



# green BERLIN MUSIC WEEK Masterplan



Im Auftrag von Kulturprojekte Berlin entwickelte die Green Music Initiative mit Green Berlin Music Week letztes Jahr erstmalig ein Leitbild für eine umweltverträgliche Berlin Music Week. Eine Veranstaltung dieser Größenordnung ist mit nicht zu unterschätzenden Umweltwirkungen verbunden. Gerade die Vielzahl der Orte, Konzepte und Akteure stellt ein systematisches Umweltmanagement vor große Herausforderungen. Gemeinsam mit der Green Music Initiative hat der Zusammenschluss der Akteure nun Wege definiert, wie mit dieser Herausforderung in Zukunft sinnvoll umgegangen werden soll. Die Akteure der Berlin Music Week werden dabei unterstützt, CO<sub>2</sub>-Hotspots und Umwelteinwirkungen aufzudecken und umwelt- und klimaschützende Maßnahmen umzusetzen. Die Identifikation von Synergien und Potentialen steht dabei im Mittelpunkt.

## Auf dem Weg zu einer *green* Berlin Music Week - 5 Handlungsfelder für effektiven Umwelt- und Klimaschutz

Bei regelmäßigen Treffen der Partner, sowie bei bilateralen Gesprächen zwischen den einzelnen Akteuren und der Green Music Initiative wurden bisherige Aktivitäten im Bereich Umwelt- und Klimaschutz diskutiert, Potenziale ausfindig gemacht und Lösungsansätze entwickelt. Obwohl sich die Vielzahl der Akteure (Festival, Musikfachmesse, Musikkongress, Clubnacht usw.) mit ganz unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert sehen, konnten dennoch Querschnittsthemen ausfindig gemacht, die für alle Beteiligten von großer Relevanz sind. Darauf aufbauend wurden schließlich Handlungsfelder definiert, die im Folgenden kurz umrissen werden. Sie bilden den Kern des Leitbildes für eine umweltverträgliche Berlin Music Week.

Kontakt: Lucile Barras | Green Music Initiative | +49 30 7790 779 14 | barras@thema1.de

Die Green Music Initiative ist eine Plattform zur Förderung einer klimaverträglichen Musik- und Entertainmentbranche. In enger Kooperation mit wissenschaftlichen Instituten, Stakeholdern und bekannten Künstlern werden Reduktionsstrategien beispielhaft umgesetzt. Ziel ist die Verminderung der CO<sub>2</sub>-Emissionen und Umweltwirkungen in allen Bereichen. Die Green Music Initiative ist ein Projekt der THEMA1 GmbH.





## Energie

Clubs und Konzerthallen haben einen beträchtlichen Energieverbrauch: ein Club verursacht jährlich mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch von 150.000 kWh 90 Tonnen CO<sub>2</sub>. Obwohl mit dem Wechsel zu Ökostrom, dem Einsatz von erneuerbaren Energien und einigen Energieeffizienzmaßnahmen sowohl Umwelt als auch der Geldbeutel geschont werden können, ist die Ausschöpfung dieser Potenziale im Musiksektor noch wenig verbreitet.

