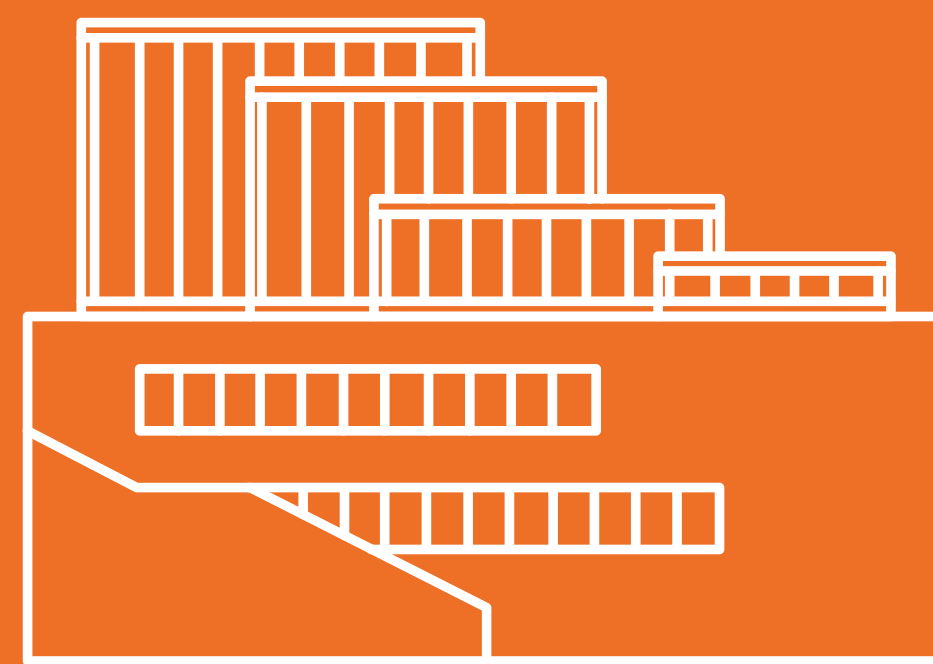


# Grøn guide for festivaler og events



Inspiration  
fra hele  
Nordjylland





# Hvad kan vi lære af hinanden i Nordjylland?

I denne guide kan du blive klogere på, hvordan festivaler og events kan arbejde med grøn omstilling i alt fra deres indkøb og forbrug til grønne transportmuligheder, energiforbrug og kommunikation. Guiden sigter efter at være både hands-on og praksisnær og har derfor konkrete eksempler på bæredygtighedsinitiativer fra eventaktører i hele Nordjylland.

Guiden er bygget op omkring seks områder, som er relevante for langt de fleste events og festivaler:

- Mad og drikke
- Transport
- Affald og genanvendelse
- Indkøb og deleøkonomi
- Kommunikation og involvering
- Vand- og energiforbrug

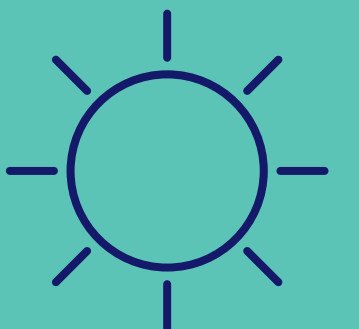
For hvert område får du specifikke råd til, hvad du konkret kan gøre, samt inspiration fra forskellige nordjyske aktører, som har valgt at dele ud af deres erfaringer med at indføre konkrete bæredygtighedsinitiativer inden for et specifikt område. Initiativerne og rådene er beskrevet helt lavpraktisk, så andre nemmere vil kunne gøre dem kunsten efter, men samtidig er de koblet op på strategiske overvejelser og bæredygtighedsvisioner hos den enkelte aktør.

De seks områder er naturligvis indbyrdes forbundet, men det kan alligevel give mening at se på dem separat, da hvert område har sin berettigelse for sig.

Guiden er en del af projektet Grøn vækst i festivaler og events og skabt på initiativ fra Center for Grøn Omstilling Aalborg Kommune med støtte fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

God fornøjelse!

Guiden er til dig, der arbejder i eventbranchen og som søger inspiration til, hvad jeres næste grønne skridt skal være. Ved at dele vores erfaringer med hinanden kan vi inspirere hinanden til at tage det næste skridt. Og vi kan skabe grobund for mere samarbejde på tværs af forskellige events. Det er nemlig sund fornuft at dele med hinanden – både viden og andre ressourcer.



# Indhold



## Mad og drikke

De vigtigste anbefalinger

Meget mindre madspild på Naturmødet

Huset i Hasserisgade mindsker madspild og inspirerer gæster til grønnere madvaner

4

5

6

7



## Transport

De vigtigste anbefalinger

Festivalsbusser fra Aarhus og København til Thy

IDRÆTSMØDET vil motivere gæster til mere bæredygtige transportvaner

8

9

10

11



## Affald og genanvendelse

De vigtigste anbefalinger

På vej mod et plastikfrit Kulturmøde

Kunsten har indført vaskbare krus med pant

12

13

14

15



## Indkøb og deleøkonomi

De vigtigste anbefalinger

Gentænkte venues gør madfestival mere levedygtig og robust

På Naturmødet bliver scenografien genbrugt år efter år

16

17

18

19



## Kommunikation og involvering

De vigtigste anbefalinger

Kulturmødet kommunikerer om deres rejse mod at blive et grønnere event

Bæredygtighed på dagsordenen til IDRÆTSMØDET's Konference

20

21

22

23



## Vand- og energiforbrug

De vigtigste anbefalinger

Alive Festival arbejder målrettet med deres energiforbrug

Innovativ batteritrailer skaber nye muligheder for eventaktører

24

25

26

27



## Har I overvejet...?

28



## Vil I vide mere?

35

# Mad og drikke

Mad og drikke er en vigtig del af ethvert event eller festival, og det betyder meget for gæsternes samlede oplevelse. Samtidig er mad og drikke også et område, hvor der er mange typer af bæredygtighedstiltag, man som arrangør nemt kan indføre - både små og store initiativer.



## Mad og drikke

Transport

Affald og genanvendelse

Indkøb og deleøkonomi

Kommunikation og involvering

Vand- og energiforbrug







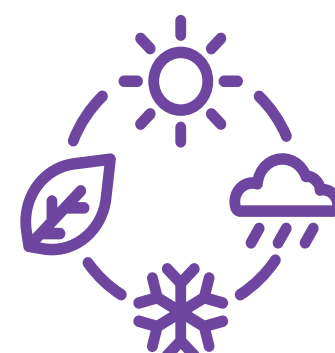
# Mad og drikke

## – De vigtigste anbefalinger



### Undgå madspild

Det kan være svært både at forudse og tilpasse mængden af mad til et event, men ikke desto mindre er det vigtigt at gøre, hvad man kan for at undgå madspild - til gavn for både miljø og pengepung. Som arrangør kan man opnå betydelige fremskridt ved at planlægge sin menu med madspild for øje og ved på forhånd at indgå aftaler om, hvem der kan aftage overskudsmad. Tilmelding til mad og portionsanretninger fremfor buffet kan også gøre en forskel.



### Vælg lokalproduceret, økologisk og sæsonbaseret

Det er komplekst at afgøre, hvilke mad- og drikkevarer der er mest bæredygtige. Men som tommelfingerregel bør man gå efter:

1. Lokalproduceret mad, der sikrer en stærk lokal forankring og mindsker transportbehovet.
2. Økologisk mad og drikke, som er mere skånsomt for miljøet.
3. Råvarer i sæson, som ofte er både billigere og bedre for klimaet.



### Vegetariske muligheder

Flere og flere gæster forventer i dag, at der til events og festivaler er gode muligheder for at købe både spændende og lækker plantebaseret mad. Gæsterne har ofte en mere åben tilgang, når de er afsted til et event - og derfor er de også mere klar til at prøve nye ting, fx nye vegetariske retter. Kylling og svin er langt bedre for klimaet end oksekød, hvis du gerne vil servere kød.



### Prissætning

Gennem sin prissætning kan man som arrangør virkelig skubbe på for at skabe adfærdsændringer. Fx kan man sælge de vegetariske retter billigere end dem med oksekød og på den måde nudge folk til at træffe et mere klimavenligt valg.



# Meget mindre madspild på Naturmødet

Naturmødet har indgået et værdifuldt samarbejde med den lokale forening Madkassen, som nu tager imod alt overskudsmad fra deres frivillig- og medarbejderbespisning. Det skaber stor værdi for begge parter.

## Naturmødet og Madkassen

- Gæsterne til Naturmødet spiser hos lokale restauratører. Samarbejdet med Madkassen er derfor fokuseret på frivillig- og medarbejderbespisningen.
- Til Naturmødet 2023 var der pga. samarbejdet intet overskudsmad tilbage i Frivilligcentret.
- Hos Madkassen kan lokale borgere købe den indsamlede overskudsmad superbilligt.



## Frivillige sørger for nyt liv til overskudsmad

I 2023 var der premiere på et nyt initiativ bag facaderne på Naturmødet, som havde indgået et samarbejde med den lokale forening Madkassen. Foreningen er drevet af frivillige, der dagligt kører ud til lokale supermarkeder i Nordjylland og henter overskudsmad, som de sorterer og distribuerer fra deres lokaler i Hjørring, hvor lokale borgere kan købe maden superbilligt. Naturmødet indgik derfor en aftale med de frivillige fra Madkassen om, at de hver dag også skulle komme forbi og afhente overskudsmaden fra Naturmødets frivillig- og medarbejderbespisning, når de alligevel var ude på deres køreruter.

## Et godt madspildssamarbejde kræver en tæt dialog

Samarbejdet mellem Madkassen og Naturmødet har været værdifuldt for begge parter, hvilket blandt andet er et resultat af en tæt løbende dialog. Hver aften sendte Naturmødet en sms om, hvad der kunne afhentes den følgende dag i Naturmødets frivilligcenter, og så har de nøje afstemt indpakningen og hygiejneforholdene omkring madvarerne, så mindst muligt er gået til spilde. Maden, som er blevet doneret til Madkassen, har især været frugt, grøntsager, brød og uåbnet pålæg og vakumpakkede ting.

## Planlægning er afgørende for at minimere madspild

I Frivilligcentret står de hver dag både før, under og efter eventet for seks til syv bespisninger. Antallet af frivillige og medarbejdere, der deltager i bespisningerne, varierer fra gang til gang, og typisk kommer der et sted mellem 30 og 300 mennesker. De store udsving gør det både svært og vigtigt at lave gode estimater på forhånd, og samtidig kræver det, at der løbende kan justeres i aftalerne med leverandørerne, så resterne kan bruges op, før der kommer nye forsyninger. Samtidig er det vigtigt at være opmærksom på, hvem det er, der skal bispises hvornår, da de har oplevet en stor appetitforskel mellem fx logistikfolk med lange fysisk krævende arbejdsdage og på frivillige, der ikke udfører hårdt fysisk arbejde og typisk har kortere vagter og færre arbejdsdage.





# Huset i Hasserisgade mindsker madspild og inspirerer gæster til grønnere madvaner

I Huset i Hasserisgade har de skiftet buffeten ud med en ugemenu og portionsanretninger for at reducere madspild. De ønsker at inspirere gæsterne til grønnere vaner gennem deres vegetariske køkken og plantebaserede eksperimenter.

## Et vegetarisk kulturhus

- Huset afholder hver uge forskellige events og aktiviteter for en bred skare af kulturinteresserede i Aalborg.
- 30.000-35.000 gæster er hvert år forbi.
- Husets egen café står for al forplejning til events og aktiviteter og er 100 procent vegetarisk.
- De har et 100 procent økologisk barsortiment og det økologiske bronzemærke, dvs. 30–60 procent økologiske råvarer.

## Vegetarisk er den nye norm i Huset

I Huset i Hasserisgade har de deres egen café, som udover en almindelig cafédrift også står for al forplejning til de events og aktiviteter, der foregår i det aalborgensiske kulturhus. I deres køkken har de gennem flere år arbejdet med at blive grønnere, og siden 2016 har de udelukkende serveret vegetarisk forplejning som en ny norm i Huset. I dag arbejder de på, at deres køkken skal blive overvejende plantebaseret, hvilket blandt andet kan opleves til deres fællesspisninger, hvor de serverer en vegansk treretters menu. Til fællesspisningerne får personalet lov at eksperimentere, mens gæsterne kan lade sig inspirere af den veganske gourmetmad.

## Ugemenu og portionsanretninger minimerer madspild

I Husets café har de indført en ugemenu til aftenmad, hvor de serverer den samme ret en uge ad gangen. Ugemenuen har gjort, at de stort set ikke har noget madspild, da det er de samme fødevarer, der bruges hele ugen, hvilket også sparer dem meget forberedelsestid. Tidligere havde de en buffet, som siden corona-tiderne er blevet udfaset helt til fordel for portionsanretninger og mindre madspild. Til frokost har de en fast menu med suppe, paninier og salatbowls, hvor de sørger for at bruge de samme råvarer, som går igen i ugemenuen.

## Økologi og nye tider

I barsortimentet har Huset udelukkende økologiske varer, mens de har bronzemærket i økologi, hvilket betyder, at de har 30–60 procent økologiske råvarer. De ser en stor mentalitetsændring hos deres gæster i disse år, som er meget åbne over for plantebaserede alternativer, og oplever ikke, at folk efterspørger kød. For at maden skal blive taget godt imod, ser de det dog som vigtigt, at det ikke bare er lækkert og smagfuldt, men også genkendeligt i forhold til vores madkultur. Personalet i køkkenet har taget fuldt ejerskab over den grønne transformation af deres café.

## Kulturaktører som ambassadører for bæredygtige tiltag

I kunsten og kulturen er der i disse år et stort fokus på klima og miljø, og det ønsker Huset som institution at bakke op om gennem konkret handling og ved at inspirere sine gæster. For som kulturaktør er det vigtigt at give sine gæster nye oplevelser, og her kan grønne smagsoplevelser være et spændende element. Ved at udnytte sin hyggelige, oplevelsesorienterede og åbne kontekst kan man som kulturaktør lettere indtage rollen som ambassadør for bæredygtige tiltag.

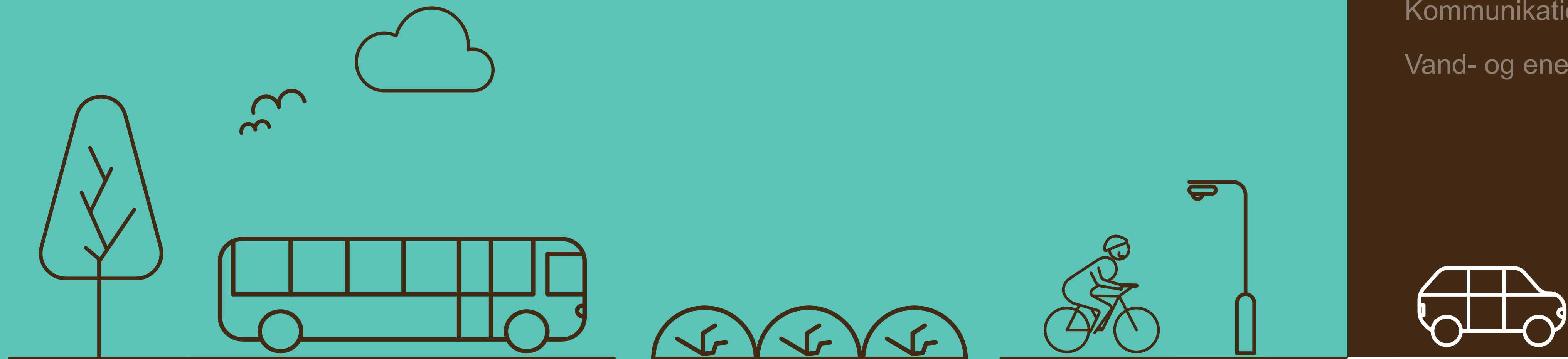


Huset i Hasserisgade



# Transport

Transport handler overordnet set om to ting i forhold til events: Hvordan kommer gæsterne til og fra din lokation? Hvordan transporterer medarbejdere og frivillige sig rundt både før, under og efter eventet? Det vigtigste er, at vi minimerer brugen af fossile brændsler.



Mad og drikke

**Transport**

Affald og genanvendelse

Indkøb og deleøkonomi

Kommunikation og involvering

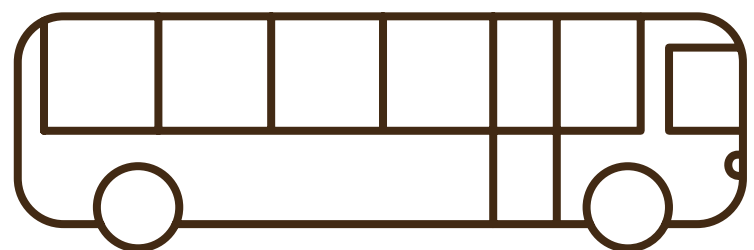
Vand- og energiforbrug





# Transport

## – De vigtigste anbefalinger



### Gør det nemt for gæsterne at træffe grønnere transportvalg

Som udgangspunkt er det mest klimavenligt, hvis dine gæster vælger at gå, cykle eller tage offentlig transport til og fra venue. Som arrangør kan du derfor kigge på, hvordan du gør disse muligheder mest attraktive. Fx ved at sørge for gode cykelparkeringsforhold, indgå aftaler med det lokale busselskab eller ved at kommunikere tydeligt om mulighederne for offentlig transport.



### Fyld bilerne op - med strøm og mennesker

Når vi snakker om bæredygtighed og klima, vil vi gerne undgå, at gæsterne kører hver for sig i deres fossildrevne biler. Som arrangør kan du promovere samkørsel samt sørge for, at der er ladestandere tilgængelige for elbiler.



### Gode interne transportvaner

Både før, under og efter et event eller en festival har medarbejdere og frivillige brug for at transportere sig omkring. Som arrangør kan I fx stille cykler til rådighed, leje og bruge ladcykler i stedet for at køre i bil og fravælge fossildrevne biler.





# Festivalsbusser fra Aarhus og København til Thy

Efterspørgslen er stor på busser, der tager festivalgæsterne direkte fra København og Aarhus til Alive Festival. Det er både en gevinst for miljøet og nemt for gæsterne, der hopper direkte ombord i festivalstemningen allerede i bussen.

## Busruterne kort fortalt

- Festivalen har 4200 gæster inklusiv frivillige. I alt ankommer godt 20 procent med bus.
- Busbilletterne markedsføres især via Facebook og Instagram.
- Der var helt udsolgt på årets busruter fra København og Aarhus til Thy.



Alive Festival

## Nemt, bekvemt og hyggeligt med festivalbusser

Til årets Alive Festival var der helt udsolgt på de fire busser, der fragtede gæster direkte fra København og Aarhus til festivalspladsen i Thy. Siden 2018 har de haft deres egne busser, men i år var der flere end nogensinde før, der valgte at benytte sig af tilbuddet. Næsten halvdelen af festivalens gæster kommer fra Aarhus og København, og derfor er netop afgangene fra de to destinationer helt oplagte. Udover at det er bedre for miljøet at køre sammen i busser fremfor individuelt i biler, så er det samtidig både nemt, bekvemt og hyggeligt for gæsterne, der allerede tager hul på festivalstemningen i bussen.

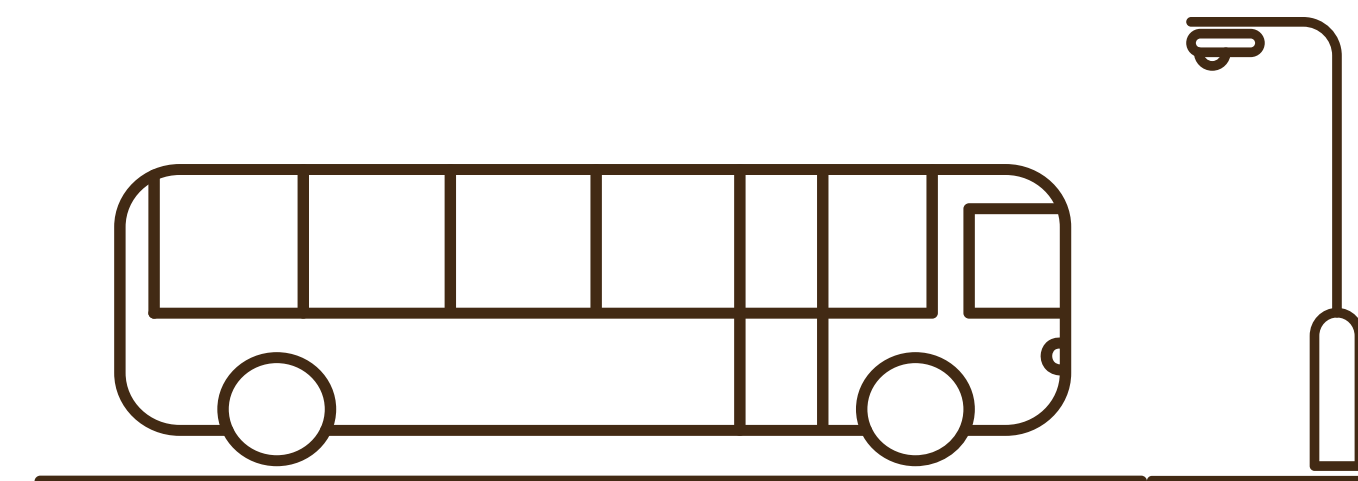
## Samarbejde med lokalt busselskab og ingen p-plads

Det er også muligt at tage offentlig transport til Alive Festival, men da festivalen er placeret i et yderområde, er det generelt både langsommere og mere besværlig end at vælge festivalens egne busser. Konkret har Alive Festival derfor indgået et samarbejde med et lokalt busselskab. Det har været afgørende for dem at sikre en god pris for gæsterne, da de gerne vil sørge for, at det grønne alternativ er det billigste. For at nud-

ge gæsterne yderligere til at lade bilen stå, og i stedet vælge andre transportformer, har de aktivt fravalgt at lave en parkeringsplads til festivalen. Størstedelen af festivalens gæster kommer dog stadig med bil, så der er fortsat plads til flere businitiativer og andre transporttiltag – særligt for dem der kommer langvejs fra.

## Flere destinationer til næste år

Til næste års festival vil Alive Festival gerne udvide buskonceptet ved at sætte flere busser ind fra København og Aarhus og ved også at inddrage afgangene fra flere destinationer, da de blandt andet har oplevet en efterspørgsel fra både Aalborg og Odense. Til årets festival var der dog mange, som valgte at købe deres billet sent, hvilket gjorde, at Alive Festival ikke kunne nå at sætte flere busser ind, selvom der var helt udsolgt.





# IDRÆTSMØDET vil motivere gæster til mere bæredygtige transportvaner

Hop på en gåbus, prøv en elcykel eller vælg kollektiv trafik. Sådan lyder budskabet i forbindelse med IDRÆTSMØDETS Folkemøde, som gerne vil nudge deres gæster til at vælge sundere og mere klimavenlige transportformer.



IDRÆTSMØDET

## IDRÆTSMØDETS Folkemøde kort fortalt

- Eventet tiltrækker normalt op mod 30.000 mennesker. I år prøvede de for første gang at flytte eventet til hverdage, hvilket dog havde en markant negativ effekt på besøgstallet.
- Folkemødet foregår over 3 dage og er åbent og gratis for alle.
- Udover Folkemødet er arrangørerne også vært for IDRÆTSMØDETS konference

## Sunde transportvaner går hånd i hånd med klimahensyn

IDRÆTSMØDETS Folkemøde er en stor idrætsfolkefest med aktiviteter, debatter og inspiration. Blandt andet arbejder de med en dagsorden om at gøre det attraktivt for flere at transportere sig med hjælp fra vores krop i dagligdagen. I den sammenhæng har det derfor også været helt oplagt for eventet at arbejde på, hvordan de netop får flere til at droppe bilen og i stedet tage cyklen eller gå til idrætsfesten. Med denne dagsorden er de dermed ikke bare med til at fremme sundhed, men også de grønnere transportvaner.

## Nyt initiativ med gå-busser skal forbedres fremadrettet

I 2022-udgaven af eventet indgik de et nyt samarbejde med Himmerland Boligforening om at lave såkaldte gå-busser. Konceptet gik ud på, at man lavede forskellige gåruter, der gik forbi boligforeningens afdelinger, så beboerne i fællesskab kunne gå til IDRÆTSMØDET og samle hinanden op på vejen. Tanken med initiativet var blandt andet at få en ny målgruppe med til IDRÆTSMØDET, der ikke nødvendigvis er så interesserede i idræt. Desværre var initiativet ikke nogen stor succes, da kun meget få valgte at hoppe med på gåbusserne. Arrangørerne tror i høj grad, det skyldes en utilstrækkelig kommunikationsindsats i forhold til målgruppens behov. Fremadrettet håber de i højere grad at kunne engagere 'gå-buschauffører', der vil tage ansvar for den enkelte afdeling af boligforeningen og fungere som ambassadører for tiltaget. Og forhåbentlig kan det på sigt også inspirere til, at beboerne i fællesskab vælger at gå sammen til andre ting.

## Inspirerende aktiviteter: Prøv en elcykel

Gennem eventet ønsker IDRÆTSMØDET at motivere og inspirere gæsterne til at prøve nye former for idræt og få mere bevægelse ind i hverdagen, herunder også i forhold til transportvaner. I årets udgave havde de derfor indgået et samarbejde med Specialized, hvor gæsterne gratis kunne prøve en guidet tur på elcykel. Tanken var, at elcykel kan være et rigtig godt sted at starte, hvis man ikke træner så meget, men gerne vil have mere aktivitet og grønnere transportvaner ind i sin hverdag.

## Den rette lokation får flere til at tage bus og tog

IDRÆTSMØDETS Folkemøde foregik i år i Kildeparken, der ligger helt centralt placeret i Aalborg lige ved busterminal og banegård. Eventets lokation gjorde, at det på mange måder var nemmere og mere attraktivt at ankomme til eventet med enten offentlig transport eller på cykel og gåben, da det kan være vanskeligt at finde en parkeringsplads tæt på Kildeparken – særligt i forbindelse med større events. Dermed var eventets placering i sig selv med til at fremme mere klimavenlige transportformer. Eventet kommunikerer derfor også aktivt om, hvordan man kan komme dertil med kollektiv trafik.



# Affald og genanvendelse

Når det handler om affald og events, er der mange ting, man som arrangør skal være opmærksom på både før, under og efter eventet. Helt overordnet handler det om at minimere eventets ressourceforbrug så meget som muligt og sikre, at affaldsressourcerne genanvendes i så høj grad som muligt.



Mad og drikke

Transport

**Affald og genanvendelse**

Indkøb og deleøkonomi

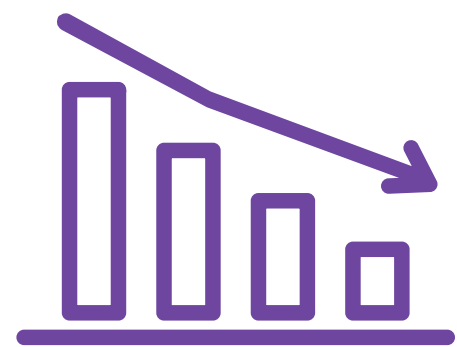
Kommunikation og involvering

Vand- og energiforbrug





# Affald og genanvendelse – De vigtigste anbefalinger



## Minimer og forebyg affald

Det første vigtige skridt handler om at reducere mængden af affald, der produceres. Her kan I fx vælge vaskbart service fremfor engangservice og leje, låne og dele materialer med andre eventarrangører. Overvej, hvordan de ting, I ikke selv kan genbruge til jeres næste event, kan gøre gavn for andre i stedet.



## Genanvend affaldsressourcerne

Affaldssortering er vigtigt! For at sikre at så meget affald som muligt bliver genanvendt, er der et vigtigt forarbejde, der skal gøres. Find ud af, hvilke typer affald I har, og få styr på affaldsressourcernes kredsløb. Hvordan får I sorteret i så rene affaldstyper som muligt, så mest muligt kan genanvendes?



## Skarp affaldskommunikation og involvering

Både medarbejdere, frivillige og gæster har på et tidspunkt affaldsressourcer i hænderne. Her er det vigtigt at være klar over, at langt, langt de fleste gerne vil affaldssortere, pante og genbruge korrekt, hvis bare det er nemt og tilgængeligt. Derfor er det op til jer at skabe et system, der er både velfungerende og let at forstå - både frontstage og backstage.





# På vej mod et plastikfrit Kulturmøde

Kulturmødet Mors arbejder hen mod at sige helt farvel til plastik. Det har resulteret i en stor, lokal indsamling af genbrugsservice, en opvaskestation midt på pladsen og nye, løbende testordninger.

## Bespisning på Kulturmødet

- Mere end 34.000 gæster finder vej til Kulturmødet Mors.
- Alt mad serveres i dag på porcelænstillere.
- Det er en stor logistisk fordel, at madserveringen på Kulturmødet primært foregår i ét samlet område.



Kulturmødet

## Lokale donerede i stor stil til Kulturmødet

I 2019 besluttede Kulturmødet Mors, at de ville arbejde hen imod at blive en festival uden plastik og engangsservice. Derfor lavede de en opfordring via sociale medier og lokalpressen, hvor de bad morsingboerne om at donere deres gamle tallerkener, bestik, krus og glas. Indsamlingen gik forrygende og til sidst måtte de sige nej tak til mere service. Siden da har de haft et stort lager af genbrugsservice, som bliver opmagasineret og brugt igen år efter år til alle småserveringer under eventet. Udover en vision om at blive plastikfri handler det for Kulturmødet også om det gode værtskab, når man på festivalpladsen spiser og drikker af rigtige glas og tallerkener.

## Frivillige tager opvasken midt på pladsen

Hvert år er det frivillige, der står for at indsamle det brugte service på ladcykler, køre det hen til opvaskestationen, der er placeret synligt midt på pladsen, og her rengøre servicet. Ved opvaskestationen kan gæsterne hente ny service eller også kan de få det udleveret direkte i boderne, hvor de køber mad. På den måde fungerer opvaskestationen også som en direkte og visuel kommunikation af et konkret bæredygtighedsinitiativ, som gæsterne ikke kan undgå at bemærke. Opvasketjansen er en eftertragtet tjans blandt de frivillige, da de altid er flere på vagt sammen,

hvor de både kan hygge og snakke over opvasken. Udover den synlige opvaskestation midt på pladsen er der også en skjult opvaskestation i madteltet, hvor restauratørernes egne tallerkener, bestik med mere bliver vasket op.

## Testordning med keramikkrus og leverandørkrav på sigt

I årets version af Kulturmødet har de lavet en forsøgsordning, hvor de i stedet for papkrus har stillet keramikkrus til rådighed for deres leverandører, hvilket de håber at kunne videreføre fremadrettet. Den praktiske udfordring er dog, at de indsamlede genbrugskrus har vidt forskellige former og kapacitet. Derudover er en af Kulturmødets udfordringer i forhold til plastik deres ølkrus, og i dag bruger de fortsat engangskrus af PP-plast, der kan genanvendes på et anlæg i Lemvig. Deres næste skridt på vejen mod et plastikfrit Kulturmøde bliver sandsynligvis at stille direkte krav til deres leverandører og ikke blot nudge til at droppe engangsservice.





# Kunsten har indført vaskbare krus med pant

På Kunsten i Aalborg har de med stor succes testet et nyt system med vaskbare pantkrus til deres sommerevents.

## Vigtige læringer fra Kunsten

- Sørg for, at gæsterne kan få deres pant tilbage alle steder, hvor man udleverer pantkrus, så man undgår kødannelse.
- Overvej nøje krusets visuelle design, så det kan anvendes i flest mulige sammenhænge og brande dit event.



Diana Aud, Kunsten

## Vaskbare krus med brandingværdi

Til Kunsten Summer Lounge er engangskrus og -service snart fortid, da de nu har indkøbt 5200 vaskbare krus til at servere øl, sodavand og andre drikkevarer i til deres events henover sommeren. De nye krus er dekoreret med tekst og tryk af et af museets egne kunstværker. På den måde fungerer de nye krus både som formidling og branding af Kunsten Summer Lounge, fx når gæsterne deler billeder på sociale medier. Samtidig er de med til at løfte museets ambitioner på bæredygtighedsfronten og imødekomme en stigende efterspørgsel fra gæsterne på ansvarlige løsninger. Udover krus har de også indkøbt madkasser til tapasanretninger og vaskbare vinkrus, da de på sigt vil være helt fri for engangsservice.

## Pantsystemet i praksis

På krusene har de indført ti kroners pant, som gæsterne kunne få tilbagebetalt, når de afleverede krusene tilbage i barerne. Helt lavpraktisk havde de tikroner liggende i barerne, så gæsterne hurtigt kunne få deres penge tilbage, mens det i en enkelt bod også var muligt at få pengene tilbage på betalingskort. Gæsterne kunne også vælge at donere panten i pantspande, der var placeret ved deres service- og affaldssorteringsstationer. Her stod det klart, at det er vigtigt tydeligt at kommunikere forskellen mellem pantspanden til vaskbare krus og pantspanden med dåser og glas til Dansk Retursystem for at mindske arbejdet med eftersortering. Synligheden af sorterings- og affaldsstationerne har samtidig været afgørende for initiativets succes, og der var derfor opsat skilte rundtomkring i haven, der fortalte om, hvor krus og service kunne afleveres - og at man også kunne beholde sit krus som souvenir.

## Gæster og medarbejdere er glade for det nye system

Generelt er der blev taget rigtig godt imod det nye system, og gæsterne har været gode til at aflevere krusene tilbage. Blandt personalet er det også blevet taget rigtig godt imod, selvom det fx har krævet nogle mindre justeringer af arbejdsgangene ved opvasken, da de nye vaskbare krus har en længere tørretid end "almindelige" glas. Generelt har det dog været en stor fordel, at køkkenpersonalet har været involveret tæt i hele indkøbs- og implementeringsprocessen, og der dermed har været en god dialog om de små ændringer i arbejdsgange, som systemet medfører i praksis. Fx er køkkenpersonalet kommet med vigtige inputs om designet på krusene, som til stor praktisk fordel kan stables ligesom engangskrus.

## "Engangsbesvær" der giver mening på den lange bane

Fremadrettet er det planen, at det vaskbare flergangsservice skal indgå som en fast del af museets events, da den "hårde" del af arbejdet med at indføre systemet er klaret, og det nu blot handler om at finjustere konceptet og udfase det resterende engangsemballage. Kunsten har miljømærket Green Attraction, hvilket blandt andet forpligter dem til at arbejde henimod at minimere mængden af engangsemballage og -service.



# Indkøb og deleøkonomi

Når man afholder events og festivaler, har man brug for at anskaffe forskellige ting og materialer. I den forbindelse er der rigtig mange bæredygtighedstiltag, som er nemme at indføre, uanset hvor langt man er på sin bæredygtighedsrejse. Kort fortalt handler det om at gentænke, hvad man køber, hvor meget man køber, og om det i stedet kan undværes, lånes, eller deles med andre.



Mad og drikke

Transport

Affald og genanvendelse

**Indkøb og deleøkonomi**

Kommunikation og involvering

Vand- og energiforbrug





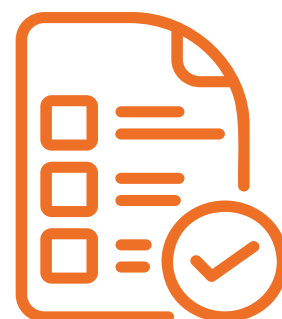


# Indkøb og deleøkonomi – De vigtigste anbefalinger



## Kig efter certificeringer og mærkningsordninger

Når I foretager indkøb, kan det være svært at gennemskue, hvad der er det mest bæredygtige valg. Derfor er det en god idé at kigge efter officielle certificeringer og mærkningsordninger, da de netop er skabt for at gøre det nemmere at træffe bedre og mere gennemsigtige valg. Hvilke certificeringer, I skal kigge efter, afhænger af, hvad I skal købe.



## Lav guidelines for jeres indkøb

Ved at lave en indkøbspolitik med konkrete guidelines sikrer I mere bevidste valg i jeres indkøb. Samtidig undgår I også, at det bliver op til den enkelte medarbejder at afgøre, hvilke bæredygtighedsparametre I handler (eller ikke handler) efter. Mange indkøb foretages helt på autopilot, men at gøre 'som vi plejer' er ikke altid optimalt.



## Køb ind med sund fornuft

Når I vil foretage mere bæredygtige indkøb, handler det kort fortalt om sund fornuft og om at være bevidste om jeres valg. Stil jer selv spørgsmålene: Kan vi leje, låne eller dele det med andre? Hvor store mængder har vi egentlig brug for? Hvor køber vi det mest bæredygtige alternativ? Hvordan sikrer vi, at materialerne får et efterliv, når eventet er slut?



## Samarbejde og deleøkonomi er vejen frem

Ved at låne, leje og dele med hinanden kan mange flere få gavn af de samme ressourcer. Det er ganske enkelt godt for både miljø og økonomi.



# Gentænkte venues gør madfestival mere levedygtig og robust

Siden 2020 har Nordjysk Madfestival droppet deres centrale festivalplads og afholder nu events rundt omkring hos partnere – til stor tilfredshed for alle. Det sparer ressourcer og har skabt en mere økonomisk bæredygtig forretningsmodel.

## Nordjysk Madfestival kort fortalt

- 80 arrangementer over 11 dage i Aalborg og Nordjylland.
- 120-150 aktører fra hele gastronomi- og restaurationsbranchens værdikæde er med til at udbyde unikke madoplevelser for gæsterne.
- I 2022 afviklede de arrangementer for 10.000 gæster.



Nordjysk Madfestival

## Fra coronatilpasning til ny forretningsmodel

Da corona-pandemien ramte i 2020 fik det Nordjysk Madfestival til at gentænke deres koncept og disrupte idéen om, at en festival nødvendigvis skal have en samlet festivalplads. I stedet for igen at opbygge en eventplads på Gammeltovej i Aalborg besluttede de at sprede deres arrangementer ud til samarbejdspartnere i Aalborg og resten af Nordjylland. Hvad der startede som en coronatilpasning, har dog vist sig at være en blivende model for festivalen. Modellen er både økonomisk og ressourcemæssigt mere bæredygtig og skaber samtidig mere værdi og bedre oplevelser for både gæster og samarbejdspartnere.

## Hjemmebane giver bedre oplevelser

Festivalen foregår i dag rundt omkring hos forskellige typer af etablerede venues, der i forvejen er gearet til at tage imod gæster, og omfatter alt fra storcentre, zoologisk have, skoler, kirker og kulturinstitutioner til fødevarerproducenter, vingårde og restauratører.

Fælles for aktørerne er, at de oftest er bedre på "hjemmebane", hvor de kan klare sig med mindre personale, end når de rykker ud af huset, de kan bruge de samme faciliteter og udstyr som til hverdag, de kan udnytte deres kapacitet på dage, der måske ellers havde været halvtomme, og så kan de i højere grad sikre en god unik madoplevelse end under midlertidige forhold.

## Bæredygtighed handler også om økonomi

Det nye setup giver mere mening for både arrangører, partnere og gæster af en række forskellige grunde.

**Mere bæredygtig forretningsmodel:** Tidligere var det en økonomisk investering og et markedsføringsinitiativ for den enkelte aktør at deltage. I det nye setup ryger omsætningen direkte videre til partnerne, hvilket sikrer en fortsat opbakning og gør eventet økonomisk levedygtigt for alle involverede.

**Mindre brug af ressourcer og energi:** Ved at tage eksisterende faciliteter i brug er det ikke nødvendigt at transportere og opbygge en festivalplads fra bunden med telte, midlertidige køkkener, inventar, afløb, elinstallationer osv.

**Mindre madspild:** Når madaktørerne er på hjemmebane, og de fleste events kræver tilmelding, er det nemmere at undgå madspild, minimere emballagemængder og håndtere overskudsmad.

**Mindre økonomisk risiko:** En åben og gratis festivalplads kræver et stort overskud fra barsalg og lignende ift. at finansiere opbygningen. Det gør festivalen sårbar over for eksterne forhold, fx vejret og økonomiske krisetider, der kan påvirke besøgstal og omsætning og dermed skabe økonomiske udfordringer. Med det nye setup kender arrangørerne i store træk det økonomiske resultat på forhånd.

**Mindre transport:** Ved at rykke arrangementerne ud lokalt er der mindre transporttid for mange gæster.

**Færre arbejdsmæssige ressourcer:** Med det nye koncept når de ud til flere mennesker og skaber flere aktiviteter end før, men med de samme arbejdsmæssige ressourcer.



# På Naturmødet bliver scenografien genbrugt år efter år

Naturmødet producerer meget af deres scenografi i genbrugsmaterialer, bruger genbrugsmøbler og bygger kun ting op, der kan bruges i minimum tre år.



## Gode råd fra Naturmødet

- Undgå at trykke årstal og datoer på scenografi, merch og t-shirts, så det kan bruges igen.
- Invester i de rigtige elementer, som kan genbruges år efter år – både af jer selv og andre.
- Det er vigtigt med god plads til opmagasinering, så man kan gemme og beskytte tingene fra år til år.

## Alting skal kunne bruges i mindst tre år

På Naturmødet i Hirtshals bygger de ikke noget op, som kun kan bruges en enkelt gang. I stedet arbejder de ud fra et dogme om, at scener og scenografi, der bliver lavet, skal have en kvalitet og en æstetik, så det minimum kan fungere i tre år - både af økonomiske og ressourcemæssige årsager. Samtidig går de op i at bruge genbrugsmaterialer og fx finde møbler fra genbrugsbutikker, hvilket er med til at skabe unikke rum på deres fem forskellige scener.

## Scenografi, der kan skilles ad, og gode samarbejdspartnere

For at minimere ressourceforbruget til scenografi er det vigtigt at finde de rette samarbejdspartnere og leverandører. Fx har Naturmødet lavet en tilbagekøbsaftale med en leverandør, hvor Naturmødet får leveret 2000 europaller, som de bruger til at bygge en af deres scener op med. Efter eventet skiller de pallerne fra hinanden og leverer dem tilbage til leverandøren, som sikrer, at pallerne får nyt liv et andet sted. Skruerne,

der bruges til at opbygge scenen, sorteres og genbruges ligeledes år efter år. Udover at opbygge ting, der kan skilles ad igen, så giver det også god mening for Naturmødet at leje forskellige elementer, fx stole, da udlejningsstole typisk kræver mindre plads end en tilfældig samling af genbrugsstole, hvilket skaber større kapacitet i teltene.

