

# „Green“: zwischen Trend und Hype

Jochen Praschl ist in der Projektentwicklung bei der Veranstaltungstechnikfirma Habegger Austria tätig. Sein Buch ‚Corporate Green Events – das verborgene Potenzial von nachhaltigen Firmenevents‘ handelt von Innovation und Nachhaltigkeit im Eventbusiness

**HORIZONT:** Ist die Vorbereitung eines Green Events komplexer als sonst?

**Jochen Praschl:** Bei nachhaltigen Events ist im Vorhinein zu bedenken, dass mehrere Aspekte abseits des gewohnten Standardevents zu beachten sind. Man macht sich Überlegungen langfristiger Natur zu Mobilität, Abfallmanagement, zu Ausstattungsteilen, die später wieder einsetzbar sein sollen, zum Einladungsmanagement, zu Printunterlagen oder digitalen Alternativen dazu. Die Planung ist also komplexer. Langfristig gesehen bringt es aber Zeiteinsparungen und mehr Effizienz, außerdem mehr kreative Ansätze. Folge- oder Serienveranstaltungen profitieren davon.

Gibt es bei der technischen Vorplanung spezielle Aspekte, auf die Sie besonders Wert legen?

Die technische Vorplanung umfasst zum Großteil ja Inszenierung und die Hardware, wo es vor allem durch die LED-Technologie bei Licht- und Videotechnik enorme Einsparungspotenziale gibt. Auch die tatsächlich benötigte Energie ist ein großes Thema. Zeitgerecht schon in der Planungsphase daran zu gehen und andere Gewerke wie das Catering, die Location, die Deko, die Künstler mit einzubinden, schafft energieeffiziente Lösungen von Beginn an. Außerdem kann man über die reine Bühnenkonstruktion hinausgehen und den kompletten Raum inszenieren, es können gewisse Elemente von vornherein so geplant werden, dass es zu wirklich nachhaltigen Einsätzen kommt.

Das heißt, die Planung ist nicht viel aufwändiger?

Genau, es geht um langfristiges Denken, um kreative Ansätze: Wie schafft man es mit Weniger mehr für die Wahrnehmung zu bieten, mehr Output zu liefern? Und all das nicht für ein einziges Mal, à la Messestand, der danach 1:1 im Container landet und als Sperrmüll entsorgt wird, sondern für eine nachhaltige Nutzung.

Und die Kosten für die Kunden bei einem Green Event?

Es geistert ja das Gerücht herum, dass ein Green Event immer kostenintensiver ist, egal ob bei Deko, Catering, Technik, oder Location. Meine Meinung dazu: ein gut geplanter Event wird immer kostengünstiger sein als ein kurzfristiger Einsatz mit vielen unerwarteten, explodierenden Kosten etwa beim Strom, Expresszuschlägen oder Nachverrechnungen. Wenn beim Catering auf regionale Bioware und Fair-Trade-Produkte umgestellt wird, mögen die zwar in der Anschaffung einen höheren Betrag ausmachen, aber auch hier kann man vorher überlegen, was braucht es denn wirklich an Fingerfood warm/kalt, an Buffetstationen und in Folge Personal. Vielleicht braucht es auch gar nicht viel Druckwerke und es werden iPads eingesetzt. Also kann ein Green Event, wenn alles gut geplant ist, auch kostengünstiger sein.

Nehmen die Gäste die Unterschiede überhaupt wahr? Und wenn ja, positiv oder negativ?

Wenn ich im Supermarkt stehe, vor der Wahl einen um zehn Cent teureren Apfel aus Österreich zu nehmen, regional, Bioware, da weiß ich ganz klar, dass es sich an der Kassa besser anfühlt und zu Hause besser schmeckt. Ich sehe das bei sämtlichen Caterings bei Green Events, die gebotene Qualität ist höher, und das schätzen auch die Gäste. Und aus der Sicht des Technikers ist es zwar ernüchternd festzustellen, dass das, was vom Event am meisten hängen bleibt, das Essen ist und nicht welche Scheinwerfer, Projektoren und Lautsprecher den Raum perfekt in Szene setzen. Und die Einladung: wenn die digital kommt, wenn es dann auch noch detaillierte Infos zu öffentlicher Anreise beziehungsweise Shuttle-Services gibt, vielleicht sogar eine App dazu hinführt, dann können die Gäste rundum sorglos und stressfrei an- und abreisen und sich das ein oder andere Glaserl gönnen. All das bringt meiner Meinung nach eine höhere Lebensqualität auch am Event. Es müssen nicht immer die Shrimps sein und das fernsehtaugliche fünf kW-Bühnenlicht.

In welchen Bereichen gibt es Einsparungspotenzial im Sinne von Energie und Nachhaltigkeit?

Hinsichtlich Energie ist es hauptsächlich die Auswahl und Leistungsaufnahme der Geräte. Denken Sie nur an die früheren Kongresse, mit 500-seitigen Mappen ohne doppelseitigen

„Es ist ein Gerücht, dass Green Events immer teurer sind.“

Jochen Praschl,  
Habegger Austria



Buchautor und Projektentwickler am Veranstaltungssektor: Jochen Praschl. © Habegger

Druck, die dann im Hotelzimmer liegen bleiben. Heute gibt es USB-Sticks, Smartphone- und Tablet-Einbindungen und nur das Konferenzprogramm im stylischen Druck. Interaktive Apps führen durchs Programm, geben Hintergrundinfos zu den Speakern, führen zum Sitzplatz und helfen mit Location-, Transfer- und Stadtinfos weiter. Und Nachhaltigkeit wird vor allem auch beim Stage-Design groß geschrieben: es kann auf wiederverwendbare Deko super projiziert werden, großflächige Videomappings etwa sind immer beliebter.

