

Thema: OPUS Marketing

Autor: k.A.

Nachhaltig, ökologisch und v

Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit sind Gegenstand der öffentlichen Diskussion – auch in der Livemarketing-Branche?



Thomas Kenyeri

Splesch Group
Gründer und CEO



Robert Prasch

Koop Live Marketing
Geschäftsführer

Besitzt Ihre Agentur das Österreichische Umweltzeichen?

Ja, die Event Company Opitz & Hasil – unser B2B- und Catering-Unternehmen war die erste Agentur in Österreich, die zertifiziert wurde. Wir können also auf rund acht Jahre Erfahrung im Green Event-Bereich zurückblicken.

Wir sind dabei, uns damit zu beschäftigen. Dieses Thema wird in naher Zukunft besonders bei großen Public Events und Veranstaltungen seitens der öffentlichen Hand eine Rolle spielen.

Welche Herausforderungen sehen Sie bei der Nachhaltigkeit von Events? Was ist Ihrer Meinung nach nicht umsetzbar?

Spätestens seit dem Song Contest gibt es eigentlich überhaupt keine Ausreden mehr, einen Event nicht als ‚Green Event‘ auszurichten. In Wirklichkeit ist alles machbar, wenn man es will. In der Umsetzbarkeit scheitert man eher am Budget und nur manchmal an der Überzeugung beim Kunden.

Umsetzbar ist so gut wie alles, jedoch ist es eine Frage der Logistik (z.B. Mehrwegsysteme für sehr große Veranstaltungen) und der vorhandenen Budgets. Tendenziell entsteht eine größere Komplexität und ein erhöhter Aufwand, der auch finanziert werden muss.

Gibt es „Öko-Sünden“, die Sie bei einem Event niemals begehen würden?

Ja, natürlich gibt es die. Events sind generell immer Öko-Sünden, hier wird punktuell sehr viel Energie verbraucht: Es werden z.B. Möbel in eine Location transportiert, Essen angeliefert, und Personen reisen an. Man sollte immer daran denken, wie man diese Aufgaben so öko-effizient wie möglich lösen kann, auch wenn man einen Event nicht zertifiziert.

Grundsätzlich achten wir darauf, dass Müll getrennt und einmalig eingesetzte Materialien recycled werden. Außerdem sind uns optimierte Transportwege und der regionale Einkauf wichtig.

Welche Bedeutung haben nachhaltige Events in Ihrem Unternehmen?

Für uns hat Nachhaltigkeit einen sehr hohen Stellenwert. Das hat aber nicht nur mit Green Events zu tun oder generell mit Umweltschutz. Nachhaltigkeit heißt für uns auch, ein gesundes Team zu haben, konsequent und gebildet zu sein – das ist uns wichtig.

Wir beobachten das Thema seit vielen Jahren, jedoch ist die Nachfrage danach gering. Mittelfristig rechnen wir damit, dass es zusätzlich zu den bestehenden Bestimmungen Gesetze und Verordnung geben wird, die regeln, wie vorzugehen ist, vor allem bei öffentlichen Großveranstaltungen.

Thema: OPUS Marketing

Autor: k.A.

erträglich



© Inge Prader

Christian Chytil

impacts catering
Geschäftsführer

Seit 2012 sind wir mit dem Umweltzeichen für ‚Event Catering‘ sowie für ‚Green Meetings & Green Events‘ (UZ 62) ausgezeichnet. Uns ist es ein besonderes Anliegen, durch eine nachhaltige und ökologisch verträgliche Wirtschaftsweise eine lebenswerte und gesunde Umwelt auch für kommende Generationen zu erhalten.

Eine Herausforderung kann der Veranstaltungsort sein. Ist dieser nicht nach den Umweltzeichenrichtlinien zertifiziert, müssen die einzelnen Kriterien zusammengetragen oder auch erst erstellt werden. Auch eine Green-Veranstaltung im Freien zählt zu diesen Herausforderungen.

Einwegprodukte aus Plastik sind natürlich eine besonders schmutzige Angelegenheit. Aus unserer Sicht gibt es keine ‚großen und kleinen Öko-Sünden‘. Wir legen in jeder Hinsicht großen Wert darauf, nachhaltig zu arbeiten. Es gibt keinen Plan(et) B!

Neben höchster Qualität und kreativen Ideen, um unsere Kunden stets aufs Neue zu begeistern, ist es unser höchstes Ziel, einen grünen Fußabdruck zu hinterlassen und damit einen Beitrag dafür zu leisten, dass künftige Generationen in einer schöneren und gesünderen Welt leben können.



© Opus Marketing

Erik R. Kastner

Opus Marketing
Geschäftsführer

Ja, es ist uns ein großes Anliegen, unsere Kunden auch in diesem Bereich nachhaltig zu beeindrucken und unser Wissen als zertifizierte und damit lizenznehmende Agentur weiterzugeben. So beraten wir gern bei der Organisation und Realisierung von Green Meetings und Green Events.

Wenn Green Events nur als Feigenblatt umgesetzt werden und nicht zur Unternehmensphilosophie passen. Ein Green Event ist schwerer umsetzbar, wenn man nicht *alle* Nachhaltigkeitsaspekte, wie beispielsweise die Wahl der richtigen Location oder den Energiehaushalt, in Betracht ziehen würde. Dies bedeutet auch ein Umdenken, z.B. in Richtung papierloser Event.

Eine Öko-Sünde ist es, unnötigen Abfall zu produzieren oder Erdbeeren aus fernen Ländern einfliegen zu lassen. Ebenso möchte ich hier die Ausgrenzung von körperlich beeinträchtigten Gästen erwähnen; hier ist es besonders darauf zu achten, entsprechende Voraussetzungen zu schaffen, beispielsweise die barrierefreie Gestaltung der Location.

Wir sind eine Agentur, die sich sehr stark an unseren Kunden orientiert. Bei der Umsetzung von Green Events ist sicherlich noch Luft nach oben. Wer aber auf Nachhaltigkeit bei der Organisation von Veranstaltungen setzt, übernimmt gesellschaftliche Verantwortung und das ist uns ebenfalls wichtig.