

Studienreise «Go Sustainable»

Erfolgreiches Praxisbeispiel mit Nachhaltigkeit im Fokus

Zürich,
Switzerland.





Die Idee hinter der GO Sustainable Studienreise

Nachhaltigkeit ist ein Thema, das in der Eventbranche zunehmend an Bedeutung gewinnt. Doch trotz des großen Interesses besteht weiterhin erhebliches Potenzial für Optimierungen. Mit unserer Studienreise für professionelle Eventplaner:innen wollten wir zeigen, wie nachhaltige Eventorganisation in der Praxis aussehen kann. Indem wir bei der Planung und Durchführung alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – ökologisch, sozial und ökonomisch – berücksichtigten, setzten wir ein Zeichen.

Dieses Dokument soll als praxisorientierte Unterstützung bei der Organisation von Veranstaltungen dienen. Die Zusammenarbeit zwischen dem Zurich Convention Bureau und dem Luzern Convention Bureau, unterstützt vom Switzerland Convention & Incentive Bureau Deutschland, entstand aus dem gemeinsamen Ziel, Besucher:innen im Einklang mit unseren schönen Städten zu empfangen und aufzuzeigen, wie bewusste und ressourcenschonende Eventplanung gelingen kann. Die praktischen Tipps und Erkenntnisse dienen der Inspiration und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.



Die Destinationen

Region Luzern-Vierwaldstättersee

Im Herzen der Schweiz gelegen, besticht die Erlebnis-region Luzern-Vierwaldstättersee durch ihre einzigartige Natur, ihr kulturelles Erbe und Highlights wie die älteste Holzbrücke Europas oder die UNESCO Biosphäre Entlebuch. Mit erstklassigen Hotels und einzigartigen Veranstaltungs-Locations, wie dem Kultur- und Kongresszentrum (KKL Luzern), bietet die Region ideale Voraussetzungen für MICE-Events.

Zürich

Zürich ist eine kompakte Metropole mit hoher Lebensqualität und ein bedeutendes Wirtschafts- und Wissenschaftszentrum.

Gute Erreichbarkeit aus aller Welt, ein hervorragendes Verkehrsnetz, kurze Wege und ein starkes Engagement für eine lebenswerte Zukunft macht Zürich zur idealen Destination für nachhaltige Events.

Von traditionellen Zunfthäusern bis hin zu modernen Business Centern bietet die Stadt für jede Art von Event die passende Location, sei es für 10 oder 3.500 Gäste.

Wer steckt hinter dem Projekt?

Chiara Fabel, Managerin Nachhaltigkeit

Chiara findet ihre Inspiration in der Natur und liebt es, durch ihre Heimatstadt zu schlendern und sich immer wieder zu hinterfragen, was im Bereich Nachhaltigkeit noch weiter optimiert werden kann.

Gregory Baur, Manager Convention Bureau

Gregory hat 2013 die Hotelfachschule abgeschlossen und sechs Jahre lang in der Schweizer 5-Sterne-Hotellerie das Verkaufs- und Eventmanagement kennengelernt. Danach ist er in den Kongressverkauf im Kongresshaus Zürich eingetaucht und hat sein Fachwissen erweitert.

Beim Zurich Convention Bureau ist Gregory seit Januar 2023 für Destinationsstrategien und Marktentwicklung im MICE-Bereich für die Märkte DACH und UK zuständig.

Katja Reinhardt, Manager Meetings & Incentives Germany/ Austria

Seit April 2023 leitet Katja das Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) für Deutschland und Österreich. In ihrer Rolle ist sie voller Begeisterung dafür, die Schweiz als führendes Ziel für Meetings, Events und Incentives aus diesen Ländern zu positionieren.

Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Tourismusbranche, insbesondere als Product & Contracting Manager bei Ameropa Reisen, bringt sie umfangreiches Know-how mit, um die Schweiz als nachhaltige Destination für Business Events weiter zu etablieren.





Planung der Veranstaltung

Luzern und Zürich organisierten gemeinsam die Studienreise «Go Sustainable». Die zentrale Frage bei der Planung lautete:
Wie können wir soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit entlang der gesamten Customer Journey integrieren?

