

Guide til grønne events



Introduktion

Guiden er til dig, der gerne vil gøre noget godt for miljøet samtidig med, at du arrangerer en sportevent. Vi har samlet viden, opmærksomhedspunkter og forslag til ambitionsniveauer, som du kan arbejde med inden for en række temaer.

Guidens inspiration og råd vil være kendt, hvis du allerede er godt i gang med den grønne omstilling. Men forhåbentlig kan den give alle inspiration til at se på næste event med nye øjne og gøre selve arbejdet med grønne initiativer mere håndgribeligt.

Vi ved, at implementeringen af grønne tiltag kan være en stor mundfuld og en udfordrende opgave, men alle skridt i en mere bæredygtig retning tæller. Med guiden ved din side, vil det forhåbentligt være nemmere at komme i gang.

God arbejdslyst!

Opbygningen af guiden

Ambitionen med guiden er, at det skal være nemmere som eventarrangør at planlægge og afholde grønne events. Den skal inspirere til at komme i gang, og til hvad det er relevant at arbejde med før, under og efter eventen. Derfor præsenteres I først for nogle råd til, hvordan I kommer godt i gang med at afholde grønne events. Derefter 6 temaer, som I kan vælge at arbejde mere med.

Temaerne er opbygget med:

- Baggrundsviden om temaet
- Opmærksomhedspunkter til hvordan I kan arbejde med temaet
- Ambitionsniveauer som kan bruges til at sætte målsætninger for netop jeres event

December 2022

Guiden er udarbejdet af Naboskab ApS på opdrag fra Sport Event Denmark, som led i et SMV:Grøn projekt.

**SPORT EVENT
DENMARK**



Naboskab ApS
CVR: 40 81 42 80
Frederiksholms Kanal 30 A8
1220 København K
www.naboskab.dk

Casebank

I forlængelse af guiden kan du blive inspireret af en række cases fra eventarrangører, der arbejder med den grønne omstilling i casebanken. Find den på <https://www.sporteventdenmark.com/>. Her kan I se, hvordan andre eventarrangører har arbejdet med grønne tiltag inden for affald, forplejning, vand, transport og energi. Du kan også finde råd og kontaktoplysninger på andre relevante aktører.

Del også gerne jeres erfaringer og kontakt Sport Event Denmark, hvis I har inputs til nye cases. Så kan andre eventarrangører lade sig inspirere af jeres gode arbejde.

I kan også altid tage fat i Sport Event Denmark for at høre, om de kender til klimabevidste leverandører inden for netop det produkt eller den service, som I skal bruge.

I kan også finde inspiration i fx DIFs 'Eventguide for grønne og bæredygtige events' (<https://www.dif.dk/radgivning-og-stotte/idraetsudvikling/baeredygtige-events>), som giver konkrete eksempler på, hvilken effekt forskellige tiltag kan have. Fx hvis I vælger at udskifte engangskrus med flergangskrus.



Indhold

Kom godt i gang	5	Transport	
Prioritering af indsatser	6	Hvorfor arbejde med transport?	22
Leverandøraftaler og certificering	7	Opmærksomhedspunkter	24
<i>Certificeringer</i>	8	Hvilket ambitionsniveau har I til transport?	26
Kommunikation og synlighed	9		
		Indkøb	
Temaer	10	Hvorfor arbejde med indkøb?	27
		Opmærksomhedspunkter	28
		Hvilket ambitionsniveau har I til indkøb?	29
		Energiforsyning	
Affald		Hvorfor arbejde med energi?	30
Hvorfor arbejde med affald?	11	Opmærksomhedspunkter	31
Opmærksomhedspunkter	12	Hvilket ambitionsniveau har I til energiforsyning?	32
Hvilket ambitionsniveau har I til affaldssortering?	14		
Forplejning			
Hvorfor arbejde med forplejning?	15		
Opmærksomhedspunkter	17		
Hvilket ambitionsniveau har I til forplejning?	18		
Vand			
Hvorfor arbejde med vand?	19		
Opmærksomhedspunkter	20		
Hvilket ambitionsniveau har I til vand?	21		

Kom godt i gang

Første skridt på vejen mod et mindre klimabelastende event er for dig som eventarrangør at tage beslutningen og sige højt, at I vil gøre en forskel ved denne event.

Organisering:

- Udpeg en ansvarlig for den grønne indsats, som har ansvar for at tænke miljø ind fra starten af eventplanlægningen.
- Udarbejd en handlingsplan som lister, hvad I skal gøre før, under og efter eventen (I kan vælge at arbejde med ét eller flere af guidens temaer og bruge temaernes opmærksomhedspunkter til at navigere i, hvad I bør være opmærksomme på undervejs).
- Udarbejd målbare målsætninger. Brug temaernes ambitionsniveauer til, hvordan I kan sætte konkrete målsætninger.
- Lav en plan for, hvordan I vil evaluere klimaindsatsen. Skal I måle på kg sorteret affald, sparede kilometer i bil, CO2-aftryk, hvor mange personer, I nudgede til grønnere adfærd, eller deltagernes tilfredshed med jeres grønne initiativer? Hvad fungerede godt, hvad måtte I ændre eller tilpasse undervejs, og hvad skal evt. gøres anderledes næste gang?
- Involver eventens øvrige team/frivillige og uddeleger opgaver og ansvarsområder.

Der kan med fordel også udpeges en eller flere miljøansvarlig(e) blandt de frivillige. Lad dem være med til at koordinere og implementere indsatserne. Overvej om denne type frivillig skal rekrutteres via nye rekrutteringskanaler, fx i lokale foreninger, der i forvejen arbejder med miljøtiltag, eller andre organisationer i lokalsamfundet, der brænder for den grønne omstilling. Ved at inddrage ildsjæle udefra kan deres kompetencer og viden bidrage med ny viden og nuancer til afholdelsen af grønnere events.

Prioriteringer af indsatser

Det kan være svært og uoverskueligt at prioritere, hvor I skal begynde den grønne omstilling. Gå efter lavthængende frugter. En mulighed er også at gøre brug af CO2-beregninger, som illustrerer, hvor eventen udleder mest CO2, og hvor det batter mest at sætte ind. Ved gentagne events kan beregningerne desuden bruges som baseline i forhold til at sammenligne og sætte målsætninger for kommende events.

Der er en del overvejelser, inden I kaster jer ud i at lave CO2-beregninger. Der er mange måder at opstille beregningerne på, og de varierer i forhold til nøjagtighed og ressourceforbrug - både økonomisk og tidsmæssigt. Resultaterne afhænger af, hvilke data man har mulighed for at inkludere i beregningen. Jo mere kompleks og rig på data en beregning er, jo mere retvisende billede får man af eventens samlede udledning. Det betyder, at jo mere detaljeret en beregning I ønsker, jo mere arbejde ligger der hos jer i at finde frem til den rette data (fx energiforbrug, transport, produktion af merchandise, osv.)

I kan søge ekspertrådgivning og få hjælp fra miljøkonsulenter til at beregne eventens klimaaftryk.

For at konsulenterne kan beregne jeres events klimaaftryk, skal I finde frem til, hvilke ressourcer I og jeres leverandører bruger. Det kan fx være mængde, materialetype og transport af indkøbte produkter. Det konkrete omfang og CO2-forbrug vil I finde i dialog med miljøkonsulenten.

Alternativt kan I selv kortlægge, hvilke og hvor mange ressourcer (fx indkøb af forskellige produkter) I forventer at bruge til eventen.

