

„Going Green“ – Deutschlands MICE-Anbieter denken um

■ Es gibt viele Wege zur Nachhaltigkeit. Das haben auch die Anbieter der deutschen Tagungs- und Kongressbranche erkannt. Kreativ und mit System lassen sie den „Green Meetings“-Gedanken allmählich zur Selbstverständlichkeit werden.

■ Grüner tagen mit dem „UN Global Compact“: m:con, Mannheim



Wer nachhaltig wirtschaften will, ist mit den Vereinten Nationen stets gut beraten. Auf Initiative des ehemaligen UN-Generalsekretärs Kofi Annan entstand um die Jahrtausendwende der „Global Compact“, eine weltweite Corporate-Citizenship-Initiative, die privatwirtschaftliche Unternehmen und UN- wie UN-nahe Organisationen im Bemühen um eine nachhaltig-gerechte Weltwirtschaft vereint. Wer dem „Global Compact“ beitrifft, verpflichtet sich zur Einhaltung von zehn klar definierten Prinzipien, die die wichtigsten Nachhaltigkeitsbereiche abdecken. Als langjähriger „Global Compact“-Teilnehmer übernimmt auch das Mannheimer m:con Congress Center Rosengarten soziale Verantwortung und setzt Ökostandards auf die Agenda. „Unser Unternehmen steht seit jeher für Prinzipien wie Menschen-

rechte, Umweltschutz, Arbeitsrechte und Schutz vor Korruption“, betont Bastian Fiedler, Marketing-Leiter bei m:con, und verweist auf den kürzlich in New York eingereichten Nachhaltigkeitsbericht, der zur jährlichen Pflicht jedes „Global Compact“-Teilnehmers gehört.

■ „Sustainable Bonn“: der UN-Standort verpflichtet



Auch Bonn fährt bestens mit den Vereinten Nationen. Drei große UN-Umwelt- und Naturschutzkonferenzen im Sommer 2008 haben die Stadt endgültig als Kongressstandort der Nachhaltigkeit etabliert. Ein nicht ganz überraschender Erfolg – schließlich kamen die UN in den Neunzigerjahren auf Einladung der Bundesregierung unter dem thematischen Schwerpunkt „Sustainable Development“ an den Rhein. Doch auch die Meeting-Infrastruktur vor Ort setzt nachhaltige Akzente. So sind die Bonner Tourismus & Congress GmbH, das MARITIM Hotel und das World Conference Center Bonn (WCCB), um nur einige zu nennen,

Partner der Initiative „Sustainable Bonn“ – die Stadt selbst ist dem Städtetenetzwerk ICLEI (Local Governments for Sustainability) und dem Klimabündnis der Städte beigetreten. Damit ist klar: Nachhaltigkeit soll hier nicht nur Thema von Konferenzen sein, auch die Veranstaltungen selbst sollen umweltfreundlich durchgeführt werden. Und so wird der WCCB-Erweiterungsbau (geplante Eröffnung: Ende 2009) ebenfalls unter ökologischen Gesichtspunkten realisiert.

■ Mit Hilfe der Wissenschaft: Tagungs- und Kongressbüro Osnabrück



Einen anderen Weg geht man in Osnabrück. Da die Stadt nicht nur den UNESCO-Geopark TERRA.vita beherbergt, sondern auch Sitz der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, des Europäischen Bodenbündnisses und des Centrums für Umwelt und Technologie ist, war es für Christine Förster, Leiterin des Tagungs- und Kongressbüros Osnabrück, „ein logischer weiterer Schritt, auch im Kongressangebot ‚grün‘ zu werden“. Und so wird das Service-Angebot des Büros zukünftig um ein Modell für

klimaneutrale Tagungen erweitert, das im Rahmen einer Diplomarbeit von Lena Wilken im Lehrgebiet Veranstaltungsmanagement an der FH Osnabrück erarbeitet wurde. Zurzeit werden Standards für die teilnehmenden Betriebe und ein Qualitätsmanagement entwickelt, ein wissenschaftlicher Beirat begleitet das Projekt.

