



Kultur weiter denken

Ökologischer

Fußabdruck

Kultur und Natur gehen in vielen Bereichen Hand in Hand. Deshalb sollte der Kulturbereich den Umwelt- und Klimaschutz stärker in den Blick nehmen.

**Schwerpunkt ab Seite 7**



# Nachhaltigkeit in der Kultur international

## Ein Blick über den Tellerrand

*Ein Beitrag von Markus Wörl*

Vor vielen Jahren sah ich auf einem französischen Theaterfestival den Hinweis, es handle sich hier um ein „Festival écologique“. Auf Nachfrage erfuhr ich, dass man jetzt ökologisch sei, weil das Festival-Magazin auf Recyclingpapier gedruckt und die Getränke auf dem Festival in Pfandbechern ausgegeben werden – Dinge, die mittlerweile selbstverständlich sein sollten und allein nicht ausreichen, um ein entsprechendes Label zu bekommen. Denn weltweit ist das Umweltbewusstsein gewachsen, auch in den Kulturbetrieben anderer Länder. Überall entstehen neue Ideen, Lösungsansätze und Initiativen, die es verstehen, der Kulturbranche den nötigen Push zu geben, um endlich DAS gesellschaftlich relevante Thema der nächsten Jahre anzugehen. Ein entsprechender Blick über den Tellerrand für den deutschen Kultursektor bietet daher die folgende Auswahl an bemerkenswerten Projekten, die sich überwiegend dadurch auszeichnen, dass sie bahnbrechend in ihrem Land sind. Oft zeigen sie auch nur, wohin es führen kann, wenn man eine einfache, aber gute Idee hat, getrieben aus dem Bestreben die Welt ein wenig besser zu machen. So wird die hiesige Kulturbranche, die sich so gerne als gesellschaftlich relevant und innovativ sieht, an ihre Verantwortung erinnert, bei der wichtigsten gesellschaftlichen Aufgabe dieses Jahrzehnts doch bitte endlich in erster Reihe mitzumachen.

## Reisegewohnheiten auf dem Prüfstand

Bereits in ihrer Rede auf der „World Stage Design“ im Jahr 2013 prophezeite die Kulturwissenschaftlerin Wallace Heim, dass die Zeit bald kommen werde, in der Konzerte und Theater ihr übermäßiges und nicht nachhaltiges Verhalten rechtfertigen müssen. Mittlerweile befindet sich

der gesamte tourende Konzertsektor – unabhängig von den massiven Corona-Auswirkungen – unter Rechtfertigungszwang. Längst ist Kultur ein internationales Geschäft geworden, in dem nicht nur die Rockgrößen Unmengen an Strom und Ressourcen verbrauchen, sondern es auch im Klassikbetrieb normal scheint, dass zwischen den Festivals von Bayreuth und Salzburg ein Helikopter-Shuttle-Verkehr existiert. Insbesondere im populären Bereich wird das Stammklientel, die jungen Konzertgänger\*innen, den Spagat nicht lange mitmachen: Sie setzen sich bei „Fridays for Future“-Demos nicht für eine klimaneutrale Zukunft ein, um am anschließenden Wochenende Dutzende Megatrucks vor der Konzertarena parken zu sehen oder zu lesen, welchen Privatjet sich die Band für diese Tournee gerade gönnt. Vielleicht sollten sich manche ein Vorbild an Massive Attack oder Coldplay nehmen, die zumindest angekündigt haben, ihr Tourverhalten auf den Prüfstand zu stellen.

Wer das als grüne Augenwischerei belächelt, hat nicht verstanden, dass es eben um die gesellschaftliche Vorreiterfunktion der Kultur geht.

Aber auch im klassischen Musikbetrieb macht sich das Bewusstsein breit, dass größer nicht immer besser ist. So stellte beispielsweise das Helsingborg Symphony Orchestra bereits 2019 seine Reisegewohnheiten auf den Prüfstand. Dabei kam das Orchester zum Schluss, dass nicht jede Tournee zwingend geflogen werden muss und auch mancher Stardirigent verpflichtet wurde aus dem Ausland per Bahn nach Südschweden zu kommen. Wer das als grüne Augenwischerei belächelt, hat nicht verstanden, dass es eben um die gesellschaftliche Vorreiterfunktion der Kultur geht.

