



METROPOLE
RUHR
BUSINESS



**WORKSHOP ZU „MÜLLMANAGEMENT AUF
GROSSVERANSTALTUNGEN“:**

VIELE PRAKTISCHE ANSÄTZE,
WICHTIGE VERNETZUNG DER TEILNEHMENDEN

IMPRESSUM

HERAUSGEBER/BILDNACHWEIS



Business Metropole Ruhr GmbH
Am Thyssenhaus 1 - 3
45128 Essen

TEXTE/REDAKTION

Kathrin Lohmeyer-Duchatz

GESTALTUNG



A-Quadrat Werbeagentur GmbH
Am Ruhrstein 45
45133 Essen
Fon: 0201 / 43 76 73 13
www.a2-werbeagentur.de

Der Workshop zu „Müllmanagement auf Großveranstaltung“ hat im Rahmen des Förderprojekts **Creative Innovation Ruhr** stattgefunden.

Die BMR verfolgt mit dem Förderprojekt Creative Innovation Ruhr das Ziel, das Innovationsgeschehen und die Digitalisierungskompetenz der regionalen Wirtschaft zu fördern. Dazu gehört das bundesweite Einwerben von (potenziellen) Gründerinnen und Gründern aus der Kreativwirtschaft, das passgenaue Matching dieser mit KMU aus der Region sowie die Initiierung neuer branchenübergreifender Kooperationen und Impulse.



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung



Sommer, Sonne, gute Laune: Festivals sind beliebter denn je. Über 500 gab es vor der Pandemie in Deutschland. Die Kehrseite der großen Sause sind Berge von Müll, die solche Großveranstaltungen hinterlassen. Allein das dreitägige Metal-Festival „Wacken Open Air“ verursachte 2019 laut Medienberichten gut 590 Tonnen Abfall. Bei 75.000 Besuchenden waren das ca. 7,87 Kilogramm pro Person: vor allem Zelte, Campingstühle, Flaschen und Essensreste. Viele kleinere Festivals versuchen hier bereits gegenzusteuern.

WORKSHOP ZU „MÜLLMANAGEMENT AUF GROSSVERANSTALTUNGEN“: VIELE PRAKTISCHE ANSÄTZE, WICHTIGE VERNETZUNG DER TEILNEHMENDEN

Mit diesem drängenden Problem beschäftigte sich auch der zweite Workshop, der aus dem Barcamp „Nachhaltigkeit von Großveranstaltungen“ entstanden war, das die Business Metropole Ruhr (BMR) im Rahmen ihres Projektes „Creative Innovation Ruhr“ Ende März 2022 veranstaltet hatte. Über 50 Teilnehmende zählte das Barcamp und entwickelte viele kreative Ideen und Ansätze. In zwei Workshops sind nun diese Ideen vertieft worden – am 20. Mai 2020 in einem Workshop zum Thema „Nachhaltigkeit im Stadion“ und in jenem zweiten Workshop zum Thema „Müllmanagement auf Großveranstaltungen“ am 31. Mai 2022. In sehr engagierten und fokussierten Diskussionen entwickelten die 15 Teilnehmenden viele umsetzungsorientierte und kreative Vorschläge zur Problemlösung des zweiten Workshop-Themas. Und sie nahmen nicht nur viele Anregungen und inspirierenden Input mit in ihren beruflichen Alltag, sondern erweiterten auch ihr Netzwerk um viele spannende Kontakte.

Denn die Teilnehmenden kamen aus ganz unterschiedlichen Branchen. Sie befassen sich explizit etwa mit der Nachhaltigkeit von Sportstätten für ein Multisportereignis 2025 in Deutschland, die World University Games, oder für die sechs Champions League-Spiele in Dortmund. Sie beschäftigen sich mit Gründungen und Startups, Nachhaltigkeit von Bio-Rohstoffen oder auch mit der Ausstattung von Events mit Mehrwegsystemen und mit Fußballspielen in der Bundesliga. Viele engagieren sich in ihrer Freizeit in der Klimabewegung. Eine Reihe von Studierenden der Hochschule Bochum und der Hochschule Rhein-Waal, die sich in ihrem Studium mit nachhaltigen Entwicklungen oder nachhaltigem Tourismus beschäftigen, vertraten die Seite der Wissenschaft. Für das Konzept des Workshops zeichnete das Moderatoren-Team Ulrike Trenz und Ben Brester von der Impact HUB Ruhrgebiet GmbH verantwortlich. Das Team aus Essen ist spezialisiert auf die Umsetzung nachhaltiger Innovationen in Gesellschaft und Wirtschaft.



