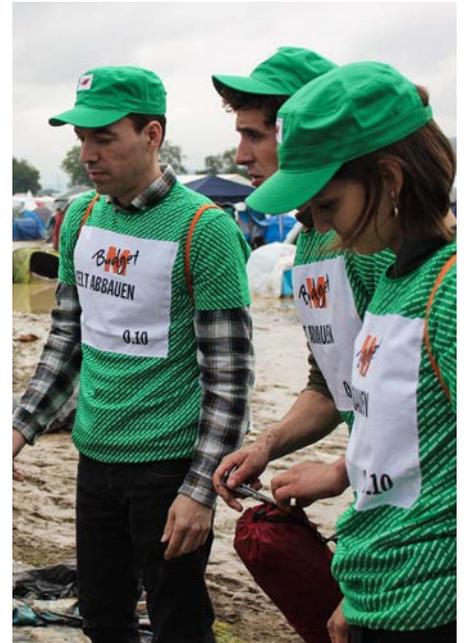


Nachhaltigkeitsbericht gemäss GRI-G4-Richtlinien

OPENAIR FRAUENFELD 2014



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
Vorwort	2
Fest der Superlative.....	3
Facts Openair Frauenfeld	4
Über die Organisation	5
Über diesen Bericht	7
Die Umwelt	9
Abfall	10
Transport.....	12
Natur und Landschaft	14
Die Wirtschaft	15
Beschaffung und Verpflegung.....	16
Die Gesellschaft	17
Sicherheit und Gesundheit.....	18
Kulturelle Vielfalt	20
Behindertenfreundlichkeit	21
Fazit - Vorbote anstatt Verbote	22
GRI Index	23
Allgemeine Standardangaben.....	23
Spezifische Standardangaben	24
Impressum	25

Vorwort

Seit 1985 wird die Stadt Frauenfeld jeweils Mitte Juli zum Austragungsort eines Festivals das sich inzwischen zum grössten Urban Hip Hop Festivals Europas gemausert hat. Trotz widrigen Wetterbedingungen besuchten 2014 täglich etwa 45 000 Gäste Acts wie Pharrell Williams, Outkast, Macklemore & Ryan Lewis und viele mehr. Insgesamt traten 36 Bands aus 7 Ländern auf.

Frauenfeld, November 2014

Das Wetter stellte uns vor eine harte Belastungsprobe, die wir nur zum Teil bestanden haben. Die Nachhaltigkeit des Openairs ist für uns eine Herzensangelegenheit. Im Vorfeld haben wir mit den Behörden, Sponsoren und Lieferanten gesprochen und ihre wichtigsten Anliegen aufgenommen. Neben den traditionellen Themen wie die Sicherheit der Teilnehmer, die Koordination mit dem öffentlichen Verkehr, Lärm, der nachhaltigen Verpflegung war natürlich auch der Abfall ein Thema. 743 Personen haben unseren diesjährigen Fragebogen zur Nachhaltigkeit ausgefüllt. Wir bekamen auch rund 100 Kommentare und Vorschläge betreffend möglichen Massnahmen rund um dem Abfall.

Doch 2014 war extrem! Noch nie hatten wir so viel Regen; noch nie so viel Schlamm auf dem 70 Fussballfelder grossen Areal zu bewältigen. Der Abfallberg, der das Festival produzierte, liess auch die Medien, Behörden und Sponsoren aufhorchen. Viele gaben der heutigen Jugend die Schuld, einer Wegwerfgesellschaft, die alles vermüllert und keinen Respekt mehr hat vor der Umwelt.

Aber ist das wirklich so? Die heutige Jugend fürchtet sich mehr vor dem Klimawandel als die ältere Generation. Klar, denn sie trägt auch die Hauptlast davon. Als Organisatoren stellen wir uns die viel pragmatischere Frage: Was können wir tun, um den Abfallberg zu reduzieren?

Für das nächste Jahr haben wir uns hohe Ziele gesetzt. Wir wollen das Abfallmanagement weiter professionalisieren. Natürlich hoffen wir auf besseres Wetter, aber unser Abfallmanagement muss jeden Witterungen standhalten können. Neben einer deutlichen Verminderung des Abfalls wollen wir diesen 100% trennen.

Dies sind sehr hohe Ansprüche. Diese können wir nur erreichen, wenn wir klare Massnahmen umsetzen zusammen mit unserem jugendlichen Publikum. Auch sie müssen einen Schritt tun zu einer nachhaltigeren Gesellschaft. Die Jugend ist nicht unsere Zukunft, sie ist unsere Gegenwart.



Wolfgang Sahli
VR-Präsident

Fest der Superlative

Das Open Air 2014 war ein Fest der Superlative. Noch nie hatten wir so viele Akteure auf die Bühne geholt. Noch nie hatten wir Besucher von so vielen Ländern vertreten, ... und noch nie hatten wir so viel Wasser, welches sich von oben über unsere Zuschauer ergoss. In den 7 Tagen rund um das Festival gab es 80 Liter Niederschläge pro Quadratmeter, das entspricht einer halben Badewanne voll! Und so wurde das Festival zum «nassesten Open Air Frauenfeld aller Zeiten».

Frauenfeld, Februar 2015

Über die Schlammschlacht beim Open Air 2014 wurde sehr viel geschrieben. Wir wurden regelrecht medial überfahren. Den 45 000 täglichen Fans hat aber das Wetter nicht viel anhaben können. Sie feierten bis in die Nacht hinein die grösste Hip-Hop-Party Europas.

Für die Organisatoren bedeutete das Wetter viel Zusatzarbeit. Rund 5 000 zusätzliche Arbeitsstunden mussten geleistet werden, um Schäden vor-zubeugen oder zu beseitigen. Neben dem Regen hatten wir aber viele weitere Herausforderungen zu bewältigen, welche wir zum grossen Teil – wie dieser Bericht zeigt – mit Bravour bestanden haben.

Unsere Aufgabe war, das Nachhaltigkeitskonzept in allen drei Dimensionen Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft laufend zu verbessern.

Das Glasverbot auf dem Gelände, das Depot für Trinkbecher und die erhöhte Sensibilisierung der Abfallthematik kamen bei den meisten Fans gut an. Für 2015 wollen wir die Abfalltrennung auch direkt auf den Zeltplätzen möglich machen. Auch wollen wir den Anteil der Anreisenden mit öV auf über 50% bringen.

Damit das 20. Open Air Frauenfeld zu Erfolg wurde, mussten alle Beteiligten am selben Strang ziehen: Lieferanten, Veranstalter, Sponsoren, Recyclingunternehmen, Helfer, Besucher und Anwohner.

Besonders die Migros hat unser Bestreben nach einem nachhaltigeren Event tatkräftig unterstützt.

Der vorliegende Nachhaltigkeits-Bericht ist nur eines der Produkte, welches mit Hilfe der Migros realisiert werden konnte.

