

SPERRFRIST: 28.2.2023 12 Uhr



BHT Berliner Hochschule
für Technik

SEED



Business as usual is over: Konzertbesucher*innen erwarten mehr Nachhaltigkeit laut Studienergebnissen des Projekts Plant a SEED

Berlin, 28. Februar 2023 – Melonensteak und Fahrraddemo: Beim Projekt "Plant a SEED" trifft Nachhaltigkeit auf Wissenschaft. Die Ergebnisse der Studie zu urbanen Großkonzerten in Deutschland als Teil des Projekts "Plant a Seed" wurden nun veröffentlicht und zeigen unter anderem, dass ein Konzertbesuch energiesparender sein kann als zuhause zu bleiben.

Bei fünf ausverkauften SEED Konzerten in der Berliner Parkbühne Wuhlheide wurde im August 2022 die wissenschaftliche Studie zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit von Großkonzerten in Deutschland umgesetzt. Begleitet wurde die Studie von einer Klimabilanz sowie einer Aktions- und Kommunikationskampagne für Besucher*innen und Crew, bei der die Band u.a. im Rahmen einer Fahrraddemo gemeinsam mit den Fans zum Veranstaltungsort anreiste oder das klimafreundlichste Gericht im Gastronomiebereich gekennzeichnet wurde.

Die drei Säulen des Projektes **PLANT A SEED**



Die Berliner Nachhaltigkeitsberatung **“The Changency – Agentur für nachhaltigen Wandel”** entwickelte Idee und Konzept des Leuchtturmprojekts in Absprache mit **SEED** und veröffentlicht nun eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse. Umgesetzt wurde die wissenschaftliche Studie von der Berliner Hochschule für Technik unter Leitung von Prof. Thomas Sakschewski.

Pierre Baigorry von Seeed über das Projekt: *“Es ist wichtig, an dem Thema Nachhaltigkeit dran zu bleiben – persönlich, politisch und systematisch. Business as usual is over.”*

Sarah Längen und Katrin Wipper, die Gründerinnen von The Changency, resümieren: *“Endlich gibt es wissenschaftliche Daten über den Einfluss von Großkonzerten auf die Umwelt in Deutschland! Wir hoffen, dass das Projekt in der Branche zum Nachmachen inspiriert, denn das ist es, was wir in diesen herausfordernden Zeiten brauchen: Leuchtturmprojekte, die Mut machen, Denkanstöße geben und Erkenntnisse bringen für einen gesamten Wirtschaftszweig. Und wer hätte gedacht, dass Zuhause bleiben energieintensiver als ein Konzertbesuch sein kann?”*

Thomas Sakschewski, Professor für Veranstaltungsmanagement an der Berliner Hochschule für Technik, meint: *“Die Ergebnisse zeigen, dass bei urbanen Großveranstaltungen vieles schon jetzt nachhaltig werden kann und wir dieses auch messen können. Dabei sollte der Fokus nicht allein auf dem CO₂-Fußabdruck liegen, sondern soziale Aspekte ebenfalls gemessen und bewertet werden.”*

Jedes der Konzerte stand kommunikativ unter einem anderen Motto,
so ergaben sich diese fünf Handlungsfelder für die Aktions- und Kommunikationskampagne:



Auszug der Kern-Erkenntnisse des Projekts:

- 1. Pro Konzertabend lag der Stromverbrauch bei 4.013 KWh. Damit ist der Energieverbrauch auf dem Konzert ca. 60–80 % geringer als der durchschnittliche Stromverbrauch, wenn die 17.000 Konzertbesucher*innen zuhause geblieben wären.**
- 2. Nachhaltigkeit ist für Konzertgänger*innen ein wichtiges Thema:**
 - der Mehrheit sind nachhaltige Speisen wichtiger als ein großes Gastronomieangebot
 - Konzertbesucher*innen haben ein überdurchschnittliches Umweltbewusstsein
 - 94% würden ein “Soli-Ticket” für andere Konzertbesucher*innen mitfinanzieren
 - 95 % sagen Merch muss fair/nachhaltig sein
 - die große Mehrheit der befragten Besucher*innen findet ein rein vegetarisches (72 % der Befragten) oder ein rein veganes Gastro-Angebot (55 % der Befragten) vor Ort in Ordnung

3. Die 25 % der weit angereisten Besucher*innen (aus einer Entfernung über 250 km) verursachten durch ihre An- und Abreise fast 75 % des gesamten entstehenden CO₂-Ausstoßes im Bereich Mobilität.
4. Allein der Wechsel im Artist Catering hin zu einem rein vegan-vegetarischen Angebot sparte am Ende 1,18 t CO₂ ein. Eine Buche hätte über 94 Jahre wachsen müssen, um diese Emissionen zu kompensieren, wenn sie angefallen wären.

Alle Ergebnisse in Form einer Kurzversion (deutsch & englisch) sowie die komplette Studie stehen auf www.plantaseeed.de zum Download zur Verfügung.

[Pressematerial steht hier zur Verfügung](#)

Links:

<https://www.plantaseeed.de>

<https://www.the-changency.de/>

Kontakt:

Katrin Wipper & Sarah Lungen (The Changency): hey@the-changency.de

Gefördert von:



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien