

Zitationshinweis:

Sakschewski, Thomas / Bengs, Sonja 2011: Besser grün Essen - Chancen eines klimaneutralen Event-Caterings. Catering Management. 05/2011.

Besser grün Essen - Chancen eines klimaneutralen Event-Caterings

*Debatten um Klimawandel und globale Erderwärmung stehen in Politik und Wirtschaft an der Tagesordnung. Auch in der Veranstaltungsbranche wächst die Bedeutung klimaschützender Maßnahmen. Das Event-Catering hat dabei ein hohes Potenzial, ein green event aufzuwerten. In dem Artikel von **Thomas Sakschewski** und **Sonja Bengs** wird im direkten Vergleich zwischen nachhaltigem und konventionellem Catering deutlich, dass grün zu essen nicht mehr nur eine Frage der Überzeugung ist. Die Chancen eines klimaneutralen Event-Caterings sind nämlich auch kalkulierbar.*

Das Gespenst der Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit gilt neben der demografischen Entwicklung als der Megatrend, der das Leben aller, die Wirtschaft und das gesellschaftspolitische Handeln beeinflusst. In den vergangenen Jahren wurde nachhaltig entwickelt, nachhaltig konsumiert, nachhaltig getanzt, wurde nachhaltig produziert und gestaltet, gefahren und gegessen.

All dies ist auf eine Schrift mit dem schönen Titel „Sylvicultura oeconomica – Abhandlung zur wilden Baumzucht“ zurückzuführen. Carlo von Carlowitz beschrieb 1713 in dieser forstwirtschaftlichen Abhandlung den nachhaltigen Umgang mit der Natur im Waldbau. Mit anderen Worten: Wird ein Baum geschlagen, muss ein neuer gepflanzt werden, damit morgen wieder einer geschlagen werden kann. So einfach wie das Konzept erscheint, so schnell geriet es in Anbetracht der unerschöpflich anmutenden Energieressourcen der industriellen Revolution in Vergessenheit. Erst das Menetekel des ersten Berichts von Dennis Meadows an den Club of Rome und das beängstigende Szenario vollkommener leerer Autobahnen an so genannten autofreien Sonntagen nach dem ersten Ölschock verschaffte dem „Ende des Wachstums“, so der Titel des Berichts, eine neue Relevanz. Der Schock saß tief. 1972 auf dem ersten „Erdgipfel“ der UN-Umweltkonferenz in Stockholm bekannten sich zum ersten Mal die Staaten der Erde zu einer gemeinsamen Handlungsempfehlung für das Ökosystem Erde. Die Verantwortung für kommende Generationen – der so genannte Generationenvertrag – begleitet seitdem jedes Reden und Denken über Nachhaltigkeit. Konkretisiert wird dieser Gedanke in der Agenda 21, die 1992 in Rio de Janeiro beschlossen wurde. In dem hier erstmalig formulierten Drei-Säulen-Konzept wird die Notwendigkeit betont, soziale, ökonomische und ökologische Aspekte der menschlichen Existenz gleichrangig zu berücksichtigen.

Ziel einer dauerhaft ökologisch verträglichen Wirtschaftsweise ist neben dem Abbau ökologischer Risikopotenziale ein geringer Durchfluss von Rohstoffen und Energie. Der Markt entwickelt sich, bedingt durch den zentralen Wettbewerbsfaktor „Bio“ und dem damit verbundenen Image, zunehmend in Richtung umweltschonender, nachhaltiger Produkte und deren Herstellungsverfahren. Die ökonomische Dimension der nachhaltigen Entwicklung zeigt sich in einer erstaunlichen Marktdynamik mit enormen Wachstumspotenzialen für „grüne“ Produkte. Die dritte Säule der Nachhaltigkeit, die soziale Dimension, spielt hierbei eine wichtige Rolle, wie Sportartikelhersteller mit Fabriken in Bangladesch oder Spielzeugfabrikanten, die fast ausschließlich in China produzieren lassen, deutlich spüren mussten. Fast zwanzig Jahre später, mit den Klimaschutzprotokollen von Kyoto und den zahllosen Beweisen eines vom Menschen verursachten Klimawandels, zweifelt kaum jemand

