

# Nachhaltige Events – am Beispiel von «das festival» Schaffhausen

*Weshalb entscheidet sich ein Besucher für oder gegen ein Festival? Sind es rein musikalische Präferenzen, spielen Ambiente oder gar innovative Konzepte im Bereich der Nachhaltigkeit vermehrt eine Rolle? «das festival» in Schaffhausen nutzt nachhaltige Massnahmen, um sich im Schweizer Markt zu positionieren. Das hat langfristiges Potenzial.*



von  
**Patrick Schenk**  
Mitglied des OK  
«das festival»  
Verantwortlicher für Catering  
und Nachhaltigkeit  
patrick@das-festival.ch

**das festival**  
HERRENACKER SCHAFFHAUSEN

Die Fussball-Europameisterschaft 2008 zeigte, wie nachhaltige Massnahmen in der Konzeption einer Veranstaltung verankert werden können. Mit der Unterzeichnung einer Nachhaltigkeits-Charta haben sich die Gastgeberländer verpflichtet, ökologische, wirtschaftliche und soziale Massnahmen umzusetzen. Ein Nachhaltigkeitsbericht reflektierte im Anschluss über Erfolg und Verbesserungsmassnahmen. Damit übernahm die Uefa Euro 2008 Vorbildfunktion im Veranstaltungsbereich. Doch können derartige Konzeptideen auch von kleineren Veranstaltern wirkungsvoll umgesetzt werden? «das festival» in Schaffhausen hat dies bereits bei der ersten Durchführung 2010 bewiesen.

Es ist eine Frage der Verantwortung und der langfristigen Strategie einer Veranstaltung, wie konsequent Nachhaltigkeit gelebt wird. Verärgert ein Veranstalter Anwohner oder vermiest er durch grosse Abfallberge dem Besucher das Konzert, wird er kaum mehr Sponsoren oder Unterstützung in der Öffentlichkeit finden. Eine Abkehr von der Wegwerfgesellschaft hin zur Forderung nach Ambiente und Qualität ist klar erkennbar.

## Zielsetzungen

Als Veranstalter eines erstmalig stattfindenden Musikfestivals mitten in der Altstadt von Schaffhausen hatten wir verantwortungsvoll gegenüber den Bezugsgruppen vorzugehen. Dazu setzten wir frühzeitig auch auf nachhaltige Massnahmen und verankerten sie strategisch im Veranstaltungskonzept. Es entwickelte sich eine konstruktive Handlungsebene, welche die Dimensionen Wirtschaft, Soziales und Umwelt umfasst.

Die Dimension Wirtschaft bildet dabei die Basis. Zentral sind Partnerschaften mit Sponsoren, Lieferanten, Stadt und Kanton. Die soziale Dimension beinhaltet auch eine proaktive Kommunikation mit den Bezugsgruppen. Sei es mit den 300 freiwilligen Helfern oder mit Anwohnern. Weiter waren Konzepte zu realisieren, welche beispielsweise ein rollstuhlgängiges Gelände ermöglichen. Die Dimension Umwelt birgt die grössten Handlungspotenziale. Wir engagierten uns aus Überzeugung, mit vielfältigen Massnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.



Bild oben: Das Festivalgelände inmitten der Altstadt von Schaffhausen  
Bild oben rechts: Der Festivalbecher – ein beliebtes Souvenir. Bild unten: Ein Besucher des Festivals.

Dies beginnt bei der Wahl von Verbrauchsmaterialien, einem Abfallentsorgungskonzept, dem Stromversorger und attraktiven Verkehrslösungen, umfasst aber auch die Nutzung von «pro clima» Briefmarken der Post.

## Mit Überzeugung Mehrwegbecher verwendet

Mehrwegbecher weisen gegenüber Einwegbechern eine 25mal bessere Ökobilanz auf. Das ausgeklügelte Handlingsystem mit variantenreichen Becherformen, die Becherstabilität und der Trinkkomfort sowie die Möglichkeit eines Brandings auf dem Becher überzeugten uns zusätzlich. Die Verwendung von Mehrwegbechern der Cup Systems AG reduzierte die Abfallmenge auf dem Platz durch die gut akzeptierte Depotzahlung beträchtlich. Speziell die gebrandeten Becher überzeugten die Besucher und wurden oft als Andenken mitgenommen. Die daraus entstehenden Werbe- und Imageeffekte sind nicht zu

unterschätzen und üben ohne Zweifel die grössere Wirkung aus, als zerknitterte Becher auf dem Festivalgelände.

