



Strategien für eine nachhaltige Festivalkultur

Nachhaltigkeitsbericht 2012

**Marketing &
MedienKooperationen**
Michaela Kienleitner
Tel: 0650 / 303 47 61
marketing@diagonale.at

**Sponsoring &
MedienKooperationen**
Brigitte Bidovec
Tel: 0664 / 834 28 33
brigitte.bidovec@diagonale.at

Diagonale

Liebe Freunde und Freundinnen der Diagonale!

Nachdem die Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit derzeit auf internationaler Ebene weit geringer ausfallen als erhofft und jedes internationale Abkommen aufgrund verschiedener Interessen und nicht zuletzt aufgrund der weltweiten Wirtschaftskrise stets geringer auszufallen scheinen, als geplant, wird es umso wichtiger, das Handeln nicht nur den großen Akteuren, wie Staaten und Internationalen Organisationen zu überlassen, sondern täglich aufs Neue selbst tätig zu werden – und sich auf dieser Ebene zusammenzuschließen. Das mindert die Verantwortung der Staatengemeinschaft keineswegs, sondern betont lediglich die ebensolche Verantwortung des und der Einzelnen, egal ob privat oder beruflich.

Die Diagonale verfolgt dieses Ziel seit dem Jahr 2010 mit viel Leidenschaft ihrer Mitarbeiter/innen und zahlreicher Partner/innen. Damals noch ein Pilotprojekt zur Green Responsibility, das die **Diagonale als erstes Green Event im österreichischen Festivalbetrieb** platzierte, gehören das Handeln im nachhaltigen Sinne und das Nachdenken über immer größere Ausweitung des Projektes längst selbstverständlich zu unserer Festivalorganisation. Viel davon passiert im alltäglich Kleinen und wird nach außen hin nicht sichtbar. Das beginnt beim konsequenten Ausschalten von Licht und Computern, beim doppelseitigen Papierausdruck für in- und externe Verwendung, beim Einsatz ökologischer Putzmittel sowie fair gehandeltem Kaffee und geht bis zur Verwendung von ÖBB, Fahrrädern und öffentlichen Verkehrsmitteln. Ein weiterer Aspekt, der zum sozial und ökologisch verantwortlichen Agieren gehört, sind faire Arbeitsbedingungen für die Diagonale-Mitarbeiter/innen – eine Maßnahme, die gerade im Kulturbereich nicht immer selbstverständlich ist.

All diese Beiträge und vieles mehr können wir in keinem Bericht festhalten; darauf hinzuweisen, dass es diese **kleinen Schritte sind, die etwas ändern**, ist uns allerdings ein Anliegen. Umso lieber erzählen wir von jenen Handlungen, die sichtbarer sind und die wir zum Teil gemeinsam mit unseren Sponsoren und Partner/innen umsetzen können.

Mit diesem Bericht, dem zweiten für die Diagonale, **bekennen wir uns zu verantwortungsbewusstem Handeln im Sinne ökologischer, sozialer und ökonomischer Nachhaltigkeit**. Unser herzliches Dankeschön gilt all jenen, die uns dabei mit viel Engagement unterstützen; das sind einerseits unsere Kooperationspartner/innen und Sponsoren sowie die Mitarbeiter/innen der Diagonale.

Der vorliegende Bericht beinhaltet die Aktivitäten von Mai 2011 bis Mai 2012.
In der Hoffnung auf Nachahmung und auf weitere Kooperationen im Sinne der Nachhaltigkeit,

das Diagonale-Team

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Diagonale – Festival des österreichischen Films	4
Von der Marketingstrategie zum umfassenden Umdenken	5
DIAGONALE GOES GREEN – Das zweite Jahr	6
Die Ziele für das Jahr 2012 und deren Umsetzung	8
Entwicklung neuer innovativer Formate	8
Nachhaltige Marketingprodukte in Kooperation mit Kreativen	9
Neue Partner/innen und Projektspensoren	10
Positive Nachahmung und Kooperationen für Nachhaltigkeit	11
Maßnahmen und Projekte	12
Kommunikation und öffentliche Wahrnehmung	16
Personalaufwand	17
Pläne und mittelfristige Ziele für die Zukunft	17

Diagonale – Festival des österreichischen Films



Die Diagonale – Festival des österreichischen Films versteht sich als Forum für die Präsentation und Diskussion österreichischer Filmproduktionen. Ziel und Aufgabe der Diagonale ist die differenzierte, vielschichtige und kritische Auseinandersetzung mit dem heimischen Kino sowie dieses Filmschaffen stärker in die mediale Aufmerksamkeit und damit in den öffentlichen Diskurs zu rücken. Dementsprechend stehen die Filmemacher/innen und ihre Arbeiten im Zentrum des Festivals, das mit seiner akzentuierten Programmauswahl eine einzigartige Möglichkeit bietet, das österreichische Filmschaffen in seiner ganzen Vielfalt kennen zu lernen, aktuellen künstlerischen Tendenzen nachzuspüren und so manche filmische (Wieder-)Entdeckung zu machen.

