



maresz | Gyakorlati rész



HIGHVIBES

Fenntartható rendezvényszervezési útmutató

Gyakorlati rész

Készítette:

- HighVibes Kft.*

Szakmai lektorok:

- Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem, Nemzetközi Gazdálkodás Kar, Turizmus és Vendéglátás Tanszék**
- Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Turizmus Intézeti Tanszék***

Kézirat lezárva • 2025. 09. 29.

- * Dubán Kitti – A HighVibes Rendezvényügynökség kommunikációs és marketing menedzserje
- * Gintner Nikolett – A HighVibes Rendezvényügynökség senior rendezvényszervezője és fenntarthatósági szakértője
- ** Dr. Boros Kitti – Adjunktus, Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem, Nemzetközi Gazdálkodás Kar, Turizmus és Vendéglátás Tanszék
- ***Dr. habil Lőrincz Katalin – Egyetemi docens, dékánhelyettes, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Turizmus Intézeti Tanszék

<u>Előszó</u>	4
<u>Fenntartható rendezvényszervezési útmutató - Gyakorlati rész</u>	5
01 <u>Egyensúly és három pillér</u>	6
Társadalmi felelősségvállalás	6
Neuro-inkluzivitás a rendezvényiparban	8
02 <u>A fenntarthatóság iránti kereslet és kínálat találkozása</u>	9
Egy kis pszichológia	11
03 <u>A rendezvényszervezés 6R modellje</u>	11
Kárenyhítés helyett megelőzés!	12
04 <u>Tudatos hálózatépítés: a stakeholder mapping</u>	14
Tanúsítványok és címkék, amelyekben bízhatunk	15
05 <u>A szakma jelene és jövője</u>	16
Energiahatékonyság	16
Hulladékmenedzsment	16
Digitális megoldások	18
Szállítás csökkentése	19
Befektetés a jövőbe és tudatos tervezés	20

06	<u>A rendezvény karbonlábnyoma – hogyan mérjük, miért fontos?</u>	22
	Alapelvek a karbonkalkulációhoz	22
	Milyen adatokra van szükség	22
	Tervezés alatti mérés: amit előre fel tudunk térképezni	23
	Helyszínválasztás	23
	Helyszíni energiahasználat	23
	Hulladékmenedzsment	23
	Logisztikai kibocsátások	23
	Catering – menüsor és alapanyagok	23
	Gyártás	25
07	<u>Utólagos kalkuláció – pontosság a rendezvény után</u>	26
	Értékelés: mit jelentettek a fenntartható döntések?	27
	Karbon-ellentételezés – amikor nem tudunk tovább csökkenteni	27
08	<u>Tippek és ötletek a pontosabb méréshez</u>	28
	Milyen karbonkalkulátorokat használjunk?	28
	Hogyan becsüljük, ha nem áll rendelkezésünkre minden adat?	29
	Utazás	29
	Helyszíni energiahasználat	29
	Catering	29
	Gyártás és nyomtatás	29
	Hogyan mutassuk be az eredményeket?	30
	Ötletek a számítási folyamat automatizálásához	30
09	<u>Kié a felelősség és miért fontosak a fenntarthatósági minősítési rendszerek?</u>	31

Előszó

Kedves Olvasó!

Meghatározó szakmai szövetségként fontos küldetésünknek tartjuk a **fenntarthatósággal kapcsolatos szemléletformálást**, a magyarországi rendezvényágazat fenntarthatósági célú átalakításának előmozdítását. Ennek fontos eszköze az ESG-keretrendszer (Environmental, Social, Governance) megismerése, amely a fenntarthatóság vállalati szintű, mérhető megvalósítását szolgálja a környezeti, társadalmi és vállalatirányítási szempontok integrálásával.

Első ránézésre kissé bonyolultnak tűnhet a vonatkozó nemzetközi és hazai szabályozási környezet, valójában azonban az irányelvek, jogszabályok, keretrendszerek és stratégiák egymásra épülnek, és egy közös célt szolgálnak: az **ENSZ Fenntartható Fejlődési Célok** (Sustainable Development Goals - SDG-k) elérését. Ezek rövid ismertetése is része a jelen kiadványnak.

Meggyőződésünk, hogy az egyéni cselekvés fontos, de nem elegendő: **közösségi összefogásra van szükség minden szinten annak érdekében, hogy sikerre vigyük e világméretű törekvést. Ebben van fontos felelőssége a rendezvényszervező ágazat szereplőinek, a MICE-közösségnek is.** Szeretnénk rámutatni arra, hogy nem csak a jogszabályi megfelelés és versenyképességünk megőrzése okán elengedhetetlen a fenntarthatóság ügyének támogatása: a tét nem kevesebb, mint a globális emberi civilizáció fenntarthatósága. A 12-es számú SDG cél a „**Felelős fogyasztás és termelés**”, amelynek 12.6-os alcélja arra **ösztönzi a vállalkozásokat, hogy fenntartható megoldásokat alkalmazzanak, és ezeket mutassák is be. A MaReSz jelen kiadványával ehhez a célhoz kíván aktívan hozzájárulni.**

A MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatója (továbbiakban Útmutató) két önálló egységből áll. Az első, elméleti rész, röviden bemutatja a releváns fogalmakat, szabályozási kereteket, nemzetközi és hazai irányelveket, valamint a legfontosabb szabványokat. A második fejezetben pedig gyakorlati példák és megoldások kaptak helyet, a HighVibes fenntartható rendezvényügynökség szerkesztésében. Ehhez kapcsolódóan összeállítottunk egy **Fenntartható rendezvényszervezési ellenőrzőlistát** is, amelyet minden rendezvény tervezésekor, lebonyolítása során és lezárásakor ajánlott használni. Segítségével végiggondolhatók a legfontosabb fenntarthatósági szempontok.

Az Útmutató összeállítását megelőzően kérdőíves kutatással és mélyinterjúkkal tártuk fel a hazai rendezvényszakma működési környezetét fenntarthatósági szempontból. E kutatás eredményei is segítettek abban, hogy kiadványunk a meglévő helyzetre, kihívásokra és lehetőségekre reflektáljon.

Útmutatónkban kiemelten ismertetjük a **Fenntartható Turizmus Világtanács** (angolul: Global Sustainable Tourism Council, röviden: GSTC) által a MICE szektorra kidolgozott **GSTC MICE Standard** fenntarthatósági szabványrendszert, melynek hivatalos magyar verzióját – a GSTC partnereként – a MaReSz készítette el. A rendezvényhelyszínekre, rendezvényszervezőkre és rendezvényekre/kiállításokra kidolgozott kritériumrendszer [hivatalos magyar verzióját elérhetővé tesszük annak érdekében](#), hogy ezzel is segítsük az iparági szereplők felkészülését a fenntarthatóbb működésre és a releváns nemzetközi tanúsítványok megszerzésére.

Végül, de nem utolsósorban, jelen Útmutató részeként közzétesszük a **MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési kódexét (továbbiakban Kódex)**, melyhez csatlakozási lehetőséget kínálunk mindenki számára, aki vállalja, hogy rendezvényszervezéssel összefüggő tevékenységét a MaReSz Útmutatója és a Kódexben foglaltak figyelembevételével végzi. A csatlakozás és a Kódex-logó használata nem minősítést, hanem szakmai elkötelezettséget jelent az aláíró számára.

Kérjük, hogy tartson velünk a fenntartható rendezvényszervezés felé vezető úton!

Tisztelettel,

Ganczer Gábor

MaReSz elnök

Szűcs Balázs

MaReSz főtítkár



Fenntartható rendezvényszervezési útmutató

Gyakorlati rész

“More fun with less stuff” - írta a rendezvény-szakma és a fenntarthatóság kapcsolatát feltérképezni kívánó kérdőívünkben az egyik válaszadó arra a kérdésre, hogy szerinte mit jelent a fenntarthatóság. Tulajdonképpen igaza van: ez a felfogás is része az egésznek. Annak az egésznek, amit a következő fejezetekben igyekeztünk átfogni - a kérdőíves kutatásunkra beérkezett válaszok és mélyinterjúk alapján megszerzett valódi, lokális, egyéni megítésekkel fűszerezve.

A hazai rendezvényszakma szereplőinek körében, 2025-ben végzett kérdőíves kutatásunk során 48 szakmabelit kérdeztünk meg arról, mit tesz a cége a fenntartható működésért, milyen akadályokkal kell megküzdeniük, milyen erőforrások állnak rendelkezésükre és melyek hiányoznak, mi motiválja őket, és összességében: hol tart a rendezvény piac a fenntarthatóság felé vezető úton. **A kérdőívet a rendezvényszervezés hét különböző területén dolgozó cégek döntéshozói töltötték ki:**

- Kiállításszervezés, kivitelezés
- Kongresszus-, és konferenciaszervezés
- Rendezvénygasztronómia
- Rendezvényhelyszín
- Rendezvényügynökség
- Rendezvénytechnika
- Kiegészítő rendezvényszolgáltatások

A kutatás a kitöltők száma (48 fő) miatt nem számít reprezentatívnak, így az eredményeiből statisztikai elemzés nem készült, viszont a válaszok és egyéni vélemények segítségével olyan feltételezéseket állítottunk össze, amiket saját tapasztalataink és szekunder kutatásaink is indokolnak. [Továbbá kilenc mélyinterjú készült](#), amelyek a további megértést és a jó példák összegyűjtését tették lehetővé. A mélyinterjúkat a Greendex csapata készítette, szintén vállalati döntéshozókkal.

Az interjúkból és a kérdőíves válaszokból helyenként szó szerint idézünk, hogy valódi személyek valódi megításait oszthassuk meg kiadványunkban.

A következő fejezetek során az alábbi felvetésekkel foglalkozunk:

- A fenntarthatóság a legtöbb ember számára a környezetvédelmet jelenti.
- Nem elég erős az ügyfelek oldaláról érkező igény a valódi változáshoz.
- A tudatos hálózatépítés segítségével rengeteget tehetünk a zöld működésünk érdekében.
- Az energiahatékonyság, a hulladékcsökkentés és a digitális megoldások állnak a fókuszban.
- Az iparági szereplők maguk is szeretnék fenntarthatóbbá válni, és ennek érdekében keresik az alternatív megoldásokat.

A kérdőívet a MaReSz juttatta el a szervezet tagozatainak tagjaihoz. 2024. december és 2025. február között volt elérhető. A kutatás eredményeiről készült összefoglaló itt érhető el:

[Tovább az összefoglalóra](#)



01 Egyensúly és a fenntarthatóság három pillére

Felvetés: A fenntarthatóság a legtöbb ember számára a környezetvédelmet jelenti.

Figyelembe kell azonban vennünk, hogy a fenntarthatóság a környezeti aspektus mellett magában foglalja a társadalmi és a gazdasági tényezőket is, és mindhárom pillér egyformán fontos a vállalati működés és hatások szempontjából.