SPANNENDE DISKUSSION IM PLENUM

Nach kurzer Vorstellungsrunde und einem Warmup gingen die Teilnehmenden, angeleitet vom Impact-Team, das Thema des Workshops zunächst gemeinsam im Plenum an, erarbeiteten zentrale Problemstellungen, von denen die wichtigsten später in zwei Gruppen vertieft wurden: praxis- und lösungsorientiert. Dabei sollten die Lösungen nicht auf eine Umerziehung der Besuchenden von Großveranstaltungen abzielen, sondern vielmehr das System „hacken“: durch veränderte Angebote und modifizierte Strukturen die Gäste von Großveranstaltungen dazu bringen, Müll zu vermeiden oder ihn so zu entsorgen, dass eine zirkuläre Weiterverarbeitung möglich wird.



Für die systematische Problem-Umfeld-Analyse im Plenum, nutzten die Moderierenden die grafische Methode des Problembaums, um möglichst tief in das Thema eintauchen zu können. Das zentrale Kernproblem gab das Impact-Team vor: „**Großevents verursachen ein großes Müllaufkommen**“. Davon ausgehend wurden gemeinsam Bereiche als Verursacher für den Müll gefunden und soweit durch drei Warum-Fragen aufgefächert, dass ein ganzheitliches Bild der Problemlage in diesem Oberpunkt entstanden ist. In einer guten Stunde füllte sich der Problembaum sehr schnell mit Bereichen, in denen Müll bei einem Großevent anfällt.

ÜBERANGEBOT AN SPEISEN

Als ersten Bereich, der Müll bei Großveranstaltungen verursacht, bearbeiteten die Teilnehmenden das **Cateringangebot/Essen**. Warum ist das so, fragte Ben Brester schnell nach? Essensreste seien der Grund, so eine Teilnehmerin, weil etwa zu viel oder zu große Portionen vorbereitet werden. Und warum? Weil es eine Erwartungshaltung der Besuchenden gebe, dass immer genug verfügbar ist. Auch die Gewöhnung ans Überangebot sei ein weiterer Grund für die Überproduktion. Manchmal entspreche das Angebot aber auch nicht dem Geschmack der Gäste. Gleich kamen Vorschläge aus dem Plenum, wie Essensreste verwertet oder die Essensplanung verändert werden könnte. Diese Diskussion wollte das Impact-Team jedoch lieber später in den Gruppen führen.

MEHRWEG AUFWÄNDIGER ALS EINWEG

Nach diesem ersten Strang rund ums Essen erarbeiteten die Teilnehmenden weitere Ursachen/Auslöser-Reihen – zum Beispiel eine zum **Getränkeangebot**. Auch hier blieben Getränkereste übrig, weil die Besuchenden die Übersicht verlieren, welche Flasche die ihre ist. Dahinter stecke ein explizites Sicherheitsdenken: Schließlich hätten viele, vor allem Frauen, schlechte Erfahrungen mit K.o.-Tropfen gemacht, aber auch mit Ansteckungen, wenn man die falsche Flasche erwischt. Zugleich öffnete sich hier das nächste große Themenfenster: **Einwegbecher und -flaschen** seien ein weiterer Grund für Müll im Getränkebereich. Die Mehrweg-Expertinnen im Plenum wussten, warum viele Veranstalter lieber auf Einweg setzen: Die Reinigung sei bei Mehrweggeschirr mit aufwändiger Logistik verbunden und werde durch restriktive Hygienevorgaben erschwert. So dürften sich etwa bei der Befüllung unterm Zapfhahn fremde Becher nicht berühren. Mehrwegbecher mitzubringen, sei daher oft noch nicht erlaubt. Auch der Sicherheitsaspekt spiele eine große Rolle: Becher würden immer wieder zu gefährlichen Wurfgeschossen. Bei Bechern aus hartem Kunststoff etwa oder auch aus Porzellan ist die Verletzungsgefahr ungleich größer als etwa bei Pappbechern.