Daraus leiteten wir Ziele und konkrete Maßnahmen für die Zeit vor, während und nach der Veranstaltung ab, die im nächsten Abschnitt näher erläutert werden. Nach dem Leitsatz, positive Auswirkungen des Events zu verstärken und die negativen zu reduzieren, haben wir ein besonderes Augenmerk auf den Ressourcenverbrauch gelegt, entwickelten aber auch Beispiele für die Dimensionen der sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit.

Die 5R-Matrix half uns, die Customer Journey und den Ressourcenverbrauch zu hinterfragen und die Rohstoffe möglichst effizient und so lange wie möglich im Kreislauf zu behalten. Die 5R-Prinzipien – ablehnen, reduzieren, wiederverwenden, reparieren, recyceln – bildeten die Grundlage für umweltverträgliche Maßnahmen.

Go Sustainable – Ergebnismatrix

Die nachstehende Tabelle zeigt eine Übersicht unserer Ideen.

Phase / 5R Anwendung	Pre-Event Kommunikation	An-/Abreise	Live Event	Post-Event Erwartungen
Rethink / Refuse (Neudenken / Ablehnen)	• Printmaterial vermeiden	• Bahn statt Flüge (auch für Gruppen), kurze Wege • Gruppen-reservationen • Digitale Lösung für Fahrkarten	• Blumenschmuck • GiveAways • Regionale und saisonale Küche • Broschüren	• Broschüren
Reduce (Reduzieren)		• Bahn statt Flüge (auch für Gruppen), kurze Wege	• Food Waste durch richtige Portions-grössen • Komplett Vegetarisch • Bring your own water bottle • Infos über Whatsapp teilen	• Food Waste minimieren (Take Home) • Nachhaltige Verpackungslösungen
Reuse (Wiederverwenden)			• Bring your own water bottle • Essensreste wurden von Institutionen oder Mitarbeitenden abgeholt und verteilt • Mieten statt Kaufen	• Lanyards einsammeln • Wiederverwendung von nicht verbrauchtem Eventmaterial
Repair (Reparieren)			• Reparatur von Möbeln oder Einrichtungen im Eventbereich	• Beschädigte Event Materialien (z.B. Banner, Dekorationen), Möbel und technische Geräte reparieren
Recycle			• Abfall trennen, Recyclingstationen aufstellen	• Zusammenarbeit mit lokalen Umweltservices und Upcycling-Betriebe

Fazit

Für uns ergaben sich viele Möglichkeiten Ressourcen gar nicht erst in den Kreislauf zu bringen («Neudenken und Ablehnen»). War dies nicht möglich, so bemühten wir uns Ressourcen vor und während dem Event zu reduzieren. Ressourcen durch Reparieren und Wiederverwenden im Kreislauf zu behalten stellte sich schwieriger heraus. Unsere eigene (aber nicht abschliessende) Checkliste «Veranstaltungen extern» half uns zusätzlich den Ressourcenverbrauch während der Eventplanung im Auge zu behalten.

Umsetzung der Veranstaltung

Die erarbeiteten Massnahmen in der Planungsphase setzten wir mit Hilfe und der Unterstützung aller Stakeholder um. Im Folgenden dienen die Beispiele zur Inspiration für zukünftige Eventplanung.

Vor der Veranstaltung: Bewusstsein schaffen

Einladungsprozess

Für die erfolgreiche Umsetzung einer ressourceneffizienten Veranstaltung braucht es das Verständnis und Engagement von allen. Mit gezielter Kommunikation konnten wir die Teilnehmenden für das Thema der Studienreise sensibilisieren und die Erwartungen steuern. Eine sorgfältige Auswahl der Zielgruppe verbesserte ausserdem die Qualität der Teilnehmenden.

Massnahmen:

- Wir verzichteten auf Einladungskarten und stellten eine informative [Landing Page](#) zur Verfügung.
- Uns war die persönliche Ansprache einer qualitativen Kundengruppe (E-Mail) wichtig. Das Ziel der Veranstaltung wurde deutlich kommuniziert.
- Drei Wochen vor der Studienreise führten wir einen informativen "Know before you go" Teams Call mit allen Teilnehmer:innen durch.
- Zur Verbesserung der sozialen Inklusion verwendeten wir konsequent die genderneutrale Sprache.
- Verbindlichkeit schaffen: Die Teilnehmenden wurden im Vorfeld informiert, dass wir bei Nichterscheinen eine Aufwandgebühr verlangen, welche an eine gemeinnützige Organisation gespendet würde.