■ Hotelzertifizierungen auf dem Vormarsch



Bildlegende v.l.n.r.: Jürgen Wirtz, District Director & General Manager Radisson SAS Hotel Köln, Olaf Seiche, TÜV Rheinland, Jörg Schiffmann, Area Vice President The Rezidor Hotel Group, Andreas von Thien, RTL

Hotels wiederum setzen verstärkt auf die Zertifizierung ihres Umweltmanagements, etwa nach der ISO-14001-Norm. So nimmt der unabhängige Prüfdienstleister TÜV Rheinland gerade 15 Radisson SAS



Hotels in ganz Deutschland unter die Lupe. Das Radisson SAS Scandinavia Hotel in Düsseldorf und das Radisson SAS Köln sind die beiden ersten Häuser, die das ISO-14001-Audit erfolgreich bestanden haben. Ziele der Zertifizierung, die eine Laufzeit von drei Jahren hat, sind die systematische Reduzierung von Risiken für die Umwelt und die Verbesserung von Umweltleistungen. Auch die Dorint Hotels & Resorts haben ISO-14001-Audits angekündigt, und zwar zunächst für ihre Resorts, die bis Ende 2008 zertifiziert sein sollen. Im Rahmen des neuen „Vital“-Konzepts will Dorint bis 2011 „die führende Hotelgesellschaft im präventiven und nachhaltigen GesundGenuss-Tourismus sein“, so Götz Braake, Bereichsdirektor für die Resorts. Fragt man Experten nach den Gründen für das grüne Engagement der deutschen Hotelbetreiber, kristallisieren sich vor

Hamburg – The place to meet

Hamburg – die grüne Metropole am Wasser ist der ideale Standort für Ihre Veranstaltung am, auf und unter Wasser.

Wir sind für Sie da!
 Hamburg Convention Bureau
 Tel.: 040- 300 51 127
 E-Mail: graf@hamburg-tourismus.de
 Internet: www.meetinhamburg.de



alle drei Punkte heraus: ein besonders ausgeprägtes Umweltschutzbewusstsein, der wachsende Druck von Kunden und das attraktive Kosteneinsparungspotenzial (siehe Interview).

■ IMEX-Umfrage: gesteigertes Interesse am Thema CSR

All das bestätigt letztlich auch die führende Branchenmesse IMEX: Wie sich bei der Abschlussbefragung 2008 zeigte, interessieren sich MICE-Macher verstärkt für die Themen Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility. Der CSR-Stand der IMEX war der populärste unter den New-Vision-Ständen – was einmal mehr die Impulsgeberfunktion der IMEX unterstreicht. Zu den wich-

tigen Akzenten, die die Messe jedes Jahr setzt, gehören die Verwendung „grüner“ Energie, Kampagnen zur Nutzung der Deutschen Bahn, groß angelegte Aktionen zur Müllreduzierung und nicht zuletzt die Verleihung von „Green Awards“ an vorbildliche Vertreter der Branche.

■ Websites:

www.rosengarten-mannheim.de/de/GREEN_MEETING.htm
www.international-bonn.de/de/sustainable-bonn.html
www.kongressbuero-osnabrueck.de
www.radissonsas.com
www.dorint.com
www.imex-frankfurt.de



Herr Dölling, Arqum führt ÖKOPROFIT- und ECOfit-Programme in der Hotellerie durch – worum geht es dabei?

In erster Linie geht es darum, die Umweltleistungen der teilnehmenden Hotelbetriebe zu verbessern. Das heißt, es werden nach einer ausführlichen Analyse des Unternehmens Verbesserungsmaßnahmen entwickelt, die die Umwelt entlasten und dem Betrieb gleichsam helfen, Kosten einzusparen. Überprüft werden die Bereiche Energie, Abfall, Wasser/Abwasser und Gefahrstoffe – die Teilnehmer bekommen schrittweise alle grundlegenden Werkzeuge eines Umweltmanagementsystems an die Hand. Da am Ende eine öffentlichkeitswirksame Auszeichnung vergeben wird, können sich Unternehmen auch nach außen zum Thema Umweltschutz positionieren.

■ „Die deutsche Hotellerie sticht in Sachen Energieeffizienz positiv heraus“ Interview mit Martin Dölling, Arqum GmbH

Wie gehen Sie vor, wie lange dauert so eine Zertifizierung und was kostet sie?

Wir veranstalten Workshops, laden Spezialisten ein und ziehen Best-Practice-Vergleiche. Daneben regen wir gezielt den Erfahrungsaustausch der Teilnehmer untereinander an. Die Dauer bis zur Auszeichnung ist projektspezifisch und liegt zwischen acht und zwölf Monaten. Die Kosten wiederum unterscheiden sich je nach Region, da es sich um typische Public-Private-Partnership-Projekte handelt, bei denen der öffentliche Träger einen Anteil der Kosten übernimmt. Zudem sind die Projektgebühren nach der Mitarbeiterzahl gestaffelt, das heißt, kleinere Betriebe müssen weniger bezahlen. Grundsätzlich gilt, dass die Kosten durch Förderungen und die Projektdurchführung in der Gruppe minimiert werden.

