

MAßNAHMEN IM KULTUR- UND FREIZEIT-BETRIEB VOR ORT

Nachhaltigkeitskommunikation für Kultur- & Freizeiteinrichtungen

Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW



LEGENDE



Quick Wins: das lässt sich einfach umzusetzen - mit schnellen Effekten!



Top-Maßnahme: das bedeutet mehr Aufwand, bringt aber mittelfristig viel.

RESSOURCENSCHONUNG

- 🏆 Kennzeichnen Sie Ihr Recyclingpapier und nachhaltige Papierqualitäten im Büro und bei Printprodukten gut erkennbar (Logo, Imprint).
- 🏆 Finden Sie Wege für Papier-Upcycling, z.B. überschüssiges Papier geht an „Schnittstelle Kunst“ und kommunizieren Sie die Weiterverwendung, z.B. bei Filmplakaten im Kino als gefaltete Büromülleimer (Upcycling-Merchandise)
- 🏆 Erläutern Sie den Verzicht auf ein gedrucktes Programm im Theater oder eine Speisekarte und leiten Sie per QR -Code auf die digitale Version.
- 🏆 Verzichten Sie auf gedruckte Eintrittskarten und lenken Sie Ihre Besucher:innen ins digitale Ticketing (eine analoge Lösung sollte trotzdem auf Anfrage verfügbar sein)
- 🏆 Kommunizieren Sie aktiv ÖPNV-Anreise (ÖPNV/Bahn-First auf der Homepage) und incentivieren Sie diese mit Nachlässen oder Extras (1 Euro Nachlass bei Einkauf in Gastro oder Shop)
- 🏆 Werben Sie mit E-Ladestationen, um nachhaltige PKW-Mobilität zu fördern.



RESSOURCENSCHONUNG

- 🏆 *Gibt es in Ihrer Stadt ein Leihrradsystem, können Sie auch hier klimaneutrale Anreise bei Stadturlauber:innen oder Student:innen incentivieren „Mit dem Stadtrad günstiger und klimafreundlich zu uns“.*
- 🏆 *Verbinden Sie das digitale Ticketing mit einem freiwilligen Sozial- oder Naturschutz-Beitrag als Click-Option und erzählen Sie, was alles schon dadurch gefördert werden konnte*
- 🏆 *Machen Sie Ihre Thermen- und Schwimmbadbesucher:innen im Web, Print, auf Screens und Aushängen auf probiotische Reinigung und ihre Vorteile aufmerksam*
- 🏆 *Wasser sparen durch automatische Wasserstopps an Waschbecken, Zwei-Mengen-Spülung sind mit Aufklebern gekennzeichnet*
- 🏆 *Bezug von zertifiziertem Ökostrom können Sie prinzipiell überall da kommunizieren, wo Strom sichtbar verbraucht wird (z.B. neben Lichtschaltern, auf Screens, im Shop, etc.).*



RESSOURCENSCHONUNG

- 👑 *Sie kommunizieren in den Programmen, wie Sie Bühnenbilder modular aufbauen und wiederverwenden.*
- 👑 *Als Musikensemble spielen Sie an Orten der Biodiversität, um Sensibilität für Nachhaltigkeit bei den Zuhörenden zu erzeugen und berichten darüber in Pressekooperationen und mit entsprechenden Bildern (z.B. Konzert im Weinberg)*
- 👑 *Mit der CO₂-Bilanzierung nach CO₂-Kulturstandard / GHG Protocol weisen Sie Ihre Klimaemissionen als Kulturbetrieb nach und kommunizieren über Ansatzpunkte zur Reduzierung (z.B. Anreise mit dem ÖPNV)*
- 👑 *Kommunizieren Sie umfangreiches nachhaltiges Ausstellungskonzept - Tageslichtausstellung, energieeffizienten Geräten, Bewegungsmeldern für Strahler, Wiederverwendung von Ausstellungsmaterialien, Anreizen nachhaltiger Anreise, Leihen von Ausstellungsequipment statt kaufen! – auf allen Kanälen und sprechen Sie affine Zielgruppen an!*
- 👑 *Sie erzeugen als Freizeitpark großflächig Solarstrom und zeigen das fortwährend auf einer Digitalanzeige am Eingang und im Netz!*



RESSOURCENSCHONUNG

- 👑 *Sie etablieren ein Kombiticket für öffentliche Anreise mit Verkehrs-/Stadtwerkepartnern und kommunizieren dies in Ihrem, im Verkehrsverbund-Shop, auf den Tickets und den Werbekanälen Ihres Verkehrspartners (z.B. in Bussen und Trambahnen, an Haltestellen)*
- 👑 *Ihr institutionalisiertes Nachhaltigkeitsmanagement mit Strategie, Governance, Kennzahlen und Roadmaps ist fest auf Ihrer Website verankert*
- 👑 *Sie arbeiten an Forschungs- und Bildungsprogramme zum Thema Nachhaltigkeit (BNE) mit und tauchen dort in den Kommunikationskanälen der verbundenen Plattformen auf.*
- 👑 *Baulich-technische Modernisierung Ihrer Infrastruktur dokumentieren Sie am besten mit Bilderfolgen „vorher- während dessen - und nachher“ im Netz*
- 👑 *Sie stellen Ihr qualifiziertes Team, z.B. IHK-Fortbildung „Transformationsmanager:innen Nachhaltige Kultur“ auf der Website vor und lassen Sie persönlich in Social-Media über Ihre Erfahrungen posten.*
- 👑 *Moderne zentrale Heizungs- und Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung und bedarfsgerechter Raumregelung*



