

Foto: Faramarz Gosheh



STADT, LAND

Göteborg, Schweden

TÄGLICHE KAPAZITÄT

35.000

STANDORT

Slotsskogen, ein Park im Herzen der Stadt

CAMPING

Nein

ANZAHL DER TAGE

3

GEGRÜNDET

2007

GENRE

Indie-Rock, Hip-Hop und Elektro

HERAUSFORDERUNG & LÖSUNG

CO₂-Fußabdruck verkleinern durch Umstellung auf 100% vegetarisches Angebot



DER „PLACE TO BE“ DES SCHWEDISCHEN SOMMERS

Die Stadt Göteborg hat schon immer Wert auf Live-Musik gelegt. Als die Stadtverwaltung vor etwa 15 Jahren die Werbeagentur Luger fragte, ob sie bereit sei, ein neues Musikfestival im Stadtzentrum hochzuziehen, überlegte die Agentur nicht lange. „Damals war ein Punkt erreicht, an dem sich die Festivalszene in Schweden weiterentwickeln musste“, sagt Fredrik „Matazz“ Holmstedt, Produktionsleiter von Way Out West, der seit 2005 für Luger und Live Nation arbeitet. Als Reaktion auf oldschool Camping-Festivals schuf Luger ein trendiges, urbanes Festival, „Hipster, aber auf eine moderne Art“, wie Holmstedt es beschreibt. Kein Camping, keine Autos nötig.

Der Standort Slottsskogen ist das saftig grüne Herz Göteborgs. Vom Park aus ist ein Großteil der Stadt zu Fuß erreichbar.

Das ist praktisch, wenn nach Schließung des Festivalgeländes um Mitternacht die Party in den Veranstaltungsorten der Stadt im Rahmen des Clubkonzepts Stay out West weitergeht. Seit 2011 ist Way Out West Film, das drittgrößte Filmfestival Schwedens, ein weiterer wichtiger Teil von Way Out West (WoW).

Neben der Live-Musik ist Göteborg auch sehr auf Nachhaltigkeit bedacht. Daher war es eine der ersten Forderungen der Behörden an Luger, ein öko-zertifiziertes Festival zu schaffen. Im Jahr 2013 wurde das Way out West dann als erstes Musikfestival der Welt nach ISO 20121 zertifiziert. Dies bedeutet Nachhaltigkeit auf drei verschiedenen Ebenen: Umwelt, Wirtschaft und Soziales.



Foto (unten): Hilda Arneback

CO₂-EMISSIONEN VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN VERRINGERN

Nach seiner Gründung im Jahr 2007 gewann Way out West auf vielen Plattformen schnell an Zugkraft. „Das Festival lag im Trend, und es war für die Menschen sehr wichtig, dabei zu sein“, sagt Holmstedt. Das Team erkannte bald, dass sie mit ihrem Ruf die Möglichkeit hatten, zur Meinungsbildung der Menschen beizutragen und Werte wie Nachhaltigkeit und Gleichberechtigung zu fördern. „Und wir sind Anarchisten, alte Punkrocker, wir stellen die Gesellschaft immer infrage. Plötzlich hörten uns die Leute zu und verstanden tatsächlich, was wir zu sagen versuchten.“

Das Team fand heraus, dass Essen ein wichtiger Faktor ist, wenn es darum geht, ein Festival nachhaltiger zu gestalten und die Menschen zwanglos mit dem Thema in Kontakt zu bringen. Im Jahr 2010 arbeitete WoW mit der Business School der Universität Göteborg zusammen, um die Auswirkungen des Festivals auf den Tourismus und das Image der Stadt zu untersuchen. Teil dieser Untersuchung war eine CO₂-Analyse. Das Ergebnis: 62% der CO₂-Emissionen des Festivals wurden durch sein Catering verursacht. „Als wir sahen, wie viele Ressourcen wir für das Essen verbrauchten, fassten wir 2012 den mutigen Entschluss, nur noch vegetarische Speisen anzubieten“, erinnert sich Holmstedt.