Wie steht die deutsche Hotellerie in Sachen Nachhaltigkeit im internationalen Vergleich da?

Bei unserer täglichen Arbeit stellen wir immer wieder fest, dass sich das Konzept der nachhaltigen Entwicklung in dieser Branche zunehmend durchsetzt. Seit Jahren sensibilisierte Fachkräfte spielen hier ebenso eine Rolle wie die Gäste: Deren Umweltbewusstsein ist in Deutschland immens groß und die Hotels reagieren. Ebenfalls eine Rolle spielen die deutlich gestiegenen Umweltkosten. Im September 2007 berichtete „Welt online“ vom „erstaunlichen Ökobewusstsein der Hotels“, die zu „Musterbetrieben in Sachen Umweltschutz“ avancierten. Der American Express Hospitality Monitor 2007 zeigte, dass die deutsche Hotellerie in Sachen Energieeffizienz im europäischen Vergleich besonders positiv heraussticht. Da in Europa im weltweiten Vergleich die Nachhaltigkeit seit längerem einen hohen Stellenwert hat, stehen die deutschen Branchenvertreter sehr gut da.

Saubere Sache! Umweltgerechte Veranstaltungen werden immer wichtiger

■ Regionale Produkte, energieeffiziente Technik, vorbildliches Abfallmanagement – Tagungsteilnehmer und Eventgäste erwarten immer häufiger, dass ihre Zusammenkünfte ohne Schäden für die Umwelt bleiben. Und längst gehen auch die Veranstalter offensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit um.

Ob Mitarbeiter- oder Kunden-Event, Arbeits-Meeting oder Incentive, Hauptversammlung oder Jubiläumsgala – noch in den Achtziger- und Neunzigerjahren scheuten Veranstalter keine Emissionen und Ressourcen, um ihre Gäste zu beeindrucken. Stromintensive Technikspielereien, nicht recycelbare Dekorationen, aus Übersee eingeflogene Köstlichkeiten und eine CO₂-intensive Anreise der Teilnehmer gehörten

zum Event-Alltag. Aufgrund des Klimawandels und veränderter Teilnehmererwartungen erkennen jedoch heute immer mehr Planer in Unternehmen, Institutionen, Verbänden oder Agenturen, dass eine Veranstaltung nicht weniger erfolgreich und beeindruckend sein muss, nur weil sie umweltschonend durchgeführt wird. So setzt sich allmählich eine neue Event-Philosophie durch.

■ **Nachhaltig planen – von der Einladung bis zur Abreise**

Das fängt bereits bei der Frage an, ob eine Veranstaltung überhaupt durchgeführt werden muss. Manchmal können Telefon- und Videokonferenzen eine ebenso kosten- wie energieeffiziente Alternative sein. Ist die Entscheidung für eine Veranstaltung gefallen, gehen Planer immer häufiger nachhaltig vor: indem sie Einladungen statt per Post auf



Verbindungen aufbauen, um Ihre **Community** zu gestalten – ein einzigartiges Umfeld kreieren. Die besten Instrumente auswählen, um Ihre Ziele zu erreichen. Branchen-Know-how **einbringen** und nutzen – sich voll und ganz für den Kunden **engagieren**. Innovativ und strategisch denken und handeln.

Diese gelebten Überzeugungen machen uns zu einem der führenden Unternehmen in den Bereichen **Live Communication** und **Verbandsmanagement**. Gemeinsam mit Ihnen setzen wir die optimalen Lösungen um, damit die Communities um Ihre Marken und Ihr Unternehmen stetig wachsen und lebendig bleiben.