På følgende gratis klimadatabaser ses forskellige ressourcers klimaaftryk. Her kan I få et indblik i, hvor eventen potentielt udleder mest CO2 inden for en række kategorier (fx råvarer til forplejning):

- [Klimakompasset](#) (CO2-beregninger af organisations/ virksomheders klimaaftryk).
- [CONCITO's klimadatabase](#) (CO2-beregninger af forskellige fødevarer).
- [Sustainabilitytoolbox.com](#) (CO2-beregninger af organisations/ virksomheders klimaaftryk).
- [DIF's Eventguide](#) (eksempler på CO2-beregninger fra events).

Leverandøraftaler og certificering

For at leve op til jeres målsætninger om afholdelse af et grønnere event, bør I også afstemme forventninger og forpligtelser med jeres leverandører. Overvej hvem der er de rette leverandører, når I køber et produkt eller en ydelse af fx arenaudlejer, transportfirma, hoteller, F&B-leverandører, tøjleverandører m.fl. Gå i dialog med dem om, hvordan I sammen kan finde den grønneste løsning til jeres event. Bliv enige om, hvor langt I kan nå sammen og skriv det ind i aftalen. I aftalerne kan I desuden gøre den enkelte leverandør ansvarlig for at dokumentere, at de overholder kravene i praksis.

Stil fx. krav til:

- Brug af mindre miljøbelastende fødevarer: Lokale, sæsonbaserede, plantebaserede.
- Brug af mere miljøvenlige materialer, fx genbrugsmaterialer.
- Mulighed for tilbagetagning af emballage og overskydende varer.
- Brug af mindre CO₂-udledende transportformer til leverancen af varer.
- Brug af energibesparende produkter, hvis I lejer udstyr/genstande, der bruger strøm.
- At leverandøren har en miljøcertificering.

Ved at gå efter leverandører/produkter, der har certificeringer, præger I markedet i en grønnere retning.



Certificeringer

Eksempler på certificeringsordninger med fokus på miljø og klima - særligt inden for forplejning, indkøb og overnatning:



Green Key er en certificering for hoteller, restauranter og sportsfaciliteter, der sætter fokus på miljø og klima. Green Key indeholder derudover flere tilknyttede certificeringer, fx Green Sport Facility og Green Restaurant, som bl.a. stiller krav til energiforbrug, rengøring og affaldshåndtering for restauranter og sportsfaciliteter.



Det røde økologiske spisemærke lægger vægt på miljø og dyrevelfærd. Det kontrolleres af Staten, som sikrer, at produkterne faktisk er økologiske, og at dyrevelfærden er i orden. Restauranterne har tilsvarende økologiske mærkninger i bronze, sølv og guld, der indikerer, hvor stor en andel af deres råvarer og drikkevarer, der er økologiske.



EU's Økomærke tager ligeledes hensyn til miljø og dyrevelfærd. Mærket er det officielle, europæiske økologimærke. Dog er kravene til EU standarden ikke lige så høje som den danske statskontrollerede. Produkterne godkendes af et kontrolagentur- eller organ, der skal sikre, at betingelserne er overholdt[1].



Fairtrade lægger vægt på miljøbeskyttelse, arbejdsforhold og social udvikling. Certificeringen stiller krav til bæredygtigt landbrug, der beskytter klima og det lokale miljø og har samtidig fokus på fair handelspriser og levevilkår for bønder.



Svanemærket er et nordisk mærke for non-food produkter og ydelser, eksempelvis møbler, byggematerialer og vaskepulver m.fl. Certificeringen fokuserer på miljø, sundhed og kvalitet og tager højde for hele produktets rejse fra produktion til forbrug og afskaffelse.



FSC lægger vægt på klima, miljø og sociale forhold inden for produkter af papir og træ. Certificeringsordningen stiller høje krav til skovdriften, som ikke skal belaste miljø, klima og mennesker, der lever af eller i skovområdet.



Green Globe certificeringsordningen er en international og holistisk certificering, der tager hensyn til sociale forhold og miljø i rejse- og turistindustrien. Den understøtter og stiller krav til miljø, lokal ledelse, kulturarv og det socialøkonomisk på selve 'turistdestinationen'[2].

Læs mere om certificeringer på:

<https://gogreendanmark.dk/baeredygtige-certificeringer/>

[1] Kilde: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_da

[2] Kilde: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_da

Kommunikation og synlighed

Grøn omstilling kræver ofte, at folk skal tænke i nye baner og gøre noget på en ny måde. Det er derfor vigtigt med synlig og konkret information til deltagere, fans og frivillige under afholdelsen af eventen, som nudger til den ønskede adfærd. Kommunikér jeres grønne tiltag ud gennem flere kanaler.

Vær ærlig, konkret og hav dokumentation for jeres kommunikation og sørg for at overholde forbrugerombudsmandens regler ved:

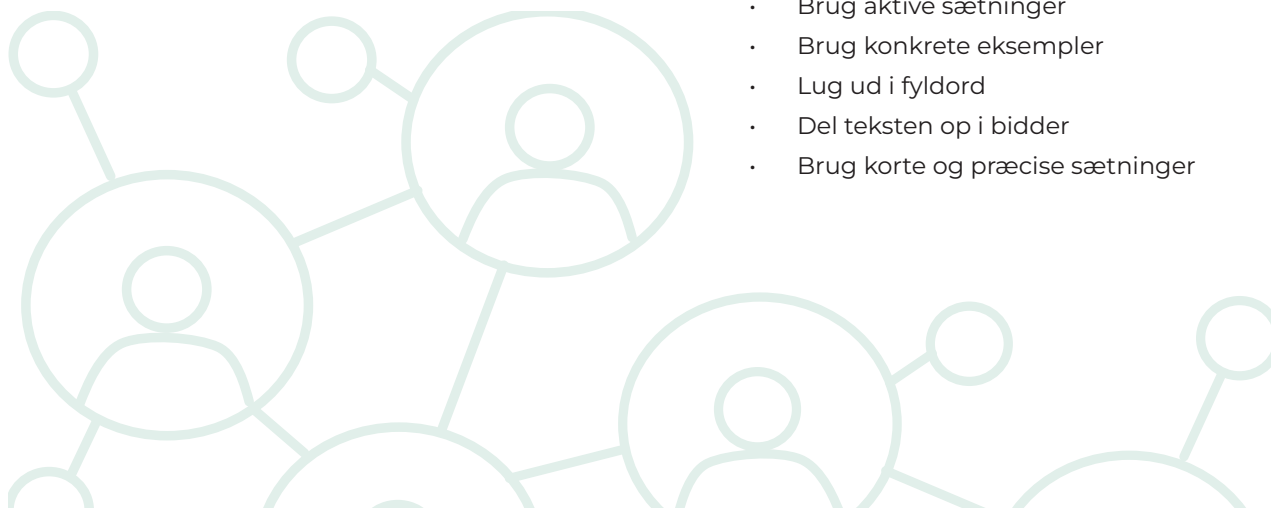
1. Ikke at vildlede med sprog eller design.
Fx må I ikke kalde det et 'miljøvenligt' måltid, hvis I serverer kylling frem for oksekød.
2. Ikke tilbageholde væsentlige oplysninger om fx produktion og bortskaffelse.
3. Ikke at komme med generelle påstande om en klima/miljømæssig fordel uden dokumentation.

4 gode råd til kommunikationen

1. Tal til intuitionen: Brug farver og symboler frem for tekst og skemaer.
2. Gør dit budskab klart: Én pointe per besked
3. Kommunikér i øjenhøjde - Placer budskaber i din modtagers synsretning
4. Skriv IKKE, hvad man IKKE skal gøre i kommunikationsmateriale, som folk skal orientere sig hurtigt i. Vi overser, at der står "ikke".

