

—  
**Gemeente Eindhoven**

# **Klimaatneutraal en duurzaam ondernemen voor evenementen in Eindhoven.**

*Concept beleidsstuk, april 2008*

Jolijn Brouwers

Stagiaire gemeente Eindhoven, afdeling MO

Derdejaars student Algemene Cultuurwetenschappen aan de Radboud Universiteit Nijmegen

Tinus Kanters

Gemeente Eindhoven, afdeling DAPZ, vergunningen evenementen

**Inhoudsopgave**

<b>Inleiding</b>	<b>4</b>
<b>Samenvatting</b>	<b>6</b>
<b>1 Maatregelen mobiliteitsmanagement</b>	<b>9</b>
1.1 Verbeterde openbaar vervoerdiensten	10
1.2 Bewaakte fietsenstallingen	12
1.3 Afgelegen parkeerplaatsen met park & ride faciliteiten	14
1.4 Carpooldiensten voor grote evenementen	16
1.5 Bewegwijzering voor duurzame vervoerswijzen	18
1.6 Bereikbaarheidsinformatie via internet en andere communicatiemiddelen	20
1.7 Communiceer bestaand openbaar vervoer als specifiek voor het evenement	22
1.8 Gecombineerd ticket transport plus toegang	24
1.9 Start het evenement op de bus	26
1.10 Informatiestand op het evenement	27
1.11 Communicatie via de media	28
1.12 Vervoer materiaal en artiesten voor evenement	29
<b>2 Maatregelen energie, water en bodembeheer</b>	<b>30</b>
2.1 Energiebesparende maatregelen op muziekfestivals	31
2.2 Waterbesparende maatregelen	34
2.3 Maatregelen afvalwater op openluchtevenementen	36
2.4 Bodembescherming op evenementen in weiden en parken	38
<b>3 Maatregelen afvalbeheer en geluid</b>	<b>40</b>
3.1 Herbruikbare bekertjes, borden en statiegeldsysteem	41
3.2 Dranken in grote verpakkingen in plaats van individuele flesjes	45
3.3 Promotiemateriaal	47
3.4 Verplichte vuilniszakken voor bezoekers van evenementen	48
3.5 Afvalinzameling en –sortering	49
3.6 Animatieteam	51
3.7 Betrokkenheid van sponsors, cateraars en organisatoren	52
3.8 Geluid	54
<b>4 Eerlijke handel</b>	<b>57</b>
4.1 Gebruik van regionale producten	58
4.2 Gebruik van Fair Trade producten	60
<b>5 Checklisten</b>	<b>64</b>
1) Checklist maatregelen mobiliteitsmanagement	64
1.1) Checklist mediamaatregelen	68
2) Checklist afvalbeheer	69
3) Checklist energie-, water- & bodemmanagement	71
4) Checklist eerlijke handel	75
<b>6 Bronvermelding</b>	<b>76</b>



## Inleiding

### **Klimaatneutraal en duurzaam ondernemen Richtlijnen voor evenementen organisatoren**

Dit verslag biedt een handreiking om uw evenement klimaatneutraal en duurzaam te organiseren. De richtlijnen zijn in de eerste plaats bedoeld voor evenementen in de gemeente Eindhoven en omstreken. De gemeente Eindhoven speelt een voortrekkersrol op het promoten van klimaatneutrale evenementen in Nederland.

Deze handreiking is van toepassing op elk soort evenement. Iedereen kan tenslotte bijdragen aan een beter milieu door klimaatneutraal en duurzaam te ondernemen. De aard van de evenementen waarop we ons toch specifiek richten zijn de;

- b Muziekfestivals,
- b Tentoonstellingen en andere culturele evenementen
- b Kunstbeurzen
- b Sportevenementen

#### *Waarom klimaatneutraal organiseren?*

U kunt ervoor kiezen uw evenement duurzaam te laten verlopen. Behalve dat het goed voor het milieu is, is het ook goed voor de portemonnee en het imago van het evenement. Er bestaan al een aantal criteria en bepaalde certificatie die het duurzaam ondernemen stimuleren. Een milieukeur voor het duurzaam ondernemen, toegespitst op evenementen, is in ontwikkeling. De criteria zijn daarom nog niet in dit verslag opgenomen. Dit verslag biedt wel een handreiking om evenementen zo duurzaam mogelijk te organiseren. Deze zullen, waarschijnlijk, niet veel afwijken van de toekomstige criteria gesteld voor duurzaam ondernemen voor evenementen.

Het grootste voordeel van het duurzaam ondernemen geniet onze leefomgeving. Door duurzaam of maatschappelijk verantwoord te ondernemen kiest u voor bescherming van het milieu. Voor het evenement zelf biedt het duurzaam ontwikkelen van het evenement ook een aantal belangrijke voordelen.

- b Imago en positionering; Aandacht voor het milieu wordt steeds belangrijker in de samenleving. De bescherming van het milieu is populair en wordt door een toenemende groep belangrijk gevonden. Media-aandacht en de aandacht voor het milieu in de politiek zorgen ervoor dat de maatschappelijke druk op bedrijven toeneemt. Consumenten vinden het de morele plicht van ondernemers om zich publiekelijk te verantwoorden tegenover de samenleving. Ze vragen inzicht in het productieproces en herkomst van de gebruikte grondstoffen. Via een informatiekrant, of iets dergelijks, kunt u de consument informeren over de maatregelen waardoor het evenement duurzaam wordt. De consument waardeert het als een ondernemer aandacht schenkt aan het milieu, wat resulteert in een sterk imago en een hogere positionering in de maatschappij.
- b Onderscheidend in de markt; Het is nog niet gebruikelijk dat evenementen standaard klimaatneutraal worden georganiseerd. Door uw evenement duurzaam te ontwikkelen kunt u het onderscheiden van andere evenementen. Hierdoor valt het evenement meer op

in de overstromende evenementenmarkt. Klimaatneutrale evenementen zijn tegenwoordig erg in trek onder de bezoekers.

- b Kostenbesparing; door duurzaam te ondernemen bespaart u water en energie en produceert u minder afval. Hierdoor bespaart u kosten. (deze besparing kunt u bijvoorbeeld weer inzetten in producten die de duurzaamheid bevorderen op uw festival. Hierdoor zullen de duurzame maatregelen niet duurder zijn dan de niet-klimaatneutrale producten)
- b Tot slot is het een goede voorbereiding en oefening om het festival zo klimaatneutraal mogelijk te organiseren. Het betreft nu namelijk nog een overgang- en experimenteerfase. Binnenkort worden waarschijnlijk een aantal richtlijnen om klimaatneutraal te ondernemen wettelijk verplicht.

De belangrijkste **speerpunten** om het evenement zo klimaatneutraal mogelijk te organiseren zijn:

- 1) De vervoersstromen (duurzame mobiliteit voor evenementen)
- 2) Energiemanagement (Energie- en waterbesparende maatregelen; bodembescherming)
- 3) Afvalverwerking ( Afvalpreventie en- selectie).
- 4) Eerlijke handel

## Samenvatting

### *Speerpunt 1; Mobiliteitsmanagement*

Speerpunt 1 heeft als doel zo efficiënt mogelijke vervoersmiddelen en wegen, zodat er zo min mogelijk co2 wordt geproduceerd. Een manier om dit voor elkaar te krijgen is het terugdringen van het aantal auto's van bezoekers naar en vanuit het evenement. Hiervoor moeten alternatieve duurzame vervoerswijzen worden gestimuleerd bij de bezoeker, de bedrijven voor levering van materiaal en de organisatie voor vervoer van artiesten. Bij alternatieve vervoerswijzen kan gedacht worden aan het openbaar vervoer, bijvoorbeeld door middel van reguliere diensten of speciale pendeldiensten, het motiveren van het carpoolen met andere bezoekers en het stimuleren van vervoer met de fiets. Om deze duurzame vervoerswijzen kenbaar en aantrekkelijk te maken voor de bezoeker is het van belang dat de opties goed gecommuniceerd worden door middel van bereikbaarheidsinformatie via internet en andere communicatiemiddelen, communicatie via de media en een informatiestand op het evenement. Het evenement moet daarbij ook de faciliteiten bieden die deze verschillende vervoerswijzen mogelijk maken. Voorbeelden hiervan zijn verbeterde openbaar vervoerdiensten, carpooldiensten naar grote evenementen, afgelegen parkeerplaatsen met park & ride faciliteiten, bewegwijzering voor duurzame vervoerswijzen en bewaakte fietsenstallingen. Het reguleren van het vervoer van materiaal en artiesten vanuit de organisator kan ook een bijdrage leveren aan het terugdringen van vervuilde stoffen in de lucht.

Het stimuleren van duurzame vervoerswijzen kost waarschijnlijk extra geld. Er moet bijvoorbeeld gedacht worden aan de behoefte aan meer materiaal en meer personeel. Sponsoring, van bijvoorbeeld de openbare vervoersmaatschappijen, kan hierbij de kosten voor de organisatie verminderen. Een andere manier is het vragen van een kleine bijdrage van de bezoeker of een gecombineerd ticket transport plus toegang.

Er zijn belangrijke voordelen te behalen voor het milieu door de stimulering van duurzame vervoerswijzen voor bezoekers, materiaal en artiesten. Beter georganiseerde verkeersstromen, grotere veiligheid van de bezoekers, minder vervuiling, geluidsoverlast en stress in de omgeving van het evenement en minder impact op de bewoners rond deze zone, zijn hier voorbeelden van. Er zullen minder parkeerplaatsen voor auto's nodig zijn. Hierdoor is er de mogelijkheid het evenemententerrein uit te breiden en het milieu wordt, vanwege de verminderde uitstoot van thuis gelaten auto's, ook minder belast. Ook zal de verkeersdruk in de omgeving van het evenement afnemen en zullen meer bezoekers het evenemententerrein kunnen bereiken. De pendelbussen, of ander vervoer, stopt voor de deur, ze hebben er geen omkijken naar en ze kunnen gerust een drankje drinken op het festival. Het gemakkelijke, goedkope vervoer, kan er ook toe leiden dat er nieuwe bezoekers aangetrokken worden naar het evenement. Hierdoor zullen de inkomsten stijgen. De bezoekers hebben, door het gereguleerde duurzame vervoer, de mogelijkheid om langer te blijven op het evenemententerrein. Hierdoor wordt het gemak van de bezoeker vergroot en is er, naar alle waarschijnlijkheid, ook een grotere drankomzet.

Uiteindelijk zal het aantrekkelijk maken van duurzame vervoersstromen leiden tot een beter imago van het evenement. Er zullen minder files en verkeeroverlast ontstaan in de omgeving van het evenement, omdat er aantrekkelijke duurzame mobiliteit aangeboden wordt. Door de vermindering van auto's zal er minder vervuiling ontstaan aan het milieu. Het is wel noodzaak dat deze maatregelen goed gecommuniceerd worden aan de bezoeker.

## ***Speerpunt 2; Maatregelen energie, water en bodembeheer***

Het doel van dit speerpunt is dat er op zo veel mogelijke efficiënte manieren bespaard wordt op energie en water. Ook de bescherming van de bodem is ten eerste beter voor het milieu en het vermindert de kosten van herstel. Voordat het evenement plaats vindt is het van belang dat er een energie-, water-, afvalwater- en bodembeschermingsplan wordt gemaakt samen met de betrokken leveranciers. Om daadwerkelijk effect te hebben op het milieu, moet er een inventarisatie gemaakt worden van het te verwachten verbruik en de mogelijkheden van besparing van energie en water. Ook moet er vooraf een plan worden gemaakt om zo klimaatneutraal mogelijk het afvalwater te reguleren en de bodem te beschermen.

Wat betreft het gebruik van energie is het aan te raden het evenement aan te sluiten op het vaste (groene) net. Als dit niet mogelijk is, kan er het beste gekozen worden voor één groot aggregaat, belast met de nieuwste technieken, met daarin biobrandstof vermengt met gewone diesel. Hierbij kan de organisator het energiegebruik het beste reguleren door de verdeler te zijn, bijvoorbeeld voor standhouders en cateraars, op het evenement. Op deze manier wordt de energie op een zo efficiënt mogelijke manier opgewekt en kan er een besparing plaatsvinden. Het is zaak dat de organisator zo veel mogelijk de gloeilamp mijdt en over gaat op led- of spaarlampen.

Bij het besparen van water op een evenement kunnen de resultaten het best behaald worden bij de toilet- en douchegroep. Hiervoor moet de organisatie zoveel mogelijk waterbesparende maatregelen nemen, kiezen voor zo efficiënt mogelijke en milieuvriendelijke toiletgroepen en illegale plashoeken beschermen door middel van een plaatsingsplan van toiletten. Van evenement tot evenement zijn de mogelijkheden voor waterbesparing sterk wisselend. Het afwateringssysteem moet geïnstalleerd worden bij de start van de voorbereidingen. Er moet gedacht worden aan een aansluiting bij het bestaande rioolsysteem en of aansluiting bij een milieuvriendelijk tijdelijk rioolsysteem.

Tijdens een evenement wordt er grote druk uitgeoefend op de bodem en de omliggende natuur. Zwaar transport en modder kunnen de bodem vernielen. Vooral het gebruik van rijplaten en grondplaten bieden bescherming aan de bodem en de grasmat. Ook het voorkomen van wildplassen door voldoende toiletten te plaatsen voorkomt milieuvervuiling. Minder vernieling voorkomt vervuiling.

## ***Speerpunt 3; Maatregelen afvalbeheer en geluid***

Maatregelen voor afvalbeheer en geluid zijn van belang om een evenement klimaatneutraal te organiseren. Het voorkomen van afval is zeer interessant. Ten eerste ervaart de bezoeker een schoon festival als prettig en ten tweede kost het opruimen van afval veel geld. Veel afval kan voorkomen worden door al bij de eerste ideeën en voorbereidingen van het evenement prioriteit te stellen aan afvalpreventie. Er zijn verschillende voordelen te behalen; de afvalberg kan door de maatregelen met 50% vermindert worden, er kunnen meer inkomsten uit worden gerealiseerd, het imago van het evenement wordt vergroot en het evenement is meer milieuvriendelijk. Voorbeelden van afvalpreventie zijn de aanschaf van herbruikbare bekertjes, borden en statiegeldsystemen, ecologisch verpakkingsmateriaal, het gebruik van grootverpakkingen, het verbieden van wegwerppromotiemateriaal, het verplichten van vuilniszakken voor de bezoeker door middel van een waarborgsom, gereguleerde sortering en inzameling van afval. Hulpmiddelen om afval zo goed mogelijk in te zamelen zijn het inhuren van een animatieteam en de betrokkenheid vergroten van sponsors, cateraars en organisatoren. Ook het voorkomen van geluidsoverlast zorgt voor een prettige sfeer en minder ‘geluidsvervuiling’. Geluidsoverlast kan

behalve irriterend voor de omliggende bewoners immers ook milieuvervuilend zijn. Elke organisatie moet daarom rekening houden met de draagwijdte van het geluid en maatregelen nemen om ‘geluidsvervuiling’ zoveel mogelijk te beperken of te voorkomen.

#### ***Speerpunt 4; Eerlijke handel***

Ten slotte kan de inkoop van eten- en drinkwaren het klimaatneutrale karakter van het evenement versterken. Gedacht moet worden aan het gebruik van regionale producten en het inkopen van producten met een eerlijk karakter, zoals producten met het Fair Trade Keurmerk. Koop zoveel mogelijk biologische etenswaren en ga bewust om met het inkopen van producten met toegevoegde E-nummers. Door het inkopen van eerlijke producten en regionale producten draagt het evenement bij aan het helpen van de boeren in eigen land en andere landen. Het imago van het evenement wordt hierdoor versterkt en verbeterd en de eventuele extra kosten kunnen worden terug verdiend door het te verrekenen met de verkoopprijs.

# Speerpunt 1

## Maatregelen mobiliteitsmanagement



## Speerpunt 1; Mobiliteitsmanagement

Een goed mobiliteitsplan draagt bij aan een comfortabel en bijzonder evenement. Om dit te bewerkstelligen zijn vier schakels belangrijk.

- 1) Ten eerste is het leveren van informatie aan de consument erg belangrijk. Deze informatie moet eenduidig en gemakkelijk verkrijgbaar zijn. Ruim voordat de bezoeker naar het evenement gaat moet de bereikbaarheidsinformatie tot zijn beschikking staan. Op de website moeten ook de beschikbare parkeerplaatsen voor auto's, de fietsparkeerplaatsen en de mogelijkheden voor openbaar vervoer, vermeld staan.
- 2) Ten tweede moet er een element van verleiding in zitten. Voorbeelden hiervan zijn het 'gecombineerde ticket' of gratis pendelbussen vanaf het station of parkeerplaatsen.
- 3) Op de dag zelf zal ook een duidelijke informatievoorziening aanwezig moeten zijn, zoals bewegwijzering of parkeerstewards.
- 4) Het product, zoals pendelbussen, moet toereikend en comfortabel zijn.

### 1.1 Verbeterde openbaar vervoer diensten

*Wat en waarom?*

Bijkomende bus- en/of treinverbindingen hebben verschillende functies:

- b Voorzien van ontbrekende diensten van bushaltes en stations naar de locatie van het evenement;
- b Voorzien van latere diensten zodat mensen nog naar huis kunnen komen;
- b Voorzien van voldoende capaciteit bij grote evenementen;
- b Voorzien van park & ride- faciliteiten bij grote evenementen

*Hoe?*

- b Zorg er ten eerste voor dat het evenement gemakkelijk bereikbaar is met openbaar vervoer en fiets.
- b Inventariseren; In kaart brengen van de herkomstgemeentes van bezoekers: komen ze van nabijgelegen steden en gemeenten of komen ze van alle uithoeken van het land?
- b Op welke tijdstippen komen de bezoekers naar het festival en gaan ze naar huis?
- b In kaart brengen van bus of treinroutes langs het evenement: bestemmingen, frequenties, nachtdiensten indien relevant, haltes in de buurt van het evenement. Zorg ervoor dat je goed bereikbaar bent.
- b Ga na of het haalbaar is om aanpassingen door te voeren zoals:
  - o Kleine omleidingen of uitbreidingen van de bestaande busdiensten om het evenement beter bereikbaar te maken.
  - o Een pendeldienst op gepaste tijdstippen naar een dichtbijgelegen bus- of treinstation;
  - o Bijkomende haltes voor treinen die volgens de gewone dienstregeling normaal gezien niet stoppen op bepaalde stations.
- b Voor grote evenementen: breng de verschillende mogelijkheden van bijkomende dienstregelingen (zoals extra treinen, shuttledienst,...) in kaart, rekening houdend met de herkomst van de bezoekers.

