Regel ja in einem sozialen Umfeld als Kulturschaffende in dem einfach tendenziell immer viel zu wenig Knete möglich ist, um überhaupt den Kern des Geschäftes, also das Organisieren einer Kulturveranstaltung, aufrechtzuerhalten und das funktioniert dann in erster Linie über Ehrenamtsmanagement und über aufopferungsvolle Arbeitsbedingungen der Beschäftigten.	Geld ist ein entscheidender Faktor. Wir leben in der Regel in einem sozialen Umfeld als Kulturschaffende in dem tendenziell immer zu wenig Knete möglich ist, um überhaupt den Kern des Geschäftes, also das Organisieren einer Kulturveranstaltung, aufrechtzuerhalten und das funktioniert in erster Linie über Ehrenamtsmanagement und über aufopferungsvolle Arbeitsbedingungen der Beschäftigten.	Geld ist eine entscheidene Ressource bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit, da in der Branche allgemein häufig zu wenig finanzielle Mittel vorhanden sind.	K2.1	
E2	264-266	Aber scheitert halt in der ersten Instanz an einer Person neben mir, die sich damit beschäftigt und Konzepte erstellt und dann in der zweiten manchmal bei Geld.	Aber scheitert in der ersten Instanz an einer Person neben mir, die sich damit beschäftigt und Konzepte erstellt und dann in der zweiten manchmal bei Geld.	Umsetzung scheitert in erster Instanz an fehlendem Personal und dann am Geld.	K2.1	
E2	172/173	Aber ja also, die Finanzierung ist tatsächlich ein sehr, sehr schwieriger Punkt.	Die Finanzierung ist ein sehr schwieriger Punkt.	Finanzierung von Nachhaltigkeit schwierig.	K2.1	
E2	219-223	Also bei uns ist es zum Beispiel so, dass wir unser Merchandise nur nachhaltig und fair machen. Das ist schon echt teuer. Man könnte das mindestens für die Hälfte einkaufen, aber das wäre dann halt ja, ich sage mal vom T-Shirt ein Ausbeutungs-T-Shirt, sage ich mal. Und da versuchen wir komplett, das nur vorzugeben. Also es gibt gar nicht die Wahl das Billige zu kaufen. Wir machen es einfach so, aber wir verdienen ja ehrlich gesagt nichts dran.	Bei uns ist es zum Beispiel so, dass wir unser Merchandise nur nachhaltig und fair machen. Das ist schon teuer. Man könnte das mindestens für die Hälfte einkaufen, aber das wäre dann, ich sage mal vom T-Shirt ein Ausbeutungs-T-Shirt. Und da versuchen wir komplett, das nur vorzugeben. Also es gibt gar nicht die Wahl das Billige zu kaufen. Wir machen es, aber wir verdienen ja ehrlich gesagt nichts dran.	Merchandise gibt es auf dem Festival ausschließlich nachhaltig und fair. Das verursacht höhere Kosten, sodass das Festival an dem Merchandise kein Geld verdient.	Nachhaltige Maßnahmen minimieren den Gewinn.	K2.1
E4	177-179	Und ich könnte mir vorstellen, dass das für viele große Veranstaltungen einfach wirtschaftliche Gründe sind, weshalb sie sich gegen nachhaltigere Lösungen entscheiden, weil die eben ja davon auch leben und damit das Geld machen müssen und bei uns beim *** ist es ja nicht so.	Ich könnte mir vorstellen, dass das für große Veranstaltungen wirtschaftliche Gründe sind, weshalb sie sich gegen nachhaltigere Lösungen entscheiden.	Große Veranstaltungen lehnen aus wirtschaftlichen Gründen nachhaltige Lösungen ab.	Wirtschaftliche Gründe vermindern die Umsetzung.	K2.1
E2	163	Aber auf keinen Fall zu den jetzigen Konditionen.	Auf keinen Fall zu den jetzigen Konditionen.	Zu den jetzigen finanziellen Konditionen könnte das Festival nicht zeitnah viele nachhaltige Aspekte umsetzen.	Konditionen für Nachhaltigkeit nicht tragbar.	K2.1

E4	93-95	Genau, das ist dann irgendwie ein Hindernis, was man erstmal nicht bewältigen kann, weil wahrscheinlich die Nachfrage nicht groß genug ist, als das die einen anderen vergleichbaren Preis anbieten können.	Das ist ein Hindernis, was man nicht bewältigen kann, weil die Nachfrage nicht groß genug ist, als das die einen anderen vergleichbaren Preis anbieten können.	Nachfrage für nachhaltige Produkte ist zu niedrig, sodass die Preise höher sind als bei vergleichbaren Produkten.	Niedrige Nachfrage für nachhaltige Produkte sorgt für höhere Preise.	K2.1
E2	165/166	Also ich glaube wir müssten mindestens 5 Euro pro Ticket draufschlagen damit das irgendwie hinkommt.	Ich glaube wir müssten mindestens 5 Euro pro Ticket draufschlagen damit das hinkommt.	Mehr Nachhaltigkeit hätte einen höheren Ticketpreis zur Folge.	Höherer Ticketpreis.	K2.1
E4	165/166	Vielleicht könnte es aber auch Menschen geben, die sagen oh anscheinend ist dadurch der Ticketpreis gestiegen. Finde ich unmöglich.	Vielleicht könnte es auch Menschen geben, die sagen anscheinend ist dadurch der Ticketpreis gestiegen. Finde ich unmöglich.	Einen steigenden Ticketpreis könnten nicht alle Besuchenden mittragen wollen.		K2.1
E2	307-315	Aber immer wieder heißt es dann so wir haben es auf dem Plan, aber wir können es uns nicht leisten. Ich glaube der größte Knackpunkt ist einfach wir können es uns nicht leisten und in dem Zuge auch die Unsicherheit, ob (...) ein Gast dann die fünf oder vielleicht sogar zehn Euro mehr zahlt. Ich glaube schon, dass die Leute bereit sind mehr Geld dafür auszugeben, aber man muss halt einfach bedenken, dass so kleine Festivals wie wir, die sich so bei 20-30 Euro bewegen und nur 1 000 Gäste haben, da braucht man dann halt schon 5, 6, 7, 8 oder 10 Euro mehr pro Person wenn man wirklich alles umsetzen will was man möchte und das sind halt dann 40 Euro und dann überlegt man sich das schon, weil wir wollen ja auch einen Ticketpreis haben, der auch für sozial Schwächere zugänglich ist.	Immer heißt es wir haben es auf dem Plan, aber wir können es uns nicht leisten. Ich glaube der größte Knackpunkt ist wir können es uns nicht leisten und in dem Zuge auch die Unsicherheit, ob ein Gast dann die fünf oder zehn Euro mehr zahlt. Ich glaube schon, dass die Leute bereit sind mehr Geld dafür auszugeben, aber man muss bedenken, dass kleine Festivals wie wir, die sich so bei 20-30 Euro bewegen und nur 1 000 Gäste haben, da braucht man schon 5, 6, 7, 8 oder 10 Euro mehr pro Person wenn man wirklich alles umsetzen will und das sind dann 40 Euro und dann überlegt man sich schon, weil wir wollen ja auch einen Ticketpreis haben, der auch für sozial Schwächere zugänglich ist.	Ein nachhaltiges Festival hätte einen erhöhten Ticketpreis für die Besuchenden zur Folge. Dadurch könnten sozial schwächere Personen von der Veranstaltung ausgeschlossen werden.		K2.1
E3	223-230	Auf Seiten der Veranstalter*in und woran es auch scheitern kann (...) sind einfach die Besucherinnen, Besucher muss man klar so sagen. Wir hatten ja beim *** ja ein Mülltrennungssystem ausprobiert, das checken die Menschen einfach nicht, wo jetzt was reinkommt, weil das checkt man ja schon im privat Umfeld nicht, wo jetzt etwas reinkommt und das man den Joghurtdeckel auf jeden Fall von der Joghurtpackung abziehen muss, damit es recycelbar ist und welchen Anteil von Alufolie da jetzt reingehört in gelben Sack und welcher wiederum nicht. Und (...) wie beschichtet das Papier sein darf, damit es noch Papier ist.	Auf Seiten der Veranstalter*in woran es scheitern kann sind die Besucherinnen, Besucher muss man klar sagen. Wir hatten beim *** ein Mülltrennungssystem ausprobiert, das checken die Menschen nicht, wo was reinkommt, weil das checkt man im privat Umfeld nicht.	Besuchende müssen die nachhaltigen Maßnahmen mittragen. Fehlende Aufklärung über Nachhaltigkeit kann die Umsetzung einer nachhaltigen Veranstaltung gefährden.	Fehlendes Wissen bei den Besuchenden.	K2.2
E2	277-284	Hab ich jetzt noch nicht recherchiert, weil das Festival ausgefallen ist, aber es gibt schon viele spannende Ideen, aber man braucht halt das Wissen zum Beispiel diese ganzen Teller und so, ich glaube aus Maisstärke oder so und viele kaufen die dann und schmeißen sie dann trotzdem weg und denken, das wäre erledigt. Aber das Problem ist, diese Teller oder diese Produkte aus Maisstärke sind nur nachhaltig, wenn die eine Firma recycelt, die darauf spezialisiert ist. Denn es fühlt sich an wie Plastik, es ist kein Plastik, aber es kann auch nicht recycelt werden, wenn man es in die gelbe Tonne schmeißt. Und das wissen halt viele nicht.	Hab ich noch nicht recherchiert, weil das Festival ausgefallen ist, aber es gibt viele spannende Ideen, aber man braucht das Wissen, zum Beispiel diese Teller, aus Maisstärke, viele kaufen die und schmeißen sie trotzdem weg und denken, das wäre erledigt. Aber das Problem ist, diese Teller oder diese Produkte aus Maisstärke sind nur nachhaltig, wenn die eine Firma recycelt, die darauf spezialisiert ist. Denn es fühlt sich an wie Plastik, es ist kein Plastik, aber es kann auch nicht recycelt werden, wenn man es in die gelbe Tonne schmeißt. Und das wissen halt viele nicht.	Für nachhaltiges Handeln wird Wissen über bestimmte Themen benötigt.		K2.2

