

# „Ein klarer Wettbewerbsvorteil!“

Interview mit Roman Dashuber von der Green Music Initiative über die Relevanz der Nachhaltigkeit in der Musik- und Entertainmentbranche und Meilensteine bei der Verminderung von Umwelteinwirkungen.



Roman Dashuber

Bild: Mikolaj Rogowski / brucke.de / bigstock.com

**Stadionwelt:** Was umfasst die Nachhaltigkeit im Musikmarkt?

**Dashuber:** Einerseits ist es die technische Definition von Nachhaltigkeit, die branchenübergreifend gilt und im Kern die Reduktion von Umwelteinwirkungen bezeichnet. Dies ist sicherlich auch der Hauptansatz für die Nachhaltigkeit in der Musik- und Entertainmentbranche. Neben dem sozialen Ansatz ist immer auch die Frage zu beantworten, was es mir bringt. Was habe ich davon, nachhaltig zu arbeiten? Neben der Kostenreduktion, die durch das Einsparen von Energie einhergeht, sehen wir hier einen klaren Wettbewerbsvorteil, weil man sich durch die Besonderheit eines grünen Events von der Masse abhebt und sich somit ein Merkmal aneignen kann, mit dem sich hervorragend Marketing betreiben lässt.

**Stadionwelt:** Welche Rolle spielt die Nachhaltigkeit in der Branche mittlerweile?

**Dashuber:** Das Thema ist in den Köpfen der Entscheider angekommen, weil es auch gesamtgesellschaftlich angekommen ist. Ein Meilenstein war sicherlich 2006 der

Stern-Report, der die Kosten des Klimawandels aufgedeckt hat. Vor diesem Hintergrund kann man Nachhaltigkeit im ersten Schritt nur gut finden, es aber in der Praxis umzusetzen, steht auf einem anderen Blatt. Das ist genau der Knackpunkt. Es fehlt leider noch an der Fülle an guten Beispielen, die den ökonomischen oder marketing-technischen Nutzen aufschlüsseln und als Business Case dienen. Je größer der Player ist, desto größer sind auch die Effekte. Ein tolles Beispiel ist die CO<sub>2</sub>-neutrale Tour von Radiohead. Davon brauchen wir mehr.

**Stadionwelt:** Warum ist die Entertainment-Branche prädestiniert für das Thema?

**Dashuber:** Die Branche hat eine Strahlkraft wie kaum eine andere, dadurch kann sie als Katalysator dienen und auch ihrer Verantwortung gerecht werden, etwas zum Klimaschutz beizutragen. Der Klimawandel kann nur gesamtwirtschaftlich angegangen werden und jeder sollte seinen Beitrag in dem Feld leisten, wo er am besten ist. Die Musikbranche kann Menschen erreichen und mitreißen. Wenn man es flächendeckend schafft, die Emissionen von Events um 50% zu reduzieren, ohne die Qualität zu mindern, ist es doch schon ein toller Erfolg.

**Stadionwelt:** Befassen sich alle gleichermaßen mit dem Thema Nachhaltigkeit?

**Dashuber:** Man sieht schon, dass die Festivals und Clubs weiter sind und es dementsprechend dort eine Vielzahl an Best Practice und Vorwissen gibt. Dies ermöglicht eine Integration des Wissens in bestehende Managementtools. Beim Touring ist man davon noch weiter entfernt, ein paar Pilotprojekte sind bislang die Ausnahme. Dennoch gibt es auch dort interessante Ansätze.

**Stadionwelt:** Was bedeutet Nachhaltigkeit in der Praxis überhaupt?

**Dashuber:** Es heißt, dass Anforderungskataloge und Checklisten für Touren entsprechend unter Nachhaltigkeitsaspekten formuliert werden. Dazu muss man viele Akteure mit an den Tisch holen. Da muss man sich erstmal herantrauen und es ist sicher zunächst mit Mehraufwand verbunden. Gerade große Bands können sich das aber durchaus erlauben. Die positiven Effekte werden dafür nachhaltig wirken.

**Stadionwelt:** Wie lässt sich Nachhaltigkeit im Musikmarkt messen?

**Dashuber:** Aus dem klassischen Energiemanagement hat man die entscheidenden Komponenten wie CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für den Musikmarkt adaptiert und verfeinert. Man musste das Rad daher nicht neu erfinden und hat mittlerweile ein etabliertes Set von Indikatoren, die als Bemessungsgrundlage dienen. Basierend darauf haben wir beispielsweise auch einen CO<sub>2</sub>-Rechner für Veranstalter entwickelt, den man auf unserer Homepage nutzen kann.

## Green Music Initiative



Die Green Music Initiative dient als Plattform zur Förderung einer klimaverträglichen Musik- und Entertainmentbranche. In enger Kooperation mit renommierten wissenschaftlichen Instituten, Stakeholdern und bekannten Künstlern werden Reduktionsstrategien beispielhaft umgesetzt. Ziel ist die Verminderung der CO<sub>2</sub>-Emissionen und Umwelteinwirkungen in allen Bereichen. Die Vision der Green Music Initiative ist eine zukunftsfähige Musikbranche mit Vorbildcharakter in der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen.

[www.greenmusicinitiative.de](http://www.greenmusicinitiative.de)



Einblicke in die CO<sub>2</sub>-neutrale Tour von Radiohead