Skriv, så du bliver forstået

- Skriv 'vi' og 'du/I'
- Brug aktive sætninger
- Brug konkrete eksempler
- Lug ud i fyldord
- Del teksten op i bidder
- Brug korte og præcise sætninger





TEMAER

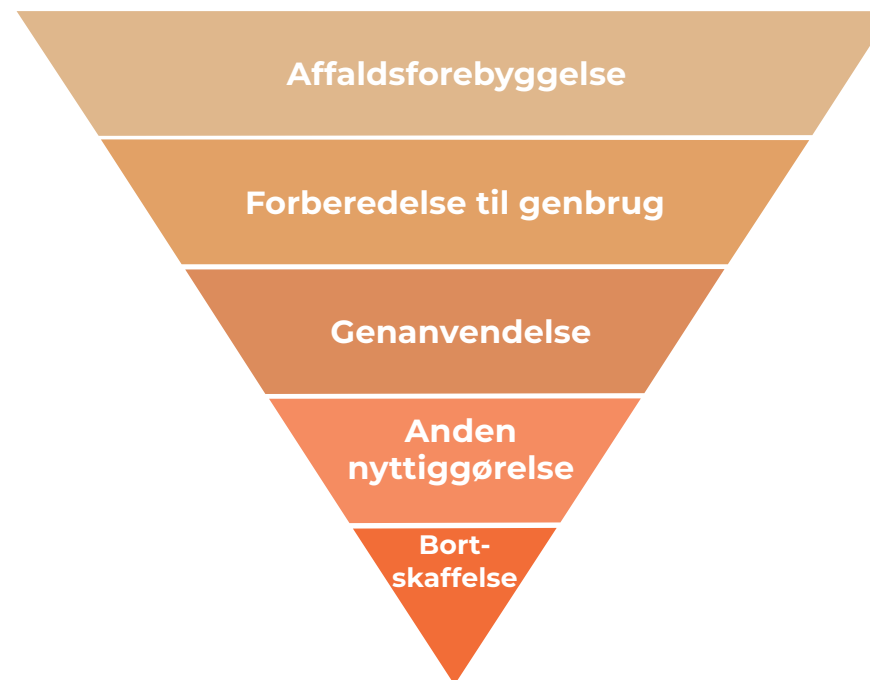
Affald

Hvorfor arbejde med affald?

Hovedreglen inden for affald er at undgå det. Det ses også i affaldshierarkiet til højre, hvor affaldsforebyggelse prioriteres højest.

Man kan mindske eventens ressourceforbrug og affaldsmængder ved at forbruge mindst muligt og ved at indkøbe ting, som kan genbruges efter brug.

Ved at sætte fokus på affald både før, under og efter en event kan I forebygge affaldsgenerering og øge sorteringen. Det er kommunerne, der har ansvaret for at håndtere affaldet til genanvendelse og forbrænding, men som eventarrangører har I selv ansvar for at kende sammensætningen af jeres affald og sikre afhentning af affaldet. I skal sikre jer, at det sorterede affald rent faktisk bliver genanvendt. Det er ikke særlig motiverende for deltagerne, hvis de først har sorteret, og affaldet så alligevel ender til forbrænding. Herunder kan I se de nationale affaldspiktogrammer for de ti affaldsfraktioner:



Figur 1. Affaldshierarkiet: Er baseret på dansk og europæisk affaldspolitik og agerer prioriteringsværktøj for affaldshåndtering.

Kilde: <https://vcob.dk/vcob/nedrivning/hvad-er-byggeaffald/affaldshierarkiet/>

Affald

Opmærksomhedspunkter



Udpeg affaldsansvarlig(e)

Udvælg de(n) affaldsansvarlige, der sikrer, at affaldet bliver håndteret og sorteret, så det så vidt muligt kan genbruges og genanvendes.

Sørg for frivillige, som kan stå for løbende renholdelse af eventområdet, hjælp til korrekt affaldssortering, mv.



Lovgivning og ansvar

Ifølge Affaldsbekendtgørelsen er arrangementer med over 100 deltagere omfattet af regler for erhvervsaffald. Samtidig er virksomheder fra 2023 forpligtet til at sortere husholdningslignende affald.

(Se mere i Affaldsbekendtgørelsen her: <https://www.retsinformation.dk/eli/ta/2021/2512>).



Affaldsreducering

Reducer affaldsmængderne ved at se på tiltag under temaerne [Forplejning](#) og [Indkøb](#). Her kan du læse om at minimere affaldsmængden ved at bruge emballage, som indgår i pantsystemer eller andre retursystemer.

Affald

Opmærksomhedspunkter



Dialog med arena/ affaldsindsamler/renovatør

Undersøg, hvordan forskellige affaldstyper sorteres i den pågældende kommune/arena/hal og gå i dialog, hvis der er behov for at supplere med en yderligere fraktion.

Kontakt en affaldsindsamler/renovatør for at aftale indsamling af forskellige affaldstyper og afstemning af forventninger - bliver affaldet genbrugt, genanvendt, nyttiggjort, brændt eller deponeret?



Sortering

Lav inden eventen en vurdering af, hvilke affaldstyper eventen producerer for at beslutte, hvad og hvordan der skal sorteres. Se evt. på jeres indkøb til eventen. Det er en god indikator til at spotte affaldsstrømme.

Indkøb eller lån eksisterende affaldsstationer og placer dem hvor affaldet produceres.

Sørg for at affaldsstationerne er synlige fra alle vinkler, nemme at finde og benytte. Sørg for tydelig kommunikation ved at anvende de nationale affaldspiktogrammer (<https://danskaffaldsforening.dk/faelles-piktogramsystem>).

Hold løbende øje med affaldsproduktionen/affaldsstationerne under eventen - tilpas om nødvendigt, opsaml henkastet affald og opfrisk kommunikationen, hvis den forsvinder.

Notér løbende, hvilket affald der er i beholderne ved at kigge i beholderne eller få data fra affaldsindsamleren. Det er brugbart i evalueringen og til planlægning af et evt. kommende event.

Affald

Hvilket ambitionsniveau har I til affaldssortering?

Illustrationen herunder præsenterer forskellige ambitionsniveauer, som I kan have på affaldsområdet. Hvert niveau dækker over forskellige tiltag, som I kan gøre brug af før, under og efter eventen. Førstepladsen har de højeste ambitioner med flest tiltag, hvorimod tredjepladsen har de laveste ambitioner med færrest tiltag.