Zusammenarbeit mit

verantwortungsbewussten Partnerbetrieben

Die Auswahl der Dienstleister spielt eine entscheidende Rolle bei der Umsetzung eines Events nach hohen Nachhaltigkeitsstandards. Wir entschieden uns bewusst für Partnerbetriebe, die ihr Engagement für Umwelt und Nachhaltigkeit durch konkrete Massnahmen belegen konnten. Ebenso wie bei den Teilnehmenden war es uns wichtig, dass auch unsere Partner ein starkes Commitment für die nachhaltigen Ziele des Events mitbrachten und sensibilisierten wo es nötig war.

Massnahmen:

- Wir berücksichtigten ausschliesslich Partnerbetriebe, die ein grosses Umweltengagement mit konkreten Massnahmen aufweisen können. Bei der Wahl richteten wir uns an der «Checkliste Veranstaltungen extern» und an ausgewiesene [Nachhaltigkeitslabels](#).
- Wir organisierten einen Partnercall, an dem wir die Betriebe auf unsere Kriterien gebrieft haben.

Massnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit

Umweltfreundliche Transportmöglichkeiten

Die An- und Abreise zu einer Veranstaltung hat einen erheblichen Einfluss auf die Ökobilanz. Daher ist ein Veranstaltungsort mit kurzen Wegen zu bevorzugen. Die Wahl des Verkehrsmittels kann durch Anreize gesteuert werden. Dank des gut ausgebauten öffentlichen Verkehrsnetzes in Luzern und Zürich konnten wir den Transport vor Ort auch für grössere Gruppen umweltfreundlich, sauber und sicher gestalten.

Massnahmen:

- Für die Teilnahme an der Studienreise war eine An- und Rückreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln Pflicht.
- In Zusammenarbeit mit der SBB und Schweiz Tourismus stellten wir für jede:n Teilnehmende:n eine unkomplizierte Ticketlösung zur Verfügung.
- Gäste aus Deutschland erhielten den Swiss Travel Pass.
- Für eine angenehme Anreise wurden Zugabteile für die Gruppe reserviert.
- In den Destinationen reisten wir ausschliesslich mit Schiffen, Zügen oder Straßenbahnen.
- Alle Gäste bekamen ein kostenloses öV Ticket.

Abfallvermeidung

Bereits im Vorfeld der Veranstaltung setzten wir Massnahmen zur Abfallvermeidung um. Durch klare Kommunikation und die sorgfältige Auswahl der Partnerbetriebe konnten wir viele dieser Massnahmen erfolgreich umsetzen und kamen unserem Ziel eines «Circular Events» näher.

Massnahmen:

- Während dem ganzen Anlass wurde auf PET Flaschen verzichtet. Alle Teilnehmenden brachten eine auffällbare Trinkflasche mit (BYI Bottle). Zudem wurden keine Menükarten gedruckt.
- Anstelle von Schnittblumen wurden Kräuter als Tischdekoration verwendet, die später in der Küche zum Einsatz kamen und wir verzichteten auf Schnittblumen.
- Ein «Taste the Waste» Koch-Workshop sensibilisierte die Teilnehmer:innen für das Thema Lebensmittelverschwendung auf praktische Weise und war zugleich ein beliebtes Rahmenprogramm.
- Alle Namensschilder wurden aus recycelten Materialien hergestellt, die Lanyards wieder verwendet und von Zürich und Luzern zur Verfügung gestellt.
- In den Eventlocations wurden bewusst halbe Portionen serviert und nur auf Wunsch ein Nachservice angeboten. Gab es trotzdem Essensreste, so wurden diese zum Mitnehmen angeboten oder von sozialen Einrichtungen abgeholt.
- Am Nachmittag verzichteten wir auf die erfahrungsgemäss überflüssige Zwischenverpflegungen.
- Produkte für die Kaffeepause wurde von der «Ässbar»

geliefert, die unverkaufte Produkte von Bäckereien sammelt.