Das Jahr 2012 begann für die Diagonale mit einem erfreulichen kleinen Jubiläum. Seit 1998 ist das Festival in Graz angesiedelt, sodass in diesem Jahr die 15. Diagonale in der steirischen Landeshauptstadt gefeiert werden konnte.

Sechs Festivaltage, 131 Filme und Videos im Rahmen von 120 Kinovorstellungen (davon 39 Uraufführungen und 15 Österreich-Premieren), rund 100 anwesende Regisseurinnen und Regisseure – das sind nur einige der Zahlen rund um die Diagonale. Einmal mehr durften wir uns über steigenden Publikumszuspruch und ein großes Medienecho freuen. An die 24.000 Besucher/innen konnten bei der Diagonale 2012 registriert werden, rund 1.300 Akkreditierte aus dem In- und Ausland waren zu Gast.

Laut einer aktuellen Publikumsbefragung gehören 65 Prozent der befragten Festivalbesucher/innen der Altersgruppe der 21- bis 35-Jährigen an, 21 Prozent der Befragten sind 36 bis 50 Jahre alt. Auch das Bildungsniveau unter den befragten Personen ist hoch: 42 Prozent der Diagonale-Besucher/innen haben Matura, 51 Prozent einen Universitäts- oder FH-Abschluss.

Zu den Branchengästen zählen Produzent/innen, Regisseur/innen, Darsteller/innen, Expert/innen für Film und Fernsehen, Journalist/innen, Festivalleiter/innen aus verschiedenen Ländern.

Ein Teil des Erfolges der Diagonale besteht darin, dass sowohl das Film- als auch das Rahmenprogramm konkret durchaus aktuelle soziale und politische Diskurse widerspiegeln und kommentieren. Immer wieder wird insbesondere der österreichische Dokumentarfilm gerade auch für diesen Diskurs gelobt. Die Diagonale zeigt, dass sich diese Diskussionsbereitschaft quer durch alle Genres und Filmgeschichten zieht. Es wird von Minderheiten erzählt, von historischer Aufarbeitung, von sozialen Problemen. Diese ständige Auseinandersetzung führte im Laufe der Jahre direkt zu einem Nachdenken über die eigene Rolle in der Gesellschaft als Kulturveranstaltung.

Das Ergebnis war DIAGONALE GOES GREEN.

Von der Marketingstrategie zum umfassenden Umdenken

Ein klassischer Zwiespalt für ein Festival abseits der Herausforderungen um Finanzen und Programm ist die Erwartung der Sponsor/innen aber auch des Publikums, eine Vielfalt von kleinen Geschenken, sogenannte Gimmicks/Give-aways, bereitstellen zu können bzw. solche zu erhalten. Gleichzeitig agieren auch die Produktionsfirmen und Filmemacher/innen in diesem Sinne und setzen immer mehr auf Postkarten, Plakate und ebensolche Give-aways, um in der Vielfalt an Filmproduktionen und Diskursveranstaltungen aufzufallen. Auch für die Festivals selbst bedeuten die kleinen Marketinggeschenke eine notwendige zusätzliche Werbemöglichkeit. Parallel dazu ist allen Beteiligten bewusst, dass dadurch ständig mehr potentieller Müll produziert wird, der gleich mehrfach Ressourcen verschlingt – in der Produktion, Lieferung und schließlich wiederum in der Entsorgung.

Noch bis vor wenigen Jahren gab es bei Veranstaltungen im Kulturbereich wenig ökologisches Bewusstsein. Genau darin sahen einige Mitarbeiter/innen der Diagonale, allen voran Michaela Kienleitner (Diagonale-Marketing) und mit ihr Brigitte Bidovec (Diagonale-Sponsoring und Protokoll) eine besondere Herausforderung. Sehr bald wurde klar, dass aus den zunächst angedachten ökologischen Maßnahmen im Bereich Marketing ein Gesamtkonzept entstehen sollte.



© Diagonale/Martin Stelzl

So beschloss die Diagonale in der Folge als erstes österreichisches Filmfestival unter dem Namen DIAGONALE GOES GREEN ein Pilotprojekt der Green Responsibility, das mit dem Festival 2011 (22. – 27. März 2011) bzw. schon im Vorfeld mit den Festivalvorbereitungen begann und seitdem konsequent weitergeführt wird. Ein Pilotversuch war das in mehrfacher Hinsicht, denn nicht nur ging es darum, das gesamte Team mit allen Abteilungen davon zu überzeugen, genau zu prüfen, wie Ressourcen gespart und geschont, Müll vermieden und/oder wiederverwertet werden könnten. Darüber hinaus war es auch wesentlich, das Festival selbst so zu gestalten, dass die Kriterien der Nachhaltigkeit eingehalten werden. Dazu gehören nicht nur ökologische Aspekte. Auch CSR (Corporate Social Responsibility) ist uns ein Anliegen. Größtmögliche Fairness bei Mitarbeiter/innenverträgen ist bei der Diagonale schon seit Langem selbstverständlicher Teil der Unternehmenskultur. Dieses Engagement für faire und soziale Arbeitsbedingungen sowie Entlohnung ändert

sich auch in Zeiten schwierigerer ökonomischer Bedingungen nicht. Ganz im Gegenteil: Es ist uns wichtig, die Bedingungen für Kulturarbeiter/innen immer wieder zu thematisieren und für Verbesserungen einzutreten.