Reinigungsaufwand und Abfallmengen sowie Entsorgungskosten konnten massiv reduziert werden. Ein abfallfreier Platz schafft eine angenehme Atmosphäre und hinterlässt ein positives Image für den Austragungsort. Insgesamt 43'000 Becher sind an den drei Eventabenden, dem «familyfestival» sowie an den zwei «After-showparties» verwendet worden. 10'000 bedruckte Becher waren im Umlauf, die

Bild, Farbe und Text führte die Besucher dazu, die richtigen Abfallbehälter zu nutzen. Rund 75 Prozent der kompostierbaren Abfälle wurden korrekt entsorgt und in die lokale Biogasanlage überliefert. Das Abfallkonzept wurde mit der lokal ansässigen Firma Remondis Schweiz AG umgesetzt. Als Spezialist in der Abfall- und Kreislaufwirtschaft unterstützte sie uns in der Auswahl geeigneter Abfallbehälter und der richtigen Massnahmen, um die Abfälle ressourcenschonend in ihre Stoffkreisläufe zurück zu führen.

derin rund 40 Einkaufstaschen, die nun unsere Ressortleiter beim Einkaufen begleiten. Eine kurzfristig angelegte Werbemassnahme erzielt damit eine langfristige Imagewirkung. Weitere Werbeblachen sind bewusst ohne Datum und Künstlerinformationen versehen worden, damit ein mehrjähriger Einsatz möglich ist.

### Mehrwerte für Anspruchsgruppen im Bereich Vermarktung

«Der Anlass «das festival» war ein voller Erfolg: entspannte Stimmung, gute Organisation und ein begeistertes Publikum. Besonders lobenswert ist, dass das Thema Nachhaltigkeit in den Bereichen Energie, Abfall und Verpflegung konsequent umgesetzt wurde.» Dieses Statement von Martin Vogel von der Schaffhauser Kantonalbank zeigt, dass das Thema Nachhaltigkeit durchaus Relevanz bezüglich eines Sponsoringengagements hat. In Zukunft wird von Veranstaltern vermehrt verlangt, Massnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit vorzuweisen. Auch Urs Capaul Städtökologe der Stadt Schaffhausen bestätigt dies: «Wir haben die nachhaltigen Massnahmen von «das festival» aktiv verfolgt und begrüssen das Engagement sehr. Die getroffenen Massnahmen zeigen, dass nachhaltige Konzepte im Veranstaltungsbereich umsetzbar sind und auch bei grösseren Events inmitten der Stadt funktionieren. Die Stadt Schaffhausen beabsichtigt, die positiven Erfahrungen rund um «das festival» zu nutzen, um die Anforderungen an Bewilligungsgesuche von Grossveranstaltungen neu zu definieren.

Die durchwegs positiven Rückmeldungen bestätigen, dass eine umfassende Berücksichtigung der drei nachhaltigen Dimensionen sinnvoll war. Auch Entwicklungspotential wurde durch kritische Reflexion erkannt. So werden für die kommende Veranstaltung vom 3. bis 6. August 2011 «myclimate»-Zertifikate erworben, um sämtliche unvermeidbaren Treibhausgasemissionen mit Klimaschutzprojekten zu kompensieren. Dieser Entscheid widerspiegelt die ganzheitliche Vorgehensweise der Strategie und den Anspruch, sich als qualitativ hochstehendes Festival zu positionieren.



Schaffhausen - über 12'000 Musikbegeisterte besuchten an drei Tagen den Herrenacker.  
Bild unten rechts: Die Festivaltasche – ein Unikat mit langfristiger Imagewirkung.

zu 25 Prozent als Souvenir endeten. Erstaunlich war, dass auf die Gesamtmenge von rund 43'000 Bechern lediglich 802 nicht gebrandete Becher als Verlust zu verzeichnen waren. Nach Philipp Schweiger von Cup Systems AG hat «das festival» von Beginn an die Ökologie nicht als ein Mittel zur Imagepflege, sondern als echten Grundwert gelebt.

### Kompostierbares Geschirr – Bewusster Umgang mit Ressourcen

Die Public Caterer hatten klare Vorgaben bezüglich Verbrauchsmaterialien und mussten über den Veranstalter Teller, Besteck, Servietten etc. von naturrette der Firma Pacovis beziehen. Die zertifizierten Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen können CO<sub>2</sub>-neutral entsorgt beziehungsweise kompostiert werden. Eine einfache, aber klare Signalisation mit

### «Naturmade star»-Ökostrom und Recycling

Sämtlicher Strombedarf von «das festival» wurde mit zertifiziertem «naturmade star»-Ökostrom abgedeckt. Jeweils ein Rappen pro kWh Strom kam einem lokalen Ökofonds zu, der Renaturierungen finanziert. Gemäss Tomas Cervera von den Städtischen Werken ist «das festival» eine der wenigen Veranstaltungen, die den Ökostromgedanken zu Ende gedacht hat. Nicht nur für den durch die Konzerte verursachten Stromverbrauch, sondern auch für alle vor- und nachgelagerten Prozesse sowie für die Anreise der Konzertbesucher und Künstler wurde der Stromverbrauch mit Ökostrom-Zertifikaten abgedeckt.

Mit einer innovativen Weiterverwendung von zwei grossen Werbeblachen aus Netzvinyl nähte eine lokale Schnei-

### Verein «das festival»

Hochstrasse 5  
8200 Schaffhausen  
Telefon 041 79 355 75 91  
info@das-festival.ch  
www.das-festival.ch