E4	216-218	Und vielleicht auch nicht nur finanziell, sondern auch ideell, durch irgendwelche Workshops. Also das kann ja auch sein, dass die eben darüber aufklären, wie man nachhaltig wird, sowas in die Richtung.	Vielleicht nicht nur finanziell, sondern auch ideell, durch Workshops. Das die eben darüber aufklären, wie man nachhaltig wird.	Unterstützung in Form von Aufklärung über nachhaltiges Handeln.	Aufklärung über nachhaltiges Handeln notwendig.	K2.2
E4	61-64	Doch schon, ich finde es richtig hilfreich und sinnvoll, weil natürlich nicht alle, die eine Veranstaltung machen, auf einmal sich in diese ganzen Empfehlungen reinlesen können oder sich damit beschäftigen welche Materialien sind denn wirklich ökologisch und welche scheinen nur ökologisch zu sein.	Ich finde es hilfreich und sinnvoll, weil nicht alle, die eine Veranstaltung machen, sich in diese Empfehlungen reinlesen können oder sich damit beschäftigen welche Materialien sind denn wirklich ökologisch und welche scheinen nur ökologisch zu sein.	Nicht alle Veranstaltenden können sich mit allen Themen der Nachhaltigkeit befassen. Daher sind Leitfäden hilfreich und sinnvoll.	Veranstaltende können sich nicht mit allen Themen der Nachhaltigkeit befassen.	K2.2
E2	88-90	Aber da braucht man halt schon auch Leute, die da Ahnung von haben und sagen hey, ich hab da Bock das zu organisieren und kümmer mich darum. Das ist halt nichts was man mal eben nebenbei macht, leider.	Da braucht man Leute, die da Ahnung von haben und sagen ich hab Bock das zu organisieren und kümmer mich darum. Das ist nichts was man mal eben nebenbei macht.	Für die Umsetzung von mehr Nachhaltigkeit fehlt qualifiziertes Personal.	Es wird qualifiziertes Personal benötigt.	K2.2
E2	187-189	Es ist halt einerseits natürlich die geldtechnische Unterstützung, aber man braucht auch eigentlich Experten an die man sich wenden kann, weil es einfach nicht möglich ist, dass man sich in allen Bereichen auskennt.	Es ist einerseits die geldtechnische Unterstützung, aber man braucht Experten an die man sich wenden kann, weil es nicht möglich ist, dass man sich in allen Bereichen auskennt.	Es wird neben finanzieller Unterstützung auch die Unterstützung von Expert*innen in dem Bereich Nachhaltigkeit benötigt.	Finanzielle Unterstützung und Unterstützung von Expert*innen.	K2.2
E3	121-125	Und da muss man halt schauen, welche Bereiche bei sich auf der Veranstaltung tatsächlich ein Ding sind, (...) wo man irgendwo ansetzen möchte, ansetzen kann, muss reflektieren, okay, wie hoch ist eigentlich der Impact, den ich jetzt durch diesen Bereich erreiche? Das ist ja auch immer eine Frage, wie viel bringt das eigentlich am Ende? Und kann ich diesen Bereich überhaupt beeinflussen?	Da muss man schauen welche Bereiche bei sich auf der Veranstaltung ein Ding sind, wo man ansetzen möchte, muss reflektieren, wie hoch ist der Impact, den ich durch diesen Bereich erreiche? Das ist auch eine Frage, wie viel bringt das am Ende? Und kann ich diesen Bereich überhaupt beeinflussen?	Veranstaltende müssen einen Punkt zum ansetzen finden. Außerdem müssen Aspekte wie Einfluss der Maßnahmen und Effizienz berücksichtigt werden.	Einfluss und Effizienz der Maßnahmen müssen ermittelt werden.	K2.2
E1	130-134	Wir wollen unseren CO2 Abdruck möglichst auf null bringen, aber wir kennen ihn noch nicht zu hundert Prozent, das ist immer auch ein Riesenproblem. Du musst ja erst einmal wissen, von wo willst du denn überhaupt runter? Da gibt's natürlich viele Dienstleister und Agenturen, die dich da beraten können und wollen und die müssen aber erstmal das Geschäft verstehen.	Wir wollen unseren CO2 Abdruck möglichst auf null bringen, aber wir kennen ihn nicht zu hundert Prozent, das ist ein Riesenproblem. Du musst wissen, von wo willst du überhaupt runter? Da gibt's viele Dienstleister und Agenturen, die dich beraten können und die müssen aber erstmal das Geschäft verstehen.	Für CO2-Neutralität muss der CO2 Verbrauch bekannt sein. Dieser ist schwer zu ermitteln.	CO2 Verbrauch schwer zu ermitteln.	K2.2
E2	187-189	Es ist halt einerseits natürlich die geldtechnische Unterstützung, aber man braucht auch eigentlich Experten an die man sich wenden kann, weil es einfach nicht möglich ist, dass man sich in allen Bereichen auskennt.	Es ist einerseits die geldtechnische Unterstützung, aber man braucht Experten an die man sich wenden kann, weil es nicht möglich ist, dass man sich in allen Bereichen auskennt.	Es wird neben finanzieller Unterstützung auch die Unterstützung von Expert*innen in dem Bereich Nachhaltigkeit benötigt.	Finanzielle und personelle Unterstützung.	K3
E1	257-259	Also jeden Veranstalter kriegt man über Anreize. Also wenn der irgendwie (...) besser, leichter Geld verdienen kann oder wenn er irgendwo entlastet wird, dann ist wahrscheinlich die Motivation größer.	Jeden Veranstalter kriegt man über Anreize. Wenn der besser, leichter Geld verdienen kann oder wenn er irgendwo entlastet wird, dann ist die Motivation größer.	Finanzielle Anreize entlasten Veranstaltende und steigern die Motivation zur Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen.	Finanzielle Anreize geben.	K3
E4	181-184	Von daher wäre es schon toll, wenn diese, wie wir gerade eben schon angesprochen haben, Förderungen ermöglicht werden, dass man nachhaltige Sachen damit umsetzen kann. (...) Also einfach eine finanzielle Sache, dass man da motiviert wird sich nachhaltig zu verhalten.	Von daher wäre es schon toll, wenn diese Förderungen ermöglicht werden, dass man nachhaltige Sachen umsetzen kann. Also einfach eine finanzielle Sache, dass man da motiviert wird sich nachhaltig zu verhalten.	Finanziellen Anreiz für nachhaltiges Verhalten durch Fördergelder.		K3

