

Nachhaltigkeitsbericht

Timcheh Electronic Music Festival 2021

Das Timcheh Electronic Music Festival im Kölner Kunsthafen fand vom 12.11.2021 bis 13.11.2021 zum ersten Mal statt und wurde durch den Timcheh e.V. organisiert.

WHAT IF wurde von Timcheh e.V. beauftragt, ein Nachhaltigkeitskonzept zu erstellen, das dem Team ermöglicht, von der Planung bis zur Umsetzung sämtliche Prozesse so nachhaltig wie möglich zu gestalten.

In allen relevanten Planungsbereichen des Festivals, auf die Timcheh einen direkten Einfluss hatte, sind Nachhaltigkeits-Maßnahmen in das Konzept eingeflossen. Das Nachhaltigkeitskonzept ist prozessorientiert angelegt und kann in den kommenden Festivalsausgaben kontinuierlich ausgebaut werden.

Nachhaltigkeitsbericht	1
Timcheh Electronic Music Festival 2021	1
Wesentlichkeitsanalyse und Rahmenbedingungen	2
Projektplan	3
Nachhaltigkeitskonzept	3
Projektmanagement	4
Kommunikation/Marketing	6
Künstler:innenmanagement / Unterbringung und Mobilität	8
Catering	10
Produktion	12
Beschaffung	13
Publikumsmobilität	13
Abfall	14
Learnings und Zukunft	15

30. Januar 2022

Projektbüro WHAT IF für nachhaltige Kultur

Thierschstraße 5

Wesentlichkeitsanalyse und Rahmenbedingungen

Timcheh e.V. wurde 2020 mit dem Ziel gegründet, eine Plattform für in Deutschland lebende Iraner:innen zu bieten, eine Community aufzubauen und iranische Künstler:innen in Deutschland zu präsentieren und mit deutschen Künstler:innen in Austausch zu bringen. Neben Diversität und Interkulturalität ist auch das Thema Nachhaltigkeit in der DNA von Timcheh e.V. verankert.

Hinzu kommt, dass Timcheh e.V. sich in der Pflicht sieht, mit öffentlichen Geldern verantwortungsbewusst und nachhaltig umzugehen. Dazu zählt neben dem eigenen Handeln, auch Künstler:innen, Projektpartner:innen, Mitarbeiter:innen und Besucher:innen im Hinblick auf ihre Umweltauswirkungen zu sensibilisieren und konstant nach nachhaltigeren Alternativen zu suchen.

Durch eine gemeinsame Wesentlichkeitsanalyse mit dem Projektbüro WHAT IF für nachhaltige Kultur wurden die für TEMF relevanten Handlungsfelder für eine nachhaltige Festivalproduktion ermittelt und entsprechende Maßnahmen geplant und umgesetzt.

Aufgrund der Internationalität der Künstler:innen spielt das Thema **Mobilität** eine große Rolle. Klimafreundliche Anreisen trugen wesentlich zu einem geringeren Schadstoffausstoß durch das Festival bei. Mit einem größtenteils vegetarischen **Catering** in Bio-Qualität und/oder regional hat das Festival einen weiteren großen Hebel, seinen CO₂-Fußabdruck zu verringern und zusätzlich mit einer plastikfreien Bar- und Backstage-Versorgung das **Müllaufkommen** zu reduzieren.

Die **Kommunikation** des Festivals über hauptsächlich digitale Kanäle erreichte einerseits die gewünschte Zielgruppe am besten und verringerte gleichzeitig die Herstellung von Printprodukten. Das Festival zählte 2021 rund 400 Besucher:innen. Dadurch können wichtige Multiplikatoreffekte erzielt werden. Denn kulturelle Veranstaltungen haben das Potenzial neben der Verringerung des eigenen ökologischen Fußabdrucks, positive Impulse und Inspiration durch eine nachhaltige Praxis zu geben und den sog. positiven Handabdruck¹ zu vergrößern.

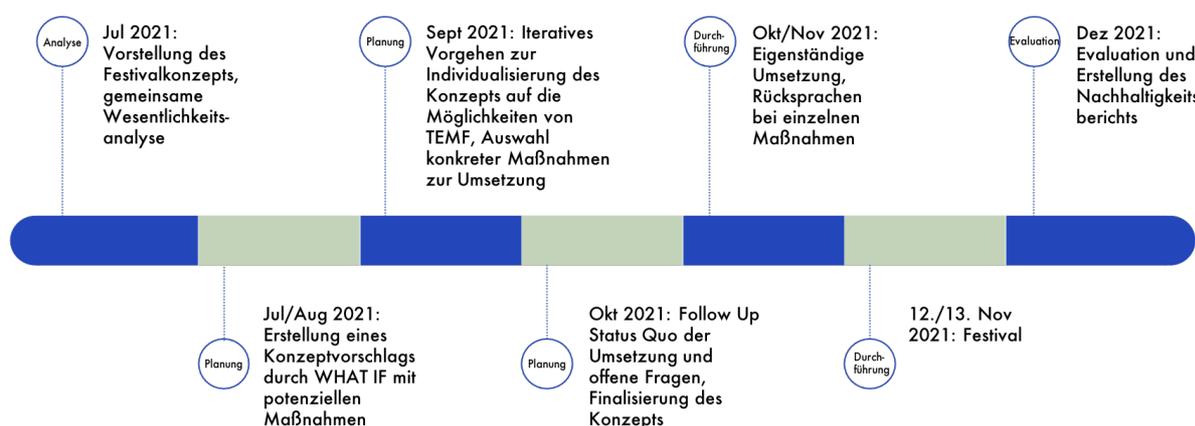
Bei der Entstehung des Nachhaltigkeitskonzept für das Timcheh Electronic Music Festival mussten die folgenden Rahmenbedingungen beachtet werden: Das Festival wurde zu 92% aus Fördermitteln finanziert, die vom Musikfonds (43,5%), der Stadt Köln (32%) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft NRW (16,5%) zur Verfügung gestellt wurden und wodurch sich bestimmte Auflagen ergeben (z.B. Landesreisekostengesetz). Die 18 Künstler:innen sind aus verschiedenen Orten innerhalb Europas mit unterschiedlich langen Distanzen angereist. Als Location für das Festival wurde mit dem Kunsthafen eine Spielstätte ausgewählt, die Teil des Kunsthauses Rhenania ist und als Teil eines Gebäudekomplexes verwaltet und energetisch versorgt wird. Die gute Anbindung der Location an den ÖPNV erlaubt eine umweltfreundliche Anreise vom Stadtzentrum aus.