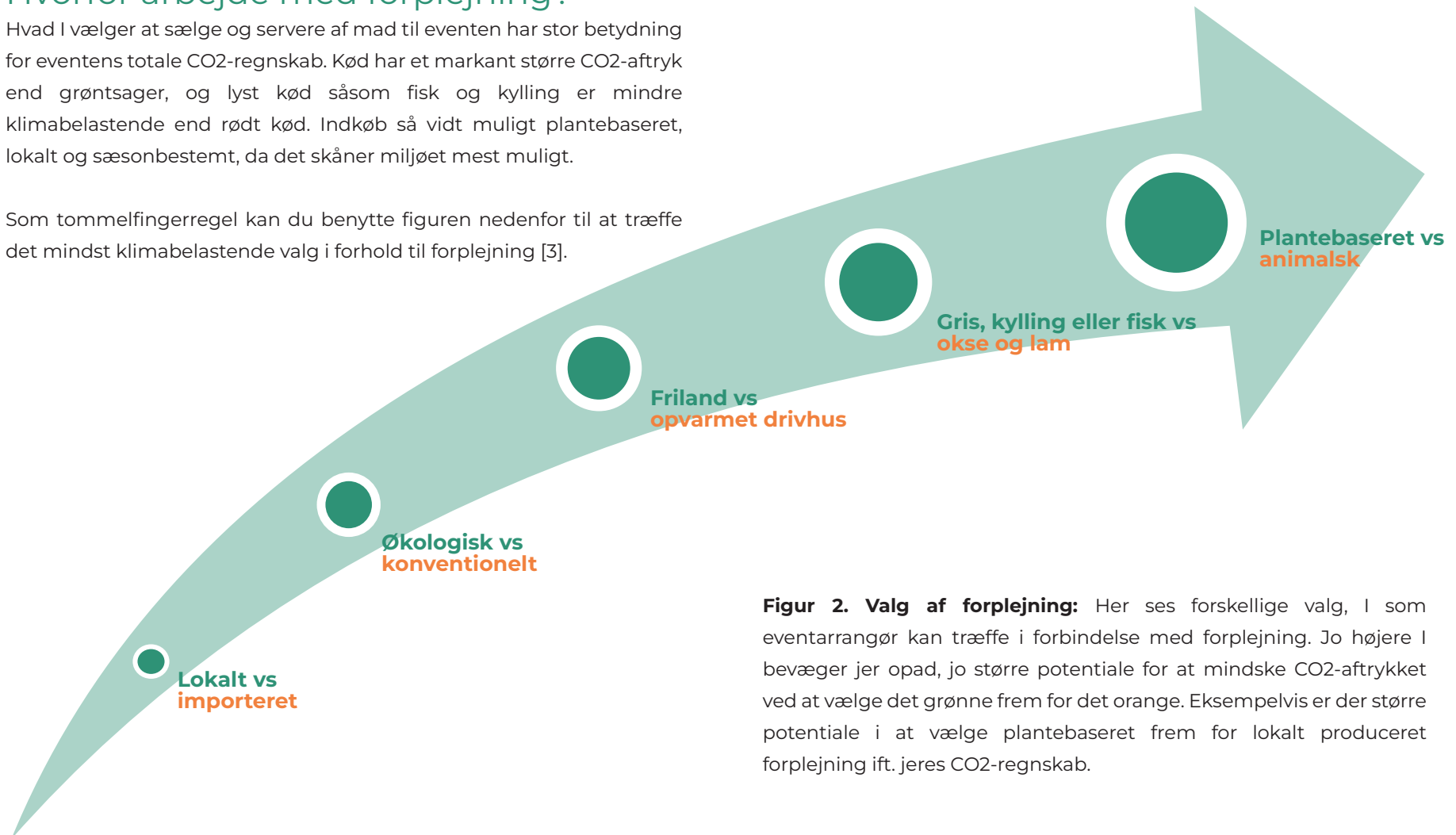
- I har planlagt, hvordan affaldsmængden skal reduceres f.eks. ved at sikre genbrug af indkøbte materialer.
- Noterer løbende, hvilket affald der produceres.
- Alt affald sorteres før, under og efter eventen.
- Affaldsløsningen evalueres.
- Sørger for, at affaldsstationerne er synlige fra alle vinkler, nemme at finde og benytte.

Forplejning

Hvorfor arbejde med forplejning?

Hvad I vælger at sælge og servere af mad til eventen har stor betydning for eventens totale CO2-regnskab. Kød har et markant større CO2-aftryk end grøntsager, og lyst kød såsom fisk og kylling er mindre klimabelastende end rødt kød. Indkøb så vidt muligt plantebaseret, lokalt og sæsonbestemt, da det skåner miljøet mest muligt.

Som tommelfingerregel kan du benytte figuren nedenfor til at træffe det mindst klimabelastende valg i forhold til forplejning [3].



Figur 2. Valg af forplejning: Her ses forskellige valg, I som eventarrangør kan træffe i forbindelse med forplejning. Jo højere I bevæger jer opad, jo større potentiale for at mindske CO2-aftrykket ved at vælge det grønne frem for det orange. Eksempelvis er der større potentiale i at vælge plantebaseret frem for lokalt produceret forplejning ift. jeres CO2-regnskab.

[3] Figuren tager udgangspunkt i figur og resultater fra den grønne tænketank CONCITO og Miljøstyrelsen.

Kilder: https://concito.dk/files/media/document/Klimavenlige%20madvaner%202019_rev2.pdf og

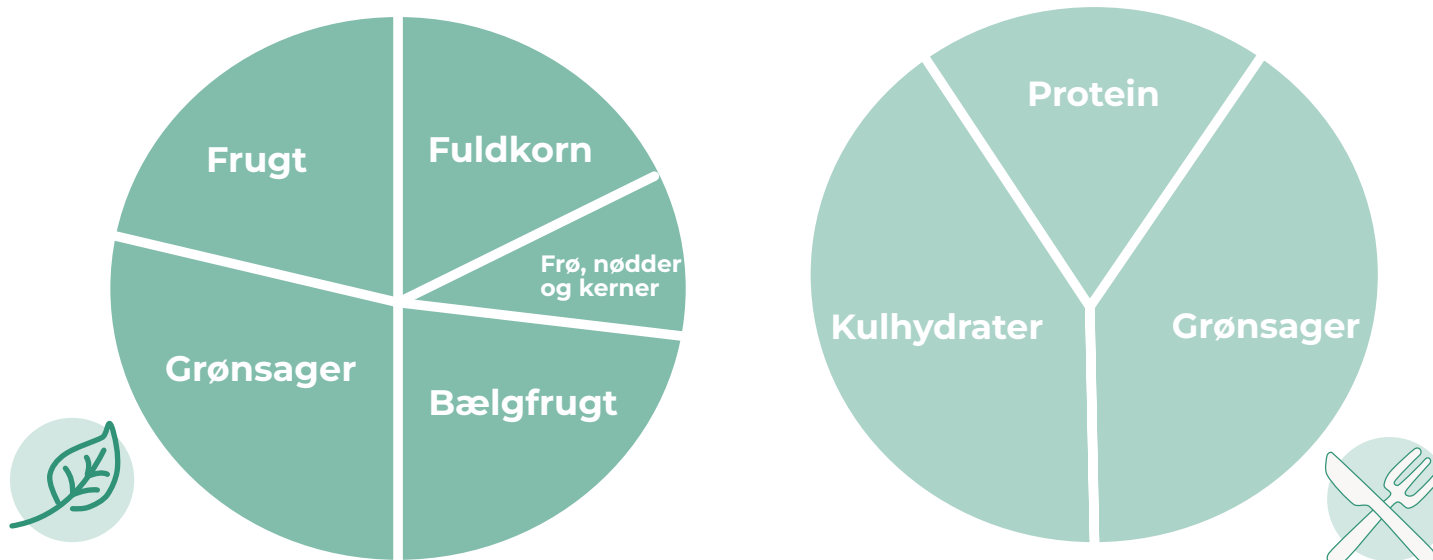
<https://www2.mst.dk/udgiv/publikationer/2006/87-7614-960-9/pdf/87-7614-961-7.pdf>

Forplejning

At udskifte kød med grøntsager kan i nogle tilfælde blive mødt med en bekymring for, om deltagere såvel som frivillige og fans får en tilstrækkelig næringsrig kost. Den veganske udgave af den klassiske Y-tallerken kan bruges som inspiration til en fordeling af fødevarer, der sikrer en varieret og nærende kost. Se figur 3 nedenfor.

På Fødevarestyrelsens hjemmeside findes flere råd til, hvad vegansk og vegetarisk kost bør indeholde:

<https://altomkost.dk/raad-og-anbefalinger/vegetarer-og-veganere/>

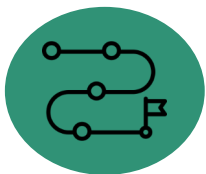


Figur 3. Den alternative Y-tallerken: Figuren til venstre viser en fordeling af fødevarer i et vegansk måltid som alternativ til den klassiske Y-tallerken.

Kilde: <https://vegetarisk.dk/ernaering-og-maaltider/> og <https://xn--kosthndbogen-xcb.dk/content/anretning-og-servering>

Forplejning

Opmærksomhedspunkter



Lav en plan og forebyg madspild

Nudge til de rette handlinger ift. Menukortet, fx ved at gøre de veganske/vegetariske valg til standardindstillingen/øverst på menukortet.

