

A close-up photograph of a green leaf with prominent veins and numerous small water droplets. The leaf is the background for the entire slide. A dark green horizontal band is overlaid across the middle, and a white triangle points upwards from the bottom edge.

Nachhaltigkeits- Schulung 2021



Agenda

1. Definition Nachhaltigkeit
2. Warum Nachhaltigkeit?
3. Aspekte der Nachhaltigkeit
4. Zielgruppen des Nachhaltigkeitsmarketings
5. Nachhaltigkeit und IKORO



1. Definition Nachhaltigkeit

Was ist Nachhaltigkeit?



*“Schlage nur so viel Holz ein, wie
nachwachsen kann”*

Hans-Karl von Carlowitz (angeblich) 1713



Grundbegriffe

- ⊗ Verbrauch = Regeneration
- ⊗ Nur für dynamische Systeme anwendbar
- ⊗ Begriff erweitert in 1987 durch
„nachhaltige Entwicklung“



2. Warum Nachhaltigkeit

Können wir nicht einfach weiter machen
wie bisher?

Warum Nachhaltigkeit?



Die Menschheit konsumiert momentan so viel, dass sie dafür etwa 1,5 Erden bräuchte!

→ Die Entwicklungsländer verbrauchen wesentlich weniger, die Industrieländer wesentlich mehr.

Katar: 10 Erden



USA: 4 Erden



BRD: 2,5 Erden



China: 2,2 Erden



Malawi: 0,7 Erden



World overshoot day:
22.8.2020

Warum Nachhaltigkeit?



Kritik

“Deutschland produziert nur 2% der CO2 Emissionen, selbst wenn wir sofort CO2 neutral wären hat das begrenzten Einfluss

Quelle: <http://www.globalcarbonatlas.org/en/CO2-emissions>

Ja, aber:

- D hat Vorreiterrolle Vorbildfunktion!
- Viertgrößtes BIP der Erde, knapp 4 Billionen \$
- 224 Milliarden Exportüberschuss Hauptsächlich Autos, Anlagentechnik und Chemie

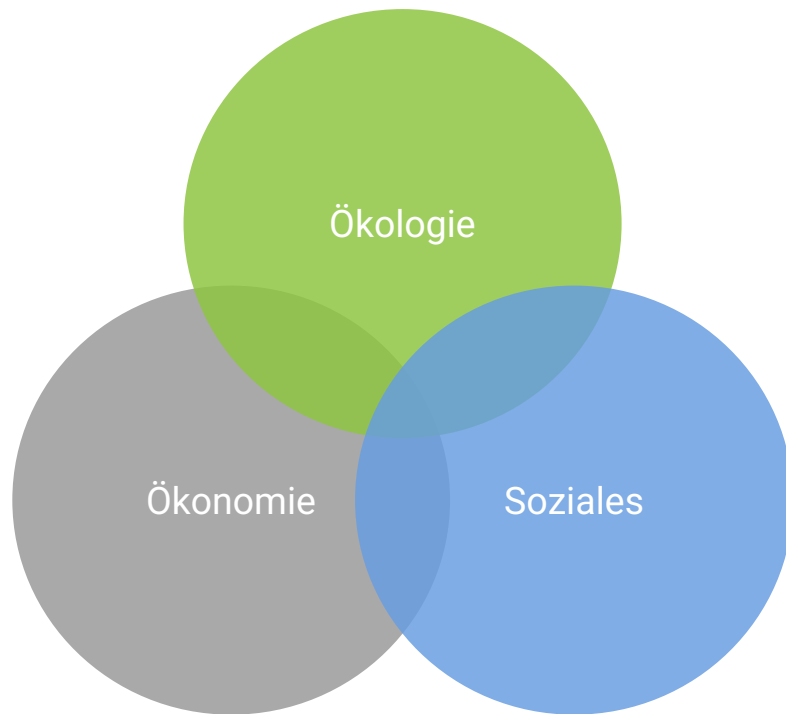
“Wenn D das nicht mal richtig macht, machen wir das auch nicht!”



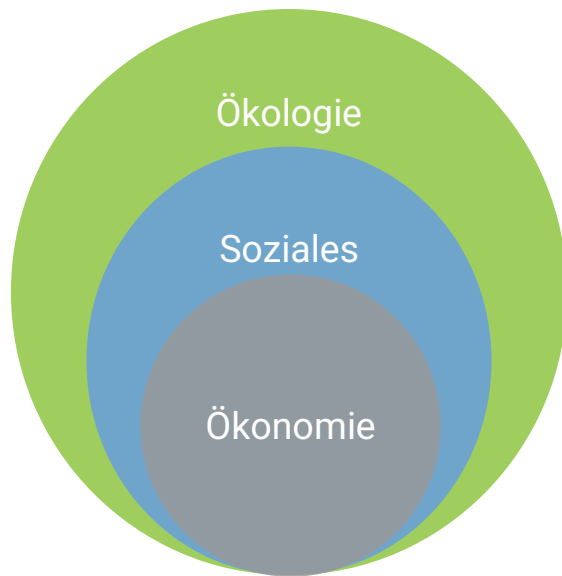
3. Aspekte der Nachhaltigkeit

Was kann alles nachhaltig sein?

Aspekte der Nachhaltigkeit



Aspekte der Nachhaltigkeit



Aspekte der Nachhaltigkeit



Vermeiden

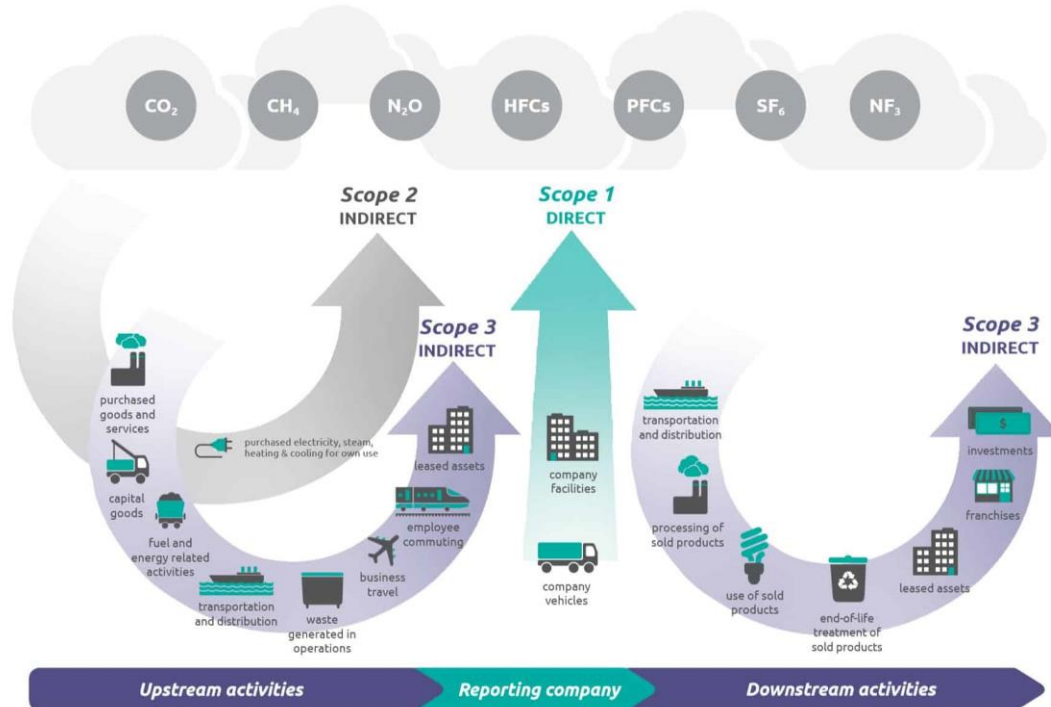


Wiederverwenden



Verbessern

Analyse der Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette: "Scope 1-3"



Beispiele IKORO

Scope 1:

Kraftstoffverbrennung, Unternehmensfahrzeuge, Flüchtige Emissionen

Scope 2:

gekaufter Strom, Wärme und Dampf

Scope 3:

Gekaufte Waren und Dienstleistungen, Geschäftsreisen, Pendler, Abfallentsorgung, Verwendung gekaufter Produkte Transport und Lieferung...



Aspekte der Nachhaltigkeit: Worauf müssen wir achten?



Fair

Antrophozentrischer Nachhaltigkeitsbegriff: Wohlergehen von Menschen steht immer an erster Stelle



Definiert

Nur wer klare Ziele oder Normen definiert, kann nachhaltig handeln.
Zertifikate!



Regional

Kurze Wege, klare Verhältnisse für Mensch und Umwelt



Recyclbar

Was passiert mit dem Produkt am Ende seiner Lebenszeit? Lässt es sich trennen und wiederverwerten?



