



# **DIE TWIN TRANSFORMATION DER VERANSTALTUNGSWELT**

## WHITEPAPER ZUR „SUSTAINABLE EVENTS CONFERENCE – SHAPING THE FUTURE“ 2025

veranstaltet von

GCB German Convention Bureau e. V. und  
EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V.



## Inhalt

### Vorwort: Potenzierter Erfolg durch die doppelte Transformation

Ilona Jarabek (EVVC) und Matthias Schultze (GCB) ..... 4

### Gemeinsam für eine nachhaltige Veranstaltungswirtschaft

mit Beiträgen von

Michael Birk | Deutsche Bahn ..... 6

Barbara-Maria Lüder | AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft ..... 8

Marko Roscher | fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft ..... 10

Robert Trebus | VPLT Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik ..... 12

Michael Stober | Landgut Stober ..... 14

Christian Woronka | TMB Tourismus-Marketing Brandenburg ..... 16

### Handlungsfelder der Twin Transformation

#### MOBILITÄT

Impuls: Barbara-Maria Lüder und Max Reichert | AUMA ..... 19

Key Learnings: Max Reichert | AUMA ..... 21

#### SMART PRODUCTION UND ABFALLMANAGEMENT

Impuls: Marcus Stadler | Stadler concept ..... 22

Key Learnings: Sarah Eulitz | fwd: ..... 24



### VENUE ENERGY

Impuls: Thomas Lauer | getdigital solutions ..... 25

Key Learnings: Tim Kuppler | EVVC ..... 27

### FOOD & FOOD WASTE GUIDANCE

Impuls: Stefan Henter | CANTIBO ..... 28

Key Learnings: Caroline Wallenfels | GCB ..... 30

### EMISSONSMESSUNG

Impuls: Lena Buhleier | ClimatePartner ..... 31

Key Learnings: Lena Buhleier | ClimatePartner ..... 33

### Zukunftsvisionen als Antreiber für positive Veränderung

von Boris Lebedev | Reinventing Society ..... 35

### Ausblick: Kollaborativ in eine verantwortungsbewusste Zukunft

Ilona Jarabek | EVVC und Matthias Schultze | GCB ..... 39

Impressionen der SECON 2025 ..... 41

Partner und Unterstützer ..... 43

Impressum und Bildnachweise ..... 44

SECON

SUSTAINABLE EVENTS CONFERENCE  
*Shaping the Future*



# VORWORT





## Potenziertes Erfolg durch die doppelte Transformation

von Ilona Jarabek (EVVC) und Matthias Schultze (GCB)

In einer Welt des kontinuierlichen Wandels stehen wir vor der Herausforderung, unterschiedliche Transformationsprozesse gleichzeitig zu adressieren. Zwei der größten Transformationsfelder unserer Zeit sind dabei eng miteinander verwoben: Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Als „Twin Transformation“ können sie auch die Zukunft von Veranstaltungen maßgeblich prägen. Mit der Sustainable Events Conference (SECON) 2025 haben wir uns daher wegweisenden Handlungsfeldern gewidmet, die von Initiativen und Frameworks wie „Net Zero Carbon Events“ oder dem „European Green Deal“ bereits vorgezeichnet werden. Gleichzeitig haben wir die vielschichtigen Potenziale von Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz erkundet und diskutiert, wie diese die Effizienz, Interaktivität und Nachhaltigkeit von Veranstaltungen steigern können.

Bei der SECON 2025 kamen an zwei Tagen im Februar rund 150 Teilnehmer\*innen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum auf dem Landgut Stober im brandenburgischen Havelland zusammen. Die verschiedenen Impulse, Workshopsessions und Exkursionen der Veranstaltung beschäftigten sich u.a. mit der Implementierung von nachhaltigen Logistikkonzepten, der Notwendigkeit einheitlicher Messmethoden von CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Events oder der Verbindung zwischen Smart Production und Abfallmanagement. Auch Mobilität, nachhaltiges Catering und Food Waste sowie die Energieeffizienz von Veranstaltungsorten waren Gegenstand der Diskussion.

Die wesentlichen Impulse, Praxisbeispiele und Quintessenzen der SECON 2025 haben wir gemeinsam mit unseren vielfältigen Partnern und Referent\*innen im vorliegenden Whitepaper noch einmal für Sie kuratiert.

Gemäß dem Veranstaltungs-Motto wünschen wir Ihnen eine doppelt inspirierende Lektüre!

### **Matthias Schultze**

Managing Director

GCB German Convention Bureau e. V.

### **Ilona Jarabek**

Präsidentin

EVVC Europäischer Verband der  
Veranstaltungs-Centren e. V.

SECON

SUSTAINABLE EVENTS CONFERENCE  
*Shaping the Future*



1

# GEMEINSAM FÜR EINE NACHHALTIGE VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT





## Haltung zeigen und Verantwortung übernehmen

von Michael Birk, Senior Manager Programmstrategie und Businesspartnermanagement  
im Vertrieb Geschäftskunden | DB Fernverkehr AG

Es ist keine Neuigkeit: Die Mobilität der Veranstaltungsteilnehmer\*innen hat mit Abstand den größten Anteil am Event Carbon Footprint (ECF). Was sich hingegen verändert, ist, dass dieser Anteil zunimmt. Denn wir machen gute Fortschritte in vielen Bereichen, wie bspw. Energie, Catering, Kreislaufwirtschaft – nur eben kaum Fortschritte im Bereich der Mobilität. Wer fühlt sich eigentlich für diesen Anteil des ECF verantwortlich? Und wer ist oder wird verantwortlich im Sinne einer regulatorischen und bilanziellen Pflicht? Viele Branchenteilnehmer\*innen warten nicht auf Antworten – sie nehmen das Heft des Handelns in die Hand und übernehmen Verantwortung für diese Emissionen. Sie zeigen Haltung – und Haltung steckt an.

Wer Haltung zeigt, nutzt die Wirkung von Kommunikation an die Teilnehmer\*innen als großen Hebel für eine nachhaltigere Mobilität: Zeige oder vermittele ich, was mir als Veranstalter oder Ausrichter wichtig ist, auch die damit verbundenen Ziele? Erkläre ich den Teilnehmer\*innen, wie sie nachhaltiger anreisen können und welchen Beitrag sie damit leisten? Biete ich entsprechende Angebote der Mobilitätsdienstleister an? Nutze ich in meiner Darstellung die Wahrnehmungsmechanismen der Teilnehmer\*innen, um nachhaltigere Entscheidungen zu erleichtern („Green Nudging“)?

Hier liegt eine ganze Fülle an einfachen, meist kostenfreien und vor allem wirksamen Möglichkeiten. Und dennoch muss man auch heute noch nicht lange suchen, um auf Veranstaltungswebsites in der Kategorie ‚Anreise‘ lediglich den Hinweis auf die nächste Autobahnanbindung oder Bushaltestelle zu finden.

Als Unternehmen mit transparenten und validierten Nachhaltigkeitszielen stellen wir als Deutsche Bahn (DB) unseren Kooperationspartnern ein **spezifisches Portfolio** zur Verfügung, um Verantwortung für eine nachhaltigere Mobilität übernehmen zu können. Dieses umfasst neben einem exklusiven Preisangebot mit speziellem Buchungslink viele weitere relevante Bestandteile wie genaue Daten für ein CO2-Reporting, Kommunikationsvorlagen für die Ansprache der Teilnehmer\*innen oder die Umweltbescheinigung für Veranstalter. Als Teil des DB Geschäftskundenprogramms **bahn.business reisen** Teilnehmende mit 100% Ökostrom im innerdeutschen Fern- und Nahverkehr und dies TÜV-zertifiziert. Seit Mitte 2024 stellen wir mit **bahn.business 360°** auch eine Plattform mit Weiterbildungsformaten, Best Practices und Hintergrundwissen zur Verfügung. Dort haben unsere Partner außerdem die Möglichkeit, ihre eigenen Veranstaltungen mit Nachhaltigkeitsfokus darzustellen.



Die DB leistet als Hauptsponsor der SECON 2025 einen wichtigen Beitrag für den fokussierten Austausch der Gestalter\*innen der Branche zur Twin Transformation aus Nachhaltigkeit und Digitalisierung. KI wird auch in der MICE-Branche DER Game Changer für all diejenigen sein, die sich der Technologie frühzeitig öffnen und widmen, mit ihr experimentieren. Das wiederum erfordert Mut und eine vorwärts gerichtete Haltung und Perspektive. In Boris Lebedevs Keynote zu Zukunftsvisionen wurde deutlich, dass wir eigentlich von einer ‚Triple Transformation‘ reden: denn ohne eine entsprechende soziale Transformation entsteht keine Kultur, die einen zielgerichteten, der Nachhaltigkeit förderlichen Einsatz der Digitalisierung überhaupt erst ermöglicht. Veranstaltungen wie die SECON bieten in dieser Hinsicht eine Großchance: Wo sonst lassen sich Menschen so direkt aufeinander und auf relevante Themen ein, um danach ihre Haltung und ihr Handeln verändern zu können?

Boris Lebedev fragte die Teilnehmer\*innen außerdem, wie denn die tollste für sie vorstellbare Veranstaltung aussähe? Die Antworten kamen spontan und vielfältig und gingen weit über den Status Quo hinaus. Vielleicht nehmen wir als Branche diesen Impuls an und betrachten ihn als Anspruch für das Format der nächsten SECON? Wenn daraus die tollste SECON aller Zeiten entstehen könnte, wäre das für uns als DB neuerlich Anspruch und Ansporn zugleich, die SECON nach Kräften zu unterstützen.





## Nachhaltige Transformation der Messewirtschaft: Alle an einem Strang

von Barbara-Maria Lüder, Manager Recht, Steuern, Technik, Nachhaltigkeit | AUMA

550 Millionen Euro Modernisierungsinvestitionen sind laut Informationen der AUMA-Mitglieder bis 2027 am Messeplatz Deutschland geplant, um der Klimaneutralität Schritt für Schritt näher zu kommen. Spätestens 2040 – und damit fünf Jahre vor dem nationalen Ziel Deutschlands – will die Messebranche klimaneutral wirtschaften.

Um das zu schaffen, muss an unterschiedlichen Stellschrauben gedreht werden. Nächster Meilenstein ist die Nutzung von 100 Prozent Ökostrom an den deutschen Messeplätzen. Ein weiterer wichtiger Hebel ist die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung im Catering. Die kontinuierliche Evaluation von bedarfsgerechten Speise- und Getränkeangeboten und der Einsatz von Mehrweggeschirr tragen dazu bei, die Abfallquote beim Catering zu verringern.