Wir bedanken uns bei Schwery Consulting, welche uns im Auftrag der Migros bei der Erstellung dieses Berichts begleitete, und allen Partnern, Sponsoren und Lieferanten, die uns weiterhin bei der Vision unterstützen, nächstes Jahr das nachhaltigste Open Air Frauenfeld aller Zeiten zu organisieren.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. Götz'.

René Götz
CEO
Openair Frauenfeld

Facts Openair Frauenfeld	Umsatz	Gründungsjahr
	11 Mio.	1985
Besucher pro Tag	Niederschläge pro m ² während des Festivals	Organisator
45 000	80 Liter	First Event AG
Gesamtfläche (70 Fussballfelder)	Bands	Austragungsmonat
55 Hektaren	36	Juli
Überdachte Fläche mit Zelten	Helfer inkl. Marktfahrer	Helfer Backstage
6 000 m²	2 000	100
Campierende Besucher	Personen in der Sanität	Befragte zu Nachhaltigkeit
30 000	60	743
Abbauhelfer für Zelte	Security-Personen	Abfall
+50	400	300 Tonnen
Kulturelle Vielfalt der Gäste	Zusätzliche Arbeitsstunden wegen des Wetters	Anreisende mit ÖV
36 Nationen	5 000	46%

Über die Organisation

Das Openair Frauenfeld ist mit 45 000 Besuchern und 30 000 Campern pro Tag das grösste Openair der Deutschschweiz und das grösste Urban / Hip Hop Festival von Europa. Die Veranstaltung findet seit 1985 jeweils Mitte Juli statt in Frauenfeld, dem Hauptort des Kantons Thurgau. Austragungsort ist die Grosse Allmend etwas ausserhalb von Frauenfeld auf einer Fläche von 55 Hektaren – was immerhin 70 Fussballfeldern entspricht.

Der Organisator

Das Openair Frauenfeld wird von der First Event AG mit Sitz in Frauenfeld organisiert. Es ist der einzige Grossevent, den sie organisiert. Die First Event AG beschäftigt keine direkten Angestellten; Overhead und Organisationscrew werden über Mandate gelöst (rund 500 Stellenprozente). Während der Veranstaltung beschäftigt die Aktiengesellschaft ausserdem Helferinnen und Helfer aus Vereinen, über Agenturen und externe Firmen.

Für einen reibungslosen Ablauf sorgt eine klare Organisationsstruktur (Abbildung 1), welche sich in den vergangenen Jahren bewährt und keine grösseren Veränderungen erfahren hat. Die First Event AG ist der Swiss Music Promoters Association SMPA angeschlossen, dem Branchenverband der professionellen Schweizer Konzert-, Show- und Festivalveranstalter. Die Mitglieder der SMPA setzen über 80% der in der Schweiz verkauften Konzert-, Show- und Festivaltickets ab.

Der Event

Was 1985 als Out in the Green Festival für Rock- und Bluesfans begann, hat sich in den letzten Jahren zu DEM europäischen HipHop-Treffen gemausert. Seit 2004 heisst es offiziell Openair Frauenfeld.

Bei der 20. Austragung 2014 traten 36 Bands aus sieben Ländern auf, viele natürlich aus Übersee. Über die vier Tage sorgten mehr als 2 000 Helferinnen und Helfer für das leibliche Wohl der Fans. Bei der letzten Austragung wirtschaftete man mit

einem Budget von CHF 10,8 Millionen und erzielte einen Umsatz von 11 Millionen Schweizer Franken.

Die Nachhaltigkeit

Mit der Natur ist das Openair Frauenfeld seit seinen Anfängen eng verbunden. Nicht nur, dass die Natur die Showbühne liefert, sondern auch weil die Rücksicht auf die Natur in unserer Hauptverantwortung liegt.

2014 wurde das Thema Nachhaltigkeit zum ersten Mal strategisch angepackt. Die wichtigsten Anspruchsgruppen (key stakeholders) wurden im Vorfeld angeschrieben und zu ihren Hauptanliegen befragt. Das Kernteam hat seinerseits die wichtigsten Einflüsse des Openairs auf Natur und Gesellschaft bewertet. Daraus resultiert sind erste Zielsetzungen, welche 2015 in eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie einfliessen sollen.

Nachhaltigkeitsstrategie

Das Openair Frauenfeld hat sich zum Ziel gesetzt:

- ☑ Möglichst wenig Abfall und Littering zu produzieren.
- ☑ Einen hohen Recyclinggrad zu erreichen.
- ☑ Die Anzahl an ÖV-Anreisenden zu erhöhen.
- ☑ Bleibenden Schäden für das Gelände und die nähere Umgebung zu verhindern.
- ☑ Für eine möglichst gesunde und vielfältige Verpflegung zu sorgen.
- ☑ Die Sicherheit und Gesundheit der Besucher und Helfer zu gewährleisten.

- ☑ Die Lärmvorschriften streng zu beachten und durchzusetzen.
- ☑ Die kulturelle Vielfalt des Events zu pflegen.
- ☑ Die ganze Anlage möglichst behindertenfreundlich zu gestalten.
- ☑ Das Festival als Plattform zur Sensibilisierung für das Thema Nachhaltigkeit zu nutzen.

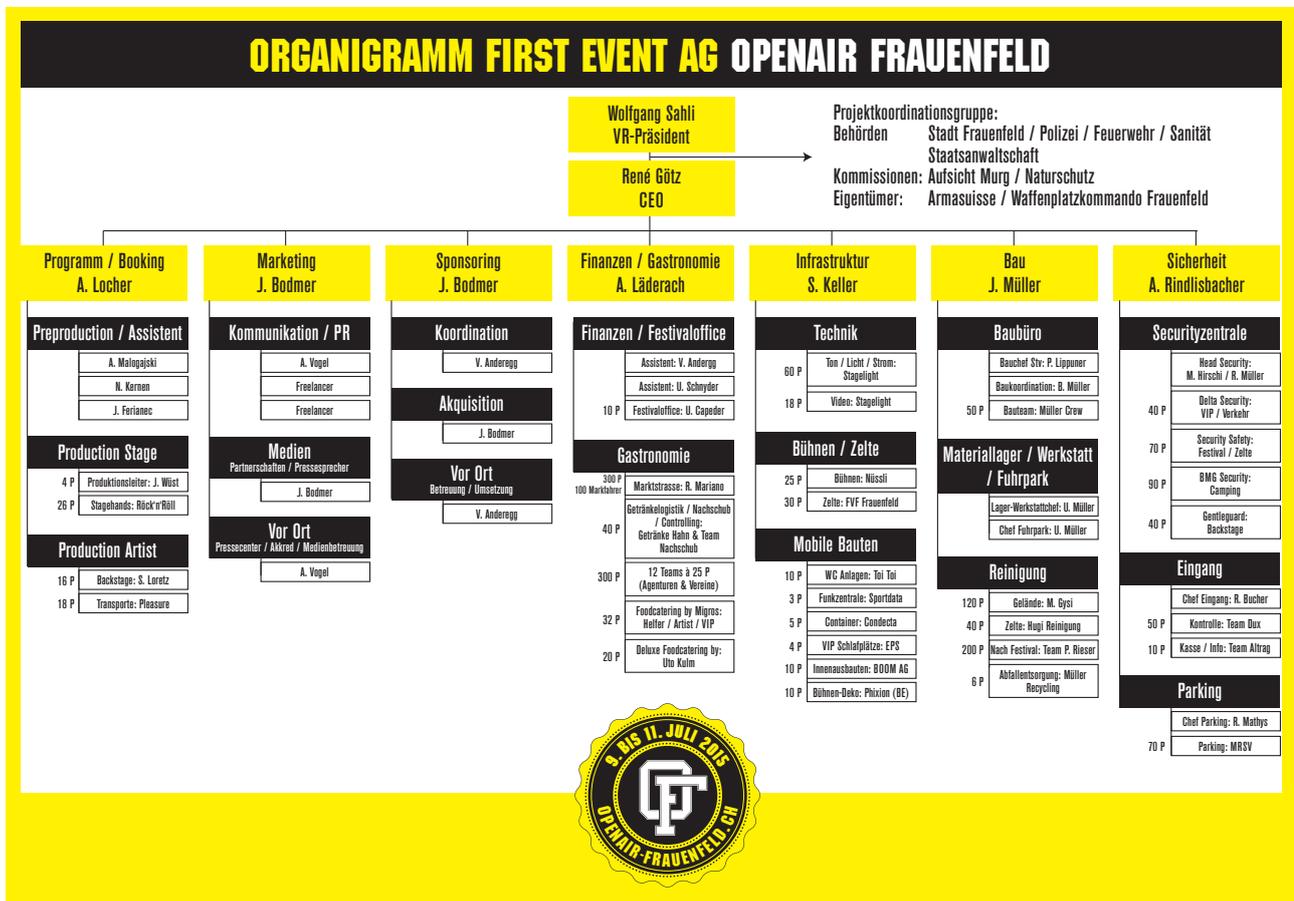
Massnahmen

Nachhaltigkeit ist schon lange ein Thema beim Openair Frauenfeld: Bereits seit 2004 unterstützen wir die Anreise mit öffentlichem Verkehr über die RailAway Kombitickets (20%-Vergünstigung); Glas ist auf dem ganzen Campingbereich seit 2004 verboten; im Konzertbereich gibt es seitdem ein Depotsystem auf allen Getränkebechern. Seit 2008 bekommen alle Campinggäste gegen ein Depot von CHF 10.- einen Abfallsack.

Für 2014 wurden die Bemühungen im Bereich Abfall und Littering weiter intensiviert. Damit weniger Zelte zurückbleiben, wurden von der Migros 50 Freiwillige gestellt, welche beim Abbau der Zelte mithalfen (siehe Seite 11). Auch wurde 2014 zum ersten Mal ein Workshop zum Thema Nachhaltigkeit angeboten.

Dass das Openair Frauenfeld 2014 gerade wegen des Abfalls in die Schlagzeilen geriet, mag deshalb überraschen. Für das Team ist es aber eine Motivation, besser zu werden. Das Bessere ist der Feind des Guten!

Abbildung 1
Organigramm Openair Frauenfeld 2014



Über diesen Bericht

Ziel und Zweck

Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist eine Momentaufnahme der Nachhaltigkeitspolitik des Openairs Frauenfeld und soll zudem Perspektiven für die Zukunft eröffnen. Er ist der erste Nachhaltigkeitsbericht des Festivals und somit eine weitere Massnahme auf dem Weg zu einem idealen Nachhaltigkeitsmanagement. Er vermittelt einen Einblick in die Felder Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft und fokussiert auf zentrale und gefragte Themen. Wirtschaftliche, sozial gerechte und ökologische Bedürfnisse sollen zu angemessenen Teilen behandelt und eruiert werden.

Geltungsbereich und Systemgrenzen

Der Bericht bezieht sich auf den Zeitraum des Openairs Frauenfeld vom 10. bis 13. Juli 2014. Er folgt im Kern den internationalen Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Ziel ist es, jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen.

Die Systemgrenzen beinhaltet die gesamte Organisation, inklusive aller Stakeholder. Die Einflussnahme seitens der First Event AG auf die Stakeholder ist im Organisationshandbuch «Openair Frauenfeld 10. bis 12. Juli 2014», Stadtratsbeschluss vom 27. Mai 2014 festgelegt.

Die wichtigsten Anspruchsgruppen

Was sind die wichtigsten Themen für die Nachhaltigkeit des Openairs Frauenfeld? Um diese Frage zu beantworten, haben wir einen Dialog mit den wichtigsten Gruppen gesucht, welche unsere Nachhaltigkeitsleistung positiv wie auch negativ beeinflussen können oder durch diese betroffen sind. Diese sind die Besucher, die Sponsoren und die Behörden. Auf einer Skala von 1 (unwichtig) bis 5 (sehr wichtig) haben sie die Themen beurteilt.

Die Top 3 Themen der Stakeholder

Sponsoren (14 Rückmeldungen):

Sicherheit (4,36) | Abfall (4,36) | Behindertenfreundlichkeit (4,36)

Besucher (715 Rückmeldungen):

Sicherheit (4,13) | Nachhaltige Verpflegung (4,17) | Kulturelle Vielfalt (4,11)

Behörden (7 Rückmeldungen): Sicherheit (4,86) | Abfall (4,86) | Gesundheit (4,57)

Wesentliche Themen

Die Interessen der wichtigsten Stakeholder sind teils deckungsgleich, teils sehr unterschiedlich: Wenn die Sicherheit für alle Stakeholder-Gruppen sehr wichtig ist, scheiden sich die Geister bei den Themen Lärm, Gesundheit und auch Abfall. Über was sollen wir also hier berichten?

Dazu haben wir den mittleren Wert der wichtigsten Stakeholder miteinbezogen. Zudem schätzen wir die Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Umwelt mithilfe eines externen Experten ein. Daraus entstanden ist eine Relevanzmatrix (Abb. 2) mit folgenden Ergebnissen:

- Die wesentlichsten Themen sind Sicherheit, Abfall, Behindertenfreundlichkeit und Transport. Die Kehrseite des Abfalls, das Littering, wird in einem eigenen Kapitel behandelt (Natur und Landschaft).
- Dazu kommen der Datenschutz (hier im Kapitel Sicherheit), die Menschenrechte und kulturelle Vielfalt (hier als ein Kapitel), sowie die Beschaffung.
- Aufgrund der hohen Bewertung bei einzelnen Stakeholder-Gruppen wurde entschieden, auch die Themen Gesundheit (zusammen mit dem Thema Sicherheit), sowie Verpflegung und lokale Wertschöpfung (zusammen mit Beschaffung) einzubeziehen.

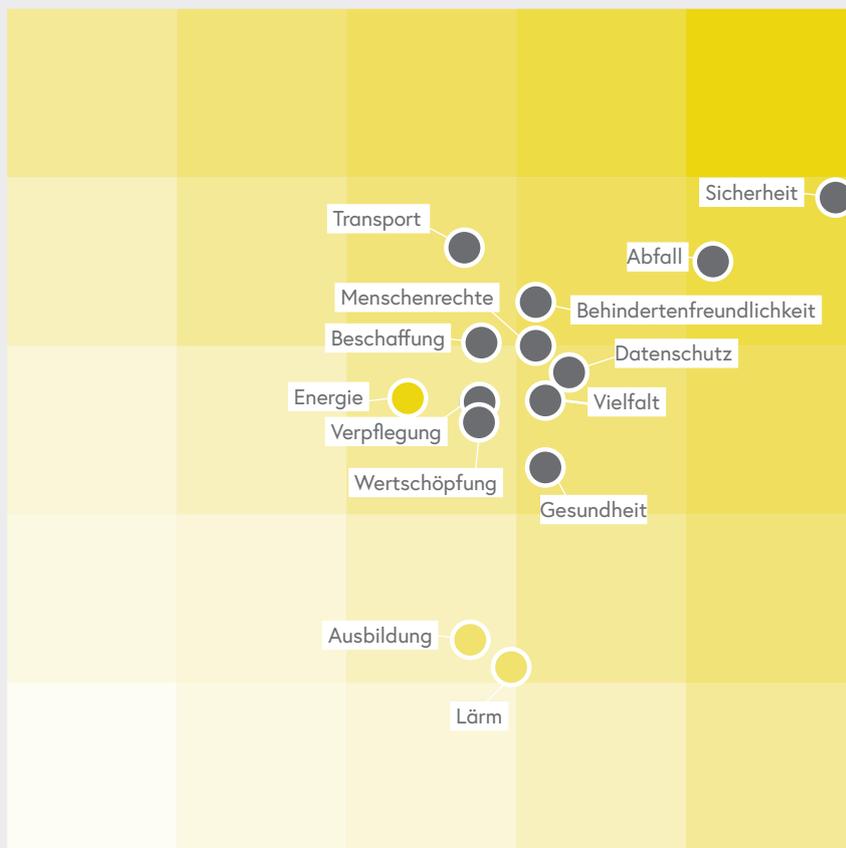
Abbildung 2
Relevanzanalyse
G4-17

Y-Achse

Einfluss auf die Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder

X-Achse

Bedeutung der wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen



Wo sind die materiellen Aspekte relevant?

Die Aspekte sind innerhalb der Systemgrenze in unterschiedlichen Bereichen relevant. Es wird unterschieden zwischen Bereichen ausserhalb der Organisation und innerhalb der Organisation.

Tabelle 1
Systemgrenze und Aspekte

Aspekt	Innerhalb der Organisation	Ausserhalb der Organisation
Abfall	Gesamter Abfall auf dem Festival- und Campingareal	
Behindertenfreundlichkeit	Behindertenfreundlichkeit aller Festival-Infrastruktur	
Beschaffung und Verpflegung	Gesamte Beschaffung der Organisation	Alle Verpflegungsstände auf dem Festivalareal
Kulturelle Vielfalt		Kulturelle Vielfalt der Gäste
Natur und Landschaft	Bodenschutz im Festival- und Campingbereich	Achtung der Landschaft in der Umgebung des Festivals
Sicherheit und Gesundheit	Sicherheit und Gesundheit aller Angestellten und Helfer	Sicherheit und Gesundheit der Gäste, Beachtung der Lärmvorschriften
Transport	Von der Organisation eingesetzte Transportmittel	Anreise der Gäste für das Festival



Nachhaltigkeitsbericht Openair Frauenfeld 2014

DIE UMWELT

Abfall

Wenn in den Medien über Open Air Frauenfeld 2014 negativ berichtet wurde, dann ging es in den allermeisten Fällen um die hinterlassenen Abfallberge. Aufgrund der Umfragen mit den wichtigsten Stakeholdern waren wir uns durchaus der Wichtigkeit dieses Themas bereits im Vorfeld bewusst. Der Dauerregen hat uns aber klar die Grenzen unseres Abfallkonzepts aufgezeigt und auch die Notwendigkeit von einschneidenden Massnahmen 2015.

Das Abfallmanagement spielt in verschiedensten Bereichen eine grosse Rolle, wie zum Beispiel bei der Organisation, der Logistik, bei Werbemitteln und natürlich bei der Verpflegung.

Gesamthaft produzierte das Open Air Frauenfeld im Jahr 2014 während der rund vier Tagen Abfall im Umfang von 300 Tonnen Abfall; das ist ein erhebliches Plus von fast 50% gegenüber dem Vorjahr, welches auf relativ schönes Wetter vertrauen konnte.

Rund die Hälfte des Abfalls waren Schlamm und Morast, der abgesaugt werden musste. Die Abfalltrennung im Konzert- & Backstage-Bereich wurde konsequent durchgezogen. So wurden insgesamt 310 kg PET, 1,2 Tonnen Alu und mehr als 2 Tonnen Glas gesammelt und rezykliert.

Auf die Abfalltrennung im Campingbereich wurde aufgrund von verschiedenen Empfehlungen – darunter auch der Interessengemeinschaft «Saubere Veranstaltungen» – verzichtet.

Im Abfallbereich wurden 2014 verschiedene Massnahmen umgesetzt:

- Auf dem ganzen Gelände bestand ein Glasverbot. Das Glas im Backstage-Bereich wurde 100% rezykliert.
- Abgabe Abfallsack gegen Depot an jeden campierenden Besucher (bei Rückgabe des vollen Abfallsackes erhielt der Besucher das Depot retour)
- Depotsystem auf allen Getränkebechern (im Konzert-Bereich)

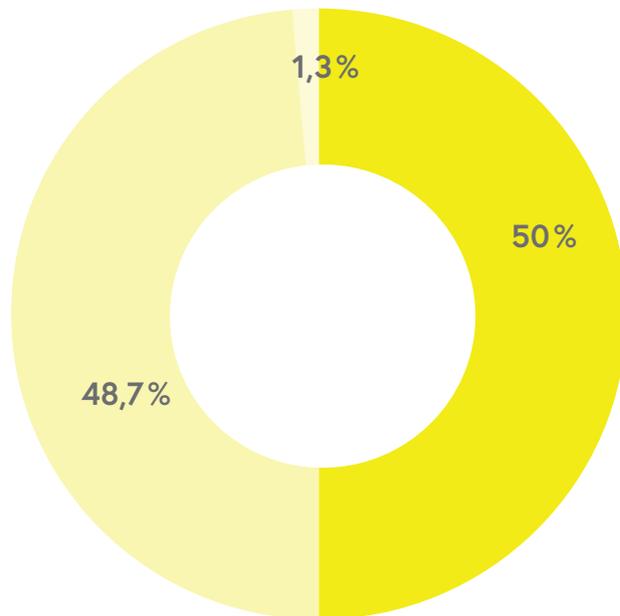
- Mit der Unterstützung der Migros wurden 50 Abfallhelfer involviert, welche den Besuchern beim Abbau der Zelte mithalfen.
- Im ganzen Camping-Bereich standen PET und Alu-Container zur Verfügung.
- Überall auf dem Gelände standen reichlich Abfallbehälter zur Verfügung. Auf dem Campingbereich wurden insgesamt 200 Grossbehälter mit einem Fassungsvermögen von einem m³ aufgestellt, auf dem Konzert-Areal standen 100 Grossbehälter zur Verfügung.

Ein besonderes Anliegen aller Beteiligten ist ebenfalls die Reduzierung von zurückgelassenen Zelten. Mit einem Innovativen Versuch soll im nächsten Jahr versucht werden, die Zeltwiederverwendung massiv zu erhöhen.



Abbildung 3

Total 300 Tonnen Abfall, das entspricht 1.94kg pro Besuchertag



	2014	%
Restmüll	150 T	50%
Schlamm	146 T	48,7%
Rezykliert	3,85 T	1,3%
Glas		0,7%
Alu		0,4%
Pet		0,2%

Zielvorgaben 2015

Die schwierigen Wetterbedingungen 2014 stellten das Open Air Frauenfeld auf eine harte Belastungsprobe, die es nur teilweise bestand. Für das Open Air 2015 sind im Abfallbereich einschneidende Massnahmen geplant, um den Abfallberg drastisch zu reduzieren und den Anteil die Wiederverwertungsquote zu verbessern:

- Getränkebeschränkung: pro Besucher dürfen einmalig 3 Liter Getränke mitgenommen werden.
- Alu und PET wird ab 2015 auch im Campingbereich vom Restmüll getrennt werden.
- Rund 100 neue Recycling Stationen werden auf dem Gelände zur Verfügung stehen.
- Der Restmüll wird vor Ort nachsortiert (direkt beim Partner Müller Recycling).

- Eine Sensibilisierungskampagne soll im Vorfeld des Open Airs das neue Konzept vorstellen.
- Ein innovatives Anreizsystem zum Verhindern von liegengelassenen Zelten sowie zur Förderung des Sammelns/Recyclieren von Abfall wird 2015 eingeführt werden.



Transport

Während dem Openair-Wochenende steigt die Bewohnerzahl in Frauenfeld schlagartig auf mehr als das Doppelte an. Der riesige Zustrom von Menschen in so kurzer Zeit führt zu einer grossen Verkehrsaufkommen, und somit auch Belastungsprobe für die lokale Bevölkerung. Durch ein konsequente Förderung der Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln versuchen wir dieser Herausforderung zu begegnen.

Unsere Mobilitätsstrategie beinhaltet die Förderung des öffentlichen Verkehrs und anderer umweltfreundlicher Transportmittel. Wie die Erhebung unter den Teilnehmern gezeigt hat, hat die Anreise einen überraschenden positiven Nebeneffekt für die Region. Gäste, die mit dem Zug anreisen, geben in der Region rund dreimal mehr aus als motorisierte Besucher.

Die Förderung der Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln geschieht in enger Abstimmung mit der SBB. Die Zusammenarbeit mit der SBB ist seit Jahren sehr intensiv.

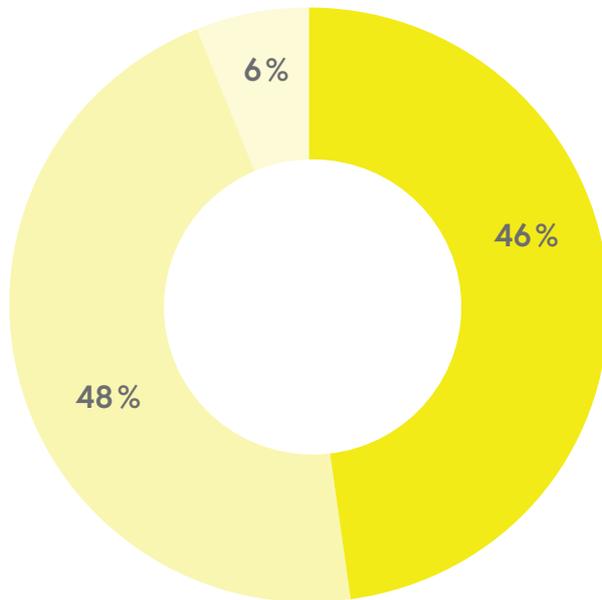
Verschiedene Massnahmen wurden 2014 umgesetzt:

- Um die Anreise mit öV zu fördern, bietet das OA Frauenfeld jedes Jahr ein RailAway Kombiticket an, mit dem man Bahnбилete mit 20 % Ermässigung auf die Fahrt erwerben kann und einen Merchandising-Gutschein im Wert von 10 CHF erhält. 2014 haben rund 20 000 Personen von diesem Angebot Gebrauch gemacht.
- Vom Bahnhof Frauenfeld verkehren ausserdem regelmässig Gratis-Shuttlebusse zum Festivalgelände und zurück. In über 250 Fahrten pro Tag wurden beim OA Frauenfeld 2014 über 60 000 Personen gratis befördert.

Trotz der Vergünstigungen für die Anreise mit dem öV, bevorzugten viele Besucher die individuelle Anreise. Das relativ schwere Gepäck der Campingbesucher, das schlechte Wetter, mangelnde Zugverbindungen wie auch die Kosten spielten dabei eine Rolle. Vorallem Anreisende aus dem Ausland bevorzugten das Auto oder den Reisebus als Verkehrsmittel.



Abbildung 4 Anreise der Besucher 2014



	2014	2013
ÖV	46%	42%
Auto	48%	52%
Bus, Reiseкар	6%	6%

Zielvorgaben 2015

- Die Anreise mit dem ÖV und das Kombiticket der SBB soll noch besser kommuniziert werden.
- Die 50%-Grenze der Anreisenden mit ÖV soll 2015 endlich erreicht werden.
- Ausserdem wird eine Zusammenarbeit mit einer Car-Sharing Plattform angestrebt. Damit soll die Auslastung der Autos verbessert und somit die Umweltbelastung verringert werden.



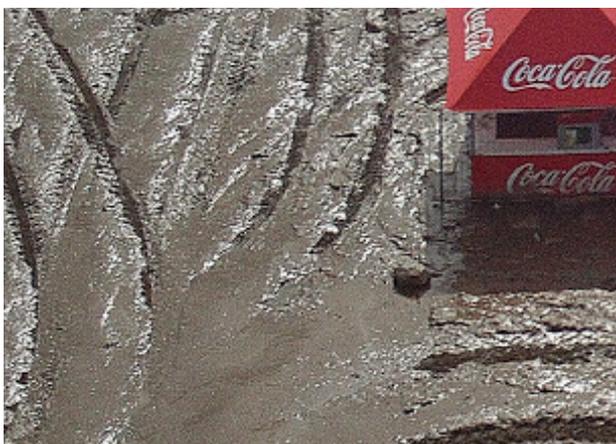
Natur und Landschaft

Das komplette Festivalgelände von 55 Hektaren befindet sich auf dem Bundesgelände der Armasuisse. In unmittelbarer Umgebung liegt das Naturschutzgebiet Allmend. Durch die Nähe des Geländes zum Fluss Thur wird dieser oft von Festivalbesuchern zum Schwimmen und Verweilen genutzt. Die negativen Einflüsse des Openair Frauenfelds auf die Umwelt gilt es zu ermitteln und zu reduzieren.

Das Areal wird heute als Schiessplatz und als Reitanlage mit einer 1500 Meter langen Rennbahn und einer Springanlage genutzt. Dies bedingt, dass unmittelbar nach dem Anlass, das Areal wieder benutzbar sein muss. Um dies bei den starken Regenfällen sicherzustellen, wurden im letzten Jahr 5000 zusätzliche Arbeitsstunden investiert.

Zusätzlich zum Glas- und Grillverbot auf dem Gelände war dadurch das Gelände bereits einen Monat nach dem Event vollständig wiederhergestellt. Es gab keine Reklamationen und keine Folgeschäden.

Der Einfluss des Anlasses auf das naheliegende Naturschutzgebiet wurde möglichst gering gehalten. Die Lärmbelastung und Luftverschmutzung konnte durch konkrete Absprachen mit der zuständigen Aufsichtskommission auf ein vertretbares Mass gesenkt werden. Die Besucher wurden verpflichtet die Verhaltensregeln für das Schutzgebiet einzuhalten. So konnte unter anderem eine Verschmutzung durch Littering vermieden werden.



1 Tag nach dem Event

Um die Thur vor Verschmutzung oder Übernutzungen anderer Art zu schützen, sind konkrete Massnahmen für den Uferbereich und den Zugangsweg beschlossen worden. Nebst einer Aufklärung der Besucher zum Verhalten im Wasser und Uferbereich, haben wir den Zugang signalisiert, mit Gittern gesichert und WC's aufgestellt. Dadurch wurde die Sicherheit der Besucher erhöht und der Schutz der Thur und des Auwaldes gesichert. Unterstützt werden diese Massnahmen durch regelmässige Kontrollen.

Zielvorgaben 2015

- Boden im Campingbereich besser vor Littering schützen.
- Zusammenarbeit mit der zuständigen Aufsichtskommission der Naturschutzzone aufrechterhalten.
- Sensibilisierung der Besucher für das Naturschutzgebiet Allmend erhöhen.



3 Monate später



Nachhaltigkeitsbericht Openair Frauenfeld 2014

DIE WIRTSCHAFT

Beschaffung & Verpflegung

Die Regionale Beschaffung liegt den Veranstaltern des Festivals Frauenfeld am Herzen, denn durch sie kann die lokale Wirtschaft positiv beeinflusst werden. Dies ist ein grosser Vorteil von vielen Menschen auf relativ kleinem Raum. Die Organisatoren sind bestrebt Güter und Dienstleistungen aus dem Umfeld von Frauenfeld einzukaufen und damit die regionale Wirtschaft zu stützen und zudem Emissionen durch Transporte zu vermindern.

Die Regionale Beschaffung ist uns ein grosses Anliegen. Wir verstehen darunter die Bestrebungen, Güter und Dienstleistungen regional einzukaufen und damit die regionale Wirtschaft zu stützen und zudem Emissionen durch Transporte zu vermindern. Unser Beschaffungsvolumen besteht zu 96,4% aus schweizerischen Produkten, welche wiederum zu 92,7% aus der umliegenden Region stammen. Wir achten ausserdem darauf, alle unsere Textilien und Papierprodukte nachhaltig und fair einzukaufen.

Beschaffungsvolumen:

- Anteil Lieferanten & Dienstleistern aus der Schweiz 96,4%
- Anteil Lieferanten & Dienstleistern aus der Region 92,7%

Prozentualer Anteil der Textilien mit Nachhaltigkeitslabel Textilien & Bekleidung:

- Anteil «Fair Trade» Textilien & Bekleidung 100%

Prozentualer Anteil des Papiers mit Nachhaltigkeitslabel Papier(produkte):

- Anteil Papier(produkte) mit Nachhaltigkeitslabel 100%

Rund 100 Leute wurden zu diesem Thema befragt und davon konnten 92 Interviews ausgewertet werden. Hier die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:

- Im Durchschnitt gaben die Leute CHF 262 – aus (ohne Ticket und Bahnfahrt).
- Die Leute, welche mit dem Auto anreisen, gaben 3x weniger in der Region aus, als diejenigen, die mit dem Zug kamen.
- Rund 50% der Ausgaben wurden auf dem Gelände ausgegeben, 20% ist die lokale Wertschöpfung.
- Die Migros, der Denner, Kioske und Dosenbach sind die Hauptgewinner.
- Dosenbach allein hat rund 1500 Stiefel in den paar Tagen verkauft!
- Juwelierläden, Apotheken und teure Kleiderläden profitieren kaum.

Verpflegung

Das Open Air Frauenfeld möchte seinen Besuchern die Möglichkeit geben, sich gesund mit Früchten und Gemüse zu ernähren und ein breites Angebot an vegetarischen, lokalen und saisonalen Verpflegungsmöglichkeiten anbieten.

Auf dem Campingplatz befindet sich eine Migros Filiale, wo zu den üblichen Preisen eingekauft werden kann und kostenloses Trinkwasser wird an verschiedensten Trinkwasserstellen auf dem ganzen Areal bereitgestellt.



Nachhaltigkeitsbericht Openair Frauenfeld 2014

DIE GESELLSCHAFT

Sicherheit und Gesundheit

Wie bei jedem Grossanlass spielt Sicherheit eine wesentliche Rolle für das Open Air Frauenfeld und das Sicherheitskonzept ist von zentraler Bedeutung. Wir verstehen unter diesem Konzept, alle Risiken in Verbindung mit der Organisation des Events professionell zu analysieren und geeignete Massnahmen zum Schutz zu treffen. Der Faktor Gesundheit verdeutlicht primär die Bereitschaft, die Risiken des Alkohol- und Tabakkonsums, sowie des Konsums von gesundheitsschädigenden Substanzen zu erkennen und Präventionsmassnahmen zu treffen.