Ökologisch

BIO Anbau, verzichtet auf Palmöl/Fleisch etc.
reduzieren den ökologischen Fußabdruck



Wertig

Ein Produkt kann noch so gut sein, wenn es nicht genutzt wird sind alle Ressourcen verschwendet



Klasse statt Masse.
Nicht verbraucht ist halb
gewonnen



4. Zielgruppen des Nachhaltigkeitsmarketings

Wen sprechen wir an, was wollen wir von wem?



Zielgruppen des Nachhaltigkeitsmarketings

Unternehmen/Lieferanten

- Wozu wollen wir anregen?
- Welche Unternehmen wollen wir in den Vordergrund stellen?

Studenten

- Was wollen wir den Besuchern der Messe mitgeben?
- Welcher Aspekt ist für Studenten am relevantesten?

Team

- Was wünscht Ihr euch von der IKORO zur Nachhaltigkeit?
- Welche Aspekte wurden bisher vernachlässigt?

A flock of approximately ten yellow birds, possibly yellow wagtails, are captured in various stages of flight against a clear, light blue sky. The birds are scattered across the frame, with some showing their wings spread wide and others in more compact positions. The central text is overlaid on a semi-transparent blue rectangle.

10 min Brainstorming
Padlet-Link im Chat



5. Nachhaltigkeit und IKORO

Was macht die Messe bisher aus, wo wollen wir noch hin?



Der Nachhaltigkeit verpflichtet:

„Unser Anspruch ist es, dass unser Handeln und damit die **IKORO Teil der Lösung der lokalen und globalen Umwelt-Situation** wird und nicht länger Teil des Problems ist.“

Website IKORO, Stand 25.05.2021

Visionen der IKORO Nachhaltigkeit



Die IKORO leistet netto einen CO2 Joker!

Das heißt, sie überkompensiert ihre –
laufend reduzierte - CO2 Produktion

Die IKORO

- spart in allen Bereichen der Messe systematisch CO2 ein
- misst die Entwicklung des CO2 Ausstoßes
- Leistet Kompensation für verbleibenden CO2 – Ausstoß durch die Messe → Baumpflanzungen

Quelle: IKORO Nachhaltigkeits-Konzept 2017

Visionen der IKORO Nachhaltigkeit

**Inspiration + Empowerment
für nachhaltiges
Management**
für Firmen

Die IKORO möchte

- nachhaltiges Messe-Management als neue, normale Art langfristig erfolgreich zu wirtschaften etablieren
- Dabei einen positiven oder neutralen Einfluss auf Umwelt und Mensch haben
- Unternehmen durch Vorlagen von Berichten, CO₂ Kalkulation etc. inspirieren



Visionen der IKORO Nachhaltigkeit



**Lifestylepositionierung +
Inspiration**
für den Alltag

Die IKORO

- Bring sexy back: Positionierung von Nachhaltigkeit als Lifestyle
- Inspiziert zu Nachhaltigkeit im Alltag

IKORO „fairpflichtet“



Seit 2018 sind wir aktives Mitglied des **fairpflichtet Nachhaltigkeitskodex der deutschsprachigen Veranstaltungsbranche**.

Fairpflichtet = 10 Leitlinien für nachhaltige Organisation und Durchführung von Veranstaltungen

- | | | |
|--------------|--------------------------|-----------------------|
| ● Strategie | ● Ressourcen und Energie | ● Offenheit |
| ● Chance | ● Sozialkompetenz | ● Selbstverpflichtung |
| ● Gemeinwohl | ● Respekt | ● Anreize |
| ● Ökonomie | | |



IKORO Maßnahmen im Rahmen der fairpflichtet Leitlinien

Strategie



- Nachhaltigkeits-Integration
- Optimierung des Lieferanten-Managements
- Aufbau einer digitalen Messe-Plattform

Chance



- Positionierung als nachhaltige Messe
- Nachhaltigkeitsbericht
- Lieferanten-Management

Gemeinwohl



- Regionales Catering
- Lieferanten-Management
- Mobilität
- Messe-Ausstattung
- Bekleidung
- Sachspenden

IKORO fairpflichtet Leitlinien



Ökonomie



- Nachhaltige Wertschöpfungskette
- Unterstützung nachhaltiger Lieferanten zur CO² Reduzierung
- Berichtswesen
- Prozessmanagement

Ressourcen und Energie



- Abfallmanagement
- Bekleidung
- Digitaler Workflow
- Catering
- Aufbau einer digitalen Messe-Plattform

Sozialkompetenz



- „5 grüne IKORO Regeln“
- Schulung Team (Website, Marketing, Datenschutz...)
- Coachings
- Learning by Doing Mentalität