Außerdem gilt es, die Minimierung des Abfallaufkommens und die Verstärkung des Recyclings sowie die Nutzung von wiederverwertbaren Materialien im Standbau zu erreichen. Hierfür gibt es wirkungsvolle Strategien. Messestände sollten multifunktional geplant und die Wiederverwendung von Messemöbeln oder Baugruppen zur Norm werden. Dies macht sich langfristig auch positiv in der Kostenentwicklung bemerkbar. Eine wichtige Rolle bei der Akzeptanz von nachhaltigem Standbau spielt die Individualität

trotz Wiederverwendung, denn ein besonderes Kennzeichen des Messeplatzes Deutschlands ist der kreative und aussagekräftige Standbau. Gute Messebauunternehmen zeigen, wie individueller und nachhaltiger Messebau miteinander in Einklang gebracht werden können. Wiederverwendbarkeit ist nachhaltig und kann gleichzeitig kreativ und kostengünstig sein. Mit einer frühzeitigen Planung des Messeauftritts kann außerdem das Transportvolumen gebündelt und der Verpackungsmüll reduziert werden. Am wirkungsvollsten ist es, wenn alle Beteiligten – Veranstalter, ausstellende Unternehmen, Messebauer und Besuchende – bei diesen Bemühungen gemeinsam an einem Strang ziehen.

Eine große – möglicherweise sogar die größte – Aufgabe der gesamten Veranstaltungswirtschaft ist die nachhaltige Mobilität der Teilnehmenden. Als erstes müssen der öffentliche Personennahverkehr und die Bahn konsequent in das Verkehrskonzept der Veranstaltungen eingebunden werden. Außerdem ist eine Zusammenarbeit mit allen Partnern aus der Reisebranche erforderlich, denn auch die Fluggesellschaften und Hotels arbeiten an nachhaltigen Lösungen. Wir müssen unseren Teilnehmenden nachhaltige Reiseoptionen vermitteln und ihnen die Entscheidungen dazu erleichtern.



Es bleibt aber auch festzuhalten, dass durch den Besuch von Leitmessen andere Reisen vermieden werden, denn Messen sind Branchentreffen für ganze Wirtschaftszweige. Das ist das Ergebnis einer **Befragung** von knapp 3.000 Messteilnehmer\*innen aus 2024 zur Untersuchung der Effizienz, Planung und Durchführung von Messebesuchen.

Und schließlich hat der Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA eine **Leitlinie zur einheitlichen Berechnung** von Treibhausgasen beim Veranstalten von Messen erarbeitet. Dadurch soll die Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Transparenz der Bilanzierung von Emissionen am Messeplatz Deutschland möglich werden. Das Messen von Emissionen hilft, die wesentlichen Emissionsquellen zu identifizieren und daraus Klimaschutzmaßnahmen abzuleiten. Die Leitlinie richtet sich vor allem an Messeveranstalter, bietet jedoch auch wertvolle Unterstützung für ausstellende Unternehmen, für Dienstleister sowie Besucher\*innen – denn eine nachhaltige Transformation ist unser Ziel!





## Die Kreislaufwirtschaft als Motor für Innovation und Wettbewerbsfähigkeit

von Marko Roscher, Referent Nachhaltigkeit,  
fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e. V.

Die deutsche Wirtschaft steht vor existenziellen Herausforderungen: Rohstoff- und Energieknappheit sowie globale Verschiebungen hin zu strategischen Wettbewerbern erfordern große Lösungsansätze. Eine Transformation hin zur Kreislaufwirtschaft bietet dabei echte Chancen.

### Potenziale der Kreislaufwirtschaft

Die deutsche Wirtschaft ist geprägt von einem hohen Industrieanteil mit starker Exportorientierung. Neben Rohstoff- und Energieknappheit haben sich deutsche Schlüsselbranchen im globalen Technologiewettbewerb teils abhängen lassen. Eine konsequente Ausrichtung auf Kreislaufwirtschaft wird wieder Technologieführerschaft erlauben, ökologische und ökonomische Chancen heben und Wertschöpfung in Deutschland sichern.

- Wachstum: **zusätzliches Wachstum** bis 0,3 % p.a. durch Kreislaufansätze in Deutschland, bis 1,0 % in der EU
- Wertschöpfung: **bis 200 Mrd. Euro Wertschöpfung** können hierzulande gehalten werden
- Arbeitsplätze: **neue Tätigkeitsfelder**, bis zu 700.000 Arbeitsplätze in der EU
- Emissionsreduktion: **45 % Emissionen** entstehen in der Produktion. Kreislaufwirtschaft reduziert diese um 45 %.

### Der Schlüssel: nutzungsbasierte Geschäftsmodelle

Bundesministerien betrachten bislang v.a. Recycling und Müllvermeidung. Doch Entwicklungsschübe der Kreislaufwirtschaft kommen durch neue Warennutzungsformen.

- Kooperation: Unternehmen kooperieren partnerschaftlich regionsübergreifend, um Ressourcen effizient einzusetzen
- Sharing: gemeinsame Nutzung von Ressourcen erhöht Effizienz
- Miete: Produkte zeitweise nutzen, dann wiederaufbereiten
- (Ressourcen-)Pooling: Unternehmen teilen Ressourcen, senken Kosten und Emissionen

### Beispiel Veranstaltungswirtschaft

Die **deutsche Veranstaltungswirtschaft** hat über 100.000 KMU, 1,1 Mio. Beschäftigte und einen Jahresumsatz von 81 Mrd. Euro. Sie ist prädestiniert für die Kreislaufwirtschaft: Material wird temporär eingesetzt, zurückgenommen und wiederverwendet. Mehrzweckprodukte können sofort in unterschiedlichen Sektoren genutzt werden. Das hält Wertschöpfung im Land, vermeidet Abfall und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit. Diverse Beispiele in der Veranstaltungswirtschaft zeigen, dass solche Modelle in der Praxis funktionieren.



## Staatliche Impulse und Handlungsempfehlungen

Der deutsche Staat ist ein großer Beschaffer mit einem Volumen von über 500 Mrd. Euro jährlich und kann so die Nachfrage nach wiederaufbereiteten Produkten exponentiell steigern.

- Vergabekriterien: Berücksichtigung von Kreislaufkriterien in öffentlichen Ausschreibungen, Bevorzugung bestehender Ressourcen
- Rahmenbedingungen: Standardisierung und Modularität von Produkten fördern, Langlebigkeit und Wiederverwendbarkeit erhöhen
- Finanzierungsinstrumente und Incentivierung: Investitionen in Transformation, Werkstätten, Produktoptimierung und Technologieentwicklung sowie staatliche Incentivierungsprogramme
- Einsatz der Bundesregierung: Kooperations-, Sharing-, Miet- und (Ressourcen-) Pooling-Modelle in der Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie verankern und fördern, Harmonisierung des Begriffs Kreislaufwirtschaft

## Fazit: Die Lösung ist greifbar

Die Kreislaufwirtschaft ist mehr als Recycling und Müllvermeidung. Sie braucht ein Zusammenspiel einer kreislauffähigen Kurations- und Konzeptionsphase, innovativem Design, nutzungsbasierten Geschäftsmodellen, klaren Beschaffungsrichtlinien und staatlichen Anreizen. Deutschland kann dadurch nicht nur seine Klimaziele schneller erreichen, sondern auch die eigene Wettbewerbsfähigkeit stärken, Wertschöpfung im Land halten und neu produzieren sowie Arbeitsplätze sichern und neue erschaffen. Die hier gewonnenen Erfahrungen, Technologien und Geschäftsmodelle lassen sich international exportieren und verschaffen Deutschland einen strategischen Vorteil auf dem Weltmarkt. Damit wird die Kreislaufwirtschaft zu einem zentralen Baustein für nachhaltiges Wachstum, Wohlstand und Innovationskraft – zum Nutzen von Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt.



Dieser Text ist eine Kurzfassung des fwd: Impulspapiers, welches durch den Fachvorstand Christian Eichenberger unter Mitwirkung von Niklas Knoll entstand. Die vollständige Version ist für fwd: Mitglieder [unter diesem Link](#) verfügbar.



## Twin Transformation in der Eventindustrie: Nachhaltigkeit durch digitale Datenintegration

von Robert Trebus, Fachvorstand Nachhaltigkeit, VPLT e.V.

Die Eventindustrie steht an einem Wendepunkt: Nachhaltige Transformation ist keine Option mehr, sondern eine Notwendigkeit. Gleichzeitig kann sie nicht isoliert betrachtet werden – sie ist untrennbar mit der Digitalisierung verknüpft. Dieser doppelte Wandel, bekannt als Twin Transformation, erfordert ein Umdenken in der gesamten Branche. Nur wenn die Veranstaltungswirtschaft ihre Prozesse vollständig digitalisiert, können Umweltziele erreicht, wirtschaftliche Effizienz gesteigert und regulatorische Anforderungen erfüllt werden.

### Der European Green Deal als Digitalisierungsagenda

Der EU Green Deal ist weit mehr als eine Klimaschutzstrategie – er ist im Kern eine Digitalisierungsagenda. Denn die EU setzt auf datengetriebene Nachhaltigkeit: Unternehmen sollen nicht nur umweltfreundlichere Produkte herstellen, sondern auch detaillierte Nachhaltigkeitsinformationen über den gesamten Lebenszyklus bereitstellen.

Dafür wurde das Product Environmental Footprint (PEF)-Konzept entwickelt, das den Lebensweg von Produkten auf Basis einheitlicher Kriterien bewertet. Für die Eventbranche bedeutet das: Hersteller müssen nicht nur nachhaltige Alternativen anbieten, sondern auch klare, belastbare Daten zur Umweltwirkung liefern. Hier kommt die neue Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) ins Spiel. Diese EU-Verordnung fordert, dass Nachhaltigkeit nicht nur behauptet, sondern durch transparente, digital

hinterlegte Daten belegt wird. Ein zentrales Instrument dabei ist der Digital Product Passport (DPP).

### Der Digital Product Passport als Schlüssel zur Transformation

Der DPP ist ein entscheidender Baustein der Twin Transformation. Er macht Produktdaten in der gesamten Wertschöpfungskette sichtbar – von der Rohstoffgewinnung über Produktion, Nutzung und Wartung bis zum Recycling. Damit entsteht erstmals eine einheitliche, digitale Informationsbasis, die für Hersteller, Dienstleister und Kund\*innen gleichermaßen nutzbar ist.