¹ www.handabdruck.org

Das Organisationsteam bestand aus 11 Personen, wovon 10 Personen in Köln und eine Person in Berlin wohnhaft sind. Zum erweiterten Team gehören zwei Personen für die Licht- und Tontechnik, vier Personen für Fotografie und Video, zwei Stagemanager, ein Kreis aus 12 Volunteers und Helfer:innen sowie die externen Nachhaltigkeitsberaterinnen von der Münchner Agentur WHAT IF.

Da das Festival zum ersten Mal stattfand, wurde von der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks abgesehen, da die Prozesse für das Team noch nicht ausreichend planbar waren. Zudem bestand kein Einfluss auf große Treiber des Fußabdrucks wie beispielsweise Strom. Für eine mögliche zweite Ausgabe des TEMF soll eine Berechnung des CO₂-Fußabdrucks angestrebt werden.

Projektplan



Nachhaltigkeitskonzept

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden die Bereiche Projektmanagement, Kommunikation/Marketing, Künstler:innenmanagement, Mobilität, Catering, Produktion, Beschaffung, Publikumsmobilität und Abfall als relevant ermittelt. Die Bereiche werden im nachfolgenden Kapitel im Detail aufgeführt.

Die Wahl der umgesetzten Maßnahmen in diesen Bereichen wurde anhand von drei Faktoren getroffen: Machbarkeit, Aufwand und Wirksamkeit. Dabei wurde abgewogen, inwiefern die Umsetzung einer Maßnahme mit den Ressourcen von TEMF realisierbar ist und ob gleichzeitig die erwünschte Wirkung im Verhältnis zum Aufwand der Realisierung steht. In den nachfolgenden Kapiteln sind die durchgeführten Maßnahmen im Detail beschrieben und erläutert, welche Wirkung mit der Umsetzung erzielt werden soll.

Mit einer Evaluation nach dem Festival wurde untersucht, ob die Umsetzung erfolgreich war und die gewünschte Wirkung erzielt wurde. In der rechten Spalte "Evaluation" wird der Umsetzungsgrad anhand der Stufen "umgesetzt", "größtenteils umgesetzt", "teilweise umgesetzt" und "nicht umgesetzt" gewertet. Unter jeder Tabelle sind ergänzend nähere Informationen zu Umsetzung und Evaluation aufgeführt.

1. Projektmanagement

Der Bereich "Projektmanagement" nimmt eine zentrale Rolle bei der Umsetzung eines Nachhaltigkeitskonzepts ein, da hier viele Fäden zusammenlaufen und die Verankerung des Nachhaltigkeitskonzepts in der Organisation ermöglicht wird. Essentiell ist hierbei die klare Verteilung von Zuständigkeiten und die Etablierung von Strukturen für den internen Wissenstransfer.

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Evaluation
1.	Benennung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten als zentrale:r Ansprechpartner:in	<ul style="list-style-type: none"> klare Zuständigkeit Einhaltung des Konzepts sicherstellen vereinfachte und schnelle Kommunikation mit WHAT IF 	umgesetzt
2.	Interne Kommunikation des Nachhaltigkeitskonzepts	<ul style="list-style-type: none"> Umsetzung des Konzepts von allen Beteiligten auf allen Ebenen als integraler Bestandteil des Festivals Informationsfluss und Zugang zu Know-how sicherstellen kontinuierliche Auseinandersetzung mit der Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzepts 	umgesetzt
3.	Umweltziele bei Partner:innen vermitteln	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung bei der Umsetzung während des Festivals durch die Spielstätte und der Künstler:innen 	größtenteils umgesetzt
4.	Faire Bezahlung	<ul style="list-style-type: none"> Standard der sozialen Nachhaltigkeit nachhaltiger Aufbau einer Community 	umgesetzt
5.	Vertrautmachen mit Umweltstandards, Umweltzeichen, Labels und Schadstoffen	<ul style="list-style-type: none"> Know-how / Kompetenz erweitern theoretische Basis für Umsetzung 	teilweise umgesetzt

Zu 1: Benennung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten als zentrale:r Ansprechpartner:in

Im ersten Treffen zwischen WHAT IF und Timcheh e.V. wurde Farzad Sarfarazi zum Nachhaltigkeitsbeauftragten und als zentraler Ansprechpartner für alle Vereinsmitglieder, WHAT IF sowie für Anfragen von außen ernannt. Aufgrund seiner Zuständigkeitsbereiche Finanzen und Projektmanagement bildete er hierfür die geeignete Schnittstelle. Es lag in seiner Verantwortung, im Vorfeld des Festivals bei sämtlichen Planungsprozessen die Einhaltung der Nachhaltigkeitsziele zu überprüfen. Außerdem war der Nachhaltigkeitsbeauftragte im kontinuierlichen Informationsaustausch mit WHAT IF.

Zu 2: Interne Kommunikation des Nachhaltigkeitskonzepts

Die interne Kommunikation der Nachhaltigkeitsziele innerhalb des Teams wurde federführend durch den Nachhaltigkeitsbeauftragten übernommen. Sämtliche Materialien (z.B. Konzepte, Infomaterialien) waren allen Teammitgliedern digital zugänglich.