- Das Eventprogramm wurde nicht auf Flyer gedruckt, sondern mittels einem QR Code auf dem Badge und auf einem essbaren Apfel abgegeben.
- Es wurden keine materiellen Give-aways verteilt, sondern eine [Spotify Playlist](#) und eine [Googlemaps Reiseführer](#) mit den besuchten Orten als Erinnerung verteilt.

Massnahmen zur sozialen Nachhaltigkeit

Rahmenprogramme: Meet the Locals

Neben fachlichem Austausch und Wissensvermittlung sind Teamaktivitäten und Networking wichtige Aspekte von Events. Bei der Gestaltung dieser Programme legten wir Wert auf Teamförderung und ermöglichten gleichzeitig den Austausch mit Einheimischen, um authentische Erlebnisse zu schaffen und das Bewusstsein für die lokale Gemeinschaft zu stärken.

Massnahmen:

- Wir offerierten ein Joggingangebot durch die Wohnquartiere mit Locals und Talk & Walk Runden mit einheimischen Tour Guides.

Zusammenarbeit mit Sozialen Institutionen

Auch bei der Wahl unserer Partnerbetriebe achteten wir auf soziale Kriterien und arbeiteten mit Institutionen zusammen, die sich durch hohes soziales Engagement auszeichnen.

Massnahmen:

- Mit der Lokalität «Neubad» in Luzern und der Stiftung St. Jakob in Zürich unterstützten wir soziale Institutionen, die Vorzeigebetriebe im Bereich der Arbeitsintegration sind.

Massnahmen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

Förderung der lokalen Wertschöpfung

Verantwortungsvolles Handeln bedeutet auch, wirtschaftliche Stabilität und Mehrwert zu erzielen, ohne Ressourcen zu erschöpfen. Beim Umsetzen der Studienreise war uns deshalb wichtig möglichst viele lokale Betriebe teilhaben zu lassen.

Massnahmen:

- Wir berücksichtigen lokale Cateringanbieter mit konsequent regionaler Küche.
- Der Besuch im Zunfthaus unterstützte indirekt das lokale Handwerk über Stiftungsbeiträge.

Generierung konkreter Anfragen für Destinationen generieren

Für die Studienreise selbst setzten wir uns zum Ziel konkrete Anfragen für unsere Destinationen und Partnerangebote zu steigern.



Massnahmen:

- Während der Veranstaltung schufen wir geeignete Gelegenheiten, um Geschäftsmöglichkeiten zu diskutieren und qualifizierte Kundenkontakte zu generieren (Hausmesse, Sitzordnung beim Abendessen).
- Partnerbetriebe und Programmangebote wurden präsentiert und ihre Visionen erzählt, was das Verständnis und Interesse der Angebote deutlich steigert.

Kundenbindung und -begeisterung

Ein Business Event ist besonders erfolgreich, wenn die Gäste mit wertvollen Denkanstössen und neuen Kontakten nach Hause gehen, die lange nach dem Anlass anhalten. Die Studienreise glänzte mit einem inhaltreichen Programm und die Gastgeber:innen förderten das Gemeinschaftsgefühl während des gesamten Anlasses.

Massnahmen:

- Das Zurich Convention Bureau und Luzern Convention Bureau motivierte die Gäste freiwillig auf Social Media zu posten oder zu kommentieren.
- Mehrwert über Inhalt: In einem Workshop zum Thema «Circular Events» wurde mit den Teilnehmer:innen branchenrelevante Inhalte erarbeitet und diskutiert.
- Die Kunden erhielten nach dem Event alle Informationen und Insights, die sie während dem Event erlebten und gemeinsam erarbeiteten.

Erkenntnisse

Durch gezielte Planung und klar definierte Massnahmen ist es uns gelungen, eine nachhaltige und innovative Studienreise zu gestalten, die sowohl inspirierend als auch richtungsweisend für die Veranstaltungsindustrie ist. Die Studienreise „Go Sustainable“ präsentierte die Schönheit und Vielfalt der Regionen Zürich und Luzern und war zugleich ein leuchtendes Beispiel dafür, wie Nachhaltigkeit und die Eventbranche Hand in Hand gehen können.

Damit möglichst viele Eventplaner:innen unserem Beispiel folgen, war es von Anfang an wichtig, nützliche Tools, Informationen und Dokumente zur Verfügung zu stellen und unsere Erfahrungen und Erkenntnisse zu teilen.