Kérdőíves megkérdezésünk során kiderült, hogy a legtöbb válaszadó szerint a fenntarthatóság lényege egyelőre a környezeti terhelés minimalizálása, valamint a felelős fogyasztás és működés kialakítása.

A környezeti fenntarthatóság hangsúlyos jelenléte érthető, hiszen ez az a terület, ahol a különböző iparágakban, többek között a rendezvényszervezésben is, a leghamarabb kézzelfogható és mérhető eredményeket tudunk elérni. Sokkal könnyebb bemutatni például azt, hogy egy egyszer használatos molinó helyett energiatakarékos, bérelhető LED-falat használunk, mint azt, hogy egy társadalmilag hátrányos helyzetű csoport számára nyújtottunk segítséget. Számptalan módon tudunk az ügyfél elvárásai mellett a társadalmi igényekre is reagálni, együttműködni civil szervezetekkel, segíteni a bevonódásukat és ezáltal a munkásságukat. A teljesség igénye nélkül összegyűjtöttünk néhány példát, amit bárki alkalmazhat.

Társadalmi felelősségvállalás

Milyen módon lehetne integrálni a társadalmi felelősségvállalást egy rendezvénytervezési folyamatba, akár közvetlen, akár közvetett módon?

Többek között erről is beszélgettünk **Herner Katalinnal**, a [KÖVET Egyesület](#) ügyvezető igazgatójával, aki jogi szakokleveles környezetmérnök, környezeti auditor, gyakorlati környezetvédelmi szakember.

“Az általunk kidolgozott zöld rendezvény minősítési rendszer 11 kategóriából áll, amiben az iparágon belül dolgozóknak evidens dolgok is lehetnek, de mi erre egy mankóként gondoltunk azok számára, akik valóban cselekedni szeretnének. Megjelenik benne az energia, a hulladék, a catering, az étkezés,

a közlekedés, a beszerzés, és szempont a társadalmi felelősségvállalás is. Vannak ugyanis könnyen értelmezhető dolgok, mint a helyszín és annak megközelíthetősége, de ezen belül ott van az is, hogy igénybe tudják-e venni a látássérült vagy mozgássérült vendégek ugyanazokat a lehetőségeket. Ez már a társadalmi felelősségvállalás kérdése. Ilyen kérdés az is, hogy mindenki számára elérhető legyen a tiszta csapvíz mint ivóvíz. A pár éve megrendezett atlétikai vb-n nyáron kiváló lehetőség volt a csap, ahol bárki vehetett vizet a kulacsába. Csak éppen olyan keveset tettek ki belőle, hogy sorba kellett állni a vízért. Igazodni kell a látogatók számához. Másfelől lehetőséget nyújthat egy rendezvény az adott régióban dolgozók foglalkoztatására, bemutatására. Például helyi alapanyagok választása, helyi értékek bemutatása: kicsit közelebb lehet hozni a látogatókhoz az adott területet. Válasszunk helyi szolgáltatókat, ez társadalmi és gazdasági szempontból is jó döntés lehet.”



Karitatív, edukációs, érzékenyítő programok

Egy hosszú konferencia utáni lazításként, vagy egy több napos csapatépítő esemény részeként, nemcsak kikapcsolják a vendégeket, de erősítik a cég iránti elköteleződésüket, növelik a felelősségvállalásukat és jó érzéssel töltik el őket. A [Karitatív Csapatépítés](#) vállalkozása pont ezért jött létre, hogy segítsenek megtalálni az ügyfélnek és a nonprofit szervezetnek is a megfelelő együttműködési lehetőséget.

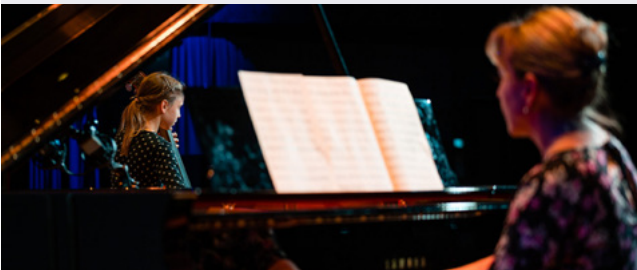


Kézműves bögrék festése, díszítése és adományozása a Világszép Alapítványnak egy két napos csapatépítő rendezvényen. Fotó: HighVibes



Nonprofit szervezetek, alapítványok támogatása

Szervezőként segíthetjük az eseményeik létrejöttét pro bono, szolgáltatóként pedig emelhetjük a rendezvényeik színvonalát azzal, hogy cateringet, rendezvénytechnikát, Hostokat/Hostesseket, bútorokat vagy standelemeket ajánlunk fel nekik. Megfelelően kommunikálva, ez a tevékenység erősíti a márkánkat és pozitív üzleti hatást generál számunkra is.



Jótékonyági aukció a Bethesda Gyermekkórház gáláján.

A [Felelős Gasztrohős](#) is jó példával jár elől: felismerték, hogy mindkét felet, a vendégeket és a vendéglátóhelyeket is edukálni kell, hiszen, ha a vendégeknek nincs igényük a fenntarthatóbb vendéglátóhelyekre, a vendéglátóhelyek sem fognak erre odafigyelni, törekedni. Ezért kezdték el lakossági edukációs programjaikat, amelyek eleinte online kampányok voltak. Később óvodai, iskolai és munkahelyeknek szóló programokkal bővültek. Ezek mindegyike az „infotainmentre” épít, mert hisznek abban, hogy minden korosztály számára könnyebb így az információátadás.

„Az edukációs programokkal – a mottónknak megfelelően – szeretnénk megmutatni, hogy mindenki lehet hős és falatonként képesek vagyunk megváltoztatni a világot. Szeretnénk, ha minél többen hallanának arról, hogy milyen nagy hatása van az étkezésünknek a környezetünkre – ami az egyéni ökológiai lábnyomunk 40%-át adja – és ha csak kis változtatásokkal is, de elinduljunk a fenntarthatóbb étkezés útján” – foglalta össze **Kiss-Szabó Eszter**, a Felelős Gasztrohős kommunikációs vezetője.



Kommunikációs kampány

2021-es online karácsonyi kampánya során a [HighVibes Kft.](#) különböző civil szervezeteket keresett fel, amelyektől megkérdezte, hogy mire lenne szükségük az ünnepek közeledtével. A beérkezett válaszokat egy egyszerű, rövid adományozási útmutatóvá varázsolták, amelyet eljuttattak ügyfeleiknek, hogy jótékony célú ajándékozási ötleteket biztosítsanak a felesleges, és sokszor nem kívánt ajándékok kiváltására.



A Felelős Gasztrohős egyik interaktív, edukációs programja.



Edukáció, közösségépítés

Érdekes olyan programokat indítani (mint a 2024 elején indított GreenGen Meetup nevű eseménysorozat), amelyek célja, hogy időről időre összegyűjtsük a fenntarthatóság iránt érdeklődő szakmabelieket, teret adjunk az új és előremutató kapcsolatok és partnerségek kialakulásának és a tanulásnak, inspirálódásnak, mindig változó témákat felkarolva.



Neuro-inkluzivitás a rendezvényiparban

A neurodiverzitás egy olyan kiemelt témává kezd válni, amivel az üzleti rendezvények szervezése során is foglalkoznunk kell.

A [MaReSz 2024. szeptemberi hírlevelében](#) leírtakat fontosnak tartjuk itt is összegezni:

A hivatalos statisztikák szerint a neuroatipikus emberek a világ népességének kb. 20 %-át teszik ki, de a szakértők szerint ez a szám közelebb van a 40%-hoz.

A neurodiverzitás az egyének gondolkodásában, tanulásában és információ-feldolgozásában jelentkező természetes különbségekre utal, beleértve többek között az autizmust, az ADHD-t, a diszlexiát, a diszkalkuliát, a diszpraxiát (a mozgáskoordináció zavara), az epilepsziát, hiperlexiát, kényszerbetegséget, a Tourette-szindrómát, a Covid-19 egyes, hosszú távú tüneteit és a szorongásos zavarokat.

Komoly energiákat emészt fel egy olyan világban boldogulni, amelyet mások számára terveztek, így az alkalmazkodás a hatékonyság és a dolgok élvez-

zetének rovására megy.

Az alábbi szempontokra érdemes figyelni az inkluzivitás érdekében:

- Az írott információ zavaró lehet és több időt vesz igénybe a feldolgozása.
- A hangok és fények nem csak elvonhatják a figyelmet, de kifejezetten rosszul is eshetnek.
- Az ízek és illatok túl erősek lehetnek, vagy épp ellenkezőleg, érzékelhetetlenek.
- Nehéz lehet az adott témára koncentrálni vagy épp egy másik témára átállni.
- A fizikai érzékelések túl intenzívek lehetnek – a termeket túl hidegnek vagy túl melegnek érezhetik, a minták zavaróak lehetnek, és nehéz lehet az ellazult testhelyzet felvétele.
- Ha nem tudjuk mi vár ránk, nehezünkre eshet a sikeres felkészülés.

Mindezek ismeretében sokat tehetünk azért, hogy rendezvényünk hozzáférhető és élvezetes legyen a neuroatipikus emberek számára is; hogy pontosan mit, arról a [„Miért érdemes neuroinkluzívvá tenni a rendezvényeinket?”](#) című MaReSz-összeállításban találhatók konkrét tippek.



02 A fenntarthatóság iránti kereslet és kínálat találkozása

Felvetés: Nem elég erős az ügyfelek oldaláról érkező igény a valódi változáshoz.

A megkérdezett szolgáltatók szerint az ügyfelek számára általánosságban nem kiemelten fontos a fenntarthatóság: 10-ből 5,8-ra értékelték a válaszadók az ügyfelek oldalán tapasztalható fenntarthatósági szemlélet gyakoriságát, ami azt jelzi, hogy bár a fenntarthatóság egyre nagyobb figyelmet kap, még nem minden esetben döntő tényező a választásban.

Varga-Szabó Andrea, az [Apple PS Hostess Ügynevelő](#) ügyvezető igazgatója, a MaReSz elnökségi tagja és a Kiegészítő rendezvényszolgáltatók tagozat vezetője pozitív és negatív példákat is hozott az ügyfelek bevonódására és felelősségvállalására. Az előbbit azonban külföldről, ami alátámasztja azt a tapasztalatát, hogy a magyar szakma még nem áll készen a legújabb technológiák és rendszerek befogadására, hiába jelenthetnének ezek alternatívát környezetszennyező megoldásokra.

“A megrendelői oldal hiányzik. A nagyobb eseményeken, melyeken dolgozunk, rengeteg az installáció, és a különféle technikai eszköz. Arra, hogy mindent hogyan szállítják a helyszínre, mi történik vele az építésnél, a bontásnál, majd utána, sok esetben nem derül fény. Egy külföldi pozitív példa jut eszembe az event dressingek kapcsán, amiket egy nagy nemzetközi futball-mérkőzés után újrahasznosítottak, s vászontáskákat, illetve neszesszereket gyártottak belőlük. Egy ellenpéldát is említenék, ami nemrégiben, a 2024 decemberében zajló magyarországi Úszó Világbajnokság kapcsán történt. A Duna Arénában rendezett világeseményre, a díjtadások helyszínéhez zseniális és látványos installációt alkottak a szakemberek a Lánchídról. Szó volt róla, hogy érdemes lenne tovább vinni az installációt más magyarországi nemzetközi sporteseményre, de olyan nagy költséggel járt volna a szállítása, hogy inkább megsemmisítették.”