- b Voor kleine evenementen kunnen gehuurde bussen, bestuurd door vrijwilligers, een oplossing bieden.
- b Overweeg de mogelijkheid van een gecombineerd ticket (toegang tot het evenement en vervoersticket in één). Sluit bijvoorbeeld een deal met de NS of andere vervoersmaatschappijen.
- b Overweeg bewegwijzering vanaf het dichtstbijzijnde bus- of treinstation naar het evenemententerrein en omgekeerd.
- b Om tot een goed resultaat te komen is een intensieve communicatiecampagne noodzakelijk. Vooral een goede communicatie via de website blijkt heel belangrijk. Plaats reisinformatie op de website, in de programmaboekjes en bijvoorbeeld op grote (LED) schermen op het festival. Zorg er ook voor dat dienstregelingen en tarieven aanwezig zijn bij de informatiestand op het festivalterrein. Voor meer details; ga naar het onderdeel “Bereikbaarheidsinformatie via internet en andere communicatiemiddelen”.
- b De timing van deze stappen hangt af van de plaatselijke vervoersmaatschappijen en de procedures die zij dienen te volgen om bijkomende dienstregelingen te onderzoeken, alsook van de grootte van het evenement. Wij raden u ten zeerste aan om minstens 4 maanden voor het evenement het proces betreffende bijkomende dienstregelingen te starten, als dit tenminste een private busmaatschappij betreft. Openbare vervoersmaatschappijen hebben meestal meer tijd nodig om bijkomende diensten te leveren.
- b Onderzoek de mogelijkheid of de busmaatschappij, in ruil voor reclame op het evenement, de vervoerkosten (voor een deel) kan sponsoren.

#### *Kosten*

- b Indien de organisatoren gevraagd wordt een deel van de kosten van een busdienst te dragen loopt dit al snel op van 500 tot 800 euro per nacht, per voertuig met een professionele chauffeur.
- b De kosten kunnen sterk verminderd worden door een bijdrage van de bezoekers. Dit is afhankelijk van de prijs van het ticket en het aantal gebruikers ervan.
- b Het is ook mogelijk om de kosten, door middel van sponsoring, (voor een deel) te laten dekken door de busmaatschappij. In ruil voor de sponsoring maakt de organisatie reclame voor de busmaatschappij op het evenement.

#### *Baten*

- b Meer bezoekers kunnen het evenemententerrein bereiken.
- b De bezoekers hebben ook de mogelijkheid langer te blijven.
- b Het aantal parkeerplaatsen kan sterk verminderd worden indien er een beter aanbod van openbaar vervoer is.
- b Er kan een aanzienlijke vermindering optreden van het aantal wagens dat naar het evenement komt, en bijgevolg het effect op het milieu.

## 1.2 Bewaakte fietsenstalling

### *Wat en waarom?*

Fietsenstallingen zijn bedoeld om de fietsende bezoekers een tijdelijke faciliteit te bieden om de fiets veilig op te bergen. Deze moeten beveiligd worden om diefstallen tegen te gaan.

Fietsenstallingen kunnen op elk evenement geplaatst worden. Bewaking is belangrijk. Vooral 's avonds en 's nachts is dit cruciaal.

### *Hoe?*

- b In kaart brengen waar de bezoekers vandaan komen: komt een groot deel uit de nabijgelegen zone? Staat men in het algemeen positief tegenover het gebruik van de fiets? In dat geval zijn fietsenstallingen zeer nuttig.
- b Beslissen hoe men de fietsenstallingen gaat bewaken: met vrijwilligers of door een professioneel beveiligingsbedrijf.
- b Werven van bewakers.
- b Drukken van tickets voor gebruikers van de fietsenstallingen. Nummerboekjes zijn ook gemakkelijk te koop.
- b Opmaken van het uurrooster voor de bewaakte fietsenstallingen volgens het programma van het festival. Er moet een beslissing gemaakt worden of bewaking 's avonds en 's nachts zinvol is. Anders de fietsenstalling voor de nacht sluiten en 's ochtends weer openen.
- b Een schatting maken van de benodigde capaciteit.
- b Stel de fietsenstallingen op in een zone dicht bij de ingang van het festival. Het is essentieel dat de fietsenstallingen dicht bij de ingang liggen dan de autoparkeerplaats. Indien deze te ver van de ingang verwijderd zijn, zullen vele fietsers hun fiets toch vlakbij de ingang achterlaten en hierbij voetgangers storen. De fietsenstalling moet ook goed zichtbaar zijn, zowel voor fietsers als gebruikers van andere vervoermiddelen.
- b Ga na welk parkeersysteem gepast is voor de stallingen. Opslagfaciliteiten zijn te huur op de private markt. Zij bieden een goede bescherming tegen diefstal en beschadiging.
- b Deze faciliteit zou gratis, of tenminste tegen een gunstiger tarief dan de autoparkeerplaats, aangeboden moeten worden.
- b De aanwezigheid van bewaakte fietsenstallingen moet noodzakelijkerwijs gecommuniceerd worden via website, pers, en dergelijke. Indien deze faciliteiten gratis worden aangeboden, kan dit het beste opgenomen worden in de communicatiecampagne, zodat de fietsers weten dat het gratis is. Overweeg bewegwijzering van fietsroutes (zie hoofdstuk "Bewegwijzering voor duurzame vervoersmiddelen").

### *Kosten*

- b Huurkosten van professioneel stallingmateriaal (optioneel). De 'buitenmuren' kunnen bijvoorbeeld bestaan uit hogere hekken. De binnenstalling kan dan alleen bestaan uit fietsenrekken. Dit is een goedkope oplossing.
- b Personeelkosten: bewakers fietsenstallingen (2 tot 3 per stalling, afhankelijk van het aantal verwachte fietsers). In veel gevallen kunnen vrijwilligers ingeschakeld worden (bv. in ruil voor een toegangsticket). Houdt rekening met het aantal uren dat de dienst verzekerd moet worden.

*Baten*

- b Het aantal autoparkeerplaatsen kan sterk verminderd worden. Bovendien zal de verkeersdruk in de omgeving van het evenement afnemen.
- b Bij grote evenementen neemt het risico op verkeerschaos sterk af.
- b Een vermindering van het aantal wagens dat naar het evenement komt, en bijgevolg van het effect op het milieu.

### 1.3 Afgelegen parkeerplaatsen met park & ride mogelijkheden

#### *Wat en waarom?*

Om overvloedig verkeer weg te leiden uit bepaalde zones kunnen meer afgelegen en bestaande parkeerfaciliteiten worden benut, aangevuld met een shuttle service om de afstand tussen het evenement en de parkeerplaats te overbruggen. Bij grote evenementen zoals beurzen, voetbalwedstrijden of openluchtconcerten liggen de parkeerplaatsen meestal dicht bij de locatie van het evenement. In dat geval kan men bezoekers ook overtuigen de auto achter te laten bij de afgelegen stations, bij voorkeur in de buurt van afritten van autowegen. Van daaruit kunnen de bezoekers de bestaande treinverbindingen nemen naar het evenement.

#### *Hoe?*

- b Een goede samenwerking tussen de organisatoren en de vervoersmaatschappijen is noodzakelijk om tot goede resultaten te komen. Om de shuttledienst van en naar afgelegen parkeerplaatsen te garanderen moet men niet alleen openbare vervoermaatschappijen in overweging nemen maar ook private busmaatschappijen. Dit maakt wel een belangrijk verschil in kosten.
- b Heel belangrijk is ook de samenwerking met de overheid voor vragen betreffende welke parkeerplaatsen geschikt zijn, toegangswegen naar de parkeerplaatsen, haltelocaties, enzovoorts.
- b De shuttle diensten zijn voor de bezoekers meestal kosteloos. Het is daarom noodzakelijk dat duidelijke afspraken worden gemaakt in verband met de kosten. In veel gevallen zorgen sponsors voor deze diensten (zie onderaan bij “kosten baten”)
- b In kaart brengen van de herkomst van de bezoekers: komen ze van de naburige gemeenten of komen ze van verder weg? Indien geen studie beschikbaar is kan de organisator een schatting maken.
- b In kaart brengen van de bestaande openbare vervoerdiensten. Welke bus- of treinlijnen rijden voorbij het terrein en de omliggende parkeerplaatsen: bestemmingen, frequentie, nachtbusdiensten indien relevant, haltes aan de evenementenzone, tarieven,...
- b In kaart brengen van mogelijke afgelegen parkeerplaatsen nabij de verschillende toegangswegen zodat bezoekers de evenementzone niet binnen rijden.
- b Voor grote evenementen: in kaart brengen van openbare vervoerdiensten op grote schaal, rekening houdend met de herkomst van de bezoekers.
- b Overleg met lokale vervoermaatschappijen, private vervoermaatschappijen en de overheid. Selecteren van de meest haalbare parkeerplaatsen. Vergelijk de verschillende voorstellen.
- b De timing van deze verschillende stappen zal afhankelijk zijn van de vervoermaatschappijen en de procedures die ze moeten volgen om de aanvullende diensten operationeel te maken, alsook van de grootte van het evenement. Indien u gebruik maakt van een private busmaatschappij kan dit het beste minstens 4 maanden voor het evenement van start gaan. Als u beroep doet op een openbare vervoermaatschappij moet dit tenminste 8 maanden voor het evenement van start gaat.
- b Zorg voor een goede bewegwijzering naar de parkeerplaatsen. Hiervoor dient u toestemming te vragen bij de lokale autoriteiten, bevoegd voor officiële verkeersborden. Deze stap dient zo snel mogelijk genomen te worden, liefst 4 maanden voor het evenement.

- b Voor éénmalige evenementen zoals concerten en sportevenementen is de nodige vervoercapaciteit bepaald door de vraag bij het einde van het evenement. Neem maatregelen om te voorkomen dat grote bezoekersstromen in één beweging na het evenement huiswaarts keren.
- b Start een promotiecampagne om de bezoekers te informeren over het park & ride concept, zodat dit duidelijk is zodra de ticketverkoop start.

#### *Kosten*

- b Om de kosten van een shuttle dienst te bepalen mag u rekenen op 500 tot 800 Euro per dag/nacht per voertuig met een professionele chauffeur.
- b Houdt ook rekening met de kosten van de bewegwijzering. (zie punt 1.5)
- b Soms is het noodzakelijk personeel in dienst te nemen om de chauffeurs en de bezoekers te voorzien van de nodige informatie en de verkeersstromen van en naar de parkeerplaatsen te leiden. De lokale politie kan in bepaalde gevallen enkele van deze taken op zich nemen.

#### *Baten*

- b Nieuwe bezoekers worden aangetrokken waardoor de inkomsten stijgen.
- b De shuttle diensten kunnen worden aangeboden door sponsors. Vooral sponsors in de sfeer van milieu, vervoer of communicatie zullen deze extra publiciteit interessant vinden.
- b Belangrijke voordelen voor het milieu door beter georganiseerde verkeersstromen, veiligheid van de bezoekers, minder vervuiling, geluidsoverlast en stress in de omgeving van het evenement en minder impact op de bewoners rond dit terrein.

## 1.4 Carpooldiensten voor grote evenementen

### *Wat?*

Een carpool matching systeem brengt chauffeurs en passagiers samen om de heen- en/of terugreis naar het festival te maken. Carpooling is een goed alternatief voor alle typen evenementen en zeker 's avonds laat als er onvoldoende of geen openbaar vervoer beschikbaar is. Carpool matching kan georganiseerd worden:

- ✓ **Vóór het evenement.** In dit geval maken de carpoolpartners afspraken om samen naar een evenement te gaan voordat ze vertrekken. Dit gebeurt hoofdzakelijk via internet of telefoon.
- ✓ **Tijdens het evenement.** In dit geval krijgen bezoekers die gebruik maken van het openbaar vervoer voor de heenrit 's avonds een terugrit aangeboden. Dit kan georganiseerd worden via een informatiestand op het evenement.

Natuurlijk kunnen beide vormen gecombineerd worden.

### *Hoe?*

Voor carpooling georganiseerd **vóór het evenement**:

- b Organiseer een inschrijvingscampagne via de website of een ticketverkooppunt en plaats de geregistreerde aanbiedingen en aanvragen op een website. Er kan ook een (aanvullende) telefoonservice geplaatst worden. Voor een dergelijke dienst kunnen professionele carpoolorganisaties worden aangesproken.
- b Communiceer het bestaan van deze dienst via elke medium dat gebruikt wordt ter promotie van het evenement.

Voor carpooling georganiseerd **tijdens het evenement** is niet veel voorbereiding vereist, hoewel communicatie van deze dienst nog voor het evenement aanbevolen is:

- b Zorg voor een goede locatie voor de informatiestand. Hier wordt de carpoolinformatie gecentraliseerd.
- b Voorzie een informatiebord waarop alle aanvragen geplaatst kunnen worden (vraag en aanbod van vrije plaatsen).
- b Vraag en aanbod kunnen genoteerd worden op een whiteboard of een briefje. Essentiële zaken zijn de bestemming, het voorziene vertrekur en het GSM-nummer.
- b Een bijkomende optie is het voorzien van een kaart waarop alle bestemmingen kunnen worden aangeduid door middel van vlaggen of nummers.
- b De ervaring leert dat er meer vraag is naar vrije zitjes dan dat er aanbod is. Het aanspreken van chauffeurs om hun vrije zitjes aan te bieden kan helpen.
- b Het is aan te raden een kleine financiële bijdrage van ongeveer 0,05 euro per km voor de chauffeurs te vragen aan de passagiers

### *Kosten*

- b Carpooldiensten vóór het evenement: kosten voor de ontwikkeling van de carpool website (eventueel de kosten voor een extern carpool matching systeem), kosten voor personeel die carpoolinformatie verschaffen via de telefoon.
- b Carpooldiensten tijdens het evenement: indien een informatiestand aanwezig is op het festival zijn er geen bijkomende kosten. Sommige materialen zoals een whiteboard, briefjes of plakband zijn noodzakelijk. Indien een aparte informatiestand vereist is, dan is het personeel voor het bemannen van de stand de enige bijkomende kost. Het personeel kan zonder problemen vrijwillig zijn.

*Baten*

- b Nieuwe bezoekers kunnen het festivalterrein bereiken en /of bezoekers kunnen langer blijven.
- b Het aantal parkeerplaatsen kan verminderd worden.
- b Een vermindering van het aantal auto's en hierdoor een vermindering van schade aan het milieu.
- b Het draagt bij aan een goede sfeer op het festival. Bezoekers zijn meer betrokken bij elkaar.

## 1.5 Bewegwijzering voor duurzame vervoerswijze

### *Wat?*

Het is nuttig een aparte bewegwijzering te voorzien voor fietsers en openbaar vervoer gebruikers. Voor de laatstgenoemde kunnen wegwijzers worden geplaatst van nabijgelegen bushaltes en treinstations naar het evenement en andersom. Dit indien het evenemententerrein niet zichtbaar is vanaf de openbare vervoerhalte. De bewegwijzering voor fietsers leidt de fietser weg van het drukke verkeer, naar aantrekkelijke fietsroutes, wat het fietsen van en naar het evenement aantrekkelijk maakt. De fietsroutes moeten niet veel langer duren dan de reguliere, vaak langs de grote weg, routes. Dit zou juist tegenovergesteld werken, zodat de fietser toch kiest voor de gemakkelijke routes.

### *Hoe?*

- b Het plannen van de bewegwijzering kost veel tijd, vooral als toestemming van de autoriteiten noodzakelijk is. Toestemming van de gemeente is altijd nodig. Dit proces moet minimaal 3 maanden voor het evenement en, indien sponsoring van externen vereist is, zelfs langer op voorhand gestart worden.
- b Werk tijdens de opbouw al met bewegwijzering. Dit voorkomt schade aan kwetsbare groenstroken en het is gemakkelijker voor leveranciers en bedienend personeel.
- b Selecteer vanaf welke punten de bewegwijzering van de fietsroutes geplaatst moet worden.
- b Selecteer de bushaltes en/of treinstations waar veel bezoekers naar het evenement op zullen stappen. Ga na of de wandelroute of fiets- of autoroute duidelijk is en of bewegwijzering noodzakelijk is.
- b Zoek sponsors die een deel van de kosten voor de bewegwijzering willen dragen (optioneel). Een andere optie is de parkeergelden te reserveren om het vervoersplan en milieumaatregelen te bekostigen.
- b Maak een keuze van de wegen waar bewegwijzering geplaatst moet worden, in samenspraak met de organisatoren, gemeentebesturen en eigenaars van de wegen.
- b Maak een ontwerp van de wegwijzers en zoek een producent. Zorg dat de routeborden goed leesbaar en herkenbaar zijn.
- b Vraag toestemming aan de wegbeheerders. Deze stap vraagt tijd.
- b Hang de wegwijzers op wanneer er gebouwd wordt aan het evenement. Hierdoor zal de aan- en afvoer meer gecontroleerd zijn, waardoor en niet onnodige kilometers worden gemaakt. Dit scheelt de co2-uitstoot.
- b Controleer de wegwijzers tijdens het evenement indien er kans is dat verzamelaars deze meenemen of de richtingen gewijzigd worden.
- b Verwijder de wegwijzers na het evenement.
- b Bewaakte fietsenstallingen zijn een ideale aanvulling op de bewegwijzering van fietsroutes (zie hoofdstuk “bewaakte fietsenstallingen”).

### *Kosten*

- b De prijs van de wegwijzers kan heel verschillend zijn, afhankelijk van het aantal, formaat en kwaliteit. Voor uitgebreide bewegwijzering voor fietsers en openbaar vervoergebruikers mag je al vlug rekenen op 1.000 tot 2.000 euro voor ongeveer 300 wegwijzers.

- b Reken op ongeveer 15 tot 30 manuren om de wegwijzers te hangen en 10 tot 20 manuren om deze te verwijderen.
- b Deze kosten worden bij voorkeur gedragen door sponsors.

*Baten*

- b Verkeersveiligheid wordt verbeterd doordat grote fietserstromen en voetgangers weggeleid worden van het verkeer.
- b Het aantal parkeerplaatsen wordt verminderd, waardoor er meer ruimte overblijft voor het evenemententerrein.
- b Er komen minder wagens naar het terrein. Dit heeft ook gevolgen voor het milieu.
- b Bezoekers vinden gemakkelijker het evenement, zodat er minder kilometers worden gemaakt.