Transport mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Die Anreise aller Gäste mit dem Zug statt mit dem Flugzeug oder dem Auto hat selbstverständlich erheblich zur Reduzierung des CO₂-Ausstosses beigetragen. Auch heute noch müssen Anreize geschaffen werden, um die Teilnehmenden zum Umsteigen auf die Bahn zu bewegen.

Unsere Studienreise hat gezeigt, dass der Transport im öffentlichen Nahverkehr auch für grosse Gruppen eine praktikable und gleichzeitig spannende Lösung darstellt. Dieses gemeinsame Abenteuer stärkt das Gruppengefühl und fördert den Zusammenhalt.

Kreislaufwirtschaft

Als herausfordernd stellte sich die Einhaltung der Kreislaufwirtschaft heraus. Insbesondere die Messung von Food Waste erwies sich als schwierig, da bereits beim Einkauf der Produkte Abfälle entstehen können. Hier sind präzise Planungen und kreative Lösungen gefragt, die umgesetzt werden müssen. Die Abhängigkeit von lokalen Lieferanten und Dienstleistungen ist hoch, was eine sorgfältige Auswahl erfordert.

Eventgestaltung und Kundengewinnung

Gerade bei einem Fam-Trip ist es eine große Herausforderung, die richtige Zielgruppe zu erreichen und zu gewinnen. Zum ersten Mal haben wir einen Fam-Trip unter einem Thema konzipiert und konsequent mit relevanten Inhalten bespielt. Die Teilnehmenden haben nicht nur Orte besucht und kennengelernt, sondern auch branchenbezogene Inhalte vermittelt bekommen. Dies führte zu einer überdurchschnittlichen Qualität der teilnehmenden Gäste, was wiederum die Netzwerkmöglichkeiten verbesserte und zu

einer hohen Zufriedenheit führte. Eine frühzeitige und klare Kommunikation des Programms und der Projektvision trug dazu bei, die Erwartungen zu lenken.

Ein weiterer positiver Aspekt war das Community-Building, das durch die Einrichtung einer WhatsApp-Gruppe gefördert wurde. Es stärkte das Gemeinschaftsgefühl, erleichterte die Kommunikation untereinander und ermöglichte einen kontinuierlichen Austausch über die Reise hinaus.

Die Einbindung aller Partnerbetriebe von Beginn an erwies sich als entscheidend für das Gelingen des Projekts. Durch die frühzeitige Integration fühlten sich die Partner stärker mit dem Projekt verbunden und identifizierten sich mehr mit den Zielen. Besonders erfreulich waren die Offenheit und das Interesse sozialer Institutionen und Projekte, die massgeblich zur erfolgreichen Organisation beigetragen haben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Studienreise nicht durch Verzicht, sondern durch kreative Lösungsansätze und eine klare Zielsetzung in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit erfolgreich war. Mit genügend Vorlaufzeit können neue Ansätze entwickelt werden, die sowohl ökologisch als auch sozial und wirtschaftlich tragfähig sind.

Anhang

Meistgenannte persönliche Highlights:



Einzelne Stimmen von Teilnehmenden:

Alisha Lowery
Project Manager, Meetings & Events /
American Express Global Business Travel

«In jeder Stadt kann ich die gängigen Touristenattraktionen erkunden. Dank der Studienreise habe ich nun echte Geheimtipps für aussergewöhnliche Events erhalten. Trotzdem bot das Programm eine Vielzahl an Erlebnissen, sodass auch die klassischen Sehenswürdigkeiten wie die Kapellbrücke in Luzern nicht zu kurz kamen.»

Lars Franzen
Marketing Manager / Groupe BRIAND

Das ehemalige Schwimmbad in Luzern, das Neubad, hat mich wirklich beeindruckt. Diese Umnutzung verkörpert die Idee von Nachhaltigkeit perfekt! Genau das ist es, was wir unseren Kunden zeigen möchten. Wir sind stets auf der Suche nach solch aussergewöhnlichen Locations oder welchen, die architektonisch besonders sind. Auch das authentische kulinarische Erlebnis im Neubad hat mich begeistert. Man konnte spüren, dass die Köchinnen Freunde daran hatten, uns ihre Kultur und Küche näherzubringen – eine echte Win-win-Situation.