MÜLL DURCH INDIVIDUELLES BRANDING

Werbemittel und das **Bühnenbranding** verursachten ebenfalls Müll, weil sie in der Regel Einwegartikel sind. Wichtig seien sie für die Optik, die Wiedererkennung und die Werbung der Sponsoren. Zudem sei jede Veranstaltung individuell, hat andere Sponsoren und ein anderes Programm und selbstverständlich auch eigene Daten. Prompt kam der Hinweis auf digitale Displays als Werbebanner, auf denen man die Daten anpassen könnte. Ein verwandter Bereich sind **Deko-Artikel** wie Konfetti, Banner oder Ballons, die meist auch nur einmal benutzt würden und verschmutzt und zerrissen im Abfall landeten. Ulrike Trenz brachtet hier Alternativen wie Samenbomben als Konfetti-Ersatz ins Spiel, aus denen bunte Blumen wachsen, oder biologisch abbaubaren Glitzer, der sich etwa in Wasser auflöst.

RESTE EINER ZELTSTADT

Eine breite Diskussion löste das Thema **Übernachtung** bei mehrtägigen Open-Air-Festivals aus. Zelte würden einfach zurückgelassen, weil sie zerstört oder einfach auch zu billig sind, um sie wieder mitzunehmen, beschreibt ein Teilnehmer das Problem. Auch Bequemlichkeit sei ein Grund wie auch der Zeitdruck, den Platz möglichst schnell verlassen zu wollen. Auch Einweggrills und Essensreste ließen Festivalbesuchende gerne zurück.

Allerdings erwarteten die Veranstalter auch, dass die Gäste mit eigenem, individuellem Equipment anreisen. Hier wären etwa Verleihmodelle eine Lösung, warf ein Teilnehmer ein. Darüber hinaus entstehe durch **sanitäre Anlagen/WC** wie auch durch die damit zusammenhängende, komplexe Infrastruktur für Wasser, Abwasser und Kläranlagen – jede Menge Abfall, in Dimensionen, wie man sie für Kleinstädte vorhält. Die fehlende Mülltrennung sei hier eher noch das geringste Problem.

Auch Harttickets, Festivalbändchen oder Akkreditierungsausweise im Bereich **Einlass/Zugangskontrolle/Sicherheitscheck** verursachten viel Müll. Des Weiteren könnten auch lange Transportwege die Abfallmenge erhöhen. Dieser Auslöser war nicht für alle gleich nachvollziehbar. Doch die Erläuterung, dass die Ware auf langen Lieferwegen entsprechend durch mehr Umverpackungen und Füllstoffe gesichert werden müsste, leuchtete ein. Denn dieses Sicherungsmaterial landete sehr häufig im Müll, anstatt es weiterzuverwenden.

Aus diesem Geflecht an Ober- und Unterpunkten, die das Thema in seiner ganzen Breite abbildeten, generierte das Impact-Team **zwei Cluster** für zwei Gruppen: 1. Catering/Verpflegung in Verbindung mit Speisen und Getränken; 2. Anlieferung, Einkauf, Material, Deko, Einlass, Akkreditierung, Verpackung.



STATEMENTS VON VIER TEILNEHMENDEN:

”

„Die gesamte Organisation und Zusammensetzung des Workshops hat mir sehr gut gefallen. Unsere Gruppe war auch sehr motiviert, hat gut zusammengearbeitet und neue Lösungen miteinander gefunden. Die Herangehensweise des Moderatoren-Teams fand ich auch klasse. Sie haben mich, die ich eigentlich eher so eine stille Lauscherin bin, dazu gebracht, mich aktiv einzubringen.“

- Henriette Wächter, studiert in den letzten Zügen Nachhaltigen Tourismus im Bachelor an der Hochschule Rhein-Waal

”

„Insgesamt war das eine fantastische Veranstaltung, weil hier Menschen mit verschiedenen Backgrounds zusammengekommen sind und wir dadurch andere Perspektiven kennengelernt und guten Input bekommen haben. Die Ergebnisse der Gruppenarbeit waren sehr gut und schon sehr konkret und auch wichtig für unsere tägliche Arbeit beim VfL Bochum. Wir sind gerade dabei, für den Verein eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln.“

- Florian David, studiert im Master Angewandte Nachhaltigkeit an der Hochschule Bochum, schreibt seine Masterarbeit im Bereich ökologische Nachhaltigkeit und erstellt aktuell die Ökobilanz für den Fußball-Bundesligisten VfL Bochum 1848

”