## Investeringer giver mening på den lange bane

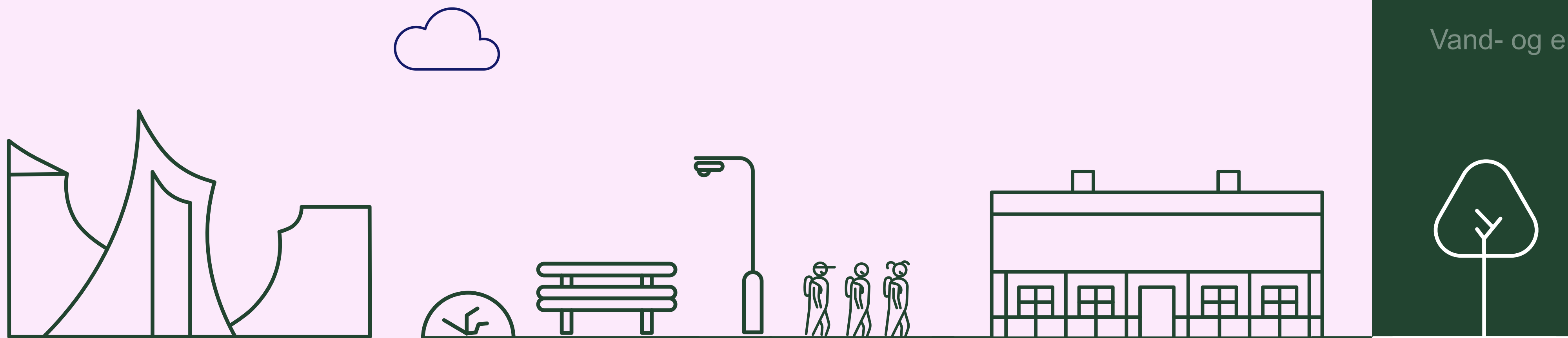
På den lange bane gør de rette investeringer eventet grønnere. Eksempelvis har Naturmødet valgt at investere i 18 alluframes, hvor selve skiltet kan skiftes ud, mens rammen kan bruges igen og igen. I første omgang var det en større økonomisk investering, men på den lange bane giver det mening, da rammerne kan bruges igen og igen på Naturmødet og af andre aktører i hele Hjørring Kommune.





# Kommunikation og involvering

Rigtig mange bæredygtighedstiltag handler i bund og grund om mennesker, der skal ændre adfærd. Uanset om det er dine gæster, frivillige eller medarbejdere, som skal gøre ting på en ny måde, overbevises om at et nyt tiltag er fornuftigt, eller nudges til at træffe andre valg, så er god kommunikation og involvering derfor altafgørende.



Mad og drikke

Transport

Affald og genanvendelse

Indkøb og deleøkonomi

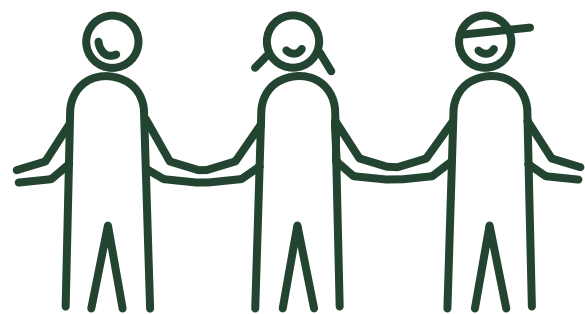
**Kommunikation og involvering**

Vand- og energiforbrug



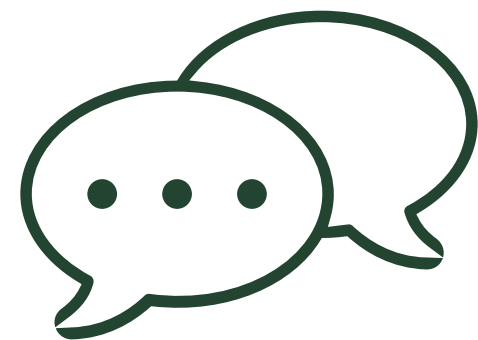


# Kommunikation og involvering – De vigtigste anbefalinger



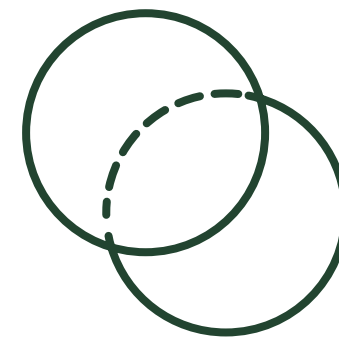
## Inddrag medarbejdere og frivillige først

Hvis et nyt bæredygtighedsinitiativ skal blive en succes, er det altafgørende, at medarbejdere og frivillige er klædt godt på til at bakke op og videreformidle det til gæsterne. Ved at inddrage medarbejdere og frivillige vil man som arrangør også oftest opnå en større opbakning til tiltaget. Et grundlæggende princip er derfor, at du altid skal kommunikere internt før eksternt - også når det handler om bæredygtighed.



## Inspirer dine gæster og inviter til dialog

Ved at fortælle om dine bæredygtighedstiltag kan du være med til at inspirere dine gæster. Samtidig kan du også bruge dit event som en platform for dialog om bæredygtighed og dermed skabe en kanal for gæsternes inputs. Med den rette kommunikation og involvering kan man motivere mange til at prøve noget nyt.



## Vær transparent, ærlig og konkret

Når du kommunikerer om dine bæredygtigheds-tiltag, så vær både ærlig og transparent. Fortæl konkret om, hvad du gør, og pas på med generelle vendinger som 'bæredygtig', 'klimavenlig' og 'miljørigtig', da du risikerer at tage munden for fuld og begå greenwashing, hvis ikke du har den tilstrækkelige dokumentation.





# Kulturmødet kommunikerer om deres rejse mod at blive et grønnere event

Kulturmødet Mors vil gerne inspirere andre og lægger vægt på fortællinger om konkrete og lokale bæredygtighedsinitiativer. Bæredygtig udvikling er en proces, og det er vigtigt for deres kommunikation.

## Kommunikationen kort fortalt

- Kulturmødet kommunikerer om deres bæredygtighedstiltag via sociale medier, deres nyhedsbrev og lokale medier.
- Rundt om på pladsen har de A-skilte samt hegnbannere, hvor de fortæller om konkrete bæredygtighedstiltag og henviser til uddybende info på deres hjemmeside.
- Meget af deres bæredygtigheds-kommunikation foregår digitalt for at minimere produktion af materialer.



Kulturmødet

## Kulturmødet Mors er på vej, men ikke i mål

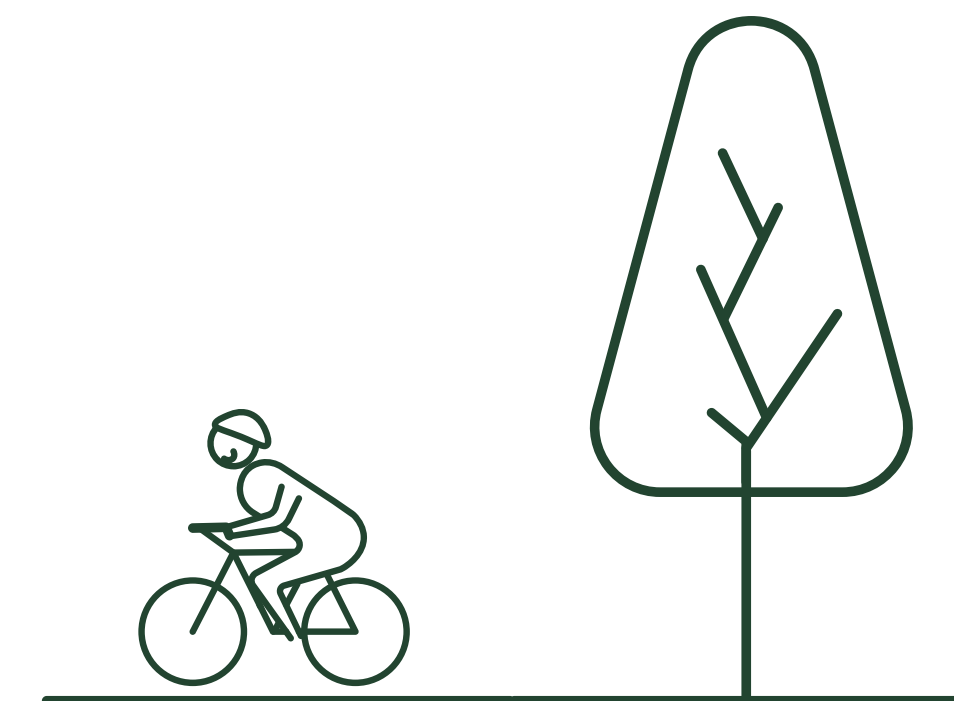
I Kulturmødets kommunikation er hovedbudskabet, at deres arbejde med at blive et grønnere event er en bevægelse. De lægger derfor vægt på, at deres kommunikation ikke fokuserer på tal og løfter om "100 procent" og andre absolutter. I stedet fokuserer de på blødere historier om konkrete initiativer, fx om deres prioritering af lokale fødevarer, deres opvaskestation med genbrugs-service og om deres tætte samarbejde med det lokale busselskab. Strategisk handler det om at være transparente og ærlige og holde fast i grundfortællingen om, at de hele tiden prøver, men ikke er i mål endnu.

## Vil gerne inspirere og invitere til dialog

Kulturmødet Mors har valgt at kommunikere om deres grønne initiativer, fordi de blandt andet gerne vil inspirere andre. Deres vision er at være et samfundsrelevant folkemøde, hvor de blandt andet samler kulturaktører fra hele landet om et fokus på grøn fremtid. Vel og mærke aktører, der i forvejen er meget engagerede i og opmærksomme på den grønne dagsorden. I den sammenhæng er det vigtigt for dem også at tappe ind i dagsordenen ved at vise, hvad de konkret gør for at bidrage til den bæredygtige omstilling. Kulturmødet opfordrer desuden deres mere end 34.000 gæster til også at bidrage med gode ideer til bæredygtige tiltag.

## Få styr på faldgruber, argumenter og dokumentation

Når man kommunikerer om bæredygtighedsinitiativer, er det sjældent 100 procent entydigt, hvad der er den bedste løsning. For Kulturmødet Mors er det derfor afgørende at have styr på deres argumenter og dokumentation for deres bæredygtighedsvalg samt at holde sig opdateret på, hvad deres faldgruber er, og hvor de potentielt dårlige historier gemmer sig. På den måde laver de risikostyring, hvilket også gør dem mindre sårbare i forhold til greenwashing-anklager. Generelt efterspørger de dog industristandarder på bæredygtighedsområdet, som man vil kunne læne sig sikkert opad, samt muligheden for at blive certificeret som festival.





