



# Eventguide for grønne & bæredygtige events



Dansk Industri

Dansk  
Design Center

INDUSTRIENS  
FOND FREMMER DANSK  
KONKURRENCEEVNE  
The Danish Industry Foundation

# Kolofon

---

## EVENTGUIDE FOR GRØNNE & BÆREDYGTIGE EVENTS

### CO2e beregninger

CO2e beregningerne i eksemplerne i guiden er udført af konsulenthuset Naboskab

### Design og produktion

Formegon Aps



# Forord

---

I idrætten har vi mulighed for at bidrage til at skabe en grønnere verden. Klimaet er under pres, og den globale opvarmning skal bremses. Der er brug for handling, og idrætten skal som alle andre brancher også tage ansvar, når det handler om at skabe en grønnere verden.

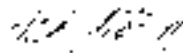
Selvom idrætten ikke 'sviner' meget i det store verdensbillede, så sætter især sportsevents aftryk på klimaet. Dét negative aftryk vil vi minimere i fremtiden.

Vi vil altid afholde idrætsevents – lige fra det lokale stævne til det internationale VM. Kravene til de store begivenheder og til jer som eventarrangører er evigt voksende, hvilket sætter klimadagsordenen under pres. I Danmark er vi gode til at skabe engagerende og flotte events, men vi kan altid blive endnu bedre.

Det er håbet, at vi med denne eventguide gør det nemmere for jer at planlægge og afholde grønnere og mere bæredygtige sportsevents. Det er meningen, at guiden skal fungere som inspirationskilde til jeres kommende events. Den indeholder gode råd, idéer og konkrete cases om alt fra transport og udsmykning til energiforsyning og samarbejdsaftaler. Hvert sportsevent og idræt har sine egne rammer og betingelser - så det er op til jer som arrangører at finde de grønne løsninger, der fungerer for jer.

Vi kan og skal gøre det sammen - for vores fælles fremtid.

God arbejdslyst.



· Morten Mølholm Hansen, Adm. direktør  
Danmarks Idrætsforbund



# Introduktion

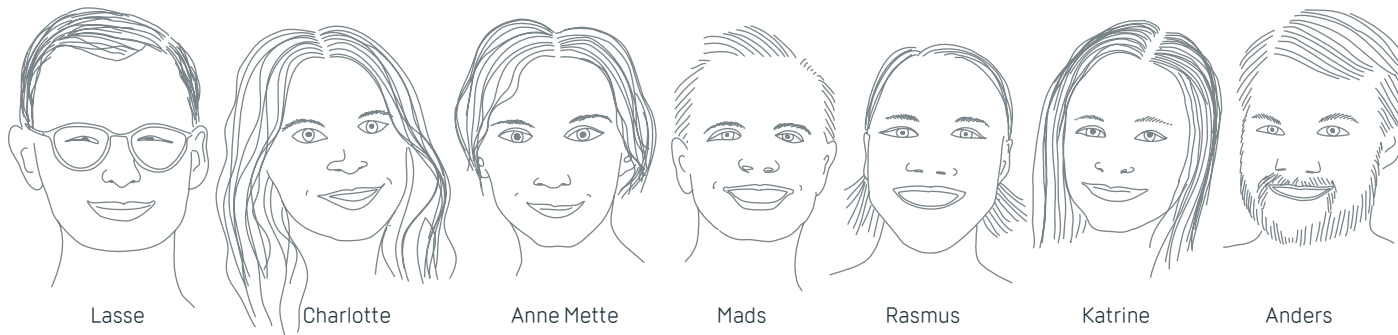
Denne guide er til jer, der skal arrangere et sportevent. Her finder I inspiration til, hvordan I kan sikre, at vi får mere bæredygtige sportevents. Det er ikke en udtømmelig tjekliste, da alle events har deres egne rammer og betingelser, men det er en guide til at starte rejsen mod mere bæredygtige events.

Nogen af jer er allerede godt i gang, og kan nikke genkendende til meget af det. Andre er først lige begyndt. Forhåbentlig kan I alle hente inspiration og nye perspektiver.

Guiden er udarbejdet af et udvalg sammensat på tværs af kompetencer i DIF.

God læselyst

Anders Vedel - Konsulent DIF Udvikling  
Anne Mette Trier - projektleder DIF Innovation Lab  
Charlotte Mathiesen - Designer DIF Innovation Lab  
Katrine Gribel Vorum - Eventchef Dansk Atletik  
Lasse Lyck - Public Affairs-konsulent DIF  
Mads Bang Aaen - Projektleder DM-ugen  
Rasmus Schriver - Projektmedarbejder Royal Run



# Grundprincipper i guiden

I vores arbejde med guiden har vi hentet inspiration i de mange publikationer, der de seneste år er udgivet på området. Flere af dem har fokus på afvikling af events og sportsarrangementer.

Vi har fokuseret på at gøre guiden let at bruge, når der skal træffes beslutninger i planlægningen og afviklingen af eventet.

Guiden er bygget på princippet om at kigge på hele produktets livscyklus. Optimalt fra produktets fødsel til det bliver kasseret eller genanvendt i et nyt produkt. Undervejs i produktets livsfaser sigtes der mod et minimum af spild, herunder forurening og affald. Et andet princip vi tilslutter os, er de 6 R's: Refuse, Reduce, Reuse, Replace, Recycle, Remind.

I vil kunne læse, hvordan grundprincipperne er tænkt ind i hvert afsnit.

*Plastic Game Plan for Sport*

## De 6 R'er

### **REFUSE**

Spørg jer selv om I virkelig har brug for det produkt.

### **REDUCE**

Hvordan kan I reducere brugen af ikke bæredygtige løsninger?

### **REUSE**

Forsøg i videst muligt omfang at anvende genanvendelige produkter.

### **REPLACE**

Se efter mere bæredygtige alternativer på eksisterende løsninger.

### **RECYCLE**

Sørg for at det der ikke bliver brugt kan genanvendes.

### **REMIND**

Inspirer kollegaer og stakeholders til at tænke i bæredygtige alternativer.

# Opbygning af guiden

## FOR HVERT AFSNIT ER DER

### HVAD VED VI OM

Intro der sætter rammerne for hvorfor dette er værdt at beskæftige sig med

### MÅLSÆTNINGER FOR

Eksempler på målsætninger, som I kan lade jer inspirere af til jeres arbejde

### INSPIRATION TIL SAMARBEJDSAFTALER

De fleste bæredygtige initiativer kræver samarbejdspartnere, og vi inspirer jer til, hvem I skal tage fat i.

### INSPIRATION TIL MARKEDSFØRING

Positiv markedsføring af grønne tiltag

### INSPIRATION TIL AKTIONPLAN FOR

En før-, -under- og efterguide, der gør det lettere for jer at komme i gang

### FAKTA

Om emnet, her får I den vigtigste viden

### NYTTIGE LINKS

Både til inspiration om hvad andre har gjort og til samarbejdspartnere

### MODELLER

Der illustrerer de vigtigste pointer, så det bliver nemt at tilgå

### INDSATSER

Afkrydsningsskema, som guider jer i gang

### EKSEMPLER PÅ HVILKE INDSATSER, DER HAR STØRST EFFEKT

CO2e beregninger, der viser de største gevinster

Vores håb med denne guide er, at vi sammen kan gøre en forskel. Idræts-events er kommet for at blive - hvad enten, det er et "breddeevent" eller et internationalt mesterskab. Kravene til disse events er voksende, hvilket til tider sætter klimadagsordenen under pres.

Med guiden ønsker vi at inspirere og gøre arbejdet med bæredygtige events lettere. Første skridt er at overveje, hvorfor du som arrangør skal tænke bæredygtigt. Hvor i din værdikæde, kan du skabe en værdi for dit arrangement ved at tænke bæredygtigt?

Afkrydsningsskemaet er ment som en hjælp til at komme i gang med indsatserne. Vi ved godt, at det er urealistisk at gå hele vejen fra dag 1, men alle skridt tæller. Med eksemplerne ved hånden bliver det forhåbentlig lettere at prioritere.

Et godt sted at starte er at udpege en bæredygtighedsansvarlig. Initiativerne skal forankres hos en eller flere personer - nogen skal holde snor i de bæredygtige tiltag.

Vi ved, at vi allerede i planlægningsprocessen er med til at beslutte CO2-aftrykket ved events. Det er derfor vigtigt, at vi fra start tænker bæredygtigheden ind, så vi skaber gode forudsætninger og rammer for flere bæredygtige events.

**Vi gør det sammen, og vi gør det for vores fælles fremtid.**

**God arbejdslyst.**

# Indholdsfortegnelse

Forord .....	3
Introduktion .....	4
Grundprincipper i guiden .....	5
Opbygning af guiden .....	6
<b>TRANSPORT .....</b>	<b>9</b>
Hvad ved vi om transport før, under og efter danske sportevents? .....	9
Transport til events .....	10
Transport under events .....	11
Målsætninger for transport .....	11
Inspiration til samarbejdsaftaler .....	11
Inspiration til markedsføring .....	11
Inspiration til aktionplan for transport .....	12
Nyttige links .....	12
Indsatser .....	12
Eksempler på hvilke indsatser, der har størst effekt .....	12
<b>UDSMYKNING OG VENUE DRESSING .....</b>	<b>13</b>
Hvad ved vi om venuedressing og events? .....	13
Målsætning for venuedressing og events .....	14
Inspiration til samarbejdsaftaler .....	14
Inspiration til markedsføring .....	14
Nyttige links .....	14
Inspiration til aktionplan for venuedressing .....	15
Indsatser .....	15
Eksempler på hvilke indsatser, der har størst effekt .....	16

<b>ENERGIFORSYNING .....</b>	<b>19</b>
Hvad ved vi om bæredygtige events og grøn strøm? .....	19
Inspiration til aktionplan for grøn strøm .....	20
Tilkøb af grøn strøm .....	20
Venueoptimering ift. grøn strøm .....	20
Målsætning for grøn strøm .....	20
Inspiration til samarbejdsaftaler .....	21
Inspiration til markedsføring .....	21
Nyttige links .....	21
Indsatser .....	21
Eksempler på hvilke indsatser, der har størst effekt .....	21
<b>BÆREDYGTIGE EVENTS OG FORPLEJNING .....</b>	<b>22</b>
Hvad ved vi om forplejning til events? .....	23
Målsætninger for forplejning .....	23
Inspiration til samarbejdsaftaler .....	24
Inspiration til markedsføring .....	24
Fakta .....	24
Nyttige links .....	24
Inspiration til aktionplan for forplejning .....	25
Indsatser .....	25
Eksempler .....	26



## MOTIONER NATUREN REN .....29

Hvad ved vi om at motionere naturen ren .....	29
Inspiration til målsætning for at motionere naturen ren .....	30
Inspiration til samarbejdsaftaler .....	30
Inspiration til markedsføring .....	30
Nyttige links .....	30
Inspiration til aktionplan .....	31
Eksempler .....	31
Indsatser .....	32

## Danmarks unikke grønne salgsargumenter .....33

## CASES .....35

<b>Case Sparta</b> .....	35
Links .....	36
Initiativer til inspiration .....	37
Et godt råd fra Sparta .....	38

## **Case Dansk Surf og Rafting Forbund** ..... 39 |

Intro .....	39
Eventinitiativer til inspiration .....	39
Initiativer til inspiration .....	41
Initiativer i pipelinen .....	42

## **Case Triatlon Danmark** ..... 43 |

Intro .....	43
Eventinitiativer .....	44
Fakta .....	45
Initiativer i pipelinen .....	46
Links .....	46
Et godt råd .....	46

## **Case VM i Sejlsport** ..... 47 |

Intro .....	47
Initiativer til inspiration .....	47
Initiativer i pipelinen- Planer til The Ocean Race .....	50
Et godt råd fra eventteamet .....	52