### Vision2020

**50% Ökostrom** im Strommix der Berlin Music Week  
Ein **um 30% gesenkter Energieverbrauch\***

### Berliner Best Practice 2011

- Columbiahalle, Postbahnhof, Heinz Minki, Kater Holzig, Universal Music und MTV sind in den letzten Monaten auf Ökostrom umgestiegen.
- Auf dem Gelände des von Berlin aus organisierten Melt! Festivals wurde im Juli ein Solardach installiert, das jährlich 120 kWh Strom erzeugt. Auf der nicht begrünbaren Dachfläche der Max-Schmeling-Halle steht eine Solaranlage, auf dem des Postbahnhofs wird gerade eine geplant.
- Die Berliner Green Music Initiative schafft mit dem Green Club Index Transparenz um Energieeffizienz in Clubs: Die Ermittlung des Quotienten ermöglicht es, den Energieverbrauch von Clubs zu vergleichen, ohne Geschäftsgeheimnisse zu lüften. Gleichzeitig werden Hotspots aufgedeckt und sinnvolle Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs getroffen.
- Club Consult von der Club Commission hat zu Energieeffizienz mehrere Workshops organisiert, Infomaterial veröffentlicht und bietet Einzelberatungen an.
- Mit der Unterstützung von co2online wurden im Rahmen von „Green Clubbing“ CarrotMobs in den 4 Berliner Clubs Tresor, Fate, Grüner Salon und Kaffee Burger durchgeführt, mit deren Erträgen eine Impulsberatung in Energieeffizienz durchgeführt werden konnte. Z.B. ergibt beim Grünen Salon eine Investition von 300 EUR in Zeitschaltuhren für seine Kühlschränke Stromkosteneinsparungen von 2200 EUR jährlich.
- Beim beliebten Offgrid-Experiment Fahrraddisko erzeugen die Besucher den gesamten Strom für DJ-Pult und Soundanlage mit ihrer eigenen Muskelkraft.

### Herausforderungen

Veranstalter haben oft wenig Einfluss auf Stromverträge und Energietechnik der Venues, und viele Clubs sind Mieter und haben daher auch nur beschränkte Möglichkeiten, ihre Energieeinrichtungen zu verbessern. Hier ist ein Dialog speziell mit den Hauptpächtern der Venues nötig, die einen Einfluss auf Energietechnik und Stromverträge haben.

Abend- und Nacht events beziehen ihren Strom zu Randzeiten, nicht zu Hauptzeiten. Damit stellen sie eine speziell interessante Kundschaftskategorie für Stromunternehmen dar, die ihnen den Strom dann abnehmen, wenn der Verbrauch generell tief ist. Viele Clubs und Venues haben aber noch alte Stromverträge, in denen dieser Aspekt nicht betrachtet wurde. Ökostromverträge können daher günstiger ausfallen als die bisherigen Verträge. Ein Clubspezifisches Angebot steht aber noch nicht.

Im Bereich Energieeffizienz gibt es in Clubs noch viele „Low-Hanging Fruits“, Maßnahmen, die sowohl für den Umweltschutz wie auch ökonomisch besonders sinnvoll wären, aber aus mangelndem Bewusstsein nicht getroffen werden. Die von der Green Music Initiative und der Club Commission angebotene Clubspezifische Energieeffizienzberatung ist noch relativ neu und muss in Berlin noch etabliert werden.

### Maßnahmen - 2015

Solardach auf dem Flughafengebäude Tempelhof.

Wechsel zu Ökostrom der Hauptvenues der Berlin Music Week und der Büros.

Verhandlung eines Ökostromrahmenvertrags für Berliner Clubs. Im Zusammenschluss der Berliner Clubs und Venues sollen günstige Bedingungen für einen Ökostromrahmenvertrag für Berliner Clubs erreicht werden.

Verbreitung der Energieeffizienzberatung für Clubs und Stimulierung der Umsetzung von Maßnahmen.





## Beschaffung & Ressourcennutzung

Am 21. August 2011 wurde weltweit die Ressourcenmenge aufgebraucht, die in 2011 durch die Erde erzeugt werden. Das bedeutet, dass viele Ressourcen so stark ausgebeutet werden, dass sie Ökosysteme erschöpfen und zerstören. Bei einem Großereignis wie der Berlin Music Week werden große Mengen Material aufgewendet, in vielen Fällen nur mit Einwegnutzen. Der Einsatz von umweltfreundlichem, wiederverwert- oder -verwendbarem Material schont die Ressourcen.