Zu 3: Umweltziele bei Partner*innen vermitteln

Die Verantwortlichen der Spielstätte Kunsthafen Köln waren als Partner gegenüber dem Nachhaltigkeitskonzept sehr offen eingestellt, da auch in ihrer Praxis auf ökologische Alternativen zurückgegriffen wird, z.B. plastikfreie Bar und der Verkauf von Bio-Limonade. Gleichzeitig gab es Grenzen, die eine Beteiligung der Location in das Nachhaltigkeitskonzept verhinderten. Es gibt beispielsweise bislang keine Möglichkeit der Mülltrennung (außer Papier), zudem hat der Kunsthafen keinen Einfluss auf die Art des bezogenen Stroms.

Als wichtige Stakeholder:innen und Botschafter:innen wurden die Nachhaltigkeitsziele im Vorfeld den Künstler:innen kommuniziert, um sie für die Ziele zu sensibilisieren und zu gewinnen. Dazu wurden u.a. Disclaimer in die Verträge der Künstler:innen aufgenommen:

Anreise und Nachhaltigkeitsziele

- A. Soweit möglich, soll die Anreise des*der Künstler*in innerdeutsch mit der Bahn erfolgen.
- B. Soweit dies anderweitig nicht möglich ist (beispielsweise wegen des Transports von Equipment oder später Uhrzeit), ist in Ausnahmefällen auch die Anreise mittels Autos möglich. Dies soll, soweit es möglich ist, in Form größerer Fahrgemeinschaften erfolgen.
- C. Flugreisen sollen nur dann stattfinden, wenn eine Anreise per Bahn aufgrund der Distanz nicht möglich ist.
- D. Die Fahrtkosten am Tage des Auftritts zum Veranstaltungsort, die innerhalb der Stadt erfolgen, werden ebenfalls übernommen.

Desweiteren wurden die Künstler:innen im Rahmen einer Infomail über die Nachhaltigkeitsziele von Timcheh im Bereich Mobilität in Kenntnis gesetzt sowie in persönlichen Gesprächen darüber informiert:

Travel and Arrival Time in Cologne

We would like to kindly ask you to buy your ticket to/from Cologne and send us the invoice and tickets. For environmental reasons we strongly suggest taking a train ride. Air travel should only take place if, due to the distance, a journey by train is not possible. The ticket price must stay within the budget of 150 € as this is the limit that is imposed by the funding partners. In case you can not find a ticket within this limit please let us know and we will try to find a solution. Please let us know if for any reason you prefer us to proceed with buying the tickets for you.

Zu 4: Faire Bezahlung

Mit Ausnahme der 7 Volunteers, die ehrenamtlich gearbeitet haben, wurden alle beteiligten Mitwirkenden vergütet. Helfer:innen, die einen wichtigen Beitrag zum Festival geleistet haben, wurden mit 12€ pro Stunde vergütet. Alle Organisator:innen sind Mitglieder von Timcheh e.V.. Ihnen wurde der laut Vereinssatzung maximal erlaubte Betrag ausgezahlt. Den Künstler:innen konnte jeweils die von ihnen geforderten Gagen bezahlt werden.

Zu 5: Vertrautmachen mit Umweltstandards, Umweltzeichen, Labels und Schadstoffen

WHAT IF hat Timcheh eine Übersicht relevanter Umweltsiegel und Nachhaltigkeitslabels als Anhaltspunkt bei der Beschaffung zur Verfügung gestellt. Die Übersicht wurde als hilfreich eingestuft, kam jedoch aufgrund von wenigen Käufen/Beschaffungen nur wenig zum Einsatz. Vor allem im Bereich Kommunikation war die Kenntnis der Standards und deren Bedeutungen wertvoll.

2. Kommunikation/Marketing

Das Nachhaltigkeitskonzept setzt im Bereich Kommunikation auf zwei verschiedenen Ebenen an. Einerseits geht es darum, wie die Nachhaltigkeitsbestrebungen kommuniziert werden können, um mit der öffentlichen Plattform, die durch das Festival entsteht, dem Thema Nachhaltigkeit auch im Veranstaltungskontext eine größere Bedeutung beizumessen. Andererseits kann ganz konkret, bei der Erstellung von Printerzeugnissen ökologisch gehandelt werden.

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Evaluation
1.	Mission Statement	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlichkeitswirkung • Multiplikatoreffekt 	umgesetzt
2.	Mit dem Umweltkonzept werben	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlichkeitswirkung / Vorbildfunktion • Präsenz von Nachhaltigkeit in der öffentlichen Wahrnehmung steigern (speziell im Kulturbereich) • Positionierung und Imagebildung 	teilweise umgesetzt
3.	Geschlechtergerechte, inklusive Ansprache und Formulierungen, Barrierefreiheit, paritätisches Line-Up, no Gender-Pay-Gap	<ul style="list-style-type: none"> • Inklusion • Gleichberechtigung 	umgesetzt
4.	Papierarm kommunizieren	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion des CO2-Fußabdrucks • Vermeidung von Müll 	größtenteils umgesetzt
5.	Umweltfreundliche Druckerei	<ul style="list-style-type: none"> • Vermeidung von Schadstoffen • Klimaneutraler Druck (CO2-Fußabdruck) 	umgesetzt

Zu 1: Mission Statement

Das Mission Statement dient neben der Formulierung einer Selbstverpflichtung auch dazu, die Nachhaltigkeitsbestrebungen den Besucher:innen und anderen Stakeholdern zu kommunizieren, sie zu sensibilisieren und für die Mitwirkung bei der Umsetzung der Ziele zu gewinnen. Mit ihrem Mission Statement erklärt Timcheh auf seiner Webseite die Vision und das Selbstverständnis des Festivals in Sachen Nachhaltigkeit:

The climate crisis is one of the great challenges of our generation and we want to be part of the solution. In cooperation with the Munich-based project office WHAT IF for sustainable culture, we have drafted a concept to limit the negative environmental effects of our festival. Our sustainability concept includes, however, not only environmental measures (e.g. using reusable materials, short travel distances and environmentally friendly logistics) but also social sustainability (e.g. fair payments to the artists and volunteers). We will publish a transparent report of the designed concept and the implemented measures after the festival.