Relevante Themen unseres Sicherheitskonzepts Notfallorganisation, Unwetter, Brandschutz, Geländesicherheit sowie die Sicherheit von Bauten, Installationen und Zelten. Ausserdem sollen Sanitätsmassnahmen immer präsent, und Krankenwagen oder Sanitäter stets vor Ort sein.

Die Medienmeldung der Kantonspolizei Thurgau zieht eine positive Bilanz und bezeichnet den Verlauf des Frauenfeld Festivals als ruhig und friedlich. Das mit ca. 150 000 Besuchern stark frequentierte Open Air konnte ohne Zwischenfälle abgehalten werden und es wurden keine Sexual- oder Gewaltdelikte angezeigt.

Die Feuerwehr Frauenfeld kam erfreulicherweise ausser bei Hilfeleistungen wegen Schlamm und Wasser nicht zum Einsatz. Die Sanität Thurgau zählte 952 Konsultationen, von denen 213 ärztlich behandelt werden mussten und 36 anschliessend ins Spital überwiesen wurden.

Lärmbelastung

Die Lärmemissionen zu überwachen und übermässige Lärmemissionen zu vermeiden ist uns als Open Air gegenüber der Bevölkerung von Frauenfeld ein Anliegen. Es ist unsere Bestrebung einen adäquaten Kompromiss für alle Beteiligten zu finden. Alle Musikanlagen werden digital überwacht und sind mit Dezibel-Limitern ausgestattet. Dieses Konzept greift seit Jahren und es gab auch 2014 keine Lärmklagen.

Datensicherheit

Datenschutz wird am Frauenfeld Open Air konsequent gewährleistet. Wir betreiben einen verantwortungsvollen und sicheren Umgang mit erfassten Daten und schützen die Privatsphäre aller Festivalbesucher.



Table 2**Anzahl leichte / schwerwiegende Vorfälle im Vergleich zum Vorjahr**

	2014	2013
leichte Verletzungen / gesundheitliche Vorfälle	213 Vorfälle	208 Vorfälle
in % pro Teilnehmer	0,142%	0,16%
schwerwiegende gesundheitliche Vorfälle	36 Vorfälle	39 Vorfälle
in % pro Teilnehmer	0,024%	0,03%



Kulturelle Vielfalt

Musik ist ebenso international wie ihr Publikum und das Line Up des Festivals lässt Besucher aus aller Welt anreisen. Kulturelle Vielfalt wird beim Frauenfeld Open Air geschätzt und ist ein Bedürfnis bei den Festivalbesuchern. Das First Event AG vertritt die klare Stellungnahme, dass alle Arten von Diskriminierung aufgrund des Geschlechts, der Hautfarbe, Religion, Nationalität oder sexuellen Orientierung so gut als möglich unterbunden werden und dass auf die Vielfalt der Kulturen auf allen Ebenen (Organisation, Freiwillige, Teilnehmende, etc.) geachtet wird.

Das Frauenfeld Open Air verzeichnet als grösstes Hip Hop Festival Europas eine hohe und gleichzeitig zunehmende Kulturelle Vielfalt. Diskriminierung wird durch konkrete Massnahmen verringert. Es werden beispielsweise keine homophoben, rechtsradikalen oder frauenfeindlichen Künstler eingeladen. 2014 nahmen Leute aus insgesamt 36 verschiedenen Nationen teil, im Vorjahr waren es noch 30. 2013 besuchten das Open Air jedoch auch deutlich weniger Personen (insgesamt 36 000). Die meisten der insgesamt 45 000 Festivalbesucher in diesem Jahr, also 83%, kamen aus der Schweiz. Gefolgt von den Nachbarländern Deutschland mit 11%, Österreich mit 3% und Frankreich mit zirka 1% der Gäste.

Tabelle 3
Herkunft Festivalbesucher
im Vergleich zum Vorjahr

	2014	2013
Schweiz	83%	85%
Deutschland	11%	9,5%
Österreich	3%	3%
Frankreich	1%	1%
Andere	2%	2%



Behindertenfreundlichkeit

Unter dem Thema Behindertenfreundlichkeit verstehen wir die freie Bewegbarkeit zu allen relevanten Einrichtungen unseres Geländes für in der Mobilität eingeschränkte Personen. Verpflegung, Toiletten und die Shows sollen für alle zugänglich sein.

Das Festivalgelände und Zeltplatz des Open Air Frauenfelds sind grundsätzlich rollstuhlgängig.

Natürliche Hindernisse können mit Rampen umgangen werden und die An- und Abreise für Betroffene ist durch Behindertenparkplätze, Pick-up Stationen und weiteren erforderlichen Anlagen organisiert. Eine Ausnahme ist der Premium Bereich, welcher nur teilweise rollstuhlgängig ist. Es stehen Behinderten-Toiletten zur Verfügung und dank der Schweizerischen Stiftung für das cerebrally gelähmte Kind «Cerebral» können wir ein rollstuhlgängiges Podest mit Sicht auf die Bühne bereitstellen.

Die aktive Involvierung von Behinderten als Arbeitskräfte / Helfer haben wir bis heute nicht betrieben, doch es ist uns ein Anliegen mit unseren Massnahmen zur Behindertenfreundlichkeit allen Besuchern ein einzigartiges Showerlebnis garantieren zu können.



Fazit - Vorbote anstatt Verbote

Wie nachhaltig ist das Openair Frauenfeld? Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht – dem ersten für uns – wollen wir diese Frage klar, anhand der internationalen Richtlinien von GRI, beantworten. Er zeigt, dass 2014 schon relativ viel unternommen wurde, um das Festival nachhaltiger zu machen. Er zeigt aber auch Schwächen auf, welche wir 2015 unbedingt anpacken wollen – vor allem im Abfallmanagement.

Die Relevanzanalyse des Openairs Frauenfeld 2014 hat gezeigt, dass für die Behörden Sicherheit und Gesundheit sowie Abfall die wichtigsten Themen sind. Die Sponsoren hatten ähnliche Prioritäten wobei der Zugang für Behinderte auch hervorgehoben wurde. Naturgemäss liegen die Hauptanliegen der Gäste etwas anders: Auch sie wünschen sich ein «sicheres» Openair. Vor allem werden aber eine gesunde und nachhaltige Verpflegung sowie die kulturelle Vielfalt geschätzt. Dass für die Fans der Lärm ein kleineres Problem darstellt; wen überrascht's?

Wer jetzt schlussfolgern würde, dass unsere Fans Nachhaltigkeits-Ignoranten sind, irrt aber gewaltig! Auf unseren Facebook-Aufruf gaben innert einer Woche über 743 Personen ihre Bewertung zur Nachhaltigkeit ab. Abfall ist zwar nicht das Topthema, aber doch sehr wichtig (Wert 3,94 auf einer Skala von 1 bis 5). 99 Personen gaben Kommentare und Empfehlungen zum Abfallmanagement ab. Erstaunlich für diejenigen, welche die heutige Jugend schon als verantwortungslos abgeschrieben haben.