„Die Gruppendynamik, dass Menschen, die aus unterschiedlichen Bereichen kommen, sich so miteinander vernetzen können, weil es um ein Ziel geht, hat mir besonders gut gefallen. Ich habe unheimlich viel Input bekommen, ganz viele Anregungen zu Themen, die wir in unserem Bereich bisher gar nicht bespielen konnten. Ich nehme ein wahnsinnig positives Gefühl mit.“

- Julia Seidler, Vertriebsleiterin des Startups DishCircle. Das Mehrwegsystem für die Gastronomie

”

„Als Student fand ich den Austausch mit Expert*innen und Profis aus der Praxis sehr spannend, auch weil sie aus ganz verschiedenen Bereichen kamen. Und wenn ich demnächst mal wieder bei einem Festival mitarbeite, werde ich das heute Erfahrene auf jeden Fall einbringen.“

- Alexander Wildt, studiert im Bachelor Nachhaltige Entwicklung an der Hochschule Bochum, hat bereits an der Organisation eines Mittelalter-Festivals mitgewirkt

ERGEBNISSE DER GRUPPE ZUM THEMA „ABFALLFREIES FESTIVAL“

GRUPPENPHASE 1: DIE VISION UND IHRE ECKPFEILER

Aus den Oberpunkten Einkauf, Anlieferung, Büro, Material, Deko, Einlass, Akkreditierung, Material und Verpackung sollte diese Gruppe einen Fokus bestimmen und diesen mit einer Vision verbinden, die ambitioniert und mutig ausdrückt, welches Ziel in diesem Bereich optimal, eben „visionär“ wäre. Passend zur Vision wählte das Team fünf Bereiche aus, die wichtig sind, um das anvisierte Ziel zu erreichen und das gesamte Thema in seiner Breite erfasst. Zum Abschluss dieser ersten Runde sollte das Team dazu noch fünf mutige Schritte formulieren.

MÜLLVERMEIDUNG UND ZIRKULARITÄT

Doch die Fülle an Aspekten machte es zunächst schwierig, sich auf ein Oberthema zu fokussieren und eine Vision zu formulieren. Klar war anfangs nur, dass die Gruppe auf jeden Fall Seitenthemen wie **Einkauf** und **Mülltrennung/optimierte Entsorgung** mit dem Stichwort Kreislaufwirtschaft bearbeiten wollte. Der erste Vorschlag für eine Vision – eine „abfallfreie Veranstaltung“ zu organisieren – geriet dann auch zunächst sehr allgemein und bot wenig tragfähige Anknüpfungspunkte für weitere Bereiche. Erst der Tipp des Moderatoren-Teams, die Vision enger zu fassen und sich auf eine Location zu konzentrieren, brachte die

Gruppe schließlich den entscheidenden Schritt voran. Die **endgültige Vision** lautete nun: ein **„100 Prozent zirkuläres Festival – outdoor und müllfrei“** zu planen. Die Idee dahinter: Neben der Müllvermeidung wollte das Team in allen Bereichen auch den zirkulären Gedanken der Kreislaufwirtschaft berücksichtigen – also die Infrastruktur so gestalten, dass die meisten Abfälle getrennt und später in einen Wertstoff-Kreislauf eingebracht werden können.

Um sich diesem ambitionierten Ziel anzunähern, kombinierte das Team den Bereich **Einkauf** mit dem Punkt **Partnermanagement**. Auf Basis eines eigenen Anforderungskatalogs hielt das Team es für sinnvoll, nur mit solchen Lieferunternehmen Verträge abzuschließen, die die nachhaltigen Standards ihres Katalogs erfüllen. Dabei sollten die Verträge etwa mit Anbietenden von Werbemitteln, Deko oder Ausstattung möglichst langfristig sein, um die Mehrfachnutzung der Materialien sicherzustellen. Probleme mit bestehenden Verträgen kalkulierte das Team ein.

Stichworte zu den Bereichen Mülltrennung und Partnermanagement/Einkauf: optimierte Abfallentsorgung, Anforderungskatalog, Commitments mit Lieferunternehmen auf Basis nachhaltiger Standards