E4	142-148	Ja also ich hatte (...) im Sommersemester 2020 ein Seminar, was als Projektpartner Green Events Hamburg hatte, und da haben wir auch ein bisschen zu der Thematik geforscht und haben auch gesagt, dass es ja total sinnvoll wäre, wenn es solche Förderungen gäbe, die sagen wir geben euch Geld, aber dann müsst ihr auch die nachhaltigste Variante wählen von dem was dann da gemacht wird und da haben wir uns auch mit Hamburger Veranstalter*innen ausgetauscht, also die interviewt und die haben das genau so gesagt, dass sie das gut fänden, aber auch nicht wüssten, dass es sowas gibt.	Ich hatte ein Seminar, was als Projektpartner Green Events Hamburg hatte, und da haben wir zu der Thematik geforscht und haben auch gesagt, dass es sinnvoll wäre, wenn es solche Förderungen gäbe, die sagen wir geben euch Geld, aber dann müsst ihr die nachhaltigste Variante wählen von dem was dann da gemacht wird.	Sinnvoll wäre eine Kopplung von Fördergeldern an nachhaltige Projekte.	Kopplung von Fördergeldern an Nachhaltigkeit.	K3
E4	211-214	Ja ich denke staatlich sollte das auf jeden Fall gefördert werden. (...) Also es profitiert ja nun mal die Erde davon. Also nicht nur ökologische Nachhaltigkeit, sondern eben auch, dass in der Gesellschaft ein besserer Zusammenhalt dadurch entsteht, wenn man über gewisse Themen aufklärt und Missstände sichtbar macht.	Staatlich sollte das auf jeden Fall gefördert werden. Es profitiert die Erde davon. Also nicht nur ökologische Nachhaltigkeit, sondern auch, dass in der Gesellschaft ein besserer Zusammenhalt dadurch entsteht, wenn man über gewisse Themen aufklärt und Missstände sichtbar macht.	Es sollte staatliche Förderung geben, da Umwelt und Gesellschaft davon profitieren würden.		K3
E2	374-378	Aber ich glaube da hapert es denn einfach manchmal. (...) Es kann ja auch sein, wenn du zum Beispiel eine Förderung einreichst und dann kosten Toiletten auf einmal 4000 statt 2000 Euro, dann sagen die hä wieso ist das doppelt so teuer. Ja, weil es nachhaltig ist. Und dann muss nicht die Antwort heißen ah, könnt ihr noch weniger machen, sondern ah, nachhaltig finden wir gut so.	Ich glaube da hapert es manchmal. Es kann ja sein, wenn du zum Beispiel eine Förderung einreichst und dann kosten Toiletten auf einmal 4000 statt 2000 Euro, dann sagen die wieso ist das doppelt so teuer. Ja, weil es nachhaltig ist. Und dann muss nicht die Antwort heißen könnt ihr noch weniger machen, sondern nachhaltig finden wir gut so.	Nachhaltige Umsetzungen müssen bei der Unterstützung durch Fördergelder berücksichtigt werden.		K3
E2	176-183	In unserer niedersächsischen Festival Gruppe ist es so, dass wir da auch versuchen dem Ministerium zu sagen was wir brauchen und was unsere Nöte sind und wir sind da so ein bisschen dabei zu sagen (...), dass man das ein bisschen an Nachhaltigkeit koppelt. Also das man sagen kann hey, ihr bekommt Geld, aber ihr müsst dafür ein, zwei Sachen nachhaltig ändern. Also das man nicht sagt, das Ministerium gibt euch 20 000 Euro oder so und dann macht ihr die ganze Zeit Müll ohne Ende. Also das man da so eine Art Nachhaltigkeitsbelohnung rein macht und auch Festivals, die jetzt schon viel nachhaltig machen oder konkrete nachhaltige Ideen haben, das die wesentlich mehr Anspruch auf mehr Geld haben.	In unserer niedersächsischen Festival Gruppe ist es so, dass wir versuchen dem Ministerium zu sagen was wir brauchen und was unsere Nöte sind und wir sind dabei zu sagen, dass man das an Nachhaltigkeit koppelt. Also das man sagen kann ihr bekommt Geld, aber ihr müsst dafür ein, zwei Sachen nachhaltig ändern. Also das man nicht sagt, das Ministerium gibt euch 20 000 Euro und dann macht ihr Müll ohne Ende. Das man eine Nachhaltigkeitsbelohnung rein macht und auch Festivals, die jetzt schon viel nachhaltig machen oder konkrete nachhaltige Ideen haben, das die wesentlich mehr Anspruch auf mehr Geld haben.	Die Politik sollte finanzielle Hilfen an die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen koppeln.		K3
E1	183-187	Also wir leben ja auch in Teilen vom Sponsoring, indem wir Partner haben. Und werden wir durch nachhaltiges Handeln für potentielle Sponsoren wertvoller? Das kann ja sein, das der sagt Mensch guck mal, die kümmern sich da um bestimmte Dinge echt stark und deswegen kann ein potenzieller Sponsor vielleicht sagen guck mal hier (...) die sind nachhaltiger aufgestellt und sind deshalb interessanter für uns.	Wir leben in Teilen vom Sponsoring, indem wir Partner haben. Und werden wir durch nachhaltiges Handeln für potentielle Sponsoren wertvoller? Das kann ja sein, das der sagt, die kümmern sich um bestimmte Dinge stark und deswegen kann ein potenzieller Sponsor sagen die sind nachhaltiger aufgestellt und sind deshalb interessanter für uns.	Nachhaltiges Handeln fördert die Attraktivität für Sponoren.		Nachhaltiges Handeln fördert die Attraktivität bei Sponoren.
E1	187-189	Ich glaube, das kann in Zukunft schon auch ein Thema werden, wenn man über Sponsoren spricht und dann kann es sich natürlich auch wiederum finanziell auszahlen.	Ich glaube, das kann in Zukunft ein Thema werden, wenn man über Sponsoren spricht und dann kann es sich wiederum finanziell auszahlen.	Nachhaltiges Handeln fördert die Attraktivität für Sponoren und das kann sich finanziell auszahlen.	K3	

E4	153-156	Ich persönlich empfinde Veranstaltungen, die sich nachhaltig weiterentwickeln und orientieren als sehr positiv. Und für mich spricht es auf jeden Fall für die Veranstaltung. Und ich glaube auch, dass das aktuell ja ein Thema ist, was sehr großes positives Interesse hervorruft.	Ich empfinde Veranstaltungen, die sich nachhaltig weiterentwickeln und orientieren als sehr positiv. Für mich spricht es für die Veranstaltung. Ich glaube dass das aktuell ja ein Thema ist, was sehr großes positives Interesse hervorruft.	Nachhaltigkeit ruft ein positives Interesse für die Veranstaltung hervor.	Nachhaltigkeit ist positiv für das Image.	K3
E1	28-30	Also so ist das ein Thema in den Veranstaltungshallen geworden und ich glaube so seit den (...) also seit den letzten 10 Jahren gibt es eben auch immer mehr Kunden, die das offensiver verlangen.	So ist das ein Thema in den Veranstaltungshallen geworden und seit den letzten 10 Jahren gibt es mehr Kunden, die das offensiver verlangen.	Nachhaltigkeit ist in den letzten 10 Jahren durch erhöhte Kundennachfrage Thema geworden.	Erhöhte Kundennachfrage nach Nachhaltigkeit.	K3
E1	210-212	Also ich denke Nachhaltigkeit wird für alle Unternehmen irgendwann in den nächsten Jahren eine größere Selbstverständlichkeit und die, die nicht mitmachen, die kriegen ein Problem.	Ich denke Nachhaltigkeit wird für alle Unternehmen in den nächsten Jahren eine größere Selbstverständlichkeit und die, die nicht mitmachen kriegen ein Problem.	Nachhaltigkeit wird zur Selbstverständlichkeit. Unternehmen, die nicht mitmachen kriegen ein Problem.	Nachhaltigkeit wird zur Selbstverständlichkeit.	K3
E2	99-101	Und auch jetzt auf den Branchen-Events, wo ich jetzt vor allem öfter dabei bin, nimmt das immer mehr an Platz in diesen Programmpunkten auf jeden Fall ein.	Und auch auf den Branchen-Events, wo ich öfter dabei bin, nimmt das immer mehr an Platz in diesen Programmpunkten ein.	Auf brancheninternen Veranstaltungen nimmt das Thema Nachhaltigkeit immer mehr Platz ein.	Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung.	K3
E3	69-72	Ich war jetzt am vergangenen Wochenende auf einer internen Workshop- und Podiumsdiskussionsveranstaltung, wo insgesamt 80 verschiedenen Festivals oder Festival-Macher*in teilgenommen haben. Und ich würde sagen die Hälfte des Programms dort rankte sich um das Thema Nachhaltigkeit und man merkt es halt auch.	Ich war auf einer internen Workshop- und Podiumsdiskussionsveranstaltung, wo insgesamt 80 verschiedenen Festivals oder Festival-Macher*in teilgenommen haben. Ich würde sagen die Hälfte des Programms rankte sich um das Thema Nachhaltigkeit.	Nachhaltigkeit gewinnt bei brancheninternen Veranstaltungen an Bedeutung.		K3
E3	270-275	Und gerade im Hinblick auf so Strömungen wie Fridays for Future und dem gestiegenen Bedürfnis nach Schutz des Planeten und auch der wachsenden Erkenntnis in der Bevölkerung, dass es so wie es läuft nicht weitergeht, führt natürlich voll dazu, dass immer mehr Besucherinnen, Besucher, aber auch Politikerinnen und Politiker bei der (...) Genehmigung der Veranstaltung, bei (...) dem Besuch der Veranstaltung fragen ja, wie ist das hier eigentlich mit Nachhaltigkeit? Und deswegen ist das momentan noch ein enormer Imagezugewinn.	Gerade im Hinblick auf Strömungen wie Fridays for Future und dem gestiegenen Bedürfnis nach Schutz des Planeten und der wachsenden Erkenntnis in der Bevölkerung, dass es so wie es läuft nicht weitergeht, führt dazu, dass mehr Besucherinnen, Besucher, aber auch Politikerinnen und Politiker bei der Genehmigung der Veranstaltung, bei dem Besuch der Veranstaltung fragen, wie ist das hier mit Nachhaltigkeit? Deswegen ist das momentan noch ein enormer Imagezugewinn.	Nachhaltigkeit wird bei Besuchenden und der Politik immer mehr nachgefragt. Das bedeutet für nachhaltige Veranstaltungen aktuell einen Imagezugewinn.		K3
E3	77-81	Ich merke an der Fülle an zusätzlichen Leitfäden, die eigentlich jetzt in letzter Zeit entwickelt wurden und an der Fülle an Arbeiten und Anfragen zu Interviews und können wir mal darüber reden, aber auch daran, dass es eben in solchen Programmen von Festival-Fachtagungen immer eine größere Rolle spielt, dass das Thema in der Veranstaltungsbranche wahnsinnig Anklang findet.	Ich merke an der Fülle an zusätzlichen Leitfäden, die in letzter Zeit entwickelt wurden und an der Fülle an Arbeiten und Anfragen zu Interviews und können wir darüber reden, aber auch daran, dass es in Programmen von Festival-Fachtagungen eine größere Rolle spielt, dass das Thema in der Veranstaltungsbranche Anklang findet.	Durch zusätzliche Leitfäden, Anfragen zum Thema Nachhaltigkeit und Fachtagungen zum Thema Nachhaltigkeit wird dueltlich, dass das Thema in der Branche Anklang findet.		K3
E4	73-77	Okay, also was es erleichtert ist auf jeden Fall Erfahrungsaustausch beziehungsweise Wissensweitergabe, sodass man schon so Kontakte zum Beispiel weitergibt oder Empfehlungen einfach, wo bisher welche Materialien bestellt wurden, weil man weiß da sind die Sticker vegan und auf einem Material was ökologisch abbaubar ist und die benutzen außerdem Ökostrom in der Druckerei oder sowas.	Was es erleichtert ist Erfahrungsaustausch beziehungsweise Wissensweitergabe, sodass man Kontakte weitergibt oder Empfehlungen, wo bisher welche Materialien bestellt wurden, weil man weiß da sind die Sticker vegan und auf einem Material was ökologisch abbaubar ist und die benutzen Ökostrom in der Druckerei.	Erfahrungsaustausch und Wissensweitergabe erleichtert die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen.		Erfahrungsaustausch und Wissensweitergabe sind wichtig.

E4	218/ 219	Also Konferenzen, wo man sich austauschen kann und wo man lernt wie man nachhaltig agiert.	Konferenzen, wo man sich austauschen kann und wo man lernt wie man nachhaltig agiert.	Konferenzen zum Austausch und Lernen von nachhaltigem Handeln.	Veranstaltungen für den Austausch.	K3
E4	192- 195	Und die haben vor drei Wochen zu einer Art Konferenz-Wochenende-Festival für Festival-Veranstalter*innen eingeladen. Da waren dann 80 Festivals vertreten, in Form von jeweils zwei Personen, und da gab es super viele Workshops und Vorträge.	Die haben vor drei Wochen zu einer Art Konferenz-Wochenende-Festival für Festival-Veranstalter*innen eingeladen. Da waren 80 Festivals vertreten und da gab es viele Workshops und Vorträge.	Konferenz mit Workshops und Vorträgen zum Thema Nachhaltigkeit.		K3
E3	332- 334	Also neben der Vernetzung der Veranstalter*innen untereinander und dem gesteigerten Austausch von nachhaltigen Konzepten und Ideen, auch eine zunehmende Regulierung hin zu einer klimafreundlicheren Veranstaltungspolitik.	Neben der Vernetzung der Veranstalter*innen untereinander und dem gesteigerten Austausch von nachhaltigen Konzepten und Ideen, eine zunehmende Regulierung hin zu einer klimafreundlicheren Veranstaltungspolitik.	Vernetzung, Austausch von Ideen und zusätzliche Regulierung der Politik sind der Weg zu einer klimafreundlichen Veranstaltungspolitik.	Vernetzung und Austausch helfen in der Umsetzung.	K3
E2	95-99	Also ich bin ja auch in Niedersachsen connected mit vielen anderen Festivals, wo wir uns regelmäßig austauschen. Also da hat auch jetzt in Corona Zeiten ein Festival aus Hannover gesagt hey, wir haben jetzt ja alle nicht so viel zu tun, lass uns doch mal austauschen zum Thema Nachhaltigkeit. Genau da haben wir angefangen uns gegenseitig ein bisschen auszutauschen, Ideen vorzuschlagen, zu diskutieren.	Ich bin in Niedersachsen connected mit vielen anderen Festivals, wo wir uns regelmäßig austauschen. Da hat jetzt in Corona Zeiten ein Festival aus Hannover gesagt wir haben alle nicht so viel zu tun, lasst uns austauschen zum Thema Nachhaltigkeit. Da haben wir angefangen uns gegenseitig auszutauschen, Ideen vorzuschlagen, zu diskutieren.	Netzwerk mit anderen Festivals in Niedersachsen zum Austauschen, Ideen sammeln und diskutieren im Hinblick auf Nachhaltigkeit.		K3
E3	152- 154	Also an dem Punkt kommen dann eher so Formate wie Austausch, Netzwerkarbeit, Anrufen bei Festivals mit ähnlicher Größe, ähnlichen Erfahrungen, wie habt ihr das gemacht.	Also an dem Punkt kommen dann Formate wie Austausch, Netzwerkarbeit, Anrufen bei Festivals mit ähnlicher Größe, ähnlichen Erfahrungen, wie habt ihr das gemacht.	In der konkreten Umsetzung helfen Formate wie Austausch, Netzwerkarbeit, Anrufen bei Festivals mit ähnlicher Größe und ähnlichen Erfahrungen.		K3
E3	305- 313	Ich glaube es ist enorm wichtig, dass es eine Vernetzung gibt, für genau dieses Thema. Zum Teil gibt es das ja schon, hatte ich auch erzählt, dass wir in Netzwerken drin sind. Aber ich könnte dir Stand heute gar nicht sagen, ob jetzt wir eigentlich die einzigen sind, die sich ganz viel mit Mehrweg auseinandergesetzt haben oder nicht. Oder ob es vielleicht 30 Kilometer weiter auch ein Festival gibt und die sind vielleicht sogar schon dabei eine Spülstraße anzuschaffen. Also es braucht da eine Vernetzung und sowas wie einen gemeinsamen Wissenspool, aber auch einen gemeinsamen Infrastrukturpool, wo jeder irgendwo sagen kann hier daran arbeite ich gerade, die Erfahrung haben wir gemacht und vielleicht ist das auch was, bei all dem Wissen über die Unterschiedlichkeiten, die wir grad schon besprochen haben.	Es ist wichtig, dass es eine Vernetzung gibt, für dieses Thema. Zum Teil gibt es das schon. Aber ich könnte dir Stand heute gar nicht sagen, ob wir die einzigen sind, die sich viel mit Mehrweg auseinandergesetzt haben oder nicht. Oder ob es 30 Kilometer weiter auch ein Festival gibt und die sind vielleicht sogar schon dabei eine Spülstraße anzuschaffen. Also es braucht da eine Vernetzung und sowas wie einen gemeinsamen Wissenspool, aber auch einen gemeinsamen Infrastrukturpool, wo jeder sagen kann daran arbeite ich gerade, die Erfahrung haben wir gemacht und vielleicht ist das was, bei all dem Wissen über die Unterschiedlichkeiten, die wir schon besprochen haben.	Vernetzung, ein gemeinsamer Wissenspool und ein gemeinsamer Infrastrukturpool können eine große Hilfestellung bei der Umsetzung sein.		K3
E2	371/ 372	Ich glaube, es ist auch wichtig, dass auch viele Veranstalter sich einfach vernetzen und Sachen austauschen.	Ich glaube, es ist wichtig, dass viele Veranstalter sich vernetzen und Sachen austauschen.	Vernetzung und Austausch von Veranstaltenden ist sehr wichtig.		K3
E4	214- 216	Also ich denke auf jeden Fall staatlich sollte es gefördert werden. (...) In unserem Fall auch von der *** vielleicht, also von einer Institution, dann von irgendwelchen Kultur-Ministerien.	Ich denke auf jeden Fall staatlich sollte es gefördert werden. In unserem Fall auch von der ***, also von einer Institution, dann von irgendwelchen Kultur-Ministerien.	Staatliche Förderungen durch Institutionen und Kultur-Ministerien.	Staatliche Förderung.	K3

E1	55-57	Aber ich denke, dass das über Politik, über politische Entscheidungen und mit Sicherheit auch über Steuern, dass das auch in die Veranstaltungsbranche gedrückt wird, das Thema.	Ich denke, dass das über Politik, über politische Entscheidungen und mit Sicherheit auch über Steuern in die Veranstaltungsbranche gedrückt wird, das Thema.	Über politischen Druck wird das Thema mehr in die Eventbranche kommen.	Staatliche zentrale Steuerung zur Umsetzung von Nachhaltigkeit.	K3
E1	249-251	Also, wenn man sich da ein bisschen schlauere Gedanken macht, wie man es ein bisschen zentraler steuern könnte, würde ich das durchaus begrüßen im Bereich der Nachhaltigkeit.	Wenn man sich ein bisschen schlauere Gedanken macht, wie man es zentraler steuern könnte, würde ich das begrüßen im Bereich der Nachhaltigkeit.	Zentrale Steuerung für den Bereich Nachhaltigkeit auf staatlicher Ebene.		K3
E1	241/243	Vielleicht ist das irgendwie auch eine Idee, dass man das auch über staatliche Eingriffe etwas einheitlich alles steuern und bewerten kann.	Vielleicht ist das eine Idee, dass man das über staatliche Eingriffe einheitlich steuern und bewerten kann.	Einheitliche Steuerung durch staatliche Eingriffe.		K3
E1	190-192	Wenn man allerdings natürlich seine Fahrzeugflotte umstellt und vielleicht ausschließlich oder überwiegend elektrisch unterwegs ist, dann hat man da ja im Augenblick auch steuerliche Vorteile.	Wenn man seine Fahrzeugflotte umstellt und ausschließlich oder überwiegend elektrisch unterwegs ist, dann hat man Augenblick steuerliche Vorteile.	Nachhaltige Maßnahmen können Steuervorteile bringen.	Steuervorteile durch Nachhaltigkeit.	K3
E2	183-187	Genau das sind sozusagen Sachen an denen wir arbeiten und vom Gefühl her nehmen die Ministerien das schon gut war, das wir da etwas ändern wollen und sie sind auch bereit zu unterstützen. Also ich glaube, dass da schon viele Projekte in die Zukunft kommen und auch unterstützt werden. Denn ich glaube, ohne Unterstützung ist das zunächst, der erste Schritt oder die ersten zwei Schritte, nicht so einfach.	Das sind Sachen, an denen wir arbeiten und vom Gefühl her nehmen die Ministerien das gut war, das wir etwas ändern wollen und sie sind auch bereit zu unterstützen. Also ich glaube, dass da schon viele Projekte in die Zukunft kommen und auch unterstützt werden. Denn ich glaube, ohne Unterstützung, ist zunächst der erste Schritt oder die ersten zwei Schritte nicht so einfach.	Politik muss bei der Umsetzung Unterstützung leisten	Politische Unterstützung zur Umsetzung von Nachhaltigkeit.	K3
E2	372-374	Ich glaube, dass da wirklich sehr viel passiert, dass das auch gerade in die richtigen Richtungen geht und das es jetzt einfach wichtig ist, dass es Initiativen gibt oder auch der Staat, der sagt hey ihr hab so viele Ideen wir helfen euch bei der Umsetzung.	Ich glaube, dass da sehr viel passiert, dass das gerade in die richtigen Richtungen geht und das es jetzt wichtig ist, dass es Initiativen gibt oder auch der Staat, der sagt ihr hab so viele Ideen wir helfen euch bei der Umsetzung.	Die Branche bewegt sich in die richtige Richtung. Initiativen und Hilfe vom Staat sind jetzt wichtig für die Umsetzung.		K3
E2	195-197	Aber ja, das braucht auf jeden Fall mehr Unterstützung und auch gegebenenfalls Druck, dass das an Fördergeldern gekoppelt ist.	Das braucht auf jeden Fall mehr Unterstützung und auch gegebenenfalls Druck, dass das an Fördergeldern gekoppelt ist.	Mehr Unterstützung und Druck von der Politik.		K3
E2	317-327	Ich glaube man könnte mit einer großen Offensive sehr schnell viel umsetzen. (...) Sagen wir mal vom Land Niedersachsen gibt es eine Nachhaltigkeitsgruppe, nicht ehrenamtlich sondern ein, zwei Leute, die angestellt sind als Nachhaltigkeitsmanager, wie auch immer, für Veranstaltungen. Die nehmen Kontakt zu allen Veranstaltungen auf und sagen hey, wir haben jetzt hier einen Nachhaltigkeitsbereich, wir würden gerne mal mit euch sprechen, da gibt es dann vielleicht eine Checkliste. (...) Man sagt zuerst was macht ihr denn oder was wollt ihr gerne ändern? Und dann geht man diese Checkliste ab, was möglich ist und was man vielleicht im nächsten Schritt macht. Und fördert das auch, dass man halt quasi zusammen ein Konzept erstellt für den ersten Schritt und sagt hey, okay ihr braucht vielleicht beim ersten Mal ändert doch mal die, die, die und die Sachen, das kostet 5000 Euro. Das können wir euch nicht komplett geben, aber wir geben euch 80 Prozent und 20 Prozent sind eure Eigenleistung. Das ist auf jeden Fall vertretbar. Ich glaube, dass würde das extrem attraktiv machen. Aber es muss, glaube ich, jemanden geben, der aktiv auf Festivals oder Konzertveranstalter was auch immer zugeht, Ideen in Raum wirft und sagt hey, wenn ihr ein Konzept erstellt geben wir euch 80 Prozent, ihr zahlt die 20 Prozent.	Ich glaube man könnte mit einer großen Offensive schnell viel umsetzen. Sagen wir vom Land Niedersachsen gibt es eine Nachhaltigkeitsgruppe, nicht ehrenamtlich sondern ein, zwei Leute, die angestellt sind als Nachhaltigkeitsmanager für Veranstaltungen. Die nehmen Kontakt zu allen Veranstaltungen auf und sagen wir haben jetzt einen Nachhaltigkeitsbereich, wir würden gerne mit euch sprechen, da gibt es dann eine Checkliste. Man sagt zuerst was macht ihr denn oder was wollt ihr gerne ändern? Und dann geht man diese Checkliste ab, was möglich ist und was man im nächsten Schritt macht. Und fördert das auch, dass man zusammen ein Konzept erstellt für den ersten Schritt und sagt ändert doch mal die und die Sachen, das kostet 5000 Euro. Das können wir euch nicht komplett geben, aber wir geben euch 80 Prozent und 20 Prozent sind eure Eigenleistung. Das ist auf jeden Fall vertretbar. Ich glaube, dass würde das extrem attraktiv machen. Aber es muss, glaube ich, jemanden geben, der aktiv auf Festivals oder Konzertveranstalter zugeht, Ideen in Raum wirft und sagt wenn ihr ein Konzept erstellt geben wir euch 80 Prozent, ihr zahlt die 20 Prozent.	Mit einer Offensive von der Politik könnten sehr schnelle viele Nachhaltigkeitsthemen umgesetzt werden. Dafür müsste es Nachhaltigkeitsmanager geben, die auf die Veranstaltungen zu gehen und Kozepte entwickeln. Auch finanziell müsste es Unterstützung geben.	Eine Offensive der Politik für eine schnelle Umsetzung nachhaltiger Themen.	K3