29 Büros in 18 Ländern! Lernen Sie die Welt von MCI auf unserer Website besser kennen.

MCI in Deutschland

MCI Berlin Office
Markgrafenstr. 56
10117 Berlin

Phone: +49 (0)30 20 45 90

E-Mail: berlin@mci-group.com

MCI Stuttgart Office
Hohenerstr. 25
70469 Stuttgart

Phone: +49 (0)711 82 05 70

E-Mail: stuttgart@mci-group.com

Building Community
www.mci-group.com



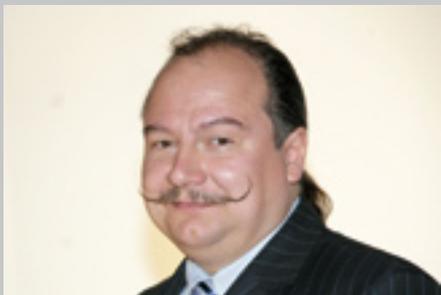
elektronischem Wege verschicken; indem sie einen Veranstaltungsort aussuchen, der für alle Teilnehmer gut zu erreichen ist – wenn möglich, mit der Deutschen Bahn; indem sie emissionsarme Rahmenprogramme konzipieren; und indem sie nachhaltig wirtschaftende Kongresszentren und Hotels auswählen. Nachhaltig Wirtschaften, das reicht vom ökologisch bewussten Abfallmanagement und der Verwendung regionaler Produkte im Catering über die Einhaltung arbeitsrechtlicher Standards bis hin zu einer energieeffizienten Gebäudetechnik. Umweltmanagementsysteme und -zertifizierungen wie ISO-14001 und das von der EU entwickelte Eco Management and Audio Scheme (EMAS), die sich bei Hotels und Kongresszentren immer

mehr durchsetzen, sind hier gute Orientierungspunkte.

■ Grüner tagen und reisen – drei aktuelle Leitfäden

Bereits zur EU-Ratspräsidentschaft und G8-Präsidentschaft Deutschlands im Jahr 2007 brachte das Bundesumweltministerium (BMU) seinen wegweisenden „Leitfaden für die umweltgerechte Organisation von Veranstaltungen“ auf den Weg. Die jetzt vorliegende zweite, überarbeitete Auflage informiert noch strukturierter über Handlungsfelder wie Mobilität, Energie und Klima, Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen, Catering und Kommunikation.

Unter dem Titel „VDR-Wegweiser Nachhaltigkeit“ bietet auch der Verband Deutsches ReiseManagement wertvolle Tipps und Infos. Der Leitfaden beantwortet die Kernfragen zum Thema Umweltbelastung durch Reisen und stellt die zentralen Module eines nachhaltigen Travel-Managements vor. „Geschäftsreisen – erfolgreich, effizient, umweltverträglich“ heißt ein neuer Praxisleitfaden des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) zu diesem Thema. Er berät nicht nur in Sachen Mobilitätsmanagement oder Hoteleinkauf, sondern gibt auch Tipps zur steuerlichen Behandlung von Jobtickets und BahnCards. Der Leitfaden ist kostenlos beim VCD erhältlich, dazu gibt es eine CD-Rom mit Hintergrundmaterial, Arbeitshilfen und einem Service-Teil.



■ „Verbände müssen Vorreiter sein“ Interview mit Betriebswirt Prof. Axel Uhrmacher, Vizepräsident BVBC e.V., Geschäftsführer BTC-Marketing

Warum ist Nachhaltigkeit auch und gerade für Verbände ein wichtiges Thema?

Verbände, gleich welcher Art, sollten immer einen progressiven Ansatz haben und für ihre Mitglieder vorausdenken. Nachhaltigkeit ist nicht nur ein Gegenwarts-, sondern auch ein starkes Zukunftsthema, das besetzt werden muss – gerade dort, wo Verbände mit Endverbrauchern zu tun haben. Die achten heute nämlich sehr genau darauf, wo ihre Lebensmittel herkommen oder ob ihr Fußball von Kinderhänden genäht wurde.

Wo stehen hier Deutschlands Verbände im internationalen Vergleich?

Deutschland spielt in Sachen Nachhaltigkeitspolitik und Umweltschutzrichtlinien weltweit eine führende Rolle. Speziell zu den deutschen Verbänden sind mir keine

Untersuchungen bekannt. Es lässt sich aber vermuten, dass auch sie im oberen Drittel anzusiedeln sind.

Was können speziell die Verbände der Tagungs- und Kongressbranche in Sachen Nachhaltigkeit tun?

Verbände in diesem Bereich tun ja schon einiges. Die gesamte Branche hat das Thema längst erkannt und geht offensiv damit um. Gleichzeitig üben sozial und ökologisch bewusste Tagungsteilnehmer einen positiven Druck auf die Verbände aus und diese geben ihn an ihre Mitglieder weiter. Es sind also zwei Bewegungen, die sich gegenseitig anschieben. Grundsätzlich sollten alle Verbände ihre Veranstaltungen dort ausrichten, wo das Thema Nachhaltigkeit gelebt wird.