## Links ..... 53 |

Publikationer .....	55
Tjekliste .....	56
Noter .....	58



# Transport

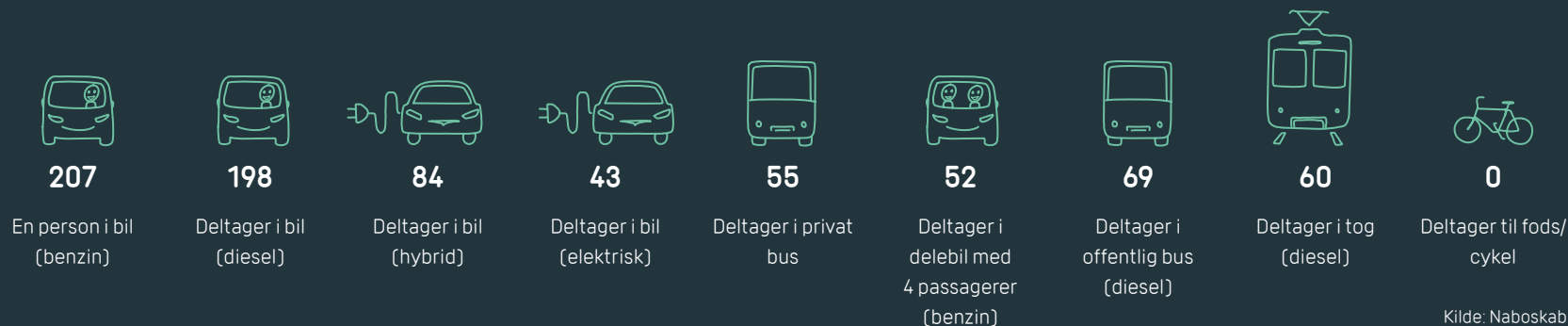
Store events kræver transport af deltagere til og fra eventet. Længerevarende events kræver endda transport af atleter, frivillige og tilskuere under eventet mellem hoteller og venues. Til DM-ugen skal ca. 5.000 atleter og trænere fra 25 specialforbund eksempelvis transportere sig fra deres hjemby til Aalborg. Herudover vil et stort antal tilskuere fra hele DK overvære mesterskaberne i Aalborg. Ved internationale events kommer folk fra hele verden. Som arrangør har du mulighed for at påvirke valg af transport ved eventet, mens du kan nudge deltagere og tilskuere til at transportere sig mest klimavenligt til eventet.

## HVAD VED VI OM TRANSPORT FØR, UNDER OG EFTER DANSKE SPORTEVENTS?

Udledning fra transport er en markant del af store events samlede klimaaftryk. Transport står for ca. 1/3 af Danmarks samlede CO2-udledning, ligesom det er den primære kilde til lokal luftforurening i byerne. Udledning fra persontransport afhænger dog i høj grad af transportmiddel, afstand og i hvordan transportmidlets kapacitet udnyttes. Se f.eks. nedenstående skema om transportmidlers CO2-udledning i gram pr. person pr. kilometer.

Beregn selv dit klimaaftryk på [flyrejser](#)

## CO2-UDLEDNING I GRAM PR. PERSON PR. KILOMETER



Kilde: Naboskab

## TRANSPORT TIL EVENTS

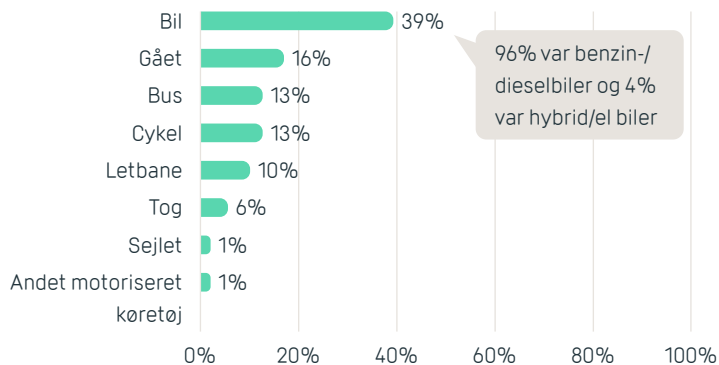
Under større danske events foretages der ofte effektmålinger gennem interviews med deltagere og tilskuere. I nogle af disse undersøgelser spørges der til, hvordan deltagerne har transporteret sig til eventet. Dette bør dog udvikles endnu mere, så en arrangør kan måle på udviklingen fra et event til det næste.

Se nedenstående eksempel fra Aarhus Tall Ship Race 2019. Her var der i alt 400.000 besøg hen over eventet. I dette tilfælde benyttede ca. 39 % af deltagerne bil for at komme til og fra Aarhus Havn.

### EKSEMPEL:

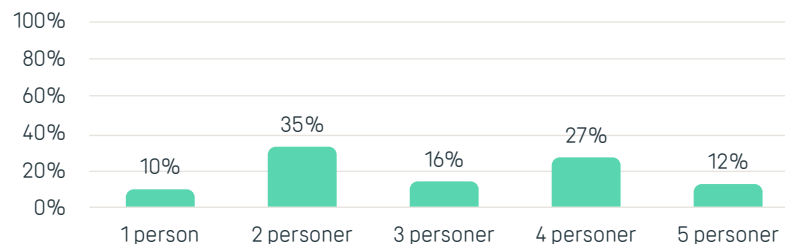
Der bliver brugt et bredt udsnit af forskellige transportmidler til at komme til eventet, om end biler er det hyppigst benyttede transportmiddel

#### Hvilket transportmiddel har du benyttet for at komme til Tall Ships Races?



- 39% benytter sig af bil som transportmiddel til eventet. Blot 10% af bilerne ankom alene i bilen.
- Offentlige transportmidler (bus, tog og letbane) står for 30% men 29% er enten gået eller cyklet.

#### Hvor mange personer var der i bilen inklusiv dig selv



Events er vidt forskellige, hvad angår antal deltagere, deres nationalitet eller hvor fra i Danmark de kommer. Et event som VM i sejlsport tiltrak f.eks. hovedsageligt lokale tilskuere fra Aarhus og Aarhus omegn. Et event som VM i ishockey tiltrak tusinder udenlandske tilskuere. Derfor vil arrangørernes muligheder for at påvirke deltagernes transportvalg være vidt forskellige fra event til event.

Hvis deltagerne kommer fra udlandet eller blot skal rejse på tværs af landet, kan de opfordres til at tage tog ved f.eks. at tilbyde dem shuttlebusser fra togstationen, en særlig velkomst på togstationen eller ved rabat på togbilletter. Kommer deltagerne kørende kan digitale platforme for samkørsel tilbydes af arrangøren, ligesom at deltagere der udfylder bilernes kapacitet, kan tildeles en lille gave. Det vigtige er at skabe relevante incitament for deltagerne, som ofte er, at det grønne valg er det lette valg. I denne proces er klar kommunikation og aftaler med relevante transportleverandører helt afgørende.

## TRANSPORT UNDER EVENTS

Events der strækker sig over flere dage, stiller ofte krav til, at eventviklerne sørger for transport til deltagere og tilskuere imellem hoteller, venues, fan-zoner, bykerner, lufthavnen og togstationer. Ved eksakt placering af et event afgøres en lang række muligheder for at benytte eksisterende kollektiv trafik og infrastruktur. **Derfor er placeringen af events udgangspunkt for et grønt event, når det kommer til grønne transportformer.**

Derudover kan arrangører handle mere klimavenligt i valget af shuttlebuses. Det vil eksempelvis være oplagt at tilbyde låncykler, udnytte køretøjernes kapacitet og vælge busser med lav eller ingen CO<sub>2</sub>-udledning.

Transport under et event såvel som til og fra event kan også blive til et sideevent i sig selv. Man kan f.eks. ved brug af eksisterende gps-apps uploade, hvor langt man har transporteret sig gående eller cyklende, for så at konkurrere med andre og få muligheden for at vinde en voucher. Sådanne tiltag kan der udvikles videre på.

Ved en række events er der krav om VIP-transport af enkeltpersoner i egen bil. Tag dialogen allerede ved kontraktens indgåelse, så flest mulige benytter sig af fælles transport.

## MÅLSÆTNINGER FOR TRANSPORT

Sæt klare målsætninger for området. Hent inspiration i nedenstående målsætninger:

- Vi vil skabe incitament for, at mindst 25 % af deltagerne kommer til og fra eventet med kollektiv trafik
- Vi vil skabe incitament for, at mindst 70 % af de deltagere, der kommer i bil, er mindst 3 i hver bil
- Vi vil tilbyde gratis bycykler til alle deltagere
- Vi vil kun benytte shuttlebusser, der kører på el

## INSPIRATION TIL SAMARBEJDSAFTALER

- Tag tidligt fat i det lokale trafikselskab, og lav aftaler om shuttlebusser til og fra eventpladsen.
- Lav aftaler med samkørselsordninger om annoncering af ruter til eventet og tænk det ind i markedsføringen.
- Lav aftaler med kommunen om ekstra bycykler i eventperioden.
- Lav aftaler om klimakompensation med virksomheder - eksempelvis plant et træ.

## INSPIRATION TIL MARKEDSFØRING

- Markedsfør de mange grønne transportmuligheder, og hvordan du som deltager bidrager til af CO<sub>2</sub>-reduktion
- Fortæl om de gode parkeringsmuligheder udenfor byen som et positivt tiltag
- Markedsfør fællestransport ved tilmeldingen, så det gøres lettere for deltagerne at træffe det mest bæredygtige valg
- Tilbud mulighed for at tilkøbe CO<sub>2</sub>-kompensation
- Markedsføring af konkurrence om, hvem der har transporteret sig længst gående og cyklende

## Eksempler på hvilke indsatser, der har størst effekt



1. Udover at cykle eller gå er en elbil det mest klimavenlige af private transportmidler. Tænk over mulighederne for at indgå samarbejder med elbil-leverandører og låne-cykler om transport til eventet og rundt mellem eventets forskellige lokaliteter.



2. Deltagere, som kører alene i benzin- eller dieselbil til et event, har udover flypassagerer den største CO2 udledning. Påvirk deltagerne til at tage flere med i bilen, eller benytte delebilsordninger til eventet.



3. Deltagere, som kører i elbil, bus, delebil eller offentlig transport, har en væsentlig mindre CO2-udledning. Lav partnerskaber med offentlig transport om eventbilletter og rabatordninger i forbindelse med transport til og fra eventet.

### Indsatser

som guider jer i gang

- Placering af eventet
- Låne-cykler
- Løbehjul
- El-busser
- Shuttlebusser
- Parkering udenfor byen
- Samkørselsordninger
- CO2-kompensation
- Eventbillet til kollektiv trafik

## INSPIRATION TIL AKTIONSPLAN FOR TRANSPORT

### Før

- Vælg den rette placering for eventet, der udnytter den kollektive trafik og infrastruktur
- Tænk over placering af eventet ift. hotel og overnatningsmuligheder
- Lav aftaler med den kollektiv trafik og kommuner
- Lav aftaler om samkørselsordninger
- Lav økonomiske incitamenter for deltagerne
- Kommuniker tydeligt muligheder til deltagerne
- Estimer klimaafttrykket ud fra trufne valg og juster til

### Under

- Sikr at trafikken glider let og vær klar til at sætte ekstra shuttlebusser eller låne-cykler ind
- Foretag en bred impactundersøgelse med spørgsmål til transportform og afstand

### Efter

- Evaluer løsningerne
- Kommuniker effekter til deltagerne

**Nyttige links:**  
**Journey Planner**  
*Gomare*

**Inspiration**  
*Eventhåndbog fra Aarhus*

# Udsmykning og venue dressing

## HVAD VED VI OM VENUEDRESSING OG EVENTS?

Venedressing, dvs. bannere, udsmykning, målportal osv. er et uundværligt værktøj for et arrangement. Det sætter stemningen og er en væsentlig del af den oplevelse, der kan skabes som en del af arrangementet. Det er med andre ord en måde at gøre eventet tiltalende og attraktivt på. Skal man tænke miljøvenligt og bæredygtigt med henblik på venedressing, er det væsentligt, at man fra start har gjort sig klart, hvilket hensyn og hvilket behov det enkelte element opfylder: Er det praktisk information for deltageren, der skaber tryghed omkring deltagelsen – som f.eks. en start- og målportal? Er det stemning, der giver den ekstraordinære oplevelse for deltageren – som f.eks. fyrværkeri der markerer afslutningen af eventet? Det er en vigtig del af arbejdet at tænke værdien af udsmykningen ind – enten gennem egen erfaring som arrangør, ved at lave brugerundersøgelse af sine elementer hos sine deltagere eller noget helt tredje. Dertil er det vigtigt at overveje, hvad der grundlæggende har den største indflydelse på miljøet

Ud fra værdisætningen er det interessant at overveje, om det enkelte element skal erstattes af en ny løsning – en alternativ løsning – eller om der skal produceres tilsvarende produkt/løsning i et bæredygtigt og miljøvenligt materiale – og måske endda en blanding af begge løsninger. Kan en start/mål-portal helt undværes, hvis ruten placeres, så der fremgår en tydelig og naturlig løsning på disse to elementer? Kan en bro markere start? Kan en bro markere slut? Kan vi mindske produktionen af materiale eller sikre, at det der produceres, er genanvendeligt og bæredygtigt?