Indkøb så vidt muligt de rette mængder.

Giv mulighed for at forudbestille forplejning, så det er muligt at tilpasse indkøb.

Indgå aftaler med cateringfirma(er) om at tage rester retur eller giv overskudsudmad videre, (fx via TooGoodToGo, Stopspild-afmad, Fødevarebanken).

Brug tallerkenserivering eller mindre fade og skåle, som jævnligt fyldes op. På den måde opbevares maden optimalt inden servering, og eventuelt overskydende mad vil kunne gemmes eller gives væk.



Service med omtanke

Brug flergangsservice i fx glas, metal, hård plast eller porcelæn.

Opret retursystemer for servicen.

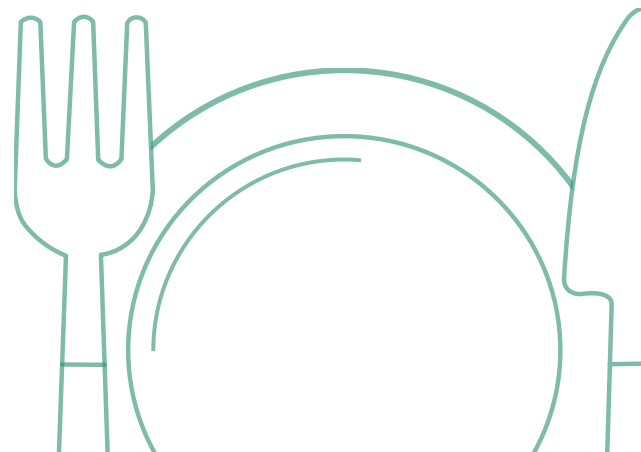
Undgå så vidt muligt engangsservice i plast, pap eller biobaseret materiale. Biobaseret service kan pt ikke håndteres i danske affaldsanlæg og sendes derfor til forbrænding.



Reducér mængden af emballage fra forplejning

Undgå så vidt muligt mange små pakninger og benyt genbrugelig pakning af fødevarer, som så vidt muligt kan returneres.

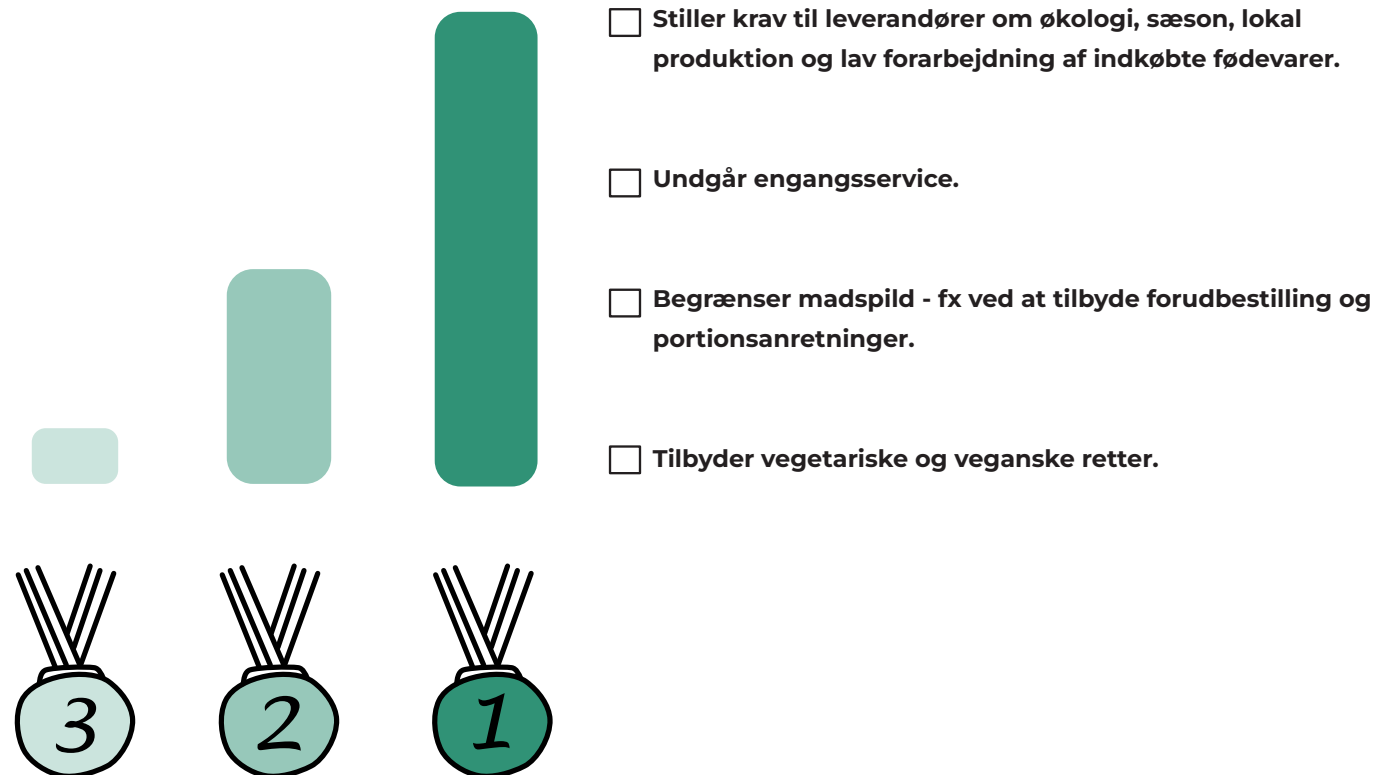
Ikke-genbrugeligt emballage skal i størst muligt omfang affaldssorteres, så det kan genanvendes - se temaet Affald.



Forplejning

Hvilket ambitionsniveau har I til forplejning?

Illustrationen herunder præsenterer forskellige ambitionsniveauer, som I kan have på forplejningsområdet. Hvert niveau dækker over forskellige tiltag, som I kan gøre brug af før, under og efter eventen. Førstepladsen har de højeste ambitioner med flest tiltag, hvorimod tredjepladsen har de laveste ambitioner med færrest tiltag.



Vand

Hvorfor arbejde med vand?

Som eventarrangør kan et fokus på vandforbrug både mindske jeres vandregning og miljøbelastning. For eksempel sender en liter flaskevand op til 2.000 gange mere CO2 ud i atmosfæren end en liter postevand[4].

I Danmark kommer 99,9 % af drikkevandet fra grundvandet. Den danske vandforsyning bygger på vores rene grundvand, hvilket er enestående sammenlignet med andre lande[5]. Det betyder, at alle kan drikke vandet fra hanen. Samtidig transporteres vandet over kortere distancer, hvis I vælger at bruge den lokale vandforsyning. Det gør det også muligt at genbruge kopper og flasker. Af hensyn til miljøet er det derfor altid bedst at servere dansk postevand frem for vand på flaske.

Vi skal desuden bruge vandet med omtanke, da grundvandet er en begrænset og unik ressource. Det gælder både vores drikkevand og vandforbrug til fødevarerfremstilling, rengøring, tøjvask og hygiejne. Derfor er det vigtigt at være bevidst om eventens vandforbrug og spildevand.



[4] Kilde: <https://mst.dk/media/118803/rent-drikkevand.pdf>

[5] Miljøstyrelsen: <https://mst.dk/media/118803/rent-drikkevand.pdf>

Vand

Opmærksomhedspunkter



Drikkevand

Informér alle deltagere (særligt udenlandske) om kvaliteten af dansk drikkevand for at minimere køb af engangsflasker.

Kan I helt undlade salg af flaskevand til fans/tilskuere? Snak med evt. forpagter/arena om mulige løsninger.