MÜLLPROBLEM „ZELT“

Des Weiteren benannte das Team zusätzlich den Bereich **Ticketing/Einlass** sowie den gesamten Bereich **Übernachtung**. In beiden Bereichen könnte durch unkomplizierte Maßnahmen viel Müll eingespart werden etwa durch die Umstellung auf Online-Tickets sowie Print at home-Karten. Um Festivalbesuchenden nicht zu enttäuschen, die Harttickets als Souvenirs sammeln, könnte es sie weiter als Angebot gegen einen Aufpreis geben. Im Bereich Übernachtung sticht vor allem das Müllproblem „Zelt“ heraus, weil viele Besuchende diese gemeinsam mit Einweggrills und Essensresten auf dem Festivalgelände als Abfall zurücklassen. Mit einer Änderung der Festivalordnung würde man das Mitbringen einer eigenen Vollausrüstung unterbinden wollen und stattdessen Zelte, Grills etc. verleihen und für die Parzelle eine Kautionskontrolle verlangen mit anschließender Kontrolle. Das Abwasser der Zeltstadt könnte ganz im Sinne der Zirkularität als Dünger oder als Energiequelle genutzt, das Wasser für die Duschen wiederaufbereitet werden. Vorstellbar wäre es hier, junge innovative Firmen mit ihrem Know-how ins Boot zu holen.

Klar war auch, dass eine solche radikale Kursänderung eine transparente und flankierende **Kommunikation** benötigt sowie ein **gutes Storytelling**. Unter anderem könnte man sich vorstellen, das Image eines nachhaltigen Veranstalters in der Öffentlichkeit zu etablieren.

Ebenso plädierte das Team für die Veröffentlichung einer regelmäßigen Ökobilanz, die über Fortschritte und Erfolge des Veränderungsprozesses berichtet: etwa über positive Entwicklungen des ökologischen Fußabdrucks. Sinnvoll sei es sicherlich auch, neben den Medien auch Kunstschaffende, prominente Persönlichkeiten und Vorreiter der Branche in die Kampagne mit einzubinden. Die Finanzierung des durchaus teuren Unterfangens könnte zusätzlich über Förderprogramme erfolgen.

Stichworte zu den Bereichen Einlass/Ticketing, Übernachtung und Übernachtung: Image als nachhaltiger Veranstalter, Fußabdruck, Digitalisierung, Print at home, Festivalordnung – keine eigene Vollaussstattung, Equipment-Verleih, Kautions auf Stellplatz

DIE FÜNF MUTIGEN SCHRITTE ZUR ERREICHUNG DER VISION

- Umbenennung in „Green-Festival“
- Alle Kooperationsbeteiligten beachten den Grundsatz der Zirkularität
- Volle Transparenz über den ökologischen Fußabdruck
- Alle Tickets sind digital
- Zirkularität: Nutzung von Ressourcen für weitere Veranstaltungen



GRUPPENPHASE 2: DIE ROADMAP

In dieser Phase sollten die Teammitglieder ihre mutigen Schritte in eine zeitliche Abfolge bringen: Was soll wann und mit welchen Maßnahmen erreicht werden? Vorgegeben waren dafür fünf Zeitstufen ab dem aktuellen Jahr 2022, 2023, 2025, 2027 und 2030 als Zieljahr, in dem die Vision erreicht werden würde. Jetzt waren besonders ambitionierte Ideen gefragt.

DAS JAHR 2022

- Als erste Maßnahme, die bereits im noch laufenden Jahr erledigt werden könnte, schlägt die Gruppe eine **Bestandsaufnahme** vor, um etwa zu überprüfen, welche Kooperationsbeteiligten und Lieferunternehmen bereits nachhaltig handeln.
- Aus den Ergebnissen der Analyse sollte dann ein **Konzept** für das weitere Vorgehen entwickelt werden.
- Auch die Einführung **digitaler Tickets** wäre schnell möglich
- sowie die Umbenennung in „**Green Festival**“.

DAS JAHR 2023

- Auf der zweiten Zeitstufe sollten bereits **Fördermittel akquiriert** werden, auch um unabhängiger von kommerziellen Unterstützenden zu werden, die oft eigene Interessen verfolgen.
- Im Planspiel soll auch hier bereits der Startschuss für die begleitende, **medienwirksame und bundesweite Kampagne** fallen.

Auch die Mülltrennung könnte ab diesem Jahr neu strukturiert werden: Auf dem Festivalgelände werden im Abstand von **30 Metern Müllentsorgungsstationen** eingerichtet, an denen der Abfall streng getrennt gesammelt wird. Das Team schlägt Sammelbehälter für Papier-, Plastik-, Glas-, Bio- und Restmüll vor, aber auch für Pfandprodukte.

Nun könnte auch die **Festivalordnung modifiziert** und eine Kautions für die Zeltplätze eingeführt werden.