### Vision2020

**Wiederverwendung von >90% Material** im Messebau

**50% weniger Druckerzeugnisse\***

**Anwendung hoher ökologischen und sozialen Kriterien in der Produktbeschaffung** (z.B.: Fairtrade, GOTS-Standard usw.)

### Berliner Best Practice 2011

- 80% der Stände werden von der Popkomm selbst gestellt, nicht von den Ausstellern. Dadurch kann die Wiederverwendung von Mobiliar, Spanwänden, Böden und weiteren Materialien gewährleistet werden.
- Puristischer Look: Die Berlin Music Commission hat nach Überlegung entschieden, auf atmosphärische Dekoelemente für ihre Meet Berlin Workshops vollständig zu verzichten.
- Deine Stimme gegen Armut verwendet dieselben Banner über mehrere Jahre.
- Virtuell vs. Papier: Der Online-Veranstaltungskalender der Berlin Music Week und die mobile Version als Smartphone-App spart Flyers ein. Überhaupt halten die Veranstalter der Berlin Music Week die Anzahl Flyers und Papiereinladungen bewusst niedrig und setzen hauptsächlich auf online-Kommunikation.
- Auf dem Gelände des Berlin Festivals herrscht Flyer-Verbot.
- Gute Jutetaschen: die Taschen der Berlin Music Week sind fairtrade zertifiziert.
- Auch die T-shirts von Deine Stimme gegen Armut sind fairtrade zertifiziert.
- Bei Minus Records wird bei der Produktbeschaffung systematisch die umweltfreundlich-zertifizierte Wahl getroffen. Richie Hawtins CDs z.B. kommen nicht in Plastikboxen, sondern in FSC-zertifizierten Pappehüllen.
- Die Max-Schmeling-Halle hat ihre Reinigungsprozesse umwelttechnisch optimiert.

### Herausforderungen

Im Bereich Beschaffung gibt es zwei Hauptschritte: 1. die Formate eigener Produkte regelmäßig überdenken: z.B. ist Druckmaterial in Zeiten immer stärkerer virtueller Kommunikation und Einsatz von Social Media weiterhin sinnvoll? Sind die gewöhnlichen Gooddies weiterhin eine gute Wahl? 2. Ein nachhaltiges Angebot finden, was nicht immer einfach ist.

Oft ist nachhaltiges Material teurer, da bestimmte Kosten, die bei günstigen Produkten an die Gesellschaft weitergegeben werden (Externalitäten) hier vermieden und im Preis einberechnet werden. Hier kommen Sponsorengelder ins Spiel: In den Berliner Richtlinien für öffentliche Beschaffung wurden letztes Jahr ökologische Vorteile als zusätzliches Kriterium zum ökonomischen eingeführt. Das bedeutet, dass bei Einsatz öffentlicher Gelder fortan die ökologischere Alternative anstelle des günstigsten Angebots ausgewählt werden kann. Auch bei Aktivierungen privater Sponsorengelder sollte eine ökologische Option systematisch angeboten und besprochen werden.

### Maßnahmen - 2015

Checkliste und Adressenkatalog zu nachhaltiger Beschaffung in Berlin und Umgebung für Eventmanager. Showcase grüne Aktivierung (siehe Querschnittsmaßnahmen).





## Catering

Die Erzeugung von Lebensmitteln ist mit einer Vielzahl von negativen Umwelteinwirkungen verbunden. Durch umwelt- und sozialverträgliches Catering (weniger Fleisch und Fisch, vermehrt biologische, regionale, sowie fair gehandelte Waren) kann exemplarisch gezeigt werden, wie bewusster, zukunftsfähiger Konsum aussehen kann. Hierbei geht es keineswegs darum, Verzicht zu predigen, vielmehr kann gezeigt werden: Nachhaltiges Catering ist die bessere Alternative.

### Vision 2020

**50% mehr regionale und fairtrade Produkte\***

**50% vegetarisches Catering beim Berlin Festival**

**90% vegetarisches und 100% biologisches Catering zu Berlin Music Week Empfängen**

### Berliner Best Practice 2011

- Berlin Festival, Popkomm und Club Transmediale setzen auf möglichst regionale, biologische und vegetarische Stände.
- Beim Berlin Festival sind 8 von insgesamt 18 Essständen Bio-Food-Stände.
- Bei „Deine Stimme gegen Armut“ ist etwa 30% des Essenangebots vegan.
- Mit Pfandbechern werden im Cateringbereich Ressourcen geschont und Abfall vermieden.