## MÅLSÆTNING FOR VENUEDRESSING OG EVENTS

Sæt klare målsætninger for området. Hent inspiration i nedenstående:

- Vi reducerer produktionen af venuedressing-materiale med x-antal %
- Vi vil producere 80% af vores bannere og beachflag, så de kan bruges flere år i træk
- Vi vil producere materiale, der er produceret miljøvenligt
- Vi vil sikre os, at deltagernes tilfredshed med løbsarrangementer ikke falder
- Vi vil udarbejde en plan, der over tid skal reducere belastningen af miljøet ved brugen af venuedressing

## INSPIRATION TIL SAMARBEJDSAFTALER

- Sikre at leverandører lever op til dine egne målsætninger
- Producent/leverandør, der kan producere venuedressing bæredygtig i Danmark - gerne lokalt
- Samarbejdspartner, der kan inspirere til at tænke bæredygtigt

### Nyttige links:

- *ADVICE bæredygtighedsbarometer for baggrundsviden*
- *London Marathons arbejde med at tænke venuedressing bæredygtigt*

## INSPIRATION TIL MARKEDSFØRING

Vær bevidst om, at idrætten er en platform for kommunikation af budskaber mere end, at idrætten reelt er den største synder på klimaområdet. Markedsføringen skal målrettes deltagerne (forbrugerne) og evt. samarbejdspartnere (da fokus er gået fra politikere til forbrugere)<sup>12</sup> mhb. efterspørgsel og krav, dog uden at kompromittere idrætsarrangementet, deltagernes oplevelsen og kommunikationen af denne. Det er en nødvendighed at tænke bæredygtigt af hensyn til forventningen fra forbrugeren – men det er idrætten og oplevelsen, der har gjort, at man betaler for billetten/startnummeret.

## INSPIRATION TIL AKTIONSPLAN FOR VENUEDRESSING

### Før

Første skridt er at overveje, hvorfor du som arrangør skal tænke bæredygtigt. Hvor i din værdikæde, kan du skabe en værdi for dit arrangement ved at tænke bæredygtigt?

Næste skridt er at overveje, hvilke elementer af sin venuedressing, der med en kort tidshorisont kan ændres og hvilke elementer, der med en længere tidshorisont kan ændres.

Hvilke "smarte løsninger" eksisterer på nuværende tidspunkt? Overvej at gøre brug af venuedressing med omtanke på genanvendelighed og unødigt produktion:

- Undlad at trykke årstal
- Genbrug trykt materiale
- Planlæg din venue så den naturligt skaber en oplevelse for dine deltagere og undgå unødigt produktion – venuedressing handler om at skabe en stemning, hvortil omgivelserne i sig selv, kan skabe en stemning
- Overvej hvilke bannere, der kan deles på tværs af events, hvis de designes rigtigt.

Der kan ligge en stor ressourcebesparelse i planlægningen. Bestil kun de bannere du skal bruge. Bestil kun de antal T-shirt deltagere har bestilt på forhånd. Se Sparta Case for inspiration

Lav evt. aftale med en event app, så informationen kan foregå digital.

### Under

Brug kun den nødvendige udsmykning for at skabe den rette stemning. Informer digitalt hvis muligt, så du undgår at printe unødvendige flyers og programmer. Brug evt. en app til eventet -her kan også lægges vouchers som en digital goodiebag.

### Efter

Sikre korrekt indsamling og opbevaring af de elementer, der kan genbruges. Sørg for at andre kan få glæde af de elementer, der ikke kan genbruges, men må genanvendes. Her tænkes eksempelvis på banner, der kan syes om til tasker af den lokale produktions-skole. Sørg for at de elementer, der ikke direkte kan genbruges eller genanvendes, bliver genbrugt på korrekt måde ved affaldssortering.

Tænk på de 6 R's, Refuse, Reduce, Reuse, Replace, Recycle, Remind. Se indledningen.

## Indsatser

Nedenstående er en liste over elementer, man med fordel kan genoverveje som en del af sin venuedressing:

### Information

- Program
- Plakater / markedsføringsmateriale
- AV-udstyr – storskærm
- Informationsskilte

### Til deltagerne

- Startnumre – kuvert, papir, flyer
- Sikkerhedsnåle
- T-shirts
- Goodiebags
- Forplejning
- Plastikkrus
- Medaljer

### Udsmykning på pladsen

- Beachflag
- Cykelhegnsbannere (kvadratmeter/banner)
- Strips
- Start/mål-portaler
- Telte
- VIP-telte
- Tidtagingsmætter

## Eksempler på hvilke indsatser, der har størst effekt

Ved at fremstille en t-shirt i *genanvendt polyester* er det muligt **at spare ca. 50 % CO2e** pr. t-shirt sammenlignet med en t-shirt i jomfrueligt polyester.

### Eksempel:

Til CPH Marathon (13.200 deltagere i 2019) kan **der spares 3.6 tons CO2e** ved at købe t-shirts i *genanvendt polyester*

Ved at have fokus på hvad I giver deltagerne til eventet og opfordre dem til at bortskaffe det til genanvendelse, kan I reducere CO2-udledningen betragteligt.



## Der er stor gevinst ved at anvende genanvendt materiale



**1353 kg CO2e**

Jomfruelig polyester t-shirt, startnummer m. sikkerhedsnåle og zinkmedalje, hvor alt bortskaffes til forbrænding



**0,350 kg CO2e**

T-shirt i genanvendt polyester, startnummer m. sikkerhedsnåle og medalje i genanvendt plast. Alt bortskaffet til genanvendelse

## Belastningen af en zinkmedalje er ca. 13 gange større end en lavet af genanvendt plast

Medaljen er en stor CO2-synder til sportsevents, og jo flere medaljer I udleverer des større er belastningen.



**0,492 kg CO2e**

Medalje zink  
22,6 Ton CO2e ved  
46.000 deltagere



**0,038 kg CO2e**

Medalje genanvendt plast  
1,75 ton CO2e ved  
46.000 deltagere



## Plakat og program

En anden stor synder er printet materiale. I første omgang er det som nævnt det bedste helt at undlade printede programmer og lægge dem digitalt. Hvis I vælger printede programmer, er det særligt vigtigt at tænke på produktets livscyklus.

Eksempel: Hvis der fremstilles programmer til alle deltagere ved CPH Marathon (13.200 deltagere i 2019) og alle programmerne efterfølgende bortskaffes ved genanvendelse, er det muligt at spare 4,2 tons CO<sub>2</sub>e. Bortskaffelsen af informationsmateriale vil ofte ske efter eventet er afholdt. Som eventarrangører kan I nudge deltagerne til at genanvende materialet efter eventet.



Mange af de ting vi bruger til events, bruger vi fordi vi altid har gjort det. Det er blevet tid til at overveje, om det er nødvendigt. Undgå så meget eventtilbehør som muligt, da det ikke kan/bliver genanvendt. Hvor det ikke er muligt at undvære tilbehøret, så tænk over om I kan vælge tilbehør i enten genanvendte materialer eller mere bæredygtige materialer - og fx undgår plastik og latex.

Ved at gange op med, hvor mange flag, konfettirør, balloner og poser, som købes til et specifikt arrangement, vil potentialet ved at undgå tilbehøret vise sig meget større.



**6,891 kg CO<sub>2</sub>e**

Flag m. plastpind (100 stk) Papir + LDPE,  
hvis borts. forbrænding



**1,972 kg CO<sub>2</sub>e**

100 stk Latex/polychloroprene, hvis borts.  
forbrænding

## Beachflag

Bannere, der kan genbruges, belaster miljøet mindre, og hvis banneret genanvendes i en anden sammenhæng, bliver levetiden endnu længere. Hvis banneret ikke kan genbruges, kan stængerne måske. Tænk ordentlig kvalitet på stængerne så de kan holde til gentagende brug.



**2,015 kg CO2e pr. styk**

CO2-udledning pr. beachflag ved bortskaffelse til forbrænding



**0,169 kg CO2e pr. styk**

CO2-udledning pr. beachflag ved bortskaffelse til genanvendelse

## Transport

Der er stor forskel på CO2-aftrykket afhængig af, om I vælger at få det transporteret fra et sted i DK eller udlandet. Jo nærmere på eventlokationen produkterne kan lejes jo bedre. Ved at leje produkter frem for at købe, er I med til at udnytte produkternes fulde potentiale og sikre, at der ikke fremstilles flere produkter, end der er behov for.

Tilsvarende er det vigtigt ikke at leje eksempelvis flere cykelhegn end der er behov for, da transporten af produkterne belaster miljøet.



**145,55 kg CO2e**

500km  
(100 stk) Transport fra  
Tyskland til Danmark



**8,7 kg CO2e**

30 km  
(100 stk) Transport Roskilde  
til København)



# Energiforsyning

---

## HVAD VED VI OM BÆREDYGTIGE EVENTS OG GRØN STRØM?

En del af udfordringen ved at arrangere et bæredygtigt og miljøvenligt idrætsarrangement er strømforbrugets belastning af miljøet (fx til start og målområderne). Desuden er der et gennemgående behov for en tilstrækkelig og sikker strømforsyning under arrangementet. Indtil nu og ved de fleste større idræts-events har diesel-generatorer enten været primær energiforsyning eller en sikker back-up for forsyningen i tilfælde af pres på el-nettet.

Med DIF-idrættens intention om at rykke sig mod en grønnere profil inden for eventområdet er der et stort behov for at finde løsninger, der muliggør at drive sit idrætsarrangement på "grøn strøm" og på en driftssikker måde, der sikrer energisikkerhed samt understøtter unikke idrætsoplevelser uden at gå på kompromis. Hertil at reducere brugen af fossile brændstoffer til nul.

## INSPIRATION TIL AKTIONSPLAN FOR GRØN STRØM

At skifte sit forbrug af strøm til "grøn strøm" som en del af sit idrætsarrangement, vil være en overvejelse man skal gøre sig tidligt i processen, hvis man har planer om at arrangere et større idrætsevent.

### Tilkøb af grøn strøm

Man kan som udgangspunkt tilkøbe PPA'er, (Power Purchase Agreement), der er en form for 'grøn strøm'-løsninger, der sikrer, at du får grøn strøm til dit event. Dette er ofte lidt dyrere end den normale strøm, men ud over at bidrage til et bæredygtigt idrætsevent er man også med til at sikre at der investeres yderligere i bæredygtige energiløsninger.

[Se mere her](#)

Under arrangement kan man med fordel hænge PPA- certifikatet op som bevis for det bæredygtige energivalg, man har taget.

### Venueoptimering ift. grøn strøm

Ved en større eventplads, som skal bruges af flere arrangører og hele året rundt, kan det være én god idé at gå i dialog med pladsejeren (fx kommunerne) omkring en driftsikker og "energirigtig" løsning for ens idrætsevent. Store events kræver store mængder energi/strøm, og hvis der er ikke tilstrækkelig adgang til dette er generatorer ofte løsningen. En opgradering af sin el-forsyning til plads/eventområdet reducerer brugen af dieseldrevne generatorer – dog kan det være en bekostelig løsning at få etableret. Med udgangspunkt i NorthSide og Aarhus Kommune og deres samarbejde om at etablere 100 % grøn strøm, kan man som eventarrangørerne overveje lignende løsninger, hvor både kommune og leverandør af strøm tages med på råd som en del af en permanent løsning.

[Læs evt. mere her](#)

En del af et event med lavt energiforbrug er at benytte faciliteter med lavt klimaaftryk. Derfor kan man også kigge efter faciliteter der er miljømærket. Det kan f.eks. være mærkningen Green Sport Facility.