Das Frauenfeld Festival ist ein Festival für alle. Wir wollen die Anliegen unseres Zielpublikums, und das sind vor allem Jugendliche zwischen 16 und 25 Jahren, ernstnehmen.

Nicht durch mehr Verbote wollen wir den Herausforderungen der Zeit gerecht werden, sondern durch Massnahmen, welche auch Anreize schaffen, sich nachhaltiger zu verhalten. Das Depotsystem für Getränkebecher wurde 2014 erfolgreich weitergeführt.

Die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr wurde dank dem RailAway Kombiticket rege genutzt. Das wirkte sich auf die lokale Wertschöpfung positiv aus: Anreisende mit öV gaben in den Geschäften der Region rund dreimal mehr aus als motorisierte Besucher!

Auch 2015 setzen wir auf positive Anreize, um das Festival nachhaltiger zu machen. «Recycle & Win» und «Love your Tent» heissen zwei Initiativen, mit denen wir den Abfallberg auf den Campingplätzen bekämpfen wollen. Die Fans, und dieses mal auch die Medien, können gespannt auf unseren Einfallsreichtum nachhaltiger zu werden!

2015 führen wir die bestehenden Massnahmen, welche bisher erfolgreich waren, weiter. Sie fliessen ein in eine umfassendere Nachhaltigkeitsstrategie mit klaren Prioritäten und einem laufenden Monitoring.

Durch die stetige Verbesserung unseres Nachhaltigkeitsausweises soll das Openair Frauenfeld Zeichen setzen für eine bessere Zukunft. Das Openair Frauenfeld soll ein Vorbild sein für Jugendliche. Nachhaltigkeit ist nicht out, Nachhaltigkeit ist Hip-Hop!

GRI-Index

Allgemeine Standardangaben

Strategie und Analyse		Seite	Externe Prüfung
G4-1	Mitteilung des höchsten Entscheidungsträgers	S. 2	–
Organisationsprofil		Seite	Externe Prüfung
G4-3	Name der Organisation	S. 5	–
G4-4	Brand, Produkte und Services der Organisation	S. 5	–
G4-5	Hauptsitz der Organisation	S. 5	–
G4-6	Länder, in denen die Organisation arbeitet	S. 5	–
G4-7	Eigentumsverhältnisse und die Rechtsform	S. 5	–
G4-8	Belieferte Märkte	S. 5	–
G4-9	Größe der Organisation	S. 5/6	–
G4-10	Gesamtanzahl Beschäftigte	S. 5	–
G4-11	Kollektivvereinbarung der Mitarbeitenden	Keine	–
G4-12	Die wichtigsten Lieferanten (-gruppen)	S. 16	–
G4-13	Veränderungen in der Organisation im Berichtszeitraum	S. 5	–
G4-14	Wie wird das Vorsorgeprinzip berücksichtigt?	S. 5/7	–
G4-15	Nachhaltigkeits-Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen der Organisation	S. 5/6	–
G4-16	Mitgliedschaften in einem Verband bzw. in nationaler / internationaler Interessenvertretung	S. 5	–
Ermittelte Kernthemen / Grenzen		Seite / Kommentar	Externe Prüfung
G4-17	Alle Unternehmen, die im Jahresabschluss aufgeführt sind	S. 5	–
G4-18	Verfahren zur Bestimmung der Berichtsinhalte und Umsetzung	S. 7	–
G4-19	Wesentliches, das im Prozess der Berichtsinhalte ermittelt wurde	S. 7/8	–
G4-20	Liste der wesentlichen Aspekte innerhalb Organisation	S. 8	–
G4-21	Liste der wesentlichen Aspekte ausserhalb Organisation	S. 8	–
G4-22	Neudarstellungen dieses Berichts im Vergleich zu früheren Berichten	Erster GRI-Bericht	–
G4-23	Änderungen im Umfang des Berichts im Vergleich zu früheren Berichten	Erster GRI-Bericht	–
Einbindung von Stakeholdern		Seite	Externe Prüfung
G4-24	Welche Stakeholder wurden involviert?	S. 7	–
G4-25	Wie wurden die Stakeholder ausgewählt?	S. 7	–
G4-26	Wie wurden die Stakeholder involviert?	S. 7/8	–
G4-27	Welche Themen und Anliegen kamen durch die Einbindung der Stakeholder auf?	S. 8	–
Berichtsprofil		Seite / Kommentar	Externe Prüfung
G4-28	Auf welchen Zeitraum bezieht sich der Bericht?	S. 7	–
G4-29	Letzte Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts	Erster GRI-Bericht	–
G4-30	Berichtszyklus	S. 8	–
G4-31	Verantwortlicher für Fragen zum Bericht	S. 25	–
G4-32	„In Übereinstimmung“-Option und Referenz zum externen Prüfungsbericht	S. 8/26	–
G4-33	Verfahrensweise hinsichtlich der externen Prüfung des Berichts	S. 8	–
Organisation / Führung		Seite	Externe Prüfung
G4-34	Führungsstruktur	S. 5	–
Ethik und Integrität		Seite	Externe Prüfung
G4-56	Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards	S. 5/6	–

Spezifische Standardangaben

Kernthemen	Strategie (Managementansatz) und Indikatoren		Auslassungen	Externe Prüfung
Abfall	Strategie	S. 10/11	–	–
Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	EN23	S. 10	–	–
Transport	Strategie	S. 12	–	–
Modalsplit	EO2	S. 13	–	–
Beschwerdeverfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte	Strategie	S. 14	–	–
Anzahl der Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen	EN34	S. 14	–	–
Beschaffung	Strategie	S. 16	–	–
Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten	EC9	S. 16	–	–
Kundengesundheit und Sicherheit	Strategie	S. 18	–	–
Anzahl und Art der Verletzungen, Todesfälle und andere Vorfälle der Teilnehmenden	EO7	S. 19	–	–
Inklusion	Strategie	S. 21	–	–
Initiativen für einen behindertengerechten Zugang	EO6	S. 21	–	–
Lokales Umfeld	Strategie	S. 10/14/18	–	–
Lärmbelastung & Littering	SO2	S. 10/14/18	–	–

Impressum

Frauenfeld, April 2015

Herausgeber

First Event AG

Zürcherstrasse 305
8500 Frauenfeld

Kontakt

Openair Frauenfeld

René Götz

T +41 (0) 52 723 05 50

rene.goetz@openair-frauenfeld.ch

Beratung / Management / Texte

Schwery Consulting

www.schwery.com

Gestaltung / Design

Alena Schwery

In Zusammenarbeit mit

Migros Genossenschafts-Bund

Druck

FLYERKING Print & More

© 2014 Openair Frauenfeld

NACHHALTIGE EVENTS

Ein Teil von

GENERATION **M**

Die **Migros** unterstützt jährlich ausgewählte Veranstalter bei der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts nach internationalen Standards.

Mehr auf nachhaltige-events.ch