Im Jahr 2012 wiederholten die Forscher*innen die Studie und stellten fest, dass das Catering nur noch für 30% der Emissionen des Festivals verantwortlich war. Und obwohl 2012 ein weiterer Festivaltag hinzukam, war der gesamte CO₂-Fußabdruck bemerkenswerterweise 40% geringer als 2010. Die Ergebnisse wurden in der Studie „When a Music Festival Goes Veggie“ veröffentlicht.

“

Als wir sahen, wie viele Ressourcen wir für das Essen verbrauchten, fassten wir 2012 den mutigen Entschluss, nur noch vegetarische Speisen anzubieten.

DIE HERAUSFORDERUNG



AUF VEGETARISCHE KOST UMSTELLEN UND CO₂-ABDRUCK JEDES GERICHTS KENNZEICHNEN

WoW gab die Entscheidung, auf Fleisch und Fisch zu verzichten, 2012 erst einen Tag vor dem Festival bekannt. In einer Zeit, in der Vegetarismus in Schweden eher unüblich war, ernteten sie Kritik. „Alle dachten, es handele sich nur um einen PR-Trick, um Aufmerksamkeit zu erregen. Ein Teil der Medien versuchte, uns als die Bösen darzustellen“, sagt Holmstedt. Am ersten Tag der Veranstaltung verteilte eine lokale Zeitung sogar kostenlose Hotdogs vor den Toren des Parks, „damit die Leute nicht verhungern“.

„Aber die öffentliche Meinung hat die Zeitung sehr schnell zum Bösewicht gemacht, nachdem die Leute gemerkt haben, dass wir ihnen nicht vorschreiben, was sie essen sollen.“ Laut Holmstedt ist das nächste Steakhaus nur 15 Gehminuten entfernt. „Wir wollten nur mit gutem Beispiel vorangehen und etwas in unserem Ressourcenverbrauch korrigieren, von dem wir wussten, dass es falsch war. Es geht nicht darum, was man isst, sondern darum, dass wir ein Festival veranstalten.“ Inzwischen müssen 70% eines Gerichts pflanzlich sein, aber das Festival zögert, zu 100% zu wechseln: In Skandinavien kann nur wenig angebaut werden, was es schwierig macht, Lebensmittel lokal zu beziehen.

Eine Analyse zeigt, dass Getränke (42 Tonnen) tatsächlich für mehr Emissionen verantwortlich sind als Lebensmittel (25 Tonnen). Daher entwickelt WoW sein Getränkeangebot gemeinsam mit der Partnerbrauerei Spendrups weiter. Im Jahr 2013 führten sie Bio-Bier auf dem Festival ein. Zwei Jahre später begannen sie, eine alkoholfreie Bar mit dem gleichen Angebot wie in den regulären Bars anzubieten. „Das hat deutlich gezeigt, dass ihr Hauptaugenmerk nicht nur auf dem Bierverkauf lag.

Sie wollen ein gutes Erlebnis bieten und mit etwas Positivem in Verbindung gebracht werden. Und das ist ein sehr starkes Argument in all unseren Partnerschaften. Wir bitten unsere Partner*innen, das große Ganze zu sehen und nicht die kleine Blase, in der die meisten Menschen leben.

Die Ausgabe 2019 war die erste, die vollständig „klimatransparent“ war, wie das Festival es nennt. Das bedeutet, dass der Klima-Fußabdruck für Essen, Getränke, Transport, Unterkunft und Energie, bis hin zur Nutzung von Toilettenhäuschen und mobilen Ladestationen, ausgewiesen wird. Zwei Unternehmen halfen bei der Datenerhebung, wobei sich eines davon nur auf Speisen und Getränke konzentrierte. Jedes Gericht wurde analysiert und erhielt sein eigenes CO₂-Fußabdruck-Label. „Anstatt dass nur der Preis die Wahl beeinflusst, gibt es auch einen nachhaltigen Aspekt“, sagt Holmstedt. Die Inspiration für dieses Etikett kam vom schwedischen Unternehmen Oatly, das sich für eine CO₂-Kennzeichnung auf allen Lebensmitteln einsetzt und ein weiterer Partner von WoW ist.

