

"Nicht reden, sondern handeln" – Bilanz des "GREEN DAY – Nachhaltigkeit in der Medien- & Eventbranche" von Eyes & Ears of Europe in Zusammenarbeit mit der Stadt Köln im rheingold salon

Köln, 18. Mai 2022 – Das Thema Nachhaltigkeit ist in aller Munde und zieht sich durch sämtliche Branchen. Aber wie sieht das genau in der Medien- & Eventbranche aus? Was bedeutet "Green Producing"? Und wie kann man am eigenen Arbeitsplatz nachhaltiger agieren?

Im Rahmen der Veranstaltung "GREEN DAY CGN" von Eyes & Ears of Europe mit Unterstützung der Stadt Köln wurden Ansätze zum Thema Nachhaltigkeit in der Veranstaltungs- und Medienbranche vorgestellt und diskutiert.

Der GREEN DAY wurde von **Anja Backhaus** moderiert, die bestens in die Thematik eingearbeitet war und das Publikum mit ihrer sympathischen Art und eigenen Anekdoten gekonnt durch den Tag führte.

Die Grußworte sprachen **Corinna Kamphausen, CEO Eyes & Ears of Europe**, und **Brigitta von Bülow, Bürgermeisterin der Stadt Köln**, in Vertretung der Oberbürgermeisterin, die insbesondere die Stadt Köln als Beispiel für bewusstes nachhaltiges Denken wie z.B. das Museum Ludwig und diverse Clubs sowie Theater anführte. Dennoch gab sie zu, dass bei dem Thema Nachhaltigkeit grundsätzlich noch Luft nach oben sei, aber nur so könne man wachsen.



*Corinna Kamphausen, CEO, Eyes & Ears of Europe
Anja Backhaus*



*Bürgermeisterin Brigitta von Bülow mit Moderatorin
Anja Backhaus*

Die Einführung "Nachhaltigkeit in der Medien- & Eventbranche" hielt anschließend **Jacob Sylvester Bilabel**, Leiter Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit in Kultur und Medien / Gründer Green Music Initiative, Berlin. Auch er betonte, dass z.B. die Klubkultur schon nachhaltig handle und tatsächlich viele über das Thema "Nachhaltigkeit" reden würden, aber noch nicht richtig ins Handeln kämen. Und da wolle er ansetzen:



Jacob Sylvester Bilabel, Leiter Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit in Kultur und Medien



Sein Modell basiere auf den Buchstaben **KKW** in den Bereichen Kunst, Kultur und Wirtschaft: Kompetenz – Kapazität – Werkzeuge. Kompetent seien heutzutage die sogenannten

Transformationsmanager:innen, die z.B. an der IHK Köln ausgebildet werden, Workshops zu dem Thema veranstalten und mittels Werkzeugen, wie Klimatabellen und CO2-Rechnern, ein nachhaltigeres Bewusstsein schaffen könnten. So fand auch ein Workshop im Rahmen des GREEN DAY statt, um den Teilnehmenden direkt die Möglichkeit zu bieten "in medias res" zu gehen.

Steffen Bohn, Hanna Imorde & Marje Brütt, Transformationsmanager:innen Nachhaltige Kultur des Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit in Kultur und Medien, luden die Teilnehmenden ein, in Kleingruppen Modelle zu visualisieren und zu erarbeiten, inwiefern sich Nachhaltigkeit auf ihre jeweiligen Unternehmen priorisieren und umsetzen ließe. Als einfache praktische Beispiele kristallisierten sich Fleischreduktion, der Umstieg auf saisonale und regionale Produkte sowie von Flug- auf Bahnreisen heraus, genauso der Wechsel zu Ökostromanbietern. Möglichkeiten, die eigentlich klar seien, sich dann aber doch oftmals nicht so leicht und schnell dauerhaft umsetzen ließen.



Steffen Bohn, Hanna Imorde & Marje Brütt, Transformationsmanager:in Nachhaltige Kultur des Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit in Kultur und Medien, Berlin

Informationsstände zum Thema boten darüber hinaus die Agentur für Arbeit Köln, die Naturstrom AG sowie das SAE Institute an.