Zu 2: Mit dem Umweltkonzept werben

Eine umfassende Strategie zur Kommunikation des Nachhaltigkeitskonzepts wurde bewusst nicht entwickelt, da die Kapazitäten im Team dafür nicht ausreichend vorhanden waren. Stattdessen wollte sich das Team auf die Umsetzung der Maßnahmen im Hintergrund konzentrieren und nicht im Detail kommunizieren. Ein weiterer Grund war die Unsicherheit, ob die Maßnahmen wie geplant umgesetzt werden können und die damit verbundene Sorge den eigenen Ansprüchen nicht gerecht zu werden.

Zu 3: Geschlechtergerechte, inklusive Ansprache und Formulierungen, Barrierefreiheit, paritätisches Line-Up, no Gender-Pay-Gap

Um die Teilnahme von Menschen mit Behinderung zu fördern, wurde dafür gesorgt, dass die Veranstaltungsorte barrierefrei sind: ebenerdige Eingänge, breite Wege und Türen sowie ein barrierefreies WC. Außerdem gab es für Menschen mit einem Schwerbehindertenausweis (B) ermäßigte Eintrittskarten sowie die Möglichkeit, kostenlos eine Begleitperson mitbringen zu können. Darüberhinaus haben Menschen mit Flüchtlingsausweis und Köln-Pass ermäßigte Eintrittskarten erhalten.

Die Tabellen 1-5 im Anhang des Sachberichts enthalten die Gesamtstatistiken über den Anteil der verschiedenen Geschlechter und Nationalitäten im Produktionsteam und der Künstler:innen. In Bezug auf die Geschlechtervielfalt wurde ein fast gleicher Anteil an männlichen und nicht-männlichen Akteur:innen erreicht (51 % männliche und 49 % nicht-männliche). Das Ziel eines paritätischen Line-Ups wurde mit 8 männlichen, 8 weiblichen und 2 non-binary Künstler:innen erreicht. Insgesamt ist der Anteil der Personen mit nicht-binärem Geschlecht im Vergleich zu anderen Gruppen sehr niedrig. Bei der Evaluation wurde vermutet, dass es aufgrund der historischen Marginalisierung dieser Gruppe einen größeren Aufwand erfordert, nicht-binäre Akteure zu identifizieren. Auch war es eine große Herausforderung, nicht-männliche Ton- und Lichttechniker mit Wohnsitz in Köln zu finden. Die Veranstalter:innen hoffen, dass die Geschlechtervielfalt bei künftigen Timcheh-Veranstaltungen noch weiter verbessert werden kann. 16 Künstler:innen haben ihren Wohnsitz außerhalb Kölns, davon 5 außerhalb Deutschlands. Das Ziel einer

gleichberechtigten Bezahlung wurde nahezu erreicht, obgleich die durchschnittliche Gage von Künstlerinnen mit 616€ leicht unter der Durchschnittsgage von männlichen Künstlern in Höhe von 680€ lag. Da die Höhe der Gage von den Künstler:innen selbst gefordert wurde, könnte eine Anpassung dann erreicht werden, wenn Timcheh bei der Verhandlung der Gage stärker regulierend eingreift und gleiche Standards schafft.

Nach der subjektiven Einschätzung der Organisator:innen lag das Verhältnis iranischer zu nicht-iranischer Besucher:innen bei 60 % zu 40 %. In den sozialen Medien, auf der Homepage sowie auf der Veranstaltung selbst wurde dementsprechend größtenteils auf Englisch und Deutsch oder Deutsch und Farsi kommuniziert.

Zu 4: Papierarm kommunizieren und umweltfreundliche Druckerei

Die Beurteilung, ob digitale Kommunikationsmedien gegenüber klassischen Printmedien ressourcenschonender und damit umweltfreundlicher sind, ist nach wie vor schwer zu beantworten und variiert stark, je nach Zweck und Verwendung. Das Konzept sah deshalb vor, so papierarm wie möglich zu kommunizieren, indem die Notwendigkeit von Printmedien genau abgewogen wurde. Es wurde deshalb auf Fast-Print-Produkte wie Flyer und Sticker verzichtet, weil hier Online-Werbung über Soziale Medien zielgerichteter auf die Zielgruppe ausgespielt werden konnte.

Als unverzichtbar wurden A1 und A2 Plakate eingestuft, die für eine lokale Werbekampagne in der Stadt aufgehängt wurden. Diese wurden jedoch in einer umweltfreundlichen Druckerei gedruckt (<https://haeuserkg.de/umweltschutz-nachhaltigkeit/>), die klimaneutrale Druckweisen ermöglicht und bei der Verwendung von Papier ressourcenschonende Alternativen anbietet. Für die 200 produzierten Plakate wurde als Kompromiss zwischen Umweltschutz und Ästhetik ein Papier aus FSC MIX gewählt, was zu min. 70% FSC-zertifiziert oder recycelt ist.

Alle gedruckten Plakate wurden für eine lokale Kommunikationskampagne verwendet. Im Vergleich zu herkömmlichen Druckanbietern, die nicht umweltfreundlich drucken, sind hier jedoch Mehrkosten entstanden (Kosten 100 Stück A2 Plakate, umweltfreundlich gedruckt: 86,22€ (netto) vs. 100 Stück A2 Plakate, Flyeralarm: ca. 45€ (netto)).

3. Künstler:innenmanagement / Unterbringung und Mobilität

Über die Anreisen der internationalen Gastkünstler:innen und deren Unterbringung hat das Festival einen direkten Einfluss, durch die Wahl klimafreundlicher Verkehrsmittel, große Mengen CO2 einzusparen.