Server postevand til alle måltider til frivillige, deltagere, VIP's mv. Opfordr alle til at medbringe og benytte egen genbrugelig vandflaske.

Opstil vandposter/ drikkevands-automater, hvor egne vandflasker kan påfyldes. Gør postevand til et eksklusivt produkt, fx med en vandbar, hvor deltagerne kan tilsætte citrusfrugter, mynteblade eller anden smag i sin vand.

Uddel/sælg genbrugelige vandflasker til fans/tilskuere eller indgå samarbejde med eksisterende producenter af pantflasker af plast til at markedsføre eventen, så vandflasken kan gen-opfyldes, bruges igen og pantes efter eventen.

Indgå et samarbejde med Dansk Retursystem om at lave en pantstation hvis I uddeler/sælger flasker med pant (så flaskerne ikke ender som affald).



Vandforbrug og -spild.

Hvis I selv huser eventen eller lejer/låner faciliteter, kan I som eventarrangør være særlig opmærksomme på vandforbruget.

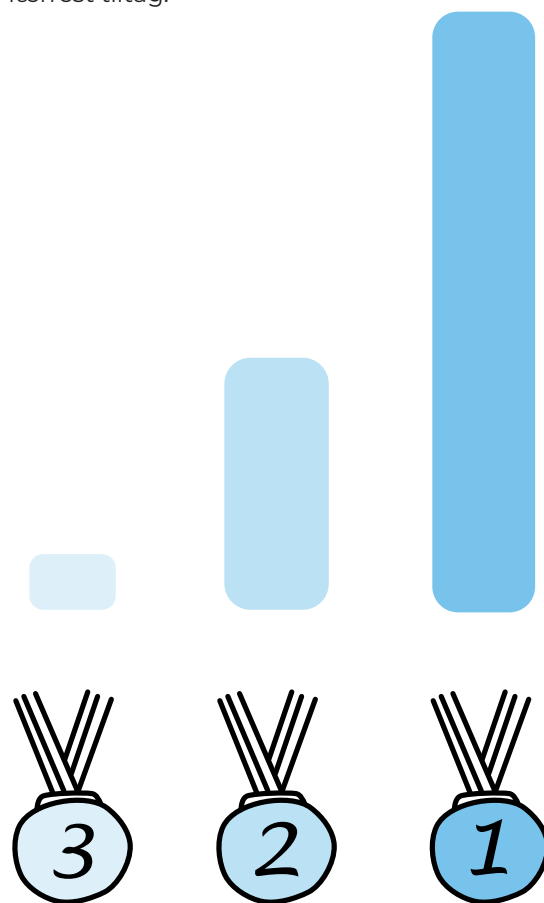
Begræns vandspild ved at tjekke at vandhaner, bruser og toilet ikke løber.

Fyld opvaskemaskine og vaskemaskine mv.

Vand

Hvilket ambitionsniveau har I til vand?

Illustrationen herunder præsenterer forskellige ambitionsniveauer, som I kan have på vandområdet. Hvert niveau dækker over forskellige tiltag, som I kan gøre brug af før, under og efter eventen. Førstepladsen har de højeste ambitioner med flest tiltag, hvorimod tredjepladsen har de laveste ambitioner med færrest tiltag.



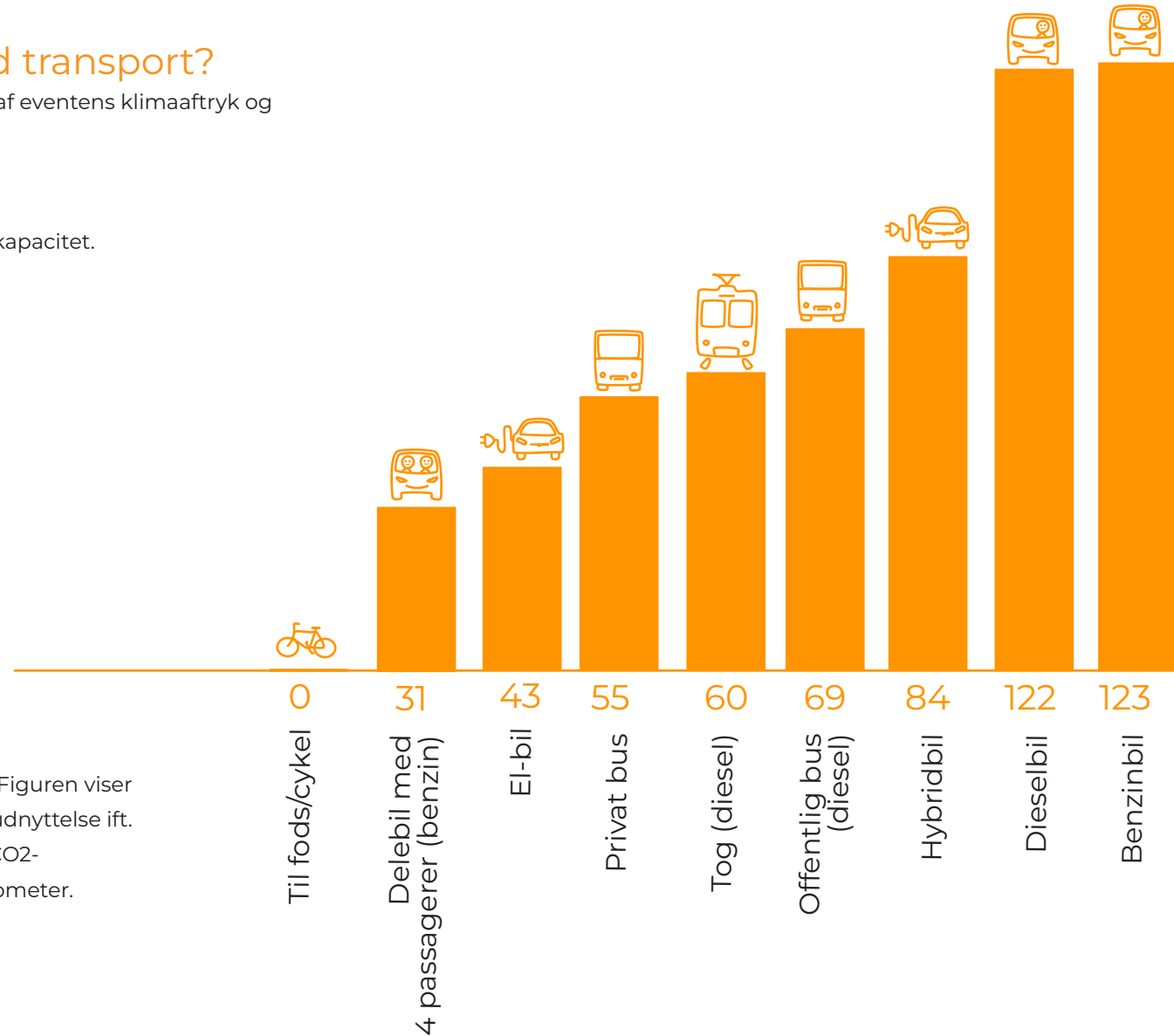
- Aflæser vandmåleren før, under og efter eventen for at blive bevidste om eventens vandforbrug.
- Uddeler genbrugelige vandflasker til deltagere og frivillige for at spare på plast og transport. Sammenlignet med at købe en ny vand på flaske, hver gang man er tørstig.
- Begrænser vandspild ved at tjekke at vandhaner, bruser og toilet ikke løber, at opvaskemaskiner og vaskemaskiner er fyldt helt op osv.
- Opstiller drikkevandsautomater med kortfattet information, så deltagere har let adgang til at genopfylde vandflaskerne.

Transport

Hvorfor arbejde med transport?

