

Checkliste Green Meetings

1. Abfallvermeidung

- » Digitale VA fördern oder Referenten digital einladen

2. Abfallmanagement

- » Aufstellen von Abfallinseln für die getrennte Abfallsammlung auf den VA

3. Büro

- » Nutzung der ökologischen Suchmaschine: Ecosia
- » Monitore ausstellen, Licht, Heizung achten....
- » so wenig Ausdrücke wie möglich, digitales Büro
- » Unterlagen auf Recycling Papier, Auswahl des Materials, doppelseitiger Druck, Minimierung von Ausdrucken generell
- » Onlineregistrierungen
- » kompostierbare Namensschilder

4. Catering

- » Bevorzugung von Produkten aus ökologischem Landbau und Produkten aus fairem Handel z.B. Kaffee, Tee, Säfte (www.fairtrade-deutschland.de)
- » Verwendung von saisonalen und umweltschonend transportierten Lebensmitteln
- » Bei der Auswahl und der Zusammenstellung von Fisch- und Fischprodukten sollte darauf geachtet werden, nicht Produkte aus gefährdeten Beständen ins Sortiment zu nehmen (MSC-Siegel oder Naturland-Siegel) - weitere Infos. Www.fischbestaende-online.de
- » Bereitstellung von leitungsgebundenem Trinkwasser in Karaffen
- » Verwendung von Mehrweggeschirr, Mehrwegbesteck und Gläsern

5. Foodsharing

- » unnötig Lebensmittel zu verschwenden, sieht genauso schlecht aus, wie der Anblick auf ein zu geringes Büfett, vorab Wohltätigkeitsorganisation in der jeweiligen Stadt des Events zwecks Übergabe kontaktieren

6. Gastgeschenke

- » Wenn Lebensmittel als Gastgeschenke beschafft werden, sollten saisonale, ökologisch angebaute und umweltschonend transportierte oder fair gehandelte Produkte verwendet werden. (www.fairtrade-deutschland.de)
- » Berücksichtigung der Umweltkriterien des Umweltzeichens "Blauer Engel" (www.blauer-engel.de)

7. Hand Outs, Laufzettel, Broschüren und Co.

- » sämtliche Informationen, welche in der Vergangenheit in Papierform ausgehändigt wurden, sollten komplett digital mit Hilfe von: Digitalen Einladungen, Event-Apps, QR-Codes und Online-Agenden ersetzt werden
- » Rücknahmesystem für Broschüren
- » Armbändchen aus Garn als Eintrittsbänder
- » viele Eventräume haben leere Oberflächen, auf die sich Nachrichten, Logos und Brandings projizieren lassen

8. Hotel und Location

- » Auswahl Hotel: Greenzertifizierte Hotels auswählen
Entfernung beachten z.B. über Viabono
- » Hotel ansprechen, Handtücher einsparen, bei 1 ÜB nicht Zi reinigen - Raumrate einsparen
- » Ausschilderung minimieren, digital
- » Roll ups, wiederverwertbare nutzen
- » Je nach Veranstaltungsort Entwicklung eines regional- und themenspezifischen Konzepts für Rahmenveranstaltungen unter Berücksichtigung von Umwelt und Sozialkriterien
- » Menükarten nicht p.P. 1 für 3-4 Pax

9. Kommunikation der Ziele und Erfolge zur Nachhaltigkeit

- » Bereits in der Planungsphase von VA sollte eine Stelle oder ein Ansprechpartner benannt werden, die den KollegInnen bei konkreten Fragen zum Thema Nachhaltigkeit fachliche Unterstützung gewähren
- » Umfassende Öffentlichkeitsarbeit: Das Ziel, Veranstaltungen nachhaltig durchzuführen, sollte zusammen mit den vorgesehenen Maßnahmen frühzeitig öffentlich kommuniziert werden.
- » Informationen über Nachhaltigkeitsaspekte der Veranstaltung mit der Einladung an alle TeilnehmerInnen versenden

10. Mobilität

- » An- und Abreise mit der Bahn
- » Berechnung und Ausgleich der nicht vermeidbaren verkehrsbedingten Treibhausgasemissionen z.B. bei atmosfair

11. Monitoring

- » internes Monitoring der umgesetzten nachhaltigen Maßnahmen & Nachhaltigkeitsbericht (mithilfe eines Tools z.B. GreenGuides)

12. Soziales Engagement

- » als Unternehmen aktiv werden und z.B. einen Verein unterstützen und dies auch kommunizieren und/oder Spendenboxen bei Events aufstellen

13. Veranstaltungsarten

- » Virtuelle Meetings vorziehen um Umweltbelastungen und Reisen zu minimieren

14. Technik

- » möglichst immer Einsatz von energieeffizienter Geräte

15. Temperaturen

- » Es wird empfohlen: In allen Tagungs- und Konferenzräumen Heizen nicht über 20° C, Kühlen nicht mehr als 6 Grad unter Außentemperatur

16. Zukunft

- » Nachhaltige Unternehmen stehen bei Verbrauchern, Partnern und Kunden hoch im Kurs und stärken das Image der Marke.

17. Zusammenarbeit mit Partnern, Kunden

- » wenn möglich generelle Auswahl von Partnern, Kunden die sich auch nachhaltig engagieren und grün handeln und denken