Philipp Weidenhammer
Spezialist Nachhaltigkeit / Risikomanagement –
BMW Group

Ich hatte Luzern als Event Destination bisher nicht wirklich auf dem Schirm, aber die gesamte Ausstrahlung bezüglich Nachhaltigkeit und Kultur hat mich absolut abgeholt. Die Inputs der Organisatoren waren äusserst wertvoll und es war faszinierend zu sehen, welche vielfältigen Möglichkeiten sich als Eventplaner in der Schweiz bieten. Generell wurden spannende und unkonventionelle Orte für die Reise ausgesucht, die nicht unbedingt jeder sofort auf Google findet. Besonders auch der Nachhaltigkeitsworkshop am Samstag in Zürich hat mir gefallen, nicht zuletzt wegen der interessanten Kontakte, die dabei waren. Ausserdem konnte ich mich voll und ganz auf die Organisatoren verlassen, die wirklich an alles gedacht haben. Kurz gesagt: die gesamte Studienreise war NACHHALTIG beeindruckend.

Resultate aus dem Workshop «Circular Events»

Was VERBİNDET IHR MIT CIRCULAR EVENTS?



ZÜRICH, SCHWEIZ.

3

**HABT IHR SCHON EINMAL AN
EINEM CIRCULAR EVENT
TEILGENOMMEN ODER
ORGANISIERT?**



Ja, bereits teilgenommen und selbst organisiert.



Ja, bereits teilgenommen, aber nicht selbst organisiert.



Nein, weder noch.

**ERLEBT IHR eine
NACHFRAGE nach CIRCULAR
/ NACHHALTIGEN / ZERO
WASTE EVENTS?**



Ja, bereits Normalität.



Ja, aber derzeit noch nicht oberste Priorität.



Manchmal, aber die Umsetzung von einzelnen, nachhaltigen Elementen steht im Vordergrund

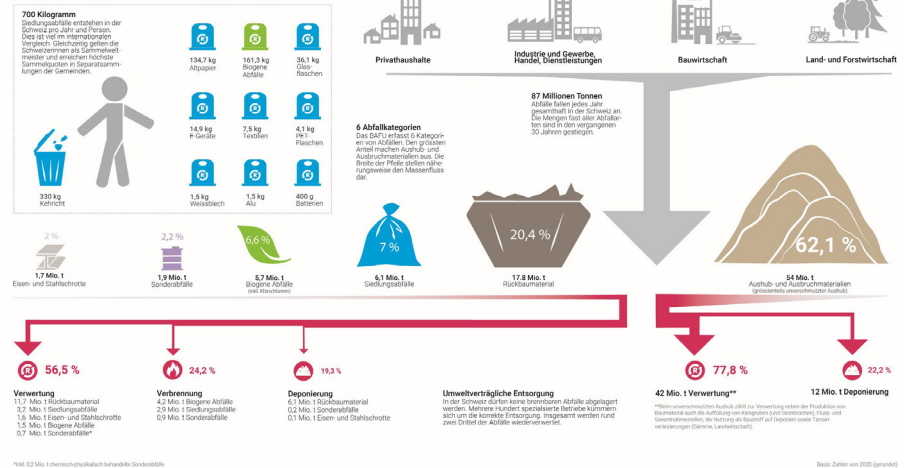


Bisher nicht konkret.

ZÜRICH, SCHWEIZ.