## 1.6 Bereikbaarheidsinformatie via internet en andere communicatiemiddelen

### *Wat?*

Informatie- en communicatiecampagnes over de beschikbare duurzame vervoersmiddelen zijn heel belangrijk omdat beslissingen betreffende de keuze voor de vervoerswijze vóór het evenement plaatsvindt. Het komt vaak voor dat er alternatieven voor de auto voorhanden zijn, maar deze meestal niet bekend zijn bij de bezoekers. Uitgebreide informatie helpt dit probleem te voorkomen. De bestaande website van een evenement kan uitgebreid worden met bereikbaarheidsinformatie. Ook de gedrukte communicatiemiddelen (zoals posters, programmaboekjes...) kunnen van deze informatie voorzien worden.

### *Hoe?*

- b In kaart brengen waar de bezoekers vandaan komen. Een mogelijkheid is om dit via een enquête te doen, geplaatst op de website.
- b Maak een overzicht van alle fietsroutes (inclusief fietsparkeerplaatsen), openbaar vervoermogelijkheden (inclusief dienstregelingen) en toegangswegen voor automobilisten (inclusief parkeermogelijkheden) naar het evenemententerrein.
- b Maak een overzicht van de informatiekkanalen van het evenement: posters, website, programmaboekjes, strooibriefjes, tickets, etcetera.
- b Beslis via welke van deze kanalen – bij voorkeur zoveel mogelijk – bereikbaarheidsinformatie zal worden gegeven.
- b Geef een algemeen overzicht van de bereikbaarheid van het evenemententerrein met de nadruk op duurzame vervoersmiddelen zoals de fiets, openbaar vervoer, carpooling. Voeg deze informatie toe aan zoveel mogelijk informatiekkanalen.
- b Overweeg daarnaast een geïndividualiseerde aanpak: vooral op de website is het mogelijk om informatie te verstrekken voor de verschillende vervoersalternatieven vanuit een brede waaier van vertrekpunten. Je kunt ook een (groene) telefoonlijn organiseren voor de verstrekking van bereikbaarheidsinformatie.
- b Maak gebruik van speciale radiospots via de regionale radiostations om mensen te informeren over de alternatieve bereikbaarheid van het evenement.
- b Speel ook in op het gevoel bij de doelgroep bij het promoten van alternatieven. Vooral bij jongeren kan dit veel effect hebben (emoties als avontuur, onafhankelijkheid,...).

### *Kosten*

- b De kosten blijven beperkt doordat de communicatiekanalen al gebruikt worden om het evenement zelf aan te kondigen.
- b Het werkvolume hangt af van een aantal elementen:
- b Indien slechts algemene informatie wordt voorzien (buslijnen, fietsroutes, parkingoverzicht,..) zal de werklust beperkt zijn.
- b Indien meer gedetailleerde informatie wordt voorzien bijvoorbeeld voor verschillende vertrekpunten, met verschillende kaarten voor de verschillende vervoerswijzen, zal de werklust natuurlijk stijgen.

### *Baten*

- b Nieuwe bezoekers kunnen het evenement bereiken. Dit zorgt voor extra inkomsten voor de organisatoren.

- b Het aantal parkeerplaatsen zal aanzienlijk afnemen door gebruik van openbare vervoerdiensten.
- b Beter imago van het evenement: aanbieden van duurzame mobiliteit, minder files in de omgeving van het terrein.
- b Minder auto's die naar het evenement komen, en bijgevolg van hun effect op het milieu

## **1.7 Communiceer het bestaande openbaar vervoeraanbod ‘als specifiek’ voor het evenement**

### *Wat?*

Het gebruik van openbaar vervoer kan sterk toenemen indien het bestaande netwerk voorgesteld wordt als “specifiek” voor een evenement. Informatie over het openbaar vervoer kan in dit geval een breder publiek bereiken. Tegelijkertijd kunnen nieuwe doelgroepen (jeugd, en dergelijke) die al gebruik maken van het openbaar vervoer, aangetrokken worden tot het evenement. Een specifieke naam, vormgeving en communicatie moeten dan worden ontwikkeld.

### *Hoe?*

- b In kaart brengen waar de bezoekers vandaan komen.
- b Proberen in te schatten wat het aantal verwachte bezoekers op de verschillende uren zal zijn.
- b Contact opnemen met de openbare vervoermaatschappij: informeer hen over het evenement en ga na of een eventuele samenwerking mogelijk is. Deze stap kan het best een jaar van te voren plaats vinden.
- b Breng het openbaar vervoer in kaart samen met de openbare vervoermaatschappij. (bestemmingen, frequentie, nachtbusdiensten, haltes rond het evenement, dienstregelingen,...).
- b Analyseer met de openbare vervoermaatschappij welke bestaande openbare vervoerdiensten de behoeften van de bezoekers kunnen invullen.
- b Probeer met de openbare vervoermaatschappij tot een overeenkomst te komen gebaseerd op een evenredige verdeling van de taken. Een goede samenwerking is gebaseerd op motivatie van beide partners. Houdt er rekening mee dat de organisator ook actief aan de promotie van het openbaar vervoer moet werken.
- b Betrek hierbij ook de mensen die verantwoordelijk zijn voor de marketing zodat zij de communicatiemiddelen kunnen ontwerpen (een naam vinden,...) en de openbare vervoer informatie op de website kunnen plaatsen. Het ontwerp van de communicatiecampagne gebeurt bij voorkeur 2 maanden voor het starten van de algemene communicatieactiviteiten.

### *Kosten*

- b In het algemeen zal de overeenkomst met de openbare vervoermaatschappij opgezet kunnen worden zonder bijkomende kosten. Beide partners hebben hier voordeel aan.
- b Indien marketingkosten worden gemaakt (bij de openbare vervoermaatschappij of de organisator) zijn deze meestal van dezelfde orde als kosten van andere genomen communicatie- initiatieven.

### *Baten*

- b Imagowinst voor het evenement en het openbaar vervoer.
- b Nieuwe bezoekers kunnen het terrein bereiken, wat een extra inkomen betekent voor de organisatoren.
- b Het aantal parkeerplaatsen zal aanzienlijk verminderd worden door de goede openbare vervoerdiensten die worden aangeboden.

- b Er kan een aanzienlijke vermindering ontstaan van het aantal wagens die naar het evenement komen, en bijgevolg van hun effect op het milieu.

## 1.8 Gecombineerd ticket transport plus toegang

### *Wat?*

Een gecombineerd ticket komt erop neer dat bij het kopen van een ticket voor het evenement het openbaar vervoer van en naar het evenement in de prijs begrepen is. Andere vormen van een gecombineerd ticket zijn “toegangsticket plus parkeerplaats“, een ticket waarin naast openbaar vervoer ook een gratis drankje is inbegrepen, of een ticket voor fietsers in combinatie met een deelnamevoucher aan een loterij.

### *Hoe?*

- b Kies uit verschillende types gecombineerde tickets, bijvoorbeeld:
- b Gecombineerd ticket “openbaar vervoer + toegangsticket” (het toegangsticket is geldig als openbaar vervoerticket voor en na het evenement – met een minimum van 1 uur voor en na het evenement)
- b Gecombineerd ticket “aankomst openbaar vervoer + gratis drankje”
- b Gecombineerd ticket: “aankomst fiets + deelname aan een loterij”
- b Gecombineerd ticket: “toegangsticket plus parkeerplaats”
- b Maak een schatting van de vraag naar het openbare vervoergebruik om een aanvaardbaar contract met het vervoerbedrijf op te stellen en start de onderhandelingen. Begin hier 4 maanden voor de onderhandelingen mee.
- b Stel een overeenkomst op met de cateringbedrijven (afgeven van de consumptiebon,...) voor bijkomende voordelen (bv. gratis drankje) en onderteken de nodige contracten.
- b Integreer „Gecombineerde Tickets“ in het evenement door het in te passen in de planning, public relations en marketingactiviteiten. Zorg dat alle distributiekkanalen (voorverkoop – adressen, online-tickets, reservatiekaarten, personeel van de organisatie,...) goed geïnformeerd zijn over het gecombineerd ticket en alle tickets worden voorzien van adequate informatie.
- b Overweeg een strikt parkeerbeleid in de zone rond het festival. Dit kan het gebruik van een gecombineerd ticket stimuleren.
- b Evalueer het succes van gecombineerde tickets voor de planning van het evenement het jaar nadien. Maak een studie onder de openbaar vervoergebruikers om na te gaan of ze tevreden zijn over de dienst en om na te gaan of ze eventueel voorstellen hebben om deze te verbeteren. Hierdoor kunnen de gecombineerde tickets onder een meer gebruiksvriendelijke vorm aangeboden worden bij een volgend evenement.

### *Kosten*

- b Afhankelijk van de overeenkomst met de openbare vervoersmaatschappij is er een korting van 40% tot 80% op de normale prijs indien het ticket gecombineerd is voor alle bezoekers. Financiering van bijkomende kosten kan gebeuren door de prijs van een ticket met een klein bedrag te verhogen, of door sponsoring van bijvoorbeeld gemeenten. Ook kunnen de parkeergelden gebruikt worden om de kosten van het openbaar vervoer te dekken.

### *Baten*

- b Verminderen van de verkeersproblemen veroorzaakt door autogebruik in de zone (bereikbaarheid, parkeren,...)

- b Het aanbieden van adequate bijkomende diensten of voordelen versterkt het positieve imago van het evenement.

## 1.9 Laat het evenement starten in de bus

### *Wat?*

Deze maatregel heeft als doel de bezoekers over te halen het openbaar vervoer te gebruiken, in plaats van de eigen auto. Aan een bus kan een opvallend voorwerp toegevoegd worden om een unieke sfeer te creëren, bijvoorbeeld muziek op de bus, drankjes of zelfs zand op de vloer voor strandbussen. Hierdoor begint het evenement eigenlijk al vanaf de bus en eindigt het pas op de terugweg. Dit is natuurlijk vooral geschikt voor “fun-evenementen” met jongeren als doelgroep. De nood aan “special effects” op het openbaar vervoer wordt de laatste jaren wel wat overschat. Deze maatregel alleen zal niet zorgen voor een aanzienlijke stijging van openbare vervoergebruikers, maar zorgt vooral voor meer plezier.

### *Hoe?*

- b De maatregel kan in overweging genomen worden indien één van de partners in het project interesse toont. Bijvoorbeeld: indien een sponsor de kosten voor deze shuttlebus betaalt, moet voor hem de mogelijkheid bestaan om, indien hij dit wenst, reclame te maken op de bus.
- b Bespreek deze maatregel met de busmaatschappij en sponsors.
- b Onderzoek de technische mogelijkheden en beperkingen voor deze maatregelen op de bus ten minste 4 maanden voor het evenement. Extra technische certificaten van officiële instanties met betrekking tot vervoer van passagiers en veiligheid kunnen noodzakelijk zijn. Denk na over brand, nooduitgangen, noodrem en afleiding van de chauffeur,...

### *Kosten*

- b Merk op dat een eenvoudige maatregel zoals “muziek op de bus” extra kosten met zich meebrengt doordat de muziek in een publieke ruimte gespeeld wordt en bijgevolg auteursrechten betaald moeten worden.
- b Voor maatregelen die wijzigingen aan voertuigen inhouden moet nagegaan worden of ze binnen de huidige wetgeving op het gebied van transport van passagiers en hun veiligheid passen en of er geen verborgen kosten zijn.
- b De geluidsterkte van de muziek moet ook binnen de wetgeving passen.

### *Baten*

- b Indien sponsors de kosten dragen en de maatregel gebruiken als promotie is deze maatregel zeer bruikbaar om de vervoersdienst aantrekkelijker te maken.

## 1.10 Informatiestand op het evenement

### *Wat?*

Het gaat hier over een balie op het evenement waar bezoekers alle soorten informatie, waaronder bereikbaarheidsinformatie of informatie wat betreft milieumaatregelen, kunnen opvragen. Vele bezoekers hebben bijvoorbeeld behoefte aan ‘last minute’ informatie over hoe en wanneer ze kunnen terugkeren met het openbaar vervoer of informatie over het carpoolsysteem. Een informatiestand op het festival is vooral nuttig voor die evenementen waarbij de eindtijd niet bekend is.

### *Hoe?*

- b Doordat de bezoekers al op het evenement aanwezig zijn, spitst de informatiestand zich vooral toe op het geven van informatie voor de terugrit met duurzame vervoersmiddelen. Loopt een evenement over verschillende dagen, dan zal de informatiestand ook informatie voor de volgende dagen geven.
- b Aangezien een informatiestand niet kan verhinderen dat bezoekers met de auto naar het evenement komen, maar wel de duurzame vervoersmiddelen aantrekkelijker maken, is het heel belangrijk dat deze opgenomen wordt in alle communicatie die verschijnt over het evenement en zijn mobiliteitsbeleid.
- b De informatiestand kan de volgende informatie verstrekken:
  - o Dienstrengelingen openbaar vervoer voor de terugreis;
  - o Bestemmingen/ looproutes naar nabijgelegen bus- of treinhalttes;
  - o Carpool verzameldiensten: vindt een carpoolpartner voor de terugrit;
  - o Informatie over fietsroutes;
  - o Informatie over afvalpreventie;
  - o Informatie over energie- en waterbesparende maatregelen;
- b Bij kleine evenementen volstaat slechts 1 informatiestand voor alle types informatie. Voor grote evenementen (met meer dan tienduizend bezoekers) is een aparte informatiestand voor bereikbaarheidsinformatie aangewezen. Hierbij kan gespecialiseerd personeel ingezet worden om bereikbaarheidsinformatie te geven.
- b Actuele informatie kan ook op de festivalwebsite worden geplaatst (zie elders in deze richtlijnen).

### *Kosten*

- b De constructie van de stand bevat de enige kosten.
- b Voor grote evenementen mag je op 2 of 3 werknemers of vrijwilligers rekenen om de stand permanent te bemannen.

### *Baten*

- b Deze maatregel verhoogt de aantrekkelijkheid van de duurzame vervoersmiddelen door het geven van informatie en oplossingen op maat voor de problemen met de terugreis.

## 1.11 Communicatie milieumaatregelen evenement via de media

### *Wat?*

Elk evenement wordt gepromoot via verschillende kanalen. Tijdens het plannen van het evenement moet men er rekening mee houden dat de bezoekers zich niet bewust zijn van de gerealiseerde mobiliteit- en milieumaatregelen. De promotie moet dus de aandacht van de bezoekers vestigen op deze maatregelen (via een speciaal logo of een motto) en hen een duidelijk beeld geven van wat ze precies kunnen verwachten. Communiceren kan in de evenementcommunicatie zelf maar bij voorkeur ook via media zoals radiostations, kranten, tv-stations, tijdschriften,...

### *Hoe?*

- b Plaats een informatiestand op het evenement (zie hoofdstuk "Informatiestand op het evenement").
- b Hang spandoeken met het specifiek milieuvriendelijk logo of motto op het evenement.
- b Gebruik het motto of logo in alle gedrukte materialen van het evenement zoals flyers, posters; informatiefolders,...
- b Contacteer de lokale radio en informeer hen over de geplande maatregelen. Dit kan een interessant onderwerp zijn voor hen.
- b Indien een radiostation sponsor is van het evenement, vraag hen om het logo of motto op hun trailer te plaatsen.
- b Contacteer de lokale krant of het radiostation en informeer hen over de geplande maatregelen. Zij zullen waarschijnlijk verslag uitbrengen over het evenement en kunnen het milieuvriendelijke aspect dan beter benadrukken.
- b Om beter ingang te vinden bij de media is het misschien interessant aan hen vrijkaarten voor het evenement aan te bieden voor de lezers of luisteraars.
- b Organiseer een persconferentie voor de lokale media. Zo kan je hen informeren over de aanpak en maatregelen.
- b Houdt steeds goed contact met de lokale media en informeer hen over de laatste ontwikkelingen.
- b Plaats het logo en de genomen maatregelen op de homepage van het evenement.

### *Kosten*

- b Indien bestaande advertentie-instrumenten (flyers, posters en brochures,...) worden gebruikt zullen er geen extra kosten aan verbonden zijn.
- b Het milieuvriendelijke logo of motto op deze instrumenten plaatsen is een kleine moeite. Indien één mediakanaal ook sponsor is van het evenement dan zou het logo of motto zonder bijkomende kosten op de trailer/advertentie kunnen worden geplaatst.
- b Het organiseren van een persconferentie zal ongeveer 500 Euro kosten voor de huur van de ruimte, catering en informatiemateriaal. Het webdesign zal ongeveer 300 Euro kosten.

### *Baten*

- b Door een groot publiek te bereiken via de media zullen de milieuvriendelijke aanpak en de geplande milieumaatregelen beter bekend zijn bij de bezoekers

## 1.12 Vervoer materiaal en artiesten voor evenement

### *Wat?*

Het materiaal, zoals tenten, stellages, terrassen etc, moet op een bepaalde manier op de plek van het evenement komen. Deze materialen worden veelal vervoerd door vrachtwagens. Om het evenement zo milieuvriendelijk te laten verlopen is het zaak om eisen te stellen aan de vrachtwagens die de materialen vervoeren. Als eis kun je stellen dat de vrachtwagens berust moeten zijn met roetfilters.

### *Hoe?*

- b Vraag na bij het vervoersbedrijf of in de uitlaat van de, voor het evenement gebruikte vrachtwagen, een roetfilter geplaatst is.
- b Ga bij voorkeur relaties aan met regionale bedrijven. Wanneer het vervoer dicht bij de deur gebeurt, scheelt dit co2 uitstoot. Vooral in de regio Eindhoven zijn veel bedrijven, op het gebied van evenementen, te vinden in de regio.

### *Kosten?*

- b In principe hoeft het voor de eisende partij, het evenement, geen extra geld te kosten om een vrachtwagen met roetfilter te gebruiken.
- b Het kan echter duurder worden, als het voor het bedrijf dat het vervoer van materialen verzorgd, niet gebruikelijk is dat de vrachtwagens met een roetfilter zijn aangepast. Dan moet je zoeken naar een alternatief bedrijf dat wel gebruik maakt van vrachtwagens met een roetfilter.
- b Het afnemen van producten, zoals tenten, keukenmateriaal, bar etc., bij een regionaal bedrijf, scheelt vervoerskosten.

### *Baten?*

- b Er komen minder vervuilende gassen in de lucht.
- b Het is bovendien beter voor het imago van het evenement als vermeld kan worden dat het enkel gebruik heeft gemaakt van vrachtwagens uitgerust met een roetfilter.
- b Het gebruik van regionale producten zorgt voor minder co2 uitstoot.