GREEN SPORT FACILITY er et miljømærke for idrætsanlæg, som sports-haller, svømmeanlæg, sportspladser, skøjtehaller og arenaer.

Læs mere om ordningen her  
[Greensportfacility](#)

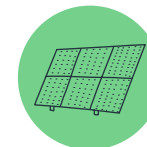
Som noget nyt er det muligt at bruge soldrevne generatorer eller solcelleskærme som erstatning for de dieseldrevne.



### F50-folieringskatamaraner

Til inspiration har SailGP, en international sejladskonkurrence, valgt at indgå et samarbejde med Aggreko om levering af solcelledrevne generatorer til eventet.

[Læs mere her](#)



### Solcelleskærm

Et event der kun bruger sol-og vind-energi til deres event er Croissant Neuf.

[Læs mere her](#)

## MÅLSÆTNING FOR GRØN STRØM

- At DIF-idrætten bliver forsynet af 100% grøn strøm ved større idrætsevents
- Fjerne brugen af dieseldrevne generatorer som en del af et idrætsarrangement ved at indkøbe PPA'er
- Skabe bæredygtige eventområder, der er forsynet af 100% grøn strøm – gerne med mulighed for at andre eventarrangører kan gøre brug af løsningerne. Det kan både være inde for idrætten og andre brancher
- Brug energivenlige elpærer i lamper

## INSPIRATION TIL SAMARBEJDSAFTALER

- Ørsted / leverandør
- Kommunerne / KL-samarbejds-partner
- Dansk Erhverv, Dansk Energi
- Aggreko

## INSPIRATION TIL MARKEDSFØRING

Vær bevidst om at idrætten er en platform for kommunikation af budskaber mere end, at idrætten reelt er den største synder på klimaområdet. Et idrætsarrangement skal først og fremmest skabe idræt og bevægelse. Markedsføringen skal målrettes deltagerne (forbrugerne) og evt. samarbejdspartnere. At investere "grønt" og omstille sig til en grønne profil, bør med fordel målrettes forbrugernes efterspørgsel og krav - dog uden at kompromittere idrætsarrangementet, deltageres oplevelsen og kommunikationen af denne. Det er en nødvendighed at tænke bæredygtigt af hensyn til forventningen fra forbrugeren og miljøet - men det er idrætten og oplevelsen, der har gjort, at man betaler for billetten/startnummeret.

Markedsføring af grøn strøm kan med fordel ses som et eksempel på den grønne omstilling, hvor man i fællesskab med kommune og samarbejdspartner fortæller historien om den grønne omstilling. Et meget synligt bevis på grøn strøm er opsætning af en vindmølle eller solceller ved eventpladsen.

I forbindelse med DM-ugen i 2022 vil man konkret kunne bruge Ørsted og Aalborg Kommune som partnere.

### Nyttige links:

*A greener Festival*

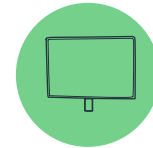
*Nortside*

*Ørsted*

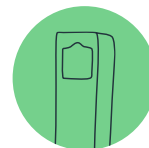
## Eksempler på hvilke indsatser, der har størst effekt



Ved at bruge LED pærer kan I reducere strømforbruget med op til 48%.



Ved at reducere antallet af skærme, opvarmede og oppustelige ting, reduceres strømforbruget tilsvarende.



Ved at anvende alm strømforsyning kontra diesel-generator kan I reducere CO2-aftrykket med 18%, anvendes grønstrøm reduceres aftrykket yderligere. Den almindelige strømforsyning, som er angivet, er en kombination af vedvarende energi og fossile energikilder. I 2019 bestod energiforbruget i DK af 35,5 % vedvarende energi.

*[kilde]*

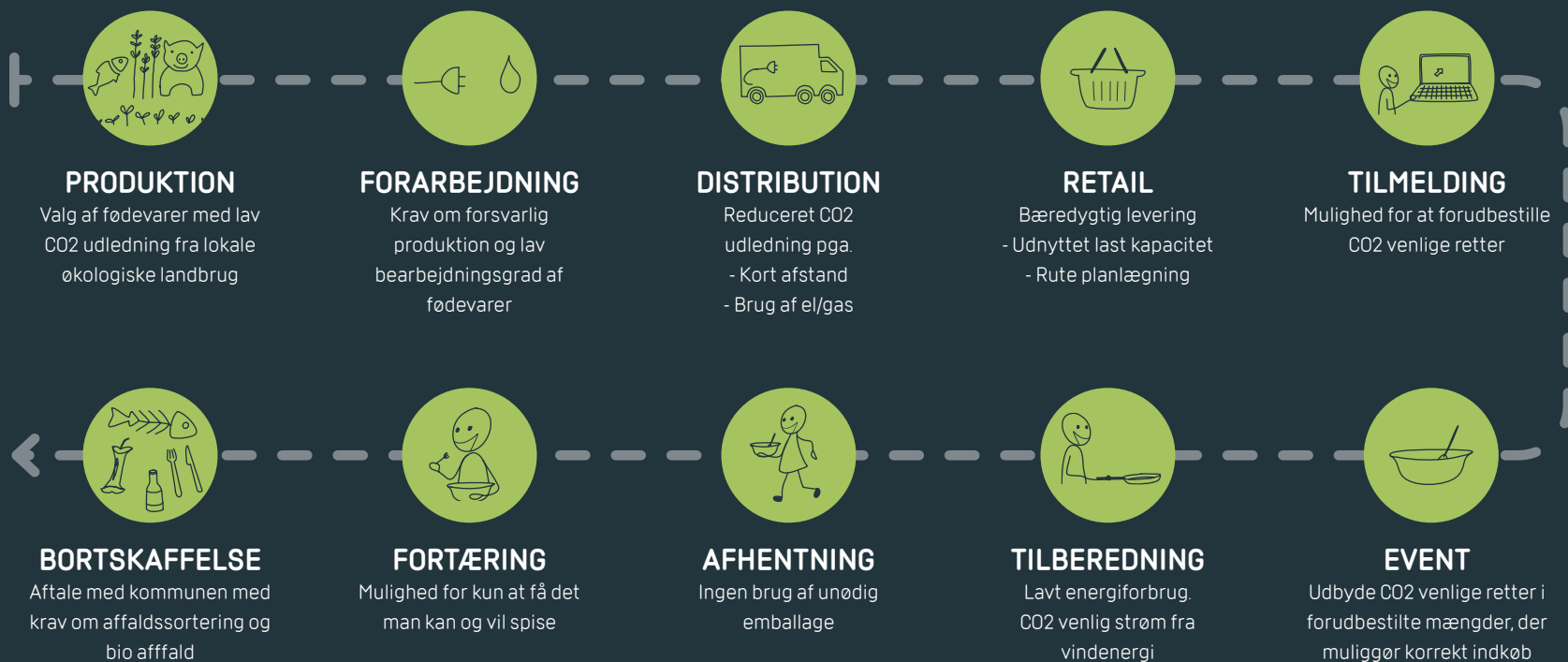
## Indsatser

som guider jer i gang

- Fastnetstrøm
- PPA-aftale
- Vindmøller
- Solceller
- Dieselgeneratorer udelades
- Solcelledrevne generatorer
- Reducer oppustelige portaler
- Energibesparende elpærer
- Antal storskærme

# Bæredygtige events og forplejning

## OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER VED FORPLEJNING



## HVAD VED VI OM FORPLEJNING TIL EVENTS?

Forplejning er et af de områder, der forurener allermost til et event. Service og emballage er en af de helt store syndere og en ressource, som kun bliver anvendt en gang. Mad der kræver minimal brug af service, er derfor at foretrække. Kød har et større CO2 aftryk end grøntsager, så tænk i vegetariske retter, og alternativt kylling og fisk, da de belaster miljøet mindre end f.eks. rødt kød. Gør det nemt for deltagerne at tage et bæredygtigt valg og vis vegetarretterne først på menukortet, så du nudger deltagere til det bæredygtige valg.

Retursystemer til flasker og glas minimerer affald ved drikkevarer. Lav et system, hvor deltagerne får en genbrugskop mod et depositum, og et refill- og retursystem, hvor deltagerne belønnes for at genbruge og returnere koppen. Herved undgår I også en masse plastkrus på pladsen. Kommuniker klart og tydeligt om, hvilken adfærd I ønsker fra deltagerne.

Affald er i det hele taget en stor synder ved forplejning til events. Det er derfor vigtigt, at I tænker i genbrug og videreformidling af overskydende mad. Der er heldigvis flere organisationer som Too Good To Go og Stopmadsild, som har specialiseret sig i at hjælpe med det. Det, der ikke kan genbruges, skal selvfølgelig forsøges genanvendt i størst muligt omfang. Her er affaldssortering for plast, metal, glas og papir samt bioaffald at foretrække. Det gælder ikke kun deltagerne til eventet, men i høj grad også for madleverandørerne. De skal ligeledes tænke på at få leveret madvarer i så lidt emballage som muligt. Skal de bruge 10 liter flåede tomater, skal de leveres i store kartoner i stedet for små halv liters. Det er desuden vigtigt, at leverandørerne tænker i genbrugskasser som mælke- og brødkasser frem for papkasser, som også er en af de helt store affaldssyndere til events.

## MÅLSÆTNINGER FOR FORPLEJNING

Start med at formulere målsætninger for området. Hent inspiration i nedenstående:

- Vi vil tilbyde klimavenlig mad og drikke i de mængder og det sortiment, der er afsætning til
- Vi vil tilberede den mængde mad og drikke, der bliver bestilt og ønskes spist og derved undgå mest muligt madspild
- Overskydende mad skal tilstræbes spist af andre, og i sidste ende genanvendes som bioaffald på de lokale marker
- Vi vil sikre at service og emballage, i så fald det er nødvendigt, destrueres eller genanvendes på den mest bæredygtige måde, og derved mindsker miljøaftrykket ved forplejning til events
- Vi vil i videst muligt omfang genbruge kasser og emballage til transport af mad

## OBS

Hoteller og restauranter som benyttes til VIP-gæster skal forsøge at leve op til bæredygtighedsstandarder. For hotellerne er det mærkningen Green Key, for restauranternes side Green Restaurant.

Det er desuden muligt for madboder at opnå et økologisk spisemærke ved lejlighedsvis arrangementer

*Fødevarerstyrelsen*

## INSPIRATION TIL SAMARBEJDSAFTALER

Ræk ud til relevante samarbejdspartnere, som kan hjælpe med at indfri jeres målsætninger

- Stil krav til leverandørerne, om brug af økologiske lokale råvarer
- Lav aftale med lokale fødevarerproducenter
- Lav aftale med Too Good To Go om videreformidling af mad
- Lav aftale med Stopspildafmad om at give mad til hjemløse
- Lav aftale med kommunen om bioaffald
- Lav aftale med kommunen om affaldssortering
- Lav aftale med Dansk Retur System om returnering af flasker
- Aftale med leverandør af en digitale eventhåndteringsplatform, hvor deltagerne kan bestille mad på forhånd

## INSPIRATION TIL MARKEDSFØRING

Fortæl om verdenen at I har taget et klimabevidst valg i forhold til indkøb, transport og udvalg af mad. Fortæl eventuelt at I sælger udelukkende økologiske, lokale fødevarer samt at menuen er vegetarisk, fisk og fugl, da det belaster klimaet mindre. Og at I kun producerer det, der bliver bestilt for at undgå størst muligt madspild.

### FAKTA

Følgende produkter vil blive forbudt i EU i 2021:

- Engangsbestik af plastik (gaffler, knive, skeer og spisepinde)
- Plastiktallerkener til engangsbrug
- Sugerør af plast
- Vatpinde af plast
- Ballonpinde af plast
- Oxo-nedbrydeligt plast, fødevarer beholdere og ekspanderende polystyrenkopper

### Nyttige links:

#### Lær af andres erfaringer...

*Roskilde Festival*

*Northside*

#### Samarbejdspartnere

*Dansk Affaldsforening*

*Stop spild af mad*

*Too good to go*

*Dansk Retursystem*

#### Regler vedrørende plastik

*Europa-Parlamentet forbyder engangsplast i 2021*



## Indsatser

Aftal hvilke indsatser I vil gå efter i første omgang. Brug eksemplerne til at pejle jer frem til, hvilke indsatser der giver størst effekt. Øg indsatsen til hvert event og styrk derved jeres arbejde mod at blive mere bæredygtige.