Szolgáltatóként azonban 8,1 pontot kapott a fenntarthatóság a 10-ből, ami azt mutatja, hogy az iparági szereplők szerint, saját maguk nagyobb jelentőséget tulajdonítanak ennek a témának, mint az ügyfelek. Ez az eltérés arra utal, hogy **az iparági szereplők saját felelősségüknek érzik a problémát,**

és az ügyféloldali kereslettől függetlenül próbálják beépíteni a fenntarthatóságot működésükbe.

“Mi alvállalkozók vagyunk, és ha az alvállalkozókat vesszük figyelembe, akkor mindenki a saját hatáskörén belül oldja meg a fenntarthatósági feladatokat” - tette hozzá Andrea.

Hodik Tibor, a [Progressive Reklámügynökség](#) ügyvezető partnere három kategóriába sorolja az ügyfeleket, aszerint, hogy hogyan állnak a fenntarthatósághoz:

1. Kategória:

Akinek fontos a fenntarthatóság

- elkötelezett szakemberek
- előremutató fejlesztéseket hajtanak végre
- értik, és szívesen szánnak rá erőforrást

2. Kategória:

Megvan a hajlandóság, de nincs eszközrendszer

- legnagyobb csoport
- érzik a nyomást
- keresik a helyüket

“Nincs még eszközrendszerük arra, miképp vessék be céges szinten ezt a kérdést. Nekünk kell proaktívan ajánlani számukra azt, ami beválthat. Itt sok esetben nincs pluszkeret arra, hogy fenntartható legyen a menü, az esemény vagy a dekoráció. Nekünk kell sakkozni azzal, hogy beleférjenek ezek a megoldások.” - emelte ki Tibor.



3. Kategória:

Akik nem foglalkoznak vele

- nem igénylik, hogy beszéljünk a fenntarthatóságról
- van, aki annak akar látszani, de nem tesz érte
- van, hogy maga az iparág nem fenntartható

Természetesen a valódi ügyféligényeket a fenntartható megoldásokkal kapcsolatban az ügyfeleket érintő kutatással érthetjük meg a lehető legjobban. A jelenlegi útmutató és az azt megelőző kutatás a szolgáltatókra koncentrált, így az ügyféloldalt most nem vizsgáltuk azontúl, hogy az adott szolgáltatóknak milyen élményeik, tapasztalataik vannak saját ügyfeleikkel kapcsolatban. Az ügyféloldal meglátásaira és tapasztalataira egy jövőbeni kutatás deríthet fényt.

*“Akár nagyrendezvényről, akár csak egy tárgyalásról van szó, ezzel is üzenünk a partnerek felé: nem mindegy milyen kávé, innivalót adunk; palackban adjuk a vizet, vagy kancsóból öntjük ki. Mindez megmutatja, miképp gondolkodunk a fenntarthatóságról, hogyan áll ehhez a témához az általunk képviselt cég. Elképzelhető, hogy megvan az igény ügyféloldalon is, csak éppen az összefüggéseket nem mindig látják. Azt kell világossá tennünk, hogy amikor például az ügyfél partnertalálkozót tart, vagy egy családi napot szervez több ezer fővel, akkor kiteszi a kirakatba azt, amit képvisel. A legtöbb cég igyekszik kialakítani egy ESG vagy fenntarthatósági stratégiát, célokat tűz ki ezzel kapcsolatban, de látnia kell, hogy a nagyvilág elé tárt több száz fős partnertalálkozóval is üzen. Ezekkel a rendezvényekkel is megmutatja, hogy valóban betartja-e az adott stratégiát. Egy példa: egy rendezvényen nem adunk palackos üdítőket, mert ez a megoldás az ügyfél vagy a rendezvényszervező stratégiájába és fenntarthatósági üzenetébe nem fér bele. Nem kerül többé ehelyett a tisztított víz citromkarikákkal. A rendezvényszervezői oldalnak is felelősséget kell vállalnia azért, hogy egyértelművé tegye: ami fenntartható, az nem feltétlenül jelenti azt, hogy költségesebb is. Ha úgy próbáljuk mindezt kommunikálni az ügyfél felé, hogy ami fenntartható, az másfélszer drágább, azal nem érzük el a célt” - mondta el **Herner Katalin** a KÖVET Egyesület ügyvezető igazgatója.*

Szolgáltatóként azonban 8,1 pontot kapott a fenntarthatóság a 10-ből, ami azt mutatja, hogy az iparági szereplők szerint, saját maguk nagyobb jelentőséget tulajdonítanak ennek a témának, mint az ügyfelek. Ez az eltérés arra utal, hogy az iparági szereplők saját felelősségüknek érzik a problémát, és az ügyféloldali keresletől függetlenül próbálják

Ügyfelek bevonása:

A fenntarthatóságot népszerű, trendi dolgokkal lehet összekötni. Az ESG-szabályozás például most kétségtelenül hat a cégekre, meg akarnak felelni ezeknek a kihívásoknak. Ezt a törekvést összeköthetjük azzal, hogy a fenntarthatósági jelentésekben beszámolhatnak a rendezvényekről is, és kifejezhetik, hogy ezek az események hogyan felelnek meg a fenntarthatósági célkitűzéseiknek.



Hívjuk fel a figyelmüket arra, hogy a rendezvény ugyanúgy a működésük része, egy kirakat, ami kívülről nagyon is látható. Át kell gondolni, hogy rendezvényszervezés címen a vállalat mihez adja a nevét, mit támogat, mit szponzorál, hiszen már ezzel is egy üzen.



Segíthet néhány adat abban, hogy motiválni tudjuk ügyfeleinket a fenntartható alternatívák választására:

- A [University of Cologne egyetem tanulmánya szerint](#) a fenntarthatóság iránt elkötelezett vállalatok márkáértéke 50%-kal magasabb lehet.
- A [Journal of Cleaner Production tanulmánya szerint](#) a fenntartható gyakorlatok alkalmazása és azok hatékony kommunikációja javíthatja a vállalatok márkaimázsát és erősítheti a fogyasztói lojalitást.



- A [KPMG 2024-es kutatása szerint](#) a megkérdezett befektetők 28%-a figyelembe veszi az ESG szempontokat a befektetési döntések során, a pénzügyi mutatók mellett.
- Az [EY pedig ugyanebben az évben arról számolt be](#), hogy a klímacélok teljesítésében élenjáró vállalatok 1,8-szor nagyobb valószínűséggel számolnak be a fenntarthatósági intézkedéseikből eredő, vártnál magasabb pénzügyi értékről.

Egy kis pszichológia

A "default bias" egy pszichológiai torzítás, amely során az emberek hajlamosak az alapértelmezett, előre beállított lehetőséget választani, még akkor is, ha léteznének jobbak vagy előnyösebbek is. Ez azt jelenti, hogy **ha alapértelmezetten fenntartható megoldásokat kínálunk az ügyfeleknek, nagyobb eséllyel fogadják el azokat**, mintha ezt az opciót egy új lehetőségként mutatjuk be, ami leváltja a megszokott megoldásokat.

"Ügyféloldalról ritka, hogy a fenntarthatósági kérdés felmerüljön, ez a mi hozzáállásunkon múlik. A szakmai szervezőpartnerek, akik döntést hoznak abban, hogy mi legyen a termék, nem mindig értik, miért szeretnénk ilyet, ezért sokszor már elsődleges alternatívaként mutatjuk meg nekik a fenntarthatóbb opciót" – fogalmazott **Ihász Kata**, az [Altagra Szervező és Utazási Iroda](#) társ-ügyvezetője.

Mindemellett sokszor azt érezhetjük, hogy a fenntarthatóság egy plusz feladatkör, teher, egy probléma, amit meg kell oldani, mert utólag próbálunk jóvá tenni dolgokat az elkerülés helyett.

03 A rendezvény-szervezés 6R modellje

Az utólagos kárenyhítés és az elkerülhetetlen emisszió megváltásának minimalizálása érdekében mindig a 6R modell mentén gondoljuk végig a rendezvényeink elemeit, már a kezdeti fázisban.



6R modell

Az alap rendezőelvünk a rendezvényszervezés 6R modellje [Bea Johnson 5R modelljére](#) épül; van sokféle változata, de ez a kombináció az, amit a fenntartható rendezvényszervezés alapjaként tudunk használni. Minden feladat és terület kapcsán ez határozza meg a gondolkodás módunkat.

1. **Rethink (Gondold újra):** Alapjában újragondoljuk az rendezvényfolyamatokat.
2. **Refuse (Utasítsd el):** Újra és újra felteszük a kérdést "Tényleg szükségünk van erre a rendezvényelemre, vagy csak megszokásból használjuk?"
3. **Reduce (Csökkentsd):** Mindenből csak annyit vásárolunk, amennyi ahhoz szükséges, hogy a rendezvény adott eleme betöltse a szerepét.

4. **Repurpose & upcycling (Használd újra):** Új életet adunk tárgyainknak, amiket már nem lehet az eredeti rendeltetésük szerint használni.
5. **Recycle (Hasznosítsd újra):** Mivel elkerülhetetlen, hogy valamennyi hulladék keletkezzon, ami keletkezik, azt szelektíven gyűjtjük és a vendégeinket is erre ösztönözzük. Gondolunk az utóválogatásra is.
6. **Rot & save (Komposztáld & mentsd meg):** A konyhai hulladék esetében a bio szemetet komposztáljuk, például egy catering alvállalkozó/helyszín ipari konyhájában. A rendezvény végén megmaradt, érintetlen ételmaradékokat pedig lehetőség szerint eladományozzuk.

Amennyiben megfelelően dokumentáljuk a **6R modell mentén végzett elemzést**, tervezést, akkor az jól látható módon mutatja majd a megspórolt gyártási mennyiségeket és költségeket, valamint, hogy mennyi káros emissziótól kíméltük meg a rendezvényt. Ezáltal olyan eszköz lesz a kezünkben, amivel **meggyőzhetjük az ügyfeleinket arról, hogy a fenntartható rendezvényből milyen előnyeik származhatnak.**

Kárenyhítés helyett megelőzés!



1. Anyaghasználat és dekoráció

Kárenyhítés: A rendezvény után szelektíven gyűjtjük a hulladékot, a dekoráció egy részét újrahasznosítjuk.

Megelőzés:

- A dekoráció eleve újrahasználható, bérelhető modulokból áll (pl. textil hátfalak, fa installációk, LED-plakátok).
- Kerüljük az egyszer használatos műanyag és PVC elemeket, már a tervezésnél lebomló vagy újrahasznosított anyagokat válasszunk.
- Minimalizáljuk a dekorációt, és a helyszín meglévő adottságait használjuk ki (pl. növényzet, építészeti elemek).
- Kerüljük az évszám megjelenítését a dekoron, csak általános arculatot használjunk az egyedi, csak egy rendezvényre készülő key visual helyett.
- Elektronikus belépőjegyeket, online eseményapplikációkat használjunk a nyomtatott anyagok helyett.



2. Catering és ételpazarlás

Kárenyhítés: A maradék ételt felajánljuk jó-tékony célra vagy komposztáljuk.

Megelőzés:

- Pontosabb vendégszámbecsléssel és előzetes visszajelzésekkel csökkentjük a túltermelést.
- Szakértőket vonunk be a tervezésbe (Felelős Gasztrohős, Magyar Élelmiszerbank)
- A menü összeállításnál szezonális, helyi, alacsony ökolábnyomú alapanyagokat választunk.
- Növeljük a vegán/vegetáriánus opciók arányát, mivel ezek előállításuk kisebb környezeti terheléssel jár.

*“Azt nagyon fontos hangsúlyozni, hogy összességében fenntartható menüről csak akkor tudunk beszélni, ha növényi fókuszú, főképp húsmentes ételekből áll. Nagyon nehéz konkrétan megmondani, hogy hogyan lehet, egyáltalán lehet-e “ellen-súlyozni” azt, hogy marha vagy más állati eredetű termék kerül a kínálatba, mert sok összetevős a kérdés. Tudjuk, hogy vannak olyan esetek, amikor nem vethetjük el teljesen a húsos ételeket, ebben az esetben érdemes hazai, szabadtartásos/ökológiai gazdaságból származó húst beszerezni. Az is lehet egy “jobb” választás, ha a “fülétől a farkáig” elv alapján valamilyen szokatlanabb részt teszünk be a menübe. De az ételek arányával is lehet játszani, ha jórészt növényi alapú a kínálat, és ez még hazai forrásból is származik, szezonális alapanyagokból áll” – javasolja a **Felelős Gasztrohős.***



3. Közlekedés

Kárenyhítés: Karbonmegváltással, például faültetéssel semlegesítjük a résztvevők utazását.

Megelőzés:

- Már a meghívásban ösztönözzük a **közösségi közlekedés, telekocsi, kerékpár** használatát.



- A helyszínválasztásnál figyelembe vesszük a közösségi közlekedéssel vagy vonattal egyszerűen megközelíthető helyszíneket.



4. Ajándékok, üdvözlőcsomagok

Kárenyhítés: Az ajándékosomagok maradékát elajándékozzuk más rendezvényeken, vagy adományozzuk.

Megelőzés:

- Nem adunk felesleges tárgyi ajándékot, helyette élményt vagy digitális tartalmat kínálunk.
- Csak akkor adunk ajándékot, ha valóban hasznos, **helyi kézműves termék**, fenntartható csomagolásban, vagy olyan termék amivel valamilyen jó ügyet támogathatunk ([Autistic Art](#)).
- A vendégek maguk készítik el az ajándékukat [Upcycling workshop](#) során, előre begyűjtött hulladék-alapanyagokból.
- Az ajándékozásnál a **„semmi is lehet opció”** szemlélet meghonosítása.
- **Jó tékony célra fordíthatjuk** az erre szánt összeget, amihez a vendég is hozzájárul, ha megfelelően kommunikáljuk.

„A cégek tartanak attól, hogy rossz lesz a megítélésük, ha nem adnak látványos, komplex ételeket és lenyűgöző programot. Egy rendezvényen például volt egy fánkfal, ami nagyon látványos volt, éppen csak minden tizedik fánk a földön landolt. Nagy pazarlás, se nem praktikus, se nem higiénikus. Ezzel szemben, ha bemutatjuk a helyi értékeket, vagy egy helyi manufaktúrával közösen workshopozunk, az mindenkinek nagy élmény lehet. Ha a vállalat eköré egy érthető, világos kommunikációt épít, megelőzheti, hogy a rendezvény rossz színben tűnjön fel, sőt, még extra figyelmet is élvezhet” – mondta **Herner Katalin**.



5. Energiahasználat

Kárenyhítés: Karbonmegváltással, például faültetéssel semlegesíthetjük az energiahasználatot.

Megelőzés:

- Alacsony energiaigényű eszközöket és LED-világítást használunk.
- Olyan helyszínt választunk, amely eleve megújulóenergiát, modern, korszerű rendszereket használ.
- Preferáljuk a természetes fényvel rendelkező tereket, hogy minimális mesterséges világításra legyen szükség.
- Van lehetőség lekapcsolni a világítást azokban a terekben, amiket épp nem használunk?

„Jó példa erre egy fűtési rendszer optimalizálása is, hiszen ki nem járt még olyan konferencián, ahol vagy nagyon hideg, vagy nagyon meleg volt. Nyáron túlhűtik, télen túlfűtik ezeket a termeket, és egy nagy helyiség esetén ez komoly energia- és költségemésztő probléma lehet. Ha erre odafigyelnek, máris energiát takarítottak meg” – támasztotta alá **Herner Katalin**.

Ne feledjük! Az energiamegtakarítás mindig valamihez képest értelmezhető – szükség van viszonyítási alapra.

- Standard-ek, benchmark-ok jól működnek, ha megalapozottak (pl. KSH adatok: lakás vs. irodahasználat).
- Hasonló funkciójú terekhez képest érdemes viszonyítani (pl. lakásiroda vs. hagyományos iroda, ha a mindennapi üzemelésről van szó).
- Hasonló funkciójú rendezvényhelyszíneket tegyünk egymás mellé (ne hasonlítsunk össze egy üres csarnokot egy hotel konferenciatermével).

Van az a mondásunk, hogy minden a tervezőasztalnál dől el. Kérdőíves kutatásunk azonban arra is rávilágított, hogy a kitöltők több mint felének nincs elegendő dedikált munkaideje a fenntartható gyakorlatokra.



Ezek a folyamatok tehát még nem szerves részei az alaptevékenységünknek, hanem pluszfeladatokat jelentenek.

Ebben az útmutatóban igyekszünk rendszerbe foglalni a fenntartható törekvéseket, hogy könnyebben beépíthető legyen ez a gondolkodásmód a mindennapi folyamatokba.

04 Tudatos hálózatépítés: a stakeholder mapping

Felvetés: A tudatos hálózatépítés segítségével rengeteget tehetünk a zöld működésünk érdekében – az ESG törvények megjelenésével ez a terület kiemelt szerepet fog kapni a közeli jövőben.

Ahhoz, hogy ezt jól csináljuk, tisztában kell lennünk a saját cégünk teljes működésével, annak környezeti hatásaival és a teljes beszállítói/partneri láncunkkal. A fenntartható rendezvényszervezés nemcsak a saját működésünkről szól, hanem minden érintettől, akikkel együtt dolgozunk – a beszállítóktól kezdve a megrendelőkön át a vendégekig.

A **stakeholder mapping (érintett-térképezés)** segít azonosítani, hogy kik azok a szereplők, akik hatással vannak a rendezvény környezeti lábnyomára, és kik azok, akiknek az elköteleződésére szükség van a fenntartható célok eléréséhez.

Ahogy **Hodik Tibor** fogalmazott: *“Ha az alvállalkozó is hajlandó közösen gondolkodni, beletenni az energiát, a nap végén ugyanabból az összegből ugyanazt tudjuk kihozni, csak fenntarthatóbban.”*

Ha átlátjuk, hogy kinek milyen szerepe és érdeke van, könnyebben tudunk prioritizálni, kommunikálni és együttműködni: például meggyőzni a catering-partnert a hulladékcsökkentésről, vagy a technikai szolgáltatót az energiatakarékos megoldásokról. Ha pedig mi biztosítjuk a cateringet vagy adjuk bérbe és építjük a színpadi LED-falat, akkor a láncot tovább bővítve nézzük meg, hogy milyen beszállítókkal dolgozunk. A jól megtervezett stakeholder térkép **a fenntartható stratégia alapja**, segít a konfliktusok megelőzésében és az erőforrások hatékonyabb elosztásában.

A fenntartható szervezés nem valósulhat meg pusztán jó szándékból: **mérhető adatokra és pontos ismeretekre** van szükség ahhoz, hogy valódi változást érjünk el és hogy ezt az ügyfeleink is lássák, értsék. A megfelelő mérés segít, hogy **átlássuk a rendezvény teljes ökológiai lábnyomát**, a tervezéstől a lebonyolításon át egészen az utókövetésig.

Ez nemcsak a saját működésünk (pl. iroda, utazások, kommunikációs eszközök) környezeti hatásait jelenti, hanem a rendezvény **összes komponensét is**: a felhasznált anyagokat, eszközöket, beszállítói tevékenységeket, energiafogyasztást, hulladékot stb.

A részletes adatgyűjtés célja, hogy:

- **Azonosítsuk a legnagyobb környezeti terhelést okozó pontokat** (pl. egyszer használatos eszközök, szállítás, logisztika, ételpazarlás);
- **Alapot adjunk a 6R modell mentén történő újratervezéshez**, csökkentéshez, helyettesítéshez;
- **Mérni tudjuk a változtatások eredményét** – pl. mennyi ÜHG kibocsátást sikerült elkerülni;
- **Transzparensen tudjunk kommunikálni a megrendelők, partnerek, vendégek felé**, növelve ezzel a bizalmat és hitelességet.

A jó adatgyűjtés tehát nem adminisztratív teher, hanem stratégiai eszköz: lehetővé teszi, hogy okosabban, fenntarthatóbban és gazdaságosabban szervezzük meg a rendezvényeinket.



Hogyan álljunk neki?

1. **Azonosítsuk a szereplőket:** Írjuk össze az összes olyan partnert, szolgáltatót, belső és külső szereplőt, aki valamilyen módon részt vesz a cégünk működésében.



2. Értékeljük a hatásukat és befolyásukat:

Milyen mértékben tudják befolyásolni a fenntarthatósági célokat? Mennyire nyitottak a változásra?

3. Csoportosítsuk őket:

Használhatunk egyszerű mátrixot (pl. befolyás / érdekeltség tengelyen), hogy könnyebben eldönthessük kivel hogyan érdemes kommunikálni.

4. Készítsünk kommunikációs tervet:

Milyen üzenetet, milyen formában, mikor érdemes átadni az egyes csoportoknak?

5. Vonjuk be, kérjünk visszajelzést:

A stakeholder mapping nem egyszeri feladat – érdemes folyamatosan frissíteni, és a partnerek véleményét is figyelembe venni.

Tanúsítványok és címkék, amelyekben bízhatunk

Az EPD (Environmental Product Declaration – Környezeti Terméknyilatkozat) egy nemzetközileg elfogadott, hitelesített dokumentum, amely egy adott termék vagy szolgáltatás teljes életciklusára vonatkozó környezeti hatásokat mutatja be. Miért jó ez nekünk?