Wie sieht es mit dem CO2-Ausstoß beim Green Event aus?

Von der Stunde Null bis zum Debriefing sind enorme Einsparungen möglich. Am Eventtag geht es hauptsächlich um Material- und Stromverbrauch und Abfall, der anfällt. Da gibt es bei guter, nachhaltiger Planung Reduktionen von 40 Prozent und mehr. Und das große Thema ist natürlich Mobilität: liegen Hotel und Location in Gehdistanz, mit guter öffentlicher Anbindung, gibt es Shuttle-/Transfer- oder Fahrrad-Services, und wie reisen die Gäste überhaupt an? Außerdem: wie effizient gestalten wir Lieferanten die Transporte? Können wir Technikausstatter etwa von der Location oder aus der Region

mehr „schweres“ Equipment einsetzen, wie Bühnenpodeste, Trussing und Ballastierungen? Vieles ist machbar und hat Sinn.

Laut Homepage der Habegger GmbH kann der CO2-Ausstoß der Technik bei Events berechnet und ausgewiesen werden, und es wird ein Betrag generiert, den Sie wiederum in ein Windparkprojekt fließen lassen. Können Sie dazu etwas mehr erzählen?

Die Firma Habegger hat vor Jahren schon begonnen, sich als „sustainable company“ Gedanken über CSR und nachhaltige Verantwortung zu machen, über allgemeine Effizienz in und außerhalb der Firma und über eine entsprechende Eventabwicklung, über die zehn Green Rules und die zehn Prinzipien des UN Global Compact. Und eine super Möglichkeit bietet uns die eigene Software mit einem einfachen CO2-Berechnungstool basierend auf den Stunden, die wir aktiv an den definierten Starkstromanschlüssen ziehen, und wie viele

Kilometer und mit wie vielen Transportgewichten wir mit unseren LKW fahren. Berechnet wird also der Materialtransport und der Stromverbrauch laut österreichischem Strommix und in Relation zum durchschnittlichen CO2-Ausstoß. Es ergibt sich dann ein Wert, den wir optional und mit einem freiwilligen Beitrag ausweisen können, der dann in erneuerbare Energie fließt. Konkret geht es um den Windpark Munderfing in Oberösterreich, an dem die Bürger Munderfings auch beteiligt sind, ein wunderbares Projekt, das etappenweise weiter ausgebaut wird und gerne auch besucht werden kann. Es gab in der Schweiz ein Projekt eines Wasserradwerks, es sind also unterschiedliche Ansätze, die wir verfolgen. Vielleicht wird es in Zukunft auch etwas mit Solar geben. Definitiv klar ist, es geht um erneuerbare, alternative Energiequellen. Gerne nehmen wir bei den Berechnungen ebenfalls das Catering mit rein, andere Stromverbraucher und Transporte. Wir können rundum kalkulieren. **hk**



Martin Brezovich ist Mit-Initiator, Kurt Scholz nahm die Auszeichnung für Helmut Zilk entgegen, Sandra Pires moderierte im Casino Baden. © Ch. Husar

## Die ‚Hall of Fame‘ wird größer

Das Event Marketing Board Austria ehrt auch 2016 wieder Event-Persönlichkeiten und vertieft seine Ausbildungsstudie von 2009

Auf Initiative von emba (Event Marketing Board Austria) wurde im Mai 2015 im Casino Baden eine „Austrian Event Hall of Fame“ initiiert. Damit wurden erstmals Persönlichkeiten geehrt, die sich um die heimische Event-Landschaft besonders verdient gemacht haben. Die ersten Ausgezeichneten waren André Heller, Helga Rabl-Stadler, Günter Rhomberg, Lotte Tobisch-Labotýn und, posthum, Helmut Zilk. 2016 werden abermals fünf Persönlichkeiten aufgenom-

men. Martin Brezovich, er ist als emba-Vorstand einer der Initiatoren: „Es gibt exzellente Kandidaten. Ab 2017 wird es dann jährlich nur mehr drei Neuzugänge zur Hall of Fame geben, die Auszeichnung soll ja nicht inflationär werden.“

Auch auf andere Weise will emba weiter zur Professionalisierung der Branche beitragen, nämlich mit noch mehr Fokus auf Ausbildung: Eine Studie gemeinsam mit eventnet.at ermittelte 2009 österreichweit 23 Fach-

hochschulen mit Ausbildung zu Live-Marketingexperten. 2016 wird die Studie weiter vertieft und neu durchgeführt, denn, so Brezovich: „Grundsätzlich kann ja jeder eine Eventagentur machen, aber in der Praxis sind die Anforderungen immer komplexer, daher ist Qualitätssicherung nötig, ohne in eine Überbürokratisierung zu verfallen. Und die Kunden sagen ja einhellig, dass Dinge wie die freiwillige TÜV-Zertifizierung von Eventagenturen sinnvoll sind.“ **hk**