### Julie's Bicycle, der Motor der Nachhaltigkeit in der Kultur

Einen viel breiteren, pragmatischeren Ansatz, aber mittlerweile ein Leuchtturm im internationalen Vergleich, vermittelt die Nachhaltigkeitsinitiative Julie's Bicycle. Die 2007 von Alison Tickell gegründete und von London aus agierende Umweltorganisation ist preisgekrönt und weltweit federführend für die Entwicklung von Strategien, die schnelleres ökologisches Denken und Nachhaltigkeit in allen Bereichen des Kulturlebens erreichen will. Sie sieht das Engagement der Kulturszene

als globales Aushängeschild gegen den Klimawandel und die näher rückende ökologische Katastrophe. Dabei plädiert die Organisation für ein striktes „Machen“ und „endlich Anfangen“. Auch kleine Schritte bringen mehr als nicht getane große Taten. Entsprechend sei der beste Weg, um den Klimawandel zu bekämpfen, die Effekte zu reduzieren und nicht nur darüber zu reden. Es ist ein Kernanliegen von Julie's Bicycle, mit dem weltweiten Zusammenschluss von Künstler\*innen und Veranstalter\*innen gemeinsam als starke Gruppe sprechen und agieren zu können. Dazu bildet die Initiative aktive Vernetzungen zwischen Netzwerken und Vereinigungen, um Wissen und Ideen zu teilen und Best Practice-Wege schnellstmöglich zu übernehmen. Ebenso arbeitet sie mit NGOs und kulturellen Organisationen zusammen.

Es ist ein Kernanliegen von Julie's Bicycle, mit dem weltweiten Zusammenschluss von Künstler\*innen und Veranstalter\*innen gemeinsam als starke Gruppe sprechen und agieren zu können.

Julie's Bicycle engagiert sich hauptsächlich in drei Bereichen:

1. der individuellen Arbeit mit Vertreter\*innen des Kunst-, Kultur- und Kreativbusiness, um deren Management in Sachen Umweltschutz zu verbessern
2. der Suche und der Entwicklung von für alle nutzbaren Ressourcen
3. durch Öffentlichkeitsarbeit für neue Ideen und nachhaltige Geschäftsmodelle

Mittlerweile stellt die Organisation ihr Wissen auf dem Gebiet der ökologischen Nachhaltigkeit für über 350 Organisationen in Großbritannien und der Welt bereit und bietet praktischen Rat, Mittel und Ressourcen sowie eine Zertifizierung für grüne Kulturbereiche an. Dabei kann die Institution auf weltweit führende Forschung im Bereich der Umweltfolgen der Kreativbranche zurückgreifen.

Das beste Beispiel ist die Entwicklung des CG (Creative Green) Tools, ein kostenloser Online- Rechner. Mit diesem können die verschiedenen Kulturakteur\*innen den persönlichen ökologischen Fußabdruck ihres



Unternehmens oder Ensembles errechnen. Wer sich mit diesem Tool befasst, bekommt schon ein tiefes Verständnis für die oft kleinen Schrauben, an denen man drehen kann, um auch die eigene Firma oder das eigene Projekt nachhaltiger zu machen, vom eigenen Heizverhalten bis zum Homeoffice.

Ein weiteres Beispiel für praktische Kampagnen ist unter anderem „Better Batteries“. Diese setzt sich für eine stärkere Nutzung von wiederaufladbaren Batteriesystemen in der Musik- und Theaterindustrie ein, insbesondere für tragbare Tongeräte. Darüber hinaus ermutigt sie Festivalbetreiber\*innen, bei der Energieversorgung auf erneuerbare Energien zurückzugreifen. Eine weitere Kampagne setzt sich für nachhaltige CD-Verpackungen ein, was den Ressourcenverbrauch von Verpackungen um bis zu 95 Prozent reduzieren kann. Dabei zeigt sich, dass kein Feld zu klein und keine Idee zu banal scheint, um nicht auch engagiert weiterverfolgt zu werden.

Der Arts Council England nahm bereits 2012 ressourcenschonendes Produzieren und nachhaltiges Handeln in seine Förderrichtlinien auf und bewirkte so ein massives Umdenken bei der Planung von Tourneeveranstaltungen.

Darüber hinaus thematisiert Julie's Bicycle immer wieder, wie Kulturinstitutionen ökologische Nachhaltigkeit interpretieren und welchen Einfluss Sponsoren und Förderer haben können, indem sie vorhandene Ansätze oder neue Wege unterstützen. Richtungsweisend war dabei auch die Zusammenarbeit mit dem Arts Council England. Dieser nahm bereits 2012 ressourcenschonendes Produzieren und nachhaltiges Handeln in seine Förderrichtlinien auf und bewirkte so ein massives Umdenken und wichtige neue Impulse bei der Planung von Tourneeveranstaltungen. Diese Idee übernahm übrigens auch das Goethe-Institut, welches Nachhaltigkeit jetzt auch zu einem Kriterium der internationalen Förderung macht.