Der Vortrag von Prof. Axel Uhrmacher während der GCB-Seminartage „Nachhaltigkeit macht Marke – Wie positionieren sich Verbände zukünftig?“ steht Ihnen unter www.gcb.de als Download zur Verfügung.

Sie unterstützen eine explizite Nachhaltigkeitsberichterstattung von Verbänden...

Richtig. Nachhaltiges Engagement hilft nicht nur der Gesellschaft, sondern steigert auch die eigene Reputation. Eine transparente Berichterstattung ist offensive Öffentlichkeitsarbeit – auch für die Mitglieder, denn der Marktdruck durch Shareholder steigt. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis Shareholder Nachhaltigkeitskennzahlen für Unternehmen und Organisationen fordern, verdichtet aus sozialen, ökologischen und ökonomischen Daten. Auch hier sollten Verbände Vorreiter sein. Und gerade für Non-Profit-Organisationen sind Nachhaltigkeitsberichte relativ leicht zu implementieren.

■ Strategische Partnerschaften

Andere nachhaltig denkende Veranstalter holen sich erfahrene Partner wie MCI ins Boot. Die weltweit agierende Live-Kommunikations- und Event-Management-Agentur hilft über ihren Geschäftsbereich

„Sustainability Services“ Firmen, Verbänden und Regierungen, aber auch Tourismuseinrichtungen bei der Definition ihrer Nachhaltigkeitsstrategie für Meetings und Events. Außerdem arbeitet MCI strategisch mit Green Globe International zusammen, dem einzigen internationalen Benchmarking- und Zertifizierungsprogramm, das auf den Leitlinien der Agenda 21 basiert. Gemeinsam bieten die beiden Firmen Beratungsdienstleistungen für Veranstaltungseinrichtungen und Destinationen an, die ihre Betriebsabläufe durch die Einbindung von nachhaltigen Geschäftsprinzipien umweltfreundlicher und kostengün-

stiger gestalten müssen. Praktische Lösungen werden auf der Grundlage der Green-Globe-Standards und des MeetGreenSM-Programms von MCI implementiert.

■ Die klimaneutrale Variante

Wie man nachhaltige Veranstaltungen abschließend krönt, zeigt einmal mehr das German Convention Bureau. Dessen letzte Mitgliederversammlung im m:con Congress Center Rosengarten war bereits das zweite Jahrestreffen, das auch klimaneutral stattfand. Das heißt: Zusätzlich zur deutlichen Reduktion von Emissionen – u. a. durch Bahnreise der meisten Teilnehmer und Minimierung des Papierverbrauchs – wurden sämtliche entstandenen Treibhausgasemissionen durch Investitionen in ein hochwertiges Klimaschutzprojekt kompensiert.

■ Weblinks:

www.14001news.de
www.emas.de
www.mci-group.com
www.greenglobe21.com
www.gcb.de

Der „Leitfaden für die umweltgerechte Organisation von Veranstaltungen“ ist als Download auf den Internetseiten des Bundesumweltministeriums (www.bmu.de/umweltgerechte-veranstaltungen) und des Umweltbundesamtes (www.umweltbundesamt.de, Rubrik „Publikationen“) erhältlich.

Der „VDR-Wegweiser Nachhaltigkeit“ kann unter www.vdr-service.de (Menüpunkt „Kompetenzzentrum“) kostenlos heruntergeladen werden.

Mehr zum „Geschäftsreisen“-Leitfaden des VCD auf www.vcd.org/geschaeftsreisen.html.



Meetings. Incentives.
 Conferences. **Emotions!**

Es gibt viele Faktoren, die den Erfolg von Tagungen bestimmen: Vielleicht ist es die leichte mediterrane Küche. Vielleicht aber auch die Professionalität einer weltweiten Hotelkette mit 342 Hotels und 2.180 Tagungsräumen. Oder unser zentraler Tagungsservice, der Sie mit individuellen Lösungen und einem „eye for detail“ betreut. Vielleicht liegt es aber auch einfach nur an der entspannten Atmosphäre in den NH Hotels, die jedes Meeting zu einem entspannten Meeting macht. Probieren Sie es aus – Sie finden uns 57 x in Deutschland und unter www.nh-mice.de

Telefon 0180 3330 300 | Fax 0180 2220 200 | tagungsservice@nh-hotels.com