mehr die Dringlichkeit notwendiger Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung an. Doch im Spannungsgefüge zwischen ökonomischen Zwängen und ökologischen Interessen, zwischen Pluralisierung der Lebensstile und Globalisierung der Lebenswelten, zwischen sozial und ökologisch nachhaltigen Lebensmitteln bei Discountern und der Schnäppchenpreismentalität der Konsumenten scheinen viele ökologisch bewegte Wünsche der Vergangenheit bereits erfüllt und andere Wunschwelten unerreichbar. Ein gutes Event macht diese Wunschwelten erlebbar.

Nachhaltigkeit im Event-Catering

Events gelten als einmalige, außergewöhnliche, mit allen Sinnen erfassbare Ereignisse mit einem hohen Grad an emotionaler Verbundenheit. Die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen wirken sich immer auf Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft aus. Angefangen mit der Art der Anreise und Übernachtung über den Energieverbrauch vor Ort, dem Catering, dem technischen Equipment und der Ausgabe von Informations- und Werbematerial, in ökologischer Hinsicht werden Ressourcen verbraucht und der Ausstoß von Schadstoffen befördert. Nachhaltig kann also ein Event kaum sein, doch die einzelnen Aspekte der Planung und Umsetzung können grün werden.

Das *Event-Catering* hat dabei ein wesentliches Potenzial für eine nachhaltige Veranstaltung, denn das Event-Catering entwickelt sich zunehmend von einer Randbedingung hin zu einem zentralen Veranstaltungselement. Aber das Thema der Nachhaltigkeit ist in der Veranstaltungsbranche nur sehr schwach verankert. Lediglich 15,7 % der befragten Cateringbetriebe setzen sich laut einer Umfrage mit dem Thema auseinander.¹

Der hohe Kostendruck lässt hier wenig Entscheidungsspielraum, aber je nach Stellenwert des Caterings innerhalb des Events variieren die Ansprüche an dessen Inszenierung. Während bei Kongressen, Konferenzen und Messen die Aufgabe besteht, eine Verpflegung und Stärkung in den Pausen zu bieten, kann bei einem Corporate Event die Inszenierung eines Caterings auch integraler Bestandteil des Gesamtkonzeptes sein, um die Botschaft der Veranstaltung auf kulinarischem Weg den Gästen näher zu bringen. Besser grün zu essen bedeutet hierbei die drei Grundprinzipien² einer nachhaltigen Ernährung: Regionalität, Saisonalität und Fleischverzicht zu beachten, ohne auf Geschmacksreichtum und Genussvielfalt verzichten zu müssen. Die Nutzung *regionaler* Lebensmittel bietet durch kurze Transportwege ein hohes Einsparungspotential an Emissionen, unterstützt die regionale Wirtschaft und garantiert frische Waren. *Saisonale* Rezepte berücksichtigen die optimalen Erntezeiten verschiedener Obst- und Gemüsesorten. Es entfällt in den meisten Fällen eine Nachlagerung oder eine längere Kühlphase und erlaubt eine abwechslungsreiche kulinarische Vielfalt. *Vegane* Speisen sind frisch zubereitet auch für Konsumenten tierischer Erzeugnisse ein Genuss. Bei der Herstellung von tierischen Produkte - insbesondere Fleisch- und Milchprodukte – fällt ein Vielfaches an Energie für Zuchtanlagen und Fabriken an, es wird mehr Ackerfläche mit Dünger zur Futterproduktion benötigt und auch die Methanbelastung wirkt sich wesentlich auf die Atmosphäre aus. Der Landwirtschaft werden Emissionen von Lachgas N²O aus der Düngung und von Methan CH⁴ aus der Tierhaltung zugerechnet. Die direkten Emissionen aus der Landwirtschaft beliefen sich im Jahr 2009 zusammen auf 56 Millionen Tonnen CO²-Äquivalenten und damit auf 6,4 Prozent der gesamten Treibhausgasemissionen in Deutschland (2008: 6,7 Prozent).

