



VON GRÜNEN ZIELEN ZU GRÜNEN AKTIONEN

Ein Leitfaden für Weltvertriebe

Juni 2024



Co-funded by
the European Union

**EUROPA
INTERNATIONAL**



**CLIMATE
ALLIANCE**



INHALT

EINFÜHRUNG

- 3 Willkommen und Zweck des Leitfadens

DIE INDUSTRIE VERSTEHEN

- 5 Analyse der Zielgruppe:
Weltvertriebspartner
-
- 6 Auswirkungen der Industrie auf die Umwelt und die Bedeutung von Nachhaltigkeit
- 1. Persönlichkeit
 - 2. Persönlichkeit
-
- 9 Der bestehende Rechtsrahmen:
Vorschriften und Richtlinien

DER WEG IN DIE ZUKUNFT: UMSETZUNG NACHHALTIGER PRAKTIKEN

- 11 Verständnis des eigenen Einflusses: Die Kreislaufwirtschaft und Handlungsmöglichkeiten
-
- 13 Die Bedeutung der Nachhaltigkeit im Weltvertrieb
-
- 14 Berechnung Ihres Kohlenstoff-Fußabdrucks
-
- 15 Einen Plan erstellen und handeln: Schritte in Richtung Nachhaltigkeit
- Bürobetrieb
 - Veranstaltungen
 - Reisen
 - Unterkünfte



The background features a series of overlapping, semi-transparent geometric shapes in shades of teal, light blue, and green, creating a layered, 3D effect. The shapes are angular and vary in opacity, with some appearing as bright highlights and others as darker shadows against the overall teal background.

EINFÜHRUNG



Wie können wir als Vertriebspartner die richtigen Indikatoren identifizieren und bewerten, um unseren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren, ohne dabei die wesentliche Funktion unserer Aufgabe zu beeinträchtigen, nämlich die Pflege von persönlichen Kundenbeziehungen?

Von grünen Zielen zu grünen Aktionen:
Ein Leitfaden für Weltvertriebe ist das Ergebnis des Projekts „Greening Strategies for the International Distribution of European Films“ (GSID), das von Erasmus+ kofinanziert wird. Europa International und das Klima-Bündnis haben sich zusammengetan, um das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung in der Weltvertriebsbranche zu schärfen. Zu diesem Zweck sollen die grünen Kompetenzen der Weltvertriebe, von denen viele Mitglieder von Europa International sind, verbessert werden.

Im Einklang mit den Prioritäten von Erasmus+ ist dieser Leitfaden das Ergebnis der gemeinsamen Bereitschaft von Europa International, dem europäischen Netzwerk von Filmverleihern, und dem Klima-Bündnis, dem größten Netzwerk europäischer Städte, die auf lokaler Ebene Maßnahmen zur Bewältigung der globalen Klimakrise ergreifen, ein praktisches Instrument für internationale Weltvertriebspartner zur Förderung einer ökologisch nachhaltigeren Filmindustrie zu entwickeln. Die in diesem Leitfaden enthaltenen

Informationen sind das Ergebnis eines Austauschs zwischen dem Klima-Bündnis und internationalen Weltvertriebspartnern, um deren Bedarf an grünen Kompetenzen zu ermitteln. Das GSID-Projekt lief von September 2023 bis Juni 2024 und war darauf ausgerichtet, mithilfe verschiedener hybrider Aktivitäten ein umweltfreundliches Geschäftsgebaren der europäischen Weltvertriebspartner zu fördern.

Ziel dieses Leitfadens ist es nicht, eine einzelne Methode zur Ökologisierung der Weltvertriebsbranche vorzuschlagen, sondern vielmehr die wichtigsten Punkte und Praktiken zur Verringerung der Umweltauswirkungen in der Filmindustrie im Einklang mit den Zielen des [Europäischen Green Deals](#) hervorzuheben, um einen erfolgreichen Übergang zur Klimaneutralität bis 2050 zu erreichen.



**DIE INDUSTRIE
VERSTEHEN**

Analyse der Zielgruppe: Weltvertriebspartner

DIE ROLLE DER WELTVERTRIEBE IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE DES FILMS



Quelle: ADEF – Association des Exportateurs de Films – Agnès Durvin

Internationale Weltvertriebsunternehmen sind auf die Finanzierung von Filmen und deren Präsentation auf Festivals und auf Messen spezialisiert (was mit einem hohen Aufwand für digitales und gedrucktes Marketing und Kommunikation sowie mit weltweiter Logistik für die Filme und Reisen von Mitarbeiterteams sowie mit physischen oder Online-Treffen verbunden ist).

Der internationale Vertriebspartner wird frühzeitig in die Entwicklung des Projekts eingebunden. Im Rahmen des ihm von den

Produzenten übertragenen internationalen Vertriebsmandats (Vorverkauf im Ausland, TV-Sender, SVOD-Plattformen) trägt er zur Kofinanzierung des Films bei und übernimmt immer häufiger auch die Koproduktion des Films.

Parallel zu diesem Engagement ist es Aufgabe des Vertriebspartners, den Film auf den Markt zu bringen und ihn international zu bewerben. Die wichtigste Aufgabe der internationalen Vertriebspartner besteht darin, im Auftrag der Produzenten

inländische Käufer für die von ihnen vertriebenen Filme zu finden, wofür sie eine Provision erhalten. Mehrere Monate vor dem Kinostart werden die Filme entsprechend den jährlichen Zyklen der verschiedenen Messen vermarktet, die sich nach den großen Filmfestivals richten. Bei den jährlichen Treffen verkaufen die internationalen Vertriebspartner entweder fertige Filme nach deren Vorführung oder Projekte, die sich in der Produktion oder noch in der

Entwicklung befinden. Sie verwenden verschiedene Marketinginstrumente, um den Film zu positionieren und so die Arbeit des Verleihs zu erleichtern (Drehbuch, Fotos, Vorab-Poster, Promo-Reel). Da diese Aktivitäten jedoch umweltschädlich sein können, ist sich die Filmindustrie im Allgemeinen der Notwendigkeit bewusst, ihre Treibhausgasemissionen zu reduzieren und sich hin zu einer kohlenstoffneutralen Industrie zu entwickeln.

Auswirkungen der Industrie auf die Umwelt und die Bedeutung von Nachhaltigkeit

Ziel der Europäischen Kommission ist es, die EU in eine moderne, ressourceneffiziente und wettbewerbsfähige Volkswirtschaft umzuwandeln. Gleichzeitig setzt sie sich dafür ein, die natürliche Umwelt Europas zu erhalten, den Klimawandel zu bekämpfen und Europa bis 2050 durch den Europäischen Green Deal kohlenstoffneutral und ressourceneffizient zu machen. Da es sich hierbei um eine der Hauptprioritäten der EU handelt, ist es von entscheidender Bedeutung, dass alle Wirtschaftssektoren der EU gut auf diese Herausforderung vorbereitet sind. Während die [europäischen Bürgerinnen und Bürger](#)¹ die Hauptverantwortung für die Bewältigung der Klimakrise bei ihren nationalen Regierungen sehen (63 %), stehen die Unternehmen und die Industrie (58 %) an zweiter Stelle. Es liegt auf der Hand, dass auch die Filmindustrie für die globale Erwärmung verantwortlich ist, wie aus der EcoProd-Studie „[Environment and climate: new facts for audiovisual actors](#)“ (2020) hervorgeht. In Frankreich belaufen sich ihre Emissionen auf 1,7 Mio. t CO₂-Äquivalente/Jahr (ohne die Herstellung von

Fernsehgeräten, die größtenteils importiert werden). Streaming macht die Hälfte des gesamten CO₂-Fußabdrucks aus, während die Auswirkungen der Produktion und der Dreharbeiten 18 % ausmachen (Energieverbrauch für die Beleuchtung des Sets und die Stromversorgung der Streaming-Plattformen; Abfall, der von den Darstellern und der Crew erzeugt wird, oder Flugreisen während der Werbetour).

Allerdings stellen wir fest, dass die Filmindustrie inzwischen Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit ergreift: [Die Grüne Charta des Filmfestivals Les Arcs](#), die [Partnerschaft der Berlinale mit der Deutschen Bahn](#) oder umweltfreundliche Dreharbeiten (z. B. [der Green Shot](#)). Wenn [europäische Produzenten](#), [Festivals](#) und [Filmvorführer](#) besser gerüstet sind, um ihren Kohlenstoffverbrauch zu senken, werden weniger Initiativen entwickelt, um internationale Weltvertriebspartner mit ins Boot zu holen.