### Affald

- Videreformidling af overskudsmad
- Genbrug emballage og råvarer
- Sortering af affald, plast, metal, papir og glas
- Bioaffald - genbrugt som gødning
- Genbrugskasser til tran sport

### Transport

- Elbiler til transport af varer
- Logistik optimering ift. levering af varer

### Servering

- Lokale økologiske råvarer
- Danske råvarer
- Mulighed for forudbestilling af tilberedt mad
- Servering af bæredygtige retter
- Minimere brug af service
- Service der er
  - I) genanvendeligt
  - II) nedbrydeligt

### Energi

- Grøn energi/gas til tilberedning
- Reduktion af vandforbrug ved tilberedning

## INSPIRATION TIL AKTIONSPLAN FOR FORPLEJNING

### Før:

- Lav aftaler med samarbejdspartnere og kommuner
- Lav aftale med aftagere af overskudsmad
- Lav aftale om digital eventhåndteringsløsning
- Få overblik over affaldstyper og mængder
- Indkøb affaldssorteringsløsninger og test dem evt. på forhånd
- Uddan frivillige i affaldssortering
- Find løsninger der minimerer brug af emballage
- Kommuniker tiltag til deltagerne

### Under:

- Sikre at affald bliver sorteret rigtigt- hav observatører på pladsen der sikrer korrekt sortering
- Sikre at madleverandørerne er med på korrekt håndtering af madvarer og affald
- Kommuniker tiltag til deltagerne

### Efter:

- Evaluere løsningerne
- Kommuniker effekt til deltagerne

## HVAD GIVER STØRST EFFEKT AT GØRE

### Animalske fødevarer forurener mere end plantebaserede fødevarer

Ved at reducere madspild og kun producere det mad der bliver købt og spist, reducerer du mest.



**4,54**

Kg CO2e pr. måltid af 500gr.



**1,38**

Kg CO2e pr. måltid af 500gr.



**1,3**

Kg CO2e pr. måltid af 500gr.



**1,3**

Kg CO2e pr. måltid af 500gr.



**0,96**

Kg CO2e pr. måltid af 500gr.



Økologiske råvarer har ofte en højere CO2-udledning end ikke økologiske. Dog er økologi ofte bedre for sundheden og biodiversiteten.



Lokalproduceret og kortrejst mad er ofte bedre, men det afhænger af sæsonen. Transporten spiller generelt en mindre rolle ift. valget af råvarer.



Et gennemsnitligt måltid med 100 g. kød har en CO2e-belastning på 2,40 kg. CO2e. Går der eksempelvis 5000 retter til spilde giver det en unødigt belastning på 12 ton CO2e.

Beregningerne er lavet på estimater for et sammensat måltid.

## Engangsservice

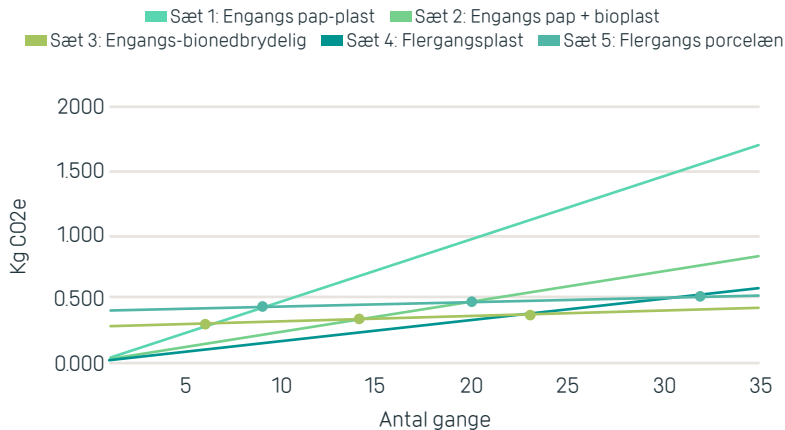
Allerede når servicesæt af flergangsplast er brugt 6 gange er det CO<sub>2</sub>-mæssigt bedre end servicesæt af engangsplast. Når det er brugt 23 gange, er det bedre end servicesæt 1- engangspap og plast, 2- engangspap og bioplast og 3 engangs-bionedbrydeligt.

Flergangsporcelæn ligger parallelt lige over og er i princippet endnu bedre. Det der dog her skal tages højde for, er at porcelæn ikke kan genanvendes - altså omformes til nye produkter som plast kan. Det er derfor mindre bæredygtigt på den lange bane. En idé kunne være at låne porcelæn af den lokale genbrugsorganisation.

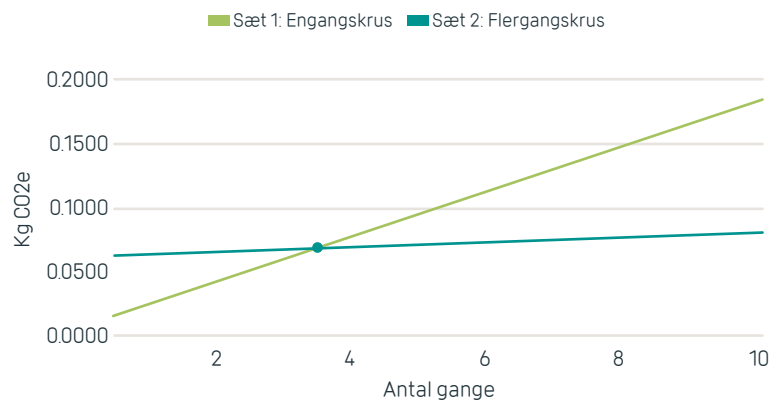
Allerede når kruset i hårdplast er brugt 4 gange, har det mindre CO<sub>2</sub>-udledning end tilsvarende engangskrus. Heri er medregnet vask af flergangskrus.



## Engangsservice vs. flergangsservice



## Engangskrus vs. flergangskrus





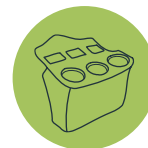
En af de største CO2-belastninger til events er affald. Eksempelvis er affald genereret til 5 dages event med ca.125.000 deltagere 90 ton. (Total affaldsmængde ved DHL i København)

Vi kan gøre meget ved at sikre, at deltagerne sorterer affaldet korrekt.



**9,321 ton CO2e**

Eksempelvis ved 0,144 kg affald pr. deltager pr. dag ved 125.000 deltagere over 5 dage.



**-104,7 ton CO2e**

Alt sorteres korrekt til restaffald, pap, bioaffald, plast, metal, papir, glas (genanvendelse)

Når affaldssortering giver en negativ CO2e udledningen skyldes det, at der er en stor gevinst ved at undgå ny materiale fremstilling og genanvende allerede udvundne ressourcer

Det understreger vigtigheden af at informere om korrekt sortering. Dette kan evt. gøres ved madserveringen, så der allerede skabes en bevidsthed der.

# Motioner naturen ren

## HVAD VED VI OM AT MOTIONERE NATUREN REN

Affaldsindsamlinger i naturen bliver mere og mere populære, men hvordan kan vi få endnu flere til at holde naturen ren og samtidig motionere?

Flere og flere events har en ambition om at efterlade værtsbyen renere, end da de ankom. Ved at sætte fokus på affaldsindsamling mens vi motionerer i naturen, kan deltagerne til eventet aktiveres. Mange af de forbund og idrætter, som deltager i eksempelvis DM-Ugen, laver allerede i dag tiltag som er med til at holde naturen ren. Det er disse tiltag, vi ønsker at synliggøre og udbrede til endnu flere danskere. Nedenfor kan I finde konkurrencer og aktiviteter, der underbygger at det er let og kan være sjovt at samle affald op i naturen.

En af de store stopklodser for at motionere naturen ren er at det skal være let. Ambitionen er, at indsatserne indgår som en naturligt ting, når man dyrker motion. Det kunne eksempelvis være, at man tager sin havtaske med, når man svømmer på åbent vand. Det er muligt at motionere naturen ren hele året. Det er vores ønske, at det skal være sjovt og enkelt at forsætte disse tiltag, når man kommer hjem i klubberne. Sådan at nogle af de tiltag vi afprøver under et event kan blive aktiviteter, der sker hele året i den lokale klub.

## SKRALDE BINGO



## INSPIRATION TIL MÅLSÆTNING FOR AT MOTIONERE NATUREN REN

- At der er 'motioner naturen rent'- aktiviteter til alle vores events
- At 2 ud 3 sportsgrene fortsætter 'motioner naturen ren'- aktiviteter efter eventet
- At andre inspireres til at lave 'motioner naturen ren'- events
- At motioner naturen ren sætter fokus på miljøet omkring vandet

## INSPIRATION TIL SAMARBEJDSAFTALER

For at komme i mål med de bæredygtige events har vi brug for hjælp

- Lav aftale med forbund og derigennem klubber om, hvad der er muligt at lave til de forskellige events
- Lav en aftale med kommunen omkring affaldssortering og containere med mere
- Få lavet aftaler med kommercielle partnere der skal være med til at understøtte eventet

## INSPIRATION TIL MARKEDSFØRING

Atleter fra hvert forbund deler deres deltagelse (før, under og efter) på Facebook og Instagram både på den officielle og deres egen profil

Konkurrencer med upload af billeder af eksempelvis det sjoveste affald man finder eller et billede af et kunstværk, man har lavet af skraldet. Hertil er det en god idé med et hashtag som alle skal benytte samt opfordre til at tage DIF.

Kåringen af vinderne deles ligeledes på de sociale medier samt annoncering af evt. sponsorer på præmien

### Nyttige links:

- Bilka støttede med 1 kr. pr. kg. affald til indsamlingen via Danmarks Naturfredningsforening
- Merrild donerede 260.000 kopper økologisk kaffe til de frivillige
- *Affaldsindsamlingen.dk*
- *Indtast eget resultat af samlet antal kg. affald*
- *Gode guides / billeder til affaldssortering*
- *Sustainability guide*
- *Eventguide*
- Strandrydder dag
- Kano og kajak affaldsindsamling  
*Plastic Ocean Festival*
- *Video om skrald – god til inspiration til markedsføring*
- *Et fællesskab af skraldepirater, der sammen tager ud i de danske parker og naturområder for at samle skrald*
- Konsulenthus med kompetencer indenfor bæredygtighed  
*Green Kayak*  
*A Plastic Ocean Official Trailer*  
*Plastic Ocean Festival*

## INSPIRATION TIL AKTIONSPLAN

Mountainbike, paddleboard, kajak, orienteringsløb, åbent vands svømning. Mulighederne er mange, og planen vil variere lidt afhængig af sportsgrenen. Nedenfor ses inspiration til aktionplan i hovedtræk.

### Før

- Lav aftaler med samarbejdspartnere, forbund og kommuner
- Få overblik over hvor det giver bedst mening at afholde hvert event
- Få produceret eventuelle produkter til brug for eventet (skraldeopbevaring, handsker og skraldestænger)
- Uddan ansvarlige for afholdelsen af eventet
- Læg et program med hvem der gør hvad, hvornår og hvordan
- Hav affaldscontainere klar

### Efter

- Evaluering af eventet
- Hvad er gået godt
- Hvad kan vi gøre bedre til næste gang
- Kommuniker ud til de lokale, deltagere og forbundene hvor stor en forskel, I har gjort ved at motionere naturen ren
- Del billeder som inspiration for andre

### Under

- Sikre at eventet bliver afholdt på en god, sjov og sikker måde
- Sørg for forplejning og kaffe til de frivillige
- Kommuniker tiltag til deltagerne
- Afvikle konkurrencen

Læg et program for dagen og få styr på hvem gør hvad, hvornår og hvordan. Fordel arbejdsopgaverne ligeligt i mellem de ansvarlige frivillige således alle føler sig involveret. Husk god forplejning ( kaffe, the, vand, snacks m.v.) til alle deltagere på dagen. Sørg for at have skraldeposer, handsker, skraldestænger etc. klar til dagen. Brug Beach Clean Up tjeklisten for at være sikker på at I har husket det hele.