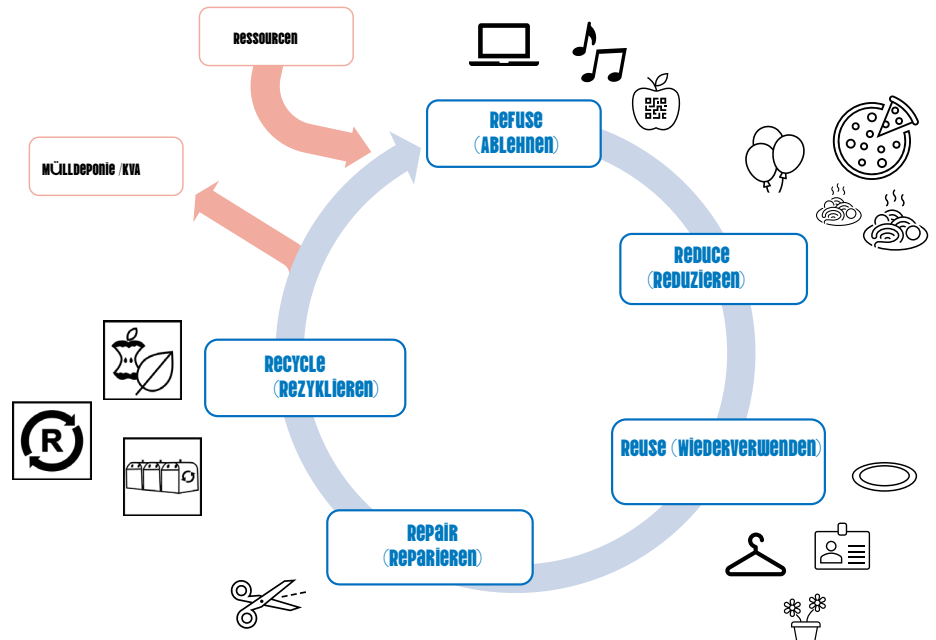
4

ZÜRICH, SCHWEIZ.



ZÜRICH, SCHWEIZ.

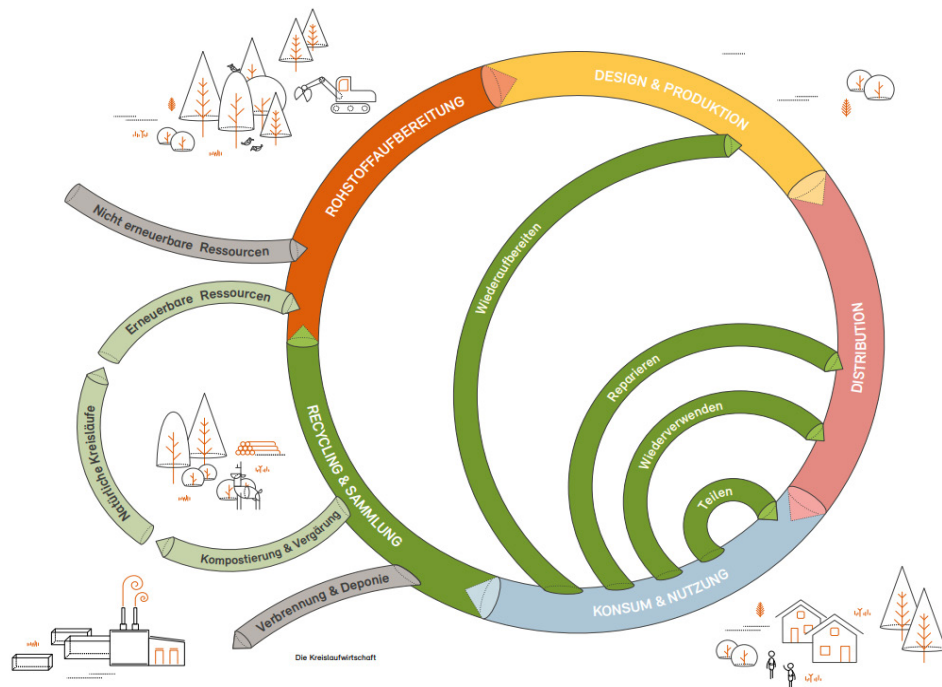
ZÜRICH, SCHWEIZ.



**ROHSTOFFE WERDEN
EFFIZIENT UND SO LANGE
WIE MÖGLICH GENUTZT:**

KREISLAUFWIRTSCHAFT

ZÜRICH, SCHWEIZ.



Swisstainable



Nachhaltiges Reisen bedeutet nicht zwingend Verzicht. Nachhaltiges Reisen steht für mehr Bewusstsein, Genuss, Tiefe. Das Reiseland Schweiz verfolgt deshalb eine für die Schweiz typische Nachhaltigkeits-strategie: Swisstainable.