Das Festival folgt dem schwedischen WWF-Konzept „One Planet Plate“. Darin wird empfohlen, dass eine Mahlzeit nicht mehr als 0,5 kg CO₂e erzeugen sollte, um die Erderwärmung auf maximal 1,5 °C zu begrenzen. 2019 betrug der Fußabdruck einer durchschnittlichen Mahlzeit bei WoW 0,38 kg CO₂e, und die meisten Essensstände erhielten einen „One Planet Plate“-Aufkleber, weil sie unter 0,5 kg blieben. In der WoW-App können die Besucher die Gerichte nach Kategorien wie „vegetarisch“ und „vegan“ filtern, was es ihnen leicht macht, eine nachhaltige Wahl zu treffen.

Foto: Hilda Arneback

DIE LÖSUNG



DURCH KOOPERATIONEN LANGFRISTIGE EFFEKTE ERZIELEN

Der beste Weg, um Wellen zu schlagen, ist laut Holmstedt, in der Zusammenarbeit mit Partnern deren reguläres Geschäft zu verbessern. Auch über das Festival hinaus. Ein Beispiel: Nachdem die schwedische Fastfood-Kette MAX Burgers zum ersten Mal ihre vegetarischen Burger bei WoW verkauft hatte, sei der Absatz ihrer Veggie-Varianten in ihren regulären Restaurants auf etwa 50% explodiert, erzählt Holmstedt.

„Wir wollen, dass die Menschen das, was sie auf unserer Veranstaltung gelernt haben, in ihren Alltag mitnehmen. Deshalb ist es sehr wichtig, deine Botschaft richtig zu vermitteln. Sei nicht vage und lasse nichts offen für Interpretationen.“ Das scheint bei WoW zu funktionieren: 15% der Festivalbesuchenden gaben an, dass sie sich seit ihrem Way Out West-Besuch stärker vegetarisch ernähren. Der Produktionsleiter ist überzeugt: „Solange das Publikum bessere Alternativen fordert, wird es auch bessere Alternativen geben. Es liegt an den Besuchenden, einen gewissen Druck auf die Veranstaltungen

auszuüben und zu sagen: ‚Ich zahle lieber mehr für ein besseres Produkt, wenn es um Nachhaltigkeit geht.‘“

Beim WoW werden nur wenige Lebensmittel weggeworfen: Nur 3% der 83 Tonnen Gesamtabfälle sind Kompost. Das liegt daran, dass das Festival es vorzieht, dass den Caterern in der letzten Nacht die Lebensmittel ausgehen und sie den Besuchenden erklären, dass dies „für das große Ganze“ ist. Die Caterer müssen außerdem sicherstellen, dass sie ihre übrig gebliebenen Lebensmittel an die Geschäfte zurückgeben können, bei denen sie sie gekauft haben.

Daten sind die beste Grundlage, um nachhaltiger zu werden: „Mit einem Ausgangspunkt kann man es nur besser machen, aber man muss wissen, wo man steht“, sagt Holmstedt. Allerdings sollten Festivals nicht überstürzt handeln. „Wir müssen uns Zeit nehmen, um Daten zu sammeln. Das kann man nicht über Nacht machen. Man kann sich nicht über Nacht verbessern. Wir befinden uns auf einer langen Reise.“



WAS KOMMT ALS NÄCHSTES?

Die größte Herausforderung für Way out West besteht darin, die Mentalität und die Erwartungen der Menschen zu ändern – nicht mit Gewalt, sondern durch Kommunikation. „Wenn man sich die Welt ansieht, wo sie jetzt steht, fährt sie geradewegs zur Hölle“, sagt Holmstedt. „Was auch immer wir also für künftige Generationen tun können, um die Dinge, die schief gelaufen sind, wieder in Ordnung zu bringen, das müssen wir tun. Und wir müssen es gemeinsam tun.“