# Bæredygtighed på dagsordenen til IDRÆTSMØDETs Konference

IDRÆTSMØDEDET bruger deres konference som platform til at sætte bæredygtighed og klima på agendaen i idrættens verden. Med 1100 deltagere på tværs af hele idrætssektoren har de en stor rækkevidde og kan være med til at skabe bred impact.

## IDRÆTSMØDETs Konference

- Cirka 1100 deltager hvert år i konferencen. Deltagerne kommer fra hele landet og omfatter blandt andet repræsentanter fra forbund og foreninger, beslutningstagere og eksperter.
- Til næste års konference er der seks hovedtemaer, herunder 'Bæredygtighed' og 'Klima'.



## Bæredygtighed og klima som hovedtemaer

Siden 2021 har bæredygtighed og klima været en tilbagevendende agenda på IDRÆTSMØDETs Konference. År for år har emnet vokset sig større og større, og i 2024 bliver to af de i alt seks hovedtemaer henholdsvis 'Klima' og 'Bæredygtighed'. I starten handlede det mest om idrætsfaciliteter, energi og CO2-udledninger, men i dag er dagsordenen blevet meget bredere og handler også om værdier, og hvordan idrætten kan bruges som platform til at inspirere andre og være en medvirkende drivkraft i den grønne omstilling. Aalborg Kommune, der arrangerer IDRÆTSMØDEDET, har nemlig et ønske om at fremme den grønne dagsorden, og samtidig oplever de også stor interesse i emnet fra samarbejdspartnere.

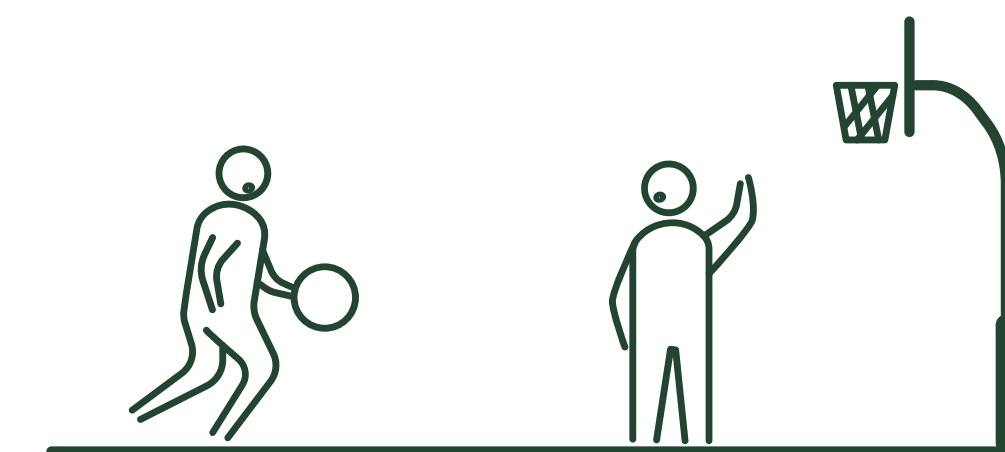
## Bæredygtighed er aktuelt på tværs af alle debatter

Selvom bæredygtighed og klima igen er blandt hovedtemaerne for næste års konference, er det dog ikke ensbetydende med, at der kommer en decideret bæredygtighedslinje, som de 1100 deltagere kan være med på. I stedet har de besluttet at tænke de to temaer ind på tværs af konferencen, så det indgår som et naturligt

parameter i alle de store snakke om idrættens fremtid. På den måde håber de at nå bredere ud ved ikke kun at tale til dem, der i forvejen interesserer sig for grøn omstilling. I stedet vil de som event være med til at gøre det til en naturlig del af idrættens mindset at tænke bæredygtighed og klima ind som en del af idrættens ansvar.

## Viden fra konferencen gøres tilgængeligt for alle

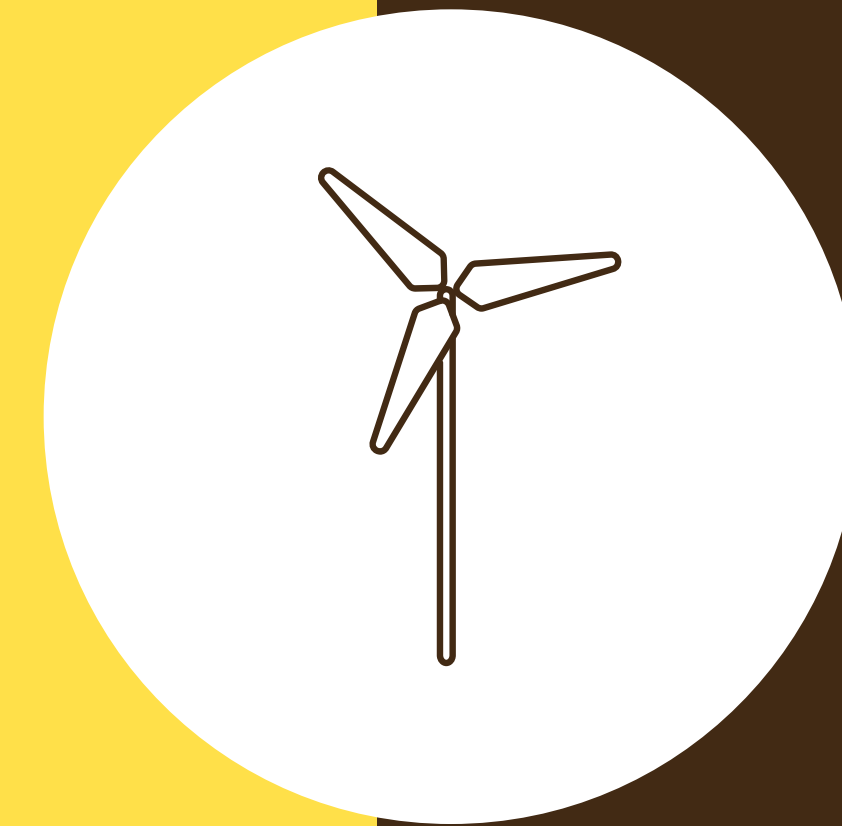
IDRÆTSMØDEDET har de sidste par år filmet de forskellige oplæg til konferencen og lagt dem på Youtube, så andre har kunne få glæde af de mange vidensoplæg. Fra næste år ønsker de at tage det skridtet videre og omsætte konferencens keyfindings til statements og anbefalinger på tværs af alle seks hovedtemaer. Blandt andet vil de kortlægge, hvad der er konsensus omkring, men også hvad der deler vandene. På den måde ønsker de at bruge deres platform til at skabe yderligere impact med råd, der kan leve videre uden for eventet.





# Vand- og energiforbrug

Til events og festivaler er der altid et forbrug af vand og energi, som er vigtigt at se nærmere på, når man gerne vil optimere på bæredygtighedsfronten.



Mad og drikke

Transport

Affald og genanvendelse

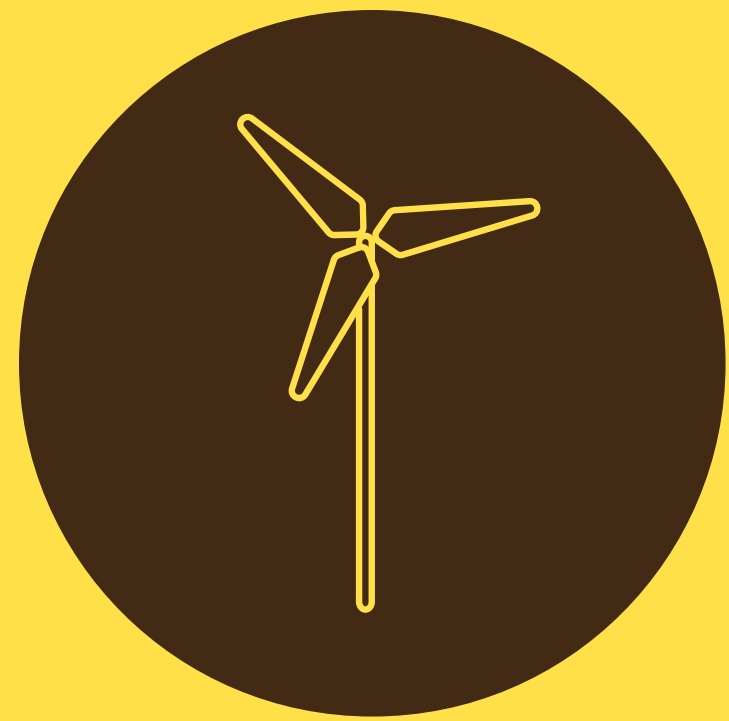
Indkøb og deleøkonomi

Kommunikation og involvering

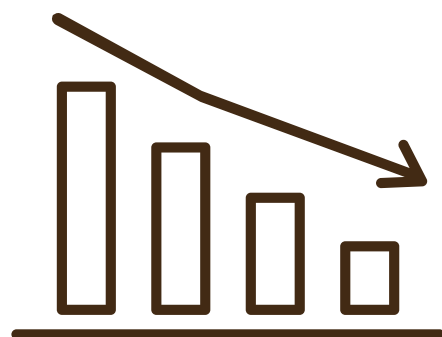
**Vand- og energiforbrug**





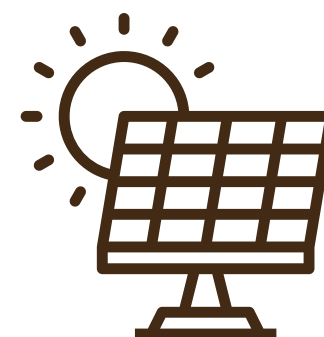


# Vand- og energiforbrug – De vigtigste anbefalinger



## Spar på forbruget

Den billigste kilowatt-time er den, man ikke bruger. Det samme gælder for kubikmeter vand. Vælg derfor energieffektivitet og vandbesparelser hvor muligt.



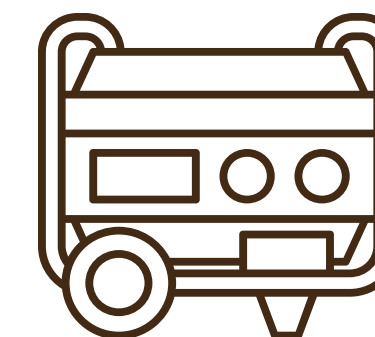
## Vælg vedvarende energi

Det bedste er ofte at producere sin egen strøm fra vedvarende energikilder lokalt eller vælge et venue med strøm fra vedvarende energikilder (evt. via egenproduktion).