Für die Eventbranche bringt der DPP zahlreiche Vorteile:

- **Transparenz für Kund\*innen:** Veranstalter erkennen nachhaltige Produkte auf einen Blick.
- **Erleichterung regulatorischer Vorgaben:** alle relevanten Informationen sind bereits digital hinterlegt.
- **Optimierung von Prozessen:** Echtzeit-Daten ermöglichen bessere Steuerung von Materialkreisläufen und die Minimierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen.
- **Informationen zur Energieeffizienz:** Belastbare Bewertungen erlauben fundierte Entscheidungen für energieeffiziente Produkte und nachhaltige Betriebsweisen.
- **Automatisierte Datenerfassung und IoT-Integration:** Echtzeit-Analysen und automatische Erfassung von Verbräuchen, Betriebszuständen und Mengen.
- **Wirtschaftlicher Nutzen:** Weniger Papierdokumentationen, effizientere Logistik und automatisierte Berichterstattung.



Durch automatisierte Datenerfassung und intelligente Analysesysteme wird die Branche zudem in die Lage versetzt, Nachhaltigkeitsziele dynamisch zu verfolgen und Anpassungen in Echtzeit vorzunehmen.

### **Digitalisierung als Voraussetzung für eine nachhaltige Eventindustrie**

Die Eventbranche steht vor einer doppelten Herausforderung – und einer doppelten Chance. Wer jetzt in digitale Datenerfassung, transparente Wertschöpfungsketten und nachhaltige Produktentwicklungen investiert, wird nicht nur die regulatorischen Anforderungen der Zukunft erfüllen, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit in einer sich wandelnden Branche sichern. Die Zeit zu handeln ist jetzt. Die Eventbranche muss Nachhaltigkeit datenbasiert denken – und durch Digitalisierung ermöglichen.





## Das Landgut Stober – Ein Vorreiter der Twin Transformation in der Veranstaltungsbranche

von Michael Stober, CEO und Eigentümer, Landgut Stober

Das Landgut Stober, bekannt für seine ökologische Verantwortung und nachhaltigen Konzepte, steht als Beispiel für die erfolgreiche Verknüpfung von Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswelt. Diese „Twin Transformation“ prägt die strategische Ausrichtung des Landguts und ist ein zentrales Element seiner unternehmerischen DNA.

Unser strategischer Ansatz basiert auf drei Säulen:

### 1. Nachhaltigkeit als Fundament

Als ein von der Gemeinwohl-Ökonomie zertifizierter Betrieb haben wir Nachhaltigkeit nicht nur als Leitbild, sondern als Kern unseres Geschäftsbetriebs etabliert. Dies bedeutet, dass jede unternehmerische Entscheidung daraufhin geprüft wird, wie sie die Umwelt, die Gesellschaft und die Wirtschaft positiv beeinflusst. Von der Nutzung regionaler Ressourcen und 100% Ökostrom bis hin zur umfassenden Abfallvermeidung und einer Klimabilanz seit 2013 in Scope 1,2 und 3 inkl. Kompensation – Nachhaltigkeit ist unsere Basis. Das Landgut spart mittlerweile mehr als eine halbe Million Euro Kosten durch konsequente Nachhaltigkeit: z.B. Heizen mit Holzhackschnitzeln, teilweise eigene Stromherstellung, Reduzierung des Frischwasserverbrauchs durch Regenwassernutzung und Durchflusskontrolle.

### 2. Digitale Transformation als Werkzeug:

Digitalisierung ist für uns kein Selbstzweck, sondern ein Werkzeug zur Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele. Durch innovative digitale Systeme optimieren wir Prozesse und steigern die Ressourceneffizienz. Beispielsweise können unsere Kund\*innen mittlerweile viele Schritte digital abwickeln, was nicht nur Zeit spart, sondern auch den Papierverbrauch deutlich reduziert. Das Landgut Stober führt aktuell ein modernes Energiemanagement ein, bei dem die großen Stromverbraucher miteinander kommunizieren, um „Stromspitzen“ zu vermeiden. Gleichzeitig sollen digitale Informationen aus den Maschinen helfen, Ausfallzeiten oder Wartungsintervalle zu eliminieren. Zudem arbeiten wir an unserer Stromautarkie: durch Erweiterung der Photovoltaikanlage in Verbindung mit einem 1 MW-Stromspeicher.

### 3. Kulturelle Verankerung der Transformation:

Der Erfolg der Twin Transformation steht und fällt mit der Bereitschaft der Menschen, diese Veränderungen mitzutragen. Deshalb setzen wir auf kontinuierliche Weiterbildung und transparente Kommunikation. Unser Team wird regelmäßig geschult, um digitale Tools effektiv zu nutzen und gleichzeitig Nachhaltigkeitsaspekte in ihre Arbeit zu integrieren. Dieser ganzheitliche Ansatz motiviert unsere Mitarbeitenden, sich aktiv in den Transformationsprozess einzubringen und ihn zu einem festen Bestandteil unseres Unternehmensalltags zu machen.



### Best Practices aus der Veranstaltungswelt

Ein Beispiel für die Twin Transformation ist unser hybrides Veranstaltungskonzept. Hier kombinieren wir digitale Technologien mit ökologischen Maßnahmen, um das Beste aus beiden Welten zu vereinen:

- Digitale Plattformen: Virtuelle Eventlösungen erhöhen die Reichweite von Veranstaltungen, ohne die ökologische Belastung durch Reisen und Logistik.
- Ressourcenschonende Infrastruktur: Die Nutzung erneuerbarer Energien und modernster Technik reduziert den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck jeder Veranstaltung.
- Datengetriebene Entscheidungen: Unsere digitalen Systeme erfassen detaillierte Daten zu Verbrauch und Teilnehmerverhalten, die wir nutzen, um unsere Prozesse ständig zu verbessern und nachhaltiger zu gestalten.

Das Landgut Stober ist stolz darauf, als Vorreiter der Twin Transformation in der Veranstaltungswelt zu gelten. Wir verstehen diese Transformation nicht nur als Trend, sondern als langfristigen Paradigmenwechsel, der sowohl unseren Kund\*innen als auch der Umwelt zugutekommt. Mit diesem Ansatz wollen wir zeigen, dass sich Nachhaltigkeit und Digitalisierung ergänzen und damit die Basis einer wirtschaftlich erfolgreichen, zukunftsfähigen und verantwortungsbewussten Veranstaltungsbranche bilden.





## Daten als Schlüssel für Innovation und Wettbewerbsfähigkeit im Brandenburg-Tourismus

von Christian Woronka, Geschäftsführer der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Als Landestourismusorganisation setzen wir uns dafür ein, das Beste aus allen Regionen Brandenburgs zu präsentieren und Begeisterung für unser Land zu wecken. Unser Ziel ist es auch, der Branche durch innovative digitale Services einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen, da Digitalisierung eine entscheidende Grundlage für die Weiterentwicklung eines nachhaltigen Qualitätstourismus ist.

Die Digitalisierung bietet die Chance, Menschen tagesaktuell, individuell und kontextsensitiv anzusprechen und sie für Themen wie den Naturschutz zu sensibilisieren. Qualitativ hochwertige und verlässliche Daten sind dabei der Schlüssel. So haben wir z. B. die Möglichkeit, Naturräume über Tourenempfehlungen zugänglich zu machen, Besucherströme zu lenken und die sensiblen Bereiche gleichzeitig zu schützen.

In der touristischen Wertschöpfungskette, die von unterschiedlichen Akteuren – von der Hotellerie, der Gastronomie bis hin zu Mobilitätsdienstleistern – geprägt ist, sind Daten und Datenschnittstellen von zentraler Bedeutung. Besonders für unsere Branche, die vorwiegend aus kleinen und mittelständischen Unternehmen besteht, gewinnen Daten als Erfolgsfaktor für Geschäftsmodelle zunehmend an Bedeutung. Die Frage nach der Herkunft zuverlässiger Daten steht dabei im Vordergrund. Eine umfassende, standardisierte und geteilte Dateninfrastruktur ist ein entscheidender Erfolgsfaktor.

In Brandenburg bildet das Contentnetzwerk das Herzstück dieser Infrastruktur. Die landesweite digitale Datenplattform stellt hochwertige Daten und Inhalte zur Verfügung und ist die Basis eines gesamten „Ökosystems“ digitaler Services. Diese bieten Urlauber\*innen und Veranstaltungsteilnehmenden schnelle Orientierung und unterstützen touristische Leistungsträger sowie Regionen konkret bei der Digitalisierung.

Mehr als 700 Regionen, Orte und Leistungsträger pflegen ihre touristischen Daten in das Contentnetzwerk ein. Als neuen Kooperationspartner konnten wir die Nationalen Naturlandschaften gewinnen. Insgesamt umfasst die Plattform mehr als 125.000 POI-, Veranstaltungs-, Touren-, Medien- und Barrierefreiheitsdaten. Diese werden über mehr als 2.300 digitale Ausgabekanäle verbreitet. Dazu gehören zum Beispiel Smart Village Apps sowie Apps des ADAC und der DB Regio, aber auch digitale Informationsstelen in Hotellobbys und auf Marktplätzen.

Seit dem Jahr 2018 arbeitet die TMB aktiv in der Open Data Tourism Alliance mit, um anhand von Standards großer Suchmaschinen einheitliche Datenformate für den gesamten Tourismusbereich im DACH-Raum zu entwickeln. Diese Daten werden im Open Data Knowledge Graph der Deutschen Zentrale für Tourismus zur Verfügung gestellt, auf den bereits 250 potentielle Datennutzer Zugriff haben. In Bezug auf Open Data und die vereinfachte, weltweite Nutzung touristischer Marketingdaten zählt Brandenburg zu den führenden Destinationen im deutschsprachigen Raum.



Damit bereitet die TMB sich mit den Partnern des Contentnetzwerks bereits seit vielen Jahren strategisch auf das Zeitalter der „Generative Engine Optimization“ im sogenannten Headless Web vor. Hierbei steht die Etablierung als vertrauenswürdige Datenquelle im Mittelpunkt. Mit Hilfe von einheitlich strukturierten Inhalten, präzisen Antworten auf konkrete Fragen und Informationstiefe soll die Sichtbarkeit in KI-Systemen optimiert werden.

Und wo geht die Reise hin? DIANA-T, ein 2024 gestartetes und vom Bund geförder-tes Projekt hat das Ziel, auf Grundlage der europäischen GAIA X Datenraumtechno-logie eine dezentrale Datenplattform zu schaffen, die im nächsten Schritt offene mit nicht-offenen Daten kombiniert. Das Projekt ist auch auf Nachhaltigkeit ausgerichtet: Datenökonomie trägt dazu bei, betriebliche Abläufe zu optimieren und personalisierte Angebote zu erstellen. Durch die Analyse von Daten können Unternehmen ihre Dienst-leistungen verbessern, ihre Effizienz steigern und damit nachhaltiger agieren.