E3	316-327	Und zum anderen und da sind wir eigentlich schon wieder bei dem Behördenthema muss Nachhaltigkeit immer mehr auch Teil des politischen Prozesses werden. Also wir haben ja versucht das mit der Forderung eines öffentlichen Mehrweg-Gebotes eben genau in die Richtung auch zu lenken. Aber (...) es muss in den Ausschreibungen für Veranstaltungen und in den Genehmigungsaufgaben für öffentliche Flächen für Veranstaltungen muss drin stehen: Mehrweg Einsatz ist verpflichtend, Mülltrennung ist verpflichtend, Einsatz von Ökostrom ist verpflichtend. Wie auch immer, also solche Regelungen und Richtlinien müssen aus meiner Sicht auch aus politischer Ecke kommen, damit man nicht in der blöden Zwickmühle ist am Ende, mit denjenigen, die einem Standmieten geben, darüber verhandeln zu müssen ob Mehrweg jetzt gemacht werden muss oder nicht. Wenn es von außen vorgegeben ist hast du die Diskussion nicht mehr. Und dann musst du im Zweifelsfall auch nicht auf Geld aus deinen Standeinnahmen verzichten.	Zum anderen muss Nachhaltigkeit immer mehr Teil des politischen Prozesses werden. Wir haben versucht mit der Forderung eines öffentlichen Mehrweg-Gebotes in die Richtung zu lenken. Aber es muss in den Ausschreibungen für Veranstaltungen und in den Genehmigungsaufgaben für öffentliche Flächen für Veranstaltungen muss drin stehen: Mehrweg Einsatz ist verpflichtend, Mülltrennung ist verpflichtend, Einsatz von Ökostrom ist verpflichtend. Solche Regelungen und Richtlinien müssen aus meiner Sicht aus politischer Ecke kommen, damit man nicht in der blöden Zwickmühle ist am Ende, mit denjenigen, die einem Standmieten geben, darüber verhandeln zu müssen ob Mehrweg gemacht werden muss oder nicht. Wenn es von außen vorgegeben ist hast du die Diskussion nicht mehr. Und dann musst du nicht auf Geld aus deinen Standeinnahmen verzichten.	Nachhaltigkeit muss mehr in den politischen Prozess eingebunden werden. Durch gesetzliche Vorgaben kann Klarheit geschaffen werden, sodass alle Veranstaltungen in die Umsetzung gehen müssen und die Stakeholder dabei mitziehen müssen.	Nachhaltigkeit muss mehr in den politischen Prozess eingebunden werden.	K3
E4	172-174	Also ich glaube es muss einfach erstmal ein Bewusstsein noch mehr geschaffen werden und auch von außen muss das Interesse da sein, dass die Leute sagen wir fordern mehr so Green Camping oder wir wollen nicht, dass super viel Plastik bei den Gastro-Ständen verwendet wird.	Ich glaube es muss ein Bewusstsein geschaffen werden und auch von außen muss das Interesse da sein, dass die Leute sagen wir fordern mehr Green Camping oder wir wollen nicht, dass Plastik bei den Gastro-Ständen verwendet wird.	Es muss ein Bewusstsein bei den Besuchenden geschaffen werden, sodass Forderungen für mehr Nachhaltigkeit deutlich werden.	Bewusstsein für Nachhaltigkeit bei den Besuchenden schaffen.	K3
E2	290-294	Also zum Beispiel ich persönlich arbeite ja auch in einer *** und organisiere Konzerte und es ist schon auch so, dass natürlich die Acts drauf schauen wie sind die Festivals und ein Festival was tolle nachhaltige Projekte macht ist auf jeden Fall sehr, sehr interessant. Und das kann auch durchaus sein, dass da ein Künstler für weniger Geld spielt als bei einem Durchschnittsfestival, sag ich mal.	Ich persönlich arbeite in einer *** und organisiere Konzerte und es ist so, dass natürlich die Acts drauf schauen wie sind die Festivals und ein Festival was tolle nachhaltige Projekte macht ist auf jeden Fall sehr interessant. Und das kann auch durchaus sein, dass da ein Künstler für weniger Geld spielt als bei einem Durchschnittsfestival.	Künstler*innen achten auf Festivals, die nachhaltige Projekte umsetzen und spielen dort gegebenenfalls für eine geringere Gage.	Positiver Einfluss auf Künstler*innen.	K3
E3	81-86	Was auch klar ist, weil wir haben erst einmal eine Zielgruppe, (...) also in erster Linie eine Zielgruppe, die sich für solche Themen interessiert, die dafür offen ist, haben als Veranstaltende enormes Potenzial (...) unser Image eigentlich für diese sehr guten Ideen und Sachen nutzen zu können. (...) Und sind auch als Veranstaltenden eher eine sehr offene Gruppe für solche Themen, wie globale Gerechtigkeit und eben Umweltschutz, nicht Übernutzung des Planeten, solche Themen.	Was klar ist, weil wir haben in erster Linie eine Zielgruppe, die sich für solche Themen interessiert, die dafür offen ist, haben als Veranstaltende enormes Potenzial unser Image für diese sehr guten Ideen und Sachen nutzen zu können. Und sind als Veranstaltenden eine sehr offene Gruppe für solche Themen, wie globale Gerechtigkeit und Umweltschutz, nicht Übernutzung des Planeten, solche Themen.	Zielgruppe ist am Thema Nachhaltigkeit interessiert. Veranstaltende haben Potential ihr Image dafür nutzen zu können und sind eine offene Gruppe für das Thema Nachhaltigkeit.	Positiver Einfluss auf die Besuchenden und die Gesellschaft.	K3
E2	289/290	Auf jeden Fall kein schlechtes (lachen). Also klar, es würde schon einen sehr positiven Impact haben. Also auch nicht nur auf Besucher	Auf jeden Fall kein schlechtes. Es würde einen sehr positiven Impact haben. Nicht nur auf Besucher	Nachhaltige Veranstaltung hat einen positiven Impact auf das Image und die Besucher.		K3

E3	339-342	Eigentlich vielleicht nochmal kurz anschließend an dieses Thema wir können Besucherinnen und Besucher zu Multiplikatoren machen. Das ist nämlich auch nochmal eine wichtige Strukturierung, finde ich, die auch in den Leitfäden zum Teil anklingt beim Sound for Nature Leitfaden zum Beispiel sehr, bei dem BIZ-Leitfaden aber zum Beispiel nicht.	Anschließend an dieses Thema wir können Besucherinnen und Besucher zu Multiplikatoren machen. Das ist eine wichtige Strukturierung, finde ich, die in den Leitfäden zum Teil anklingt beim Sound for Nature Leitfaden zum Beispiel sehr, bei dem BIZ-Leitfaden aber zum Beispiel nicht.	Besuchende von nachhaltigen Veranstaltungen können zu Multiplikatoren vom Nachhaltigkeitsgedanken werden. Sounds for Nature verfolgt diese Idee, der BIZ-Leitfaden nicht.		K3
E3	348-351	Und die zweite Dimension ist halt eine, die aber den Veranstaltungen so ein bisschen, vielleicht nicht alleine, aber halt auf jeden Fall mit obliegt, nämlich Menschen zu erreichen und (...) Ideen zu verankern und die Menschen mit diesen Ideen nach Hause zu schicken.	Die zweite Dimension ist eine, die den Veranstaltungen, vielleicht nicht alleine, aber halt auf jeden Fall mit obliegt, nämlich Menschen zu erreichen und Ideen zu verankern und die Menschen mit diesen Ideen nach Hause zu schicken.	Veranstaltungen haben eine Verantwortung den Nachhaltigkeitsgedanken mit in die Gesellschaft zu tragen.		K3
E3	292-295	Weil wenn du es wirklich lebst und es wirklich gut kommunizierst, was du da tust, kannst du Denkanstöße in der Schar deiner Besuchenden irgendwo anstoßen und verankern, (...) weil du Leuchtturm für Nachhaltigkeit bist und lauter kleine Multiplikatoren für Nachhaltigkeit von deiner Veranstaltung nach Hause entlässt.	Wenn du es lebst und es gut kommunizierst, was du tust, kannst du Denkanstöße in der Schar deiner Besuchenden anstoßen und verankern, weil du Leuchtturm für Nachhaltigkeit bist und kleine Multiplikatoren für Nachhaltigkeit von deiner Veranstaltung nach Hause entlässt.	Gute Umsetzung und Kommunikation von Nachhaltigkeit wirkt sich positiv auf das Verhalten der Besuchenden aus.		K3
E3	352-359	Und das ist mir wichtig, dass beide Dimensionen bei einer Veranstaltung funktionieren und deswegen dieses tue Gutes und rede drüber, ohne dass es Greenwashing oder nur ein Image Ding ist, eben gerade bei Veranstaltungen auch echt ein Thema sein sollte. Also nicht nur eine Solaranlage hinzustellen, sondern dann auch noch den Leuten zu kommunizieren warum man eine Solaranlage da hingestellt hat oder warum es jetzt gerade nur noch, vielleicht nicht ganz so schicke Einweg-Plastik oder Einweg-Palmbblätter Tellerchen gibt, sondern halt so ein etwas abgegrabeltes Camping-Mehrweggeschirr. Zu erklären warum und was das eigentlich bewirkt, das finde ich, ist ein ganz wichtiges Ding was Veranstaltungen definitiv machen sollten.	Das ist mir wichtig, dass beide Dimensionen bei einer Veranstaltung funktionieren und deswegen dieses tue Gutes und rede drüber, ohne dass es Greenwashing oder nur ein Image Ding ist, gerade bei Veranstaltungen ein Thema sein sollte. Nicht nur eine Solaranlage hinzustellen, sondern auch den Leuten zu kommunizieren warum man eine Solaranlage hingestellt hat oder warum es nur noch, nicht ganz so schicke, Einweg-Plastik oder Einweg-Palmbblätter Tellerchen gibt, sondern ein abgegrabeltes Camping-Mehrweggeschirr. Zu erklären warum und was das bewirkt, das finde ich, ist ein wichtiges Ding was Veranstaltungen definitiv machen sollten.	Neben den Umsetzungen von nachhaltigen Maßnahmen sollten Veranstaltungen auch kommunizieren warum die Maßnahmen so umgesetzt werden und so einen Beitrag zur nachhaltigen Bildung leisten.	Beitrag zur nachhaltigen Bildung der Besuchenden.	K3
E4	174-176	Ich glaube aber in erster Linie ist die Verantwortung bei den Veranstalter*innen, dass sie eben einfach das Angebot machen und dann sagen friss oder stirb zu ihren Besuchenden.	In erster Linie ist die Verantwortung bei den Veranstalter*innen, dass sie das Angebot machen.	Die Verantwortung für mehr Nachhaltigkeit liegt bei den Veranstalter*innen. Diese müssen das Angebot machen.	Verantwortung liegt bei den Veranstaltenden.	K3
E2	237-239	Und man merkt das auf jeden Fall auch, zum Beispiel bei unseren Turnbeutel, die sind halt viel, viel bessere Qualität vom Stoff als die billigen Beutel, die dann auch sehr schnell reißen.	Und man merkt das auf jeden Fall, zum Beispiel bei unseren Turnbeutel, die sind viel bessere Qualität vom Stoff als die billigen Beutel, die dann auch schnell reißen.	Beim Merchandise haben die nachhaltigen Produkte eine höhere Qualität.		K3
E2	167-172	Man muss auch sagen, dass manche Sachen auch nicht nur für die Umwelt gut sind, sondern auch Qualität haben. Es sind ja auch alles so Punkte, die am Ende im Kopf bleiben, wo man merkt das Festival liefert Qualität und das war uns ja auch schon immer wichtig.	Man muss sagen, dass manche Sachen nicht nur für die Umwelt gut sind, sondern auch Qualität haben. Es sind alles so Punkte, die am Ende im Kopf bleiben, wo man merkt das Festival liefert Qualität und das war uns schon immer wichtig.	Nachhaltigkeit geht häufig mit einer hohen Qualität einher.	Nachhaltigkeit steigert Qualität.	K3

E3	281-288	Also ganz am Anfang ging es fast nur um Risikovermeidung und Image. Daraus sind dann viele, viele gute Dinge entstanden und momentan ist es sicherlich noch ein Imagefaktor auch nachhaltig zu werden als Veranstaltung. Aber was man schon auch beobachtet ist, dass in immer mehr Ausschreibungen für Fördergelder, aber auch im Bewusstsein der Besucherinnen, Besucher das immer selbstverständlicher wird, Nachhaltigkeit (...) von den Veranstaltenden einzufordern. Und deswegen glaube ich in Zukunft wird sich das immer mehr raus schleifen als ein, wirtschaftlich gesprochen, Unique Selling Point oder ja Alleinstellungsmerkmal.	Am Anfang ging es nur um Risikovermeidung und Image. Daraus sind dann viele gute Dinge entstanden und momentan ist es noch ein Imagefaktor nachhaltig zu werden als Veranstaltung. Aber was man beobachtet ist, dass in immer mehr Ausschreibungen für Fördergelder, aber auch im Bewusstsein der Besucherinnen, Besucher das selbstverständlicher wird, Nachhaltigkeit von den Veranstaltenden einzufordern. Und deswegen glaube ich in Zukunft wird sich das mehr raus schleifen als ein, wirtschaftlich gesprochen, Unique Selling Point oder Alleinstellungsmerkmal.	Zu Beginn ging es um Risikovermeidung und Image. Nachhaltigkeit wird sich in Zukunft für Veranstaltungen zum Alleinstellungsmerkmal weiterentwickeln, da Besuchende dies mehr einfordern werden.	Zu Beginn waren nachhaltige Projekte eine Risikovermeidung, mittlerweile sind sie ein Alleinstellungsmerkmal.	K3
E4	197-201	Und da war die Überlegung, ob es so Zertifikate geben könnte, mit denen dann Veranstalter*innen zeigen können, guckt mal, wir bemühen uns und dafür sind wir sogar mit diesem Zertifikat ausgezeichnet oder haben das als Nachweis dafür, dass wir möglichst nachhaltige Varianten wählen.	Da war die Überlegung, ob es so Zertifikate geben könnte, mit denen dann Veranstalter*innen zeigen können, wir bemühen uns und dafür sind wir mit diesem Zertifikat ausgezeichnet.	Zertifikate als Nachweis für nachhaltiges Handeln.	Zertifikate für nachhaltige Veranstaltungen.	K3
E1	87	Also ich hab mich mit dem Bundesleitfaden beschäftigt mal (...) und das war's dann.	Ich hab mich mit dem Bundesleitfaden beschäftigt.	Bundesleitfaden ist bekannt.	Bundesleitfaden bekannt.	K4
E4	51-53	Zumindest dieses Jahr haben wir mit dem von Green Events gearbeitet und ansonsten einfach interne Erfahrungen von bisherigen Veranstaltungen des *** weiterentwickelt und vor allem auch selbst entwickelt, selbst konzipiert.	Dieses Jahr haben wir mit dem von Green Events gearbeitet und ansonsten interne Erfahrungen von bisherigen Veranstaltungen des *** weiterentwickelt und vor allem selbst entwickelt.	Anwendung eines Leitfadens, ansonsten eigene Erfahrung zur Umsetzung von nachhaltigen Projekten.	Ein Leitfaden findet Anwendung.	K4
E2	203-205	Ja, also ich kenne es. Ich kann jetzt gerade nicht mehr genau sagen was da drinsteckt. Ich hab es mir auch mal durchgelesen. Ich war da auch schon mal in so einem Meeting, wo es vorgestellt wurde.	Ich kenne es. Ich kann nicht mehr genau sagen was da drinsteckt. Ich hab es mir mal durchgelesen. Ich war schon mal in einem Meeting, wo es vorgestellt wurde.	Der Leitfaden Sounds for Nature ist bekannt.	Sounds for Nature ist bekannt.	K4
E3	74-76	Ich war damals, als ich das Thema gemacht hab, vor ich glaube 4 oder 5 Jahren, relativ alleine mit meinem Ansatz mal Veranstaltungsbranche Nachhaltigkeit zu untersuchen. Und es gab auch tatsächlich wenig Leitfäden, also die die du aufgezählt hast die gab's, oder die du arbeitest, die gab's damals auch schon, aber das war es halt auch so (...).	Ich war damals, als ich das Thema gemacht hab, vor 4 oder 5 Jahren, relativ alleine mit meinem Ansatz mal Veranstaltungsbranche Nachhaltigkeit zu untersuchen. Es gab wenig Leitfäden, also die die du aufgezählt hast die gab's, oder die du arbeitest, die gab's damals auch, aber das war es halt auch.	Vor 4-5 Jahren gab es wenig nachhaltige Veranstaltungsleitfäden.	In der Vergangenheit gab es wenig Leitfäden.	K4
E3	77-81	Ich merke an der Fülle an zusätzlichen Leitfäden, die eigentlich jetzt in letzter Zeit entwickelt wurden und an der Fülle an Arbeiten und Anfragen zu Interviews und können wir mal darüber reden, aber auch daran, dass es eben in solchen Programmen von Festival-Fachtagungen immer eine größere Rolle spielt, dass das Thema in der Veranstaltungsbranche wahnsinnig Anklang findet.	Ich merke an der Fülle an zusätzlichen Leitfäden, die in letzter Zeit entwickelt wurden und an der Fülle an Arbeiten und Anfragen zu Interviews und können wir darüber reden, aber auch daran, dass es in Programmen von Festival-Fachtagungen eine größere Rolle spielt, dass das Thema in der Veranstaltungsbranche Anklang findet.	Durch zusätzliche Leitfäden, Anfragen zum Thema Nachhaltigkeit und Fachtagungen zum Thema Nachhaltigkeit wird deutlich, dass das Thema in der Branche Anklang findet.	Zusätzliche Leitfäden belegen die Bedeutung der Nachhaltigkeit für die Branche.	K4
E1	112-115	Muss ich dann als Nutzer diesen Leitfaden dann verbessern oder so ich muss einfach, finde ich, ich muss da Anregungen finden, wie man in die Umsetzung kommt. Das ist das Wichtige. Das darf alles nicht zu theoretisch sein. Es muss pragmatisch sein für (...) Veranstalter, also einfacher Zugang.	Muss ich als Nutzer diesen Leitfaden verbessern oder so ich muss einfach, finde ich, Anregungen finden, wie man in die Umsetzung kommt. Das ist das Wichtige. Das darf alles nicht zu theoretisch sein. Es muss pragmatisch sein für Veranstalter, also einfacher Zugang.	Leitfäden sind gut um Anregungen zu finden, müssen pragmatisch sein und einen einfachen Zugang zum Thema Nachhaltigkeit ermöglichen.	Leitfäden sind gut für Anregungen und müssen einen einfachen Zugang ermöglichen.	K4