Udledninger fra transport er en del af eventens klimaaftryk og afhænger af følgende:

- Valg af transportmiddel.
- Afstand.
- Udnyttelse af transportmidlets kapacitet.



Figur 4. Udledning fra transport: Figuren viser forskellige transportmidler, deres udnyttelse ift. kapacitet og deres dertilhørende CO2-udledning i gram pr. person pr. kilometer.

Transport

Transport i forbindelse med en event har mange formål, og der er forskellige områder, hvor I kan sætte ind. For eksempel kan I arbejde med at påvirke tilskuere og deltageres valg af transportmidler og hvordan transportmidlerne udnyttes. På eventpladser, der er spredt ud over større områder, kan I arbejde med at understøtte en infrastruktur, der inviterer til transportformer med lavere CO₂-udledning end bil, såsom el-løbehjul, golfvogne eller cykler.

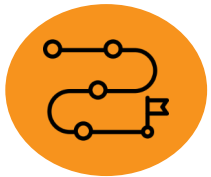
Flyrejser/kompensation

Folk kommer fra hele verden til de internationale events, hvilket ofte indebærer flyrejser frem og tilbage. Mange flyselskaber tilbyder klimakompensation for flyrejsens CO₂-udledning gennem billetsalget. Dog opvejer klimakompensation ikke 1:1 for de CO₂-udledninger, som en flyrejse indebærer, når rejsen foretages. Mindre klimabelastende transportmidler er altså altid at foretrække.



Transport

Opmærksomhedspunkter



Målsætning og planlægning

Sæt målsætninger for eventens transport, fx at 40 % af tilskuerne kommer med kollektiv trafik til eventen.

Placér eventen strategisk tæt på overnatningsmuligheder og kollektiv transport.

Kan transporten til overnatningsmulighederne klares med gang eller cykel?



Nudge folk til at anvende mindst CO2-udledende transportvalg

Gør de mindst CO2-udledende valg til de letteste - fx cykelparkering tættest på indgangen og parkering til diesel/benzin biler længst fra pladsen (stadig med hensyn til gangbesværede tilskuere).

Informér deltagere/tilskuere om eventuelle CO2-reduktioner de har opnået ifm. valg af mindre CO2-udledende transportmidler og kollektiv transport.

- Informér udenlandske tilskuere om, hvordan de kan tage offentlig transport i Danmark.

Beløn mindre CO2-udledende transportvalg, fx:

- Et økonomisk incitament til dem, der kan fremvise en togbillet til eventlokationen.
- Gratis parkering, hvis man ankommer via samkørsel.
- Særlig velkomst ved brug af kollektive transportmidler, fx ved at pynte op på togstationen eller have frivillige der tager imod og guider i den rigtige retning.

Organiser/fremhæv platforme for samkørsel/offentlig trafik til danske fans.

Transport

Opmærksomhedspunkter



Dialog med kommune/trafikselskab/ transportvirksomheder

- Sælg offentlig transport til/fra eventen som del af eventbilletten.
- Få rabat hos lokale trafikselskaber mod fremvisning af eventbillet.
- Anvend shuttlebusser på el eller brint.
- Tilbyd låne/leje-cykler fx mellem venue og de nærmeste kollektive transportstationer (primært målrettet tilskuere).

Transport

Hvilket ambitionsniveau har I til transport?

Illustrationen herunder præsenterer forskellige ambitionsniveauer, som I kan have på transportområdet. Hvert niveau dækker over forskellige tiltag, som I kan gøre brug af før, under og efter eventen. Førstepladsen har de højeste ambitioner med flest tiltag, hvorimod tredjepladsen har de laveste ambitioner med færrest tiltag.



- Eventen er placeret strategisk tæt på overnatningsmuligheder og kollektiv transport.
- Bruger elbiler/busser til eventtransporten.
- Nudger deltagere/tilskuere til at transportere sig mest klimavenligt.
- Belønner deltageres/tilskueres brug af kollektiv trafik/samkørsel.
- Fremhæver platforme for samkørselsordninger til og fra eventlokationen.
- Tilbyder kollektiv transport til eventlokationen tilbydes i samarbejde med kommune/trafikselskaber.

Indkøb

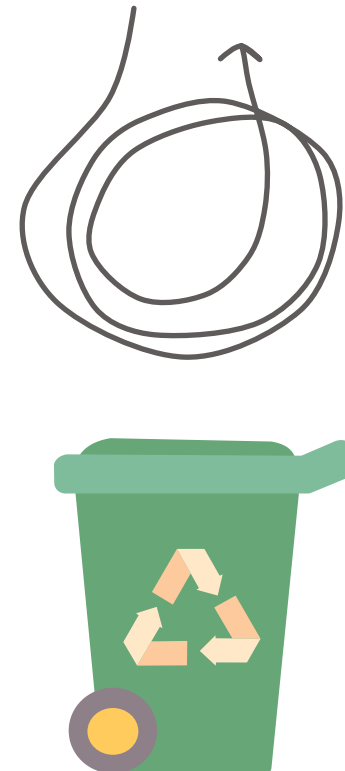
Hvorfor arbejde med indkøb?

Bannere, målportal og anden venuedressing er med til at sætte stemning og skabe rammerne til en event. Men det gemmer også på et potentiale for at reducere klimapåvirkningen. Som eventarrangør kan du arbejde med at reducere mængden af indkøb og stille krav til leverandørerne.

Du kan fx tage udgangspunkt i eventens budget og bruge tankegangen bag cirkulære indkøb. Se figur 5. Budgettet tydeliggør dog ikke nødvendigvis, hvilke produktkategorier der er mest CO₂-udledende, men det kan bruges som pejlemærke. Er der nogle budgetposter, der kan reduceres eller måske helt undværes? Er der udstyr eller faciliteter, som i stedet for at indkøbes fra ny kan lånes eller lejes? Kan beklædning og souvenirs forudbestilles af deltagerne, så I undgår spild?

Levetiden på tidligere indkøbte produkter kan forlænges ved reparation og genbrug. Tænk derfor på produkternes kvalitet, så de kan holde længe i deres oprindelige funktion. Det muliggør efterfølgende genbrug. I kan også overveje, om produkterne let kan skilles ad og sættes sammen på forskellige måder, så de kan tjene en ny funktion. Kan bannere eksempelvis udskiftes, så stængerne kan genbruges? Kan udsmykningen undvære årstal, så det kan genbruges til næste år?

Alternativt, kan du som eventarrangør gå efter produkter, der med sikkerhed kan sorteres til genanvendelse efter endt brug.



Figur 5. Cirkulære indkøb: Figuren illustrerer, hvordan du kan mindske jeres materialeforbrug og -spild mest muligt ved at reducere jeres indkøb og anvende genbrugte materialer.

Kilde: <https://concito.dk/concito-bloggen/vejen-til-cirkulaere-indkoeb>

Indkøb

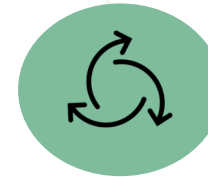
Opmærksomhedspunkter



Indkøbspolitik

Formuler en indkøbspolitik om hvilke CO2-reducerende kriterier, I prioriterer, når I køber ind. Sørg for, at alle medarbejdere, der står for indkøb, kender jeres retningslinjer og kriterier, fx:

1. Overvej nødvendigheden af indkøbsposten. Kan det undværes?
2. Undersøg om produkterne kan lejes/lånes. Er der afholdt lignende events tidligere, hvorfra det er muligt at låne/leje materialer?
3. Undersøg om produkterne kan købes brugt. Måske det så også er muligt at spare penge.
4. Vælg produkter af høj kvalitet, så de holder længere og kan bruges af andre efter eventen.
5. Vælg produkter som kan tjene mere end én funktion.
6. Vælg produkter af materialer, som kan sorteres, når de har udtjent sin tid.