Auch wäre es denkbar, dass schon **erste Kooperationsbeteiligte (Essen und Getränke)** die geforderten **Nachhaltigkeitskriterien** erfüllen.

DAS JAHR 2025

Eine **erste Ökobilanz** zu diesem Zeitpunkt würde zeigen, wie viel der Veranstalter bereits bewegt hat und wie weit er noch von seinem eigentlichen Ziel entfernt ist.

Schlagzeilen will man mit einem **Innovationsprojekt** machen, bei dem der Festival-Veranstalter eng mit **Startups zusammenarbeitet**, ihnen Raum für neue Entwicklungen gibt: Eine erste Anlage zur **Energiegewinnung vor Ort** könnte auf Basis von Kompostierung oder einer Art Müllverbrennung bereits Strom produzieren.

Auch die **Ausleihe des Camping-Equipments** würde in diesem Jahr starten: Zelte werden zurückgebracht statt als Müll in der Tonne zu landen.

Auch sollte zu diesem Zeitpunkt schon **ein Drittel der Kooperationsbeteiligten die Nachhaltigkeitsstandards** erfüllen.

DAS JAHR 2027

In diesem Jahr könnte ein erster Erfolg in punkto Zirkularität gefeiert werden: Aus **recycelbarem Müll** der Vorjahre werden **Merchandise-Artikel produziert** – Rucksäcke aus PET-Flaschen oder neue Zelte aus alten Zeltplanen.

Die Bemühungen des Veranstalters könnten jetzt nach drei Jahren mit einer **Zertifizierung als nachhaltiges Festival** belohnt werden, um die man sich zuvor beworben hat.

Auch wäre es denkbar, dass nun **zwei Drittel der Kooperationsbeteiligten/Lieferunternehmen die Nachhaltigkeitskriterien** erfüllen.

DAS JAHR 2030

- Wenn alle Bedingungen des Planspiels erfüllt wären, könnte der Veranstalter im Zieljahr verkünden: **Das Festival ist zu 100 Prozent zirkulär.**
- Dann würden auch **alle Kooperationsbeteiligten nachhaltig** agieren.

ERGEBNISSE DER GRUPPE ZUM THEMA „MÜLLLOSE VERPFLEGUNG“

GRUPPENPHASE 1: DIE VISION UND IHRE ECKPFEILER

Die zweite Gruppe entschied sich, für die Oberpunkte Catering/Verpflegung in Verbindung mit Essen und Getränken und Einwegverpackungen eine mutige Vision zu formulieren. Entsprechend der Vision sollte das Team fünf Bereiche auswählen, die wichtig sind, um das anvisierte Ziel zu erreichen und das gesamte Thema in seiner Breite zu erfassen. Die Zielvorgabe der ersten Runde war es, mutige Schritte in Richtung Vision zu definieren.

SCHERZ WIRD ZUM ZIEL

Auch diese Gruppe arbeitete zunächst intensiv an der Formulierung der Vision, die nicht zu allgemein sein sollte. Deswegen einigte man sich darauf, ein spezielles Veranstaltungsformat in den Fokus zu nehmen: das Festival. Denn hinsichtlich des Müllaufkommens gebe es große Unterschiede zwischen einem Musik- oder einem Mittelalterfestival wie auch zwischen einem Rockkonzert oder einer Theateraufführung. Auch die Dauer eines Events – eintägig oder mehrtägig – trage dazu bei. Zur endgültigen Vision wurde schließlich ein als Scherz in die Runde geworfener Vorschlag, doch ein Festival ohne Mülleimer zu veranstalten: Nun sollte also ein „mülleimerloses Festival“ organisiert werden – ohne Essens- und Getränkereste.

WIDER DIE RESTE

Anknüpfend daran fanden die Gruppenmitglieder schnell ihren ersten Bereich: **Lebensmittelreste**, die es zu vermeiden gilt. Um Speisen nicht wegschmeißen zu müssen, sprachen sie sich für Foodsharing aus – etwa Portionen, die zu viel produziert worden sind, an Suppenküchen oder Tafeln zu spenden. Lebensmittelreste, die nicht mehr verzehrbar sind, könnten von Landwirten als Tierfutter abgeholt werden oder sogar als Biomasse zur Energiegewinnung verwendet werden. Auch über eine Reduzierung des Angebots oder kleinere Portionen könnte Foodwaste vermieden werden. Ist der Hunger größer als die Portion, müssten Besuchenden sich eben zweimal anstellen. Auch bei **Getränken** könnte man Anreize setzen, kleinere Mengen zu kaufen. Entweder keine 0,5-Liter-Becher mehr anzubieten oder 0,2-Liter-Becher im Verhältnis deutlich günstiger zu verkaufen. Überdies könnten die Besuchenden ihre Getränke selbst abfüllen. Dafür müssten die Getränke in Fässern angeliefert werden.