¹ I. Ehrlich, Jörg-Michael: „Catering wird grün“. In: Romeis, Sabine (Hg.): *Catering Inside*. 05/2009, Neuwied: LPV Lebensmittel Praxis Verlag, 2009, S. 26-32, hier: S. 30.

² J. Balz, A. Herde: „Klimafreundliche Ernährung“ In: Jugend im B.U.N.D. (Hg.): *Das Klima Kochbuch*. Stuttgart: Franckh-Kosmos Verlags-GmbH & Co. KG, 2009, S. 70.

Integrierte Managementsysteme

Der Betrieb eines Cateringunternehmens umfasst nicht nur die Bereitstellung von Speisen und Getränken, er ist vielmehr verantwortlich für den Bezug, den Transport, die Lagerung und die Verarbeitung von Lebensmitteln unter Berücksichtigung der entsprechenden Gesetze und Verordnungen. Zu den alltäglichen Aufgaben gehören auch das Abfall- und das Personalmanagement. Erweitert sich die angebotene Dienstleistung auf einen Full-Service-Betrieb, werden komplexere Leistungen wie z.B. die Suche nach geeigneten Räumlichkeiten, die Vermietung von Zelten und Mobiliar, Raumdekorationen, Kinderbetreuung, Fahrdienstleistungen, Security-Service und vieles mehr gefragt. Aber auch bei einem normalen Cateringbetrieb gehen die Dienstleistungen ins Detail. So müssen Lösungen für Probleme bei der Location gefunden werden. Dies können z.B. eine mangelnde technische Ausstattung, schmale Anfahrtswege, zu kleine Aufzüge, ungenügend Backstage-Räume oder eine nicht durchdachte Stromversorgung sein. Um dem Leitbild der Nachhaltigkeit in sämtlichen Produktionsstufen zu entsprechen, ist ein integriertes Umwelt- und Qualitätsmanagement von Vorteil.