Daten sind also für die Twin Transformation eine zentrale Grundlage.



SECON

SUSTAINABLE EVENTS CONFERENCE  
*Shaping the Future*



2

# HANDLUNGSFELDER DER TWIN TRANSFORMATION





## Mehrwert von Messebesuchen: Wie Einzelreisen vermieden werden

von Barbara-Maria Lüder und Max Reichert | Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA

Mobilität ist essenziell für gesellschaftliches und wirtschaftliches Zusammenleben, da persönliche Begegnungen Verständnis, Wissen und neue Kooperationen fördern. Geschäftsreisen spielen eine zentrale Rolle für den globalen Handel, den Aufbau von Vertrauen und den Wissensaustausch. Die AUMA-Studie „Mehrwert von Messebesuchen“, durchgeführt mit Prof. Dr. Harald Zeiss, untersuchte im ersten Halbjahr 2024, wie Messen durch die Bündelung von Geschäftskontakten die Effizienz von Geschäftsreisen maximieren können und welche Nachhaltigkeitspotenziale sich daraus ergeben.

Zentrales Ergebnis ist die hohe Effizienz bei der Planung und Durchführung von Geschäftskontakten der Messebesucher\*innen. Die Befragten aus den knapp 3.000 Interviews hatten durchschnittlich 13,1 Geschäftskontakte pro Tag. Ein Drittel dieser Kontakte hätten ohne den Besuch der Messe zu zusätzlichen Reisen geführt. Dies bedeutet, dass pro Besucher\*in und Tag durchschnittlich 5,1 separate Reisen vermieden wurden.

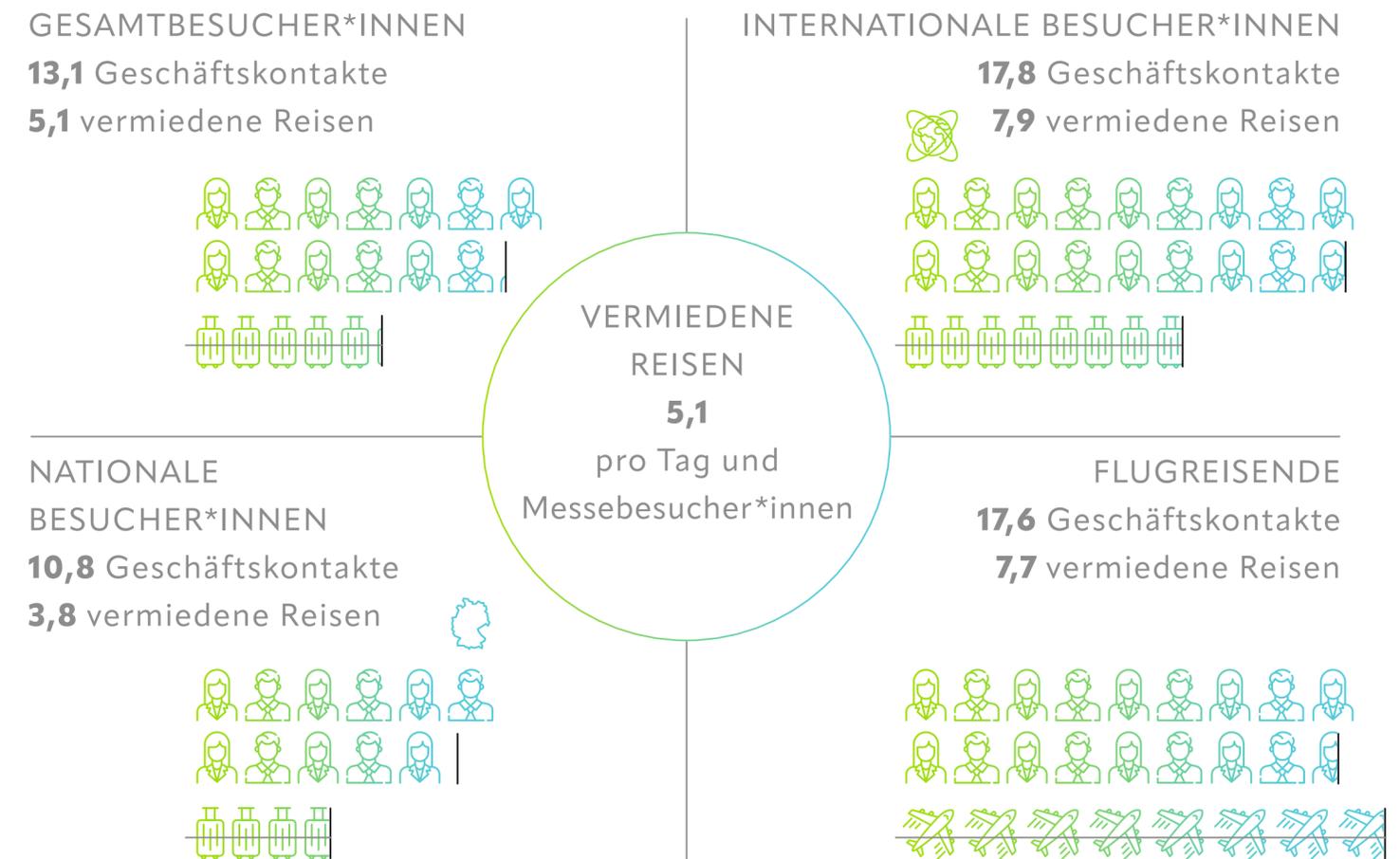


Abb. 1: Vermiedene Reisen nach Besucher\*innengruppe

Quelle: AUMA 2024, Besucherbefragung auf neun ausgewählten Messen in Deutschland, Januar-April 2024, n=2.912.

Die hohe Internationalität des Messeplatzes Deutschland ist vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen der Schlüssel zum Erfolg bei der Erschließung neuer Märkten und der Gewinnung neuer Geschäftskontakte. Die Studie zeigt, dass insbesondere Flugreisende ihre Messebesuche effizient planen und damit das Potenzial zur CO<sub>2</sub>-Einsparung besonders ausschöpfen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Studie ist die Untersuchung des Digitalisierungspotenzials von Geschäftskontakten auf Messen. 61 Prozent der Geschäftskontakte hätten digital nicht in der gleichen Qualität stattfinden können, sagen die Teilnehmer\*innen. Dies unterstreicht den hohen Wert persönlicher Begegnungen.

Die Studie beleuchtet auch die Terminplanung und Reisegewohnheiten der Messebesucher\*innen. 45 Prozent der Befragten planen weitere Termine im Zusammenhang mit ihrem Messebesuch, um die Effizienz der Reise weiter zu erhöhen. Deutlich mehr als ein Viertel der Besucher\*innen (28 Prozent) verbindet den Messebesuch mit zusätzlichen geschäftlichen Terminen und weitere 17 Prozent kombinierten ihn mit einem privaten Aufenthalt. Dies ist bei der Ermittlung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks, der durch die Reise zum Messestandort entsteht, zu berücksichtigen. Die Mehrheit der Befragten (56 Prozent) gibt an, persönlich auf ökologische Faktoren bei der Messe- und Reiseplanung (z. B. bei Transportmittel, Unterkunft) zu achten. Auf Unternehmensebene berücksichtigen sogar 60 Prozent ökologische Aspekte bei der Messeplanung. Dies zeigt ein deutliches Bewusstsein für Nachhaltigkeit bei den Geschäftsreisenden.



**56 %**  
der Besucher\*innen



**60 %**  
der Unternehmen



berücksichtigen ökologische Aspekte bei der Messeplanung



**45 %**  
der Besucher\*Innen verbinden den Messebesuch mit weiteren Terminen



Der Geschäftskontakte hätten nicht in gleicher Qualität digital stattfinden können

Abb. 2: Zentrale Ergebnisse der Befragung zu ökologischen Aspekten, Terminplanung und Bedeutung von persönlichen Kontakten. Quelle: AUMA 2024, Besucherbefragung auf neun ausgewählten Messen in Deutschland, Januar-April 2024, n=2.912.

Zusammengefasst belegt die Studie, dass Messen einen Beitrag zur Reduktion von Einzelreisen leisten, indem sie zahlreiche geschäftliche und private Treffen an einem Ort bündeln. Zudem liefern die Ergebnisse der Studie wichtige Einblicke in das ökologische Bewusstsein im Messesektor auf Besucher- und Unternehmensebene.



## Key Learnings aus allen Impulsen

von Max Reichert | Verband der Deutschen Messewirtschaft AUMA

### 1. Gemeinsam nachhaltige Lösungen vorantreiben und sichtbar machen

- Alle Akteure der Eventbranche tragen Verantwortung und können aktiv zur Reduzierung von Emissionen beitragen.
- Mobilitätsanbieter müssen ihre nachhaltigen Angebote für Veranstaltungen klar kommunizieren und durch belastbare Daten echten Mehrwert schaffen. Transparenz über Emissionsreduktionen und konkrete Vorteile für Veranstalter und Teilnehmende sind essenziell.

### 2. Veranstaltungsorte als Treiber nachhaltiger Mobilitätskonzepte

- Veranstaltungsorte sollten aktiv nachhaltige Mobilitätsoptionen fördern und das steigende Bedürfnis der Teilnehmenden nach klimafreundlichen Anreisemöglichkeiten bedienen.
- Wichtige Maßnahmen sind z.B.
  - › die Bereitstellung und Förderung umweltfreundlicher Anreiseoptionen direkt am Standort
  - › die klare und transparente Kommunikation nachhaltiger Mobilitätsangebote über alle Kanäle und prominente Akteure
  - › die Verbesserung der Orientierung für Besucher\*innen durch gut sichtbare Hinweise und digitale Tools

### 3. Datengestützte Steuerung des Reiseverhaltens und Effizienzpotenziale nutzen

- Digitale Tools ermöglichen eine präzisere Steuerung der Mobilität und helfen, Emissionen gezielt zu reduzieren.
- Mit Apps wie CrowdImpact können die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Teilnehmenden einfach erfasst werden – sie liefern wertvolle Erkenntnisse für eine nachhaltigere Planung.
- Große Business Events wie Messen bieten die Möglichkeit, viele Einzelreisen durch ein zentrales Treffen zu vermeiden – vorausgesetzt, die Veranstaltung wird effizient genutzt.