E3	136-138	Das heißt (...) da können die Leitfäden logischerweise einfach gar nicht eine One Size Fits All Lösung für alles geben, da muss man dann sehr genau gucken.	Das heißt da können die Leitfäden gar nicht eine One Size Fits All Lösung für alles geben, da muss man dann genau gucken.	Die Leitfäden können keine einheitliche Lösung für alle Veranstaltungsarten sein.	Leitfäden können keine einheitliche Lösung bieten.	K4
E1	119/120	Nein, wir arbeiten nicht mit einem Leitfaden (...) also, wenn wir jetzt rein um die ökologische Nachhaltigkeit reden.	Nein, wir arbeiten nicht mit einem Leitfaden, wenn wir rein um die ökologische Nachhaltigkeit reden.	Ein Leitfaden findet keine Anwendung.	Leitfäden finden keine Anwendung.	K4
E3	114-116	Gerade der Sound von Nature Leitfaden geht dabei auch sehr ins Detail was die einzelnen Bereiche angeht und beschreibt schon sehr konkret auf welche Ebenen, welche Bereiche man gucken kann.	Gerade der Sound von Nature Leitfaden geht dabei sehr ins Detail was die einzelnen Bereiche angeht und beschreibt konkret auf welche Ebenen man gucken kann.	Sounds for Nature Leitfaden ist sehr detailliert.	Sounds for Nature ist sehr detailliert.	K4.1
E3	172-180	Also haben wir uns mit den getroffen und sind verschiedene Punkte Infrastruktur, Anreise, Unterbringung der Künstler*innen, Catering und so weiter durchgegangen. Und da hatte ich den Bremer Informationszentrums Leitfaden in der Tasche, weil wir da natürlich in einem Bereich sind kleines Veranstaltungsgelände, ***, ***, et cetera, wo viele von den Kategorien wieder passen, weil, wie ich gerade sagte, bei Festivals mag das ein oder andere nicht passen, wenn ich aber (...) mit einer Veranstaltung aus Bremen oder mit einer Location aus Bremen darüber rede, hey, wo könnt ihr denn lokal beziehen, ja dann ergibt da aber dieser Leitfaden schon wieder total Sinn. Also in diesem Sonderfall hat der Leitfaden sogar direkt ich sag mal in der praktischen Umsetzung seine Berechtigung und seinen Einsatz gefunden.	Also haben wir uns mit den getroffen und sind verschiedene Punkte Infrastruktur, Anreise, Unterbringung der Künstler*innen, Catering und so weiter durchgegangen. Und da hatte ich den Bremer Informationszentrums Leitfaden in der Tasche, weil wir da in einem Bereich sind kleines Veranstaltungsgelände, ***, ***, et cetera, wo viele von den Kategorien passen, weil, bei Festivals mag das ein oder andere nicht passen, wenn ich aber mit einer Location aus Bremen darüber rede, wo könnt ihr denn lokal beziehen, dann ergibt da dieser Leitfaden total Sinn. Also in diesem Sonderfall hat der Leitfaden direkt in der praktischen Umsetzung seine Berechtigung und seinen Einsatz gefunden.	Der Leitfaden vom BIZ hat durch seinen praxisnahen Bezug in der praktischen Umsetzung seinen Einsatz gefunden.	Manche Leitfäden sind sehr praxisnah.	K4.1
E3	339-342	Eigentlich vielleicht nochmal kurz anschließend an dieses Thema wir können Besucherinnen und Besucher zu Multiplikatoren machen. Das ist nämlich auch nochmal eine wichtige Strukturierung, finde ich, die auch in den Leitfäden zum Teil anklingt beim Sound for Nature Leitfaden zum Beispiel sehr, bei dem BIZ-Leitfaden aber zum Beispiel nicht.	Anschließend an dieses Thema wir können Besucherinnen und Besucher zu Multiplikatoren machen. Das ist eine wichtige Strukturierung, finde ich, die in den Leitfäden zum Teil anklingt beim Sound for Nature Leitfaden zum Beispiel sehr, bei dem BIZ-Leitfaden aber zum Beispiel nicht.	Besuchende von nachhaltigen Veranstaltungen können zu Multiplikatoren vom Nachhaltigkeitsgedanken werden. Sounds for Nature verfolgt diese Idee, der BIZ-Leitfaden nicht.		K4.1
E3	138-140	Ja und ein anderes Thema, was bei den Leitfäden ist, also der Green Events Hamburg Leitfaden und der Sound for Nature Leitfaden, die sind spezieller auf Festivalveranstaltung ja gemünzt.	Ein anderes Thema, was bei den Leitfäden ist, also der Green Events Hamburg Leitfaden und der Sound for Nature Leitfaden, die sind spezieller auf Festivalveranstaltung gemünzt.	Es gibt Leitfäden die sich auf bestimmte Veranstaltungen spezialisiert haben.	Leitfäden spezialisieren sich auf bestimmte Veranstaltungen.	K4.1
E3	144-149	Aber das betrifft mich doch als Festivalveranstalter gar nicht, da dann vielleicht eher und deswegen ist das gut, wenn das ein festivalspezifischer ist, im Sounds for Nature Leitfaden, wo dann halt drinsteht hey, eigentlich wahrscheinlich hast du dein Gelände schon, dann überspring das Kapitel. Aber wenn nicht, guck doch mal unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten ob du Infrastruktur, dies das, solche Themen berücksichtigen kannst.	Das betrifft mich doch als Festivalveranstalter gar nicht, da dann eher und deswegen ist das gut, wenn das ein festivalspezifischer ist, im Sounds for Nature Leitfaden, wo dann halt drinsteht wahrscheinlich hast du dein Gelände schon, dann überspring das Kapitel. Aber wenn nicht, guck unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten ob du Infrastruktur solche Themen berücksichtigen kannst.	Es ist gut das es spezifische Leitfäden für spezifische Veranstaltungen wie Festivals gibt.		K4.1