- **Kész adatokkal dolgozhatunk:** Nem nekünk kell kiszámolni, hogy pl. egy LED-fal vagy egy szék gyártása mennyi emisszióval járt – az EPD-ben ez már benne van.
- **Gyorsítja az adatgyűjtést:** Ha szállítóiink EPD-vel rendelkező termékeket kínálnak, gyorsabban összeáll a rendezvény környezeti mérlege.
- **Hiteles és összehasonlítható információ:** Több termék vagy szolgáltatás összevethető környezeti alapon – így tudatosabban dönthetünk.
- **Transzparens kommunikáció:** Az EPD-re hivatkozva a megrendelő felé is alá tudjuk támasztani a fenntarthatósági vállalásokat.

Példák az EPD-vel ellátott termékekre, amik egy rendezvényen előfordulhatnak:

- Mobil WC-k
- Konténerek, sátrak
- Építési modulok (pl. standelemek, padlórendszerek)
- Kárpitozott bútorok
- Audiovizuális eszközök
- Papír alapú nyomtatványok, kiadványok

Kérdezzük meg a szállítóiinkat, rendelkeznek-e a termékeik EPD-vel, és ha igen, válasszuk ezeket a megoldásokat! Amennyiben nem, akkor az alábbi ábrán bemutatunk néhány további, valóban hiteles zöld címkét, amit érdemes keresni egy termék/alapanyag beszerzése során:



Forrás: Sustainable Business Academy – CSM képzés

Étel alapanyagok esetében is sokszor felmerül a kérdés: **Honnan tudom eldönteni egy beszállítóról, vagy általa biztosított ételről, hogy az fenntartható forrásból származik?**

Megkérdeztük erről a **Felelős Gasztrohóstról:**

“Élelmiszerek esetében is sokat segíthetnek a különböző, harmadik fél általi minősítések, mint például a bio minősítés, amit itthon a Biokontroll vagy az Ökogarancia hitelesített messzebből érkező alapanyag tekintetében, pl. kávé; a bio mellett a Fair Trade vagy Direct Trade minősítés lehet segítség. A különböző sztenderdeknek való megfelelés is segíthet abban, hogy tudjuk, fenntartható módon dolgozó beszállítóról van szó. Zöldség-gyümölcs alapanyagoknál a szezonális követése is lehet egy jó szervezető számunkra, hiszen, ha valaki azt állítja, hogy hazai beszállítókkal dolgozik, ritkán találunk majd nála télen epret, paradicsomot vagy cukkinit például. Tojás esetében pedig érdemes a jelölést figyelni, ezen megtaláljuk, milyen tartásból, honnan származik az adott termék.”





Miért hasznos a fentiek alkalmazása?

- **Lépcsőzetes fejlődés:** nem kell rögtön a teljes életciklus-elemzést elvégezni, de minden minősített beszerzés közelebb visz a felelős működéshez;
- **Jobban bevonhatjuk beszállítóinkat:** különböző szinteken ők is tudnak adatot szolgáltatni;
- **Transzparensen tudunk kommunikálni** a megrendelők felé, hogy hol tartunk a fenntarthatósági úton.

05 A szakma jelene és jövője

Felvetés: Az energiahatékonyság, a hulladékcsökkentés és a digitális megoldások állnak a fókuszban. A fenntartható beszerzés és újrafelhasználás kevésbé hangsúlyos, ami arra utal, hogy ezen a területen még van lehetőség fejlődésre.

Energiahatékonyság

Fenntarthatósági kutatásunk válaszadói közül több vállalat is alkalmaz energiahatékony technológiákat, és egyesek megújuló energiaforrásokat is beépítenek a működésükbe.

“Az öreghegyi Pezsgőbirtok áramfelhasználásának közel 40%-át napelemek adják, az új borászati épületünkénél ez a szám már közelebb van az 50%-hoz.”
- Szerepi Szabolcs, Etyeki Kúria

Az újépítésű, jól szigetelt rendezvényhelyszínek energiahatékonysága jobb, de nem automatikusan fenntarthatóbb.

“Kiemelten fontosnak tartom a pazarlás elkerülését az energiefelhasználás és az élelmiszerek, ételek területén is” - mondta **Semsei Rudolf**, a [Semsei Gastronomy](#) cégcsoport tulajdonosa.

A fenntarthatósági intézkedések a megkérdezett vállalatoknál leginkább az alábbi területeken jelennek meg:

Vizsgálendő szempontok, avagy mit kérdezzünk a helyszínbejáráson, vagy milyen információkkal készüljünk, ha mi értékesítjük a rendezvényhelyszínt:

- Szigetelés minősége;
- Ablakfelületek aránya (pl. túl sok üveg túlmelegedés esélye nyáron, túlzott klímahasználat);
- Fűtési/hűtési rendszer típusa (pl. hőszivattyús rendszer is csak akkor „zöld”, ha megújuló energiával működik – különben nem lesz nulla a kibocsátása.);
- Világítás rendszere (LED, automatizált világítás, blokkosított rendszer megléte);
- Van-e lokálisan kiépített megújuló energiaforrás, vagy vásárolnak megújuló energiát (zöldáramot)?

Ami biztosan nagyon fontos: **a rendezvény időpontja számít!** Esti rendezvény esetén hiába van napelem az épületen, akkor nem termel energiát, tehát vagy energiatárolási lehetőség szükséges, vagy zöldáram vásárlása lehet a megoldás.

Hulladékmenedzsment

A fenntarthatósági kutatásunkra adott válaszok szerint az egyik leginkább kiemelt téma a **hulladék csökkentése és szelektív gyűjtése**, illetve a **műanyaghasználat minimalizálása**.

“A hulladéktermelés az egyik legmegfoghatóbb dolog a rendezvényszervezés során. Nem meglepő, hogy a szervezők számára a hulladéktermelés csökkentése kulcsfontosságú. A [Zöldövezet Társulás](#) rendezvényzöldítő munkája során azt látom, hogy a környezettudatos hulladékmenedzsment bevezetése egy remek kapu ahhoz, hogy mélyebb fenntarthatósági és hatékonyabb környezetvédelmi változásokat vezessenek be egy rendezvényen” - mondta **Csobay Krisztina**, a Zöldövezet Társulás elnöke.



Mítosz vagy valóság? Mi történik a szelektív hulladékkal?

Sokan hiszik, hogy a szelektíven gyűjtött hulladék úgymint ugyanoda kerül a végén – ez viszont egy tévhit.

- A **szelektív gyűjtés célja**, hogy az újrahasznosítható anyagok eljussanak a megfelelő feldolgozóüzembe, ahol **anyagtípus szerint válogatják** és hasznosítják újra őket (pl. PET, polipropilén, polisztirol).
- Budapesten külön gyűjtőt biztosítanak a papírnak, műanyagoknak és fémeknek.
- Vidéken ugyan gyakran egy edénybe gyűlik a szelektív hulladék, de az elszállítás után itt is különválogatás történik.
- Rendezvény esetében jó, ha ez a különválogatás már a helyszínen megtörténik, mert az eseti elszállításához könnyebb így alvállalkozót rendelni.
- A bioműanyag étkezészetek használatakor ügyeljünk, hogy ne kerülhessenek a szelektíven gyűjtött hagyományos műanyagok közé.



A szemétermelés elkerülésének jegyében pedig további eszközökkel ösztönözhetjük a vendégeket és csökkenthetjük a hulladékot:

- Kérjük meg a vendégeket, hogy hozzák el kedvenc kulacsukat, otthon már meglévő újrapoharukat és biztosítsunk víztöltő állomásokat.
- Mutassuk meg a vendégeknek, hogy saját étkezészet esetében hulladékmentesen tudnak étkezni a programon.
- Hívjuk fel a vendégek figyelmét arra, hogy étkezészetkor válasszák a hulladékmentes csomagolásokat (pl. fagyi tölcser eldobható papírkehely helyett).
- Biztosítsunk elmosható, újrahasználatos poharat és étkezészetet, ahol csak lehetséges.

Fenntartható anyaghasználat rendezvényeken

A greenwashing elkerülése érdekében nem elég, ha valami „úgy néz ki, mintha környezetbarát lenne” – fontos, hogy valóban fenntartható is legyen.

1. **Törekedjünk a tartós, többször használható eszközökre** (ajándékok, dekoráció, catering).
2. **Egyszerhasználatos termékek** mellett csak akkor döntsünk, ha:
 - c. az anyag valóban újrahasznosítható,
 - d. a helyi hulladékkezelő el tudja szállítani,
 - e. a feldolgozó üzem képes kezelni azt.
6. **Kerüljük a kevert anyagokat**, amelyek első ránézésre papírnak tűnnek, de műanyagot is tartalmaznak – ezek nem újrahasznosíthatók.

Lebomló vagy nem? – A komposztálható anyagokról őszintén

Sokan úgy gondolják, hogy a lebomló anyagok minden körülmények között lebomlanak, így nincs jelentősége, hogy hova dobjuk őket. Ez sajnos nem igaz.

- **A biológiailag lebomló eszközök csak ipari komposztálóban bomlanak le rendszeren**, ahol adott a megfelelő hőmérséklet, páratartalom és oxigén.
- Ha kommunális kukába kerülnek, a lerakó oxigénhiányos környezetében éppolyan lassan bomlanak le, mint a hagyományos hulladék.
- Ráadásul, ha véletlenül szelektívbe kerülnek, **szennyezik a többi újrahasznosítható anyagot**.
- A „lebomló” jelzés sokszor **hamis biztonságérzetet ad**, és támogatja a pazarlást, sajnos 99%-ban kommunális hulladéklerakón végzik a bioműanyagból készült anyagok.



- Válasszunk inkább tartós, újrahasználatos alternatívákat!
- Minimalizáljuk az egyszer használatos eszközöket!



Digitális megoldások

“Az irodában egyértelmű, hogy szelektíven gyűjtjük a szemetet, és igyekszünk nem kinyomtatni semmit. Akkoriban, mikor hozzánk került a cég, megörököltünk egy óriási irattárat, millió dossziéval. Ezt éppen most számoljuk fel, mert lejárt az iratörzés határideje. A selejtezés során észrevettük, hogy azóta alig van dossziénk, a kötelező iratokat leszámítva. Mi csak digitálisan írunk szerződést, nem nyomtatjuk ki, megvan a rendszerünk, ahogy ezeket őrizzük” – foglalta össze **Ihász Kata** az Altagra gyakorlatait.

A rendezvényinstallációk esetében talán nehezebben elkerülhető a gyártás, ha az ügyféligények kevésbé rugalmasak. A papírfelhasználás csökkentése és az elektronikus alternatívák alkalmazása azonban egyre elterjedtebb. A papírmentes üzletvitelt **Ihász Kata** mellett **Varga-Szabó Andrea** is kiemelte mint zöld irodai megoldást.

A digitális megoldások térhódítása abszolút érthető: a papír és más gyártott anyagok csökkentése vagy teljes elhagyása költségszempontról is hatékony, az AI és egyéb interaktív elemek beépítése pedig már elvárás az ügyfelek részéről.