## Nachhaltigkeit fängt schon bei der Planung an

Darüber hinaus gibt es weitere interessante Ansätze, die nachhaltiges Handeln bereits in der Planungsphase adressieren. Dadurch kann bei-

spielsweise der Ressourcenverbrauch im Bereich Bühnenbild und Set-Design reduziert werden. Die Opera Lyon hat für ein EU gefördertes Projekt den EDEOS – Rechner auf den Weg gebracht, der es Theatern schon in der Planungsphase ermöglicht, den ökologischen Fußabdruck zu berechnen und zu minimieren, z.B. durch bewussten Einsatz von recycelten Materialien oder den Verzicht auf manche Rohstoffe. Dieser Rechner soll im Laufe dieses Jahres auch an anderen Theatern getestet werden, um so eine mögliche Allgemeinverfügbarkeit zu ermöglichen.

Einen ganz anderen Ansatz geht die kanadische Theaterinitiative Eco-scene aus Quebec. Diese fotografiert, vermisst und begutachtet nämlich gebrauchte Bühnenbilder. Dort können sich andere Theater, Bühnenbildner\*innen in der Planungsphase oder private Theater mit kleinem Budget im „Bühnenbild-Flohmarkt“ umschaun, fündig werden und so oft kompletten Set-Designs zu neuer Verwertung verhelfen. Ein ökologisch wie ökonomisch frappierend einfacher und sinnvoller Ansatz, der hier in Deutschland mit seiner dichten Theaterlandschaft dringend Schule machen sollte, wenn Bühnenbildner\*innen über ihren Schatten springen und zweitverwerten wollen und können.

Nachhaltige Entwicklung sollte kein Hemmschuh sein, sondern es Unternehmen ermöglichen, sich von der Konkurrenz abzuheben.

Überhaupt schafft es Kanada – vielleicht weil es in den letzten Jahren allein in Nordamerika für Nachhaltigkeit zuständig war – erstaunliche Ideen und Initiativen auf den Weg zu bringen: Das CQEER (Conseil québécois des événements écoresponsables) vergibt etwa seit einiger Zeit Auszeichnungen. Diese richten sich an Kulturzentren, die einen umweltbewussten Ansatz unter dem Gesichtspunkt einer nachhaltigen Entwicklung (Wirtschaft-Sozial-Umwelt-Kultur) verfolgen möchten. Dieser soll publikumsfreundlich und an die Möglichkeiten des kulturellen Umfelds angepasst sein. Denn nachhaltige Entwicklung sollte kein Hemmschuh sein, sondern es Unternehmen ermöglichen, sich von der Konkurrenz abzuheben.

Die Auszeichnung erfolgt in drei Stufen:

- > Bronze für ein besonderes Engagement,
- > Silber für eine dauerhafte Umsetzung und
- > Gold für besondere Leistung und kontinuierliche Verbesserung

Gewertet werden insbesondere das gesellschaftliche Engagement, die Abfallwirtschaft und das Recycling, aber auch verantwortungsvoller Einkauf oder nachhaltiger Transport.

Verantwortungsbewusster Einkauf und nachhaltiger Transport werden gefördert. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Energie, auch in Bezug auf Beleuchtung, Soundsysteme und Gebäude, wird besonders honoriert. Die Auszeichnungen sind begehrt und für viele Einrichtungen erhöht das den Imagefaktor – sowohl dem Publikum gegenüber als auch bei den Subventionsgebern.

## Fazit

Diese Auswahl ist natürlich unvollständig und subjektiv. Sie soll aber vor allem Anregungen geben, wie Kulturschaffende in anderen Ländern diese Aufgabe angehen. Wer sich darüber hinaus in den entsprechenden Foren oder Online-Konferenzen tummelt, wird schier erschlagen von findigen Einzelinitiativen, die einmal mehr deutlich machen: Auch die Kultur kann und muss ihren Beitrag zur Bewältigung der Klimakrise leisten. Wünschenswert ist daher als nächster Schritt eine koordinierte Vernetzung, damit das gegenseitige Profitieren dem dringenden Anliegen, nämlich die Welt nicht nur grüner, sondern vor allem zukunftsfähig zu machen, Schub gibt.



**Markus Wörl** kennt Umweltengagement aus langer praktischer Erfahrung. Er war über 12 Jahre für das Programm des Münchner Tollwood-Festivals verantwortlich, das sich seit mehr als 30 Jahren dem Thema Kultur und Umwelt widmet. Mit seiner Agentur [woer|pool](#) berät er zum Thema Nachhaltigkeit im Kulturbetrieb und hat auf der Internationalen Kulturbörse Freiburg 2021 ein Seminar zum Thema „Green Events – Nachhaltiges Planen in der Kulturbranche“ gegeben.