## Køb certifikater

Det er muligt at købe oprindelsescertifikater på vedvarende energi svarende til dit energiforbrug og på den måde støtte op om de vedvarende energikilder. Vær opmærksom på, at der findes både ét og to blade i mærkningsordningen. To blade er mest ambitiøst.



## Vælg batterier eller strøm fra elnettet fremfor dieselgeneratorer

En nem og billig måde at lave strøm er at bruge en dieselgenerator. Der findes mindre skadelige andengenerations biodiesel-løsninger, men endnu bedre er det at koble på elnettet eller bruge en batteriløsning.



# Alive Festival arbejder målrettet med deres energiforbrug

Alive Festival har indhentet data på deres energiforbrug og arbejder nu på at øge andelen af vedvarende energi. De har derudover indført forskellige tiltag, der skal minimere energiforbruget.

## Festivalens energitiltag

- Målinger og dataindsamling har givet festivalen indsigt om, hvordan energiforbruget kan optimeres.
- De har valgt et elprodukt med to blade, dvs. de er dækket af grøn strøm gennem certifikater, og der bliver gennemført klimatiltag, som kompenserer for deres forbrug.
- Takket være et lokalt sponsorat foregår festivalens interne transport med elbiler- og varevogne.

## Første skridt var kortlægning af energiforbrug

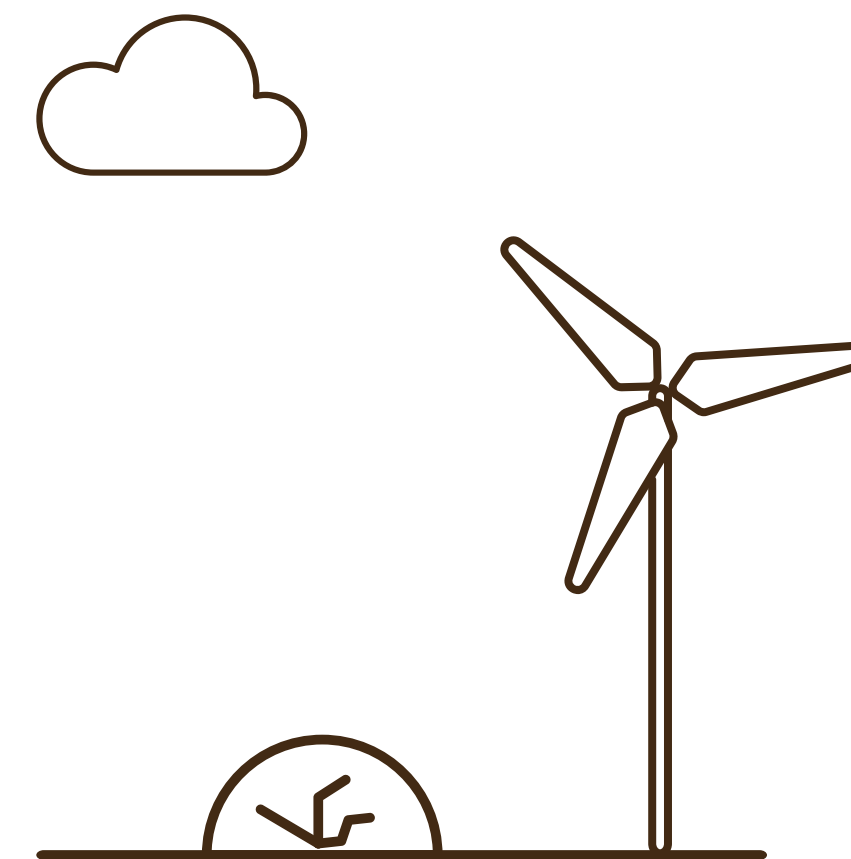
I samarbejde med en lokal konsulent har Alive Festival i Thy i år målt, hvor meget strøm de bruger, når de laver festival. På den måde har de fået en baseline for deres forbrug og samtidig fået data på, hvor meget forskellige elementer, fx en madbod eller en ølvogn, faktisk bruger. Konsulenten har samtidig hjulpet dem på vej ved at pege på de første konkrete tiltag, som de allerede har indført fra i år.

## Dækket af grøn strøm og kørende i elbiler

Et af de væsentligste tiltag, som Alive Festival har indført, er, at de har skiftet elselskab og valgt et elprodukt med to blade. Det betyder, at deres elforbrug baseres 100 procent på vedvarende energikilder, da energiselskabet køber certifikater svarende til hele deres elforbrug. Derudover bliver der lavet klimatiltag, som gør, at udledningen af CO2 og andre drivhusgasser kompenseres svarende til den energi, som festivalen bruger. Samtidig har de også lavet et samarbejde med en lokal virksomhed, som har valgt at sponsorere elvarevogne og en elbil til festivalens interne transport.

## Et laboratorium for grønne idéer

Festivalen arbejder nu aktivt med, hvordan de kan synliggøre elforbruget for gæsterne og på den måde skabe en fælles bevidsthed om strømforbruget, og hvad man kan gøre for at mindske det. På næste års festival håber de, at gæsterne vil have mulighed for at live-tracke, hvor meget strøm der bliver brugt under festivalen via deres app som en del af en større kampagne. Fremadrettet ønsker Alive Festival fortsat at prøve nye ting af og vil gerne være et laboratorium for grønne idéer. Med deres 4200 gæster og frivillige har de en størrelse, der gør, at det er en oplagt platform til at teste nye grønne løsninger, før de skaleres op i stor skala. Samtidig vil de til at dykke dybere ned i de indsamlede data for at blive klogere på adfærd, og hvilke andre initiativer de skal prøve af næste år.





# Innovativ batteritrailer skaber nye muligheder for eventaktører

Kulturafdelingen i Aalborg Kommune har udviklet en ny batteritrailer, som gør det muligt for lokale aktører at få emissionsfri strøm til deres events. Det betyder farvel til dieselgenerators og skaber mulighed for nye typer af oplevelser.

## Fakta om batteritrailer

- På en solskinsdag kan solcellerne oplade 4,5 kilowatt i timen
- Batteritrailer har en kapacitet på 80 kilowatt-timer
- Kan dække en koncert eller en mindre endagsfestival
- Udviklet i et samarbejde mellem Energy Cluster Denmark, Aalborg Universitet og Kulturforvaltningen i Aalborg Kommune



Claus Rene Pedersen

## Grønt innovativt partnerskab

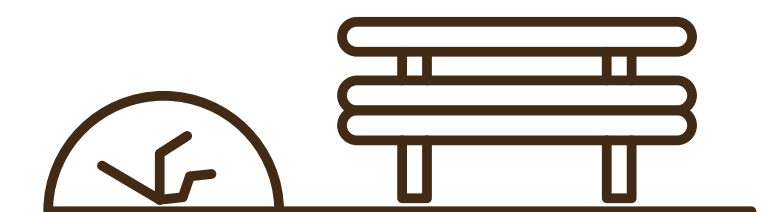
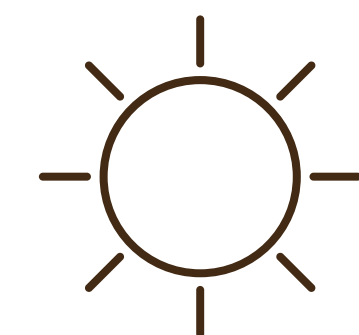
Kulturforvaltningen i Aalborg Kommune har taget et spændende skridt mod en fremtid med mere vedvarende energi ved at udvikle en batteritrailer, som lokale aktører kan låne til events. Efter at have afsøgt markedet for grønnere og mere fleksible alternativer til dieselgenerators fandt de frem til, at der ikke var det produkt på markedet, som de netop stod og manglede. Kulturforvaltningen tog derfor kontakt til Energy Cluster Denmark og Aalborg Universitet, og nu har de tre parter i fællesskab udviklet den nye og innovative batteritrailer.

## Soldrevne koncerter og events

Batteritrailer er bygget op i en almindelig bokstrailer, som udvendigt er beklædt med ni solcellepaneler. Batterierne inde i traileren har en kapacitet på 80 kilowatt-timer, hvilket forventeligt vil kunne dække strømforbruget for fx en koncert eller en mindre endagsfestival. Trailer er udstyret med et intelligent styringssystem, som gør det muligt at monitorere forbruget, måle hvor meget CO2 man sparer sammenlignet med en dieselgenerator og sikre optimal opladning. Hvis eventet fx rammer en gråvejrsdag, kan traileren også oplades på det almindelige elnet. Hver for sig er elementerne ikke nyskabende, men koblingen af batterier, styringssystem og solceller samlet i en fleksibel og transportabel trailerløsning har stadig store potentialer.

## Nyt udstyr giver mulighed for nye oplevelser

Trailer er nem at betjene og kan transporteres af en helt almindelig personbil, ideelt set en elbil, hvilket gør det nemmere at flytte koncerter og andre events ud til steder, hvor der ikke er strøm. Det giver mulighed for at skabe nye typer af oplevelser i naturen, fx i skoven eller på stranden, men det er også en stor fordel, hvis man fx har pop up-events eller en karavane, der flytter rundt fra by til by. Trailer er også særligt oplagt til fx akustiske koncerter og foredrag, da den er støjsvag i modsætning til en dieselgenerator. Med trailer ønsker kulturforvaltningen at gøre det nemt at være grøn kulturaktør, og håbet er, at batteritrailer på sigt kan versioneres i både op- og nedskaleret form, så det bliver helt slut med dieselgenerators til events i Aalborg.





# Har I overvejet...?

Som festival og event er det vigtigt at gribe arbejdet med bæredygtighed strategisk an for at prioritere ressourcerne bedst muligt og for at skabe størst mulig impact. I det strategiske arbejde kan I tage udgangspunkt i de seks hovedområder, som guiden er bygget op efter, eller I kan definere lige præcis de områder, der giver bedst mening for jer at arbejde med.

Udover de konkrete bæredygtighedstiltag man kan sætte i værk for at gøre selve festivalen eller eventet grønnere, så overvej også gerne, hvilken bredere legacy I ønsker at skabe - hvordan kan eventet bidrage til lokalmiljøet og sætte et positivt aftryk på verden?

## Hvor skal der skrues op?

Gennemgå listerne på de næste sider, og find for hvert område ud af, hvor langt I er, og hvilke knapper I fortsat kan skrue på som næste skridt i jeres bæredygtighedsindsats.







# Mad og drikke – Har I overvejet...?

## DIALOG MED LOKALE AKTØRER

Er der butikker/cafeer i byen, som får ekstra besøg grundet jeres event? Har I dialog med dem, og kan I opfordre dem/få indflydelse på, hvad de tilbyder under jeres event/festival? Kan I stille krav eller opfordre til mere bæredygtige retter, mindre madspild m.m.?

## ØKOLOGI

Tilbyder I mad og drikke med fokus på økologi? Har I eller jeres leverandører det Økologiske Spisemærke?