### Herausforderung

Die Umstellung auf vegetarische Kost ist für viele Caterer kein selbstverständliches Unterfangen: Fleisch hat Tradition, der etablierte Caterer seine Gewohnheiten. Bei der ersten Nachfrage wird oft das Kostenargument entgegengehalten: biologische Nahrung sei teuer. Das stimmt aber nicht unbedingt, wenn z.B. dafür die Fleischzutat wegfällt.

Das auf nachhaltige Kost spezialisierte Angebot wird nach und nach breiter, hat noch Nischenstatus. Das hauptsächlich urbane Publikum wie das der Berlin Music Week ist aber oft dankbar um eine ausgewogene Kost aus ausgesuchten Zutaten. Und das Tollwood Festival in München beweist, dass ein Festival mit ausschließlich biologischer Kost schon heute machbar ist und erfolgreich sein kann.

Auch im Getränkebereich gilt es hauptsächlich, alte Gewohnheiten zu hinterfragen: Werden möglichst regionale Getränke angeboten? Können kleine Flaschen noch mehr durch Offenausschank in Pfandbechern ersetzt werden? Wann werden Kühlschränke aufgefüllt?

### Maßnahmen - 2015

Checkliste und Adressenkatalog zu nachhaltigem Catering in Berlin und Umgebung für Eventmanager.

## Abfall / Entsorgung

Müll ist eine der offensichtlichsten Umwelteinwirkungen. Durch ein systematisches Abfallmanagement ist es möglich das Abfallaufkommen der Berlin Music Week insgesamt zu reduzieren. Darüber hinaus könnte in Zukunft ein größerer Anteil recyclebarer Materialien der Wiederverwertung zugeführt werden.

### Vision 2020

**50% weniger Abfallaufkommen\***

**Wiederverwertung von 30% Materialien**

### Berliner Best Practice 2011

- Auf der Popkomm findet bereits Mülltrennung auf dem gesamten Areal statt. Zudem wird bei den Food-Ständen auf dem Berlin Festival der Müll getrennt.
- Banners to Bags: Banner der Berlin Music Week werden in einer Friedrichshainer Schneiderei zu Taschen verarbeitet.





### Herausforderungen

Wie im Energiebereich haben Veranstalter oft wenig Einfluss auf Entsorgungsstrukturen. Daher ist auch hier ein Dialog speziell mit den Hauptpächtern der Venues nötig. Des Weiteren haben Entsorgungs- und Energiebereich gemeinsam, dass Clubs wie Großveranstaltungen spezifische Abfallaufkommen und -Strukturen haben, Müllunternehmen auf diese Eigenschaften jedoch noch nicht gezielt eingehen.

### Maßnahmen - 2015

Durch ein angepasstes Abfallmanagementkonzept für den Zusammenschluss der Berlin Music Week Venues kann das Abfallmanagement umweltschutz- wie auch kostentechnisch optimiert werden. Hierbei soll in einer gesamtheitlichen Betrachtung nicht nur die Entsorgung behandelt, sondern bereits früher, bei Müllvermeidung und Wiederverwendung angesetzt werden.

### Mobilität

Der größte Anteil an klimaschädlichen Emissionen in der Musikbranche entsteht bei der An- und Abreise der Fans und Besucher zu Musikereignissen. Durch intelligente Mobilitätsangebote können Veranstalter die Besucher einladen, ihre Reiseemissionen niedrig zu halten.