REGIONALITÄT, FOOD & CO

- 🏆 *Nudgen Sie mit Aufstellen von Sammelbehältern und Erläuterungen die Rückführung gebrauchter Kronkorken in Ihrer Gastro oder Shops in den Wertstoffkreislauf, indem Sie die Erlöse für Tierschutzprojekte verwenden*
- 🏆 *Verdeutlichen Sie mit eingängigen Symbolen und Verpflegungswerbung, dass Sie Wert auf ein regionales, Bio-, faires Getränke- und Food-Sortiment legen, z.B. fairer, rückverfolgbarer Kaffee*
- 🏆 *mit Fokus auf Bio-Produktion, faire Bedingungen und möglichst wenig Verpackungsmüll*
- 🏆 *Richten Sie gekennzeichnete Zapfmöglichkeiten für Trinkwasser ein und informieren Sie zum kostenlosen Auffüllen mit Leitungswasser bzw. verkaufen Sie eigene gebrandete Glas-flaschen (wichtig bei Außenbereichen im Sommer!)*
- 🏆 *Selbstverständlich sind bei Ihnen To-Go- im Mehrweg, Pfand sowie recyclingfähige Verpackungen mit Wertstofftrennung gängige Praxis und diese Systeme werden Besucher:innen gleich beim Betreten leicht verständlich erläutert (am Eingang, im Shop, an Wertstoffbehälter-Stationen etc.)*
- 🏆 *Sie catern, egal ob dauerhaftes Restaurant oder kurzzeitiges Veranstaltungsgeschäft möglichst immer auch vegetarisch/vegan + regional/saisonal + bedarfsgerecht und kennzeichnen das mit Tischaufstellern, in Speisekarten, auf Screens etc.*



INKLUSION & BARRIEREFREIHEIT

- 🏆 Sie beschreiben in einer eigenen Rubrik/Unterseite auf Ihrer Website, in Ihrem Eingangsbereich und bezogen auf bestimmte Ausstellungs- oder Besuchsbereiche, ob und inwieweit diese barrierefrei zugänglich sind (mobilitätseingeschränkt, sehbehindert, gehörlos, ...)
- 🏆 Wichtig sind möglichst exakte Beschreibungen, Lagepläne und Fotos und auch Aussagen, was nur eingeschränkt nutzbar ist – am Besten nach dem Standard „Reisen für Alle“!
- 🏆 Sie haben eine:n Ansprechpartner:in für die barrierefreie Planung von Besuchen bei Ihnen benannt mit Kontaktdaten (Website, Broschüren)
- 🏆 Sie kennzeichnen die Behindertentoiletten (falls vorhanden) in Ihrem Leitsystem.
- 🏆 Sie bieten Erlebnismöglichkeiten für immer möglichst zwei Einschränkungsbereiche bei Ihren Angeboten, weil Sie dann Bedürfnisse mehrerer Gruppen behinderter Besucher:innen abdecken – das bedeutet z.B. audiovisuelle Angebote zur Besichtigung sowohl für hör- als auch seheingeschränkte Personen in leichter Sprache



INKLUSION & BARRIEREFREIHEIT

- 👑 *Sie sind nicht nur „Reisen für alle geprüft“ sondern sogar „Reise für alle zertifiziert“ und zeigen so, dass Sie sich glaubwürdig um Barrierefreiheit und deren stetige Weiterentwicklung bemühen. Ihre Prüfberichte sind auf der Website abgelegt.*
- 👑 *Ihre multisensorische Ausstellung spricht zwar eigentlich für sich, aber Sie sollten gerade nicht-behinderten Menschen erklären, wen Sie damit alles erreichen und was der Mehrwert beim Erlebnis für alle Menschen ist*
- 👑 *Barrierefreiheit als Komfort und Qualität kommunizieren: Sie zeigen das Erlebnis Ihrer besonderen barrierefreien Infrastruktur wie z.B. ein Schwimmbecken oder -steg für mobilitätseingeschränkte Besucher:innen am Wasser möglichst in bewegten Bildern und Fotos, um die spezifische Erlebnisqualität unmittelbar zu kommunizieren*
- 👑 *Indem Sie Veranstaltungen für Menschen mit Behinderungen zugänglich und respektvoll zu gestalten, z.B. Kommunikation von Inhalten über dynamische Anzeigen (Subtitel) im Theater, erhöhen Sie die Barrierefreiheit für alle*
- 👑 *Sie präsentieren in Ihrer Kommunikation gezielt behinderte und nicht-behinderte Menschen miteinander, denn meist sind es Gruppen, die ein oder zwei eingeschränkte Personen dabei haben, die überzeugendes Gemeinschaftserlebnis mit Teilhabe für alle suchen*