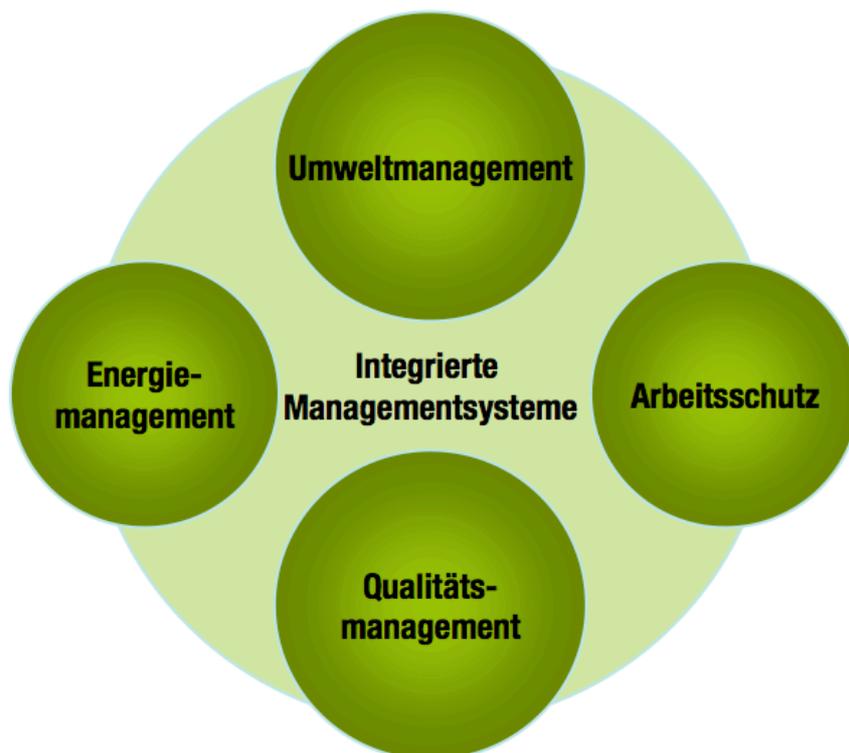


Abb. Integriertes Managementsystem

Während sich das Umweltmanagement auf die Ressourceneinsparung (Energie, Wasser, Abfall, Emissionen, Lebensmittel) verbunden mit möglichen Kosteneinsparungen konzentriert, das Energiemanagement verbrauchssparende Alternativen vorschlägt und der Arbeitsschutz Regeln für den Arbeitsalltag empfiehlt, zielt das Qualitätsmanagement auf die Verbesserung der Produkt- und Dienstleistungseigenschaften des Cateringunternehmens ab. Mögliche qualitative Verbesserungen in diesem Sektor sind:

Organisatorische Qualität: Zuverlässigkeit und Flexibilität, kurzfristige Liefergarantie, kompetente personelle Betreuung, Erstellung komplexer Konzepte

Gesundheitliche Qualität: gesteigertes Wohlbefinden, Lebensmittelsicherheit/ Lebensmittel-Hygiene-Verordnung (HACCP), Mitarbeiterschulungen, Lebensmittel aus ökologischem Anbau

Soziale Qualität: fairer Umgang mit Mitarbeitern, Lieferanten, Gästen, Schaffung eines angenehmen Arbeitsumfeldes, Angebot an Vorsorgeuntersuchungen für Mitarbeiter

Sensorische und kulturelle Qualität: freundliches mehrsprachiges Personal, attraktive Speisepräsentation, Erlebnis- und Unterhaltungscharakter, positive Sinnesstimulierung mit optischen Reizen, Geruch, Geschmack, Genuss und Frische

Ökologische Qualität: Kosteneinsparung mittels energieeffizienter Küchentechnik, umweltschonende Reinigungsmittel, wassersparende Technik und Arbeitsweisen, Mehrwegsysteme, Mülltrennung

Problematisch bei der Einführung eines Managementsystems ist die Betriebsgröße, denn für kleinere Betriebe ist ein integriertes Managementsystem, das Umwelt-, Qualitäts-, Energie- und Personalfaktoren gleichermaßen berücksichtigt zu zeitaufwendig und zu kostenintensiv. Während größere Unternehmen sich für die Entwicklung ihrer Strategien das Normieren nach ISO 14001, DIN EN ISO 9001 oder 9004, das Auditieren nach EMAS oder die Erschließung der Kostenvorteile eines ÖKO-PROFIT-Projektes als geeignete Maßnahmen wählen, steht der finanzielle Aufwand für die Implementierung eines vollständigen Managementsystems für KMUs in keinem Verhältnis zum Nutzen. Als Möglichkeit bietet sich hier die EMAS - **Eco-Management and Audit Scheme** an, das als europäisches Umweltzertifikat eine freiwillige Verordnung für Unternehmen darstellt, die ihre Leistungen mit einem Umweltmanagementsystem verbessern wollen, und die zugleich die DIN ISO 14000ff beinhaltet. Extra für KMUs wurde zugleich die EMAS easy nach der so genannten ECOMAPPING METHODE entwickelt, welche nach einem standardisierten Verfahren zur Implementierung der EMAS Zeit und Geld spart. In Deutschland sind bereits 1.417 Unternehmen bei EMAS registriert, davon immerhin 22 im Gastronomiewesen. Die Einführung der ökologischen Zertifizierung erfolgt in zehn Schritten:

1. Beschluss der Geschäftsleitung über Einführung Umweltmanagementsystems
2. Bildung einer Steuerungsgruppe
3. Erstellung einer umweltpolitischen Strategie
4. Durchführung einer Umweltprüfung mit einer Bewertung von Umweltaspekten entlang der Wertschöpfungskette sowie einer Schwachstellenanalyse und der Ermittlung von Umweltkennzahlen
5. Erstellung eines Umweltprogramms mit qualitativen und quantitativen und mit Zeitangaben versehenen Umweltzielen
6. Erstellung eines Umweltmanagement-Handbuchs mit einer Ablauf- und Aufbauorganisation zur Planung und Durchführung von Umweltaktivitäten
7. Interne Audits in den verschiedenen Bereichen zur Prüfung inwieweit die Anforderungen der EMAS-Verordnung erfüllt werden
8. Erstellung einer EMAS-Umwelterklärung für Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten
9. Validierung der Umwelterklärung durch einen Umweltgutachter
10. Registrierung bei der örtlichen IHK bzw. HK

Besser grün essen – Maßnahmen für ein nachhaltiges Event-Catering

Die geordnete Einführung eines integrierten Managementsystems und nachfolgende Registrierung nach EMAS dauert zwischen einem und einundeinhalb Jahren. Der Aufwand ist hoch und für das komplette mit der Einführung beauftragte Projektteam bedeutet dies eine

Beschäftigung mit bis zu fünf Tagen pro Monat. Diese internen Aufwendungen müssen zu den externen Gesamtkosten für Auditierungen und Gutachten in Höhe von 15 bis 30 TEUR hinzu gerechnet werden. Bei den knappen Margen, gerade im konkurrenzreichen Catering Markt in Ballungszentren und an Event Locations mit einer großen Palette an Anbietern, fehlen da schnell die Argumente, wieso nachhaltiges Event-Catering auch ökonomisch reizvoll sein kann. Jenseits eines europäischen Umweltzertifikats, das für KMUs alle zwei Jahre aktualisiert werden muss, existieren auch ganz praktische Maßnahmen, die umgesetzt werden können. Hierzu haben wir das Fallbeispiel mit einem Dinner für 20 Personen zum einen als nachhaltiges Catering und zum anderen mit einem konventionellen Catering miteinander verglichen.

Soziale Dimension

Ein angemessen qualifiziertes Personal ist die wesentliche Grundlage einer nachhaltigen Veranstaltung. Um die Motivation der Mitarbeiter zu fördern, sind darüber hinaus faire Arbeitsbedingungen fundamental. Dazu gehört neben einer flexiblen Personaldisposition auch die Beschäftigung fest angestellter Mitarbeiter, welche auch noch im höheren Alter durch ihre Erfahrungen positiv zu einem guten Betriebsklima und effizienter Bearbeitung beitragen können. Mit dem Verzicht auf temporär eingesetzte Aushilfen wird zugleich das Risiko nur gering motivierter und mangelhaft qualifizierter Mitarbeiter gemindert. Um Arbeitsunfällen vorzubeugen ist Prävention erste Pflicht. Hierzu zählen die regelmäßige Belehrung der Arbeits- und Sicherheits-Informationen, die Betriebsanweisungen der zuständigen Berufsgenossenschaft sowie der freie Zugang durch die Mitarbeiter auf das Material. Die kostenfreie Überlassung von Arbeitskleidung gewährt ein einheitliches Auftreten und fördert gleichzeitig die Teamzugehörigkeit der Mitarbeiter. Grundsätzlich sind auch die Anforderungen an kulturelle und ethische Essgewohnheiten wichtige Bestandteile einer sozialen Nachhaltigkeit.