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Evaluation
1.	Priorität auf umweltfreundliche Verkehrsmittel richten: NO-FLY-POLICY	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion CO2-Fußabdruck • Multiplikatoreffekt 	umgesetzt

2.	ÖPNV für Künstler:innen am Veranstaltungsort	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion CO2-Fußabdruck 	nicht umgesetzt
3.	Hotels mit Umweltstandards auswählen	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion ökologischer Fußabdruck (CO2-Fußabdruck, andere umweltschädlichen Stoffe) • Unterstützung von nachhaltigen Wirtschaftsweisen 	größtenteils umgesetzt

Zu 1: Priorität auf umweltfreundliche Verkehrsmittel richten: NO-FLY-POLICY

Um die Künstler:innen auf die angestrebte No-Fly-Policy von Timcheh aufmerksam zu machen, wurde ein Disclaimer für eine umweltfreundliche Anreise in die Künstler:innenverträge aufgenommen (s. oben: 1.3). Darüberhinaus wurden Künstler:innen in Vorgesprächen auf die NO-FLY-POLICY hingewiesen und gebeten, für ihre Anreise eine umweltfreundliche Alternative zu wählen. Die Initiative wurde von den Künstler:innen begrüßt und entsprechend beherzigt. Bis auf eine Künstlerin, die aufgrund der Distanz aus Wien und dem Transport diverser Instrumente für ihr Setup die Anreise per Flugzeug wählen musste, sind alle Künstler:innen mit dem Zug aus DE oder der EU angereist.

Durch die Anreise der Künstler:innen sind rund 720 kg CO₂e verursacht worden. Hätten die Künstler:innen anstelle der klimafreundlichen Anreise mit der Bahn, für internationale Strecken (Paris, London, Linz) die Anreise per Flugzeug und innerdeutsche Strecken (Bochum, Berlin) die Anreise per Auto gewählt, wären 1900 kg CO₂e emittiert worden. Somit konnte durch die No-Fly-Policy des Festivals rund 1180 kg CO₂e eingespart werden.

Zu 2: ÖPNV für Künstler:innen am Veranstaltungsort

Das ursprüngliche Nachhaltigkeitskonzept sah vor, dass Künstler:innen ein Tagesticket für den ÖPNV zur Verfügung gestellt bekommen, um sich innerhalb Kölns fortzubewegen. Diese Maßnahme wurde nicht umgesetzt, da das gebuchte Hotel mit Umweltstandard gerade nachts nicht gut an den ÖPNV angebunden war. Taxifahrten zwischen Hotel und Venue wurden jedoch als Sammelfahrten und somit so ressourcenschonend wie möglich durchgeführt.

Zu 3: Hotels mit Umweltstandards auswählen

Für die Unterbringung der Künstler:innen wurde das Motel One Hotel gewählt, das Umweltstandards verfolgt und sich an den UN-Nachhaltigkeitszielen orientiert (<https://www.motel-one.com/de/nachhaltigkeit-1/>). Da nicht alle Künstler:innen dort untergebracht werden konnten, mussten einige stattdessen im Hotel Ameron eingebucht werden. Die Umweltstandards dieses Hotels sind jedoch geringer als beim Hotel Motel One und war daher nicht die erste Wahl (<https://ameroncollection.com/de/verantwortung-nachhaltigkeit/nachhaltigkeit/>).

Der Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA geht von folgenden energiebedingten CO₂-Emissionen pro Gast und Übernachtung aus²:

0-2 Sterne: 24,7 kg CO₂

3 Sterne: 16,9 kg CO₂

4 Sterne: 21,0 kg CO₂

5 Sterne: 47,6 kg CO₂

Zum Vergleich: Klimafreundliche Biohotels, die durch ökologische Maßnahmen aktiv an der Reduzierung dieses Fußabdrucks arbeiten, sind in der Lage, diese Emissionen bei deutlich unter 10 kg CO₂ pro Gast und Nacht zu halten.³

Im Nachhinein hat sich die Lage der Hotels als suboptimal erwiesen, da rund 4 bzw. 6 km zwischen Hotel und Venue zurückgelegt werden mussten. Hier ist also eine Abwägung zwischen der Nähe zum Veranstaltungsort (ÖPNV) und einem Hotel mit Umweltstandard notwendig.

Für die Organisator:innen wurden zwei Hotelzimmer im gegenüberliegenden Novotel gebucht. Hier musste auf den Umweltstandard verzichtet werden, weil die Nähe zum Veranstaltungsort entscheidend war.

4. Catering

Durch die Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen kann beim Catering in verschiedenen Bereichen eine positive Wirkung erzielt werden: Unterstützung der ökologischen Landwirtschaft und die Reduktion von Pestizideinsatz, die Verminderung des CO₂-Fußabdrucks sowie Abfallvermeidung.

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Evaluation
1.	Backstage-Snacks in Bio-Qualität und möglichst verpackungsfrei	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion des CO₂-Fußabdrucks • Müllvermeidung • Vermeidung von umweltschädlichen Materialien • Schadstoffreduktion durch Bio-Qualität 	teilweise umgesetzt

² Quelle der Zahlen: DEHOGA Energiekampagne, Erhebungen der DEHOGA Landesverbände, Umwelterklärungen, Stand: 2014 (https://www.dehoga-bundesverband.de/fileadmin/Startseite/05_Themen/Energie/DEHOGA_Umweltbroschu__re_Oktober_2016.pdf)

³ <https://biohotels.de/CO2-Fussabdruck>

2.	Vermeidung von Single-Use Plastikflaschen	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion des CO2-Fußabdrucks • Müllvermeidung 	umgesetzt
3.	Vegane, vegetarisches Catering bei der Networking Veranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion des CO2-Fußabdrucks • Unterstützung einer nachhaltigen Landwirtschaft • Positionierung gegenüber Besucher:innen 	größtenteils umgesetzt
4.	Plastikfreies Buffet	<ul style="list-style-type: none"> • Müllvermeidung • Reduktion des CO2-Fußabdrucks 	umgesetzt
5.	Bedarf an Essen möglichst gut planen	<ul style="list-style-type: none"> • Müllvermeidung • Reduktion des CO2-Fußabdrucks 	teilweise umgesetzt

Zu 1: Backstage-Snacks in Bio-Qualität und möglichst verpackungsfrei

Am ersten Abend war die Backstage Versorgung nicht gänzlich plastikfrei und nicht bio und/oder regional. Am zweiten Abend bestand das Backstage Catering aus dem übriggebliebenen Buffet der Networking Veranstaltung (also größtenteils vegetarisch, bio/regional, Getränke in Glasflaschen). Die Qualität des Caterings wurde von den Künstler:innen sehr wertgeschätzt.

Für das Backstage Catering wurde kompostierbares Einweggeschirr verwendet, da es vor Ort keine Spülmöglichkeit gab.

Zu 2 und 4: Vermeidung von Single-Use Plastikflaschen und plastikfreies Buffet

Für die Networking Veranstaltung am zweiten Festivaltag wurde Geschirr, Besteck und Gläser/Tassen ausgeliehen, um auf Einweggeschirr zu verzichten. Zudem wurde das selbst zubereitete Essen in Mehrwegbehältnissen transportiert und Getränke in Mehrwegflaschen serviert. Dadurch ist das Buffet bis auf wenige Ausnahmen plastikfrei ausgekommen. Auch im Barbetrieb im Kunsthafen wurden keine Plastikflaschen und keine Single-Use-Becher verwendet. Coronabedingt konnte der Wein an der Bar allerdings nur in wiederverwendbaren Hartplastik Bechern und nicht in Gläsern ausgeschenkt werden, weil vor Ort keine professionelle Gastropülmaschine vorhanden war, um die Gläser mit 60 Grad zu reinigen. Da der Transport von Hartplastikbechern im Vergleich zu Gläsern einfacher ist, musste daher auf Erstere zurückgegriffen werden.

Zu 3: Vegane, vegetarisches Catering beim Networking Veranstaltung

Das Catering war mit Ausnahme eines Gerichts vegetarisch und/oder vegan. Teilweise wurden Lebensmittel durch Foodsharing bezogen und größtenteils in Bio-Qualität eingekauft.

Das Angebot von pflanzlichem Catering (vegetarisch/vegan) trägt dazu bei, den CO2-Fußabdruck erheblich zu senken. Die Produktion von tierischen Lebensmitteln produziert 44% Treibhausgase, die von pflanzlichen nur 8%⁴.

⁴ vgl. <https://www.klimateller.de/essen-klima/>

Der Fleischkonsum eines „Durchschnittsdeutschen“ verbraucht jedes Jahr 600.329 Liter Wasser, 34 Antibiotika-Behandlungen und 412,72 kg CO₂-Emissionen. Mit der Reduktion des Fleischkonsums um nur die Hälfte lassen sich 260.771 Liter Wasser und 159,51 kg CO₂-Emissionen einsparen⁵.

Durch vegetarisch/vegane Angebote kann neben der Reduktion des CO₂-Fußabdrucks, auch das Bewusstsein für den Einfluss, den unsere Ernährung auf die Treibhausgase hat, gefördert werden. Darüberhinaus können mögliche Vorbehalte gegenüber fleischloser Ernährung abgebaut werden.

Zu 5: Bedarf an Essen möglichst gut planen

Das Vorhaben, den Bedarf an Lebensmitteln möglichst gut zu planen, war nur bedingt erfolgreich. Die Sorge zu wenig zu haben, führte zu „Panikkäufen“ und letztenendes dazu, dass am Ende sehr viel Essen übrigblieb. Jedoch konnten alle Speisen im Anschluss an die Teammitglieder verteilt werden, sodass keine Lebensmittel weggeworfen werden mussten.

5. Produktion

Aus ökonomischen Gründen ist es gängige Praxis, dass das benötigte Equipment für Ton und Licht für Veranstaltungen geliehen wird. Hier greift die ökonomische und ökologische Säule von Nachhaltigkeit ineinander.

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Evaluation
1.	Technik Ausstattung mit Spielstätte abklären	<ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenschonung • Reduktion des CO₂- Fußabdrucks durch Einsparungen von CO₂-Emissionen • Vermeidung von Transporten • finanzielle Einsparungen 	umgesetzt
2.	Materialien für Bühne, Veranstaltungsort leihen	<ul style="list-style-type: none"> • Vermeidung von Müll • reduce, reuse, recycle 	umgesetzt

Zu 1: Technikausstattung mit Spielstätte abklären

Durch vorherige Absprachen mit der Spielstätte konnte die vorhandene Technik vor Ort genutzt werden. Dadurch wurden unnötige Transporte vermieden. Das übrige Material und Equipment wurde von den Ton- und Lichttechnikern extern gemietet, wodurch keine Neuanschaffungen nötig waren.

Kein Einfluss konnte darauf genommen werden, ob das Equipment auch umweltschonend, z.B. durch die neuesten Energiestandards, ist.

Zu 2: Materialien für Bühne, Veranstaltungsort leihen

⁵ <https://utopia.de/fleisch-rechner-vegetarier-fleischkonsum-65257/>

Im Rahmen des Nachhaltigkeitskonzepts wurde auf die Verwendung von Bühnenaufbauten verzichtet. Die verwendeten Materialien (Teppiche, Stühle und Tische) für die Location wurden ebenfalls geliehen.

6. Beschaffung

Im Rahmen des Nachhaltigkeitskonzepts entschied sich TEMF von Beginn an, so wenig Dinge wie möglich neu zu beschaffen, um Ressourcen zu schonen.