## Plastik forurening



Der produceres over **335 mio.** tons plastik om året



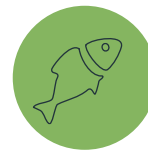
Der er fundet plastik i maven på mere end **90%** af alle søfugle



Det tager mere end **500 år** at nedbryde plastik i naturen



Kun **18%** af det plastik der produceres genbruges



Knap **1/4** af torsk har spor af plastik i sig



De såkaldte "plastikøer" i verdens have dækker et areal på størrelse med **Afrika**

Kilde: [https://www.dsrf.dk/wp-content/uploads/2018/05/BeachCleanUpGuide\\_-1.pdf](https://www.dsrf.dk/wp-content/uploads/2018/05/BeachCleanUpGuide_-1.pdf)



## Indsatser

### Motioner naturen ren, tiltag til events

- Affaldssortering
- Bæredygtige kaffekopper og service
- Klimavenlig mad og drikke
- Digital kommunikation

### Motioner naturen ren, tiltag efter eventet

- Evaluering
- Kommuniker indsatsen

### Inspirer andre til Motioner naturen ren tiltag

- Uddan Motioner naturen ren - konsulenter



# Danmarks unikke grønne salgsargumenter

## DANMARK UDMÆRKER SIG PÅ MANGE MÅDER VED AT VÆRE EN GRØN NATION

- en position vi med fordel kan slå på, når vi ønsker at tiltrække internationale events til Danmark, og en position som vi kan bruge i markedsføring af events.

### Affald

Danskerne er gode til at sortere affald, og der er løbende fokus på nye genanvendelses muligheder med henblik på at mindske mængden af affald. Danmark er kendt for renheden i vores byer, fx parker og offentlige steder.

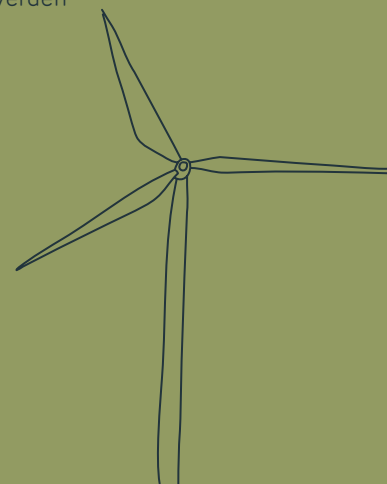
- Målet er at 50% af alt affald fra danske husholdninger i 2022 skal genanvendes.
- Der er forbud mod deponering af affald som er egnet til forbrænding eller genanvendelse, hvilket betyder at mindre end 5% af alt affaldet i Danmark deponeres.
- Danmark har strenge reguleringer ift håndtering af farligt affald.
- Dansk Retursystem - ni ud af ti flasker og dåser med pant kommer retur, hvilket er en af verdens højeste retur-procenter. I 2019 blev mere end 1,4 milliarder flasker og dåser genanvendt.
- NorthSide-festivalen har et verdensførende affaldssetup med en genanvendelse på 87% af deres affald (2019).



### Vind

Danmark er blandt de førende i verden, når det gælder anvendelse af vindenergi og udvikling, produktion og opstilling af vindmøller.

- Danmark har med næsten 50% vindenergi i stikkontakterne den største andel af vindenergi i elforsyningen, samtidig med at forsynings-sikkerheden er blandt den højeste i verden



## Vand

Danmark er kendt for sit rene drikkevand og god spildevandshåndtering.

- Danmark har en høj standard af rent drikkevand, hvilket gør det muligt at minimere brugen af vand på flaske, hvilket igen betyder mindre transport af flasker, mindre brug af plast og mindre affald.



## Mad

Danmark er det land i verden, hvor økologi er mest udbredt. Desuden er der stort fokus på brug af bæredygtige råvarer, bekæmpelse af madspild og bæredygtige løsninger til servering af mad og drikke.

- Øget fokus på bæredygtig mad, herunder nordiske og årstidsbestemte råvarer.
- Danmark har markeret sig som foregangsland i bekæmpelsen af madspild.



## Transport

Danmark er kendt for en stærk cykelkultur, god offentlig transport/infrastruktur og ren luft.

- I Danmark er der særligt gode cykelforhold og en lang tradition for at cykle.
- De mange cykelstier gør det relativt trygt at cykle i Danmark. Cyklen anvendes ofte som transportmiddel mellem forskellige lokationer.

- Luftkvaliteten i Danmark er bedre end i mange andre lande, bl.a. på grund af brugen af offentlige transportmidler og cykler i stedet for private biler.
- Velfungerende offentlig transport i de større byer.



# Cases

---

## CASES SPARTA

Sparta er en af de arrangører, som har arbejdet med optimering af deres events gennem flere år. Nogle af de tiltag, de har indført, har efterfølgende vist sig at være mere bæredygtige. Spartas eventchef, Lars Nissen, er løbende på udkig efter nye muligheder på eventområdet. Sparta prøver hele tiden at forny sig ift. den hastige udvikling, der sker indenfor bæredygtighed. Sparta skriver på deres hjemmeside:

*Omstillingen mod bæredygtighed er en proces med mange parter og sektorer involveret, og de gode løsninger er ikke alle tilgængelige endnu. Derfor går vi foran som aktiv deltager i en række netværk med eventbranchen, industrien og offentlige myndigheder for at være med til at løse udfordringer og fjerne barrierer, der forhindrer grøn omstilling. Vi indgår også i tæt dialog med vores sponsorer, partnere og leverandører med henblik på sammen at finde nye innovative løsninger, der både er økonomisk og miljømæssigt bæredygtige.*

På Spartas hjemmeside kan I desuden læse om og blive inspireret af de bæredygtige tiltag Sparta gør, og hvilke de planlægger at gøre i fremtiden.



### Hvad vi allerede gør

- Vi har **afskaffet plastikkopper til fordel for et bionedbrydeligt papkrus**
- Vi uddeler **vandflasker lavet af 100% genanvendt plastik (PET)**.
- Vi har forbudt brug af konfetti bruger biologisk **nedbrydelige balloner** o.lign.
- Vi tapper vand til væskedepoter direkte fra brandhaner og **undgår dermed emballage og transport**.
- Vi undgår unødvendigt print til fordel for **digital kommunikation**.
- Vi bestræber os på at **genbruge diverse skilte** og andet printet materiale.
- Vi indgår aftaler med vores leverandører om at kunne **tilpasse og evt. nedskalere leverancer af fødevarer** efter behov.

### Vi vil gøre endnu mere fremover

- Vi vil i endnu højere grad **genanvende materialer og bannere**
- Vi ønsker **svanemærkede printmaterialer**.
- Vi overgår til **bæredygtige medaljer** (bånd af genbrugsplast og omsmeltet metal).
- Vi overgår til **bionedbrydelige regnslag og bagageposer**.
- Vi arbejder på **drop-zoner** til energigeler og drikkekopper.
- Vi arrangerer **plogging-løb** i 2020
- Vi **distribuerer en genanvendelig kop** specialdesignet til at løbe med
- Vi arbejder på at få leveret en **DHL-madkasse fremstillet i 100% genbrugspap**.
- Vi arbejder på at kunne øge **muligheden for til- og fravalg af T-shirts**.

### Social bæredygtighed

Vi gør en række ting for tage et samfundsansvar. Her kan du læse nogle af de ting, vi gør:

- Vi afholder flere **velgørenhedsløb**: Breakfast Run i Tivoli til fordel for Børnecancerfonden og Make A Mark CPH.
- Vi **støtter mindre lokale løb**, f.eks. Nørrebroløbet og Valby-løbet.
- Vi samarbejder med og **donerer startnumre til en række non-profit og velgørenhedsorganisationer**,
- Vi giver **fripladser til vores populære sommeratletikskole**
- Vi opstarter nye **træningsforløb for psykisk udsatte og for kræftramte**.
- Vi rekrutterer frivillige til vores løb og **støtter herigennem idrætten i København** med 2,5 millioner kroner årligt.

#### Links:

*Sparta*

*Sparta - DHL stafetten*

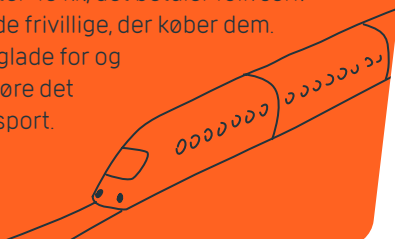
### Fødevarer til DHL

Sparta havde et ønske om at give deltagerne mulighed for at vælge fødevarer til DHL. Det virkede først, da de gav deltagerne mulighed for at donere kasserne til Fødevarer-Banken. Det illustrerer vigtigheden i at kommunikere valget på en adfærdsvenlig måde. Hvis du tager noget fra deltagerne, som de har, vil de ikke af med det. Men hvis du giver dem mulighed for at bidrage ved at give noget til andre, giver de det glædeligt. Procesdesignet er vigtigt for at få deltagerne til at ændre adfærd.



### S-tog

Sparta tilbyder køb af eventbillet til brug for offentlig transport til eventet gennem DOT. De giver adgang til et døgn, hvor du kan køre frit inden for s- togs zoner. Det koster 40 kr., det betaler folk selv. Til KBH Marathon er der mange af de frivillige, der køber dem. Generelt er det et tilbud mange er glade for og benytter sig af. Det gælder om at gøre det attraktivt at benytte offentlig transport.



Små skridt i den rigtige retning. Det er et spørgsmål om ressourcer både tid og arbejdsmæssigt. Det er der nogen der har meget af, andre har mindre.”

Lars Nissen

### T-shirt

Sparta har indgået et samarbejde med Sports Master og Nike om levering af T-shirts. I samarbejde med Sports Master køber de T-shirts ind til et event. 14 dage før eventet printes T-shirtsne til de tilmeldte deltagere. De resterende T-shirts uden print sælger Sports Master i deres butikker. På den måde trykkes der kun det antal T-shirts, der er behov for og Sparta undgår et unødigt lager af T-shirts med udateret print. Oprindelig udarbejdede Sparta den her proces pga. økonomi - du betaler jo for det du spilder. Løsningen viste sig også at være langt mere bæredygtig.



### ET GODT RÅD FRA SPARTA

- Hvis man kan få koblet nogle partnere på er det billigere.
- Vi kan se rundt omkring i verden at sponsorer gerne vil være medafsender på bæredygtige løsninger. Når noget er bæredygtigt og grønt, så er det oftest dyrere, men hvis man kan få koblet nogle partnere på er det billigere.
- Start med en distance, en by og test et nyt produkt af.
- Tænk det hele ind: logistikken, indpakning, opsamling, udpakning, transport - så du ikke bliver overrasket. Et papbæger fylder mere end et automat plastkrus. Vores forbrug af kopper er 300.000 kopper på en halvmaraton. Plastkopper fylder 2 paller, papkopper fylder 7-8 paller.



Mål og milepæle, at man bevæger sig i den rigtige retning, det kan altid blive bedre. Man er aldrig helt perfekt med noget

Lars Nissen



Når industrien følger med, giver det os mulighed for at være mere bæredygtige

Lars Nissen

# Case: Dansk Surf og Rafting Forbund

## INTRO

Dansk Surf og Rafting Forbund har mange jern i ilden og forfølger energien. Er der energi i at tænke bæredygtighed ind, gør de det, og så tager de den hele vejen, så det bliver et koncept. De har gode erfaringer med at afholde events med fokus på bæredygtighed, hvor hele eventet er gennemsyret af bæredygtige initiativer. Det skete eksempelvis ved forrige års 'Midsommer Viking Challenge', hvor der var fokus på alt fra plantebøffer, medaljer lavet af plast fra genanvendt fiskenet, solcreme uden tilsætningsstoffer, bordebænkesæt lavet af genbrugsplast og meget mere. Initiativerne til det omtalte event gjorde tilsammen, at bæredygtighed blev et italesat emne, som kickstartede lysten til at fortsætte med at finde på bæredygtige initiativer.