Stichworte zum Bereich Lebensmittelreste und Getränke:

Reduzierung des Angebots, Foodsharing und generelle Weiterverwendung (Energiegewinnung), Anlieferung in Fässern, Anreize für große Getränkemengen reduzieren



(...) Denn hinsichtlich des Müllaufkommens gebe es große Unterschiede zwischen einem Musik- oder einem Mittelalterfestival wie auch zwischen einem Rockkonzert oder einer Theateraufführung

PRO UND KONTRA „MEHRWEG“

Sehr intensiv diskutierte die Gruppe im Anschluss über die Vermeidung und die Größen von **Verpackungen**, die sie als zweiten Bereich definierte. Der erste Vorschlag ging in die Richtung, Speisen anzubieten, für die keine Verpackungen erforderlich sind: etwa das Würstchen im Brot ohne Pappunterlage oder vielleicht Frühlingsrollen in Servietten, die für den Biomüll geeignet sind. Suppen und Nudeln müsste man nicht unbedingt anbieten. Viel diskutiert wurde auch über Schwierigkeiten rund um die Einführung eines Mehrwegpfandsystems. Für Mehrweggeschirr gebe es nun mal kaum Waschstraßen. Becher würden heute von Münster nach Köln gekarrt, gewaschen und dann wieder zurückgebracht, so ein Kontra-Argument. Gegen die Einführung eines Mehrwegpfandsystems spreche zudem die Gewohnheit und Bequemlichkeit der Besuchenden, Becher und Teller gleich nach Gebrauch in den nächsten Mülleimer zu schmeißen oder sogar achtlos wegzuwerfen. Trotzdem sprachen sich alle dafür aus, die Einführung von Mehrweg zu wagen, weil dadurch einfach sehr viel Müll vermieden werden könnte. Zumal die Akzeptanz von Pfandgefäßen weiter zunehme. Auch sei der Wille zur Nachhaltigkeit bei vielen bereits verankert.

Die Kosten für die Einführung könnten in die Ticketpreise einfließen. Ein Vorschlag: Anreize setzen, indem Mehrwegbecher gebrandet und so zum Sammlerstück werden – wie etwa auf Weihnachtsmärkten. Allerdings müssten sie dann aus einem langlebigen Material hergestellt werden. Restriktiv wirkten sich hier vor allem auch gesetzliche Hygienevorschriften aus.

Stichworte zum Bereich Verpackung: Mehrwegpfandsystem/Eingang, Branding als Anreiz/Langlebigkeit des Mehrweggeschirrs, Getränke für Mehrwegverpackungen, Servietten für den Biomüll

Ein wichtiger Bereich, der bei solchen massiven Veränderungen immer mitgedacht werden müsste, ist **die Kommunikation**: Öffentlichkeit, Stakeholder und die Besuchenden würde man gerne über die Hintergründe und Auswirkungen des nachhaltigen Veränderungsprozesses zur Müllvermeidung aufklären.

DIE FÜNF MUTIGEN SCHRITTE ZUR ERREICHUNG DER VISION

- Veranstalter verzichten auf Einweggeschirr im Catering und installieren Mehrwegsysteme
- Kooperationen für die Vermeidung von Essensresten: 1. Nicht abgenommene Portionen werden etwa an Suppenküchen gespendet; 2. Nicht verzehrbare Reste werden in Biomasse-Kraftwerken zur Energiegewinnung genutzt.
- Produktion on demand: Mit diesem Schritt ist die Gruppe ihrer Zeit voraus. Beim Ticketkauf über eine App oder Maske auf einem Portal geben an, was sie in welchen Mengen zu welchem Zeitpunkt während des Festivals verzehren wollen. So kann die Planung für Einkauf und Vorbereitung des Catering-Angebots zielgenauer gestaltet und Lebensmittelreste minimiert werden.
- Gäste nehmen ihren mitgebrachten Müll wieder mit. Die Forderung wird vorab kommuniziert.
- Veranstalter bewirbt sich um einen Preis, mit dem sein Event als erstes müllfreies Festival ausgezeichnet wird.