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Evaluation
1.	Produkte und Materialien mit Umweltzeichen verwenden	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung von nachhaltigen Produktionsweisen 	teilweise umgesetzt
2.	Nachhaltig hergestellte Textilien verwenden	<ul style="list-style-type: none"> Vermeidung von umweltschädlichen Stoffen (Baumwoll-Landwirtschaft, Farben für den Druck) Soziale Nachhaltigkeit durch faire Bezahlung 	nicht umgesetzt

Zu 1: Produkte und Materialien mit Umweltzeichen verwenden

Bei den unvermeidbaren Anschaffungen wurde überwiegend Umweltzeichen geachtet. Einige kurzfristige Bestellungen mussten jedoch über Amazon gemacht werden.

Die benötigten Printerzeugnisse wurden von einer Umweltdruckerei bezogen (s.o.). Die Lebensmittel für das Catering waren ebenfalls überwiegend aus regionaler und/oder ökologischer Landwirtschaft (s.o.)

Zu 2: Nachhaltig hergestellte Textilien verwenden

Für die Bestellung von gebrandeten Taschen wurde eigentlich ein nachhaltiger Hersteller gewählt, jedoch konnten die Taschen aufgrund eines Druckfehlers nicht verwendet werden. Letztlich musste kurzfristig ein herkömmlicher Anbieter mit der Herstellung der Taschen beauftragt werden.

7. Publikumsmobilität

Publikumsanreisen haben bei Veranstaltungen nachgewiesener Weise einen großen Anteil an deren CO₂-Fußabdruck. Das Festival kann hier vor allem mit ihrer Öffentlichkeitswirksamkeit ein Bewusstsein dafür schaffen, dass die Besucher:innen mit der Art ihrer Anreise einen Einfluss auf die Emissionen eines Festivals haben.

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Evaluation
1.	Aktive Aufforderung des Publikums zur Anreise mit dem ÖPNV,	<ul style="list-style-type: none"> "Nudging": durch gezielte Informationen das Publikum zur umweltfreundlichen Anreise bewegen 	umgesetzt

	zu Fuß oder mit dem Fahrrad.	<ul style="list-style-type: none"> • Einsparung von CO₂-Emissionen durch klimaneutrale Anreise des Publikums • Einbeziehung des Publikums in das Nachhaltigkeitskonzept (Awareness schaffen) 	
--	------------------------------	---	--

Zu 1: Aktive Aufforderung des Publikums zur Anreise mit dem ÖPNV, zu Fuß oder mit dem Fahrrad.

TEMF hat auf der Homepage unter "How to get to the festival?" ausführliche Informationen zur Anreise bereitgestellt und aktiv darum geworben, klimafreundliche Verkehrsmittel zu nutzen (<https://timcheh.de/temf/>). Die Besucher:innen wurden in diesem Zusammenhang ausdrücklich auf das Nachhaltigkeitskonzept und das Engagement von TEMF hingewiesen, um ein Bewusstsein für das Thema zu schaffen.

Durch die Verlinkung aller Anbieter der ÖPNV sowie auch von Leihfahrrad-Anbietern wurde es den Besucher:innen ermöglicht, ihre umweltfreundliche Anreise ohne Mehraufwand zu planen, indem sie direkt zu den jeweiligen Webseiten weitergeleitet wurden. Diese Form der Besucherkommunikation wird als Nudging bezeichnet und ist eine sehr wirkungsvolle Methode, um die Mitwirkung seines Publikums zu erzielen.

Im Pilotprojekt "Klimabilanzen in Kulturinstitutionen" der Kulturstiftung des Bundes wurde der CO₂-Fußabdruck von 19 Kulturinstitutionen erhoben. Aufgrund der Verschiedenartigkeit der Betriebe ist eine Vergleichbarkeit der Bilanzen schwierig. Es ließ sich jedoch "grundsätzlich feststellen, dass der Gebäudebetrieb und die Mobilität rund um die Einrichtungen – insbesondere Besucheranreise, Dienstreisen und vorgelagerte Transportlogistik – wesentliche Anteile an der Klimabilanz haben und damit effektive Stellschrauben zur Verbesserung der Bilanz darstellen." ⁶

8. Abfall

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Evaluation
1.	Nachhaltigere Entsorgungs- bzw. Recyclingmöglichkeiten recherchieren.	<ul style="list-style-type: none"> • Optionen zu Mülltrennungssystemen, Entsorgungsmöglichkeiten geben einen klaren Rahmen für mögliche Maßnahmen • Konzept gibt klare Handlungsschritte zur Orientierung vor 	nicht umgesetzt
2.	Müll trennen: Papier, Biomüll, Glas, Leichtverpackungen und Metall (siehe oben).	<ul style="list-style-type: none"> • Recycling der verschiedenen Müllarten • Wissen über das Anfallen verschiedener Müllarten • Erleichterung für alle Beteiligten sich an die Mülltrennung zu halten 	teilweise/ nicht umgesetzt

⁶ https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/fileadmin/user_upload/Klimabilanzen/210526_KSB_Klimabilanzen_Publikation.pdf

		<ul style="list-style-type: none"> • Mülltrennung aktiv unterstützen und anregen 	
3.	Kooperation mit Zero Waste Köln e.V. anstoßen.	<ul style="list-style-type: none"> • Wissen aufbauen • lokale Vernetzung 	nicht umgesetzt

Zu 1 und 2: Müll trennen: Papier, Biomüll, Glas, Leichtverpackungen und Metall (siehe oben)

Leider konnte dieser Bereich nicht so umgesetzt werden, wie angedacht, da die Spielstätte keine Möglichkeiten zur Mülltrennung vor Ort bot (s.o.). Trotz diverser Maßnahmen zur Reduzierung von Plastik- und Papiermüll (s.o), war das Abfallaufkommen laut TEMF relativ hoch. Der Versuch die Mülltrennung während des Festivals "on-the-go" umzusetzen, war leider nicht so erfolgreich wie erhofft, da im Organisationsstress dafür keine Zeit mehr war.