IKORO fairpflichtet Leitlinien



Respekt



- Lieferantenmanagement
- Organisation von nachhaltigen Veranstaltungen

Offenheit



- CO2 – Bilanz
- Veröffentlichung Fortschrittsbericht
- Veröffentlichung IKORO Maßnahmen

IKORO fairpflichtet Leitlinien



Selbstverpflichtung

- Plant-for-the-Planet
- Verbreitung des Nachhaltigkeitsgedankens
- Vergabe eines Nachhaltigkeits-Awards
- Berichtswesen

Anreize

- Baumpflanzaktion
- Nachhaltigkeits-Award
- Gewinnspiel-Logik
- Veröffentlichung Nachhaltigkeits-Gedanken
- Organisation nachhaltiger Veranstaltungen
- Stakeholder-befragungen

Nachhaltigkeit auf der IKORO



Bilanzgrenzen

Bilanziert wird die IKORO 2019. Die Bilanzierung der zweitägigen Veranstaltung umfasst die Planung des Events sowie das Event selbst. Es werden Emissionen aus den event-typischen Bereichen Mobilität, Energieverbrauch, Catering, sowie Sonstiges berücksichtigt.

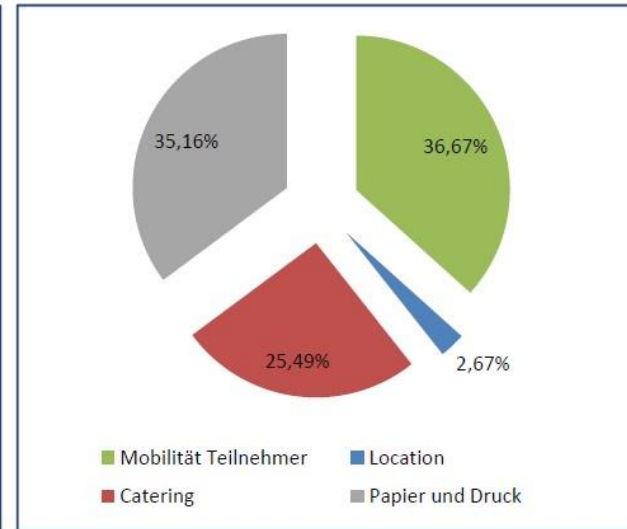
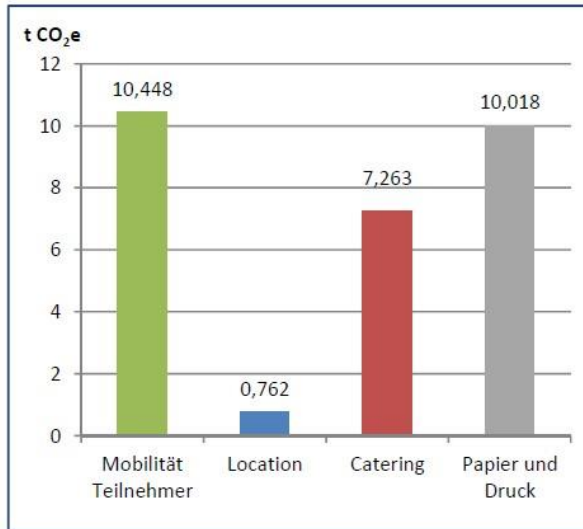
Kenndaten

Zeitraum: 07.05.2019 -
08.05.2019
Teilnehmer: 6000
Locations: 1

Bilanzierung

Standard: nach GHG Protocol
Ansprechpartner: Magdalena Garbacz
Durchführung: CO₂OL, Bonn
Datum Fertigstellung: 29.07.2019

Zusammensetzung des CO₂e-Fußabdrucks



Nachhaltigkeit auf der IKORO



	Unternehmen/ Lieferanten	Studenten	Team
bisher	Abfrage/Darstellung Beitrag Klima&Soziales Nachhaltigkeitspreis / nachhaltige Lieferanten	Merchandise Versorgung auf Messe Info/Aktivitierung Gewinnspiele	Kleidung, Abfall-Mgmt, Verpflegung Bericht Sharing von Resten
besser oder neu	Tracking Server Lieferantenfragebogen Booklet "How to" Büroversand Nemo	Alltagstipps Workshops & Fachvorträge Interview Binderholz → Mehr Reichweite/ Engagement	Ökostrom für Messe IKORO als Prozess aufgliedern und Potenziale aufdecken Nachhaltigkeit als Lifestyle vorleben

Vielen Dank
für Eure Aufmerksamkeit!

Kontakt

antonia.erben@th-rosenheim.de

kilian.schoeller@ikoro.de