1 Alle Quellen sind in den Hyperlinks angegeben.



1. PERSÖNLICHKEIT



NAME

MARCO ROSSI

ZUR PERSON

Kategorien: Managing Director
Bildung: Master-Abschluss in Medienrecht
Standort: Frankreich
Alter: 48

ANGABEN ZUM UNTERNEHMEN

Team von 5 bis 10 Personen.
Verkauf von etwa 20 Filmen pro Jahr abwickeln.
Vermittlung zwischen Produzenten und Händlern, Aushandlung von Vertriebsverträgen, Entwicklung von Marketingstrategien und Vertragsmanagement.

GESCHÄFTSREISEN IM LETZTEN JAHR

Etwa

10 bis 12

HAUPTAUFGABEN UND ZUSTÄNDIGKEITEN ALS WELTVERTRIEBSPARTNER

„Das Vertrauensverhältnis zu den Kunden ist entscheidend“.
„Wir sind wie Vertreter und kümmern uns um den Verkauf Ihrer Filme für Sie“.
Verantwortlich für die Akquisition.

ZIELE

- Ermittlung von Anbietern, die nachhaltiger arbeiten können.
- Verringerung der Anzahl von gesendeten E-Mails.
- Im Filmbereich gibt es bereits Initiativen für grüne Zertifizierungen für die Filmproduktion, aber es gibt kein solches Instrument für den Vertrieb, da es schwierig ist, internationale Standards zu schaffen (z. B. auf den Filmfestivals).

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER ARBEIT

„Verkaufen ist schwierig. Es gibt eine Menge Konkurrenz“.
„Die Entscheidung darüber, zu welcher Veranstaltung man fliegt und welche Prioritäten man setzt, ist eine Herausforderung“.

BEWUSSTSEIN FÜR NACHHALTIGKEIT

„Für uns ist das derzeit eine Grauzone. Wir haben keinen strukturierten Plan und es gibt noch keine Kontrollmechanismen“.

ASPEKTE EINES NACHHALTIGEREN VERMARKTUNG VON FILMEN, DIE FÜR SIE EINE BESONDERE HERAUSFORDERUNG DARSTELLEN

Verringerung der Zahl der Flugreisen.
Wesentlicher Bestandteil der Tätigkeit.
Die digitale Speicherung ist eine Grauzone.
„Wir müssen auf den Messen vor Ort bessere Lieferanten finden. Wir produzieren viele Projekte und versuchen, die Verwendung von Plastik zu reduzieren. Im Moment ist es jedoch das günstigste Material“.



2. PERSÖNLICHKEIT



NAME

NADINE HUBER

ZUR PERSON

Kategorien: Weltvertriebspartner

Bildung: Sie kommt aus dem Kulturmanagement und hat Erfahrung in der Musikindustrie sowie mit Kunstfestivals. Seit 10 Jahren im Unternehmen in verschiedenen Positionen.

Standort: Deutschland

Alter: 39

ANGABEN ZUM UNTERNEHMEN

Das Unternehmen arbeitet im Durchschnitt mit 15 Filmen pro Jahr. Es handelt sich dabei hauptsächlich um TV-Produktionen.

GESCHÄFTSREISEN IM LETZTEN JAHR

8 bis 10

HAUPTAUFGABEN UND ZUSTÄNDIGKEITEN ALS WELTVERTRIEBSPARTNER

„Wir sind die zentralen Vermittler zwischen Produzenten und Vertriebsunternehmen, verantwortlich für die Aushandlung von Vertriebsvereinbarungen, die Entwicklung maßgeschneiderter Marketingstrategien, die Bereitstellung von Markteinblicken, die Verwaltung von Verträgen und die Pflege von Branchenbeziehungen.“

ZIELE

- Mitgestaltung und Verpflichung zu einem Öko-Manifest.
- Bestimmung einer Person, die für Nachhaltigkeitsthemen zuständig sein wird.
- „Notwendigkeit, realistische Ziele zu setzen. Wir brauchen ein Instrument, mit dem wir unseren CO₂-Fußabdruck kontrollieren können. Die vorhandenen Instrumente sind jedoch noch nicht auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten und spiegeln unsere Branche nicht wider. Es fehlen die Kategorien Druck und digitale Speicherung.“

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER ARBEIT

„Als Botschafter des Wandels müssen wir die verschiedenen Standpunkte in der Wertschöpfungskette des Films im Auge behalten. Gleichzeitig müssen wir kostenbewusst sein“.

BEWUSSTSEIN FÜR NACHHALTIGKEIT

- „Nachhaltigkeit ist immer ein Thema. Die Mitarbeiter haben das Gefühl, dass sie nicht genug tun“.
- „Es ist kein Kontrollsystem vorhanden. Wir versuchen, die Druckmenge zu reduzieren. Wir kreieren nur Werbegeschenke, die eine Funktion haben“.
- „Es gibt keine Schlüsselbänder, keine digitale Anmeldung für Dokumente und keine Werbegeschenke mehr. Wir beabsichtigen auch, mehrere Aktivitäten in einer einzigen Reise zu bündeln. Wir versuchen, das Taxi zum/vom Flughafen mit Kollegen zu teilen“.

ASPEKTE EINES NACHHALTIGEREN VERMARKTUNG VON FILMEN, DIE FÜR SIE EINE BESONDERE HERAUSFORDERUNG DARSTELLEN

Messung und Verfolgung der digitalen Auswirkungen im Vergleich zu den physischen Auswirkungen und Wahl einer nachhaltigen Form der digitalen Speicherung.



Der bestehende Rechtsrahmen: Vorschriften und Richtlinien

Europäischer Green Deal

Ziel der Europäischen Kommission ist es, die EU in eine moderne, ressourcen-effiziente und wettbewerbsfähige Volkswirtschaft umzuwandeln. Gleichzeitig setzt sie sich dafür ein, die natürliche Umwelt Europas zu erhalten, den Klimawandel zu bekämpfen und Europa bis 2050 durch den Europäischen Green Deal kohlenstoff-neutral und ressourceneffizient zu machen. Diese Vorschläge zielen darauf ab, die Klima-, Energie-, Verkehrs- und Steuerpolitik der EU so zu gestalten, dass die Netto-Treibhausgasemissionen bis 2030 um mindestens 55 % im Vergleich zum Stand von 1990 reduziert werden. Da es sich hierbei um eine der Hauptprioritäten der EU handelt, setzt die Kommission die **Agenda 2030 der Vereinten Nationen und die Ziele für nachhaltige Entwicklung** um. Es ist von entscheidender Bedeutung, dass alle Wirtschaftssektoren der EU auf diese Herausforderung gut vorbereitet sind.

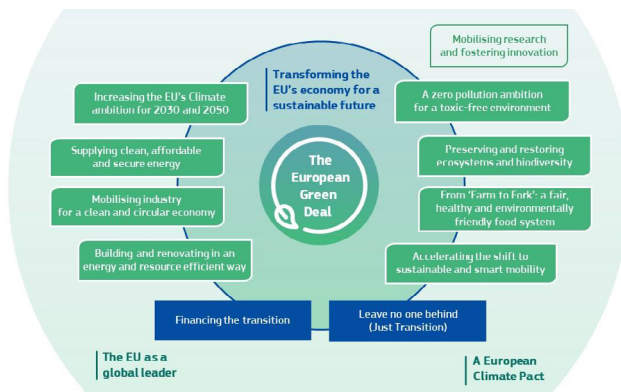
Studie „Ökologisierung des Programms Kreatives Europa“

Die Europäische Kommission hat eine Studie in Auftrag gegeben, um der Kreativ- und Kulturbranche Anhaltspunkte zur Teilnahme an dem globaleren europäischen

Green Deal zu geben. Diese Studie wurde in Auftrag gegeben, um zu untersuchen, wie ökologische, nachhaltige und verhältnismäßige Maßnahmen dank verschiedener Empfehlungen, die im Jahr 2023 veröffentlicht werden, wirksam in die Maßnahmen im Rahmen des Programms Kreatives Europa umgesetzt werden können:

- „Ein umfassender Überblick über bestehende bewährte Umweltpraktiken, die aktuellen und potenziellen Nutznießern des Programms Kreatives Europa bei der Beantragung und/oder Umsetzung von geförderten Projekten empfohlen werden;
- Bereiche, in denen Maßnahmen erforderlich sind, einschließlich praktischer Empfehlungen, was getan werden könnte, um das Programm Kreatives Europa in absehbarer Zukunft umweltfreundlich zu machen;
- Ein Kontrollleitfaden mit Vorschlägen für Nachhaltigkeitsindikatoren („grüne Indikatoren“) zur Messung des Fortschritts des Programms und seines Beitrags zu den europäischen Green-Deal-Zielen in einem Zeitraum nach 2027“.

Abbildung 1. Quelle: Europäische Kommission, Der Europäische Green Deal, 2019



The background features a large, abstract geometric shape composed of several overlapping, angular planes. The colors transition from a light teal at the top, through various shades of blue, to a vibrant green at the bottom. The overall effect is dynamic and modern.

DER WEG IN DIE ZUKUNFT: UMSETZUNG NACHHALTIGER PRAKTIKEN

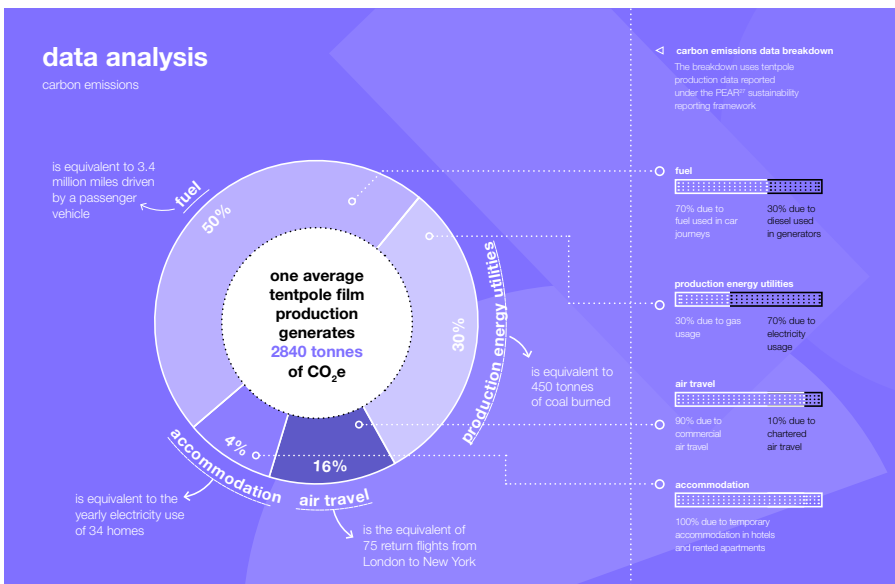
Verständnis des eigenen Einflusses: Die Kreislaufwirtschaft und Handlungsmöglichkeiten

Die Filmindustrie trägt erheblich zu den weltweiten Kohlenstoffemissionen bei. Laut dem Bericht „A Screen New Deal: A Route Map to Sustainable Film Production“ aus dem Jahr 2020 können bei der Produktion eines durchschnittlichen Tentpole-Films bis zu 2.840 Tonnen CO₂ ausgestoßen werden (siehe Abbildung unten). Allein der Stromverbrauch während der Produktion entspricht dem jährlichen Stromverbrauch von 34 Haushalten. Der Transport ist der größte Verursacher von Kohlendioxidemissionen in der Filmindustrie und macht mehr als 50 % der Gesamtemissionen von Großproduktionen aus, während der Energieverbrauch an zweiter Stelle steht (34 %).

Zwar befassen sich zahlreiche Forschungsarbeiten und Berichte mit den Umweltauswirkungen der Filmproduktion, jedoch gibt es eine erhebliche Datenlücke in Bezug auf den Weltvertrieb. Die Statistiken berücksichtigen nur die Produktionsphase und lassen die Auswirkungen des Weltvertriebs außer Acht, der Kinovorführungen, Werbung auf Filmfestivals, digitale und physische Speicherung und Streaming-Plattformen umfasst.

Weltvertriebspartner können jedoch als Teil eines ganzheitlichen Teams von Fachleuten in der Filmindustrie insbesondere während der Vertriebsphase eine entscheidende Rolle bei der Verringerung

Abbildung 2. "A Screen New Deal: A Route Map to Sustainable Film Production"



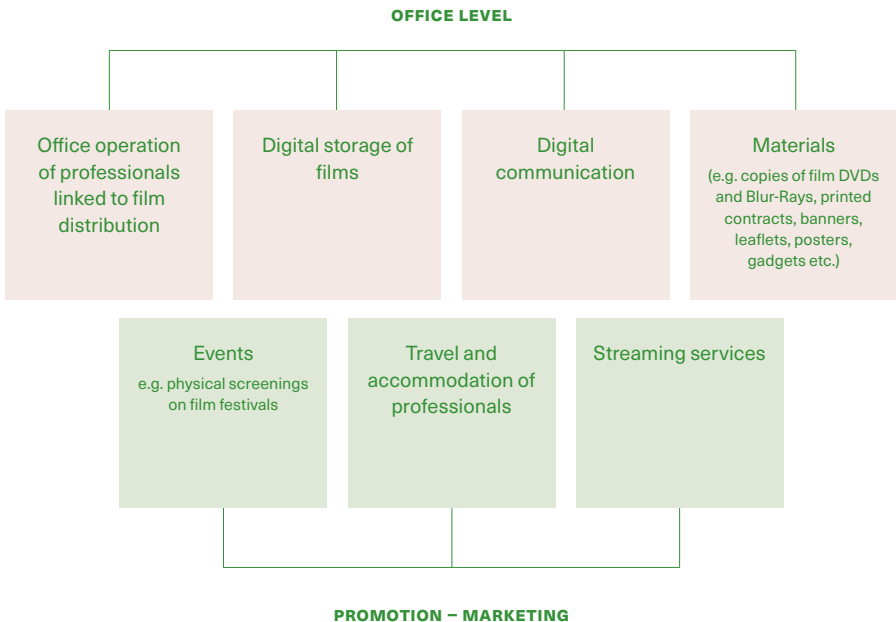
der Umweltauswirkungen der Branche spielen. Aufgrund des Mangels an verfügbaren Daten wird in diesem Leitfaden als erster Schritt vorgeschlagen, dass sich Weltvertriebspartner ein Bild von den von ihnen verursachten Umweltauswirkungen machen. Dieses Verständnis versetzt sie in die Lage, geeignete Lösungen zur Verringerung ihres CO2-Fußabdrucks zu entwickeln und umzusetzen.

Um nachhaltige Änderungen vornehmen zu können, muss die Filmindustrie ermitteln, welche Bereiche ihrer Arbeit am

meisten zu den Kohlenstoffemissionen beitragen.

Im Rahmen des GSID-Projekts haben die Weltvertriebspartner die wichtigsten Bereiche, in denen Umweltauswirkungen entstehen, zusammengefasst. Im kollektiven Dialog und in vertiefenden Befragungen wurden Schlüsselbereiche für mögliche Veränderungen identifiziert. Zu diesen Bereichen, die in Abbildung zusammengefasst sind, gehören Entscheidungen auf Büroebene sowie Marketing und Werbung für Filme.

THE IMPACT OF THE FILM INDUSTRY



Die Bedeutung der Nachhaltigkeit im Weltvertrieb

Ein vernünftiger Weg in die Zukunft im Weltvertrieb könnte darin bestehen, ein Konzept der Kreislaufwirtschaft und die Grundsätze der Nachhaltigkeit zu verfolgen. Nachhaltigkeit bedeutet, die Bedürfnisse der heutigen Generation zu befriedigen, ohne dabei die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen. Sie umfasst drei Hauptpfeiler:

- **Ökologische Nachhaltigkeit:** Schutz der natürlichen Ressourcen und Verringerung von Umweltverschmutzung und Abfall, um künftigen Generationen einen gesunden Planeten zu hinterlassen.
- **Wirtschaftliche Nachhaltigkeit:** Förderung eines Wirtschaftswachstums und einer Entwicklung, die Wohlstand für alle schafft, ohne die natürlichen Ressourcen zu erschöpfen.
- **Soziale Nachhaltigkeit:** Gewährleistung von sozialer Gleichheit, Gerechtigkeit und Wohlergehen für alle Menschen und Bevölkerungsgruppen.

Durch die Einbeziehung von Nachhaltigkeit in ihre Entscheidungsprozesse können Weltvertriebspartner sicherstellen, dass ihre Praktiken nicht nur die Umweltbelastung verringern, sondern auch zur wirtschaftlichen Tragfähigkeit und sozialen Verantwortung beitragen. Hierzu gehören:

- Die Einführung nachhaltiger Büropraktiken, wie die Verwendung energieeffizienter Geräte, die Reduzierung des Papierverbrauchs und die Umstellung auf digitale Materialien.

- Die Bevorzugung virtueller gegenüber Präsenzveranstaltungen, um die transportbedingten Emissionen und die damit verbundenen Kosten zu minimieren.
- Die Verwendung umweltfreundlicher Materialien für Werbeartikel und Förderung des digitalen Vertriebs, um Abfall und Ressourcenverbrauch zu reduzieren.

Die Kreislaufwirtschaft hingegen ist ein Produktions – und Konsummodell, das darauf abzielt, den Lebenszyklus von Produkten zu verlängern, Abfälle zu minimieren und die Ressourcen optimal zu nutzen. Im Gegensatz zur traditionellen linearen Wirtschaft, die nach dem Muster „Nehmen-Herstellen-Entsorgen“ funktioniert, basiert die Kreislaufwirtschaft auf den folgenden drei Grundsätzen:

- Vermeidung von Abfall und Verschmutzung.
- Produkte und Materialien im Gebrauch halten.
- Regenerierung natürlicher Systeme.

Die Berücksichtigung beider Ansätze und Grundsätze kann der Industrie helfen, umweltfreundlichere Praktiken einzuführen und ihre üblichen Geschäftspraktiken zu ändern.

Berechnung Ihres Kohlenstoff-Fußabdrucks

Bevor die Weltvertriebspartner ihre derzeitigen Praktiken ändern, müssen sie sich über die Umweltauswirkungen ihres Handelns im Klaren sein. Aus Gesprächen mit mehreren Vertriebspartnern ging hervor, dass es in ihren Unternehmen zwar keinen konkreten Plan zur Verringerung der Kohlenstoffemissionen gibt, aber ein ausgeprägtes Bewusstsein für die Problematik des Kohlenstoff-Fußabdrucks vorhanden ist und die Bereitschaft besteht, nachhaltigere Praktiken einzuführen.

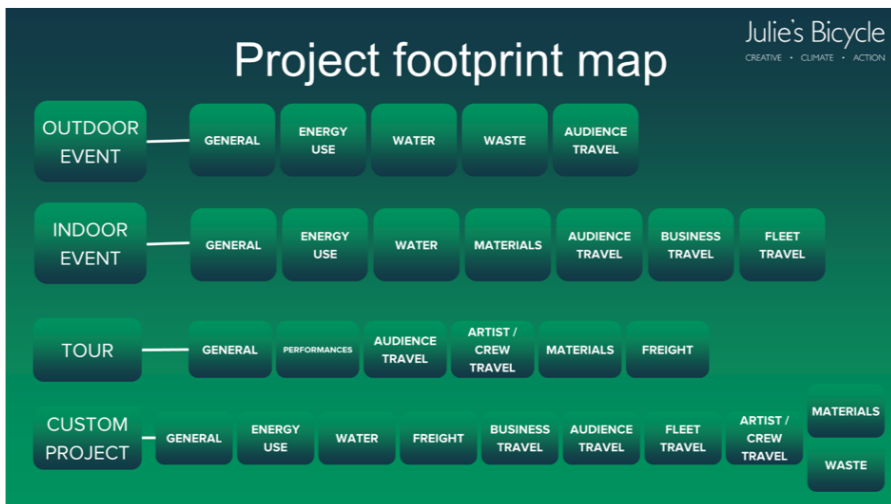
In einem gemeinsamen Interview erwähnten die Weltvertriebspartner *Agnieszka Pucilo* von New Europe Film Sales und *Stephanie Fuchs* von Outlook Filmsales, dass es in ihren Firmen zwar keine formellen Kontrollmechanismen gibt, dass aber alle Mitarbeiter im Büro bestrebt sind, ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Sie bemühen sich, kleine

Änderungen in ihren Arbeitsabläufen vorzuschlagen und umzusetzen, z. B. so wenig Druckmaterial wie möglich zu verwenden und den CO₂-Fußabdruck bei ihren Aktivitäten zu berücksichtigen.

Es gibt zwar verschiedene – sowohl kostenlose als auch kostenpflichtige – Online-Tools zur Berechnung des CO₂-Fußabdrucks, jedoch ist das GSID-Team nach umfangreichen Recherchen zu dem Schluss gekommen, dass das beste derzeit verfügbare Tool für Weltvertriebspartner Bicycle Creative Climate Tools (CC Tools) von Julie ist.

Creative Climate Tools (CC Tools) von **Julie's Bicycle** ist eine kostenlose App zur Berechnung des CO₂-Ausstoßes, die speziell entwickelt wurde, um Organisationen im Kunst – und Kultursektor dabei zu helfen, die Umweltauswirkungen ihrer Arbeit zu messen und zu verstehen. Mit

Abbildung 3. - Creative Climate Tools von Julie's Bicycle



Hilfe dieser Tools lassen sich verschiedene Einflussfaktoren wie Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Abfälle, Reisen, Fracht und Materialien für verschiedene Arten von Aktivitäten wie Veranstaltungsorte, Büros, Touren, Projekte, Veranstaltungen und Festivals verfolgen.

Organisationen können Konten anlegen, die es mehreren Benutzer:innen ermöglichen, Daten einzugeben und zu verwalten. Die Benutzer:innen können dann Daten zu sechs verschiedenen Bereichen eingeben, die in zwei Unterkategorien unterteilt sind: Gebäude, die Büros und

Veranstaltungsorte oder kulturelle Einrichtungen umfassen, sowie Projekte, die Freiluftveranstaltungen, Veranstaltungen in geschlossenen Räumen, Führungen und individuelle Projekte umfassen.

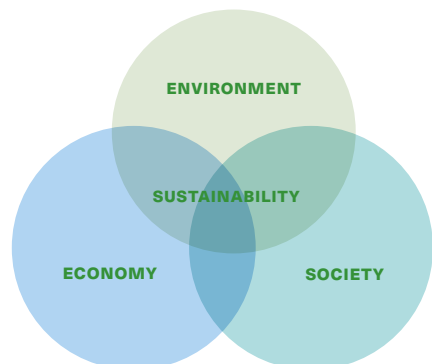
Das Instrument dient als ein wertvolles Hilfsmittel für Weltvertriebspartner, die Interesse an einer weiteren Erkundung haben. Allerdings können die Creative Climate Tools den digitalen Fußabdruck nicht berechnen, da die Erfassung der entsprechenden Daten zu komplex ist. Dies gilt als Schwachpunkt des CO2-Fußabdruckrechners.

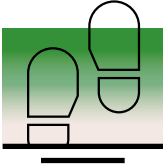
Einen Plan erstellen und handeln: Schritte in Richtung Nachhaltigkeit

Die Ergebnisse des CO2-Fußabdruckrechners können dabei helfen herauszufinden, wo die höchsten CO2-Emissionen verursacht werden. Der nächste Schritt besteht darin, einen **klaren Aktionsplan** mit erreichbaren Zielen zu entwickeln und Schlüsselbereiche für konkrete Handlungsmöglichkeiten zu identifizieren. Realistische Ziele sollten alle Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigen, was ein **Gleichgewicht zwischen ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Säulen voraussetzt**. Die ökologische Nachhaltigkeit konzentriert sich auf die Erhaltung von Ressourcen und die Verringerung der Umweltverschmutzung. Wirtschaftliche Nachhaltigkeit zielt auf langfristige finanzielle Stabilität ab, wohingegen soziale Nachhaltigkeit einen gerechten Zugang

zu Ressourcen und Chancengleichheit gewährleistet. Die Erarbeitung eines detaillierten und umsetzbaren Plans, die Weitergabe der Ergebnisse und die Bewertung der Auswirkungen werden es dem Weltvertrieb ermöglichen, Fortschritte zu erzielen und andere Akteure in der Branche dazu motivieren, ähnliche Verfahren anzuwenden.