GRUPPENPHASE 2: DIE ROADMAP

In dieser Phase sollten die Teammitglieder ihre mutigen Schritte in eine zeitliche Abfolge bringen: Was soll wann und mit welchen Maßnahmen erreicht werden? Vorgegeben waren dafür fünf Zeitstufen ab dem aktuellen Jahr 2022, 2023, 2025, 2027 und 2030 als Zieljahr, in dem die Vision erreicht werden würde. Jetzt waren besonders ambitionierte Ideen gefragt.

DAS JAHR 2022

Zum Start ihres Transformationsprozess möchte die Gruppe **Öffentlichkeit und Festivalbesuchenden** erst einmal über ihren Ansatz, ein müllfreies Festival zu veranstalten, **aufklären, erläutern**, warum etwa Müll auf Festivals entsteht und welche Auswirkungen damit verbunden sind und dazu **Aufklärungsmaterial** entwickeln und anbieten.

Durch eine **flankierende Pressearbeit** könnte der gesamte Prozess öffentlichkeitswirksam begleitet werden bis zur Erreichung des Ziels.

Auch die **Suche nach Kooperationsbeteiligten** sollte sofort beginnen. Gesucht würden etwa Catering-Unternehmen, Lieferunternehmen für Mehrwegpfandsysteme oder Firmen, die eine Spülstraße betreiben können.

DAS JAHR 2023

In einer ersten **Monitoring-Bilanz** würde das Team gerne eruieren, ob sich bereits etwas verändert hat und was noch alles umgesetzt werden muss.

Überhaupt würde die Gruppe auf dieser Stufe viele der Maßnahmen, die zur Zielerreichung wichtig sind, auf den Weg bringen.

Zunächst würde sie eine **App** in Auftrag zu geben, über die Festivalbesuchenden beim Kauf ihrer Tickets angeben können, welche Speisen und Getränke sie aus dem Cateringangebot in welchen Mengen bevorzugen und zu welchem Zeitpunkt sie diese verzehren wollen. Diese Vorabbuchungen erleichtern Planung, Einkauf und Vorbereitung des Catering-Angebotes. Stichwort: **Produktion on demand**.

Parallel dazu würde man einen **Kooperationspartner für Foodsharing** finden wollen, an den zu viel produzierte Lebensmittel gespendet werden.

Auch **Pfandsysteme** könnten über die App eingerichtet werden.

Überdies könnte sich das Team vorstellen, verstärkt Lobbyismus zu betreiben und in der **Politik**tätige für die Idee eines Gesetzes zu begeistern, das Mehrwegpfandsysteme auch für Festivals verbindlich vorschreibt.

Zusätzlich plante das Team, **Festivalbesuchenden** mit **Gamifications** zu belohnen, wenn sie Müll einsammeln oder abgeben. Stichwort: „**Bier für Müll**“.

DAS JAHR 2025

Die **Buchungs-App** wäre auf dieser Zeitstufe bereits seit einem Jahr auf dem Markt und erleichtert die Steuerung des Angebots enorm.

Auch die **erste Spülstraße** würde das Team bereits 2025 gern **in Betrieb nehmen**.

Das **angestrebte Gesetz** könnte jetzt bereits im **Entwurf vorliegen**.

Nun sollte eine **Testphase** beginnen, in der nicht nur die App, sondern auch das neue **Mehrwegpfandsystem** im Fokus steht sowie die Zusammenarbeit mit den neuen **Kooperationsbeteiligten**. Eventuell müsste dann nach ersten Auswertungen nachgesteuert werden.

DAS JAHR 2027

In der Simulation des Teams **beschließt** die Politik nun das angestrebte **Gesetz zur Mehrwegpfandpflicht**. Ein großer Erfolg für die Veranstaltungsbranche!

Die Ergebnisse der Testphase würden ausgewertet, um nachzujustieren.

Bis zum Zieljahr plante das Team, auch die **Parameter** der anderen Workshop-Gruppe zu **integrieren**: Werbemittel, Deko, Übernachtung, Ticketing, Stakeholder-Dialog.

Die drei Jahre bis 2030 würden dann zur **finalen Testphase**.

DAS JAHR 2030

Die letzte Testphase wäre nun erfolgreich beendet. Alle Vorhaben wären umgesetzt, auch die Integration der zusätzlichen Parameter: **Das erste müllfreie Festival könnte starten!**