| Nachhaltig | Konventionell | Auswirkungen auf | | | | | | | | | |
|--|--|------------------|---------------|----------|----------|------------|----------|-------------------|--------|--------|-------|
| | | Qualität | Veranstaltung | Qualität | Catering | Motivation | Personal | Umweltbewusstheit | Kosten | Region | Summe |
| Personalwesen | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter für das Projekt: 6 • davon Frauen: 5 • davon festangestellt: 6 • davon Aushilfe: 2 • Abenddurchschnitt: 37 • Betriebsrat vorhanden • Schichtarbeit (max. 8 Std.) • Entlohnung nach Tarifvertrag | <ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter für das Projekt: 6 • davon Frauen: 3 • davon festangestellt: 2 • davon Aushilfe: 4 • Abenddurchschnitt: 25 • kein Betriebsrat vorhanden • Arbeitszeit > 8Std. • geringer Stundenlohn für Aushilfe • Angestellte: nicht nach Tarifvertrag bezahlt | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 14 | | | |
| Arbeitsanweisungen | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Arbeits- Sicherheits- Informationen (ASI) & Betriebsanweisungen für Tätigkeiten & Arbeitsmittel der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel & Gaststätten wurden beachtet und ausgehangen • qualifiziertes, mehrsprachiges Personal • ausführliches Briefing über Ablauf der Veranstaltung • Stellung einheitlicher Arbeitskleidung | <ul style="list-style-type: none"> • Arbeits- Sicherheits- Informationen (ASI) & Betriebsanweisungen für Tätigkeiten & Arbeitsmittel der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel & Gaststätten sind nicht ausgehangen und Kenntnisse des Personals wurden nicht überprüft • qualifiziertes, mehrsprachiges Personal • ausführliches Briefing über Ablauf der Veranstaltung • persönliche Arbeitskleidung, keine einheitliche Optik | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 13 | | | |
| Globale Aspekte | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Kauf von regionalen (Bio-) Produkten / Dienstleistungen (s. Menükarte) • Kauf von Fair Trade Produkten (s. Menükarte) • Nachfrage veganes Essen im Vorfeld abgeklärt • gekennzeichnete Speisen für Allergiker • Lebensmittelreste an soziale Einrichtung | <ul style="list-style-type: none"> • Kauf von primär konventionellen Produkten / Dienstleistungen • Nachfrage veganes Essen vernachlässigt | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 13 | | | |

• 1 = geringe Auswirkung
 • 2 = mittlere Auswirkung
 • 3 = hohe Auswirkung

Abb. Soziale Dimension der Nachhaltigkeit mit dem Vergleich der beiden Cateringformen

Ökonomische Dimension

Vorteil bei einer nachhaltigen Ausrichtung kann in der mittelfristigen Minderung der Kosten für Lebensmittel, Energie und Logistik bestehen. Dies ist zum Teil durch die Wahl der Speisen zu begründen. Der Verzicht auf einen hohen Fleischanteil, exotischen Obst- und Gemüsesorten und die bewusste Getränkeauswahl gewähren neben dem ökologischen Aspekt auch eine günstigere Beschaffung. Ein Grund dafür liegt in der langfristig entwickelten Distributionsstruktur, die mit einem Netzwerk an Lieferanten vergleichbare Flexibilität und Preisgestaltung zum konventionellen Großhandel aufweist. Auch mit der Wahl der energiesparenden Küchengeräte, die bei vergleichbarer Einsatzdauer gleichmäßig hochqualitative Produktionsergebnisse bieten, ist ein finanzieller Vorteil geboten. Selbst im logistischen Bereich bietet die Wahl des Fuhrparks eine Senkung der Kosten, da es sich mit der Anpassung an das Transportvolumen, um ein verbrauchsärmeres Fahrzeug handelt. Eine Kostensteigerung hingegen ergibt sich durch den erhöhten Personaleinsatz. Dieser wirkt sich jedoch im Rahmen sozialer Faktoren wertschöpfend aus.