Im Folgenden finden Sie praktische Tipps für Handlungsmöglichkeiten in allen Bereichen, die durch den Austausch mit den Weltvertrieben ermittelt wurden.





Digitaler Fußabdruck

Wenngleich man annehmen könnte, dass die Verlagerung hin zu mehr digitalen Aktivitäten zur Reduzierung der Umweltbelastung beitragen würde, sind digitale Aktivitäten für etwa **3–4 % der weltweiten Treibhausgasemissionen** verantwortlich und übertreffen damit die Luftfahrtindustrie. Angesichts der Ausweitung des Internetzugangs, der zunehmenden Zahl angeschlossener Geräte und der steigenden Beliebtheit von Streaming-Diensten wird dieser Wert voraussichtlich noch steigen. Digitale Aktivitäten werden gemeinhin als „grün“ empfunden, weil sie den Papierverbrauch und die den Reiseaufwand reduzieren. Jede Handlung im digitalen Raum – vom Besuch einer Website über das Versenden einer E-Mail und die Nutzung sozialer Medien bis hin zum Streaming von Videos und dem Speichern von Dateien in der Cloud – verursacht jedoch Kohlendioxid. Dies ist auf den hohen Energieverbrauch von Rechenzentren, Netzinfrastruktur und Endgeräten zurückzuführen.



Grundlegende Empfehlungen

E-MAIL-MANAGEMENT

- Deaktivieren Sie unnötige E-Mail-Benachrichtigungen.
- Überprüfen Sie verfasste E-Mails vor dem Absenden, um Follow-ups zu vermeiden.
- Löschen Sie regelmäßig alte und unnötige E-Mails.
- Verwenden Sie umweltfreundliche E-Mail-Anbieter wie EcoSend, Posteo und Greenmail.

STREAMING-GEWOHNHEITEN

- Streamen Sie wann immer möglich in Standardauflösung (SD) statt in High Definition (HD).
- Reduzieren Sie das Streaming insgesamt. Verwenden Sie Offline-Downloads für häufig angesehene Inhalte.
- Wählen Sie Videokonferenz-Anbieter, die erneuerbare Energien nutzen.

DIGITALE DATEISPEICHERUNG

- Bereinigen Sie digitale Dateien, löschen Sie alte Dokumente und komprimieren Sie Mediendateien.
- Wählen Sie Cloud-Dienste, die erneuerbare Energien nutzen.
- Fassen Sie Dateien zusammen, um den Speicheraufwand zu verringern.

DIGITALE ZUSTELLUNG

- Verwenden Sie digitale Methoden für die Übermittlung von Trailern und DCPs, um den physischen Transport zu reduzieren.
- Zeitlich abgestimmte Datenübertragung: Planen Sie die digitale Datenübertragung außerhalb der Stoßzeiten und somit während einer geringeren Energienachfrage und tragen Sie so zu einem effizienteren und nachhaltigeren Übertragungsprozess bei.

- Nähe zum Rechenzentrum: Wählen Sie Rechenzentren aus, die näher am Standort der beabsichtigten Empfänger liegen, um die Übertragungsentfernung der Daten zu minimieren und so die Latenzzeit und den Energieverbrauch zu verringern.
- Optimiertes Netzwerk-Routing: Implementieren Sie optimierte Routing-Algorithmen, um die Anzahl der Sprünge und die zurückzulegende Gesamtdistanz der Daten im Netz zu verringern und so die Effizienz zu steigern.

NACHHALTIGES SURFEN IM INTERNET

- Nutzen Sie grüne Hosting-Anbieter (z. B. Ecosia).
- Blockieren Sie Werbung und reduzieren Sie Tracking-Skripte.
- Deaktivieren Sie automatische Wiedergabefunktionen.
- Verwenden Sie Lesezeichen, um Websites ohne wiederholte Suchvorgänge erneut aufzurufen.

ALLGEMEINE PRAKTIKEN

- Planen Sie die Übertragung von Daten außerhalb der Stoßzeiten.
- Schalten Sie Geräte und Router aus, wenn sie nicht benutzt werden.



Tools und Links

GRÜNE E-MAIL-ANBIETER:

- [EcoSend](#)
- [Posteo](#)
- [Greenmail](#)

STREAMING UND VIDEOKONFERENZEN:

- [Fairmeeting](#)

WEB-HOSTING

- [Ecosia](#)
- [The Green Web Foundation Directory](#)

WEBSITE-CO2-RECHNER

- [Website-CO2-Rechner](#)



Wussten Sie schon?

Das Versenden einer Standard-E-Mail verursacht etwa 4 Gramm CO₂e, doch kann der Versand einer E-Mail mit einem großen Anhang bis zu 50 Gramm CO₂e verursachen. Die Verringerung der Größe, der Häufigkeit und von unnötigen Anhängen von E-Mails kann einen erheblichen Unterschied ausmachen.



Materialien und Abfälle

Eine effiziente Abfallbewirtschaftung kann erheblich zur Verringerung der Umweltbelastung beitragen. In diesem Kapitel werden die „7 R“ der Nachhaltigkeit hervorgehoben: Rethink (Umdenken), Refuse (Verwerfen), Reduce (Reduzieren), Reuse (Wiederverwenden), Repair (Reparieren), Recycle (Recyceln) und Recover (Verwerten). Diese Grundsätze bieten einen umfassenden Rahmen für die Abfallbewirtschaftung. Umdenken bedeutet, unser Konsumverhalten zu überdenken, während Verwerfen bedeutet, auf unnötige Dinge zu verzichten. Reduzieren konzentriert sich auf die Minimierung der Abfallproduktion. Der Begriff Wiederverwenden steht für die mehrmalige Verwendung von Gegenständen vor ihrer Entsorgung. Das Reparieren verlängert die Lebensdauer von Produkten. Beim Recyceln werden Abfälle in wiederverwendbare Materialien umgewandelt, während beim Verwerten die Gewinnung von nützlichen Materialien oder Energie aus Abfällen im Vordergrund steht. Die Umsetzung dieser Grundsätze kann die Umweltbelastung drastisch reduzieren und zu einer nachhaltigeren Zukunft beitragen. So ist **Deutschland** beispielsweise mit einer Recyclingquote von 71 % bei den Siedlungsabfällen führend, was die überaus positiven Auswirkungen einer ganzheitlichen Abfallwirtschaftspolitik verdeutlicht.



Für Weltvertriebspartner ist die Reduzierung von Material und Abfall von entscheidender Bedeutung. Dies gilt sowohl für Veranstaltungen, die sie organisieren und an denen sie teilnehmen, wie etwa Filmfestivals und Filmfestivals, als auch für ihre Büroumgebung. Bei Veranstaltungen kann der Abfall durch die Verwendung von digitalem statt gedrucktem Material, die Verwendung von wiederverwendbarem oder kompostierbarem Geschirr und die Einrichtung von Mülltrennstationen reduziert werden. Im Bürobereich kann die Nachhaltigkeit durch nachfüllbare Küchengeräte, die Reduzierung des Papierverbrauchs durch digitale Kommunikation und die Förderung der Reparatur und Wiederverwendung von Bürogeräten verbessert werden.



Grundlegende Empfehlungen

VERANSTALTUNGEN UND FESTIVALS

- **Werbematerialien:** Ersetzen Sie gedruckte Materialien durch digitale Broschüren und Kataloge und reduzieren Sie so den Papierabfall.
- **Stand-Design:** Verwenden Sie wiederverwendbare oder recycelbare Materialien für den Aufbau von Ständen auf Festivals und Veranstaltungen. Entwerfen Sie modulare Einheiten, die sich leicht auf – und abbauen und wiederverwenden lassen.
- **Werbeartikel:** Entscheiden Sie sich für nachhaltige Werbeartikel wie wiederverwendbare Taschen, Wasserflaschen oder Artikel aus recycelten Materialien.
- **Speisen und Getränke:** Regen Sie die Verkäufer an, biologisch abbaubare oder recycelbare Verpackungen zu verwenden. Stellen Sie wiederverwendbares oder kompostierbares Besteck und Geschirr zur Verfügung.