De mi van a digitális, innovatív és LED-ekből épített falakon túl? Ha minden területen szeretnénk tisztában lenni a kibocsátásunkkal és elkerülni a sokszor akár nem tudatos greenwashing-ot, akkor a következő rész különösen érdekes lesz.

Digitális karbonlábnyom a rendezvényszervezésben – Miért fontos és mit tehetünk?

“A digitális világ térhódításával az események, konferenciák szervezésének egyre több eleme is az online térbe helyeződik át. Ha a cél egy fenntartható rendezvény, joggal gondoljuk, hogy a papíralapú anyagok helyett megéri digitálisra váltani. De sokan nem tudják, hogy a digitális karbonlábnyom nemcsak létező, hanem egyre növekvő szeletét adja a világ karbonkibocsátásának. A zöldmegoldásnak gondolt regisztrációs honlapok, e-mail kampányok, online meghívók és virtuális események is jelentős energiát igényelnek, ami összességében nem elhanyagolható karbonkibocsátást eredményez” – mondta **Bodnár József**, a [Carbon.Crane](#) társalapítója és cégvezetője.

Összegyűjtöttek néhány általános adatot, ami segít kézzelfoghatóvá tenni a jelenséget, és hogy miért nem lehet azt figyelmen kívül hagyni.

Minden egyes e-mail küldése, weboldal megtekintése vagy videó streamelése energiát igényel, ami gyakran fosszilis tüzelőanyagok elégetéséből származik, így hozzájárul a globális ÜHG kibocsátáshoz. A digitális karbonkibocsátás ebből az energiafelhasználásból vezethető le, valamint figyelembe veszi a használt szerverek és eszközök teljes életciklusából eredő környezeti terhelést is. **Egy tipikus weboldal betöltése 0,8 gramm, egy e-mail megnyitása 0,3-50 g, míg egy egyórányi videó streamelése 55 g CO₂e kibocsátással jár.**

Nem hangzik olyan soknak? Egyenként talán nem, de az interneten közel 200 millió aktív weboldal érhető el, és több mint 350 milliárd e-mail keletkezik naponta. Így lehetséges, hogy 2019-ben az internethasználat a globális karbonkibocsátás 4%-áért volt felelős – ez nagyságrendileg megegyezik a légközlekedésből származó összes kibocsátással. Ez az arány azonban folyamatosan nő, 2040-re elérheti a 14 százalékot. Ráadásul 2019-ben még nem volt látható a Covid-19 világjárvány ugrásszerű digitalizációs hatása, sem a mesterséges intelligencia rohamos térnyerése a mindennapokban. Egyes kutatók szerint ezek a várakozások a korábban becsült számoknál lényegesen magasabbak is lehetnek, akár 1,5-2-szeres nagyságrenddel.

Hogyan érinti ez a rendezvényes iparágat?

Egy rendezvény esetében az alábbi tételek mind hozzájárulnak a digitális karbonlábnyomhoz:

- Eseményregisztrációs oldalak létrehozása
- Elektronikus meghívók és hírlevelek kiküldése
- Online jegyértékesítés és beléptetés
- Utókommunikáció videós beszámolóval, fotógaléria megosztásával
- Virtuális konferenciák és webinárok lebonyolítása vagy személyes esemény streamelése

Egy nagyobb esemény vonatkozásában – ahol széles közönséget szólít meg az elő- és utókommunikáció, több száz vagy ezer ember kap digitális meghívót, regisztrál egy weboldalon és kap automatikus visszaigazolásokat – a karbonkibocsátás mértéke már abszolút jelentős lehet.

“Persze nem azt mondjuk, hogy ideje visszatérni a nyomtatott anyagokhoz, hiszen ezeknek a karbonterhelése jóval magasabb, akár százszor akkora lehet, mint a digitális változaté. A Carbon.Crane-nél marketingszakértők és adattudósok lelkes csapataként viszont hiszünk abban, hogy a digitális eszközök



karbonlábnyoma mérhető, csökkenthető, és csökkentendő. A Bureau Veritas által validált módszer-tanunk segítségével képesek vagyunk azonosítani a weboldalak és e-mail kampányok csökkentési potenciálját anélkül, hogy a felhasználói élmény sérülne” – emelte ki **Bodnár József**.



Mit tehetünk a digitális karbonlábnyom csökkentése érdekében?

- **Hatékony e-mail-kampányok:** Célozzuk meg precízebben a közönséget, és minimalizáljuk a feleslegesen kiküldött e-maileket. Egy átlagos e-mail kampány során az üzenetek 20-22 százalékát nyitják csak meg – miért küldjük ki a másik 80%-ot? A Carbon.Crane-nél mesterséges intelligenciát alkalmazva közel 90 százalékos pontossággal képesek előre jelezni, mely címzettek nem nyitnák meg az üzenetet. Ezáltal a kampányok célzottabbá válnak, a megnyitási arány nő, miközben a karbonkibocsátás csökken.
- **Zöld hosting szolgáltatók használata:** Olyan szervereket válasszunk, amelyek megújuló energiát használó adatközpontokból működnek. Ezzel – a közhi-delemmel ellentétben – közel sem lesz „zéró” a weboldal karbonkibocsátása, de 10-15%-os csökkentést érhetünk el vele.
- **Média optimalizálása:** Az esemény weboldalának vagy e-mail kommunikációjának lábnyomát rengeteg lépéssel lehet csökkenteni, de a legjelentősebb potenciál szinte mindig a képek és videók optimalizálásában van:
 - Gondoljunk a modern formátumok (pl. WebP, AVIF) használatára kisebb fájlméret mellett.
 - Használjunk lazy loadingot, hogy a médiaelemek csak akkor töltsődjenek be, ha a felhasználó görgetéssel eléri őket.
 - A videóknál különösen megéri kerülni az automatikus indulást, és alacsonyabb felbontást beállítani alapértelmezés szerint.

□ Gondoljuk át, milyen galériát osszunk meg a résztvevőkkel az esemény után. Szükség van több száz fotóra, teljes felbontásban, nyomdai minőségben? Egy jól tömörített képen szinte nincs érzékelhető különbség, de akár 95%-os méretcsökkenés is elérhető így.

- **AI használat ésszerű keretek között:** Az elmúlt években rengeteg mesterségesintelligencia-alapú megoldás jelent meg a piacon, de ezeknek a betanítása és működtetése is rendkívül energiaigényes, ami jelen állás szerint nem oldható meg kizárólag zöldenergiával. Olyan területeken vegyünk csak igénybe MI-t, ahol érdemben jobb, hatékonyabb működést tudunk elérni a segítségével – ne egy Google keresést váltsunk ki ezzel.

*“Egy esemény akkor válik igazán fenntarthatóvá, ha nemcsak a helyszíni, hanem a digitális hatásait is figyelembe vesszük. Felelős vállalkozásként a megfelelő eszközökkel és tudatos döntésekkel az online térben is csökkenthetjük a karbonlábnyomot, és elkerülhetjük a greenwashing (zöldrefestés) veszélyét. Legyenek a jövő zöl-deseményei nemcsak papírtakarékosak, hanem digitálisan is fenntarthatóak!” – foglalta össze a lényegét **Bodnár József**.*

Szállítás csökkentése

A kutatásunk során megkérdezettek közül többen **helyi beszállítókkal dolgoznak** és igyekeznek optimalizálni logisztikai folyamataikat.



Ha már a tervezéskor van lehetőség figyelembe venni a logisztika karbonlábnyomának csökkentését, akkor jó helyzetben vagyunk, hiszen a legegyszerűbb a megfelelő elhelyezkedéssel hatást elérni.

“A raktárunk közel van az irodánkhoz, melynek praktikus okai is vannak, hiszen a ruházati raktárkészletünk több ezer darabból áll” – emelte ki **Varga-Szabó Andrea**.

Remek példa a tudatos tervezésre az Etyeki Kúria új borászati épülete is, amely a fenntarthatóság jegyében épült meg 2023-ban, öt kilométerre a Pezsgőbirtoktól - nem véletlenül.

“Tudatosan került távolabb az öreghegyi mesevilágtól, közelebb a szőlőterületeinkhez; mezőgazdasági gépeink, melyek a földjeinken dolgoznak, kevesebbet ingáznak, ezért kevesebb üzemanyagot fogyasztanak, gyorsabban beérnek a szőlővel, kevésbé kell hűteni azt, a klímaváltozás következtében egyre korábbra tolódó, akár már nyárközepi, meleg szüreti napon, és a feldolgozás is gyorsabb. Emellett tehermentesíti az etyeki Öreghegyet, melynek természetközelsége a legnagyobb értéke” - emelte ki **Szerepi Szabolcs**, az [Etyeki Kúria](#) üzletfejlesztési-, és cégvezetője.

A fenntarthatóság azonban holisztikus megközelítést igényel, ami valamennyi szállítón, ügyfelen és szolgáltatón múlik. **Tornyai Péter**, a [TorTer Design](#) ügyvezetője is mesélt saját tapasztalatáról, amikor a raktározás nem bizonyult megoldásnak a rengeteg egyedi gyártásra: *“Nagy mániám volt régen az, hogy ha valami izgalmasat csináltunk, akkor annak legalább a szerkezetét eltettük, biztos jó lesz még valamire. Ez azonban egy idő után több száz, több ezer négyzetméternyi felesleges raktározást eredményezett, ami egyáltalán nem költséghatékony.”*

Ebben, a gyártás elkerülését irányzó szemléletmód lenne az, ami gazdaságilag és környezeti szempontból is fenntartható (nem véletlenül ez a 6R modell első lépése). Ehhez azonban az ügyfelek nyitottsága is kell.

Befektetés a jövőbe és tudatos tervezés

Kutatásunk szerint a legtöbben már bevált szállítókkal és alvállalkozókkal dolgoznak, a partnerségnek pedig nem alapfeltétele a fenntartható gondolkodás - a régi kapcsolat és az elérhetőség fontosabb. Természetesen nagyban függ az adott ágazat le-

hetőségeitől is, hogy mennyire tud előtérbe kerülni a fenntartható értékrend a szállítók kiválasztásakor.

Tornyai Péter például a munkaerőhiányt emelte ki komoly akadályként:

“Az az igazság, hogy örülünk, ha van kivel dolgozni. Olyan munkaerőhiány van, hogy nem lehet szemponttá tenni azt, hogy bárki környezettudatos legyen, ha tisztességgel elvégzi a munkát. Elsősorban az asztalos, lakatos munkaerőre gondolok.”