Eine regionale Auswirkung ist in erster Linie durch den Bezug der Lebensmittel zu begründen. Diese stammen bei dem nachhaltigen Catering ausnahmslos aus der näheren Umgebung, womit der gesamte Geldaufwand in die regionale Wirtschaft fließt. Dies setzt bei der Zusammenstellung des Menüs die Berücksichtigung saisonaler Erntezeiten voraus. Aufgrund ihrer Frische und Qualität findet diese kulinarische Auswahl Anklang bei den Gästen und unterstützt somit auch den Bekanntheitsgrad der regionalen Vielfalt. Bei dem konventionellen Catering hingegen wird auf exotische Vielfalt geachtet. Hier stammt lediglich das Wasser aus heimatlichen Quellen. Folglich ergibt sich eine hohe Differenz des Geldwertes, der in die regionale Wirtschaft fließt. Eine weitere Position der lokalen

Auswirkung ist der Grad der Beschäftigung. Ausgehend von einer prozentualen Festeinstellung von 80% bei dem nachhaltigen Catering wirkt sich diese positiver auf das regionale Wachstum aus, als bei dem konventionellen Catering. Hier liegt die dauerhafte Beschäftigungsquote bei 33%.

| Kosten der Veranstaltungen | |
|-----------------------------------|---|
| Lebensmittel | <ul style="list-style-type: none"> • Kostensenkung bei Lebensmitteln (weniger Fleisch, regionale und saisonale Produkte) • Kostensenkung bei Getränken (mehr Wasser, keine Limonade, keine Spirituosen) |
| Küchengeräte | <ul style="list-style-type: none"> • Kostensenkung durch Energieeinsparung (10,7 kWh) |
| Fuhrpark | <ul style="list-style-type: none"> • Kostensenkung durch Anpassung Fuhrpark an Transportvolumen • Kostensenkung durch Einsparung Transportwege |
| Dekorationsartikel | <ul style="list-style-type: none"> • Kostensenkung durch Einsatz von natürlichen Erzeugnissen (Erwerb Artikel, Logistik) |
| Personal | <ul style="list-style-type: none"> • Kostensteigerung durch Einsatz mehr Personal |
| Region | |
| Wertschöpfung Region | <ul style="list-style-type: none"> • Förderung der regionalen Wirtschaft durch Bezug regionaler Produkte und Dienstleistungen • Förderung regionalen Bekanntheitsgrades durch Einsatz regionalspezifischer Lebensmittel |
| Beschäftigung Region | <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung von Arbeitsplätzen |
| Zusatznutzen | |
| Veranstalter // Teilnehmer | <ul style="list-style-type: none"> • Wertschöpfungsfaktor für nachhaltiges Veranstaltungskonzept • Steigerung Interesse neuer Kunden/ Partner |

Abb. Änderung ökonomischer Aspekte bei nachhaltiger Ausrichtung

Ökologische Dimension

Für die ökologische Ausrichtung beider Cateringformate ist die Wahl des Menüs ein wichtiges Kriterium. Um ein einheitliches Bewertungsparameter zu erhalten, wurde in beiden Fällen eine CO₂-Äquivalente errechnet. Diese berücksichtigt neben der Herkunft der Speisen und Getränken auch den eingesetzten Fuhrpark, die Küchengeräte und die Anfahrt der Mitarbeiter und der Dekorationsartikel. Während beim konventionellen Catering insgesamt sieben Kilogramm Fleisch zum Einsatz kommen (inkl. dem klimaschädlichen Rindfleisch), wird bei der klimafreundlichen Variante nur vier Kilogramm Schwein und Geflügel aus biologischem Anbau verwendet. Hier wird bewusst nicht vollständig auf das Fleisch verzichtet, um den Gast kulinarisch nichts vorzuenthalten und vergleichbare Merkmale zu erhalten. Auch die weiteren Speisen kommen bei dem ökologisch nachhaltigem Catering ausschließlich aus der Region und/ oder aus biologischem Anbau. Um dennoch das Volumen beizubehalten, ist das Angebot an Obst, Gemüse und Teigwaren reichhaltiger. Die logistischen Aspekte werden durch den eingesetzten Fuhrpark der Transporte und der Mitarbeiter bestimmt und machen den größten Teil des Emissionsausstoßes aus. Ausgehend von einer bereits optimierten Fahrstrecke von 70 km unterscheiden sich die zwei Formate durch die Nutzung der PKWs. Aufgrund der kleinen Ausrichtung des Caterings für zwanzig Personen, ist der leichte Kleinwagen die ökologisch und ökonomisch günstigere Variante. Der