BÜROPRAKTIKEN

- **Papierverbrauch:** Führen Sie eine papierlose Bürokultur ein, indem Sie digitale Dokumente und elektronische Unterschriften verwenden. Falls ein Ausdruck erforderlich ist, verwenden Sie Recyclingpapier und drucken Sie beidseitig.
- **Bürobedarf:** Wählen Sie Material aus recycelten oder nachhaltigen Materialien. Verwenden Sie Ordner, Mappen und andere Büroartikel so oft wie möglich wieder.
- **Abfalltrennung:** Richten Sie ein umfassendes Recyclingprogramm mit deutlich gekennzeichneten Behältern für Papier, Kunststoff, Glas und organische Abfälle ein.
- **Energieverbrauch:** Reduzieren Sie den Energieverbrauch durch den Einsatz von energieeffizienter Beleuchtung, Ausrüstung und Geräten. Ermutigen Sie Ihre Mitarbeiter, Geräte auszuschalten, wenn sie nicht benutzt werden.
- **Küchenbedarf:** Verwenden Sie wiederverwendbares Geschirr, Besteck und Becher anstelle von Einweggeschirr. Richten Sie eine Recycling – und Kompostierstation in der Büroküche ein.



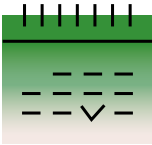
Tools und Links

- **EPA-Ressourcen für die Abfallwirtschaft:** Umfassende Leitlinien und Instrumente für Abfallverringerung und Recycling.
- **TerraCycle:** Abschaffung des Konzepts der Verschwendung
- **Recycle Coach:** App für lokale Recycling-Informationen und – Hinweise.
- **The Zero Waste International Alliance:** Informationen und Normen für Null-Abfall-Initiativen.
- **Leitfaden für die Kompostierung.**



Wussten Sie schon?

In Europa werden trotz der Bemühungen um mehr Recycling **nur etwa 42 % der Verpackungsabfälle aus Kunststoff** recycelt. Wenn wir nichts unternehmen, um die Material – und Abfallproduktion zu verringern, wird es im Jahr 2050 **mehr Plastik als Fische** in den Ozeanen geben.



VERANSTALTUNGEN

Organisation

Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement umfasst Maßnahmen in den folgenden sieben Hauptbereichen: Catering, Mobilität, Gebäudemanagement, Gästemanagement (Akkreditierung), Abfallmanagement, Energie und Gebäude sowie nachhaltige Beschaffung. Die Veranstaltungsbranche ist für **10 %** der weltweiten Kohlenstoffemissionen verantwortlich. Die Wahl des Standorts ist daher das Fundament, auf dem das Nachhaltigkeitsmanagement aufbaut. Ziehen Sie es in Betracht, das Thema Nachhaltigkeit in den Marketingplan aufzunehmen.



Grundlegende Empfehlungen

STANDORT:

- Wählen Sie Veranstaltungsorte mit Nachhaltigkeitszertifikaten, bei denen Energieeffizienz und Abfallvermeidung im Vordergrund stehen (z. B. Versorgung mit Ökostrom).
- Wählen Sie Standorte aus, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder umweltfreundlichen Transportmöglichkeiten wie dem Fahrrad erreichbar sind.
- Minimieren Sie den Transportbedarf durch die Wahl von Standorten, die sich in der Nähe der Teilnehmer und der benötigten Ausrüstung befinden.

REISEN UND TRANSPORT:

- Regen Sie die Teilnehmer zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, zur Bildung von Fahrgemeinschaften oder zum Radfahren an.
- Informieren Sie die Gäste beim Versand der Einladungen über umweltfreundliche Transportmöglichkeiten.

CATERING

- Nutzen Sie Catering-Anbieter mit ausgewiesener Nachhaltigkeitszertifizierung.

- Entscheiden Sie sich für lokale, saisonale und biologische Lebensmittel, mit vegetarischen und veganen Optionen.
- Reduzieren Sie Fleisch und Milchprodukte und ziehen Sie pflanzliche Lebensmittel und nachhaltig beschafften Fisch aus der Region vor.
- Verwenden Sie wiederverwendbares Besteck und Geschirr oder biologisch abbaubare Alternativen.
- Führen Sie eine Regelung ein, die eine wiederverwendbare Flasche/Becher pro Person vorsieht.

ABFALLWIRTSCHAFT

- Stellen Sie Einrichtungen zum Sortieren und Recyclen von Abfällen bereit.
- Vermeiden Sie Einwegplastikprodukte und verwenden Sie nachhaltige Materialien.
- Spenden Sie übrig gebliebene Lebensmittel an örtliche Hilfsorganisationen oder verteilen Sie sie an die Gäste.
- Verringern Sie die Lebensmittelverschwendung, indem Sie die richtige Menge an Lebensmitteln bestellen.

ENERGIE UND RESSOURCEN

- Schalten Sie nicht benutzte Geräte aus, um Energie zu sparen.
- Nutzen Sie digitale Lösungen (z. B. Einladungen, Veranstaltungsprogramme), um Papierabfälle zu reduzieren.

KOMMUNIKATION

- Informieren Sie alle Stakeholder, einschließlich der Gäste, des Veranstaltungspersonals und des Sicherheitspersonals, über die ergriffenen Maßnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit.
- Einbindung der Thematik: Nutzen Sie die Thematik des Films rund um den Klimawandel und das Umweltbewusstsein in Werbekampagnen, um das Umweltbewusstsein des Publikums zu stärken.
- Gemeinsame Initiativen: Gehen Sie Partnerschaften mit NGOs oder umweltbewussten Marken ein und entwickeln Sie gemeinsame Initiativen, die auf die Botschaft des Films abgestimmt sind, um deren Bedeutung zu unterstreichen und ein größeres Publikum zu erreichen.

- Aufklärungskampagnen: Führen Sie parallel zur Filmpromotion Aufklärungskampagnen durch, um das Publikum über den Klimawandel zu informieren und es zu umweltfreundlichem Handeln zu bewegen.
- Digitale Presseveranstaltungen: Ersetzen Sie traditionelle Presseveranstaltungen durch digitale Alternativen, um die Notwendigkeit des Reisens von Pressevertretern und Schauspielern zu minimieren.

HEBEN SIE NACHHALTIGE PRAKTIKEN IN EINLADUNGEN UND IN DER VERANSTALTUNGSKOMMUNIKATION HERVOR

- Verwenden Sie digitale Werbesäulen anstelle von Printmaterialien.
- Bieten Sie Livestream-Optionen für die Remote-Teilnahme an, um Reisen zu vermeiden.
- Verwenden Sie biologisch abbaubare Ausweise und digitale Anmeldungen.
- Führen Sie eine papierlose Geschäftskultur ein und verwenden Sie Whiteboards oder QR-Codes für Veranstaltungspläne.



Tools und Links

- [Checkliste](#) für die Organisation von nachhaltigen Veranstaltungen.
- [Foodsaving](#) von übrig gebliebenen Lebensmitteln.
- Nachhaltigkeitsiegel.

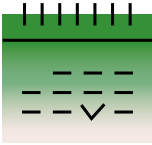


Wussten Sie schon?

„Ein Kilogramm Rindfleisch verursacht **60 kg an Treibhausgasemissionen**. Das ist fast das 2,5-fache der nächstgelegenen Lebensmittelarten, Lamm und Hammel. Im Gegensatz dazu verursacht die gleiche Menge eines Falafel-Wraps weniger als zwei Kilogramm an Treibhausgasemissionen.“



Mittlerweile lassen wir alles dort drucken, wo das Festival stattfinden wird. Das bedeutet weniger Transportaufwand und unser Marketingmaterial ist vollständig digital.“



Beteiligung

Die Herstellung und Entsorgung von Waren tragen wesentlich zum CO₂-Fußabdruck von Veranstaltungen bei. Um den Übergang zu einer Netto-Null-Emission zu schaffen, muss die gesamte Branche einen stärker kreislaforientierten Ansatz bei der Veranstaltungsproduktion verfolgen. Dies umfasst die Bevorzugung von wiederverwendbaren Gegenständen, die Wahl nachhaltiger Materialien und die Gestaltung von Prozessen, die das Abfallaufkommen minimieren.