Nach der erfolgreichen internen Überzeugungsarbeit für DIAGONALE GOES GREEN im Herbst 2010 folgte der nächste Schritt: Schon im ersten Anlauf sollten möglichst viele Sponsoren und Unterstützer/innen sowie Partner/innen der Diagonale motiviert werden, sich dem Green Event anzuschließen und die Diagonale dadurch erst wirklich zu einem solchen werden zu lassen. Erfreulicherweise stieß dieses Anliegen auf großes Interesse nicht nur mitzumachen, sondern darüber hinaus auch selbst den Umstieg auf ressourcenschonende und umweltgerechte Produktgestaltung sowie Müllvermeidung zu wagen.

Im Wissen um die Komplexität der Thematik suchte sich die Diagonale professionelle Partner für die Umstellung. Das Ökologieinstitut (www.ecology.at) erwies sich als kompetenter Consulting-Partner, der zudem über ein gutes Netzwerk an Fachbetrieben, die in ihrer Produktion auf Nachhaltigkeit und „grüne Verantwortung“ Wert legen, verfügt.

Seit der Diagonale 2011 zieht sich das Konzept der Green Responsibility wie ein roter Faden durch alle Marketingaktivitäten, die Veranstaltungen sowie die Organisation der Diagonale und positioniert das Festival des österreichischen Films damit als eines der ersten kulturellen „Green Event Austria“. Was im Rahmen von Marketingmaßnahmen begann und zunächst darauf beschränkt war, zieht sich inzwischen durch das gesamte Festival und zeigt sich in einer großen Vielfalt an Aktionen.

DIAGONALE GOES GREEN – Das zweite Jahr

Der Beginn eines Strategiewandels wird meist von einem großen Energieschub und Enthusiasmus begleitet. Die Fortsetzung gestaltet sich zuweilen schwieriger. Bei DIAGONALE GOES GREEN konnten wir mit Freude das Gegenteil feststellen – die Begeisterung war ansteckend.

So konnte sich die ökologische Verantwortung sowohl beim Festival 2011 als auch 2012 in sämtlichen Werbeauftritten der Diagonale widerspiegeln:

Drucksorten und sinnvoll (wieder-)verwendbare Give-aways wurden beinahe ausschließlich bei regionalen/österreichischen Produzent/innen in Auftrag gegeben und aus Naturprodukten oder aus Recycling-Materialien hergestellt. Produkte, die diesen Nachhaltigkeitskriterien nicht entsprechen, werden inzwischen auch von Partner/innen nicht mehr zur Verteilung angenommen.

In Zeiten sinkender öffentlicher Mittel wird es immer wichtiger, kreative alternative Wege, unter anderem im Sponsoringbereich, zu gehen. Das Projekt DIAGONALE GOES GREEN bietet eine Gelegenheit, neue Sponsoren und Partner/innen anzusprechen sowie Inserate von Umwelt- und Nachhaltigkeitsorganisationen zu lukrieren. So wird das Nachhaltigkeitskonzept stets umfassender gestaltet und schließt mit zunehmenden Maßnahmen auch die Verantwortung der Diagonale-Partner/innen ein, die mit großer Überzeugung mitmachen.



© Diagonale/Alexi Pelekanos

Die vielzähligen (Rahmen-)Veranstaltungen der Diagonale eröffnen die verschiedensten Möglichkeiten auf Nachhaltigkeit zu achten, etwa wenn es um das Catering geht. So setzen wir auf weitgehend biologische Produkte aus der Region. Insbesondere in diesem Bereich wurde beim Festival 2012 eine noch intensivere Durchsetzung des Nachhaltigkeitsprinzips angestrebt und umgesetzt. Hohe Qualität war dabei ein wichtiges Stichwort. BIO-Steirer-WEIN ergänzte die regionalen Bio-Produkte auf erlesene Weise.

In Kooperation mit der Weitzer-Gruppe und mit Unterstützung von ecoversum gelang es zudem, das beliebte Diagonale-Branchentreffen im Jahr 2012 im Hotel Weitzer offiziell als **Green Meeting Austria** zu zertifizieren.

Ebenso wurde und wird in der Gestaltung der Diagonale-eigenen Medien auf **innovatives Ecodesign** gesetzt. Materialbeschaffenheit und Design bilden dabei zwei wichtige Anknüpfungspunkte. Auch hier wird Firmen mit anerkannten **Recycling- und Umweltgütesiegeln** der Vorzug gegeben.

Die nachhaltigkeitsverträgliche Produktion wird auf der anderen Seite ergänzt vom schonungsvollen Umgang mit Ressourcen und mit konsequenter **Müllvermeidung** bzw. sofern nicht ganz möglich, **Müllreduktion**. Das bedeutet eine sehr genaue Kalkulation von Drucksorten und Give-aways sowie eine Umsetzung des Catering mit grundsätzlichem Verzicht auf Wegwerfgeschirr und Plastikflaschen.

Als weiteres unverzichtbares Element der Green Responsibility gilt die **sanfte Mobilität**, um die notwendige CO₂-Reduktion zu schaffen. Für eine diesbezügliche Umsetzung werden die Besucher/innen und Mitwirkenden der Diagonale eingeladen, ihren ganz persönlichen Beitrag zu leisten, u. a. was die **individuelle Anreise** zum Festival betrifft. So war es auch bei der Diagonale 2012 für Festivalbesucher/innen wieder möglich, die An- und Abreise kostengünstig und ökologisch sinnvoll mit dem Zug (EVENTticket der ÖBB) zu organisieren und für Fahrten innerhalb von Graz wurde intensiv auf die öffentlichen Verkehrsmittel (Holding Graz Linien) hingewiesen. Erstmals wurden für Transportwege sowie Gäste- und Produktionsfahrten E-Fahrzeuge von Renault verwendet.



© Diagonale/Alexi Pelekanos

Die Diagonale-Fahrräder, die wieder vom Verein Rebikel zur Verfügung gestellt bzw. verliehen wurden, sind bereits seit Jahren bekannt und begehrt. 2012 gab es sie im erneuerten Design und für die Branche auch als Leihräder via Mangolds – Restaurant & Catering.

Inzwischen lädt auch die **Diagonale-Lufttankstelle**, die kurz nach dem Festival 2011 mit Hilfe der GRAWE und der Stadt Graz aufgestellt wurde, nicht nur während der Diagonale, sondern das ganze Jahr über dazu ein, auf das Fahrrad umzusteigen und so die Wege zwischen den (Festival-)Kinos und sonstige Fahrten klimafreundlich zu verkürzen.

Die Ziele für das Jahr 2012 und deren Umsetzung

Entwicklung neuer innovativer Formate

Nachhaltigkeit verlangt ein Umdenken in allen Aspekten eines Festivals. Gerade bei Marketingkooperationen werden neue Denkweisen notwendig. Anstelle nicht nachhaltiger Give-aways werden daher für die Diagonale gemeinsam mit den Sponsoren ständig neue und innovative Formate entwickelt: Ein Beispiel dafür ist der mit der Holding Graz entstandene Videospot als künstlerisch gestalteter Werbefilm (Umsetzung: Mezzotinto, eine Firma von Studierenden des Diagonale-Partners FH Graz). Das Ergebnis wurde zur klassischen Win-Win-Situation: Vermeidung von Wegwerfartikeln, Beauftragung von jungen Filmemacher/innen für ein sinnvolles und dem Festival entsprechendes Ergebnis, Nutzung desselben in den Straßenbahnen der Holding Linien.

Schon im Jahr 2011 verzichtete die Diagonale auf die beliebten Standard.at-Kugelschreiber aus Plastik, 2012 gelang als Marketingersatz gemeinsam eine ganz andere und neue Form der Kooperation: gegenseitige Mixed-Media-Bewerbung, die u.a. auch die Promotion der von Okto aufgezeichneten Videointerviews mit Diagonale-Filmemacher/innen im Online-Standard beinhaltet.

Nachhaltige Marketingprodukte in Kooperation mit Kreativen

Ein ganz anderer Weg wurde mit der Realisierung einer Stofftasche von earth positive eingeschlagen: Was einst als Jutetasche zum Kultobjekt geriet, wurde mit einem hochwertigen, ökologisch produzierten Stoff und künstlerischem Design von Sofie Thorsen (Regisseurin des Trailers der Diagonale 2012 und Künstlerin der Kooperationsausstellung Schnitt A-A' im Kunsthaus Graz) zum ästhetisch aufgewerteten Nachfolgeobjekt. Für die Produktion der Taschen konnte Vega Nova gewonnen werden.

Das Design der Diagonale-T-Shirts wurde 2012 in Kooperation mit dem Betalab in einem internen Wettbewerb unter jungen Designer/innen kreiert, realisiert wurde der Entwurf von Florian Offner. Auch hier legten wir besonderen Wert auf fair hergestellte nachhaltige Stoffe: Das Herren-T-Shirt wurde von earth positive, aus 100% Bio-Baumwolle und CO₂ neutral hergestellt, das Damen-T-Shirt wiederum wurde als Fairwear zertifiziert und bestand aus einem Gemisch aus Biobaumwolle und Viscose Bambus.

Die Grazer Kreativfirma Magbagrag® stellte eigens für die Diagonale 2012 Umhängetaschen und Hüllen für Macbooks sowie iPhone sleeves im Design von Sofie Thorsens Entwurf bzw. im Design der Diagonale-T-Shirts her. Als Material dieser Taschen und Hüllen wurde wasser- und reißfestes Papier verwendet, wobei darin bereits 25% recyceltes Material verarbeitet war. Der Herstellungsabfall wiederum wurde wiederverwertet, die Herstellung selbst benötigte weniger Energie, als für normales Papier nötig ist, und die Taschen sind zudem recycelbar sowie ph-neutral.

Um die Nachhaltigkeitsstrategie DIAGONALE GOES GREEN abzurunden, wurde darüber hinaus auf sanfte Mobilität geachtet. So war es erklärtes Ziel, mehr öffentliches Bewusstsein für die notwendige CO₂-Reduktion zu schaffen. Auch die Besucher/innen und Mitwirkenden der Diagonale wurden deshalb eingeladen, ihren persönlichen Beitrag zu leisten, etwa im Zuge der individuellen Anreise zum Festival. Bewusst wurde auf die Reisemöglichkeiten mit dem Zug (mit dem EVENTticket der ÖBB) und innerhalb von Graz mit den öffentlichen Verkehrsmitteln (Holding Graz Linien) hingewiesen. Auch die Diagonale-Fahrräder, die von der Firma Rebikel zur Verfügung gestellt bzw. verliehen wurden, wurden verstärkt beworben. Dasselbe gilt für die oben erwähnte Diagonale-Lufttankstelle.

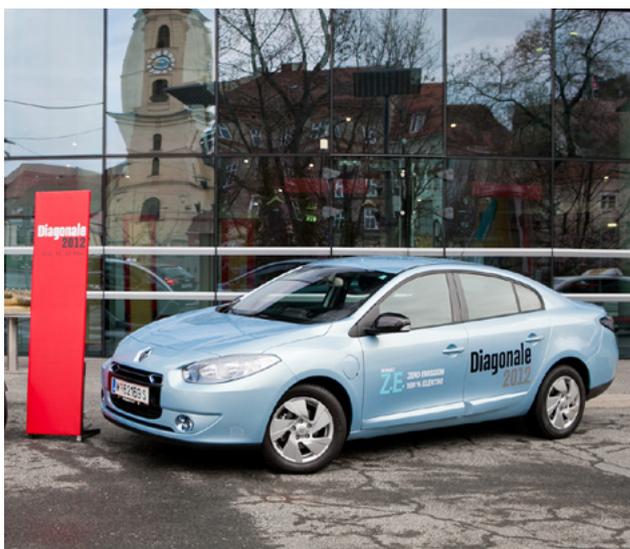


Neue Partner/innen und Projektspensoren

Der Erfolg des Pilotprojektes im Jahr 2011 führte dazu, dass es im Folgejahr leichter wurde, neue Betriebe und Institutionen anzusprechen, um sich zu beteiligen; etwa bei der sanften Mobilität. Diesbezüglich konnten neue Partner/innen für die E-Mobility gefunden werden: Renault und Energie Graz.

Auch für die nachhaltig produzierten Give-aways konnten neue Kooperationen geschlossen werden so etwa mit einigen Cateringfirmen (u. a. Bio Bio Teichwirtschaft Gut Hornegg, Bio Hofkäserei Deutschmann und Messner Fleisch- und Wurstwaren), die das Diagonale-Rahmenprogramm kulinarisch aufwerteten.

Gleich zwei neue Projektspensoren für DIAGONALE GOES GREEN konnten mit Gaulhofer Fenster und Türen und Holding Graz gewonnen werden. Dies ist umso erfreulicher, als dies mit der internen Entwicklung dieser beiden Unternehmen Hand in Hand geht und damit ein Multiplikatoreffekt erreicht wird: Im Familienbetrieb Gaulhofer wird größter Wert auf nachhaltige Produktion sowie CSR gelegt und bei der Holding Graz sind die unter dieser Dachmarke vereinten Service-Unternehmungen per se der Nachhaltigkeit verpflichtet, etwa dem sanften Verkehr, der Wasserwirtschaft, der Abfallwirtschaft, der erneuerbaren Energie (z. B. neue Photovoltaikanlage am Flughafen Graz).



© Diagonale/Daniel Hermes



© Diagonale/Alexi Pelekanos



© Diagonale/Daniel Hermes

Positive Nachahmung und Kooperationen für Nachhaltigkeit

Eines der Ziele von DIAGONALE GOES GREEN ist es, möglichst viele Nachahmer/innen zu gewinnen – ganz im Bewusstsein, dass der Klimawandel nur gemeinsam gestoppt oder zumindest verlangsamt werden kann. War die Diagonale in diesem Bereich das erste österreichische Filmfestival, haben inzwischen auch andere Festivals Nachhaltigkeit zum thematischen Festivalinhalt (der steirische herbst im Jahr 2012) erhoben oder als unverzichtbaren Kontext definiert (REGIONALE12); das Internationale Jugend Medien Festival YOUKI wurde für seine diesbezüglichen Bemühungen auch ausgezeichnet. Besonders freut uns dabei die Kooperation und Kommunikation dieser Institutionen mit der Diagonale, die es uns allen ermöglicht, immer wieder neue Ideen und Erfahrungen auszutauschen.

Im Zuge der Umsetzung stellten sich überraschend auch ökonomisch positive Effekte ein. Der Umstieg von Massenartikeln aus anderen Kontinenten auf Produkte, die in der Region, zumindest aber in Europa produziert werden, ist zwar kostenintensiver als die Billigproduktion, doch qualitativ hochwertiger und bei Einrechnung aller nachhaltigkeitsrelevanten Kriterien wesentlich sinnvoller. Und auch das kann zur ganz persönlichen Nachahmung anregen: Es gibt zahllose kleine Firmen, die kreative und schöne Give-aways produzieren. Die Ideen werden unseren Sponsoren und uns daher noch lange nicht ausgehen ...

Maßnahmen und Projekte

Die folgende Übersicht zeigt einige der umgesetzten Maßnahmen und die dadurch entstandenen Einsparungen im Sinne der Green Responsibility. Was im ersten Jahr von DIAGONALE GOES GREEN erfolgreich begonnen hatte, konnte fortgesetzt werden. Wir sind stolz darauf, dass wir diese Maßnahmen erfolgreich weiter ausbauen konnten.

Die Aktivitäten des Jahres 2012 und ihre positiven ökologischen Folgen

Einsatz von Mehrweg-Glasflaschen statt Plastikflaschen.

2.400 Stk. Glasflaschen zu je einem Liter und 7.100 Glasflaschen à 0,33l ersetzen dieselbe Menge an Plastikflaschen.

Mehrweggeschirr statt Wegwerfgeschirr.

Bei den beiden größten Veranstaltungen der Diagonale, der Eröffnung (1.100 Besucher/innen) und der Preisverleihung (600 Personen) wurde auch in diesem Jahr wieder auf Wegwerfgeschirr für Speisen und Getränke verzichtet. So wurden rund 4.000 Teller für Vor-, Haupt- und Nachspeisen sowie Getränke aus Glasflaschen angeboten. Auch das Diagonale-Branchentreffen erfüllte dieses Kriterium.



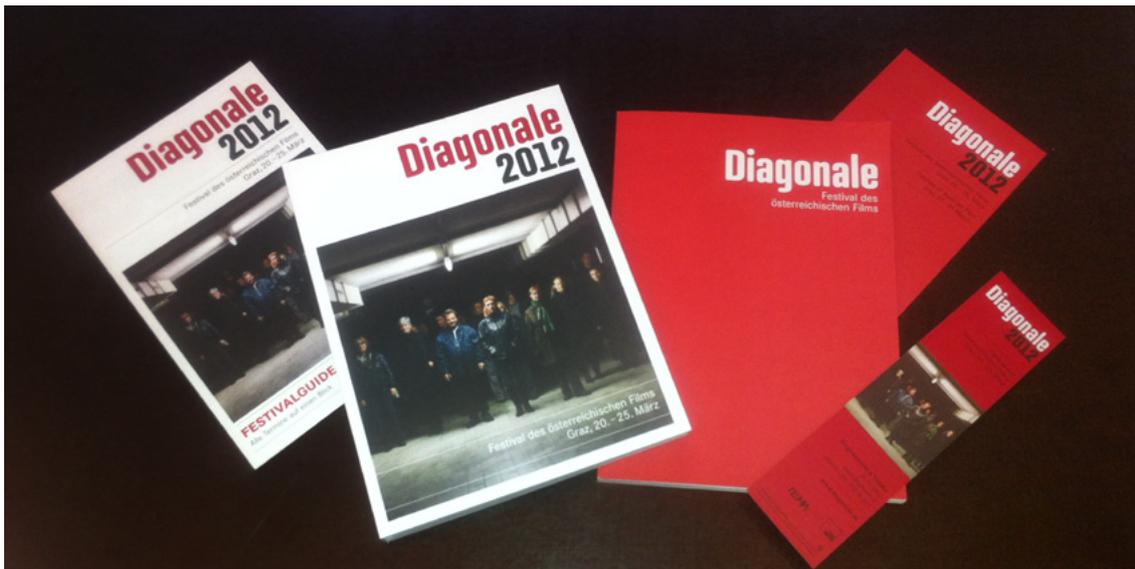
© Diagonale/Alexi Pelekanos

Recyclingpapier für Drucksorten der Diagonale sowie Einschränkung von Drucksorten.

Die Drucksorten der Diagonale 2012 wurden auf Recyclingpapier BalancePureOffset, PremiumRecyclingPapier von POPYRUS/bei REMAprint (PEFC-zertifiziert) gedruckt: Das betraf die Festivalzeitung (Auflage: 130.000 Stk.), den Diagonale-Katalog (3.500 Stk., wie im Vorjahr Verzicht auf Cellophanierung), den Festivalguide (22.000 Stk.), alle Diagonale-Plakate (1.350 Stk.), sämtliche Kuverts (8.000 Stk.) sowie die Diagonale-Notizbücher.

Die beiden Pressemappen (insgesamt 3.000 Blatt) wurden auf 100% Recycling Papier (von Canon) kopiert, ebenso die im Sinne der Nachhaltigkeit stark reduzierten Unterlagen für das Branchentreffen (4.500 Blatt). Das Gleiche gilt für die Fragebögen der Besucher/innenbefragung und sämtliche Einladungen zu den Diagonale-Veranstaltungen.

Erstmals konnten auch die Kinotickets (25.000 Stk) auf bpa-freiem Material gedruckt werden. Und schließlich wurden die 28.000 Bierdeckel des Kooperationsprojekts mit FC GLORIA und Akademie Graz, gesponsert von Legero / con-tempus.eu aus zu 100% kompostierfähiger Holzschliffpappe hergestellt.



© Diagonale/Karl Ulbl

Papier- und Kartonmüllvermeidung sowie Rückführung in den Produktionskreislauf.

Die Auflagenzahlen aller Werbemittel wurden streng nach Bedarf kalkuliert; zusätzlich wurde das Auflegen von Partnerwerbemitteln wie Filmmagazinen, Informationsbroschüren und Flyern während des Festivals gegenüber den Vorjahren stark reduziert. Zudem wurde der Flyer für die Diagonale-Nightline mit einer Auflage von bisher 10.000 Stück auch im Jahr 2012 wieder gänzlich eingespart und die diesbezüglichen Informationen im Web sowie auf Facebook verbreitet.

Die Kooperation mit der Mayr-Melnhof Karton AG, dem weltweit größten Recyclingkartonhersteller, der auf ökologische und Ressourcen schonende Produktion setzt, ermöglichte es, den nach dem Festival doch noch anfallenden Papier- und Kartonmüll dem Produktionskreislauf rückzuführen. So konnte der Papierabfall bei der Diagonale 2012 weiter reduziert werden. Der dennoch nicht zur Gänze zu vermeidende Papier- und Kartonmüll wurde dem Produktionskreislauf im Werk Frohnleiten rückgeführt – rund eine Tonne Papier- und Kartonmüll der Diagonale 2012 wurde auf diesem Wege wiederverwertet anstatt entsorgt.

Recyclingprodukte und CO₂-Abfallvermeidung durch eingeschränkte Transportwege.

Grundsätzlich wurde bei der Herstellung aller Give-aways und Werbemittel darauf geachtet, diese aus Recyclingmaterial herzustellen und möglichst in der Region zu produzieren. Dadurch ergab sich eine Verringerung der Transportwege.

Abfallvermeidung durch ressourcensparende und eingeschränkte Auflagenzahlen von Werbemitteln.

Das überschüssige Papier des Katalogdrucks wurde als Kopierpapier (rd. 10.000 Stk.) in den Diagonale-Büros in Graz und Wien weiter verwendet.

Recyclingmaterial für Lanyards.

Generell wurde beim Festival 2012 versucht, möglichst weitgehend Plastik in all seinen Variationen zu vermeiden, dabei stießen wir immer wieder darauf, wie notwendig es wäre, die Verwendung bestimmter Materialien und die Konsequenzen dieses Handelns gesamtgesellschaftlich zu diskutieren. Gerade hier bleibt noch sehr viel zu tun.

Doch auch diesbezüglich lassen sich Fortschritte feststellen. So wurden im Jahr 2012 auch die 1.300 Lanyards für die Festivalsausweise der Branchengäste aus recyceltem Polyester produziert.



© Diagonale/Klaus Pressberger

Vermeidung von Schadstoffausstoß durch die Diagonale-PKW-Flotte.

Erstmals wurden bei der Diagonale 2012 E-Fahrzeuge von Renault verwendet (diesbezüglich hat die französische Autofirma ihr Engagement übrigens auch in Cannes erweitert): Der Twizy vor allem für Botenfahrten im innerstädtischen Bereich, der Fluence für Gästetransporte und der Kangoo als Produktionsfahrzeug in idealer Ergänzung der nötigen Fahrzeugflotte. Die Fahrzeuge wurden im Rahmen der derzeit noch etwas eingeschränkten Möglichkeiten sinnvoll genutzt. Insgesamt wurden rund 1.500 Kilometer mit den Z.E. Fahrzeugen gefahren, eine eigene Ladestation von Energie Graz zur Verfügung gestellt. Damit wurde ein wertvoller Beitrag zur Vermeidung von Schadstoffen, aber auch – mittels der auffälligen Beklebung – wiederum ein Anreiz zur Diskussion geschaffen.

Zertifizierung des Branchentreffens im Hotel Weitzer als Green Meeting Austria

In Kooperation mit dem Hotel Weitzer und mit Unterstützung von ecoversum gelang dieser weitere Meilenstein von DIAGONALE GOES GREEN. Diese Zertifizierung beinhaltet Maßnahmen vom Catering über die Mobilität, weitgehender Vermeidung von Papier, den Einsatz von umweltschonenden Putzmitteln bis hin zur Nutzung von Tageslicht statt durchgehendem Einsatz von künstlichem Licht.

Insgesamt dienen all diese Maßnahmen der Ressourcenschonung und durch die genaue Ausweisung auch der Bewusstseinsbildung zum Thema Nachhaltigkeit.

So wurden die Teilnehmer/innen des Branchentreffens mit ausgewiesenen Fairtrade- und Bioprodukten bewirtet; zudem wurde auf die Verwendung von wiederverwendbaren Tischtüchern und Servietten sowie das Angebot von Gratis-Leitungswasser während der Veranstaltung geachtet. Hinweise auf öffentlichen Verkehr und Fahrgemeinschaften gehörten ebenso zum Standard des Branchentreffens wie die CO₂-Emissionskompensation durch Unterstützung klimafreundlicher Projekte von Atmosfair oder myclimate. Gender Mainstreaming, Reduktion der Tagungsmappen (ein Großteil des Materials wurde per Mail und auf der Diagonale-Website zur Verfügung gestellt), weitgehende Wiederverwertung von Namensschildern, Dekoration aus regionaler Produktion, Verwendung von Druckwerken mit Umweltzeichen waren eine Selbstverständlichkeit.