---

#### Impulse dieser Session

Barbara-Maria Lüder und Max Reichert | AUMA

Michael Nau | Lufthansa AG

Michael Birk | Deutsche Bahn AG

Rosa Hoelger | The Changency für Crowd Impact

*Moderation: Katie Gallus*



## Smartes Abfallmanagement: Eine wirtschaftlich sinnvolle und nachhaltige Entscheidung

von Marcus Stadler, Umweltberater | Stadler concept GmbH

Bei der Planung von Events und Messen lassen sich erhebliche Kosten und CO<sub>2</sub>-Emissionen einsparen, ohne Abstriche bei der Ausstattung zu machen. Dazu ist es erforderlich, die Art und Herkunft der Materialien zu steuern und ein hochwertiges Abfallkonzept zu verfolgen.

Die Abfallpyramide nach dem Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG) ist dabei ein gutes Ziel für nachhaltige Events. Gemäß dieser sollten neue Materialien vorrangig vermieden, unvermeidbare Materialien nach Gebrauch wiederverwendet, sie vor einer Verwertung recycelt und erst als allerletzter Schritt in der Entsorgung beseitigt werden. In der Realität sieht die Umsetzung jedoch oft anders aus. In Deutschland werden die höchsten Anteile an wertvollen Rohstoffen nach wie vor nicht recycelt, sondern thermisch verwertet. Dies bedeutet die Verbrennung und Freisetzung von CO<sub>2</sub>.

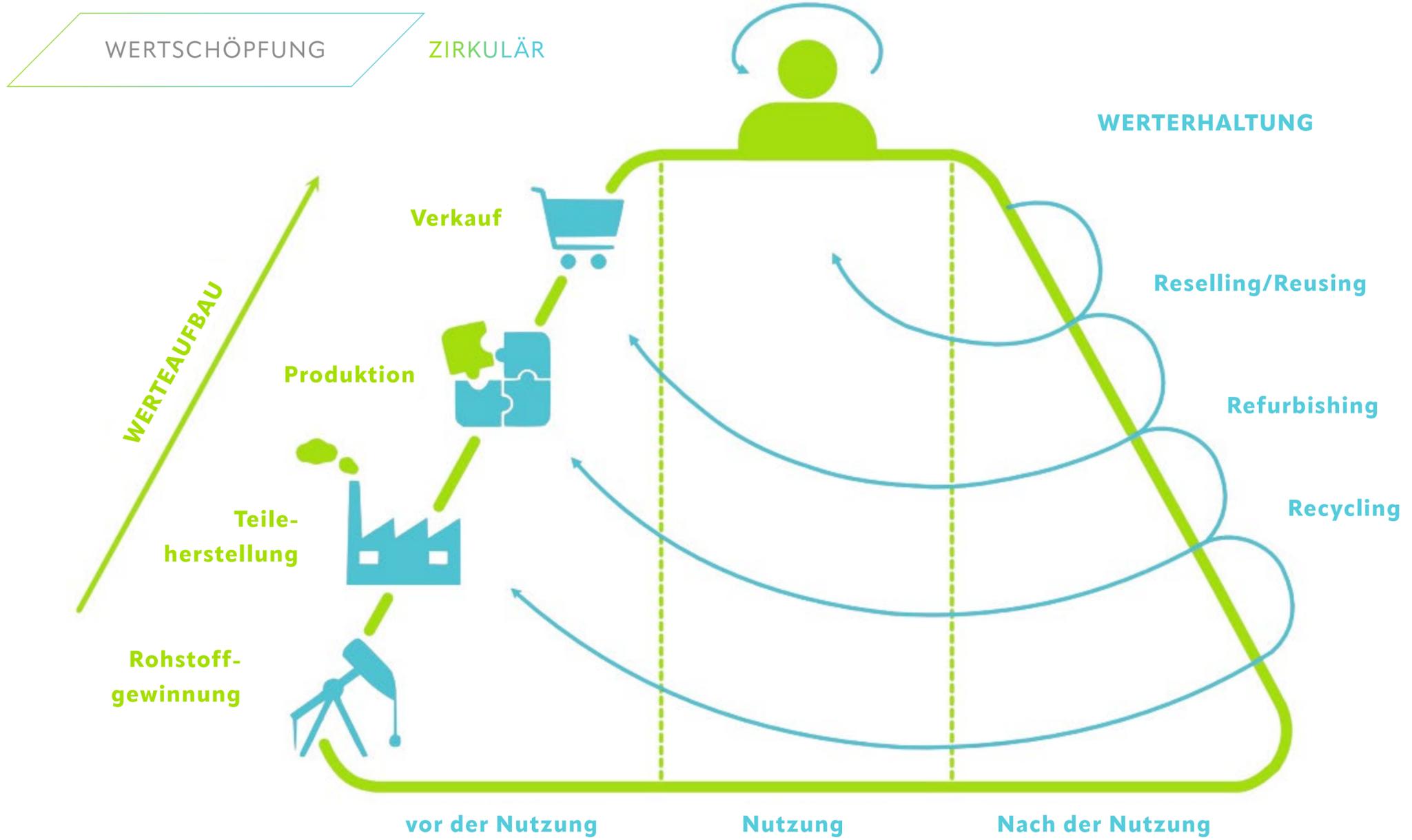
Die korrekte Umsetzung der Gewerbeabfallverordnung (GewAbfV) ist hier der Schlüssel, auch im Messe- und Eventbereich. Die GewAbfV schreibt eine aktive und verpflichtende Beteiligung aller Akteure an der Abfallhierarchie vor. Dies ist die beste Grundlage für die Umsetzung funktionierender Abfallkonzepte. Für alle Beteiligten – vom Veranstalter über die Location bis zum Entsorger – ist eine rechtskonforme Umsetzung auch eine administrative Erleichterung.

### Zirkuläres Handeln lohnt sich auch wirtschaftlich

Die Umsetzung der Abfallpyramide ist von entscheidender Bedeutung für eine prosperierende Kreislaufwirtschaft. Dies ist nicht nur besser für die Umwelt, sondern auch für den Gewinn. Durch zirkuläres Handeln bleiben die Wertschöpfungen für die Gewinnung, Produktion, das Marketing und den Verkauf den Nutzer\*innen wesentlich länger erhalten. Die Nutzung von Mietmaterialien erweist sich als profitabel und umweltschonend. Eine Wirtschaftlichkeitsberechnung am Beispiel von Mietteppichfliesen gegenüber Messe-Einwegteppichen zeigt eindeutig: Bereits ab einer dreimaligen Nutzung ist die Mietteppichfliese in Bezug auf Kosten, Ressourcen und CO<sub>2</sub>-Wirkung die eindeutig bessere Wahl.

Ein intelligentes Abfallmanagement erfüllt nicht nur die gesetzlichen Anforderungen, sondern organisiert auch die Abfallströme in einer zeitlichen Komponente so, dass die zu erwartenden Mengen ordentlich in geeigneten Behältern entsorgt werden. Darüber hinaus lässt sich bereits im Vorfeld einer Veranstaltung gut abschätzen, mit welchen Abfällen aufgrund des Nutzerverhaltens zu rechnen ist. Und mit „Green Nudging“ und guten Ideen können Veranstalter und Anbieter gemeinsam das Verhalten ihrer Teilnehmer\*innen noch weiter lenken und erhalten damit sortenreine Fraktionen, die sich sogar wirtschaftlich vermarkten lassen. Das spart Geld, wertvolle Ressourcen und verhindert spürbar CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Weitere Informationen unter [scan.de](https://scan.de)



Quelle: [www.efa.nrw](http://www.efa.nrw)



## Key Learnings aus allen Impulsen

von Sarah Eulitz | fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e. V.

### 1. Make it cool

- Gamification funktioniert auch bei der Abfallverwertung: Beispiel „Gamescom“ – spezielle flaschenförmige Behälter motivieren die Gäste, ihre Pfandflaschen dort hineinzuworfen.
- Anreize können motivieren, weniger Müll und Emissionen zu produzieren: Beispiel „Aktion Radler für Radler“ – diejenigen, die mit dem Fahrrad zur Veranstaltung anreisen, erhalten ein Radler gratis.
- Belohnungssysteme machen Erfolge sichtbar: Beispiel „Better Stands“-Initiative – Medaillen in Gold, Silber und Bronze prämiieren die Wiederverwertbarkeit von Messeständen.

### 2. Make it simple

- Subtile, kleine Maßnahmen entfalten große Wirkung: z.B. kleinere Kuchenstücke und kleinere Teller am Buffet können Food Waste verringern; wiederverwendbarer Teppich auf Messen reduziert die Menge nicht-recyclingfähigen Abfalls.
- Niedrigschwelligkeit fördert Nachhaltigkeit: dazu gehört, entsprechendes Verständnis bei den eigenen Mitarbeiter\*innen wie auch bei den Kund\*innen zu schaffen.

### 3. Make it a standard

- Die Orientierung an Normen wie z.B. ISO 20121 für nachhaltiges Eventmanagement ermöglicht es Unternehmen bzw. Veranstaltungen, sich kontinuierlich entlang bestimmter Handlungsfelder zu verbessern – auch in kleinen Schritten.
- Durch Zertifizierungen wird die Messung zur Pflicht: nur so können der Ist-Zustand ermittelt und der künftige Soll-Zustand bestimmt werden.

### Impulse dieser Session

Marcus Stadler | Stadler concept GmbH

Zhu Xiao | Hotel Berlin, Berlin

Jörg Zeißig | Holtmann+

Reinhold Fest | Bayerischer Rundfunk/ARD

Jörg Müller | Edelweiss Society

*Moderation: Markus Große Ophoff | Deutsche Bundesstiftung Umwelt*



## Energieeffizienz und Digitalisierung: Ein Schlüssel für nachhaltige Transformation

von Thomas Lauer, Geschäftsführer | getdigital solutions GmbH

Die Energiewende stellt Unternehmen und Veranstaltungsorte vor große Herausforderungen. Steigende Energiekosten, neue regulatorische Anforderungen und wachsende Nachhaltigkeitsziele erfordern innovative Lösungen. Gleichzeitig eröffnet die Digitalisierung enorme Potenziale zur Effizienzsteigerung. Die Kombination aus Nachhaltigkeitsstrategien und digitalen Technologien kann Unternehmen einen echten Wettbewerbsvorteil verschaffen.