Grundlegende Empfehlungen

- Ein wahrhaft nachhaltiges Festival/nachhaltige Messe beginnt mit einer klimafreundlichen Anreise. Wählen Sie umweltfreundliche Transportmittel wie den Zug für den Transport von Standmaterial und Personal zur Veranstaltung.
- Transportieren Sie Waren und Ausrüstung auf effiziente Weise und stellen Sie auf eine emissionsfreie Logistik um: Fassen Sie Sendungen und Lieferungen zusammen, um das Gewicht und die Anzahl der Fahrten sowie die Kohlendioxidemissionen zu reduzieren (z. B. Nutzung lokaler Lieferanten, lokale Lagerung)
- Druck vor Ort bei umweltfreundlichen Unternehmen
- Nehmen Sie Ihr Druckmaterial von Filmessen mit und verwenden Sie es auf der nächsten Messe wieder.
- Verwenden Sie recycelbare oder nachhaltige Materialien für Standbau und Beschilderung. Wählen Sie digitale Anzeigen und elektronische Materialien anstelle von gedruckten Broschüren und Flyern. Verwenden Sie energieeffiziente Beleuchtung (LED) und Elektronik am Messestand.
- Reduzieren Sie den Abfall während der Messe: Bieten Sie wiederverwendbare oder biologisch abbaubare Werbeartikel anstelle von Einweg-Giveaways an. Bieten Sie eine digitale oder eine gedruckte QR-Code-Visitenkarte an.
- Verwenden Sie umweltfreundliche Artikel wie wiederverwendbare Tragetaschen, Bambuskugelschreiber oder recycelte Notizbücher.
- Teilen Sie die Informationen über die Auswirkungen der Filmindustrie auf die Umwelt und die Möglichkeiten zur Unterstützung des nachhaltigen Filmemachens.
- Wählen Sie vegetarisches Essen und verwenden Sie Ihre eigenen wiederverwendbaren Becher.
- Arbeiten Sie mit anderen Ausstellern und Veranstaltern zusammen, um Nachhaltigkeitsinitiativen zu fördern.
- Vernetzen Sie sich mit nachhaltigen Lieferanten und Partnern, um grüne Geschäftspraktiken zu unterstützen.
- Wählen Sie Unterkunftsmöglichkeiten mit zertifizierten Nachhaltigkeitsstandards (z. B. mit dem EU-Umweltzeichen).



Tools und Links

- **Vegan Trademark** – Produkte, die dieses Siegel tragen, sind für Veganer und Vegetarier geeignet.
- **Die GOTS-Zertifizierung** ist in zwei Kategorien unterteilt: „ORGANIC“ – mindestens 95 % zertifizierte Bio-Fasern, und „MADE WITH (X%) ORGANIC“ – mindestens 70 % zertifizierte Bio-Fasern.
- **OEKO-TEX® Standard 100** – ein Sicherheitsiegel für Textilprodukte. Produkte, die dieses Siegel tragen, sind frei von Schadstoffen in Konzentrationen, die die menschliche Gesundheit beeinträchtigen.
- **RCS-Zertifizierung** – prüft den Gehalt an recycelten Fasern im Endprodukt.
- **GRS-Zertifizierung** – spezifiziert die Anforderungen für recycelte Fasern.
- **Better Cotton Initiative** – eine Initiative zur Förderung der Produktion von Rohbaumwolle.
- **Der Forest Stewardship Council (FSC)** ist eine internationale NGO, die sich für eine verantwortungsvolle Bewirtschaftung der Wälder der Welt einsetzt.
- **Die Zertifizierung mit dem Blauen Engel** gilt gemeinhin als die strengste Zertifizierung in Europa: Das Papier muss aus recycelten Fasern hergestellt werden und bei der Produktion dürfen keine chlorhaltigen Bleichmittel oder andere schädliche Chemikalien verwendet werden.
- **Die Rainforest Alliance** zertifiziert Papier – und Holzprodukte nach dem FSC-Standard sowie nach ihrer eigenen Rainforest-Alliance-Zertifizierung, bei der die Lieferkette und die nachhaltige Waldbewirtschaftung geprüft werden.



Festivals und Messen sollten sich Gedanken über die Aufmachung der Veranstaltungsorte machen. Dies sollte für alle Messen standardisiert werden!"



REISEN

Transport und Reisen gehören zu den umweltschädlichsten Aktivitäten im Zusammenhang mit der Weltvertriebsbranche. Das Reisen liegt in der DNA der Branche. Flugreisen sind sehr kohlenstoffintensiv und damit eine der umweltschädlichsten Aktivitäten von Weltvertriebspartnern. Flugreisen sollten nur als letzter Ausweg betrachtet werden, nachdem alternative Transportmöglichkeiten geprüft wurden. Trotz seiner Bedeutung für die Verkehrsanbindung macht der Luftverkehr **2–3 % der weltweiten Emissionen aus**. Es sollten nur die wichtigsten und sinnvollsten Flugreisen unternommen werden.



Grundlegende Empfehlungen

Ziehen Sie Reisen per Bahn oder mit dem Auto in Betracht und führen Sie bei Geschäftsreisen den Grundsatz „Train First“ ein: Ersetzen Sie Flüge in ganz Europa durch Bahnreisen. Wenn Sie doch fliegen müssen, sollten Sie die folgenden Schritte befolgen, um die Auswirkungen von Flugreisen zu begrenzen:

- Nutzen Sie Alternativen wie Fernarbeit und Videokonferenzen, um die Notwendigkeit von Reisen zu verringern.
- Wählen Sie umweltfreundliche Verkehrsmittel wie Elektro-, Biogas – oder Hybridautos, und setzen Sie sich für Programme ein, die das Radfahren zur Arbeit fördern.
- Kombinieren Sie mehrere Reisen miteinander und fliegen Sie möglichst in der Economy Class statt in der Business Class, um die Emissionen zu reduzieren.
- Wählen Sie, sofern möglich, Direktflüge, um die Emissionen bei Start und Landung zu reduzieren.
- Nutzen Sie Flug-Emissionsrechner, um treibstoffeffizientere Flüge zu wählen, und ziehen Sie eine Kompensation der Emissionen über lokale Energieprojekte in Betracht.
- Planen Sie Ihre Reisepläne im Voraus und setzen Sie sich Ziele, um die Anzahl der Flüge pro Jahr und Mitarbeiter zu reduzieren.
- Wählen Sie Fluggesellschaften mit moderneren Flotten, die in der Regel treibstoffeffizienter sind. Wenn ein neues, treibstoffeffizientes Flugzeug die volle Passagier – und Frachtkapazität ausnutzt, können die Kohlenstoffemissionen pro Person um bis zu 50 % gesenkt werden.
- Führen Sie eine Politik der Fernarbeit ein: Der Wegfall des Pendelns bedeutet, dass keine Emissionen aus dem Verkehr entstehen und keine großen Büroflächen beheizt werden müssen. Die Umstellung auf zwei Tage Fernarbeit pro Woche würde eine Einsparung von fast 900 kg CO₂e pro Jahr und Mitarbeiter bedeuten.
- Behalten Sie einen Überblick über die Reisebewegungen: Mithilfe der Reisebuchhaltung können Sie feststellen, ob Fahrten, die unterlassen werden könnten, wiederholt durchgeführt werden oder ob die Reiseart durch eine andere ersetzt werden sollte.



Tools und Links

- [MyClimate carbon calculator](#).
- [Der Flug-Emissions-Rechner von Atmosfair](#) vergleicht die Kohlenstoff-Emissionen verschiedener Fluggesellschaften und Flugrouten.
- [Der ICAO Carbon Emissions Calculator \(ICEC\)](#) ist das einzige international anerkannte Instrument zur Schätzung der Kohlenstoffemissionen von Flugreisen.
- Eine [nachhaltige Reisepolitik](#) für Organisationen ([Beispiel](#) und [Beispiel](#) und weitere [Leitlinien](#)).
- [Voluntary Carbon Markets and Offsetting](#).
- [Gallery Climate Coalition](#).



Wussten Sie schon?