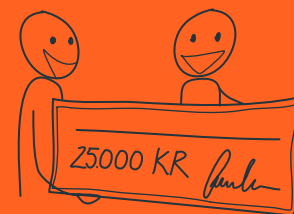
## DSRF skriver på deres hjemmeside:

*Midsommer Viking Challenge, var et forsøg på at skabe merværdi for samfundet gennem et særligt fokus på grønne og miljørigtige tiltag. DSRF ønskede at stille skarpt på plastikforurening, særligt den del som er direkte forbundet til naturen og havet. Vi indgik derfor blandt andet et samarbejde med NGO'en Plastic Change.*

## EVENTINITIATIVER TIL INSPIRATION

### Individuelle mikro-sponsorater ift. resultaterne

Ved sign-in blev holdene bedt om at oplyse det beløb de ønskede at donere pr. runde de padlede, og skrev samtidig under på en tilhørende kontrakt.



### Medaljer af genanvendt plast fra fiskegarn

Til samtlige knap 150 udøvere havde DSRF fået støbt medaljer af plastik, som var blevet samlet ind på den danske vestkyst. Halssnoren var stykker af gammelt fiskegarn, som også er blevet samlet ind på vestkysten.



### Plantebaseret forplejning og service i bioplast

Der blev udelukkende serveret plantebøffer, plantepølser m.v. fra Naturli', som forplejning til udøverne.

Maden blev serveret på tallerkner og bestik af bambus, pap og bioplast.



### Strandrensning og skralde sortering

To timer før eventet var der strandrensning på Amager Strand, hvor alle kunne deltage. Efterfølgende var der "Trash Art-konkurrence". Der var på pladsen opsat særlige skraldespande til sortering af skrald og der var allokeret en person til at fortælle deltagerne om skraldesortering.



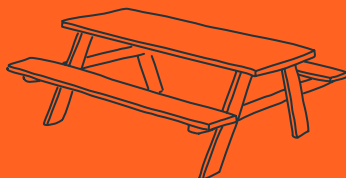
### Event t-shirts af økologisk bomuld

DSRF havde på forhånd undladt at inkludere en event t-shirt til udøverne for at minimere spild, men i stedet givet udøverne mulighed for at tilkøbe en særlig event t-shirt fabrikeret i økologisk bomuld og produceret i Europa.



### Møbler af genbrugsplast

For at skabe fokus på genbrugsplast havde DSRF på terrassen i eventområdet opstillet et særligt bordbænkesæt, som var produceret af gammelt fiskegarn indsamlet på de danske strande. Bordet er fortsat placeret på Amager Strand som en form for event legacy.



### Klimavenlig solcreme

Kemikalier (særligt oxybenzone) i solcreme er med til at ødelægge biodiversiteten i havet. Derfor var der udelukkende klimavenlig solcreme til udøverne under eventen.



### Ingen hoteller

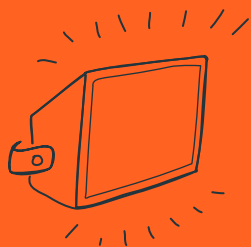
For at skabe en festival lignende stemning, men særligt også med henblik på at minimere transport og indkvartering på hoteller, havde DSRF arrangeret en primitiv overnatning i telte og/eller campingvogne på eventsitet.





## Særlig belysning

Da eventen foregik på årets længste dag var der ikke behov for belysning i mange timer, men DSRF havde dog alligevel forsøgt i målområdet at skabe belysning via særlige LED-lamper på vandet i døgnets mørkeste timer.



## Branding materiale

De godt 700 professionelle billeder der blev skudt til eventet, vil kunne have et stort potentiale for at blive anvendt i et klimamæssig sammenhæng, da muligheden for at visualisere naturlige energikilder, grønne tiltag eller lignende igennem en sportsbegivenhed er stor. Det er noget DSRF arbejder videre med.



## Konceptkatalog om grønne tiltag

DSRF har udviklet et konceptkatalog til klubberne om grønne tiltag til inspiration. Her er der fokus på 9 områder.



Kør sammen og spar på benzinen



Saml skrald der hvor I surfer



Køb brugt udstyr eller lån af hinanden



Ingen brug af engangservice



Husk drikkedunken



Gør det til en naturlig del af jeres kultur



Sorter det skrald I opsamler



Køb altid bæredygtigt



Sammen gør vi en forskel

## CLEAN AMBASSADØRER

DSRFs nyeste initiativ er at uddanne CLEAN-ambassadører i klubberne. Konceptet går i alt sin enkelthed ud på, at der i konceptets pilotfase udvælges 5 klubber, som får uddannet Clean-ambassadører der skal motivere medlemmerne til fx at sætte en "trash hook" på padlen, når de går på vandet, lave sociale strand- og havneoprydninger, trash art-konkurrencer og alverdens legende elementer, der kan sætte fokus på et rent miljø ved og i havet, søer og kanaler. De udvalgte klubber får tilsendt en 'cleanpakke' med:

- Grappestænger
- Meshnet til at samle skrald op på vandet
- Trash hook til padler
- Sand-rive
- Vægt
- Dropbuckets til affaldssortering
- Gennemsigtige affaldssække
- Stickers med Clean
- Hoodie + cap til Clean-ambassadører

## INITIATIVER I PIPELINEN

### Genbrug af eventmaterialer og bæredygtige tryk

DSRF er i dialog med deres trykkeri Gripsign om genbrug af eventmaterialer. Idéen er, at Gripsign opbevarer fx stænger til beachflag imellem de forskellige events, så foreningen kun skal producere nye flag til det pågældende event og kan genbruge stængerne. Ligeledes undersøges forskellige bæredygtige tryk på bannere.

### ET GODT RÅD

- Gå med energien og der hvor der er et drive
- Prøv det af og se hvad der virker
- Tag noget og udvikle det smalt. Test det af og bred det ud.
- Gør resultaterne synlige - eksempelvis med en tæller på websitet, der fortæller at vi nu har samlet xxxx kilo skrald
- Fuld skrald på skraldesortering
- Konceptualisering, så det bliver et samlet budskab.
- Evaluer på de bæredygtige tiltag, indsamle erfaringer og del jeres viden



Vi har en flad struktur som gør, at vi hurtigt kan omstille os og prøve ny initiativer og idéer af

**Michael Lindberg**

### Links:

*Viking Challenge*

*Midsummer Viking Challenge 2019*

*Bliv Clean Ambassadør*

*Del dit skrald*

*Plastix Global*

*Grip Sign*



Vi har en flad struktur som gør, at vi hurtigt kan Vi elsker at prøve ting af og starte en 'bølge' som ruller afsted og giver os noget med på vejen

**Michael Lindberg**

# Case: Triathlon Danmark

## INTRO

Triathlon Danmark har siden 2019 haft et ønske om at udbrede fokus på bæredygtighed til deres events. Det har ført til, at de har ansat en person med ansvar for bæredygtighed og udviklet ordningen med grønne blade. De grønne blade er en ordning, hvor event- og stævnearrangører kan hente inspiration om, hvordan de arrangerer bæredygtige events, afkrydser de eksisterende grønne initiativer de allerede har, og får tilsendt 1-5 grønne blade som indikation på, hvor bæredygtige de er. På baggrund af foreningens egne svar på hjemmesiden, tager forbundets bæredygtighedsansvarlige en dialog med arrangøren, og sammen finder de frem til flere initiativer, som arrangøren kan tage.



Ordningen med grønne blade er en anerkendelse af at eventsne allerede er grønne, en måde at få miljø og bæredygtighed italesat og en metode til at vise deltagerne at der fra eventets side tænkes og handles bæredygtigt

**Sune Erichsen**



Vi har en dialog, om hvordan de kan forbedre sig for at opnå flere blade i ordningen

**Sune Erichsen**

## Grønne blade

Ordningen med grønne blade giver forbundet et navn på kontaktpersonen, som har udfyldt skemaet i foreningen og giver samtidig et afsæt for dialog om yderligere initiativer.

Udover ordningen med de grønne blade og bæredygtige triathlonstævner har Triathlon Danmark fokus på forbundets egen impact, og drømmer om en elbil, har droppet plastservice og printer mindre. Derudover stiller de krav til samarbejdspartnere, om, at de skal have en grøn profil. Eksempelvis har de indgået et samarbejde med sportstøjsproducenten Fusion, som har en bæredygtig profil, og de har desuden designet medaljer i træ og selve medaljebåndet er lavet af genbrugsplast.



## I MILJØ- OG BÆREDYGTIGHEDSKATEGORIERNE FOR GRØNNE TILTAG ER FORSLÅET FØLGENDE INITIATIVER:

### Grøn forpligtigelse

At man udpeger en stævnearrangør, som forpligter sig til at arbejde med bæredygtige initiativer, og som er kontaktpersonen til Triathlon Danmark.



### Transport

- At placere stævnet så det er nemt at nå med offentlig transport
- At tilbyde tiltag der letter samkørsel for deltager
- At belønne miljøbevidst transport til og fra stævnet



### Affald og emballage håndtering

- At tænke i produkter, der kan genanvendes og at undgå de ting, der ender direkte i skraldespanden efter triathlonstævnet
- At undgå overforbrug og spild
- At huske at indsamle alle anvendte materialer og effekter, der kan bruges igen
- At sørge for sortering af affald og sikre, at det bliver afleveret til genanvendelse



### Madspild og forplejning

- At tømme mademballagen helt før den affaldssorteres
- At frugt og grønt ikke kasseres fordi det f.eks. er støt eller slattent, men bruges i stedet i f.eks. smoothies
- At der kun laves/købes den nødvendige mængde mad
- At overskydende rester køles hurtigt ned, så det holder sig bedre og f.eks. kan gives videre til godgørende formål som Stop madspild lokalt og hos Fødevarebanken



### Belønning af grøn omstilling og andre bæredygtige tiltag

Generelt her er der en opfordring til at løfte sin grønne profil og skabe varige adfærdsændringer. Det er en åben kategori, hvor arrangørerne kan beskrive, hvilke miljøvenlige tiltag de laver udover dem, som de kan rapportere i afkrydsningsskemaet. Tiltagene vil efterfølgende blive delt af forbundet og brugt som inspiration til andre arrangører. Eksempler på tiltag kan være:

- At man samarbejder med leverandører, der har en grøn og bæredygtig profil
- At ansporer stævnedeltagerne til at minimere deres eget forbrug uden at gå på kompromis med udøvelse af sporten
- At der gives belønning for deltagernes grønne og bæredygtige tiltag
- At man som deltager takker nej til at modtage stævnekit, at man helt udelader det eller at det kan doneres
- At man opstiller ambitiøse mål for at nedbringe stævnets overordnet CO2-udledning
- At man tilbyder flere grøntsager og mindre kød
- At man belønner samkørsel via rabat ved tilmelding eller at man får tildelt et ekstra stykke kage
- At stævnets materialer er lavet, så de kan genanvendes flere gange. Feks. plakater og beachflag.

### FAKTA

Hver svarboks giver et x-antal point, så det er en samlet score, som giver grønne blade, f.eks. er der 5 point for at have en miljøansvarlig.



De stor professionelle eventarrangører har ofte mulighed for at gøre mere, hvor de mindre events, som arrangeres af frivillige kræfter, måske kan gøre mindre, men alle bidrag tæller. Det handler om at få tankerne i gang og sætte handling bag

**Sune Erichsen**

## INITIATIVER I PIPELINEN

Planen er at have evalueringer og gode tips og tricks liggende på hjemmesiden under 'Alt for stævnearrangøren'.

Intentionen er, at vi opdaterer afkrydsningsskemaet med nye gode tiltag hen ad vejen, så vi inspirerer foreningerne til at gøre mere.

2021 bliver året hvor de første klubber, skal melde initiativer ind ift. ordningen med grønne blade.

## LINKS

*Læs mere om ordningen med de grønne blade her:*

## ET GODT RÅD

- Det behøves ikke at være så kompliceret, som man gør det til
- Det kan være at noget af det, du allerede gør er bæredygtigt
- Det behøves ikke nødvendigvis at være en udgift at tænke grønt og bæredygtigt.
- Spar på indkøb ved at tænke smart
- Det behøves ikke at være så svært



Det handler om at få tankerne i gang.  
Hvis du kører sammen med din  
holdkammerat, er der ekstra kage

**Sune Erichsen**

# Case: VM i Sejlsport

## INTRO

Dansk Sejlunion er et forbund, der hele tiden har haft fokus på naturen, og at vi skal passe godt på vandet. Det fokus er ikke blevet mindre til VM i sejlsport. Til VM i sejlsport arbejdede eventteamet i værtsbyen i Aarhus kommune rigtig meget med kommunikation og nudging. Hele kommunikationspøret var bærende for, at de lykkedes med deres ambitiøse bæredygtighedsdagsorden.