Håndtering af overskudsmaterialer

Indgå aftaler med aktører, som kan aftage overskudsmaterialer, fx til upcycling.



Indkøb

Hvilket ambitionsniveau har I til indkøb?

Illustrationen herunder præsenterer forskellige ambitionsniveauer, som I kan have på indkøbsområdet. Hvert niveau dækker over forskellige tiltag, som I kan gøre brug af før, under og efter eventen. Førstepladsen har de højeste ambitioner med flest tiltag, hvorimod tredjepladsen har de laveste ambitioner med færrest tiltag.



- Har en indkøbspolitik som tager højde for alle seks ovennævnte kriterier.
- Undersøger hvor mange produktkategorier, der kan lånes, lejes, købes brugt og tjene en anden funktion efter eventen.
- Indtænker hvordan de indkøbte produkter kan bruges flere gange.
- Finder aftagere til overskudsmaterialer efter eventen.

Energiforsyning

Hvorfor arbejde med energi?

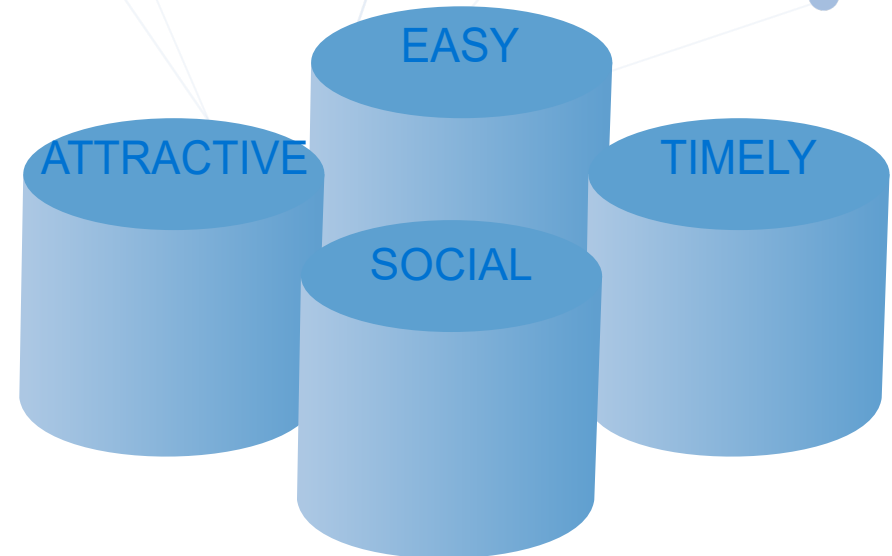
Alt fra storskærme til belysning og opvarmning kræver en energi. Som eventarrangør kan du være med til at minimere eventens energiforbrug og anvende vedvarende energikilder som sol- og vindenergi.

Finder eventen sted i en arena eller etableret sportsfacilitet, har du måske ikke direkte indflydelse på, hvilken energi, der bruges til eventen. Dog kan du stadig udfordre/gå i dialog med arenaen om, hvor oplyst fx fanområdet behøver at være, hvor høj indendørs temperaturen skal være mv. Nogle idrætsanlæg er certificeret som 'Green Sport Facility', hvilket vidner om, at de gør en ekstra indsats på området, fx ved at have en plan for at reducere deres energiforbrug.

Som eventarrangør kan du også nudge til energibesparende adfærd blandt publikum/deltagere. Brug evt. EAST-modellen som inspiration. EAST står for Easy, Attractive, Social, Timely og baserer sig på grundlæggende principper for, hvordan du nemmest får folk til at ændre adfærd:

- Gør det let
- Gør det attraktivt
- Gør det socialt
- Timing er vigtig

Hvis I som arrangører er ansvarlige for eventens strømforsyning, kan I arbejde med at reducere brugen af fossile brændstoffer ved at finde alternativer til dieselgeneratorer eller sænke temperaturen i lokalerne.



Figur 6. EAST-modellen: Modellen står for Easy, Attractive, Social, Timely, der bruges som hovedbegreber til at ændre adfærd. Læs mere om EAST og energibesparende adfærdsindsatser her: <https://spareenergi.dk/erhverv/hjaelp-til-kommuner/en-effektiv-tjekliste>

Energiforsyning

Opmærksomhedspunkter



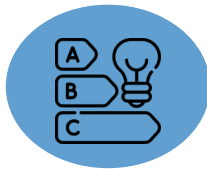
Dialog med arena/facilitet /leverandører/energiselskab:

Indgå dialog med arenaer/sportsfaciliteter om muligheder for at reducere eventens el- og varmebrug (fx. belysning/opvarmning/hedkøling osv.).

Stil krav til leverandører om energibesparende produkter, hvis I lejer udstyr/genstande, der bruger strøm.

Indgå samarbejde med lokale energiselskaber eller virksomheder om alternativer til dieselgeneratorer som fx. solcelledrevne generatorer eller batterier opladt på vindenergi.

Tilvælg strøm fra vedvarende energi fra energileverandøren, hvis eventen er tilsluttet elnettet.



Energibesparende adfærd:

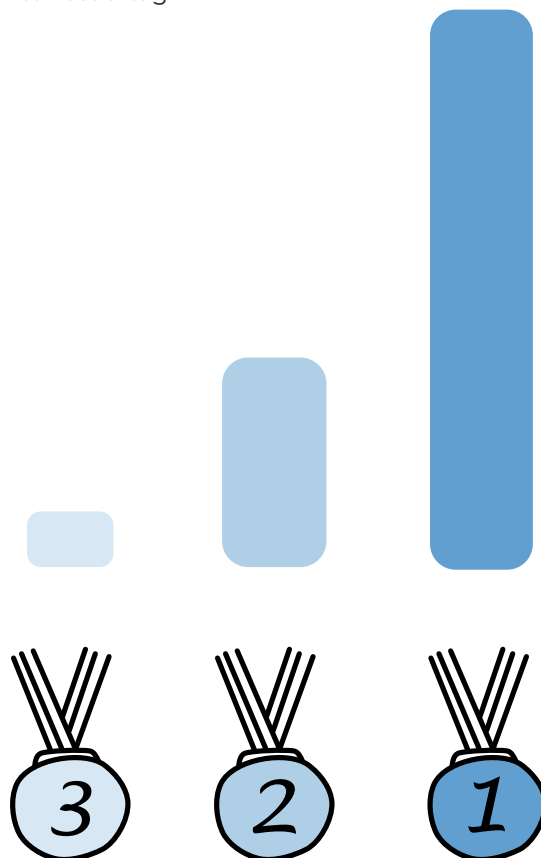
Understøt adfærdsændringer og energibesparende adfærd blandt publikum/deltagere.

Hent inspiration og energispareråd på Energistyrelsens hjemmeside: <https://spareenergi.dk/erhverv>.

Energiforsyning

Hvilket ambitionsniveau har I til energi?

Illustrationen herunder præsenterer forskellige ambitionsniveauer, som I kan have på energiområdet. Hvert niveau dækker over forskellige tiltag, som I kan gøre brug af før, under og efter eventen. Førstepladsen har de højeste ambitioner med flest tiltag, hvorimod tredjepladsen har de laveste ambitioner med færrest tiltag.



- Stiller krav til leverandører om tilslutning af strøm fra vedvarende energi.
- Fjerner brugen af dieseldrevne generatorer som en del af et sportevent ved at benytte alternative løsninger, fx soldrevne generatorer eller solcelleskærme.
- Nudger til energibesparende adfærd blandt publikum/deltagere.
- Begrænser energiforbruget, fx ved at undgå produkter på standby eller skrue ned for temperaturen i de anvendte lokaler.