Sitze in der Business Class und der ersten Klasse sind technisch gesehen für mehr Emissionen verantwortlich als Sitze in der Economy Class. Sie beanspruchen mehr Platz und Gewicht, da den Fluggästen Freigepäck gewährt wird, und außerdem verdrängen sie weitere Passagiere in der Economy Class, die an ihrer Stelle im Flugzeug befördert werden könnten. Viele Fluggesellschaften bieten die Möglichkeit, Emissionen beim Kauf zu kompensieren. Es ist jedoch unklar, wohin dieses Geld fließt und wie effektiv es ausgegeben wird. Unterstützen Sie stattdessen, soweit möglich, lokale Energieprojekte oder investieren Sie in Ihren eigenen „Strategischen Klimafonds“.



Wir versuchen, den Zug zu nehmen. Wir müssen aber auch ein Gleichgewicht finden und versuchen das zu tun, was wir können, ohne dabei unsere Arbeit zu beeinträchtigen. Wir haben uns verpflichtet, unsere Reisen alljährlich zu überprüfen und zu analysieren, in welchen Bereichen Verbesserungen möglich sind, um unsere Reiseaktivitäten systematisch zu minimieren und nach Prioritäten zu ordnen."



UNTERKÜNFTE

Das Gastgewerbe ist ein großer Energie – und Wasserverbraucher. Es hat erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt und trägt zu etwa **1 % der weltweiten Kohlenstoffemissionen bei**. Hotels setzen zwischen 160 und 200 kg CO₂ pro Quadratmeter Zimmerfläche frei. Der weltweite Tourismus ist für **8 % der globalen Treibhausgasemissionen** verantwortlich. Daher ist die Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks von Unterkünften von entscheidender Bedeutung. Die Sustainable Hospitality Alliance unterstreicht, dass Hotels ihre Kohlenstoffemissionen pro Zimmer bis **2030 um 66 %** senken müssen.



Grundlegende Empfehlungen

VOR DER REISE

- Geben Sie Hotels mit Nachhaltigkeitszertifizierung und ökologischen Maßnahmen den Vorzug und machen Sie dies zu einem wichtigen Faktor bei der Entscheidungsfindung für Geschäftsreisen. Informieren Sie sich über ihre Nachhaltigkeitspraktiken und die Nutzung erneuerbarer Energiequellen wie Solar-, Wind – und Erdwärmeenergie.
- Wählen Sie bei der Auswahl von Hotels Unterkünfte mit nachhaltigen Praktiken, wie beispielsweise keine tägliche Zimmerreinigung und Abfallvermeidung. Viele Hotels stellen nur noch auf Anfrage neue Handtücher und Bettwäsche zur Verfügung, um die tägliche Wäschemenge zu reduzieren.
- Nutzen Sie führende Buchungsplattformen, um nachhaltige Angebote zu finden, oder entscheiden Sie sich gezielt für spezielle Nachhaltigkeitsplattformen.
- Erkundigen Sie sich im Vorfeld über die Verkehrsmöglichkeiten am Zielort.
- Packen Sie nur das Nötigste ein und wählen Sie eine Unterkunft in der Nähe des Veranstaltungsortes.

BOOKING.COM hat Ende 2023 das Programm „Nachhaltig reisen“ eingeführt, das sowohl für Unterkünfte als auch für Autos, Fahrten und Flüge gilt.

BOOK DIFFERENT bewertet Hotels auf der Grundlage ihrer Umweltzeichen-Zertifizierung durch angesehene Programme oder Organisationen. Jedes Hotel erhält eine „Staygreencheck“-Bewertung, die sich aus vier Schlüsselfaktoren zusammensetzt: nachhaltiges Management, faire Behandlung von Mitarbeitern und Reisezielen, Respekt für lokale Traditionen und Umweltverantwortung.

ECOBNB bewertet die Hotels auf seiner Website anhand von 10 Nachhaltigkeitskriterien.

FAIRBNB ist ein soziales Unternehmen in Europa. Es spendet die Hälfte seiner Einnahmen an lokale Umwelt – (und Sozial-) Projekte wie Gemeinschaftsgärten und Zentren für die Verwertung von Lebensmittelabfällen.

TripAdvisor betreibt jetzt ein „GreenLeaders“-Programm, das die Umweltfreundlichkeit von Hotels überprüft.



WÄHREND DER REISE

- Verhalten Sie sich in Hotels verantwortungsbewusst: Viele Hotels bitten ihre Gäste inzwischen, benutzte Handtücher an einem bestimmten Ort abzulegen, wenn sie durch neue ersetzt werden sollen.
- Lassen Sie sich auf die lokale Kultur ein: Wählen Sie lokale Produkte und Dienstleistungen.

ENERGIE-EFFIZIENZ

- Schalten Sie Licht, elektronische Geräte und Klimaanlage/Heizung aus, wenn Sie das Zimmer verlassen.
- Stellen Sie den Thermostat auf eine moderate Temperatur ein, wenn Sie die Unterkunft verlassen oder schlafen.

- Trennen Sie Ladegeräte und elektronische Geräte vom Stromnetz, wenn sie nicht in Gebrauch sind, um Phantomverbrauch zu vermeiden.
- Benutzen Sie die vom Hotel zur Verfügung gestellten Fahrräder oder Elektroroller für Fahrten in der Umgebung, sofern verfügbar.

NACH DER REISE:

- Erfassen Sie Ihre Aktivitäten und überwachen Sie Ihren CO₂-Fußabdruck.
- Empfehlen Sie Ihre Unterkunft an andere Geschäftsreisende weiter: Mundpropaganda ist die stärkste Form des Marketings.



Tools and links

Das **EU Ecolabel** ist ein freiwilliges Zertifizierungssystem, das von der Europäischen Kommission zur Förderung der Nachhaltigkeit im Tourismus – und Gastgewerbesektor eingeführt wurde.

Green Globe ist ein internationales Zertifizierungsprogramm für Nachhaltigkeit in der Tourismus – und Hotelbranche.

Das Programm **Green Key** wird von der Stiftung für Umwelterziehung verwaltet und hat eine starke Präsenz in ganz Europa.

Umweltfreundliche Hotels stellen in der Regel einen detaillierten [Nachhaltigkeitsplan](#) auf ihrer Website zur Verfügung.



Did you know?

Ziehen Sie Mietwohnungen vor Hotels vor. Hotels verursachen im Allgemeinen eine größere Umweltbelastung als normale Wohnungen, die zudem kostengünstiger sind.



Wenn wir zu Festivals reisen, bucht unser Team in der Regel eine Wohnung, in der wir gemeinsam in der Küche kochen und am nächsten Tag unser eigenes Essen zur Veranstaltung mitnehmen können. In der Regel bereiten wir etwas Vegetarisches zu und kaufen dazu vor Ort auf dem Markt ein."

REFERENZEN

Über den Leitfaden *Von grünen Zielen zu grünen Aktionen: Ein Leitfaden für Weltvertriebe* wurde im Juni 2024 von Europa International und dem Klima-Bündnis im Rahmen des Projekts „Greening Strategies for the International Distribution of European films“ (GSID) unter einer CC 4.0-Lizenz veröffentlicht (ERASMUS+ 2023-1-BE01-KA210-ADU-000153618).

Autoren: Dimitra Drakaki, Kristina Eisfeld (Climate Alliance)

Lektorat: Adeline Chauveau (Europa International)

Ursprüngliches Design und Layout: Joanna Górska und Ewa Skakun (Homework)

Die Autoren möchten allen an dem Projekt Beteiligten herzlich danken: ADEF (Association des Exportateurs de Films), Brussels International Film Festival, EFAD (European Film Agencies), European Film Market, European Film Promotion, das Projektteam von Green Toolkit Film and TV, Julie's Bicycle, Media Desk Belgium, Relais Culture Europe, The Green Shot und die Teilnehmer: Mitgliedsunternehmen von Europa International.

Die Partner des Konsortiums (Europa International und das Klima-Bündnis) haben sich verpflichtet, sowohl intern als auch im Hinblick auf das Projektmanagement umweltverträgliche Praktiken anzuwenden.

Kofinanziert von der Europäischen Union. Die hier zum Ausdruck gebrachten Ansichten und Meinungen sind die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können hierfür zur Verantwortung gezogen werden.





Co-funded by
the European Union

**EUROPA
INTERNATIONAL**



**CLIMATE
ALLIANCE**