## PLANTEBASERET MAD I LOKAL SÆSON

Hvor stor en andel af jeres mad er plantebaseret? Hvordan kan I skrue op for mængden af mad, der er lokalt produceret og i sæson, samt lækre vegetariske/veganske muligheder?

## KONTRAKT MED MADLEVERANDØRER

Kan I stille krav i kontrakten eller på anden vis opfordre jeres madleverandører til at tilbyde mere bæredygtige madoplevelser? Fx krav om vegetariske/veganske muligheder, økologi-procent, lokal produktion, madspild etc.

## VAND

Sælger I flaskevand? Kan I holde indtjeningen på vand ved at skifte til anden løsning? Har I overvejet salg af postevand i stedet? Hvis flaskevand er nødvendigt, tjek emballage, transport, og hvor vandet kommer fra.

## MADSPILD

Har I fokus på minimering af madspild? Kan der laves to-go løsninger, der minimerer madspild? Har I overvejet, om I kan donere eller sælge overskudsmad til relevante samarbejdspartnere?

## EMBALLAGE OG SERVICE

Hvordan kan I minimere mængderne af emballage og service? Hvordan kan I udfase engangsservice eller sikre, at emballage og service nemt kan genanvendes?





# Transport – Har I overvejet...?

## LEVERING

Hvordan transporteres jeres varer til jeres område, og hvem sørger for det? Er det muligt at samle leveringerne mere, så I frem for mange små bestillinger laver få store? Hvor meget leveres i lastbil og kan andre leveringsmetoder (fx elcykel eller elbil) være en mulighed?

## LEVERANDØRKONTRAKTER

Har I krav i jeres kontrakter om transport, der minimerer brugen af fossile brændstoffer? Kan I tilføje det i jeres kontrakter eller på anden vis opfordre leverandører til mere grøn transport?

## LOKALE LEVERANDØRER

Bruger I lokale leverandører? Hvordan kan I optimere leverandørvalget, så transportdistancer minimeres?

## LAGERPLADS

Har I lagerplads til opmagasinerings, så I kan købe større ind og undgå meget transport?

## INTERN TRANSPORT

Hvordan fyldes der op under eventet/festivalen? Kører der små vogne rundt på pladsen med mad/drikke, toiletpapir, rengøring osv.? Kan den transport minimeres eller gøres mere grøn?

## GÆSTERNES TRANSPORT TIL OG FRA VENUE

Hvordan kommer gæsterne frem? Hvordan kan I gøre det nemmere og mere attraktivt for gæsterne at vælge offentlig transport, samkørsel, elbil, gåben eller cykel?

## GÆSTERNES TRANSPORT UNDER EVENTET

Tilbyder I transport til gæsterne på jeres lokation? Går gæsterne rundt? Er det en ide med cykler? Løbehjul? Kan det give nye muligheder for oplevelser?





# Affald og genanvendelse – Har I overvejet...?

## AFFALDSMINIMERING

Hvordan kan I reducere mængderne af affald, der produceres i forbindelse med jeres event?  
Kan nogle affaldstyper helt undgås, fx via at gentænke setuppet?

## DIREKTE GENBRUG OG UPCYCLING

Hvordan kan I sikre at flest mulige materialer og ting bliver givet videre, så andre kan få gavn af dem? Gennem både direkte genbrug og upcycling kan jeres ting få et nyt liv i stedet for at blive smidt ud.

Hvilke muligheder er der for genbrug i jeres kommune?

## GENANVENDELSE

Hvor stor en del af jeres affald skønner I bliver genanvendt? Hvordan kan I skrue ned for mængderne af restaffald og øge mængden af affald, der genanvendes?

Har I nogle lokale partnere eller iværksættere, som eventuelt kan genanvende jeres materialer? Kan I selv bruge nogle af jeres affaldstyper til forskellige projekter?

## AFFALDSSORTERING

Hvor mange fraktioner sorterer I i? Giver det mening at øge antallet af fraktioner?

Har gæsterne adgang til at sortere affald? Hvis ja, er det nemt og gør gæsterne det?

Har eventuelle standlejere/boder mulighed for at sortere affald? Hvordan kan I optimere jeres affaldssortering?

Har I mulighed for at eftersortere nogle af jeres affaldstyper, så I får renere fraktioner?

## KORTLÆGNING AF AFFALDSTYPER OG MÆNGDER

Hvilke typer af affald har I? Kender I mængden af jeres affald for hver fraktion (volumen eller vægt)?

## AFFALDETS KREDSLØB

Hvordan kommer I af med jeres affald? Ved I, hvad der sker med jeres affald, når I slipper det?

Har I en god kontakt til jeres samarbejdspartnere på affaldshåndteringsområdet? Giver de jer alle de informationer, I har brug for?

Vær særligt opmærksom på, at de farlige affaldstyper såsom PVC, batterier, spraydåser etc håndteres korrekt.





# Indkøb og deleøkonomi – Har I overvejet...?

## KORTLÆGNING AF BASELINE

Hvad køber I typisk ind af varer? Hvad lejer og låner I? Og hvad laver I selv?

## MILJØMÆRKNINGER OG CERTIFICERINGER

Går I efter miljømærker? Hvilke? Hvordan kan I i højere grad bruge miljømærker og certificeringer i jeres indkøb(spolitik)?

## GENANVENDELIGE PRODUKTER

Har I fokus på at vælge genanvendelige produkter og emballage? Hvordan kan I øge andelen af produkter, der kan genanvendes?

## CIRKULÆRE INDKØB, GENBRUG OG EFTERLIV

Hvordan kan I øge andelen af produkter, der er genbrug, og efterfølgende kan bruges igen af jer selv eller andre?

## MINIMERING AF SPILD

Er der varer, hvor I ofte oplever et spild? Hvad kan I gøre for at minimere spild eller lade andre få gavn af jeres overskudsvarer?

## LÅN, LEJ OG SAMARBEJDE

Har I overvejet, om I kan leje eller låne hos andre lignende events i nærområdet? Er der nogle oplagte samarbejdspartnere, hvor I kan hjælpe hinanden med overskudsvarer, transport, fælles investeringer og lignende?

## RENGØRING

Bruger I miljøvenlige (Svanemærket, Ecolabel) rengøringsprodukter? Hvordan kan I lave mere skånsom og ressourcebesparende rengøring?

## LOKALE LEVERANDØRER

Vælger I lokale leverandører? Hvordan kan jeres event være med til at sætte et ekstra positivt aftryk i lokalområdet?





# Kommunikation og involvering – Har I overvejet...?

## **GREENHUSHING VS. GREENWASHING**

Fortæller I om jeres grønne tiltag? Er jeres kommunikation om bæredygtighed konkret, veldokumenteret, afbalanceret og transparent? (Greenhushing er når man undlader at kommunikere om sine bæredygtighedstiltag)

## **MÅLGRUPPENS FORVENTNINGER TIL BÆREDYGTIGHEDSKOMMUNIKATION**

Hvem er jeres gæster, og hvad har de af forventning til bæredygtighed på jeres event? Hvad er 'need to have', og hvad er 'nice to have', når det kommer til bæredygtighedskommunikation? Kan I kommunikere om jeres grønne tiltag, der hvor gæsten ser/oplever/møder det?

## **GENBRUG AF KOMMUNIKATIONSMATERIALER**

Hvad kan I gøre for at genbruge flere af jeres kommunikationsmaterialer, fx skilte og bannere, år efter år?

## **DIGITALISERING AF TRYKSAGER**

Kan I minimere jeres ressourceforbrug ved i højere grad at digitalisere tryksager fx programmer, billetter og lignende?

## **INSPIRATION OG INVOLVERING AF GÆSTERNE**

Hvordan kan I være med til at inspirere jeres gæster til at agere mere bæredygtigt? Både under selve festivalen, men også derhjemme i hverdagen. Og hvordan kan I få input og idéer fra gæsterne til udviklingen af nye grønne tiltag?

## **INVOLVERING AF FRIVILLIGE OG MEDARBEJDERE**

Involverer I frivillige og medarbejdere i udviklingen af grønne tiltag? Gennem involvering kan I skabe bredt ejerskab over tiltagene og skabe nye bæredygtighedsambassadører.

## **GRØN KOMMUNIKATION SOM EN DEL AF OPLEVELSEN**

Har I overvejet den grønne kommunikation som en del af oplevelsen? Fx hop eller cykl din øl kold, lav strøm til musikken osv.





# Vand- og energiforbrug – Har I overvejet...?

## **KORTLÆGNING AF ENERGIFORBRUG**

Hvor meget energi bruger I? Hvor og til hvad bruger I energi? En mere nøjagtig kortlægning gør det lettere at prioritere, hvilke nye tiltag I evt. kan indføre.

## **GRØN STRØM**

Hvor stor en del af jeres strøm kommer fra vedvarende energikilder som sol og vind? Har I overvejet at købe oprindelsescertifikater på vedvarende energi gennem jeres energiselskab? Findes der lokale muligheder for alternative løsninger og mere grøn energi? (Varmeoverskud fra frysehus, lokal vindmølle, køling af drikkevarer i havn etc). Kan gæsterne aktiveres i at lave energien?

## **UDFASNING AF DIESELGENERATORER OG FOSSILE BRÆNDSLER**

Har I mulighed for at erstatte dieselgeneratorer med mindre skadelige andengenerations bio-diesel-løsninger, koble på elnettet eller bruge en batteriløsning?

## **KORTLÆGNING AF VANDFORBRUG**

Hvor meget vand bruger I? Hvor og til hvad bruger I vand? En mere nøjagtig kortlægning gør det lettere at prioritere, hvilke nye tiltag I evt. kan indføre.

## **VANDBESPARENDE TILTAG**

Er der mulighed for at lave vandbesparende tiltag? Lille skyl i toiletter? Vandbesparende installationer på haner? Har I mulighed for at opsamle og bruge regnvand?

## **VANDAFLEDNING FRA PLADSEN**

Har I vandafledning fra pladsen, hvor festivalen/eventet foregår?



# Vil I vide mere?

Kontakt Center for grøn Omstilling, Aalborg Kommune ved spørgsmål til projektet eller publikationen. Mail: [baeredygtighed@aalborg.dk](mailto:baeredygtighed@aalborg.dk)

Stort tak til alle aktører der har deltaget i projektet og bidraget med cases i denne publikation.

Projektet er gennemført fra 2020-2023 med økonomisk støtte fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse

 Danmarks  
Erhvervsfremmebestyrelse

<b>Koncept:</b>	Worldperfect og Grønne Festivaler
<b>Tekst og indhold:</b>	Kristina Blockx og Søren Stochholm, Worldperfect
<b>Design:</b>	Lisa Hvejsel, Worldperfect
<b>Udgivelse:</b>	November 2023
<b>Forsidebillede:</b>	Alive Festival