Als selbsternannte "Vorgruppe" zum Abschlusspanel gab **Psychologin und Buchautorin Ines Imdahl** eine besonders kurzweilige und humorige Vorstellung ihres Buches "Warum Frauen die Welt retten wollen und Männer dabei unerlässlich sind". Sie berief sich u.a. auf Umfragen, die sie gemeinsam mit Co-Autorin Janine Steeger in Führungsetagen namhafter Unternehmen durchgeführt hatte, sowie auf – zum Teil unveröffentlichte – Studien. So zitierte sie beispielweise eine Boston Consulting Group-Studie, der zufolge Unternehmen, die divers geführt werden, nicht nur nachhaltiger agierten, sondern damit sogar zu 36% wirtschaftlich erfolgreicher seien.



Buchautorin Ines Imdahl



Abschlusspanel: Prof. Michael Schwertel, Professor für Media Management und Digitales Marketing CBS International Business School, Köln, William Wolfgramm, Dezernent Umwelt, Klima und Liegenschaften Stadt Köln, Moderatorin Anja Backhaus, Jens Lönneker, CEO, Owner & Managing Director rheingold salon, Köln und Jacob Sylvester Bilabel, Leiter Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit in Kultur und Medien [v.l.n.r.]

Im **Abschluss-Panel** diskutierten Hausherr Jens Lönneker, CEO, Owner & Managing Director rheingold salon, Köln, Jacob Sylvester Bilabel sowie William Wolfgramm, Dezernent Umwelt, Klima und Liegenschaften Stadt Köln, und Prof. Michael Schwertel, Professor für Media Management und Digitales Marketing CBS International Business School, Köln, über die Realitäten– abseits vom Plan und schönen Schein.

Thema war unter anderem, inwiefern alle Beteiligten einen Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit leisten können. Dabei zitierten die Experten auch Beispiele aus dem Alltag: So verbrauche eine verschickte Mail beispielweise 10g CO₂, d.h. genau so viel wie eine Plastiktüte. Auch 90 Minuten Netflix "Binge watchen" verbrauche so viel Energie wie eine Fahrt nach München. Als weiteres Beispiel nannte Jacob Sylvester Bilabel Diesel-Generatoren, die oft auf Festivals verwendet werden. Durch diese würden jährlich 400 Millionen Liter Diesel verbraucht. Außerdem lieferte er ein positives Beispiel und hob dabei die Stadt Köln hervor, deren Club-Szene eine Vorreiterrolle in Deutschland hat. Jedoch, so betonte der Leiter vom Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit in Kultur und Medien, neige die Gesellschaft dazu, auf das zu schauen, was zu sichtbar wäre. "Wir schauen nicht auf die Big Points. Solange Energie weiterhin aus Kohlekraft gezogen wird, kommen wir nur langsam voran."

Corinna Kamphausen zeigte sich am Ende des GREEN DAY überwältigt von der regen Beteiligung, dem Zuspruch, Input und Zusammenspiel der Gäste und Akteur:innen.

In den Pausen und beim "Get Together" hatten die Teilnehmenden zu guter Letzt auch ausreichend Gelegenheit bei Biowein, Kölsch und überwiegend vegetarischem und veganem Essen zu networken und sich einfach – und endlich wieder persönlich – auszutauschen.

Die Bilanz des GREEN DAY von Eyes & Ears of Europe ist, dass nicht nur jede/r Einzelne privat, sondern gemeinsam mit dem Team in den jeweiligen Unternehmen Bewusstsein schaffen, und einen Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit leisten kann.

Hier geht es zur Fotogalerie zum GREEN DAY:

<https://www.facebook.com/media/set?vanity=EEOFE&set=a.5245432675479078>

© Eyes & Ears of Europe/Dirk Borm

Weitere Informationen finden Sie hier: <https://eefe.org/greendayCGN>

Eyes & Ears of Europe bedankt sich bei:

VERANSTALTUNGSPARTNER:

Stadt Köln
rheingold salon
Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit in Kultur und Medien

Eyes & Ears of Europe – Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien e.V.

Mozartstr. 3-5, D-50674 Köln
Tel.: +49 (221) 606057-16, Fax: +49 (221) 606057-11,
Ansprechpartnerin Miriam Sommer,
Mail: miriam.sommer@eeofe.org

Eyes & Ears of Europe ist die Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien. Seit 25 Jahren vernetzen wir all diejenigen, die sich mit der strategischen Planung, Kreation, Umsetzung und Steuerung audiovisueller Kommunikation befassen.