### Warum ist Energieeffizienz heute so wichtig?

Unternehmen stehen zunehmend unter Druck, ihre Energieverbräuche zu optimieren. Gründe dafür sind:

- Steigende Energiekosten: Ressourcenknappheit und geopolitische Entwicklungen treiben die Preise.
- Nachhaltigkeitsziele & ESG-Regulierungen: Umweltbewusstsein und gesetzliche Vorgaben erfordern nachhaltige Maßnahmen.
- Mangelnde Transparenz über Energieverbräuche: Viele Unternehmen haben keinen detaillierten Einblick in ihre Energienutzung.

- Ineffiziente Prozesse: Alte Systeme und manuelle Steuerung erhöhen den Verbrauch unnötig.
- Technologische Widerstände: Die Implementierung neuer Technologien wird oft als Hürde wahrgenommen.

### Digitalisierung als Enabler für nachhaltige Energieeffizienz

Eine Studie von Bitkom und Accenture (2023) zeigt, dass digitale Technologien bis zu 24 % zur Erreichung des deutschen Klimaziels 2030 beitragen können. Besonders relevant ist die Digitalisierung in den Sektoren Energie, Gebäude und Industrie, da hier das größte Einsparpotenzial liegt. Eine beschleunigte Digitalisierung ist zudem über 47 % effektiver, wenn sie konsequent umgesetzt wird. Moderne Technologien wie Energiemonitoring, KI-gestützte Prozessoptimierung und smarte Speichersysteme ermöglichen ein präziseres und effizienteres Energiemanagement.



### Lösungsansätze für Unternehmen: Der Get. Green. Ansatz

Die Initiative „Get. Green. Congress.“ bietet Unternehmen konkrete Maßnahmen zur nachhaltigen Digitalisierung:

- Energiemonitoring nach ISO 50001 zur Optimierung des Energieverbrauchs
- Photovoltaik-Ready-Check zur Integration erneuerbarer Energien
- Zertifizierter Ökostrom und Biogas als nachhaltige Energiequellen
- Speicherlösungen für eine intelligente Energieverteilung
- Integration von Ladeinfrastruktur für E-Mobilität
- Beschaffung von CO<sub>2</sub>-Zertifikaten zur CO<sub>2</sub>-Kompensation
- Erfüllung von ESG- & CSRD-Pflichten zur Sicherstellung regulatorischer Anforderungen
- Energieeffizienzmaßnahmen zur Reduzierung des Verbrauchs
- Integration von Power Purchase Agreements (PPAs) zur langfristigen Energieversorgung

### Die Twin Transformation: KI & Nachhaltigkeit

Die Verbindung von Künstlicher Intelligenz (KI) und nachhaltiger Technologie ist ein zentraler Treiber der Transformation. KI kann:

- Datenanalysen automatisieren und Energieverbräuche optimieren
- Vorhersagemodelle für Energiebedarfe erstellen
- Smart Grids effizient steuern und Lastspitzen ausgleichen
- Nachhaltigkeitsberichte automatisieren und Compliance-Anforderungen unterstützen

### Schritte zur Umsetzung

Der Weg zu einer nachhaltigen und digitalen Energiezukunft beginnt mit kleinen, aber entscheidenden Schritten:

1. *Kleine Pilotprojekte starten und erste Erfahrungswerte sammeln*
2. *Datenmanagement verbessern, um Transparenz über Energieflüsse zu schaffen*
3. *Erschwingliche Digitalisierung nutzen, um mit skalierbaren Lösungen Energieeinsparungen zu realisieren*

### Shaping the Future, Together – Now!

Energieeffizienz und Digitalisierung gehen Hand in Hand. Unternehmen, die nachhaltige Technologien gezielt einsetzen, können nicht nur Kosten sparen, sondern sich auch einen strategischen Vorteil verschaffen. Die Initiative Get. Green. Congress. bietet hierfür einen idealen Ansatz, um innovative Lösungen kennenzulernen und die Twin Transformation von KI & Nachhaltigkeit erfolgreich zu gestalten.

Weitere Informationen unter [get-digitalsolutions.de](https://get-digitalsolutions.de)



## Key Learnings aus allen Impulsen

von Tim Kuppler | EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V.

### 1. Daten

- Unternehmen sollten Zeit und Ressourcen in Datenmanagement investieren und die Mehrwerte der Digitalisierung – auch von KI-gestützten Tools – nutzen.
- Die Analyse des Ist-Zustands ist die Basis, um passende Maßnahmen im Bereich Venue Energy festlegen und implementieren zu können.
- Datenbasiertes Arbeiten zeigt Unternehmen, wo sie stehen – so können Meilensteine intern gefeiert und Erfolge transparent nach außen kommuniziert werden.

### 2. Innovation & Investition

- Durch eigene Energieproduktion können Unternehmen nicht nur Nachhaltigkeitsziele, sondern auch wirtschaftlichen Gewinn und Unabhängigkeit erreichen.
- Nachhaltigkeitsmaßnahmen müssen als Innovationsthema verstanden werden.
- Die frühzeitige Auseinandersetzung mit möglichen Investitionen bringt Vorteile bei der Beantragung und Vergabe von Fördermitteln.

### 3. Strategie & Vision

- Eindeutig definierte Ziele wie bspw. „Klimaneutral bis 2030“ geben die gemeinsame Vision vor.
- Diese Vision ist wichtig für die Motivation der Mitarbeiter\*innen und kann auch Vorteile in der Anwerbung von Fachkräften bzw. in der Außenkommunikation insgesamt bringen.
- Für die Vermittlung von Nachhaltigkeitsthemen in der Unternehmenskommunikation eignen sich vor allem auch anschauliche, Hands-on-Themen wie z.B. Wildbienen auf dem Dach der Location.

---

#### Impulse dieser Session

Thomas Lauer | getdigital solutions GmbH

Dirk Klein | Haffhus GmbH

Thomas Mur | Messe Bozen AG

Caroline Will | Effizienz:Klasse GmbH Darmstadt

Horst Harbusch-Geier | Koelnmesse GmbH

Moderation: Lars Wöhler | darmstadtium Wissenschafts- und Kongresszentrum  
Darmstadt GmbH & Co. KG



## Nachhaltigkeit entlang der Food Journey von Events: Wie smarte Planung, digitale Tools und bewusste Produktauswahl Food Waste minimieren

von Stefan Henter, Gründer und Inhaber | CANTIBO

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Faktor in der Veranstaltungsbranche – besonders im Catering. Lebensmittelverschwendung belastet nicht nur Umwelt und Ressourcen, sondern auch Budgets und das Image von Veranstaltern. Doch es gibt wirksame Ansätze, wie Unternehmen entlang der gesamten Food Journey nachhaltiger handeln und Food Waste minimieren können.

Die Twin Transformation – die Verbindung von digitaler und nachhaltiger Transformation – eröffnet neue Chancen für die Branche. Digitale Tools und KI-gestützte Analysen optimieren den Ressourceneinsatz, reduzieren Verluste und steigern die Effizienz.

### Stellschrauben für nachhaltiges Catering

- Digitale Plattformen & KI: Datenbasierte Prognosen steuern Einkauf und Produktion präziser, verhindern Überproduktion und optimieren den Lebensmitteleinsatz. Wichtig: Technologie funktioniert nur, wenn Mitarbeitende sie verstehen und aktiv nutzen.
- Einkauf & Beschaffung: Regionale, saisonale und bio-zertifizierte Produkte senken den CO<sub>2</sub>- Fußabdruck. Eine bedarfsgerechte Mengenplanung verhindert Überbestellungen.
- Planung & Warenmanagement: Digitale Bestellsysteme und Just-in-Time-Lieferungen vermeiden unnötige Lagerbestände und reduzieren den Energieaufwand.

- Produktion & Ausgabe: Flexibilität reduziert Verschwendung – z. B. durch kleine Portionen mit Nachschlagoption. Gästeaufklärung steigert Akzeptanz für nachhaltige Angebote.
- Nachschub & Nachproduktion: Echtzeit-Daten helfen, Mengen dynamisch anzupassen und Buffets bedarfsgerecht zu steuern.
- Verwertung & Entsorgung: Überschüssige Speisen können durch Foodsharing, Kompostierung oder Biogasgewinnung sinnvoll weiterverwertet werden.

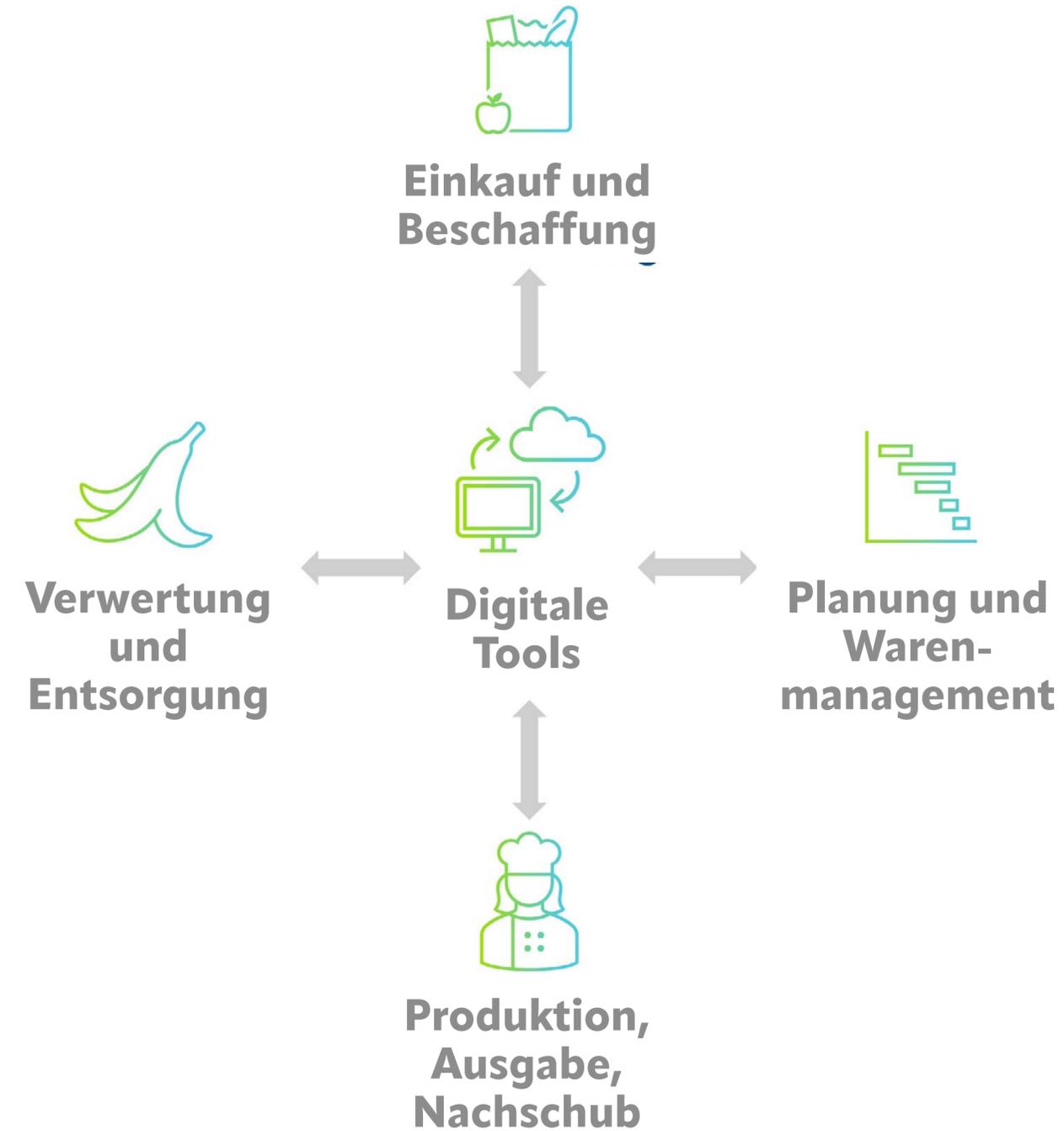
### Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil

Nachhaltiges Catering ist kein Trend, sondern eine notwendige Transformation. Unternehmen, die auf digitale Planung, effiziente Warensteuerung und nachhaltige Speisen setzen, sparen Kosten und reduzieren Food Waste erheblich. Auch die Erwartungshaltung ändert sich – in Zukunft wird die Frage nicht mehr sein „Sollen wir nachhaltiger handeln?“, sondern „Warum tun wir es nicht längst?“.

### Machen Sie den nächsten Schritt

Nachhaltige Catering-Konzepte lassen sich individuell auf jedes Event anpassen. Erfahren Sie mehr über praxiserprobte Lösungen und maßgeschneiderte Strategien für Ihre Veranstaltung.

Weitere Informationen und Kontakt unter [cantibo.com](https://cantibo.com)



Quelle: Adaptiert nach Grafik von CANTIBO



## Key Learnings aus allen Impulsen

von Caroline Wallenfels | GCB German Convention Bureau e. V.

### 1. Das eigene Ziel und die Motivation dahinter kennen

- Am Anfang steht die Frage: Was ist für mich und meine Organisation sinnvoll und möglich? Auf dieser Basis lässt sich ein passendes Konzept inkl. eines geeigneten Werkzeugkastens entwickeln.

### 2. Eine solide Datengrundlage ist das A und O

- Den Status Quo erfassen: nur mit zuverlässigen Daten können genaue Prognosen erstellt werden.
- Daten müssen regelmäßig erhoben und mit Blick auf die eigenen Ziele aufbereitet werden.
- KI-basierte Tools können bei der Datenerfassung und -auswertung unterstützen, z.B. auch im Bereich Bestellmanagement oder Rezeptanpassung

### 3. Das eigene Team einbinden

- Nachhaltigkeit im Catering erfordert „all hands on deck“
- Regelmäßige Audits und Workshops schulen das Personal und sensibilisieren für das Thema Nachhaltigkeit und Food Waste
- Unterschiedliche Sichtweisen und Praxiserfahrungen erleichtern die Suche nach gemeinsamen Lösungen

### Impulse dieser Session

Stefan Henter | CANTIBO

Joachim König | Hannover Congress Centrum

Jürgen Schmieder | H-Hotels GmbH

Moderation: Stefan Henter | CANTIBO





## Emissionsberechnung in Zeiten der Twin Transformation

von Lena Buhleier, Senior Sustainability Consultant | ClimatePartner

Die Bewältigung der Klimakrise ist für Unternehmen nicht nur eine moralische Verpflichtung, sondern auch eine finanziell sinnvolle Entscheidung. Die Forschung zeigt, dass die Kosten zur Begrenzung der globalen Erwärmung sechsmal niedriger sind als die klimabedingten jährlichen Schäden, die bis 2049 prognostiziert werden. Klimafolgen können Unternehmen direkt treffen, wie die verheerenden Naturkatastrophen im Ahrtal 2021 und viele weitere zeigen. Diese Ereignisse haben nicht nur menschliche und gesellschaftliche Auswirkungen, sondern treffen auch die wirtschaftliche Infrastruktur hart. Unternehmen sehen sich zunehmend steigenden Versicherungskosten gegenüber, da höhere Zahlungen erforderlich werden, um die Schäden aus Naturkatastrophen zu decken. Zudem könnten in Zukunft höhere Steuern notwendig werden, um staatliche Unterstützungsprogramme für die Bewältigung solcher Katastrophen zu finanzieren.

Angesichts dieser Entwicklungen ist es entscheidend, jetzt zu handeln. Es gilt nicht nur Klimarisiken zu minimieren und das Leben auf unserem Planeten zu sichern, sondern auch zu erkennen, dass Klimaschutz zur Stärkung der wirtschaftlichen Resilienz beiträgt. Ein proaktiver Einsatz für den Klimaschutz sichert nicht nur unseren Planeten, sondern trägt auch maßgeblich zur langfristigen Leistungsfähigkeit und Stabilität von Unternehmen bei. Klimaschutz ist somit nicht nur eine ethische Notwendigkeit, sondern auch eine ökonomische Chance für die Zukunft.

### Die Bedeutung der Emissionsberechnung für einen effektiven Klimaschutz

Ein zentraler Aspekt im ganzheitlichen Klimaschutz ist die präzise Emissionsberechnung. Sie ermöglicht Unternehmen, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck systematisch zu erfassen und Einsparpotenziale zu identifizieren. Die Emissionen werden in drei Bereiche unterteilt: Scope 1 (direkte Emissionen), Scope 2 (indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie) und Scope 3 (indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette). Das Greenhouse Gas (GHG) Protocol ist ein international anerkanntes Standardwerk zur Berechnung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen. Es hilft Unternehmen und Organisationen dabei, ihre Emissionen in einer standardisierten und nachvollziehbaren Weise zu erfassen. Besonders in der MICE-Industrie ist es essenziell, sowohl den Event Carbon Footprint von Veranstaltungen als auch den Corporate Carbon Footprint von Unternehmen zu berechnen. Bei Events sind vor allem Mobilität, Veranstaltungsorte, Unterbringung und Catering die größten Emissionstreiber. Event und Corporate Carbon Footprint sind eine sinnvolle Ergänzung, um nicht nur die veranstaltungsbedingten, sondern auch die unternehmerisch verursachten Emissionen zu berechnen. Nur durch die detaillierte Erfassung und Berechnung von Emissionen können Unternehmen ihre Emissionshotspots identifizieren, effektive und effiziente Reduktionsstrategien entwickeln und ihre Emissionen langfristig reduzieren.



### Synergien der Twin Transformation erfolgreich nutzen

Die Twin Transformation beschreibt das gleichzeitige und sich gegenseitig unterstützende Voranschreiten der digitalen und nachhaltigen Transformation in Unternehmen. In der unternehmerischen Praxis werden beide jedoch oft aufgrund von unterschiedlichen Verantwortlichkeiten, Startzeitpunkten oder auch konträren Zielen isoliert betrachtet. Unternehmen können allerdings nur von den Synergien profitieren, wenn die Stärken der beiden Transformationen zum gegenseitigen Vorteil genutzt werden. Die digitale Transformation fungiert dabei als Treiber für nachhaltige Initiativen, während die nachhaltige Transformation einen sinnvollen Rahmen für digitale Entwicklungen bietet. Das [Twin Transformation Capability Framework](#) von Christmann et al. bietet einen strukturierten Ansatz zur gleichzeitigen und synergetischen Umsetzung der digitalen und nachhaltigen Transformation in Unternehmen. Der doppelte Transformationsprozess wird darin mit der Metamorphose einer Larve in einen Schmetterling verglichen und dient als klare, illustrative Struktur der dynamischen Zwillingstransformationsfähigkeiten. Das Framework unterstützt Organisationen dabei, die erforderlichen Fähigkeiten zu entwickeln, um sowohl digitale Technologien als auch nachhaltige Praktiken effektiv zu integrieren. Durch die gleichzeitige Förderung beider Transformationsprozesse können Unternehmen Synergien nutzen und langfristige Wettbewerbsvorteile erzielen.





## Key Learnings aus allen Impulsen

von Lena Buhleier, Senior Sustainability Consultant | ClimatePartner

### 1. Klimaschutz ist kein „Nice to have“

- Die Bewältigung der Klimakrise ist nicht nur eine moralische Verpflichtung, sondern auch eine finanziell sinnvolle Entscheidung.
- Eine klare Emissionsbilanz stärkt die Wettbewerbsfähigkeit, erleichtert nachhaltige Finanzierungen und erhöht das Vertrauen der Stakeholder.
- Der Event Carbon Footprint und der Corporate Carbon Footprint sind zwei zentrale Konzepte zur Messung der CO<sub>2</sub>-Emissionen in der MICE-Branche.

### 2. Stakeholder involvieren

- Lieferanten, Kund\*innen und Mitarbeitende liefern essenzielle Informationen und Daten zur Wertschöpfungskette, während Transparenz das Vertrauen erhöht und Greenwashing-Vorwürfe minimiert.
- Durch die Zusammenarbeit können gezielt Emissionen reduziert und wirtschaftliche Vorteile erzielt werden, da Investoren und Geschäftspartner nachhaltige Unternehmen bevorzugen.
- So wird die Emissionsberechnung nicht nur präziser, sondern auch zu einem gemeinsamen Veränderungsprozess.

### 3. Synergien von Digitalisierung & Nachhaltigkeit nutzen

- Unternehmen müssen gleichzeitig beide Transformationen vorantreiben, allerdings wird dies in der Praxis oft isoliert angegangen.
- Auf den ersten Blick mögen Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsziele gegensätzlich wirken, allerdings liegt in der Kombination der beiden Transformationen ungeahntes Potenzial.

#### Impulse dieser Session

Tobias W. Lienhard | Momentus Technologies  
Robert Trebus | d&b solutions GmbH & Co. KG  
Claudia Krause | VOK DAMS Events GmbH  
Lena Buhleier | ClimatePartner GmbH

*Moderation: Mike Keller | Sustainable Venue*

SECON

SUSTAINABLE EVENTS CONFERENCE  
*Shaping the Future*



3

# ZUKUNFTSVISIONEN ALS ANTREIBER FÜR POSITIVE VERÄNDERUNG





## Zukunftsvisionen als Antrieb für positive Veränderung

von Boris Lebedev | Reinventing Society

Wir befinden uns gesellschaftlich an einem Scheideweg. Das alte System, geprägt durch einen reduktionistischen Blick auf die Welt, durch Konkurrenz und menschliche Dominanz gegenüber der Natur ist noch nicht überwunden, während das neue System noch nicht etabliert ist. Betrachten wir die aktuellen wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Herausforderungen, wirkt es so, als bäumt sich das alte System nochmals auf und kämpft um seine Vorherrschaft. Gleichzeitig wissen wir angesichts der drängenden ökologischen und sozialen Krisen, dass ein 'weiter-so' keine Option mehr darstellt. Die Entscheidung, welchen Weg wir einschlagen, betrifft alle Lebensbereiche – auch unsere Arbeitswelt. Wie können wir gesellschaftlich ausgetretene Pfade verlassen und den Weg ins Neue finden?



### Das Alte System

Bevor wir uns dem Neuen zuwenden, müssen wir verstehen, warum wir uns trotz besserer Absichten, umfassender Forschung und immensen Wissens weiterhin in einem ungesunden System befinden. Während unser finanzieller Wohlstand in den letzten Jahrzehnten deutlich gestiegen ist, erleben wir wissenden Auges die Klimakrise und blicken ratlos auf die stärker werdende gesellschaftliche Spaltung. Transformationsforscher wie Otto Scharmer, Charles Eisenstein und Donella Meadows bieten Erklärungen und verdeutlichen: Unsere konditionierten, beschädigten Beziehungsmuster bilden die Wurzel der gegenwärtigen Polykrisen. Unser heutiges System basiert auf einem zerrütteten Mindset: isolierte Individuen und erbitterter Wettbewerb um knappe Ressourcen. Um zu neuen Ufern aufzubrechen, benötigen wir neue Kompetenzen und Narrative.

### Das Neue

Wie kann das Neue aussehen? Fest steht: Es bedarf eines tiefgreifenden Wandels – weg von einem System, das von isoliertem Eigeninteresse und starren Strukturen geprägt ist, hin zu einem Modell, das auf regenerativen, lebendigen Grundsätzen gegenseitigen Vertrauens und der Zusammenarbeit beruht. Dabei geht es nicht nur um oberflächliche Optimierungen wie effizientere Energiesysteme oder schlankere Bürokratie, sondern um eine grundlegende Transformation unseres Selbstverständnisses und unserer Beziehungen. Um das Neue (wieder) zu erlernen, brauchen wir entsprechende Kompetenzen.



**Neue Kompetenzen**

Wieder zu erlernen, weil diese Kompetenzen nicht neu sind – sie sind in Vergessenheit geraten. Die Rede ist vom Spüren, In-Verbindung-Sein, verschiedene Wahrheiten aushalten zu können - die sog. Ambiguitätstoleranz - Mut zu Veränderung zu haben und davon, Dinge nicht mit starrem Willen zu verfolgen. Eine Möglichkeit, in diesen Zustand einzutauchen, bietet das „Presencing“ – ein Bewusstseinszustand, der Körper und Geist in Einklang bringt, das Alte sieht und integriert und gleichzeitig Kapazitäten und Freude für neue Wege öffnet. Erst aus diesem Zustand heraus können neue Narrative entstehen. Utopien spielen dabei eine zentrale Rolle, ausgetretene Pfade zu verlassen und den Blick für Neues zu weiten. Dabei gilt: Der Weg der Utopie ist wichtiger als deren Erreichung. Bei Reinventing Society beziehen wir uns auf „Realutopien“, die die Qualität des Neuen mit praktikablen Lösungsansätzen von heute verbinden – von lokal erzeugter Solarenergie über Bürgerräte bis hin zu der Gemeinwohl-Ökonomie.



# Die Theorie U

C. Otto Scharmer

## DOWNLOADING

Muster und Wissen aus der Vergangenheit

## SEEING

Wahrnehmen, sehen aus anderen Perspektiven

## SENSING

Spüren, Beziehung aufnehmen

## LETTING GO

Loslassen, zulassen

## PRESENCING

Verbinden mit den inneren Ressourcen und zukünftigen Möglichkeiten

## LETTING COME

Entstehen lassen

## CRYSTALLIZING

Kristallisieren, verdichten, was zeigt sich?

## PROTOTYPING

Ausprobieren, scheitern, ausprobieren, scheitern...

## PERFORMING

Das Neue in der Praxis leben

### Neue Narrative: Die Veranstaltungen der Zukunft

Wie können wir aus diesem Bewusstseinszustand heraus neue Narrative entwickeln, die uns über unsere Anstrengungen hinausragen, uns motivieren und Lust auf Zukunft machen? Gemeinsam mit allen Teilnehmer:innen der SECON haben wir mithilfe utopischer Methoden live ein Leitbild für zukünftige Veranstaltungen erarbeitet. Einige Eindrücke der spontan gesammelten Ideen: Die Energieversorgung erfolgt mit lokaler, erneuerbarer Energie. Es gibt ausreichend Sponsoren, sodass ein kostenloser Eintritt möglich ist. Bio-vegetarische Verpflegung, mehr Zeit zum Ankommen sowie Räume für intensiven, verbindenden Austausch sind Standard. Selbstverständlich existieren Räume für Stille und Meditation, und nach jeder Session darf getanzt werden.

Auch wenn einige Ideen unmöglich, ja sich sogar wild anhören – genau diese gilt es zu prüfen. Denn besonders die unmöglichen Ideen tragen die Qualität des Neuen in sich – und es liegt an uns, den Mut zu haben, diese Ideen auszuprobieren. Nun Sie: Welche Realutopien kennen Sie aus Ihrem Alltag und wie tragen Sie in der Veranstaltungsbranche zu einer regenerativen Zukunft bei?

Mehr Informationen hier:

[realutopien.info](http://realutopien.info)

[realutopien.de](http://realutopien.de)

[presencing.org/home](http://presencing.org/home)





## Kollaborativ in eine verantwortungsbewusste Zukunft

von Ilona Jarabek (EVVC) und Matthias Schultze (GCB)

Die doppelte Transformation ist definiert als ein „weitreichender Wandel von Wirtschaft und Gesellschaft, in dem Digitalisierung als Mittel zum Zweck dient, um eine umfassende Ausrichtung aller Lebensbereiche am Ziel der Nachhaltigkeit zu ermöglichen“<sup>1</sup>. Veranstaltungen gehören zu den zentralen Plattformen, auf denen Lösungen für die großen Themen unserer Zeit gesammelt, diskutiert und auf den Weg gebracht werden – auch und gerade im Bereich Wirtschaft und Gesellschaft.

Welche Wirkung die persönliche Begegnung hat, das erleben wir alle bei jedem Veranstaltungsbesuch aufs Neue, auch jetzt bei der SECON: Live-Kommunikation bringt Menschen zusammen – nicht nur in bereits bestehenden Netzwerken, sondern potenziell in jeder Hinsicht grenzübergreifend. Events sind Orte der Begegnung und des Meinungsaustausches, an denen Neues entsteht. Gerade in einer digitalen, schnelllebigen Welt können sie Oasen sein, die Resilienz fördern und die Teilnehmer\*innen zu einer ordentlichen Portion Mut und Zuversicht inspirieren.

Aufgrund dieser besonderen Rolle kommt Veranstaltungen auch im Zuge der Twin Transformation, die für unsere Zukunftsfähigkeit so entscheidend ist, eine hohe Relevanz zu. Unser Ziel im Kontext der SECON war und ist es, gemeinsam herauszuarbei-

ten, wie die transformative Kraft von Nachhaltigkeit und Digitalisierung dazu beitragen kann, die Veranstaltungswelt in eine verantwortungsbewusste Zukunft zu führen. Als Veranstalter sind wir – das GCB und der EVVC – deshalb bestrebt, alle relevanten Akteure im Ökosystem von Veranstaltungen dabei zu unterstützen, die richtigen Fragen zu stellen und so optimale Lösungswege für den eigenen Einflussbereich entwickeln zu können.

Veranstaltungen wie die SECON können für diese Aufgabe einen Heimathafen bieten – aber jeder und jede Einzelne ist gefragt, Vernetzung und Kollaboration kontinuierlich voranzutreiben, von den Erfahrungen anderer zu lernen und so einen eigenen Beitrag für die erfolgreiche Gestaltung der „Mammutaufgabe doppelte Transformation“ zu leisten. Collaboration is key – packen wir’s an!

### **Matthias Schultze**

Managing Director

GCB German Convention Bureau e. V.

### **Ilona Jarabek**

Präsidentin

EVVC Europäischer Verband der  
Veranstaltungs-Centren e. V.

<sup>1</sup>Doppelte Transformation zur Nachhaltigkeit. Eine Annäherung an Zukunftsperspektiven. Bertelsmann Stiftung und Co:Lab e.V., 2022.

SECON

SUSTAINABLE EVENTS CONFERENCE  
*Shaping the Future*



# IMPRESSIONEN

## DER SECON 2025







## Danke an alle Partner und Unterstützer der SECON 2025!

### VERBÄNDEPARTNER



### LOCATION- UND DESTINATIONSPARTNER



### HAUPTSPONSOR



### KOMMUNIKATIONSPARTNER



### INNOVATIONSPARTNER



### SUPPORTER





## Impressum

### **GCB German Convention Bureau e. V.**

c/o WeWork

Taunusanlage 8

60329 Frankfurt am Main

Deutschland

Telefon: (+) 49 69 24 29 30 0

Fax: (+) 49 69 24 29 30 26

E-Mail: [info@gcb.de](mailto:info@gcb.de)

Internet: [gcb.de](http://gcb.de)

Geschäftsführer:

Matthias Schultze

## Bildnachweise

S. 4 / S. 39: Matthias Schultze: GCB / Michael Pasternack, Ilona Jarabek: Christof Mattes

S. 6: Jet-Foto

S. 7: Deutsche Bahn AG / Volker Emersleben

S. 8: AUMA

S. 10 / S. 11: fwd:

S. 12: d&b group

S. 14: Lars Behrendt

S. 15: Landgut Stober / Fotograf: Michael Dlugosch

S. 16: Sebastian Rost

S. 19 / S. 21: AUMA

S. 22: Katrin Probst

S. 24: Privat

S. 25 / 26: Jürgen Illmer

S. 27: EVVC

S. 28: CANTIBO

S. 30 : Privat

S. 31: Privat

S. 35: Boris Lebedev

S. 41 / S. 42: GCB/EVVC, Philip Gunkel