E4	61-66	Doch schon, ich finde es richtig hilfreich und sinnvoll, weil natürlich nicht alle, die eine Veranstaltung machen, auf einmal sich in diese ganzen Empfehlungen reinlesen können oder sich damit beschäftigen welche Materialien sind denn wirklich ökologisch und welche scheinen nur ökologisch zu sein. Also finde ich ja super sinnvoll. Es gibt ganz viel, wo man vielleicht auf den ersten Blick auch gar nicht denkt, dass es da eine noch nachhaltigere Lösung gibt. Und da sind Leitfäden genau das gute Ding, vor allem, wenn man anfängt sich damit zu beschäftigen.	Ich finde es hilfreich und sinnvoll, weil nicht alle, die eine Veranstaltung machen, sich in diese Empfehlungen reinlesen können oder sich damit beschäftigen welche Materialien sind denn wirklich ökologisch und welche scheinen nur ökologisch zu sein. Es gibt ganz viel, wo man auf den ersten Blick gar nicht denkt, dass es eine noch nachhaltigere Lösung gibt. Und da sind Leitfäden genau das gute Ding, vor allem, wenn man anfängt sich damit zu beschäftigen.	Nicht alle Veranstaltenden können sich mit allen Themen der Nachhaltigkeit befassen. Daher sind Leitfäden hilfreich und sinnvoll. Insbesondere in der Anfangsphase.	Leitfäden sind hilfreich und sinnvoll. Insbesondere in der Anfangsphase.	K4.1
E2	205-206	Ja, ich weiß es den Inhalt jetzt leider gar nicht mehr so, aber ich glaube, dass da viele gute Ideen waren, aber auch viele, die man noch nicht so ganz umsetzen kann.	Ich weiß es den Inhalt leider gar nicht mehr, aber ich glaube, dass da viele gute Ideen waren, aber auch viele, die man noch nicht so ganz umsetzen kann.	Der Leitfaden enthält viele gute Ideen, aber auch viele die man nicht direkt umsetzen kann.		K4.1
E3	111-114	Ich fang an mich als Veranstalter*in mit dem Thema zu befassen und brauch erst einmal Überblick, eine Information. Und da helfen die Leitfäden allesamt so wie sie sind definitiv direkt. Also um so eine gewisse Grund-Awareness auf die einzelnen Themen zu kriegen.	Ich fang an mich als Veranstalter*in mit dem Thema zu befassen und brauch erst einmal Überblick. Und da helfen die Leitfäden allesamt so wie sie sind definitiv direkt. Also um eine gewisse Grund-Awareness auf die einzelnen Themen zu kriegen.	Leitfäden helfen um eine Grundidee für die Umsetzung von Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen zu bekommen.		K4.1
E3	150/151	Grob im Überblick auf jeden Fall, um zu wissen, im ersten Prozessschritt wo muss ich ansetzen auch auf jeden Fall.	Grob im Überblick auf jeden Fall, um zu wissen, im ersten Prozessschritt wo muss ich ansetzen auf jeden Fall.	Im ersten Prozessschritt sind Leitfäden sehr hilfreich.		K4.1
E2	213-216	Definitiv ja. (...) Oft denkt man ja so hey ja wir machen es ja schon ganz gut, aber es gibt halt viele kleine Punkte, die man wirklich leicht ersetzen kann und da braucht man einfach Inspirationen und die kommt dadurch, dass man es in einem Vortrag gehört hat, das man es gelesen hat und sich dann einfach austauscht.	Definitiv ja. Oft denkt man wir machen es schon ganz gut, aber es gibt viele kleine Punkte, die man wirklich leicht ersetzen kann und da braucht man Inspirationen und die kommt dadurch, dass man es in einem Vortrag gehört hat, das man es gelesen hat und sich dann einfach austauscht.	Leitfäden, Vorträge und Dialoge geben Inspirationen für die Umsetzung von Nachhaltigkeit.	Leitfäden geben Inspirationen.	K4.1
E2	206-208	Aber es gibt auf jeden Fall viele Festivals, die schon sehr stark in dem Bereich sind. Ich glaube, dass Open Air St. Gallen in der Schweiz zum Beispiel.	Es gibt auf jeden Fall viele Festivals, die schon sehr stark in dem Bereich sind. Ich glaube, dass Open Air St. Gallen in der Schweiz zum Beispiel.	Es gibt schon Festivals, die die Leitfäden sehr gut umsetzen.	Es gibt Festivals, die die Leitfäden sehr gut umsetzen.	K4.1
E1	243-245	Also ich finde zu viele Leitfäden einfach schwierig in der Umsetzung, dann kommt der Hamburger Senat der bringt was raus, dann hat der Bremer Senat irgendetwas und jeder hat irgendwas. Also das verwirrt natürlich auch ein bisschen.	Ich finde zu viele Leitfäden schwierig in der Umsetzung, dann kommt der Hamburger Senat der bringt was raus, dann hat der Bremer Senat und jeder hat irgendwas. Das verwirrt ein bisschen.	Zu viele verschiedene Leitfäden sind schwierig in der Umsetzung.	Viele verschiedene Leitfäden sind schwierig in der Umsetzung.	K4.2
E1	237-239	Ich finde es immer schwierig, wenn zu viele Leitfäden oder zu viel Umweltsiegel oder was auch immer auf dem Markt sind. Das verwirrt natürlich auch.	Ich finde es immer schwierig, wenn zu viele Leitfäden oder zu viel Umweltsiegel auf dem Markt sind. Das verwirrt natürlich.	Zu viele verschiedene Leitfäden sorgen für Verwirrung.		K4.2
E3	140-144	Die vom BIZ und vom Umweltbundesamt nicht. Das heißt da hat man eine weitere Unschärfe drinne, dass irgendwann man sich als Festivalveranstalter auch einfach nicht mehr genügend abgeholt wird, weil man sich so denkt, ja komm Wahl des Veranstaltungsortes ist nett, dass das da ein eigenes Kapitel in dem BIZ-Leitfaden kriegt und ich erfahre, wo ich mit 200 und mit 300 oder mit 150 Leuten gut hingehen kann.	Die vom BIZ und vom Umweltbundesamt nicht. Das heißt da hat man eine weitere Unschärfe drinne, dass man sich als Festivalveranstalter nicht mehr genügend abgeholt wird, weil man sich denkt, ja komm Wahl des Veranstaltungsortes ist nett, dass das ein eigenes Kapitel in dem BIZ-Leitfaden kriegt und ich erfahre, wo ich mit 200 und mit 300 oder mit 150 Leuten gut hingehen kann.	Leitfäden vom BIZ und Umweltbundesamt sind für Festivals nur in Teilen geeignet.	Nicht alle Leitfäden sind für jede Veranstaltung geeignet.	K4.2

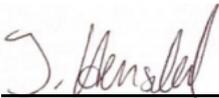
E2	205/ 206	Ja, ich weiß es den Inhalt jetzt leider gar nicht mehr so, aber ich glaube, dass da viele gute Ideen waren, aber auch viele, die man noch nicht so ganz umsetzen kann.	Ich weiß es den Inhalt leider gar nicht mehr, aber ich glaube, dass da viele gute Ideen waren, aber auch viele, die man noch nicht so ganz umsetzen kann.	Der Leitfaden enthält viele gute Ideen, aber auch viele die man nicht direkt umsetzen kann.	Bei praktischer Umsetzung helfen die Leitfäden bedingt.	K4.2
E1	93-96	Es ist dann hinterher immer die Frage, wie will ich das umsetzen als Veranstalter? Und wie stark engagiere ich mich da? Und was für Veranstaltungen hab ich überhaupt? Hab ich lokale Veranstaltung, Regionale, Überregionale, Internationale und deswegen ist das dann schon wieder ein komplexes Thema.	Es ist die Frage, wie will ich das umsetzen als Veranstalter? Und wie stark engagiere ich mich da? Und was für Veranstaltungen hab ich überhaupt? Hab ich lokale Veranstaltung, Regionale, Überregionale, Internationale und deswegen ist das dann ein komplexes Thema.	Die Umsetzung von Nachhaltigkeit an Hand der Leitfäden ist ein komplexes Thema.		K4.2
E3	125- 129	Das ist ja auch eine spannende Frage und ich finde, wenn man sich diese Frage gestellt hat, dann ergeben sich daraus ganz praktische Umsetzungsschritte. Und da, finde ich, sind die Leitfäden dann, wie sollten sie ist auch sein, natürlich dann irgendwann sehr vage. Also selbst der Bremer Leitfaden, der dann ja zumindest eine Liste mit konkreten Adressen nennt, hilft dann aber irgendwann nur noch begrenzt weiter.	Das ist eine spannende Frage und ich finde, wenn man sich diese Frage gestellt hat, dann ergeben sich daraus praktische Umsetzungsschritte. Und da, finde ich, sind die Leitfäden, wie sollten sie ist auch sein, sehr vage. Selbst der Bremer Leitfaden, der zumindest eine Liste mit konkreten Adressen nennt, hilft dann nur begrenzt weiter.	Bei den praktischen Umsetzungsschritten helfen die Leitfäden nur noch bedingt weiter.		K4.2
E3	151/ 152	Und dann je nachdem wie schnell meine Veranstaltung sehr speziell wird, nur noch sehr begrenzt.	Dann je nachdem wie schnell meine Veranstaltung speziell wird, nur noch sehr begrenzt.	Im weiteren Verlauf der Umsetzung helfen die Leitfäden nur noch begrenzt.		K4.2
E3	181/ 182	Aber bei den Festivals als solchen, ja eben dadurch bedingt, da jedes Festival ganz schnell unglaublich speziell wird, eben nur im ersten Prozessschritt der Informationsgewinnung.	Bei den Festivals als solchen, eben dadurch bedingt, da jedes Festival speziell wird, eben nur im ersten Prozessschritt der Informationsgewinnung.	Leitfäden helfen nur im Prozessschritt der Informationsgewinnung.		K4.2
E1	107- 110	Das nehmen wir mit für unsere Arbeit und (...) es gibt natürlich auch Leitfäden oder auch viele Firmen, die heute unterwegs sind, beratende Firmen, die dann einem erstmal erklären, wie man kompensieren kann und dann kann man vielleicht noch ein bisschen reduzieren.	Das nehmen wir mit für unsere Arbeit und es gibt natürlich auch Leitfäden oder auch viele Firmen, die heute unterwegs sind, beratende Firmen, die einem erklären, wie man kompensieren kann und dann kann man vielleicht ein bisschen reduzieren.	Leitfäden und beratende Firmen setzen den Fokus auf kompensieren und dann auf reduzieren.		Leitfäden setzen Fokus auf kompensieren und dann reduzieren.

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig ohne fremde Hilfe verfasst habe und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel von mir verwendet wurden.

Alle wörtlichen oder sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken wurden von mir als solche kenntlich gemacht.

Bremen, 03.08.2021
Ort, Datum



Unterschrift