# **Speerpunt 2**

**Maatregelen energie, water en  
bodembeheer**



## Speerpunt 2; Maatregelen energie, water en bodembeheer

### 2.1 Energiebesparende maatregelen op evenementen

#### *Wat en waarom?*

Net zoals een gewoon huishouden verbruiken evenementen energie. De meeste evenementen hebben een constante vraag naar energie, bijvoorbeeld voor lampen, koelkasten, warm water en geluidsinstallaties.

#### *Wat?*

- b Let bij de keuze van de locatie op een vaste energievoorziening, watervoorziening (waterleiding en riolering) en de aanwezigheid van toiletten. Tijdelijke voorzieningen betekenen meestal meer werk en hebben meestal een hogere milieubelasting.
- b Maak een inventarisatie van het te verwachten energieverbruik en stel een energieplan op. Zie bijgeleverd formulier voor 'checklist energie- water- en bodemmanagement'.
- b Sluit zoveel mogelijk aan op het bestaande net. Sluit de constante vraag aan op het net of gebruik groene energie. Controleer bij het terreinbeheer of bij de gemeente of gebruik van aanwezige faciliteiten mogelijk is.
- b Indien de totale energie te hoog is voor het net, splits het dan op in een constante vraag en pieken.
- b Aggregaten verbruiken diesel, produceren uitlaatgassen, veroorzaken geluid- en stankoverlast, moeten worden bijgevuld, schoongemaakt, worden gebracht en gehaald.
- b Het gebruik van biodiesel in aggregaten is helaas nog toekomstmuziek. Doordat biodiesel nog beperkt leverbaar is en de aggregaten voor een deel omgebouwd moeten worden om te werken op biodiesel, hebben nog maar weinig verhuurbedrijven van aggregaten de stap genomen om deze aggregaten aan te bieden. Een ander nadeel van deze aggregaten is dat ze erg veel water nodig hebben om het apparaat te koelen. Hierdoor wordt veel energie verspild en is het apparaat nog niet milieuvriendelijk. Het is de voorspelling dat biodiesel aggregaten voor de particuliere markt pas over tien jaar verkrijgbaar zijn.
- b Het is wel de mogelijkheid om de gewone brandstof in de aggregaten te vermengen met biobrandstof. Hierdoor is het gebruik van het aggregaat toch milieuvriendelijker.
- b Het gebruik van één groot aggregaat is efficiënter dan verschillende kleinere aggregaten. Gebruik stille aggregaten met een lage uitstoot.
- b Hoewel het moeilijk is: voorkom overcapaciteit; alle onbenutte capaciteit wordt wel opgewekt, dus betaald. Soms wordt slechts 40% van de opgewekte energie gebruikt.
- b Als er toch gekozen wordt voor de traditionele aggregaten, kies dan voor geluidsarme, brandstofzuinige aggregaten te voorzien van een vloeistofdichte bodem met opvangbak voor brandstoflekkage. Ook de olieopslag dient een vloeistofdichte bodem met opvangbak te hebben. De aggregaten die voorzien zijn van deze mogelijkheden zijn iets duurder dan de oudere modellen. Het is immers niet standaard. Kies toch voor deze iets duurdere, maar nieuwere modellen, zodat er energie bespaart wordt en ook het milieu gespaard wordt. Bij het verhuurbedrijf voor bijvoorbeeld aggregaten: Aggreko ([www.aggreko.nl](http://www.aggreko.nl)) zijn de aggregaten aangepast aan de zwaarste milieunormeringen. Het zijn de beste, maar ook de duurste aggregaten die te krijgen zijn in de omgeving van Eindhoven.
- b Verplicht cateraars en standhouders om de energie bij de organisatie af te nemen. Door vooraf bij alle betrokkenen de hoeveelheid energie die nodig is te inventariseren, kan de energieleverancier of leverancier van aggregaten de energiec capaciteit hierop afstemmen. Dit voorkomt het inhuren van overcapaciteit en spaart bovendien veel geld

uit. Maak bijvoorbeeld afspraken met de cateraars of standhouders om alleen verlichting aan te sluiten op het energienet. Dit voorkomt een hoge vraag op het energienet.

- b Zorg voor een centrale terreinverlichting en voorkom dat standhouders en cateraars ieder hun eigen verlichting meenemen.
- b Overweeg de productie van groene energie op het evenement, bijvoorbeeld door zonnepanelen. Hiervoor kan sponsoring aangevraagd worden bij de bedrijven die groene energie promoten of het nodige materiaal verkopen.
- b Het is ook mogelijk een aanvraag te doen voor een mobiel zonnepaneelstation, geleverd door een energieleverancier.
- b Indien het evenement jaarlijks op dezelfde locatie wordt georganiseerd kun je afspraken maken met de lokale overheid voor de installatie van een transformator met voldoende capaciteit op het evenement. Op lange termijn is dit goedkoper en milieuvriendelijker dan het jaarlijks plaatsen van een aggregaat. Om te participeren in installatiekosten kan de organisator huur betalen telkens als de locatie in gebruik genomen wordt.
- b Een voorbeeld hiervan kan zijn dat op het Stadhuis permanent zonnepanelen worden geplaatst. Deze worden opgeladen en bij het evenement via een aansluiting weer afgegeven. Dit scheelt een hoop verspilde energie.
- b Implementeer energiebesparende maatregelen, zoals het gebruik van efficiënt keukenmaterieel (kook bijvoorbeeld op gas, dit is veel zuiniger, dus goedkoper), spaarlampen, energiebesparende pompen voor afvalwater.
- b Aansluitend hierop kun je het belang bespreken van energiebesparing voor de cateraars, en standhouders. Maak met hen afspraken over deze energiebesparing van bijvoorbeeld keukenlampen en elektrische apparaten. Ook kan er gekozen worden voor bijvoorbeeld een diepvries met schuifdeuren, in plaats van een open diepvries. Dit scheelt al veel in de energie-uitstoot. Ook hoeft het warm houden van het eten, via au bain-marie, niet de hele dag aan te staan. Gebruik het alleen op de momenten dat er vraag is naar eten, bijvoorbeeld bij de backstage catering.
- b Gebruik zoveel mogelijk ledlampen in de podiumspots of lampen.
- b Elektriciteitskabels liggen bij voorkeur boven de grond om bodemverontreiniging te voorkomen.

#### *Kosten.*

- b De installatie van een transformator brengt hoge kosten met zich mee. Maak hierover afspraken met de lokale overheid en energieverdeler.
- b Vraag bij het huren van geluid- en lichtinstallaties naar energiebesparend materieel. Dit materiaal kan duurder zijn dan niet-energiebesparend materieel.
- b De aankoop van spaarlampen is duurder dan gewone lampen. Het aantal branduren is wel hoger, zodat de kosten uiteindelijk lager liggen.
- b De huur van ledlampen zal waarschijnlijk ook hoger liggen dan de conventionele gloeilampen, omdat de lichtverhuurder deze niet zoveel in voorraad hebben. Deze kosten zullen lager uitkomen als veel organisatoren deze ledlampen aanvragen. De leverancier zal deze dan meer aanvragen, zodat de kosten lager gaan liggen. De energievervlindende gloeilampen zullen dan langzaam verdwijnen.
- b Het zonnepaneel moet geïnstalleerd worden. Hiervoor moeten er echter dubbele aansluitingen komen; indien er te weinig zonne-energie geproduceerd wordt, moet het aansluiten op andere energiebronnen in overweging genomen worden. Dit omdat evenementen niet zonder constante stroom kunnen.

*Baten*

- b energiebesparende maatregelen verminderen het energieverbruik. Indien minder energie wordt verbruikt zal deze ook in prijs verminderen.
- b Het gebruik van groene energie is milieuvriendelijk.

## 2.2 Waterbesparende maatregelen

### *Wat en waarom?*

Slechts 0,7 % van het water op aarde is bruikbaar voor consumptie. De hoeveelheid water voor consumptie neemt elk jaar af. Daarom is het noodzakelijk om het waterverbruik te doen dalen. Minder waterverbruik betekent ook minder afvalwater.

De wachttijden bij de toiletten vormen vaak een grote bron van irritatie. Door middel van een aantal eenvoudige maatregelen kan een bezoekje aan het sanitair zowel prettiger als milieuvriendelijker verlopen.

### *Hoe?*

- b Maak samen met het waterbedrijf een wateraanvoer plan, ruimschoots voordat het evenement plaatsvindt (6 maanden van te voren).
- b Bij een evenement van 1 dag is 1 toilet per 750 bezoekers nodig. Bij een meerdaags evenement is 1 toilet per 250 bezoekers noodzakelijk. Ga hierbij uit van piekdruktes.
- b Er zijn vier soorten toiletten: toiletwagens (hiervoor is stromend water en waterafvoer nodig), chemische toiletten, plaspalen en composttoiletten (waterbesparend). Deze laatste hebben de voorkeur. Een voorbeeld van een composttoilet is de zogenaamde 'Nonolet' (zie: [www.de12ambachten.nl](http://www.de12ambachten.nl)). Dit toilet is een droog eco-toilet. Het is milieuvriendelijk, omdat het geen chemicaliën en water gebruikt. Het is reukloos, hygiënisch en ze maken geen geluid. Het toilet is, als hij vol is, gemakkelijk te legen in een Gft-container en op de composthoop. De toiletten zijn voorzien met een nieuwe techniek waarbij speciale coatings aan het toilet zijn aangebracht.
- b Plaats de toiletten op strategische plaatsen (podia, ingang, parkeerplaatsen). Scherm mogelijke 'illegale plashoeken' af, of voorzie ze van plaspalen of plagoten. Plaspalen kunnen aangesloten worden op de riolering, maar kunnen dankzij en eigen opvangreservoir ook overal op het evenemententerrein worden geplaatst.
- b Als het wildplassen niet voorkomen kan worden, kunnen gebouwen die regelmatig uitgekozen worden, vooraf worden behandeld met een bacteriesubstantie, waardoor de stankoverlast verdwijnt.
- b Plaats waterbesparende kranen.
- b Huur watervrije toiletten of waterbesparende toiletten.
- b Huur geen chemische toiletten, of de zogenaamde Eco-toiletten. Ze zijn milieuonvriendelijk, omdat ze gevuld zijn met chemische vloeistoffen. Kies deze alleen als het absoluut niet anders kan.
- b Gebruik voor het schoonmaken van de toiletten, keukens, etc. milieuvriendelijke schoonmaakmiddelen bij voorkeur met een milieukeur. Ook toiletpapier, handdoekjes en toiletzeep zijn verkrijgbaar met een milieukeur. Gebruik kringloop toiletpapier, biologisch afbreekbare schoonmaak- en afwasmiddelen.
- b Huur waterbesparende douches.
- b Herstel onmiddellijk gebroken leidingen.
- b Richt één centraal waterpunt in; niet elke cateraar heeft water nodig.
- b Van evenement tot evenement zijn de mogelijkheden voor waterbesparing sterk wisselend. Te denken valt aan doorstoombegrenzers op alle kranen, stopknoppen bij watertappunten, overloopkranen van spoelbakken niet helemaal open draaien, toiletten met kleine reservoirs, toiletten met spoelonderbrekers, een baksteen in de spoelbak van het toilet, waterbesparende douchekoppen, of douchekoppen waarin een geldmunt is geplaatst. Voorbeeld spoelonderbrekers: Door spoelonderbrekers te gebruiken wordt al snel 60% minder water verbruikt.

- b Door het waterverbruik te registreren krijgt de organisator een beter inzicht in het verbruik en kan het effect van waterbesparende maatregelen worden gemeten.
- b Afvalwater met lage afvalconcentratie (bijvoorbeeld uit de keukens of drankverkooppunten) kan hergebruikt worden als spoelwater voor de toiletten.
- b Een systeem waarbij toiletten gespoeld worden met douchewater is moeilijk aan te leggen en is ook erg duur. Hierbij moeten er extra pompen en leidingwerk aangelegd worden. Het is nog niet mogelijk deze goedkoop aan te leggen. Bovendien wordt er te weinig gedouched in verhouding met het benodigde water om het toilet te spoelen. Vooral op een groot festival, of 's middags, zal er te weinig water gebruikt worden voor de douche. De toiletten moeten dan altijd voorzien worden van twee systemen: één waarbij het water van de douche gebruikt wordt als spoelwater en één waarbij drinkwater wordt gebruikt als spoelwater. Dit is een complex en duur systeem.
- b Er kan bijvoorbeeld ook gebruik worden gemaakt van een pomp voor grondwater.
- b Verduidelijk het belang van waterbesparing aan de cateraars en bezoekers (bijvoorbeeld via posters of contractgesprekken).
- b Indien water uit kranen (bijvoorbeeld bij de toiletvoorzieningen) niet drinkbaar is, dient dit in vier talen vermeld te zijn, zodat bezoekers of medewerkers dit water niet uit onwetendheid drinken.
- b Stel een plaatsingsplan op voor de toiletten. Dit kan op basis van ervaring jaarlijks worden bijgesteld.
- b Zorg ervoor dat de toiletten tijdig worden geleegeed en onderhouden.
- b Zorg ervoor dat de toiletvoorzieningen duidelijk zijn aangegeven. Duidelijk leesbare, uniforme wegwijzers op palen die de weg naar de toiletten wijzen, zijn handig en nuttig. Deze dienen iets boven ooghoogte en goed verspreid op het evenemententerrein worden geplaatst. Een plattegrond met aanduidingen waar bepaalde voorzieningen zijn kunnen een goede aanvulling zijn op de wegwijzers.
- b Zie ook hoofdstuk “ Afvalwater op openluchtevenementen”.

### *Kosten*

- b In het algemeen huren openluchtevenementen hun sanitair (toiletten en douches) en keukenmateriaal (gootstenen en kranen) bij een privaat bedrijf. Je kunt een bedrijf zoeken dat waterbesparend materiaal verkoopt. Dit materiaal zal wel duurder zijn dan niet-waterbesparend materiaal.
- b Indien geen waterbesparende douches en kranen beschikbaar zijn in het verhuurbedrijf kan de organisator deze materialen aankopen. Hiervoor zal een extra budget nodig zijn alsook voor het werven van extra personeel voor de installatie.
- b Indien het afvalwater van de keuken opnieuw gebruikt wordt als spoelwater voor de toiletten zal een aangepast systeem ontwikkeld en geïnstalleerd moeten worden. Dit brengt natuurlijk extra kosten met zich mee, onder andere voor leidingen, aansluitingen en personeel.

### *Baten*

- b Indien minder water wordt verbruikt zullen de kosten daarvoor vanzelfsprekend verminderd worden.
- b Verminderd risico op watertekort binnen de gemeente waar het evenement plaatsvindt.
- b Zowel het milieu, de landbouw als de bewoners hebben baat bij het verminderde waterverbruik.
- b Waterbesparende toiletten en kranen verminderen het verbruik zonder het comfort van de bezoekers aan te tasten.

## 2.3 Maatregelen afvalwater op openluchtevenementen

### *Wat en waarom?*

Een probleem bij de afvoer van afvalwater is dat er vaak geen fatsoenlijke infrastructuur voor afvalwater bestaat waar het evenement gehouden wordt. Een ander probleem is het ‘wildplassen’. Mensen maken geen gebruik van de toiletten en verontreinigen op die manier de bodem en de natuur.

### *Hoe?*

- b De betrokken partijen voor deze maatregel zijn de verantwoordelijke voor de waterinstallatie, de lokale overheid en de waterzuiveringdiensten.
- b Breng het evenement in kaart: duid watervoorraadopunten, riolen, punten waar water geconsumeerd kan worden alsook de plaatsen met risico op “wildplassen”. Plaats de waterconsumptiepunten zoveel mogelijk bij de watervorraden en riolen.

### *Met betrekking tot afvalwater?*

- b Maak samen met het riool(installatie)bedrijf ruim voordat het evenement plaats vindt (6 maanden van te voren) een rioolplan of afvoerplan op.
- b Het afwateringssysteem moet geïnstalleerd worden bij de start van de voorbereidingen zodat het systeem in gebruik is tijdens de opbouw
- b Indien er riolen liggen naast het evenemententerrein moet de organisatie proberen gebruik te maken van dit systeem. Indien het evenement op een redelijke korte afstand ligt van een riolensysteem kan een tijdelijke aansluiting een oplossing bieden.
- b Het kan handig zijn om tussen de leidingen afvalwatercontainers te plaatsen waarvan het water rechtstreeks in de riolen gepompt kan worden.
- b Indien geen rioolaansluiting mogelijk is, kan men kiezen voor containers voor verzameling van afvalwater. Kies voor toegankelijke plaatsen vanwaar de inhoud van de containers gemakkelijk vervoerd worden naar het zuiveringsstation (bijvoorbeeld backstage, vlakbij de dienstingang).
- b Natuurlijk zal de uitvoering van waterbesparende maatregelen de hoeveelheid afvalwater reduceren (Zie hoofdstuk ‘Waterbesparende maatregelen’).
- b De leidingen voor het overpompen van afvalwater naar de tanks/riolen moeten bovengronds geïnstalleerd worden om bodemverontreiniging te voorkomen (zie hoofdstuk ‘Bodembescherming op evenementen en parken’).
- b Indien pompen gebruikt worden om het afvalwater van containers naar de riolen te pompen, moet men gebruik maken van energie- efficiënte pompen om het energieverbruik te reduceren (zie hoofdstuk “Energiebesparende maatregelen”).
- b Bij de etenswarencatering moet worden voorkomen dat het afvalwater wordt verontreinigd met dierlijke of plantaardige oliën en vetten. Indien het risico hierop toch bestaat, moet voor de lozing van het afvalwater op het vuilwaterriool eerst het vet worden verwijderd door middel van vetafscheiders.
- b Om waterverspilling, bodemvervuiling en grote plassen of modderpoelen te voorkomen is het van belang dat de watertoevoer en –afvoer lekdicht worden uitgevoerd. Denk er ook aan om waterslangen buiten bereik van het publiek te houden. Gebruik slangenbruggen.

### *Met betrekking tot toiletten en urinoirs*

- b Sluit plaatsen met risico op 'wildplassen' af met metalen hekken en plaats voldoende urinoirs.
- b Plaats toiletten en urinoirs op goed bereikbare plaatsen.
- b Duid toiletten en urinoirs aan met duidelijk zichtbare wegwijzers, vervaardigd uit duurzame materialen.
- b Installeer verschillende groepen toiletten en urinoirs in plaats van één grote groep zodat het fenomeen van “wildplassen” in de kiem wordt gesmoord. Plaats deze naast cateringfaciliteiten, winkels, kampeerterreinen en langs de toegangswegen naar het evenement (fietsenstalling en parkeerterreinen, nabij trein- en busstation,...).