A cateringben azonban kicsit más a helyzet: több lehetőség közül választhatnak a cégek, így könnyebben találnak olyat, akivel közösek az értékeik a fenntarthatóság szintjén is. **Hodik Tibor** is cateringpartnereit emelte ki: *“Az alvállalkozóink sok esetben állandóak, mert ők hozzák az elvárt színvonalat. [...] a catering esetében abszolút tényező volt a fenntarthatóság. [...] Vannak olyan nagy cateringes cégek, ahol már az alapvető működésben megjelenik az élelmiszerpazarlás elleni harc, velük is szívesen dolgozunk együtt.”*

Az Etyeki Kúria beszerzési lánc pedig abszolút fenntarthatósági elvek mentén alakult ki, bár az ő esetükben is van olyan terület, ahol szűkek a lehetőségek: *“Amit lehetséges, azt Etyekről és/vagy közvetlen környezetéből szerzünk be, sajt-jaink az Etyeki Kecsesajt Manufaktúrából érkeznek. Hús esetén nehezebb volt a helyzet, mert sem Etyeken, sem 10-15 kilométeres körzetében nem találtunk olyan vállalkozást, akivel szívesen együtt dolgoztunk volna. Budaörsig (FlyBy) kell mennünk húskészítmények esetében, ellenben itt is van etyeki kapcsolódás; legalább a hentes etyeki. Szárazáru esetében a nagyobb cégekre vagyunk utalva, ugyanis a környéken nincs olyan delikátesz bolt, ahonnan vásárolva jó ár-érték arányban tudnánk beszerezni alapanyagainkat. Viszont ez esetben is törekszünk a természetességre és az adalékanyagok elkerülésére. [...] Olyan alapanyagokat, húsokat, sajtokat és zöldségeket szeretnénk használni, melyek természetesek, nincsenek bennük mesterséges adalékok, ízfokozók, színezékek”* - foglalta össze **Szerepi Szabolcs**



Ha elindulnál a szállítói láncod átvilágításának útján és fenntarthatóbbá tételén, akkor bízunk benne, hogy a 4-es fejezetben olvastál hasznos tippeket, inspiratív gondolatokat.



Útmutató lépésről lépésre a rendezvénylábnym méréséhez

06 A rendezvény karbonlábnyoma – hogyan mérjük, miért fontos?



Tervezés alatti mérés



Folyamatos adatgyűjtés



Kontrollszámítás



Karbonszámítás, riportolás

Alapelvek a karbonkalkulációhoz

- **Nem kell tökéletesnek lenni** – a cél, hogy elkezdjük. A fenntarthatóság stratégia, amit lépésről lépésre építünk.
- **Nem minden adat lesz azonnal elérhető**, és ez rendben van. A különböző típusú adatok mind hasznosak lehetnek, ha hiteles módszertannal dolgozunk.
- **A közös nyelv és szándék ereje:** ha a rendezvényszervezők, helyszínek és beszállítók hasonló szemléletben dolgoznak, egymást segítik a fejlődésben.

„Azt látjuk, hogy a rendezvényeink többségénél az utazás vagy a catering a legjelentősebb kibocsátó kategória, ezért ezek a leginkább kiemelve már a tervezés fázisában is. A megfelelő helyszín kiválasztása kulcsfontosságú a későbbi fenntartható megoldások megvalósítására” – magyarázta **Gintner Niki**, a HighVibes fenntartható rendezvény-szakértője.

Milyen adatokra van szükség?

- **Primer adatok:** a rendezvényt szervező csapattól származó belső adatok (pl. utazási információk, energiafogyasztás, vendégszám).
- **Szekunder adatok:** külső partnerektől, beszállítóktól vagy statisztikákból származó információk.
- **Adattípusok:**
 - Mért adat: pl. energiafogyasztás mérőóra alapján.
 - Számított adat: a rendelkezésre álló számokból számolt érték (pl.: utazási adatok)
 - Becsült adat: kalkulációs adatbázis vagy statisztikai átlag alapján számolt érték (pl.: gyártások, alapanyagok kibocsátása)



Sok karbonkalkulátor rendelkezik háttéradatbázissal, így akkor is érdemes számolni, ha egy-egy érték csak becsült formában áll rendelkezésre. Viszont fontos a hitelesítés, szabványok követése, ezért érdemes ismerkedni a [GHG Protocol](#) oldalával, ami széles körű útmutatót és szabványokat nyújt, hogy átláthatóan és nemzetközileg elfogadott módszertan szerint mérhessünk, és csökkenthessük a kibocsátást.



Tervezés alatti mérés: amit előre fel tudunk térképezni

Helyszínválasztás

- Válasszunk olyan helyszínt, amely könnyen elérhető közösségi közlekedéssel – ezzel a vendégek utazásából származó kibocsátás jelentősen csökkenthető.
- Ellenőrizzük, hogy van-e valamilyen zöldmegoldás: LED-világítás, szelektív gyűjtés, megújuló energiahasználat, víztakarékossági megoldások.
- Kapunk-e hozzáférést a mérőóraállásokhoz az adatgyűjtéshez.

Helyszíni energiahasználat

- Kérjük el a helyszín szolgáltatójától az energiaellátás típusát: milyen arányban használnak megújuló, fosszilis vagy nukleáris energiát?
- **Tudtad?**
A [Magyar Energetikai és Közmű-szabályozási Hivatal \(MEKH\)](#) legfrissebb, 2023-as adatai alapján Magyarország villamosenergia-termelésének energiamixe az alábbi főbb összetevőkből áll:
 - Nukleáris energia: A Paksi Atomerőmű révén a termelés jelentős részét adja, körülbelül 46%.
 - Fosszilis tüzelőanyagok: Főként földgáz és kisebb mértékben szén alapú erőművek járulnak hozzá, összesen mintegy 33%-kal.
 - Megújuló energiaforrások: Ide tartozik a napenergia, szélenergia, biomassa és geotermikus energia, amelyek együttesen körülbelül 21%-ot tesznek ki.
 - A rendezvény előtt olvassuk le a mérőórák állását, hogy utólag pontosan lehessen számolni a tényleges energiafogyasztást.

Hulladékmenedzsmen

Változó szabályok rendezvényhelyszínenként – mire figyeljünk?

A 2023-as MOHU-s változások célja, hogy egységesítse a hulladékkezelési rendszert – de vannak helyi eltérések.

- Alapelv mindenhol: külön gyűjtjük a papírt, műanyagot, fémet és üveget.

- Rendezvényeken a szelektív hulladékgyűjtés az ún. eseti kategóriába esik – a MOHU ezeket is tudja kezelni, ha megfelelően van válogatva anyag típusokra.
- A kulcs a tisztaság és különválogatás: csak akkor lehet újrahasznosítani az anyagokat, ha azok nem szennyezettek, és külön típusokba vannak sorolva.
- Önmagában a kihelyezett szelektívgyűjtő nem elegendő: kell egy olyan csapat is, aki utólag, szakszerűen szétválogatja a hulladékot.



- **Alkalmazzunk hulladékmentő csapatot**, amely felel a válogatásért, például a Zöldövezet csapatát.
- **Előre egyeztessük** milyen típusú hulladék elszállítását tudja kezelni a partner.

Új megoldás: Mobil visszaváltó pontok – RePont

A visszaváltható csomagolású italos palackok kezelése most már rendezvényeken is megoldható.

- A MOHU RePont mobil egységeit kérésre kitelepítik a rendezvényre.
- 2024-ben a Zöldövezet csapata volt az első, aki sikeresen alkalmazta ezt a rendszert a Paloznaki Jazzpikniken.

Logisztikai kibocsátások

- Már a rendezvény előtt kérjük be a szállítóktól, milyen járművekkel és milyen útvonalon szállítanak.
- Dolgozzunk olyan partnerekkel, akik nyitottak az adatközlésre és maguk is fenntarthatósági elköteleződéssel bírnak.

Catering-menüsor és alapanyagok

- Már a tervezéskor mérjük fel a vendégek számát és étkezési preferenciáit. Ezzel minimalizálhatjuk a felesleg keletkezését.



- A menü karbonlábnyoma nem csak az étel típusától függ, hanem attól is, honnan érkezik az alapanyag.
- Dolgozzunk olyan partnerekkel, akik az egész beszállítói láncot figyelembe veszik. A Felelős Gasztrohóستól komplex tanácsadást kaphatunk, melynek során a menüsor átvilágítás mellett kitérnek a rendezvényen kínált italokra, továbbá a felhasznált eszközökre, tisztítószerre és a hulladék-, valamint ételmaradék kezelésére is. Ezekkel kapcsolatban vannak általános tippjeik, de személyre szabottan is tudnak tanácsot adni, akár konkrét beszállítókkal, termékekkel.

A növényi alapú ételek ereje

Bár a tapasztalatok szerint sokszor igénylik a vendégek, hogy legyen a fogások között húsos étel, lépésről-lépésre mégis fenntarthatóbbá tehetjük a menüt, ha igyekszünk alternatívákat kínálni, növényi alapanyagokból készült ételekkel. A HighVibes egy 2700 fős rendezvényén például a következőképpen oszlott meg a húsos-húsmentes-vegán arány:

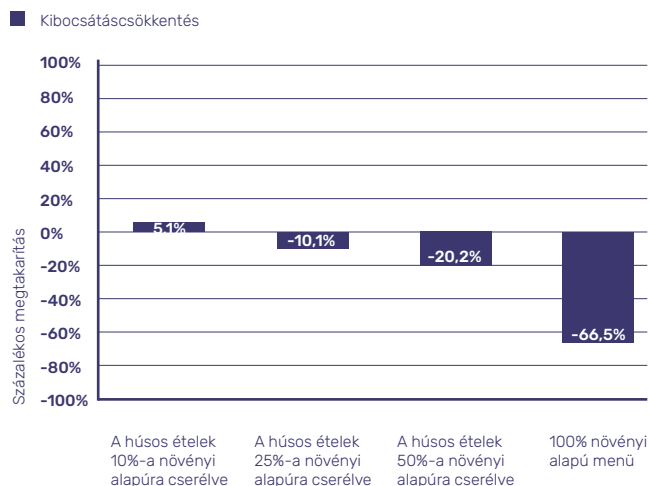
Étel típusa	Kibocsátás (tCO ₂ e)	Adag	Kibocsátás 100 grammonként (kgCO ₂ e)
Marha/Bárány	0.00	0	2.18
Egyéb húсок, hal és tenger gyümölcsei	5.37	1905	0.48
Vegetáriánus	4.77	3495	0.32
Növényi alapú/ Vegán	0.51	900	0.11

Károsanyag-kibocsátás ételtípusok szerint 100 grammonként

Ez máris remek kezdeményezés a bolygó szempontjából, amit az egyes típusok karbonlábnyoma is mutat. Ha még tovább tudunk lépni ezen az úton, akár 66,5%-kal csökkenthetjük egy ekora rendezvény catering-lábnyomát.

Kibocsátáscsökkentés ételválasztással

A grafikon bemutatja, hogy az egyes menüválasztások milyen mértékben csökkenthetik a károsanyag-kibocsátást.



Ételtípusok megválasztásából fakadó kibocsátás csökkentése



Ha pontos számokat, illetve a hús-kérdésen túlnyúló megoldásokat szeretnénk, dolgozunk a Felelős Gasztrohóssal, amely egyedi menüt készít az ügyféligények alapján!