© Diagonale/Alexi Pelekanos

Kommunikation und öffentliche Wahrnehmung

Alle Partner/innen und Sponsoren sowie die Beschreibung der einzelnen Maßnahmen zur Diagonale 2012 sind auf unserer Website abrufbar unter:

<http://2012.diagonale.at/dgg/>

Zusätzlich wurden zwei Newsletter an rund 4.300 Adressen spezifisch zum Nachhaltigkeitsprojekt verschickt, eine eigene Presseausendung zu DIAGONALE GOES GREEN verfasst und für die Darstellung im Diagonale-Katalog sowie allen weiteren Festivalmedien, wie Festivalzeitung, Guide und Pressemappen gesorgt. Zusätzliche Präsenz auf Facebook (<http://www.facebook.com/Diagonale.Filmfestival>) sowie Twitter (https://twitter.com/#!/diagonale_at) gehören zum Marketingkonzept von DIAGONALE GOES GREEN.

Zahlreiche Medien fanden Gefallen an der Dynamik von DIAGONALE GOES GREEN und publizierten Artikel darüber. Das Grazer Umweltamt verfasste ebenfalls eine Pressemitteilung und wies dabei vor allem auf den Nachahmungswert hin.

Weiters ergaben sich durch die gesellschaftsrelevante Bedeutung dieser Thematik Kooperationen mit neuen Medienpartnern wie Lebensart und Biorama.



© Diagonale/Klaus Pressberger

Sehr erfreulich war auch das besondere Interesse einiger Diagonale-Partner, dieses Projekt und ihre Beteiligung daran in ihren eigenen CSR-Bericht einfließen zu lassen. So wurde etwa in den CSR-Bericht der BAWAG P.S.K. ein Diagonale-Statement zur Zusammenarbeit bei DIAGONALE GOES GREEN eingefügt.

Darüberhinaus wurden DIAGONALE GOES GREEN und die bisherigen Erfahrungen vor Vertreter/innen internationaler Festivalorganisationen im Rahmen der Konferenz „Endangered Species (of art) – Revival of Film, as Community Experience in the 21st Century“ sowie beim „Mediawave Film Forum“ in Szombathely (Ungarn) präsentiert; 2012 war Festivalleiterin Barbara Pichler eingeladen, das Konzept im CSR Circle vorzustellen und nicht zuletzt ist DIAGONALE GOES GREEN Teil eines Forschungsprojektes zum Thema CSR und Nachhaltigkeit in Kulturbetrieben.

Personalaufwand

Wie im Vorjahr betraf der personelle Aufwand von DIAGONALE GOES GREEN in der Vor-, Nachbereitung sowie der Umsetzung des Festivals alle Abteilungen und damit alle Mitarbeiter/innen. Besonders involviert waren und sind folgende Bereiche:

- Marketing & MedienKooperationen
- Sponsoring & MedienKooperationen
- Presse
- Produktion
- Web
- Katalog
- Grafik
- Finanzen

Alle Abteilungen arbeiten derzeit bereits an der Umsetzung sozial fairer sowie ökologisch nachhaltiger Projekte für die Diagonale 2013.

Pläne und mittelfristige Ziele für die Zukunft

Zwei intensive Jahre mit DIAGONALE GOES GREEN haben dazu geführt, dass unser ökologisches und CSR-Engagement selbstverständlich geworden sind. Es stellt sich nun nicht mehr die Frage, ob wir weitermachen, sondern nur noch, wie wir unsere Bemühungen ergänzen und vertiefen können. Die nächste Etappe dafür bildet die Diagonale 2013 (12.–17. März 2013 in Graz).

Folgende größere Ziele und Maßnahmen werden angestrebt:

- Umstieg auf Ökostrom
- Verstärkung der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel
- Vertiefung des CSR-Prinzips im sozialen Bereich
- Verstärken der Zusammenarbeit mit regionalen/lokalen Produktionspartner/innen und Unternehmen
- Verlängerung der Kooperation mit den Projektspensoren sowie Gewinnung neuer Partner/innen
- Suche nach neuen Alternativen für weitere Produkte (z. B. nachhaltig hergestellte Ausweishüllen)



Für einen Großteil der angeführten Projekte und Maßnahmen haben wir Unterstützung von unseren Sponsoren und Partner/innen erhalten. Dafür sind wir sehr dankbar. Auch in Zukunft wird DIAGONALE GOES GREEN auf dieses Engagement und jenes der Mitarbeiter/innen angewiesen sein. Wir hoffen auf inspirierende Diskussionen, Kooperationen und Erfolge im Sinne der Nachhaltigkeit für zukünftige Generationen.

Wir freuen uns auf ein Wiedersehen bei der Diagonale 2013 vom 12. bis 17. März in Graz!

Diagonale GOES GREEN



green events austria



FRANKOWITSCH



Bis
es mir
vom Leibe
fällt