### *Kosten*

- b De installatie voor een tijdelijk rioolsysteem moet aangekocht of gehuurd worden (afvalwatertanks, leidingen, pompen, aansluitingen,...).
- b Er is energie nodig voor de pompen.

### *Baten*

- b In tegenstelling tot het graven van kuilen voor afvalwaterverzameling is hier geen risico dat de afvalwatertanks overlopen bij overvloedige regenval.
- b De bodem en de nabijgelegen rivieren worden niet verontreinigd door het afvalwater.
- b Indien het afvalwater aangesloten is op riolen zal geen transport naar het waterzuiveringstation nodig zijn. Dit scheelt transportkosten.

## 2.4 Bodembescherming bij evenementen op velden of in parken

### *Wat en waarom?*

Openluchtevenementen die plaatsvinden op een weide of in een park, oefenen grote druk uit op de bodem en omliggende natuur. Zwaar transport en modder kunnen de bodem vernielen. Bodemverontreiniging kan veroorzaakt worden door ‘wildplassen’.

### *Hoe?*

- b Kies voor een verharde ondergrond. Deze is minder gevoelig en het zwerfafval is veel gemakkelijker te verwijderen.
- b Breng de locatie in kaart: duid afstanden tot nabijgelegen wegen, gevoelige plaatsen, water- en energiepunten, en dergelijke, aan.
- b Organiseer het evenement in functie van de bodembescherming: duid dienstwegen aan (zorg dat deze zo kort mogelijk zijn door gebruik te maken van bestaande wegen), duid de plaatsen aan waar zware gewichten op de bodem geplaatst zullen worden (podia, containers, stands,...), duid aan op welke plaatsen grote aantallen bezoekers zullen komen, welke zones afgesloten moeten worden,...
- b Sluit gevoelige plaatsen af door middel van dranghekken.
- b Voorkom smalle doorgangen in verband met het ontstaan van modderpoelen en het beschadigen van de ondergrond.
- b Rij niet in de frontstage zone voor het evenement zodat de grasmat in goede staat blijft. Indien het nodig is om over de grasmat te rijden, gebruik dan bij voorkeur tractors met brede banden zodat de druk niet te groot is. Of gebruik rijplaten.
- b Een grasveld van tevoren diep beluchten zorgt voor betere afvoer van regenwater.
- b Door de grasmat vlak voor het evenement kort te maaien wordt het opruimen van zwerfafval gemakkelijker.
- b Gebruik in het backstage- gedeelte rijplaten voor de looproute
- b Plaats voor de start van het evenement metalen platen op de dienstwegen. Zorg dat deze, vooral in de bochten, wijd genoeg van elkaar verwijderd liggen. Vermijd scherpe bochten. Zorg ervoor dat iedereen zowel tijdens de opbouw als tijdens de afbraak gebruik maakt van de metalen platen. Plaats duidelijke wegwijzers. Als het mogelijk is, plaats dan podia en kramen aan verharde wegen of rijplaten.
- b Voorzie eveneens metalen platen om er zware materialen op te zetten (podia, toiletten, containers,...), zodat het gewicht verdeelt wordt.
- b Plaats frontstage en backstage houten vloeren en rubber matten. Gebruik deze op alle plaatsen waar veel mensen komen: in tenten, bij de ingang, in restaurants en bars,... De houten vloeren zijn gemakkelijk te huren bij de tentenverhuurder.
- b Installeer watertanks in plaats van kuilen in de grond (zie hoofdstuk ‘afvalwater op openluchtevenementen’).
- b Zorg ervoor dat elektriciteitskabels en waterleidingen bovengronds geplaatst worden (zie hoofdstukken “Energiebesparing”).
- b Verspreid toiletten en urinoirs over de evenementenzone in plaats van te centraliseren.
- b Bescherm plekken waar ‘wildplassen’ populair is door middel van hekken en plaats hier urinoirs.
- b Maak duidelijke wegwijzers voor de toiletten en urinoirs. Duidt deze ook aan op de plattegrond van het evenement in de brochures en op informatieborden.
- b Communiceer de aangewezen dienstwegen en andere bodembeschermingsmaatregelen aan de verantwoordelijken voor de water- en energievoorzieningen, de bouwers van de podia en tenten en de leveranciers. Leveringsroutes kunnen via wegwijzers worden

gecommuniceerd of ook door aanwijzingen die gegeven worden door de verantwoordelijke voor de leveringen tijdens het evenement.

- b Communiceer, bijvoorbeeld door middel van posters, naar de bezoekers toe welke gevolgen het “wildplassen” heeft.
- b Materiaal: van metalen rijplaten, houten panelen, rubber matten, stro, tot wegwijzers.

#### *Kosten*

- b Installatie: Personeel om de metalen platen en houten panelen te installeren.
- b De kosten zijn afhankelijk van de grootte van het evenement, het aantal bezoekers en de bestaande weginfrastructuur.
- b Sommige lokale overheden kunnen het nodige materiaal lenen aan de organisator.
- b Goed beschermde grond zorgt ervoor dat er achteraf minder moet worden betaald bij het herstellen van de grasmat of grond.

#### *Baten*

- b Een goed beschermde bodem zorgt achteraf voor minder opruimwerk
- b Minder vernieling van de bodem geeft immers minder vervuiling.
- b Er is bovendien minder personeel nodig om de grasmat te herstellen (ventileren, herzaaien..)
- b Het herstel van de bodem duurt minder lang als het goed beschermd is geweest. Dit is beter voor de bodem en het milieu. Bovendien hebben andere mensen er meer plezier aan als de grond er nog goed uit ziet (bijvoorbeeld in een park).
- b De bodem is niet verontreinigd en blijft vruchtbaar.
- b Het is meer comfortabel om te lopen en dansen op een houten vloer dan op de grond.

# Speerpunt 3

## Maatregelen afvalbeheer



## Speerpunt 3; Maatregelen afvalbeheer

Bezoekers, sponsors, subsidiegevers en overheden stellen een schoon evenement zeer op prijs. Niemand vindt het uiteindelijk prettig om een evenement te bezoeken waar de locatie het karakter heeft van een vuilnisbelt.

Het voorkomen van afval loont dus de moeite om het evenement aantrekkelijker te maken voor de bezoeker. Een andere reden om afval voor een groot deel te voorkomen is dat het opruimen van afval veel geld kost. Deze kostenpost is onder te verdelen in vier stadia.

1. Ten eerste wordt afval ingekocht in de vorm van allerlei wegwerpmaterialen, verpakkingen, flyers en programmablaadjes.
2. Een tweede kostenpost is het inhuren van afvalbakken en containers.
3. Het opruimen en schoonmaken van de locatie betekent dat afval voor de derde maal geld kost.
4. Het afvoeren en verwerken van afval levert ten vierde maal een aanzienlijke kostenpost op.

Veel afval kan voorkomen worden door al bij de eerste ideeën en voorbereidingen van het evenement prioriteit te geven aan afvalpreventie. Het nemen van simpele maatregelen kan ook bijdragen aan het verminderen van afval. Het reduceren van afval kan het milieu-imago van het evenement en de gemeente aanzienlijk verbeteren en het kan ook veel geld besparen.

### 3.1 Herbruikbare bekers, borden en statiegeldsystemen

*Wat en waarom?*

Het voorzien van eten en drinken is essentieel op de meeste evenementen en tevens een belangrijke bron van inkomsten. Deze voorzieningen zorgen echter voor een berg afval. Deze afvalberg kan gereduceerd worden door wegwerpverpakkingen en –vaatwerk voor eten en drinken te vermijden. Voor overblijvende producten kan een systeem van statiegeld worden gebruikt. Zo kunnen vervuiling, extra kosten van afvalverwijdering en -selectie vermeden worden. Deze statiegeld bekers en flessen kunnen het beste gemaakt zijn van plastic, zodat ongelukken vermeden kunnen worden.

*Hoe?*

- b Een optie is om alle dranken te leveren aan de bezoekers in bekers met statiegeld. Dit betreft zowel herbruikbare als recyclebare bekers. Ook kunnen borden en bestek voorzien worden van restaurantkwaliteit, zodat verzekerd wordt dat ze teruggebracht worden. Nog beter is het verkopen van voeding waarbij noch borden noch bestek nodig zijn (bv. een worstenbroodje of een ijsje in een wafel).
- b Er zijn leveranciers die gespecialiseerd zijn in het verdelen en beheren van herbruikbare bekers. Sommigen zorgen zelfs voor het ophalen van gebruikte bekers op het einde van het evenement zodat men geen vaatwasser nodig heeft op het evenement zelf. Voor grote of langdurige evenementen is een vaatwasser aan te raden. Omwille van de hygiëne is het hervullen van bekers niet aan te raden, zodat steeds een redelijke hoeveelheid nette bekers aanwezig moet zijn. Brouwerijen bieden deze diensten vaak aan als bekers met hun logo gebruikt worden.
- b Het is verstandig een herbruikbare beker te introduceren die overal op het evenementterrein gebruikt kan worden. Dit is zeker het geval als het soort drank overal hetzelfde is (zoals Glühwein of Punch op de kerstmarkten). Maak daarom afspraken met alle cateraars betreffende het ophalen en het opnieuw uitdelen van de bekers en de terugbetaling van het statiegeld.

- b Dit geldt ook voor borden, bestek en andere benodigdheden voor voedselconsumptie.
- b Servetten kunnen gebruikt worden om informatie over afval, het ophalen van herbruikbare bekens, en terugbetaling van statiegeld te verspreiden.
- b De terugbetaling van het statiegeld kan beter niet gecentraliseerd worden. Bezoekers moeten hun geld kunnen innen aan elke verkooppunt van dranken. De ervaring leert dat bezoekers meer geneigd zijn een ander drankje te kopen dan hun beker terug te geven.
- b Indien enkele cateraars (zoals brouwerijen) in hun eigen herbruikbare bekens voorzien, is geen lange voorbereidingsperiode nodig.
- b Hetzelfde geldt voor flessen met statiegeld.
- b In het geval er een universeel systeem gebruikt wordt, waarbij bekens worden verkocht, gevuld en teruggebracht worden naar een verkooppunt, moet men rekening houden met een coördinatiefase die minstens drie maanden voor het evenement start. In vele gevallen wordt een herbruikbare beker geproduceerd die verzamelaars aantrekt, waardoor een deel van de productiekosten worden terugverdiend. Kijk voor meer informatie over statiegeld op bekens: [www.stichtingmilieunet.nl/evenementen](http://www.stichtingmilieunet.nl/evenementen)
  
- b Een andere optie, om het verpakkingsmateriaal ecologisch verantwoord te maken, is het gebruik van biobekens en ander verpakkingsmateriaal gemaakt van maïs. Het bestek is van hout en bepaalde borden zijn gemaakt van houtsnippers. De bekens en borden zien er uit als plastic, ze zijn sterk en glashelder, splintervrij, stabiel, olie- en vetbestendig, en bedrukbaar. Bovendien zijn ze schoon, veilig, mits de glazen en het overige evenementen- afval goed ingezameld worden. Het voordeel van deze verpakkingen is dat ze composteerbaar zijn. Na zestig dagen zijn ze, door middel van industriële composteerinstallaties compleet uit elkaar gevallen en geheel gecomposteerd. Als de bekens toch bij het restafval terecht komen en verbrand worden, bewaren ze hun milieuvriendelijke kenmerken.
- b De bekens zijn gemaakt uit herwinbare plantaardige grondstoffen, zoals maïs, er zijn 20 tot 50% minder fossiele grondstoffen bij de productie nodig. Het materiaal is bovendien compost.
- b Een nadeel van dit verpakkingsmateriaal is dat ze alleen voor koude gerechten en dranken kunnen worden ingezet.
- b Het afval moet gescheiden ingezameld worden. Er moeten dus extra afvalbakken geplaatst worden.
- b Het publiek wil graag uitleg krijgen door middel van media/ reclame of zoals beschreven in deze paragraaf, hoe milieuvriendelijk de biobekens zijn.
- b Een leverancier van bioverpakkingsmateriaal is het Finse bedrijf Huhtamaki; [www.huhtamaki.com](http://www.huhtamaki.com)
- b Een andere vorm van recyclebare bekens (zie bovenstaande, gemaakt van maïs) zijn bekens gemaakt van suiker. Deze variant wordt gemaakt van een restproduct van de suikerindustrie (suikerrietvezels), eerst wordt de suiker eruit gewonnen, daarna worden de bekens van het afval gemaakt. Moonen packaging levert deze bekens ([www.moonenpackaging.com](http://www.moonenpackaging.com)). De organisator moet er attent op worden gemaakt dat niet alle biobekens milieuvriendelijker zijn dan de niet-milieuvriendelijke wegwerpbekens, vanwege de grote hoeveelheid energie dit het kost om ze te maken. Misschien dat deze variant minder energie kost om ze te maken vanwege een ander productieproces. Dit wordt door de gemeente nog onderzocht.

**Tabel Kostenvergelijking eco-glazen en wegwerpglazen**

Soorten glazen	Prijs	Frequentie	Totaal per glas
Wegwerpglazen	0,05	1	0,05
Eco-glazen	0,53*	40	0,01325

\* Deze prijs komt van Dutch Cups, zij leveren de glazen, halen ze weer op, reinigen ze in het spoelcentrum en slaan ze daarna weer op.

- b Als er toch gebruik wordt gemaakt van plastic bekertjes (bijvoorbeeld voor de warme dranken, waarbij de biobekers alleen koude dranken aankunnen), is een milieuvriendelijke oplossing het gebruik van een retoursysteem van éénmalige gebruikte plastic bekertjes. Een voorwaarde dat de plastic bekertjes ook milieuvriendelijk ingezet kunnen worden is dat ze gemaakt zijn van recyclebaar materiaal, zoals polystyreen (PS) en dat de eenmalig gebruikte bekertjes worden ingezameld, gerecycled en vervolgens worden hergebruikt in nieuwe producten. Eenmalige automaten- en drinkbekertjes kunnen voor maar liefst 90% worden gerecycled en worden hergebruikt in nieuwe functionele producten.
- b De eenmalige beker is gebruiksvriendelijk, hygiënisch en water- en tijdbesparend.
- b De Stichting Disposables Benelux (SDB) hebben voor het inzamelen van de eenmalige polystyreen bekertjes een retoursysteem ontwikkeld waaraan bedrijven en organisaties kunnen deelnemen. De organisatie moet zich aanmelden voor dit retoursysteem en moet de bekerleverancier aangesloten zijn bij het SDB. De verzamelde gebruikte bekertjes (in zakken of dozen, zonder ander afval) worden (periodiek) opgehaald door de transporteur van de stichting.
- b De opgehaalde gebruikte eenmalige ps-bekertjes worden in containers opgeslagen. De bekertjes worden voorgescheiden en in balen geperst. Voor het hergebruik worden ze tot snippers vermalen en als grondstof gebruikt voor andere plastic producten.
- b Kijk voor meer informatie over bekerrecycling op: [www.bekerrecycling.nl](http://www.bekerrecycling.nl)
- b Kartonnen of plastic draagtrays voor het vervoeren van meerdere glazen, kunnen vervangen worden door Eco-draagtrays. Er kan eventueel gebruik gemaakt worden van een statiegeldsysteem.

#### *Kosten*

- b De kosten van deze maatregel zullen afhankelijk zijn van de manier waarop herbruikbare bekertjes of flessen gebruikt worden. Er zijn verschillende scenario's voor een op maat gemaakte en rendabele oplossing.
- b Indien herbruikbare flesjes bier of frisdrank met statiegeld worden verkocht, zullen er geen bijkomende kosten zijn. Voor kleine evenementen is dit de beste oplossing. Bier is bijvoorbeeld in de meeste Europese landen gebotteld in herbruikbare flesjes.
- b Indien inzet van een vaatwasser nodig is, zullen de kosten die hieraan verbonden zijn ingecalculeerd moeten worden. Sommige cateraars leveren echter een groot aantal herbruikbare bekertjes en nemen de gebruikte bekertjes na het evenement mee om af te wassen (zo is er geen bijkomende kost voor een vaatwasser).
- b De "Collectors Cup" vermindert de kosten van en nood aan een vaatwasser, omdat de meeste bezoekers, na enkele keren hun beker op te vullen, deze mee naar huis nemen. In dit geval moet men weliswaar rekening houden met de productiekosten van de beker.
- b Dikwijls bieden de brouwerijen hun diensten, inclusief glazen, aan. Kies een brouwerij die herbruikbare glazen of bekertjes aanbiedt. Bovendien kan de brouwerij delen in de

kosten van de glazen wanneer ze de eigen naam op de bekera mogen drukken.  
Hierdoor kunnen er kosten worden bespaard.

- b De aanschaf en plaatsing van de afvalbakken voor de inzameling van biobekera kosten extra geld.
- b De composteerbare biobeker is een minder milieuvriendelijk alternatief dan de duurzame kunststof ecoglazen met statiegeld. (bron: [www.louisdeco.nl](http://www.louisdeco.nl))

#### *Baten*

- b Naast het milieuvriendelijke aspect is een aanzienlijke vermindering van de kosten een groot voordeel.
- b Men moet met voorkeur geen eenmalig- gebruik bekera aankopen. Als er geen ander alternatief is, dan het recyclesysteem inschakelen.
- b Kosten voor afvalverwijdering van onder andere wegwerpbekera, flessen,... vallen weg
- b De afvalberg kan met 50% verminderd worden.
- b Het evenemententerrein is merkbaar schoner (minder vuilnisbakken en minder bekera en flessen op het terrein).
- b Een ander neveneffect: de verkoop van de bekera zorgt voor meer inkomsten. Het statiegeld overschrijdt de productiekosten en niet teruggebrachte bekera zijn daardoor een extra inkomen. Zelfs bierflesjes met statiegeld worden niet altijd teruggebracht waardoor een deel van het statiegeld verandert in extra inkomen.
- b Het publiek vindt de maïsglazen prettig. Het publiek heeft in een enquête aangegeven de maïsglazen prettig in gebruik te vinden.
- b Het evenement zal een positief imago krijgen door het gebruik van ecologisch verpakkingsmateriaal.

## 3.2 Grootverpakkingen

### *Wat?*

Het gebruik van grote verpakkingen voor dranken en herbruikbare bekere, bestek, borden en glazen, kan voor een vermindering van 2/3 van het afvalvolume zorgen. Hierdoor wordt ook de kwaliteit van het voedsel en de drank gewaarborgd en het evenemententerrein zal schoner blijven. Serveer drank vanuit bier- en frisdranktaps, statiegeldflessen, drankdispensers of andere grootverpakkingen zodat veel afval voorkomen wordt.

### *Hoe?*

- b Contacteer een brouwerij of grote drankcentrale en beslis, op basis van ervaring met vorige evenementen over de benodigde hoeveelheid drank. Bij de planning van het evenement moet rekening gehouden worden met het feit dat het type vaatwerk bepaald is door het type van dranken en de gebruikte voeding en de hoeveelheid ervan door de aanwezigheid van afwasfaciliteiten. Je zou op zijn minst de mogelijkheid moeten hebben om vaatwerk af te wassen (bv. met een eco-vaatwasser).
- b Het gebruik van grote drankcontainers gaat hand in hand met het gebruik van herbruikbare bekere. Indien het gebruik van glazen geen optie is, bijvoorbeeld op een sportwedstrijd, speelplein of weide, omdat de kans op ongevallen te groot is, moet men herbruikbare plastic bekere gebruiken. Om te voorkomen dat deze bekere in het rond worden gegooid, is het aanrekenen van statiegeld aangewezen (met een minimum van 1 Euro).
- b Overweeg om dranken aan te kopen bij plaatselijke landbouwers of drankcentrales zodat enerzijds meer kwaliteit geboden wordt en anderzijds de transportkilometers worden verminderd. Aangezien landbouwwinkels meestal enkel kleine hoeveelheden aanbieden is het aan te raden om bestellingen van grote hoeveelheden het liefst lang voor het evenement door te geven.
- b In het geval er beroep wordt gedaan op een professionele cateringservice, kan die helpen bij organisatorische zaken zoals hoogte van het statiegeld, terugbrengen van de bekere, water- en elektriciteitsvoorzieningen,...
- b Zorg ervoor dat de infrastructuur voor grote drankcontainers aanwezig is op de plek van het evenement (electriciteit, water,...).
- b Maatregelen met als doel het vermijden, verminderen en recycleren van afval moeten goed gecommuniceerd worden naar de bezoekers van grote evenementen (bv. Onder de vorm van een extra berichtje op uitnodigingen en mededelingen of via wegwijzers die aanduiden waar drank en eten aangeboden wordt).
- b Ook met betrekking tot het voedsel kan gebruik worden gemaakt van grootverpakkingen om extra afval te voorkomen. Milieuvriendelijke alternatieven zijn containers of flessen voor sauzen, suikerdispensers. Grootverpakkingen zijn goedkoper, sparen het milieu en leveren minder afval op. Nog beter is het gebruik van retourverpakkingen.
- b De organisator kan eisen stellen aan de cateraars, zodat iedere cateraar milieuvriendelijke verpakkingen, bekere, bestek en dergelijke gebruikt.

### *Kosten*

- b Het gebruik van grote drankcontainers is niet duurder dan flesjes. In de meeste gevallen is het zelfs goedkoper.

### *Baten*

- b Via grote drankcontainers kan men, in minder tijd, grotere hoeveelheden verzetten met minder personeel. Hierdoor wordt ook ruimte verminderd.
- b Minder kosten: geen aankoop van wegwerpbekers en – borden en niet de moeite van ophalen en verwerking van bekers op het evenement. Dit spaart personeel en opruimkosten.
- b Actieve milieubescherming. De totale hoeveelheid afval op een evenement kan tot 2/3 gereduceerd worden

### 3.3 Promotiematerialen

#### *Wat?*

Programmablaadjes, programmakranten, flyers, stickers, bierviltjes, draagtasjes en proefmonsters leveren veel afval en zwerfvuil op. Veel van deze promotiematerialen worden door de bezoekers ongelezen weggegooid.

#### *Hoe?*

- b Folder- en sampleverbod. Natuurlijk willen sponsors en dergelijke zich op een bepaalde manier profileren. Dit kan echter ook op een manier die het milieu ontziet en bovendien minder- of geen- afval oplevert. De alternatieven zijn vaak goedkoop en duurzaam. Ze kunnen immers meerdere jaren en op verschillende evenementen worden ingezet.
- b Alternatieve promotie. Hierbij kunt u denken aan spandoeken, tekst- en reclameborden, sandwichborden, rijdende billboards en grote ballonnen in de vorm van het product. Ook monsters die een bepaalde waarde hebben voor de ontvanger, zoals CD-roms, sleutelhangers, ballpoints, T-shirts en ballonnen voor kinderen. Veel van deze promotieartikelen kunnen worden vervaardigd uit milieuvriendelijke materialen.
- b Een ander alternatief is het foldermateriaal niet uit te delen, maar aan te bieden op, bijvoorbeeld, een folderstandaard. Hierbij neemt alleen de geïnteresseerde een folder mee en zal er minder zwerfafval komen.
- b Geen programmakrant. Het programma van het evenement kan worden vermeld op grote tekstborden of billboards die zowel bij de ingang als verspreid over het terrein- bij voorkeur in de buurt van podia en cateringpunten- worden opgesteld. Ook kunnen de sponsors, subsidiegevers en de plattegrond van het evenemententerrein worden vermeld. Bij de productie kan worden gekozen voor duurzame materialen, zodat ze bij een volgend evenement opnieuw kunnen worden gebruikt.

### 3.4 Verplichte vuilniszakken voor bezoekers van evenementen

#### *Wat?*

Grote festivals met kampeerzones produceren grote hoeveelheden afval. De ervaring leert ons dat de meeste bezoekers op het einde van het festival huiswaarts keren en hun afval gewoonweg achterlaten op het terrein, ondanks de eventuele reglementering. Een verplichte vuilniszak is een stimulans voor festivalbezoekers om hun eigen vuilnis te verzamelen en deze nadien af te geven bij het afvalinzamelpunten, waar een waarborg terugbetaald wordt.

#### *Hoe?*

- b Bij het betreden van de kampeerzones worden tegen een waarborgsom van 10 Euro drie verschillende vuilniszakken aan de bezoekers overhandigd zodat ze hun afval kunnen sorteren.
- b Dit is verplicht voor elke wagen op de kampeerzone (één set vuilniszakken per bezoekersgroep).
- b De vuilniszakken worden bij het verlaten van de kampeerzone afgegeven. Pas dan krijgt de bezoeker zijn waarborg terugbetaald.
- b Het geld van niet-teruggebrachte vuilniszakken gaat integraal naar de afvalruiming.
- b De toegangswegen naar de kampeerzone moeten duidelijk afgebakend en bemand worden.
- b Bewijs (ticket) voor de waarborgen moeten uitgedeeld worden.
- b Er moeten afvalinzamelpunten komen en er moet personeel aangesteld worden om de waarborgsom terug te betalen.
- b De waarborgsom wordt slechts één keer betaald op vertoon van het bewijs en bij aflevering van de gevulde vuilniszakken. Men mag bezoekers immers niet stimuleren om extra afval te produceren door zoveel mogelijk vuilniszakken terug geven om zo een dubbele waarborg te krijgen.
- b Gewoonlijk is de kampeerzone afgebakend en bewaakt waardoor de extra inspanning voor deze maatregel beperkt is. De afvalwaarborg kan eventueel samen met de campinggelden geïnd worden.
- b De organisator kan er, als tussenweg, ook voor kiezen om zonder waarborgsom vuilniszakken uit te delen aan de bezoeker die binnen komt en op de camping komt te staan. Zo wordt niet het maximale bereikt, maar wordt de bezoeker wel gestimuleerd deze vuilniszak te gebruiken op de camping. Ervaring leert dat de bezoeker deze mogelijkheid ook gebruikt. Deze optie haalt niet de maximale omzet, maar zorgt wel voor minder organisatie en extra voorzieningen.

#### *Kosten*

- b De extra kosten voor deze maatregel zijn minimaal aangezien afvalinzameling en afbakening van de terreinen sowieso gebeurt.

#### *Baten*

- b De voordelen zijn, naast een milieuvriendelijk imago, een aanzienlijke vermindering van de kosten voor afvalverwijdering op de kampeerterreinen (vermijden van hoge kosten voor manuele verwijdering van afval op de grasvelden, in bosjes en andere groene zones binnen het kampeerterrein).
- b Het terrein is aanzienlijk netter en er slingert minder afval rond in de omgeving.

### 3.5 Afvalinzameling en - sortering

#### *Wat?*

Op evenementen wordt een hoop afval geproduceerd. Indien dit afval gesorteerd wordt in verschillende afvalpunten, kan het gerecycleerd worden voor andere doeleinden in plaats van gedumpt te worden. Het kiezen voor afvalsortering tijdens evenementen is een logische beslissing: indien we verondersteld worden thuis afval te sorteren, waarom vergeten we dit dan op evenementen?

#### *Hoe?*

- b Per dag produceert één bezoeker ongeveer 1 liter afval in 4 uur. Per 250 bezoekers is één minicontainer voor elk soort afval nodig.
- b Breng de plek van het evenement in kaart. Er is een verschillende aanpak vereist voor de frontstage- en de backstage-zone.
- b Frontstage: om het simpel te houden en energie te besparen zouden enkel drie restfracties gesorteerd moeten worden: organisch afval, wegwerpbekers en restafval.
- b Backstage: In de backstage-zone kunnen meer afvalfracties gesorteerd worden: organisch afval, glas, PMD, papier en karton, metaal, hout, klein gevaarlijk afval (zoals chemicaliën en batterijen),...
- b Duid aan waar afval geproduceerd wordt, om welk soort afval en welk volume het gaat. Plak grote stickers (minimaal a-3 formaat met pictogram erop) op de afvalbakken met de naam van de afvalsoort erop. Plaats bij de inzamelpunten lange palen van minimaal 2,5 meter ter herkenning van het inzamelpunt, met informatie over de soorten afval (in kleur en met pictogram aangegeven.)
- b Plaats de bakken voor de verschillende soorten afval in groepjes bij elkaar; ongeveer 4 inzamelpunten per hectare.
- b Raadpleeg het afvalbedrijf voor de meest geschikte bakken of containers. Gebruik bij voorkeur voor de bezoekers minicontainers (inhoud vanaf 120 liter.).
- b Plaats vuilnisbakken op elke plek waar afval geproduceerd wordt. Deze kunnen het beste in de schaduw worden geplaatst en afsluitbaar zijn. Zorg dat er voldoende vuilniscontainers aanwezig zijn; beter te veel dan te weinig.
- b Plaats afvaleilanden op maximum 30 meter in open zones en iets dichterbij de restaurants en drukke plaatsen.
- b Duidt de afvaleilanden frontstage goed aan (borden; stickers of posters) alsook de vuilnisemmers en afvalcontainers backstage (borden of posters).
- b Plaats backstage grote afvalcontainers om het afval van zowel de frontstage- zone als backstage te verzamelen. Deze containers moeten toegankelijk zijn voor het afvalteam en er moet duidelijk vermeld worden (door middel van iconen) welk afval in een bepaalde container hoort.
- b Communiceer de maatregelen naar alle betrokken personen: bezoekers, cateraars, sponsors, standhouders, afvalteams, backstage personeel, vrijwilligers,...
- b Plaats de afvalcontainers en afvaleilanden op plaatsen waar afval geproduceerd wordt bij de opbouw van het evenement.
- b Gebruik (biologisch afbreekbare) vuilniszakken in de minicontainers en zorg ervoor dat de inzamelmiddelen regelmatig geleegd worden.
- b Deze maatregel is gelinkt aan het hoofdstuk 'Animatie team'
- b Zorg er ook voor dat er zo min mogelijk verpakking is op het festivalterrein. Hierdoor wordt er minder afval geproduceerd.
- b Verschillende soorten afvalcontainers: minicontainers (vanaf 120 liter), rolcontainers (vanaf 1000 liter), afzetcontainers, bekercollectoren (lange buis waarin bekertjes

opgestapeld worden), een can-crusher (handpers voor drankblikjes), glasbak en chemobox. Zorg voor voldoende rolcontainers op de juiste plaats, zodat het afval zo goed mogelijk gescheiden wordt. Op kleinere evenementen zijn minicontainers toereikend, mits deze regelmatig geleegd worden.

#### *Kosten*

- b Installatiekosten van de afvalinfrastructuur. Afval Emmers moeten sowieso geplaatst worden, het enige verschil is dat er nu verschillende fracties gesorteerd worden.
- b Communicatiekosten: infostands, borden, stickers en/of posters.

#### *Baten*

- b Minder kosten voor het storten en/of verbranden van restafval.
- b Minder afval in de festivalzone: minder opruimkosten.
- b Het sorteren van afval geeft een beter imago aan het evenement.

### 3.6 Animatie team

#### *Wat?*

Het animatie team informeert bezoekers over afval- en andere maatregelen tijdens het evenement. Het idee is om bezoekers te motiveren mee te werken en deze maatregelen succesvol te maken.

#### *Hoe?*

- b Afhankelijk van welke boodschap je aan de bezoekers wil geven, speelt het animatieteam een informatieve of controlerende rol. Bijvoorbeeld: het animatie team dat rondwandelt op het evenement kan de bezoekers op een leuke manier motiveren hun afval te sorteren. Indien frontstage verschillende afvalfracties gesorteerd worden (organisch afval, petflessen, papier, bakers, restafval,...), dan kan het animatie team toezicht houden bij de verschillende afvaleilanden zodat correct gesorteerd wordt.
- b Het animatie team kan ook als verkooppunt fungeren voor herbruikbare bakers.
- b Zoek personen: mailing, advertentie, persoonlijk contact (bij jeugdbewegingen of andere groepen),...
- b Informeer hen over hun taak.
- b Voorzie het team van opvallend materiaal.
- b Voorzie coördinatie van het animatie team tijdens het evenement.

#### *Kosten*

- b Indien je vrijwilligers vindt voor deze taak, beperken de kosten zich tot toegangstickets voor deze personen. In het andere geval dien je hen te betalen.
- b Opvallende kledij (dit kan tot een minimum beperkt worden zoals een Mexicaanse hoed van 3 euro of meer bij een volledig kostuum).

#### *Baten*

- b Bezoekers worden persoonlijk benaderd en werken daarom graag mee
- b Door middel van een enquête kan er feedback gevraagd worden aan de bezoekers. Deze kunnen dienen als suggesties voor de organisator.

### 3.7 Betrokkenheid van sponsors, cateraars en organisatoren

#### *Wat?*

Alle grote evenementen worden gefinancierd via toegangsgelden. Vaak zijn ook sponsors of commerciële investeerders betrokken. Bij de “Nürnberg Nite Skate” bijvoorbeeld, bestonden de sponsors uit cateraars (voornamelijk verkopers van voeding en drank), autoproducenten of bedrijven uit de ontspanning- of sportindustrie (fietsdealers, winkels voor “outdoor”-producten...). Zij zijn vooral geïnteresseerd in een platform om hun producten voor te stellen en een gelegenheid om hun potentiële klanten direct te benaderen. Milieubeheer is daarbij niet de hoofddoelstelling. Toch is het mogelijk hen aantrekkelijke oplossingen te bieden die zowel tegemoet komen aan hun behoeften als aan het milieu.

#### *Hoe?*

Onderstaande regels kunnen in een contract met sponsors worden geplaatst (en daardoor bindend zijn): Om een zo klimaatvriendelijk evenement te organiseren heb je de hulp van de cateraars en organisatoren nodig.

#### **Catering:**

- b Geen plastic borden. Zie paragraaf 3.1
- b Indien mogelijk moet statiegeld gevraagd worden voor borden en bekens.
- b Eetbare of afbreekbare borden.
- b Ideaal is eten dat zonder bestek geconsumeerd kan worden. Houten bestek is ook een optie.
- b De cateraar is verantwoordelijk voor het plaatsen van voldoende afvalcontainers en dit op toegankelijke en zichtbare plaatsen.
- b Ook voor gratis drankjes moet een waarborg gevraagd worden (bv. Energiedrankjes-waarborg voor het blikje)
- b Installatie van punten voor het terugvragen van de waarborg.
- b Aan de cateraars wordt ook gevraagd om voldoende personeel in te schakelen om de restaurantzone afvalvrij te maken.
- b Verkopers moeten zich aanpassen aan de lokale wetgeving op afval, water en ingrediënten zoals vet,.. (deze moeten afzonderlijk gesorteerd worden).

#### **Standhouders:**

- b Geen promotieteams met flyers.
- b Papieren tassen in plaats van plastic tassen.
- b Vragen zo min mogelijk papier te gebruiken.
- b Mond op mond reclame: direct en persoonlijk contact met de consumenten (bijvoorbeeld loterijtickets worden ter plaatse ingevuld en afgegeven waardoor minder papierafval geproduceerd wordt)
- b Niet-verpakte gratis promotieartikelen (bv: snoepjes zonder plastic verpakking).
- b Autoverkopers of –producenten vragen om ecologische modellen tentoon te stellen (met lagere productie van uitlaatgassen). Autoproducenten kunnen op deze manier een positief imago krijgen.
- b Als de aard van het evenement het toelaat kan je op zoek gaan naar zakenpartners in de ecologische sfeer of die werken rond milieubewustzijn.

#### *Kosten*

- b Kostenvermindering door het verminderen van afval en afvalverwerking (door lagere productie van papier en verpakkingen...).

*Baten*

- b Positief imago door een milieuvriendelijke aanpak; dit is vooral van toepassing voor openluchtevenementen waar ecologisch bewustzijn optimaal gecommuniceerd kan worden.

### 3.8 Geluid

#### *Wat?*

Geluidsoverlast kan behalve irriterend voor de omliggende bewoners ook milieuvervuilend zijn. Zorg er daarom voor dat het evenement rekening houdt met de draagwijdte van het geluid. Elk evenement zorgt voor geluid, zoals versterkte muziek, aggregaten, dat is niet te voorkomen. Dit hoeft ook geen probleem te zijn, zolang bepaalde grenzen niet worden overschreden. Gebeurt dat wel, dan is er sprake van geluidshinder. Een hoge geluidsbelasting op de woonomgeving kan aanleiding geven tot ergernis en klachten. Het komt regelmatig voor dat evenementen met geluidsoverlast door bezwaren van omwonenden niet meer plaats mogen vinden. Alle redenen dus om geluidshinder te voorkomen of zo veel mogelijk te beperken. Met onderstaande kenmerken kunt u de overlast voor de omgeving echter drastisch verminderen.