Swisstainable steht für den Zeitgeist – und maximale Erholung in der Natur:

1. Die Natur nah und ursprünglich genießen
2. Die lokale Kultur authentisch erleben
3. Regional konsumieren
4. Länger bleiben und tiefer eintauchen

Wenn Ihr als Gäste nach nachhaltigen Angeboten sucht, seid Ihr im bestehenden Dschungel von Labels häufig verloren. Dem soll mit dem Programm Swisstainable entgegengewirkt werden. Swisstainable ist ein Schweizer Nachhaltigkeitsprogramm aus dem Tourismus für den Tourismus. Im Fokus steht die nachhaltige Entwicklung des Tourismuslands Schweiz. Eine Teilnahme am Nachhaltigkeitsprogramm steht allen touristischen Betrieben und Organisationen in der Schweiz offen. Das Nachhaltigkeits-programm will nicht eine neue Zertifizierung, sondern mehr Orientierung für die Gäste schaffen.

Um die unterschiedlichen Voraussetzungen und den unterschiedlichen Grad des nachhaltigen Engagements zu berücksichtigen, ist das Programm in drei Levels gegliedert.

Level I – committed

Level I – committed richtet sich an Betriebe, die (noch) keine Zertifizierungen oder andere Nachhaltigkeitsnachweise vorweisen, sich aber zu einer nachhaltigen Unternehmensführung bekennen und ihren Betrieb laufend in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln möchten.

Level II – engaged

Auch Level II – engaged setzt das Bekenntnis zu einer nachhaltigen Unternehmensführung und einer fortlaufenden Weiterentwicklung voraus. Zudem müssen für dieses Level ein anerkannter Einzelnachweis oder zwei in Kombination anerkannte Nachhaltigkeitsnachweise respektive -zertifizierungen vorgewiesen werden.

Level III – leading

Level III – leading ist für Betriebe konzipiert, die bereits eine umfassende, anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung vorweisen. Berücksichtigt werden Zertifizierungen, die alle Dimensionen der Nachhaltigkeit abdecken und regelmäßig extern überprüft werden.

Der Trend zu mehr Nachhaltigkeit bei Anlässen ist groß und kann nicht mehr als Mode-Erscheinung bezeichnet werden. Vielmehr ist es eine Erwartungshaltung, die Besuchende haben. Aber was macht einen Event nachhaltig und wie wird dieser organisiert? Es gibt viele Möglichkeiten und das Schöne ist: es gibt nicht DIE Lösung. Sondern viele kleine Alternativen, die man für seine Bedürfnisse umsetzen kann. Ein paar Ideen und Checklisten-Beispiele haben wir hier zusammengetragen.

Hilfsmittel für Ihren nächsten nachhaltigen Anlass in der Schweiz.

Hier findet Ihr den Konfigurator, um sich eine individuelle Checkliste erstellen zu lassen. Seht Euch auch die [Kontakte nach Themen](#) an, die wir zusammen mit unseren Partnern in den Destinationen aufgelistet haben, um Euch die Planung zu erleichtern. Und zu guter Letzt könnt Ihr Euch hier auch Checklisten-Beispiele herunterladen.

Füllt den Konfigurator mit einigen Fakten über Euer bevorstehendes Event und er wird Euch eine maßgeschneiderte Checkliste liefern. Wie toll ist das denn! Initiiert von der [Unlocking the power of data Initiative](#) - einer Projektgruppe der Schweizer Eidgenossenschaft und ihrer Partner - hilft dieser geniale Konfigurator allen, die in der Schweiz nachhaltige Veranstaltungen organisieren wollen. Klickt einfach auf den [Link](#) und probiert ihn aus.

Darüber hinaus findet Ihr hier eine [praktische Checkliste](#) für nachhaltige Veranstaltungen der Adventure Travel Trade Association zum Download. Auch haben wir einen kleinen [Fragen-Check](#) für Euch für die Planung nachhaltiger Events in der Schweiz für Euch zusammengestellt.

Kontakt

Zurich Convention Bureau
Gregory Baur
Manager Convention Bureau
gregory.baur@zuerich.com
T +41 44 215 40 80

Lucerne Convention Bureau
Tiffany Peter
Managerin Sales & Marketing (MICE)
tiffany.peter@luzern.com
T +41 41 227 17 43

**Switzerland Convention & Incentive
Bureau (SCIB)**
Katja Reinhardt
Manager Meetings & Incentives Germany/Austria
katja.reinhardt@switzerland.com
T +49 175 979 35 72