Einsatz von mehr Personal hat durch die An- und Abfahrt zweifelsohne eine höhere Treibhausgasemission. Für das konventionelle Catering reisen die insgesamt sechs Mitarbeiter zu 66% mit eigenem PKW und der Rest mit öffentlichen Verkehrsmitteln an. Die Berechnung einer CO₂- Äquivalente bezeichnet einen Annäherungswert der durch das Catering verursachten Emissionen. Eine Berücksichtigung sämtlicher anfallender Treibhausgase ist nicht exakt zu ermitteln. Aus diesem Grund wurde durch das beauftragte Unternehmen ein Sicherheitsaufschlag hinzugerechnet, mit dem auch Emissionen für z.B. Papier- und Wasserverbrauch oder Reinigungsmittel abgedeckt werden. Um bei der nachhaltigen Variante den gesamten Treibhausgasausstoß zu kompensieren und ein klimaneutrales Catering zu publizieren, wird das Klimaschutzprojekt „Kompostierung in Kapstadt/ Südafrika“ ausgewählt. Bei einer festgesetzten Kompensationszahlung i.H.v. 9 €/ t CO₂ errechnet sich aus der nachhaltigen Ausrichtung ein Förderbeitrag i.H.v. 3,76 €.

| Konventionelles Catering | | Klimafreundliches Catering | |
|----------------------------|-------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Emissionsquelle | Emissionen (kg CO ₂) | Emissionsquelle | Emissionen (kg CO ₂) |
| Lebensmittel | 85 | Lebensmittel | 35 |
| Getränke | 82 | Getränke | 57 |
| Stromverbrauch Geräte | 66 | Stromverbrauch Geräte | 60 |
| Transporte | 435 | Transporte | 197 |
| Zwischensumme | 668 | Zwischensumme | 349 |
| Sicherheitsaufschlag (20%) | 134 | Sicherheitsaufschlag (20%) | 70 |
| Gesamtsumme | 801 | Gesamtsumme | 418 |

Abb. Klimabilanzen im Vergleich (Quelle: ClimatePartner Deutschland im Auftrag der Verfasser)

Unter Einbeziehung von CO₂ Zertifikaten ist ein 100% klimaneutrales Event-Catering machbar. Ohne dieses so genannte Greenwashing lässt sich der Ausstoß an klimaschädigenden Gasen um die Hälfte reduzieren.

Langfristig zahlt sich aber auch ganzheitliches, alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit umfassendes Umweltmanagement, für ein Cateringunternehmen aus. Die kleinen Margen und der Druck mit immer neuen Spielereien ein Event auch im Catering zum Ereignis werden zu lassen, bringen viele Betreiber ins Schwitzen. Wenn Sushi beim Discounter, Schokoladenfontänen im Resteverkauf und Eiskreationen aus der Tiefkühltruhe jederzeit zu bekommen sind, wird dauerhaft am Markt bestehen, wer sich nicht nur grün gibt, sondern nachhaltig in sozialer, ökologischer und ökonomischer Dimension wirkt. Das hat zur Folge, dass so genannte Greenwashing-Aktionen, wie z.B. der Ankauf von Zertifikaten, an Glaubhaftigkeit verlieren und nachhaltige Aktivisten ihr ganzheitliches Verantwortungsgefühl unter Beweis stellen müssen.

Autoren:

Thomas Sakschewski ist als Projektmanager selbstständig tätig und lehrt an der HTW und an der Beuth Hochschule Projekt- und Veranstaltungsmanagement. Derzeit forscht er zum Thema Wissensmanagement in der Veranstaltungsbranche. Sonja Bengs (M. Eng. Veranstaltungstechnik &-management) war bereits während ihres

Studiums in Berlin selbstständig in der Veranstaltungsbranche tätig und war bereits als Werkstudent bei der Messe Berlin GmbH in der Konsolidierung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte in der Praxis tätig.