#### *Hoe?*

- b Al bij de keuze voor een bepaalde locatie moet rekening worden gehouden met het soort evenement en vooral met het soort muziek die geproduceerd gaat worden. Bij het indelen van het evenemententerrein doet de organisator er goed aan om nadrukkelijk rekening te houden met de plaatsing van podia en geluidsproducerende apparaten.
- b Richt de boxen niet op de bebouwing, houdt rekening met de windrichting en richt de boxen niet te hoog.
- b Natuurlijke barrières, zoals struiken en bomen kunnen worden gebruikt om geluidsoverlast te voorkomen. Ook op kunstmatige wijze kunnen barrières worden gerealiseerd. Dit kan door geluidsabsorberende materialen rondom de geluidsbron aan te brengen. Met een flanellen doek kan bijvoorbeeld al veel geluidsoverlast worden voorkomen.
- b Zorg ervoor dat speakers, vooral de bastonen, niet op de grond staan, maar er een ruimte is aangebracht tussen de grond en speakers. Dit heeft als effect dat de grond niet meetrilt en er minder geluid- en triloverlast is voor de omwonenden.
- b Als het niet te voorkomen is dat de boxen op de grond geplaatst moeten worden; plaats de boxen dan niet direct op de grond, maar zorg dat er absorberend hout, kurk, piepschuim, of iets dergelijks, onder geplaatst is.
- b Scheiding van hoge en lage tonen. Het scheiden van geluidsboxen voor hoge en lage tonen vermindert de kans op geluidsoverlast. Door meerdere kleine speakers te gebruiken in plaats van een paar hele grote, kan het vermogen en daarmee het geluidsniveau drastisch verlaagd worden. Hiermee is energie (tot 75%) en dus geld bespaart. Door speakers voor hoge tonen tussen het publiek te plaatsen, is 75 % minder vermogen nodig.
- b Geluidsbegrenzer. Door het plaatsen van een goed afgeregelde geluidsbegrenzer in de geluidsinstallatie kan ervoor gezorgd worden dat het geluid nooit boven de ingestelde waarde uitkomt. Een geluidsbegrenzer is geen wondermiddel, er kan gemakkelijk om de begrenzer heen gespeeld worden.
- b De gemeente heeft vaak al een geluidsgrens aangegeven. Door zo weinig mogelijk geluid weg te laten vloeien, kan er zo efficiënt mogelijk geluid worden geproduceerd binnen de geluidsgrenzen en binnen de festivalgrenzen.
- b Maak afspraken met de installateur/ geluidstechnicus over het gewenste volume. Breng zo mogelijk begrenzers aan. Deze installateur beschikt ook over geluidsmeters.

- b Het is moeilijk exact aan te geven welke geluidsnormen voor welk evenement van toepassing zijn. Daarvoor is er qua aard, duur en locatie een te grote verscheidenheid aan evenementen.
- b Houdt er rekening mee dat de bastonen niet te hard staan. Als deze te hard (voor de geluidsnorm) wordt dat hinderlijk ervaren voor bezoekers en omwonenden. Het is vaak het geval dat de geluidsgrens voor bastonen eerder gehaald wordt dan voor de andere tonen. Er is veel geluidsoverlast te voorkomen als de laagste frequentie uit het geluid wordt gedraaid. Het is dan vaak zo dat het gebouw en de grond (als het evenement binnen plaats vindt) minder meetrikt, zodat omwonenden er minder last van hebben. Vaak merkt de bezoeker niet dat de lage tonen eruit zijn gedraaid, waardoor er twee partijen tevreden worden gesteld. Om klachten van de bezoekers te voorkomen, is het ook mogelijk pas vanaf een bepaald tijdstip (vanaf 22.00 uur) de lage frequentie eruit te draaien. Hierdoor kunnen de omwonenden toch beter slapen en zullen ze minder klagen.
- b Maak in ieder geval duidelijke afspraken over het maximale toegestane geluidsniveau met de vergunningverlener, de controlerende instanties en de organisator van het evenement.
- b De verantwoordelijkheid om te voldoen aan de geluidsvoorschriften ligt altijd bij de organisatie. Sommige organisatoren voeren zelf tijdens het evenement geluidsmetingen uit. Door regelmatig zelf te controleren kan de organisatie geluidsoverlast en/ of boetes voorkomen. Als duidelijk wordt dat de geluidsnormen worden overschreden, dient de organisator direct zelf in te grijpen.
- b Bedenk dat een omwonende steeds vaker door de rechter in het gelijk wordt gesteld als het gaat om geluidsoverlast.
- b Het is daarom van belang omwonenden te informeren over het evenement en een goede verstandhouding op te bouwen.
- b Informeer omwonenden een maand van te voren en herhaal dit een week van te voren. Geef aan dat er geluidsoverlast kan ontstaan. Denk eraan dat ook in de op- en afbouwperiode, bijvoorbeeld door een soundcheck, geluidshinder kan ontstaan. Informeer omwonenden bij voorkeur schriftelijk met vermelding van het volledige programma, het te verwachten geluidsniveau en wat u eraan doet om geluidsoverlast te voorkomen. Geef telefoonnummers van de instantie(s) waar men gedurende het evenement terecht kan met klachten en geef aan welke instantie(s) tijdens het evenement controleren op naleving van de (geluid)voorschriften. Hierdoor zal er meer begrip en medewerking bij bewoners worden verkregen en zullen er minder klachten zijn.

### *Kosten*

- De maatregelen die genomen worden om geluidsoverlast te voorkomen hoeven niet veel geld te kosten. Het zijn vaak simpele oplossingen die alleen voor iets meer, of iets anders, werk zorgen.
- Materiaal voor het verminderen van geluidsoverlast, zoals flanellen doeken en piepschuim of kurk, zijn goedkoop aan te schaffen of te huren.
- Een geluidsbegrenzer kan opgenomen worden in de normale bestelling van audiovisuele apparatuur.

### *Baten*

- Het beperken van de geluidsoverlast en het verminderen van het geluid zorgen ervoor dat de bezoeker minder schade krijgt aan het gehoor. Dit is erg gunstig voor de bezoeker.
- Als de omwonenden minder last krijgen van het evenement zullen ze minder klagen en meer tevreden zijn over het evenement. Hierdoor zal de gemeente een volgend evenement van dezelfde organisator, als de rest van het evenement ook goed verloopt, eerder goedkeuren.
- Het zal goed zijn voor het imago van het festival als het iets doet aan beperking van de gehoorschade en het beperken van de geluidsoverlast. Dit mag best gecommuniceerd worden via de media.

# **Speerpunt 4**

## **Eerlijke handel**



## Speerpunt 4 Eerlijke handel

### 4.1 Gebruik van regionale producten

#### *Wat?*

Grote evenementen kunnen een aanzienlijke bron van inkomsten betekenen voor lokale ondernemers en zouden bijgevolg een steun moeten zijn voor de regionale afzetmarkt. Daarvoor is het nodig dat lokale landbouwers uitgenodigd worden hun producten aan te bieden op evenementen. Een ander bijkomend voordeel is dat het minder belasting geeft op het milieu, vanwege de afwezige vlieg- en vaarkilometers.

#### *Hoe?*

- b Benader lokale organisaties van producenten met de vraag of zij aangepaste lokale voeding- en drankproducten kunnen aanbieden en/of zij lokale landbouwers kunnen contacteren om hun producten direct te verkopen ter plaatse. Zulke organisaties weten welke producten het best in de markt liggen in bepaalde regio's: soorten vlees, soorten fruit en groenten,...
- b Flexibiliteit is noodzakelijk bij het kiezen van regionale producten. Om maximale kwaliteit te garanderen is het aan te raden enkel verse beschikbare seizoensgebonden producten aan te schaffen. Stem de menukeuze af op het seizoen. Er bestaat ook een duurzaam kookboek waarin uitgerekend is hoe belastend het recept, of product, is op het milieu. Kijk voor meer informatie op [www.duurzamedinsdag.nl](http://www.duurzamedinsdag.nl)
- b Let op voor sociale correctheid van die producten die niet uit de regio komen wegens het seizoen (zoals koffie of thee). TRANS FAIR® bijvoorbeeld is een garantie voor eerlijke handel en biedt biologische producten als deel van het productengamma.
- b Bereken de benodigde drank en voeding: hoeveelheden en kosten. Het productengamma en de prijs per portie hangen af van de doelgroep.
- b Dien eten en drinken van goede kwaliteit ook op in kwaliteitsvaatwerk (porseleinen borden, bestek en glazen). Voor de reiniging kan een mobiele Ecovaatwasser gebruikt worden.
- b Kijk na of de nodige infrastructuur om de verschillende gerechten te bereiden aanwezig is. Bijvoorbeeld: elektriciteit, kookfaciliteiten, hygiënische normen, tafelkleedjes, bloemendecoratie, etc. Verminder het gebruik van individuele verpakkingen voor specerijen, zoals melk, suiker, ketchup,...
- b In het geval er beroep wordt gedaan op een cateraar is het belangrijk duidelijk te maken dat de voorkeur uitgaat naar regionale producten. Maak je wensen duidelijk kenbaar.
- b Maak gebruik van scharrelvlees.
- b Biedt, naast het gebruikelijke aanbod, ook biologisch bier, wijn, ijs en dergelijke. De brouwerij van Gulpener bier produceert het bier duurzaam en ecologisch verantwoord. De benodigde energie voor het brouwproces bestaat uit 100% groene energie, bijvoorbeeld door het gebruik van zonnepanelen. Bovendien maken ze voor een groot deel gebruik van agrarische producten, geleverd door lokale ondernemers.
- b Informeer potentiële bezoekers op voorhand dat op het evenement regionale producten van hoge kwaliteit worden aangeboden.
- b Voor de cateraar is er nog meer milieuwinst te halen door gebruik te maken van milieuvriendelijke producten. Snacks, sauzen, koffie, vlees, fruit en groenten, snoepgoed, etcetera, zijn te koop met een EKO-keurmerk of een ander milieukeurmerk. Ook frituurvet, schoonmaakmiddelen, papieren servetten, zakjes of draagtasjes zijn verkrijgbaar in een milieuvriendelijke uitvoering.

### *Kosten*

- b Regionale producten van biologische landbouwers zijn ongeveer 50% duurder dan de gewone producten. Afhankelijk van het productgamma van de regio zullen deze producten ongeveer 10 tot 15% duurder zijn dan deze in supermarkten.
- b Indien bezoekers van evenementen kwaliteitsproducten aangeboden krijgen, zullen ze accepteren dat de prijs iets hoger ligt.

### *Baten*

- b De kwaliteit van eten en drinken wordt sterk verhoogd door het verkorte transport en door het feit dat de productie en verwerking vertrouwd en gekend is.
- b Het korte transport zorgt voor een minder grote belasting van het milieu.
- b Aanvaarding door de gemeenschap die het evenement organiseert. Door producten aan te kopen van regionale producenten blijft de toegevoegde waarde in eigen streek.
- b Als gevolg van de hogere kwaliteit en het meer afgestemde productengamma is de tevredenheid bij de bezoekers duidelijk hoger. Dit zal ook een positief effect hebben op de inkomsten.
- b Verbeterd imago en reputatie van het evenement.
- b Tenslotte: door de consumptie van regionale producten wordt een actieve bijdrage geleverd tot de lokale en regionale ontwikkeling.

## 4.2 Gebruik van Fair Trade producten

*Wat?*

Alle producten die het Fair Trade Labelling Organization (FLO) keurmerk dragen het blauw/groene keurmerk. Een product mag het keurmerk pas dragen als het volgens de eerlijke handelsvoorwaarden van FLO is ingekocht. Meer informatie over dit keurmerk is te vinden op [www.maxhavelaar.nl](http://www.maxhavelaar.nl), [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net), en [www.ikbenoke.nl](http://www.ikbenoke.nl).

De vijf elementen van het Fair Trade keurmerk zijn:

- 1) Een eerlijke stabiele prijs die de productiekosten dekt
- 2) De kans voor boeren en plantagearbeiders om hun levensstandaard te verbeteren
- 3) Meer respect voor het milieu
- 4) Betere arbeidsvoorwaarden (geen kinder- of gedwongen arbeid), democratie en emancipatie
- 5) Toegang tot de wereldmarkt en een betere, krachtigere handelspositie voor de kleinere boeren

De producten worden meestal bij de organisaties van kleine boeren ingekocht. In andere gevallen wordt er ook bij plantages gekocht. Ze moeten dan wel voldoen aan de gestelde minimum voorwaarden.

- 1) Organisaties van kleine boeren moeten bijvoorbeeld democratisch en transparant zijn. Zo kunnen de boeren bijdragen aan een positieverbetering.
- 2) Bij plantages wordt er naar de positie van de arbeiders gekeken. De rechten van de arbeiders moeten zijn verzekert. Zo moet er vakbondsvrijheid zijn, geen discriminatie, behoorlijk loon, geen gedwongen- of kinderarbeid, veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.
- 3) Voor beide categorieën gelden regels op het gebied van milieuzorg.

In ruil voor de betere omstandigheden in de organisaties van kleine boeren en plantages garandeert het Fair Trade keurmerk de boeren het volgende:

- 1) Kostendekkende minimumprijs
- 2) Toeslag op wereldmarktprijs
- 3) Voorfinanciering
- 4) Langdurige handelsrelaties

Door producten te kopen met het Fair Trade keurmerk steunt u de eerlijke handel en helpt u de organisaties van kleine boeren en plantages. Bovendien krijgt u de garantie van correcte levensmiddelen en hardware met een goede kwaliteit. Het aanbieden van Fair Trade producten op uw festival zal het imago van het festival verbeteren, waardoor bezoekers eerder terug zullen komen naar uw evenement. De bezoekers zullen de extra kosten voor de levensmiddelen en hardware eerder accepteren, waardoor u naast de imagoverbetering, het financiële plaatje er ook goed uit gaat zien. De bezoeker is er aan gewend geraakt dat op evenementen levensmiddelen en hardware duurder zijn dan in de supermarkt of iets dergelijks. Hierdoor zal de prijsstijging minder snel opvallen of tot afkeer leiden bij de bezoeker.









Hoe?

- b Leveranciers voor grootverbruikers die producten met een Max Havelaar keurmerk leveren zijn te vinden op de website: <http://www.maxhavelaar.nl/pages/template.asp?rID=178>
- b Maak afspraken met de cateraar van het evenement over de te leveren producten.
- b Bespreek samen welke producten wel en welke niet in aanmerking komen om Fair Trade ingekocht te worden. Fair Trade koffie is gemakkelijk te gebruiken en er is veel vraag naar bij het personeel en de bezoeker. Het invoeren van deze koffie zal dan al snel resultaten opleveren.
- b Bekijk wat de verhoogde prijs zal zijn en bespreek samen wat de prijs wordt van de verschillende levensmiddelen voor de bezoeker.
- b Bestel de producten bij de leverancier, of via een tussenweg bij bijvoorbeeld de supermarkt. Afhankelijk van de grootte van de bestelling kan dit namelijk vervoerkilometers schelen. Bij een grote bestelling kan het beste bij een grote leverancier besteld worden. Deze methode is goedkoper. Bij een kleinere bestelling is een tussenweg het beste. Dit is echter wel duurder.
- b Een voorbeeld van een product met een Max Havelaar keurmerk is ‘Mongozo bier’. Bovendien is het bier biologisch gebrouwen.
- b Een andere mogelijkheid is een ruim assortiment aan de bezoeker voor te leggen, waarbij er een Fair Trade levensmiddel en een regulier levensmiddel aangeboden zullen worden. De bezoeker heeft dan de keuze welk product hij koopt.
- b Onderstaande lijst geeft een overzicht van Fair Trade keurmerken die beschikbaar zijn voor voedingsmiddelen:

FOOD	(Keur)merk	Additional informatie
Koffie, thee, chocolade, fruit, groenten, kruiden, rijst, suiker, wijn, etc.	Het FLO keurmerk voor Fair trade.	 <a href="http://www.fairtrade.net">www.fairtrade.net</a>
	Fair Trade Original heeft het inkoopbeleid afgestemd aan Fair Trade criteria, en koopt indien mogelijk producten met het Fair Trade keurmerk.	 <a href="http://www.maxhavelaar.nl">www.maxhavelaar.nl</a> <a href="http://www.ikbenoke.nl">www.ikbenoke.nl</a> <a href="http://www.fairtrade.nl">www.fairtrade.nl</a>
Vis	MSC-keurmerk voor wilde vis (Marine Stewardship Council)	 <a href="http://www.msc.org">www.msc.org</a>

- b Bekijk welke non-food toeleveranciers of partners mogelijk Fair Trade producten zouden kunnen aanbieden. Standbouwers zouden bijvoorbeeld FSC-gecertificeerd hout kunnen gebruiken; kleding die voor het evenement wordt gebruikt kan van een Fair Trade organisatie betrokken worden; en de aankleding van bloemen en planten kan ook op basis van Fair Trade.
- b Maak afspraken met toeleveranciers van het evenement over de te leveren producten.
- b Bespreek samen welke producten wel en welke niet in aanmerking komen om Fair Trade ingekocht te worden.

- b Bekijk wat de verhoogde prijs zal zijn en bespreek samen wat de prijs betekent voor de kosten van het evenement.
- b Onderstaande lijst geeft een overzicht van Fair Trade keurmerken die beschikbaar zijn voor non-food producten:

NON-FOOD	(Keur)merk	Additionele informatie
Hout en Papier	FSC-keurmerk (Forest Stewardship Council) 	<a href="http://www.fscnl.org">www.fscnl.org</a>
Katoen	Het FLO keurmerk voor Fair trade. 	<a href="http://www.maxhavelaar.nl">www.maxhavelaar.nl</a>
Kleding	Kleding van organisaties aangesloten bij Made-By 	<a href="http://www.fairwear.nl">www.fairwear.nl</a> <a href="http://www.made-by.nl">www.made-by.nl</a>
	Kleding van deelnemers van de Fairwear Foundation 	<a href="http://www.kledingchecker.nl">www.kledingchecker.nl</a>
Kado's, sieraden, e.d.	Producten verkocht door de Wereld Winkel, of erkende importeurs van de Wereld Winkel 	<a href="http://www.maxhavelaar.nl">www.maxhavelaar.nl</a> <a href="http://www.fairtrade.net">www.fairtrade.net</a> <a href="http://www.centrummondiaal.nl">www.centrummondiaal.nl</a> <a href="http://www.ifat.org">www.ifat.org</a> <a href="http://www.wereldwinkels.nl">www.wereldwinkels.nl</a> <a href="http://www.fairtrade.nl">www.fairtrade.nl</a>
	Producten van IFAT-leden (Global Network of Fair Trade Organizations) 	
	Producten van Fair Trade Original 	
Bloemen en planten	FFP-label (Fair Flowers Fair Plants) 	<a href="http://www.fairflowersfairplants.nl">www.fairflowersfairplants.nl</a>

### Kosten

- b Producten met een Fair Trade (gerelateerd) keurmerk kunnen duurder zijn dan andere reguliere producten.
- b Direct bij de leverancier bestellen is waarschijnlijk goedkoper dan via een tussenweg zoals via de supermarkt.