### Vision 2020

**30% weniger Reiseemissionen** der BesucherInnen\*

**50% stärkere Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel**

**Integration der Tickets für den öffentlichen Nahverkehr, Velotaxis, sowie Leihräder in allen Berlin Music Week Tickets**

### Berliner Best Practice 2011

- Der Empfang der Germany goes 3-dimensional (G3D) Initiative der Musikstandorte Hamburg, Berlin und Köln vereint und ersetzt eigentlich drei Events in den drei verschiedenen Städten. Dadurch wird der Verkehr zwischen diesen Standorten etwas reduziert.
- Kooperationen mit der BVG und der Deutschen Bahn und der Einsatz von Busshuttles laden zur Nutzung der klimafreundlicheren, öffentlichen Transportmittel zu den verschiedenen Veranstaltungsorten der Berlin Music Week ein.
- Beim Flughafen Tempelhof stehen während der Berlin Musik Week zusätzliche Fahrradständer.
- DJ Hawtin kompensiert systematisch seine Flüge. Bei seiner Bustour in USA wurden möglichst kurze Routen geplant und Biokraftstoff eingesetzt.

### Herausforderungen

Der Schlüsselbereich für eine klimaverträgliche Veranstaltung, Mobilität, ist auch der Bereich, der die stärksten Herausforderungen stellt: wie können Reiseemissionen einer Veranstaltung in einer Stadt reduziert werden, die mit öffentlichen Verkehrsmittel schon sehr gut ausgestattet ist und deren Konzept in der Diversität der Veranstaltungsorte besteht? Gibt es nicht eine Alternative zur Kompensation von Flugverkehrsemissionen, die dazu beitragen würde, die Reiseemissionen der Auslandsgäste zu verringern?

### Maßnahmen - 2015

Erste Maßnahmen bestehen darin, umweltfreundliche Alternativen möglichst auszuschöpfen:

- umfassende Informationen an die Besucher
- stärkere Anreize zur Nutzung öffentlicher Transportmittel, u. a. durch Kombitickets
- maximaler Einsatz von Velotaxis und Leihrädern

Vor dem Hintergrund, dass die Verbesserung der Mobilität eine besondere Hebelwirkung für Umwelt- und Klimaschutz hat, lohnt es sich, den Verkehr zur und während der Berlin Music Week mit Mobilitätsexperten eingehend zu analysieren und ein Mobilitätskonzept für die gesamte Veranstaltung zu erstellen. Hier sind innovative Lösungen besonders gefragt.





## Querschnittsfelder & Kommunikation

Kommunikation und Querschnittsfelder ergänzen die fünf aufgeführten Handlungsfelder und haben eine unterstützende Funktion.

### Berliner Best Practice 2011

- Im Rahmen der Meet Berlin-Reihe wird ein Panelgespräch zu Nachhaltigkeit in Clubs angeboten.
- Die Silent Disco während des Berlin Festivals macht die Besucher auf Lärmemissionen im Musiksektor aufmerksam.
- Club Consult bietet auf ihrer Internetseite umfassende Informationen zu Energieeffizienz in Clubs zum herunterladen an.
- Die Max-Schmeling-Halle und die UFA Fabrik informieren auf ihren Internetseiten über ihre umfassenden Umweltschutzaktivitäten.

### Herausforderungen

Die Umstellung auf ökologischere Aktivitäten ist mit Kosten verbunden. Obwohl sie nicht selten direkte Einsparungen nach sich bringen oder einen eindeutigen Imageeffekt erzeugen können, stellen diese Investitionen oft eine Hürde für konkrete Verbesserungen dar. Sponsoren können hier wirkungsvoll einspringen, werden aber erst selten dazu aufgefordert.

### Maßnahmen - 2015

Ausschreibung grüne Aktivierung zur Finanzierung von Umweltschutzmaßnahmen.  
Award zur Kürung des green Berlin Music Week Partners des Jahres.  
Verstärkte und transparente online-Kommunikation von green Berlin Music Week.  
Green Music Week Dinner als Kickoff von green Berlin Music Week 2012.  
Grüner Dienstleisterkatalog Berlin und Umgebung.