Det er vigtigt at der er folk, der hele tiden kan italesætte initiativerne på pladsen. Alt fra de nørdede spørgsmål til rent drikkevand

**Charlotte Kirk Elkjær**

## INITIATIVER TIL INSPIRATION

Til VM-ugerne var der sat mange initiativer i gang, og der var lagt et stort arbejde i at involverer erhvervslivet, og lokale samarbejdspartnere. Nedenfor kan I læse om et udvalg af initiativer.

### REN NERGI

Et af fokusområderne var at kommunikere ren energi. Rent praktisk bestod det i at partner op med Eon. Gennem Eon lånte eventarrangørerne elbiler og ladestandere, og Eon blev også officiel sponsor for eventet.



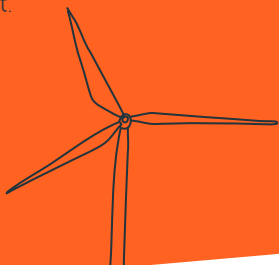
### GRØN TRANSPORT

Donkey Republic stillede cykler til rådighed, så deltagerne kunne transportere sig rundt i byen.



## GRØN ENERGI

Der blev købt grøn energi til eventet.



## RENT DRIKKEVAND

Der blev sat stort fokus på at det danske vand er sikkert at drikke. Rent praktisk blev der sat drikkestationer op i bådparken og de frivillige og atleterne fik drikkedunke. Ifølge Charlotte Elkjær fra eventteamet er det vigtigt, at dykke ned i de forsimplinger, som er stærke budskaber.



## DONERING

Der blev serveret mindst 40% økologisk og den overskydende mad blev doneret til fødevarerbanker.



## SORTERING

Der blev udviklet en taske til, at man kunne sortere ude på bådene. Den blev lokalt produceret og fik blandt andre Hempel på som partner. Deltagerne fik den med hjem, og de fik en opfordring med om at fortsat sortere ude på vandet.



Vi kørte rundt i elbiler,  
og det vi viste til folk var  
elbiler

**Charlotte Kirk Elkjær**



Vi skal vise det og  
fortælle det

**Charlotte Kirk Elkjær**



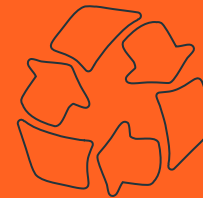
## FRIVILLIGE

De frivillige var på en miniuddannelse om, hvilke bæredygtigheds tiltag der var på eventet, så de kunne svare, når andre spurgte.



## GENANVENDELSE

Der var et samarbejde med REUSE, som samlede de gode ting sammen. Samarbejdet betød også i, at de indrettede Sailors Lounge med møbler og interiør fra deres depot, som består af materialer borgerne har indleveret. Desuden blev der leveret tæpper, bestik og ting og sager fra REUSE



Samarbejdet med REUSE betød, at vi sendte et klart signal om, at vi går ind for genbrug, da Sailors Lounge var meget tydelig i kommunikation og markedsføring

**Charlotte Kirk Elkjær**



## INITIATIVER I PIPELINEN- PLANER TIL THE OCEAN RACE STOPOVER AARHUS

Eventteamet i Aarhus har mange planer. Til The Ocean Race Stopover har de overordnet 4 ben, som de fokuserer på, og følgende målsætninger:

### MÅLSÆTNINGER FOR THE OCEAN RACE STOPOVER:

- at op mod 80% af alt affald bliver sorteret og sendt til genanvendelse.
- at folk transporterer sig med bæredygtige transportformer til/fra eventet.
- adgang til rent postevand fra de danske haner.
- minimere brugen af single-use plastic.
- indtænke bæredygtighed i tilbudsindhentninger.
- indtænke bæredygtighed og grønne tiltag ift. forplejning (vegetar/økologi/lokalt etc.)



Det vi også gerne vil, er at påvirke politikerne  
**Charlotte Kirk Elkjær**

## DE 4 BEN

### MINIMER BRUG

Påvirkning af husstande til minimering af brug af plastik. De kalder sporet for Housekeeping. I korte træk er det standarder ift. minimering af plastik, som deltagerne gerne skulle tage til sig og bruge derhjemme.



### OPLEVELSES OMRÅDE

Der vil være et fysikområde på vores eventsite og et videns- og partnerskabsområde, hvor erhvervslivet bliver koblet på. Et inddragelses- og oplevelsesområde, The Sustainability island, der skal emme af NGO'er og virksomheder. Ønsket er at have mange udlændinge til at komme og lære noget af Danmark.



### INDDRAGELSE

Det fjerde ben er Aarhus Sustainability Summit Aarhus Sustainability Summit bygges op af følgende delelementer:

- Et officielt 'Ocean Race Summit' som The Ocean Race er officiel vært for
- Et 'Erhvervs Summit' som bygger videre på Ocean Race Summit
- Et 'Folkeligt Summit' som gør Verdensmål til Hverdagsmål
- Et 'Youth Summit' Aarhus – de unge får deres egen stemme

'Folkelig Summit', her inddrages den brede folkelighed/eventgæst i arbejdet med bæredygtighed. 'Youth Summit' sørger for, at de unge får deres egen stemme til at vende klimaforandringerne, grøn omstilling og udfordringerne i verdenshavene. De unge skal debattere og diskutere løsninger og handlinger. Dette skal inspirere voksne til at gøre noget. De unge skal have mulighed for at vise vejen og fortælle hvilken vej de mener, samfundet bør gå.



### UDDANNELSE

Et uddannelsesprogram for folkeskolen, ungdomsuddannelser og de videregående uddannelser, hvorder bliver mulighed for at møde forskellige partnere. Hertil er der planer om en ungdomskonference, som de unge selv er med til at designe. Programmerne udvikles i samarbejde med partnere som fx museer med skoletjenester.



### ET GODT RÅD FRA EVENTTEAMET

- Kig eventet godt igennem: Hvor er det, man kan gøre noget henne. Match det med hvad, der ellers sker i samfundet. Finde nogle fokuserede indsatsområder, gøre det og vis det.
- Være ærlig mod jer selv og tag selv jeres egen medicin
- Start tidligt og inddrag mange forskellige i processen.
- Forklar så alle er med -også logistikfolkene.
- Afsæt penge til bæredygtighed i budgettet.

### Links:

*Sportcal GSI Event Study Hempel Sailing World Championships Aarhus 2018*

*Aarhus Events*

*Arrangør Aarhus*

*Visit Aarhus Convention*

# Links

---

## Nyttige links transport

*Journey Planner*

## Samkørsel

*Go More*

## Beregn selv flyruter på

*My Climate*

## Nyttige links venuedressing

*ADVICE bæredygtighedsbarometer for baggrundsviden*

*London Marathons arbejde med at tænke venuedressing bæredygtigt*

## Nyttige links energi

*Bæredygtige energiløsninger. PPA'er, (Power Purchase Agreement).*

*Inspiration permanent strømløsning*

*Aggreko -levering af solcelle drevne generatorer til eventet.*

*Et event der kun bruger sol og vind energi til deres event er Croissant Neuf.*

## Nyttige links forplejning

Det er desuden muligt for madboder, at opnå et økologisk spisemærke ved lejlighedsvisse arrangementer

*Fødevarestyrelsen*

Lær af andres erfaringer...

*Roskilde Festival*

*Northside*

Samarbejdspartnere

*Dansk affaldsforening*

*Stop spild af mad*

*Too good to go*

*Dansk Retursystem*

Regler vedrørende plastik

*Europa parlamentet forbyder engangsplast i 2021*

## Nyttige links motioner naturen ren

- Bilka støttede med 1 kr. pr. kg. affald til indsamlingen via Danmarks Naturfredningsforening
- Merrild donerede 260.000 kopper økologisk kaffe til de frivillige
- *Affaldsindsamlingen.dk*
- *Indtast eget resultat af samlet antal kg. affald*
- *Gode guides / billeder til affaldssortering*
- *Sustainability guide*
- *Eventguide*
- *Strandrydder dag*
- *Kano og kajak affaldsindsamling*  
*Plastic Ocean Festival*
- *Video om skrald – god til inspiration til markedsføring*
- *Et fællesskab af skraldepirater, der sammen tager ud i de danske parker og naturområder for at samle skrald*
- *Konsulenthus med kompetencer indenfor bæredygtighed*  
*Green Kayak*  
*A Plastic Ocean Official Trailer*  
*Plastic Ocean Festival*

## Nyttige links cases

### Sparta

*Bæredygtighed*

*Bæredygtighed ved DHL stafetten*

### DSRF

*Viking Challenge*

*Midsummer Viking Challenge 2019*

*Bliv Clean ambassadør*

*Del dit skrald*

*Plastix Global*

*Grip Sign*

### Triatlon Danmark

*Grønne bæredygtige triatlonstævner*

### VM i sejlsport

*Hempel Sailing World Championships Aarhus 2018*

*Eventarrangører i Aarhus*

*Arrangør Aarhus*

*Visit Aarhus Convention*

## Publikationer til inspiration

*Eventhåndbog fra Aarhus  
Sport Event Denmark*

*Inside the games*

*Beach Clean Up Guide*

*olympic.org*

*Genbrug og genanvendelse af plastemballager*

*Aarhus Sustainability Model*

*Plastic game plan for sport guide*

## Endnotes

- 1 ADVICE
- 2 Interview Anne Jensen

# Tjeklister

## Transport

- Placering af eventet
- Låncykler
- Løbehjul
- El-busser
- Shuttlebusser
- Parkering udenfor byen
- Samkørselsordninger
- CO2-kompensation
- Eventbillet til kollektiv trafik

## Udsmykning og venue dressing

### Information

- Program
- Plakater / markedsføringsmateriale
- AV-udstyr – storskærm
- Informationsskilte

### Til deltagerne

- Startnumre – kuvert, papir, flyer
- Sikkerhedsnåle
- T-shirts
- Goodiebags
- Forplejning
- Plastikkrus
- Medaljer

### Udsmykning på pladsen

- Beachflag
- Cykelhegnsbannere (kvadratmeter/banner)
- Strips
- Start/mål-portaler
- Telte
- VIP-telte
- Tidtagingsmætter

## Energiforsyning

- Fastnetstrøm
- PPA-aftale
- Vindmøller
- Solceller
- Diesलगeneratorer udelades
- Solcelledrevne generatorer
- Reducer oppustelige portaler
- Energibesparende elpærer
- Antal storskærme



## Bæredygtige events og forplejning

Aftal hvilke indsatser I vil gå efter i første omgang. Brug eksemplerne til at pejle jer frem til, hvilke indsatser der giver størst effekt. Og indsatsen til hvert event og styrk derved jeres arbejde mod at blive mere bæredygtige.

### Affald

- Videreformidling af overskudsmad
- Genbrug emballage og råvarer
- Sortering af affald, plast, metal, papir og glas
- Bioaffald - genbrugt som gødning
- Genbrugskasser til tran sport

### Transport

- Elbiler til transport af varer
- Logistik optimering ift. levering af varer

### Servering

- Lokale økologiske råvarer
- Danske råvarer
- Mulighed for forudbestilling af tilberedt mad
- Servering af bæredygtige retter
- Minimere brug af service
- Service der er
  - I) genanvendeligt
  - II) nedbrydeligt

### Energi

- Grøn energi/gas til tilberedning
- Reduktion af vandforbrug ved tilberedning

## Motioner naturen ren

- Affaldssortering
- Bæredygtige kaffekopper og service
- Klimavenlig mad og drikke
- Digital kommunikation

### Motioner naturen ren, tiltag efter eventet

- Evaluering
- Kommuniker indsatsen

### Inspirer andre til Motioner naturen ren tiltag

- Uddan Motioner naturen ren - konsulenter



# Noter

---





Dansk  
Design Center

INDUSTRIENS  
FOND FREMME DANSK  
KONKURRENCEEVNE  
The Danish Industry Foundation