- b Er zullen extra bordjes worden gemaakt met daarop op het logo van het keurmerk van Max Havelaar en het logo van Fair Trade, waardoor het duidelijk is voor de bezoeker dat het om Fair Trade producten gaat. Deze kosten zullen niet erg hoog liggen.

#### *Baten*

- b De bezoeker waardeert het als een evenement maatschappelijk en klimaatneutraal is georganiseerd. De stap om producten met een Fair Trade keurmerk in te kopen zal dan ook tot imagoverbetering leiden.
- b De extra kosten van de waarschijnlijk duurdere inkoop van producten kan worden terugverdiend bij de bezoeker. Deze prijs moet natuurlijk wel in balans zijn met het te leveren product en niet veel duurder zijn dan de andere reguliere producten. De bezoeker accepteert een kleine verhoging als het product ook duidelijk maatschappelijk verantwoord is. Hierdoor zullen de extra kosten terug verdiend kunnen worden en is het imago van het evenement verbeterd.

## Hoofdstuk 5 Checklisten

# 1.1 Checklist maatregelen mobiliteitsmanagement

Details over de organisator van het evenement	Verantwoordelijke voor het concept	Verantwoordelijke voor publiciteit
Naam en adres	Naam en adres	Naam en adres
<b>1. ALGEMENE INFORMATIE OVER HET EVENEMENT</b>		
Type evenement		
Locatie		
Start van het evenement		
Einde van het evenement		
Verwacht aantal bezoekers		
Leasing contracten/ vergunningen		
Aantekeningen bij het concept		
<b>2. PLANNINGSFASE VAN HET EVENEMENT</b>		
Start en duur		
Controle bij leverancier of vrachtwagens (voor materiaal en artiesten) voorzien zijn van roetfilter:	a Ja	a Nee a Maatregelen:
Verwacht aantal bezoekers per vervoermiddel zonder extra maatregelen (indien data beschikbaar)	Individuele wagens:	Aantal verwachte voertuigen:
	Met de bus:	
	Met de trein:	
	Met de fiets:	
	Te voet:	
Beschikbare transportmogelijkheden naar het evenement (kaarten bijvoegen)	Trein:	Laatste vertrek:
	Bus:	Laatste vertrek:
	Fietsroutes:	
	Parkeerplaatsen:	
	Wandelroutes en ingangen:	

Indicatie waar de bezoekers vandaan komen	Mogelijke doelgroep extra treinen:			
	Mogelijke doelgroep busdienst:			
	Mogelijke doelgroep Park & Ride			
	Mogelijke doelgroep fiets:			
Deadline voor beschikbaarheid	Evenement posters:			
	Evenement brochure:			
	Tickets en verkooppunten			
	Website:			
	Massamedia:		(zie afzonderlijke checklist)	
	Materialen bewegwijzering			
	Andere:			
Deadline voor beslissingen over budget				
Onderwerp	Periode planning	Deadline informatie	Te behandelen onderwerpen (personeel, locatie, infrastructuur, benodigde budget)	Verantwoordelijke Personen/ bedrijven (contactpersoon)
Aanbod speciale treinen				
Speciale busdiensten- direct				
Speciale busdiensten Park & Ride				
Speciale parkeerruimte Park & Ride				
Gecombineerd ticket				
Bewaakte fietsenstalling				
Fietshersteldienst				
Bewegwijzering Auto en parkeerplaatsen				
Bewegwijzering				

fietsroutes				
Bewegwijzering wandelroutes				
Carpool service				
Bereikbaarheidsinformatie				
Promotie				
<b>3. IMPLEMENTATIEFASE VAN HET EVENEMENT</b>				
Start en duur				
<b>Onderwerp</b>	<b>Datum en uren</b>	<b>Te doen</b>	<b>Nodig materiaal</b>	<b>Uitvoerende personen (contactpersoon)</b>
Algemene coördinatie van de implementatie				
Aanbod speciale treinen		Toezicht: capaciteit		
Speciale busdiensten direct		Toezicht: capaciteit		
		Toezicht: routing		
Speciale busdiensten Park & Ride		Toezicht: capaciteit		
		Toezicht: routing		
Speciale parkeerruimte (Park & Ride)		Aanwijzers parkeerruimte		
		Parkeer stewards		
		Toezicht: capaciteit		
Gecombineerd ticket		Controle op de bus/ aan de ingang		
Bewaakte fietsenstalling		Opstelling		
		Bewaking		
		registratie		
Fietsherstdienst		Opstelling		
		Uitvoering		
Bewegwijzering: auto en parkeerplaatsen		Productie		
		Opstelling		
		Controle		
Bewegwijzering fietsroutes		Productie		
		Opstelling		
		Controle		

Bewegwijzering wandelroutes		Productie		
		Opstelling		
		Controle		
Carpool service		Matching voor evenement		
		Last minute matching		
Bereikbaarheidsinformatie		Productie info op papier		
		Informatie op website		
		Info voor telefoonlijn		
		Personeel voor telefoonlijn		
		Opstelling infostand		
		Personeel infostand		
Promotie				

#### 4. VERWIJDERINGSFASE VAN HET EVENEMENT

Start en duur				
Onderwerp	Datum en uren	Te doen	Nodig materiaal	Uitvoerende personen (contactpersoon)
Algemene coördinatie van de afbraak				
Speciale parkeerruimte (Park & Ride)		Afbraak		
		Herstel terrein		
Bewaakte fietsenstalling		Afbraak		
		Herstel terrein		
Fietsherstdienst		Afbraak		
		Herstel terrein		
Bewegwijzering auto en parkeerplaatsen		Verwijdering		
Bewegwijzering fietsroutes		Verwijdering		
Bewegwijzering wandelroutes		Verwijdering		

# 1.2 CHECKLIST MEDIAMAATREGELEN

Details over de organisator van het evenement		Verantwoordelijke voor het concept	
Naam en adres		Naam en adres	
<b>1. ALGEMENE INFORMATIE OVER HET EVENEMENT</b>			
Type evenement:			
Locatie			
Start van het evenement			
Einde van het evenement			
Verwacht aantal bezoekers			
Leasing contracten/ vergunningen			
Aantekeningen bij het concept			
<b>2. PLANNING VAN DE MEDIACAMPAGNE</b>			
Start en duur			
<b>Medium</b>		<b>Contact (naam, adres, telefoon, e-mail)</b>	
Krant:			
Radio			
TV:			
<b>Persconferentie</b>		<b>Contact (naam, adres, telefoon, e-mail)</b>	
Datum:			
Locatie: (adres, telefoon, e-mail)			
Uitnodigingen naar: (adres, telefoon, e-mail)			
<b>3. IMPLEMENTATIE VAN DE MEDIACAMPAGNE</b>			
Start en duur			
<b>Medium:</b>		<b>Check</b>	
Krant:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Persbericht verzonden</li> <li>a Logo/ slogan gestuurd</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Foto's gestuurd</li> <li>a Wedstrijd (indien budget)</li> </ul>	
Radio:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Persbericht verzonden</li> <li>a Wedstrijd (indien budget)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Tekst voor trailer gestuurd</li> </ul>	
TV:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Persbericht verzonden</li> <li>a Logo/ slogan gestuurd</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Foto's gestuurd</li> <li>a Wedstrijd (indien budget)</li> </ul>	
Persconferentie:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Locatie geboekt?</li> <li>a Zitplaatsen</li> <li>a Technische bijstand (Beamer, PA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Persmap</li> <li>a Catering</li> <li>a Briefing sprekers</li> </ul>	

## 2. CHECKLIST AFVALBEHEER

Details over de organisator van het evenement		Verantwoordelijke voor het concept		Verantwoordelijke publiciteit	
Naam en adres		Naam en adres		Naam en adres	
<b>1. ALGEMENE INFORMATIE OVER HET EVENEMENT</b>					
Type evenement					
Locatie					
Start van het evenement					
Einde van het evenement					
Verwacht aantal bezoekers					
Leasing contracten/ vergunningen					
Aantekeningen bij het concept					
<b>2. PLANNINGSFASE VAN HET EVENEMENT</b>					
Start en duur					
Betrokken partijen: (adres/ contactpersoon)					
<b>Geplande stands en set-ups: afvalinzameling</b>					
Beschikbare infrastructuur op het terrein:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Vuilnisbakken met symbolen voor verschillende soorten afval (evenementorganisaties)</li> <li>a Vuilnisbakken met symbolen voor verschillende soorten afval (bezoekers)</li> <li>a Vuilnisbakken (niet-gesorteerd afval)</li> <li>a Andere:</li> </ul>				
Tijdelijke installatie van:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Vuilnisbakken/ containers met symbolen voor afvalscheiding (evenementorganisatie)</li> <li>a Vuilnisbakken/ containers voor afvalscheiding (bezoekers)</li> <li>a Vuilnisbakken/ containers (niet-gesorteerd afval)</li> <li>a Andere:</li> </ul>				
Afvalfracties:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Organisch afval</li> <li>a Metaal</li> <li>a Niet-herbruikbare (statiegeldflessen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Papier &amp; karton</li> <li>a Olie &amp; vetten</li> <li>a Niet-herbruikbaar bestek/ borden/ glazen/ bekers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Glas</li> <li>a Andere (b.v. hout)</li> <li>a Klein gevaarlijk afval (batterijen, verf, ander chemisch afval)</li> </ul>		
Sortering van afval:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Door de organisator</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Door bezoekers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Door standhouders</li> <li>a Door cateraar</li> </ul>		
<b>Contracten/ afspraken met cateraars</b>					
Beschikbare infrastructuur	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Elektriciteit</li> <li>a Hygiënische standaarden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a kookfaciliteit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a eco-vaatwasser</li> <li>a Andere:</li> </ul>		

Grote verpakkingen voorzien voor:	a Ketchup a Room	a Mosterd a Suiker	a Mayonaise a Drank
Grote verpakkingen voorzien voor:	a Bier	a Frisdrank	a Fruitsap
Flessen voorzien voor:	a Wijn	a Bier	a Frisdrank
Serveren van voedsel en drank:	a Met de hand te eten	Bestek en servies van hoge kwaliteit	
Specificatie van servies en bestek	a Glazen a Porseleinen borden	a Herbruikbare bekens a Herbruikbaar bestek	
<b>Contracten/ afspraken met sponsors</b>			
Campagnemateriaal	a Vermindering van papieren brochures en flyers		
<b>3. IMPLEMENTATIEFASE VAN HET EVENEMENT</b>			
Start en duur			
<b>Onderwerp:</b>	<b>Bedrijf/ perso(o)n(en) bevoegd voor uitvoering</b>		
Algemene coördinatie:			
Posters etc			
Afvalverzamel punten:			
Afvalteam			
Andere:			
<b>4. VERWIJDERINGSFASE VAN HET EVENEMENT</b>			
Start en duur			
<b>Onderwerp:</b>	<b>Bedrijf/ perso(o)n(en) bevoegd voor uitvoering</b>		
Algemene coördinatie:			
Bewegwijzering:			
Afvalverzamel punten:			
Catering stands:			
Sponsor stands:			
Andere:			



# 3. CHECKLIST ENERGIE-, WATER- & BODEMMANAGEMENT

Details over de organisator van het evenement		Verantwoordelijke voor het concept	
Naam en adres		Naam en adres	
<b>1. ALGEMENE INFORMATIE OVER HET EVENEMENT</b>			
Type evenement:			
Locatie:			
Start van het evenement:			
Einde van het evenement:			
Verwacht aantal bezoekers:			
Leasing contracten/ vergunningen:			
Aantekeningen bij het concept:			
<b>2. PLANNINGSFASE VAN HET EVENEMENT</b>			
Start en duur			
<b>Waterbesparende acties:</b>			
Betrokken partijen (Adres/contact-persoon)			
Beschikbare infrastructuur	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Waterbevoorrading</li> <li>a Gootstenen</li> <li>a Afvalwaterconnectie naar riolen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Waterbesparende kranen</li> <li>a Toiletten</li> <li>a Wasmachine</li> <li>a Andere, specificeer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Waterbesparende toiletten</li> <li>a Douches</li> <li>a Vaatwasser</li> </ul>
Voorlopige installatie van	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Connectie waterbevoorrading</li> <li>a Toiletten (water)</li> <li>a Waterbesparende kranen</li> <li>a Andere, specificeer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Afvalwaterconnectie naar riolen</li> <li>a Toiletten (chemisch)</li> <li>a Waterbesparende toiletten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a Afvalwaterconnectie naar tanks</li> <li>a Eco-wasmachine</li> <li>a Eco-vaatwasser</li> </ul>

<b>Energiebesparende acties:</b>						
Betrokken partijen: (Adres/ contactpersoon)						
Energieverbruik bij vorige editie van het evenement	Totaal:		Con- tinue vraag:		Vraag tijdens piek:	
Beschikbare infrastructuur:	a	Elektriciteit via het net	a	Licht & geluids- installatie op de site	a	Uitgeruste keuken
	a	Elektriciteit via groene energiebronnen			a	Andere
Voorlopige installatie van:	a	Bron voor groene energie (windmolen/ zonne- paneel)	a	'Green- power' aggregaat a Aggregaat met reguliere diesel vermengt met biodiesel	a	Gewoon aggregaat a Andere
<b>Energiebesparende acties</b>						
Energievraag voor:	a	Verlichting terrein (LED- verlichting)	a	Keuken- materiaal	a	WATERVERWARMER
	a	Podium (muziek, lichtshow, etc.)	a	Was- machine/ droger	a	Andere
Gebruik van:	a	Energie- besparende lampen	a	A-label keuken Materiaal	a	A-label was- machine/ droger
	a	A-label water- verwarmer	a	Waterbespa rende douchekopp en	a	Energie- besparende pompen voor afvalwater
			a	Verkleinen stortbak toilet		
			a	Spoel- onderbreker		
			a	Door- stroom- begrenzer		
			a	Andere:		

<b>Bodembescherming:</b>			
Betrokken partijen: (Adres/ contactpersoon)			
Breng de gevoelige punten in kaart: (in bijlage bijgevoegd)			
Beschikbare infrastructuur:	a Bestaande wegen	a Paden voor bezoekers	a Wegen voor leveranciers a Andere, specificeer:
Voorlopige installatie van:	a Metalen rijplaten voor zwaar vervoer a Bescherming bomen	a Houten vloer/ rubber matten	a Hekken om de natuur te beschermen a Andere
Gebruik van metalen rijplaten voorzien voor:	a Wegen voor leveranciers	a Podia	a Andere zware gewichten
Gebruik van houten vloer voorzien voor:	a Aan de ingang a Aan de verkoop-punten van drank en voedsel	a Aan de markt	a In tenten a Andere:
3 + 4 IMPLEMENTATIE- & AFBRAAKFASE VAN HET EVENEMENT			
Start en duur			
<b>Onderwerp</b>	<b>Verantwoordelijke voor uitvoering</b>	<b>Verantwoordelijke afbraak</b>	
Algemene coördinatie:			
<b>Water:</b>			
Water bevoorrading:			
Afvalwater afleiding			
Waterbesparende gootsteen/ -toiletten/ -douches:			
Eco-vaatwasser			
Eco-wasmachine			
Andere:			
<b>Energie</b>			
Energievoorziening:			
Licht- en geluidmateriaal:			
Keukenmateriaal:			
Andere:			
<b>Bodem:</b>			
Metalen rijplaten:			
Houten vloer:			
Metalen hekken:			
Bescherming bomen:			



# 4. Checklist eerlijke handel

<i>Details over de organisator van het evenement</i>	<i>Verantwoordelijke voor het concept</i>	<i>Verantwoordelijke voor publiciteit</i>
Naam en adres	Naam en adres	Naam en adres
<b>1. ALGEMENE INFORMATIE OVER HET EVENEMENT</b>		
Type evenement		
Locatie		
Start van het evenement		
Einde van het evenement		
Verwacht aantal bezoekers		
Leasing contracten/ vergunningen		
Aantekeningen bij het concept		
<b>2. PLANNINGSFASE VAN HET EVENEMENT</b>		
Start en duur		
<b><i>Regionale producten</i></b>	<b><i>Verdeler</i></b>	
Varkensvlees:		
Rundvlees:		
Schapenvlees:		
Kip/ Kalkoen:		
Vis:		
Fruit/ Groenten:		
Bloemen/ Planten:		
Drank:		
Overige:		
<b><i>Biologische producten</i></b>		
Varkensvlees:		
Rundvlees:		
Schapenvlees:		
Kip/ Kalkoen:		
Fruit/ Groenten:		
Vis:		
Drank:		
Overige:		
<b><i>Fair Trade Voedingsmiddelen</i></b>		
Koffie/ Thee:		
Fruit/ Groente:		
Sap/ Drank:		
Cacao/ Honing/ IJs:		
Overige:		
<b><i>Gebruik van Fair Trade non-food producten op het evenement/ door toeleveranciers</i></b>		
Hout en papier		
Katoen:		
Kleding:		
Cadeau's en Sieraden:		
Bloemen en planten:		
Overige:		

Afvalsturing Brabant (?) *Zo doe je dat!*.

Braak, E. van den & Meinster, C. (?) *Milieuzorg bij evenementen. Bijlage bij Draaiboek evenementen*. In opdracht van: Gemeente Amsterdam, Dienst Milieu en Bouwtoezicht. Amsterdam

Moonen Packaging (bekeken op 27-03-2008) Biodegradeerbare bekere Moonen Packaging:  
<http://www.moonenpackaging.com>

Huhtamaki (bekeken op 10-03-2008) Biodegradeerbare bekere Huhtamaki:  
[www.huhtamaki.com](http://www.huhtamaki.com)

Dutch Cups (bekeken op 10-04-2008) Biodegradeerbare bekere Dutch Cups:  
[www.dutchcups.nl](http://www.dutchcups.nl)

De Haagse Hogeschool  
[www.hhs.nl](http://www.hhs.nl)

TNO (bekeken op 14-04-2008) *Eenmalige, danwel Méérmalige (koffie) Drinksystemen: Een milieuvergelijking*: [http://www.tno.nl/downloads%5C2006\\_a-r0246\\_b\\_samenvatting.pdf](http://www.tno.nl/downloads%5C2006_a-r0246_b_samenvatting.pdf)

---