Zu 3: Kooperation mit Zero Waste Köln e.V. anstoßen.

Zu Beginn der Konzepterstellung war geplant, eine Kooperation mit Zero Waste Köln e.V. einzugehen, um ein gemeinsames Konzept für das Thema Abfall zu entwickeln. Leider ist eine Kooperation wegen fehlender Kapazitäten seitens Zero Waste nicht zustande gekommen. Für die nächste Festivalausgabe soll der Kontakt erneut aufgenommen werden.

Learnings und Zukunft

Abschließend sollen im folgenden Abschnitt die Learnings aus verschiedenen Bereichen ausgeführt werden, die gleichzeitig als Basis für die Weiterentwicklung und Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzepts in der Zukunft dienen. Die Learnings sind Ergebnisse der Evaluation und einer Umfrage zum allgemeinen Feedback innerhalb des Teams.

Allgemeines:

Es gab eine große Übereinstimmung innerhalb des Teams, dass es gut war, ein Nachhaltigkeitskonzept zu haben, weil ein Festival eine Vorbildfunktion hat und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen müsse. Außerdem hat das Konzept unterstützt, dass Nachhaltigkeits-Ziele während des Organisationsstress nicht aus den Augen verloren werden. Bei zukünftigen Festivalausgaben möchte das Team nach Möglichkeit an dem Nachhaltigkeitskonzept anknüpfen.

Projektmanagement:

Die Benennung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten innerhalb des Teams wurde als essentiell bewertet, um eine klare Kommunikation und Zuständigkeiten zu gewährleisten. Während die Entwicklung des Nachhaltigkeitskonzepts gemeinsam zwischen Timcheh e.V. und WHAT IF erfolgt ist, lag die Umsetzung weitestgehend allein beim Festival-Team. Rückblickend hätte sich das Team mehr Unterstützung bei der Umsetzung gewünscht. Mehrere Follow-Up Treffen im Planungsprozess hätten das Thema immer wieder in den Fokus gerückt und Zeit

zur Klärung offener und konkreter Fragen geboten. Zukünftig soll ein begleiteter Monitoring-Prozess etabliert werden, um die Wirkung deutlicher feststellen zu können. Dafür müsste folglich ein größeres Budget für die Nachhaltigkeitsberatung eingeplant werden.

Kommunikation:

Die Kommunikation der Nachhaltigkeitsziele gegenüber Stakeholdern (insbesondere Künstler:innen) hat sich als überraschend gewinnbringend herausgestellt und wurde sehr offen und unterstützend angenommen.

Künstler:innenmanagement / Mobilität:

Die Unterbringung der Künstler:innen erfolgte wie oben beschrieben in Hotels mit Umweltstandards, deren Anbindung an den ÖPNV jedoch suboptimal war. Für die Zukunft gilt es hier zwischen nachhaltigen Hotels und der Distanz zur Location abzuwägen (Fahrwege und Komfort). Jedoch mangelt es bei diesem Thema noch an geeigneten Kriterien, die man solchen Entscheidungen zugrunde legen kann (z.B. fiktive Gegenüberstellung der CO₂-Emissionen je nach Variante). Dies gilt es weiter zu eruieren. Das Team von TEMF möchte das Thema faire Bezahlung in Zukunft weiter kritisch hinterfragen. Eine Veränderung könnte durch die Entwicklung transparenter Standards erzielt werden.

Catering:

Beim Catering hat das Festival bereits einen guten Ansatz gehabt, jedoch kann dieser noch konsequenter umgesetzt werden. Die Lebensmittelmengen können mit den Erfahrungswerten aus diesem Festivaljahr besser eingeschätzt werden.

Produktion:

Beim Leihen des Equipments, konnte kein Einfluss darauf genommen werden, ob das Equipment umweltschonend ist, z.B. durch die neuesten Energiestandards. Für die Zukunft könnte dies als Auswahlkriterium mit aufgenommen werden, falls dadurch kein Mehraufwand bei Transporten entsteht oder Neuanschaffungen nötig wären. Hier ist stets die Wesentlichkeit der Maßnahmen abzuwägen.

Abfall:

Dieser Bereich weist das größte Verbesserungspotenzial auf. Für die Zukunft könnte ein engerer Austausch mit der Spielstätte eruieren, wie und ob die Mülltrennung vor Ort gestaltet werden kann bzw. welche anderen Alternativen es gibt.

Zusätzlich braucht es klare Zuständigkeiten im Team, die die Organisation der Mülltrennung während des Festivals sowie die Entsorgung im Anschluss festlegen. Das Team möchte bei der nächsten Festivalausgabe daher:

- versuchen, das Müllaufkommen von vornherein weiter zu reduzieren

- ein eindeutiges Mülltrennsystem (Backstage sowie für das Publikum) vor Ort einführen
- klare Zuständigkeiten und Aufgaben festlegen
- im Vorhinein klären, wie und wo der Müll entsorgt werden kann

Die oben aufgeführten Vorschläge können bei den zukünftigen Festivalausgaben helfen, die Mülltrennung zu optimieren. Da dies ein Bereich ist, der die Verhaltensweisen von Menschen sehr stark antizipieren muss, kann man von einer steigenden Lernkurve ausgehen. Eine Kooperation mit Zero Waste e.V. oder ähnlichen Initiativen und der Austausch über deren Erfahrungswerte könnte hier sicherlich gewinnbringend sein.

CO₂-Fußabdruck:

Für künftige Festivalausgaben soll die Berechnung eines CO₂-Fußabdrucks als Maßnahme angestrebt werden, um Ziele, Maßnahmen und Evaluation durch die entsprechenden Daten ergänzen zu können. Da die Datenmenge von Festivals in dieser Größenordnung noch sehr klein bis verschwindend gering ist, möchte TEMF hier eine Vorreiterrolle einnehmen und zum Wissenserwerb der Branche beitragen.