Ételmaradék kezelése

- Bármilyen pontos is a tervezés, **maradék keletkezni fog** – ezért készüljünk előre dobozokkal, elszállítási opciókkal.
- Az **elajándékozás vagy adományozás** szintén opció lehet, de kalkulálni kell a hozzá kapcsolódó szállítási lábnyomával is.

„[A fent említett] 2700 fős rendezvényen az **Élelmiszerbankkal** együttműködve előre megszerveztük az ételmaradék elszállítását. Egy autóval, hatékonyan történt az átvétel – így valóban fenntartható megoldás született.”
– **Pécsi Szabolcs**, a HighVibes Kft. alapítója, ügyvezetője.





Egyeztessünk előre az Élelmiszerbankkal, hogy megfelelő számú autóval és személyzettel készüljenek és biztosan el tudják szállítani az ételmaradékot! A szervezettel való együttműködés teljesen ingyenes, csak a catering személyzetétől kell némi segítség a csomagolásban.

Az Élelmiszerbankkal dolgozik együtt a Budapest Party Service is és már több mint 50.000 adag melegített mentett meg és juttatott el a leginkább rászorulókhhoz.

*“Az ételmentést a fenntarthatóság jegyében is végezzük, a 2024-ben adományozott ételmisszerekrévén 80.577kg szén-dioxid kibocsátását sikerült megakadályoznunk, ami ahhoz hasonlítható, mintha egy autó több mint 400.000 kilométerrel kevesebbet tett volna meg” - mesélte **Semsei Rudolf**, aki nem csak a Semsei Gastronomy cégcsoport tulajdonosa, de az Élelmiszerbank nagykövete is.*

Gyártás

- Amit lehet megpróbálunk elkerülni, de ha mégis gyártatni kell valamit, járjunk utána, gondoljuk át az alapanyag milyenségét és beszerzési útját, döntsünk a legfenntarthatóbb alternatíva mellett.
- Figyeljünk arra is, hogy mi történik az elemekkel a rendezvény után – újrahasználat, szelektív gyűjtés, visszaforgatás, adományozás?

Ha az első évben legyártott nyakpántokat a második évben is használjuk, mert visszagyűjtöttük és nem

nyomtattuk rá az évszámot, akkor a gyártás karbonlábnyoma csak a bázis évhez íródik. Erre jó példa a 2024-es [MaReSz Event Touch](#) esete.

A 6R modell mellett a másik legfontosabb dolog a **körforgásos gondolkodás** elsajátítása. A cél: **zárt anyagciklusok megteremtése**, vagyis, hogy az esemény során keletkező anyagok ne váljanak hulladékká, hanem visszakerüljenek a természetbe vagy az ipari körforgásba.

Biológiai ciklus

- Az anyag biológiailag lebomlik, és környezetterhelés nélkül tér vissza a természetbe.
- Ide tartoznak a komposztálható vagy ültethető anyagok, mint például a magpapír badge.



Példa: Egy magpapír badge biológiai ciklusa: a rendezvény után a vendég elülteti, a papír lebomlik, a magból virág lesz, a növény újra szaporodik, a kör bezárul.



Technikai ciklus

- Az anyag nem bomlik le, de újra felhasználható más célra, új termékek alapanyagaként.
- Itt az a cél, hogy a termék minél több életciklust éljen meg.



Példa: a rendezvényen használt nyomtatott anyagokat összegyűjtjük, és a következő rendezvényen upcycling workshop keretében badge-tartók készülnek belőlük, amiket több eseményen át használunk. Amikor már nem használhatók, szelektíven gyűjtjük őket, és újrahasznosított papír lesz belőlük.

A körforgásos szemléletmódra jó példát hozott a Zöldövezet Társulás elnöke, **Csabay Krisztina**: "A hulladékmenedzsmet fogalma nem csupán a hulladék szelektív gyűjtését foglalja magában. Ezt kicsit ahhoz tudnám hasonlítani, amikor megkérdezzük a lakosságot, hogy ők környezettudatosak-e, és rávágják, hogy „hát szelektíven gyűjtöm a szemetet”. A környezettudatos hulladékmenedzsmet egy átfogó rendszer, amely magában foglalja a hulladék keletkezésének megelőzését, a keletkezett hulladékok megfelelő gyűjtését, szétválogatását, elszállítását, és végső soron átadását újrahasznosításra. A válogatás során számtalan olyan hulladéktípust lehet megtalálni, amely még adományozható, újrahasznosítható, vagy upcycling technikával megmenthető."



Gondolkodjunk minden tárgy teljes életútjában – a tervezéstől a gyártáson át az újrahasználatig!

07 Utólagos kalkuláció – pontosítás a rendezvény után

Az előzetes becslések finomítása elengedhetetlen. A valós fogyasztás és kibocsátás ismerete segít pontosabb eredményeket kapni, és hitelessé tenni a fenntarthatósági munkát.

Helyszín

- A rendezvény végén újra le kell olvasni az áram-, fűtés/hűtés- és vízfogyasztás mérőóráit.
- Amennyiben nem állnak rendelkezésre pontos mérőóra állások, akkor többféle úton is elindulhatunk:
 - Sok kalkulátor a használt területek négyzetméterére alapján fogja a fogyasztást megbecsülni, így erre az adatra szükségünk lesz.
 - Ha csak a ház teljes fogyasztását kaphatjuk meg, de a rendezvény annak csak egy adott részén valósult meg, akkor érdemes a teljes terület méretéhez képest viszonyítva arányosítani, hogy a rendezvény területén mennyi volt a becsült fogyasztás.

Hulladékmenedzsmet

- A keletkezett hulladék típusonként történő gyűjtése kulcsfontosságú: a szelektív hulladék újrahasznosítható, míg, ha csak kommunális hulladékként tudjuk elszámolni, akkor jóval megnöveli a lábnyomot.
- Ha nincs megfelelő gyűjtés vagy edukáció, minden a kommunálisba kerülhet – ennek nincs utóélete.
- Ha nincs egyértelmű feliratozás a szelektív hulladékgyűjtőkön és folyamatos gyűjtőedény-monitoring, akkor a szelektív gyűjtés minősége olyan rossz lesz, hogy csak kommunálisként lehet elszállíttatni a hulladékot.

Ezen a ponton kiemelten fontos a vendégek edukációja, illetve a háttérmunkát végző csapat szerepe, akik a helyszínen biztosítják a szelektív hulladékgyűjtést



és az újraválogatást is. *“Egy rendezvény esetében hatásos eredményeket elérni csak a közönség aktív bevonásával, és a hulladékmenedzsmentet szervező hiteles csapat transzparens megjelenésével, valós időben történő edukációs munkával lehetséges. Nem csak egy stand tudja edukálni a vendégeket, a szelektív gyűjtésben aktívan részt vevő csapat terepi munkája is számottevő”* – emelte ki **Csobay Krisztina**.

Vendégek és stáb utazása

- A helyszíni regisztráció során vagy utólagos kérdőívben újra felmérjük, hogy a vendégek hogyan érkeztek (jármű típusa, távolság).
- Az adatokat a jármű meghajtása szerint rendszerezjük, és a közösségi közlekedési eszközök típusát is külön kezeljük.

Szállás (többnapos rendezvények esetén)

- A vendégéjszakák és szobák száma alapján általában országos átlaggal számoljuk a szálláshelyek energiafogyasztását.
- Ha elérhető, figyelembe vesszük a helyszín megújuló energiafelhasználását is.

Értékelés: mit jelentettek a fenntartható döntések?

A karbonlábnyom-számításainkat minden esetben kiegészítjük a kiértékelés során, ami segít az adatok értelmezésében, összehasonlításában. Ezt többféleképpen tehetjük meg, attól függően mire van lehetőségünk:

- Ha visszatérő rendezvényről van szó, akkor évről évre követhetjük az elért eredményeket és meghatározhatjuk a következő évi célokat;
- Vehetünk általános kibocsátásokat is, amihez hasonlítjuk a rendezvény karbonlábnyomát (pl.: egy ember vagy közlekedési jármű éves CO₂e kibocsátása);
- Készíthetünk kontrollszámítást, ami azt mutatja meg, mi lett volna a rendezvény lábnyoma „hagyományos” (nem fenntartható) döntések esetén, bár ez nagyon szubjektív képet ad.

Ezek az **összehasonlító elemzések** segítenek, hogy világosan megmutathassuk az ügyfél és a résztvevők számára is:

- mennyi ÜHG kibocsátást sikerült elkerülni,
- mely döntések hozták a legnagyobb csökkenést,
- és mely területeken van még lehetőség fejlődni.



Ez nem csak a szakmai tervezéshez ad visszajelzést, hanem kiváló **kommunikációs eszköz** is!

Karbon-ellentételezés – amikor nem tudunk tovább csökkenteni

Mi történik azokkal a kibocsátásokkal, amiket nem tudunk elkerülni?

A kalkulációs eredmények alapján meghatározhatjuk, hogy mekkora összeggel lehet támogatni egy olyan projektet, amely a megfelelő mértékben **semlegesíti** a rendezvény karbonlábnyomát.

Számtalan hazai partnerrel találhatunk támogatási együttműködést, különböző élőhely-rekonstrukciós projektekre (erdőtelepítés, ártéri területek helyreállítása, biodiverzitást növelő kezdeményezések):

- [MyForest](#).
- [10 millió Fa](#).
- **Magyar Nemzeti Parkok**,
- vagy más hiteles alapítványok, szervezetek.

Szeretnénk azonban újra kiemelni, hogy az ellentételezés nem megoldás, mindössze egy része annak. Egy erdőtelepítés vagy ártéri terület újjáélesztése hosszú-hosszú évek alatt fogja megtisztítani a levegőtől azt a mennyiségű szén-dioxidot, amit a rendezvényünk egy jóval rövidebb idő alatt kibocsátott.

A legjobb megoldás mindig a kibocsátás megelőzése – ezt pedig a **körforgásos szemlélettel** és a **fenntartható rendezvényszervezés 6R modelljével** érhetjük el.



08 Tippek és ötletek a pontosabb méréshez

Milyen karbonkalkulátorokat használjunk?

Az elmúlt években már számos különböző platformot teszteltünk, használtunk attól függően, hogy milyen komplex volt maga a rendezvény, milyen mélységű igény volt az eredmények kimutatására, elemzésére. Ezeket a tapasztalatokat szedtük össze a következő táblázatban:

Szempont	TRACE by isla	Green Events Tool	myclimate
Fő cél	Rendezvények valós idejű CO ₂ - és hulladéklábnyomának mérése, tervezéstámogatással	Átfogó fenntarthatósági mérés karbon + SDG célok mentén	CO ₂ -kibocsátás számítása és kompenzáció lehetősége
Fókusz	Rendezvényszervezés folyamata	Fenntartható esemény-szervezés (környezeti + társadalmi szempontok)	Általános karbonlábnyom-számítás, többféle eseménytípusra
Modularitás	! Korlátozott – teljes eseményre optimalizálva	Igen – külön szekciókra bontható, modulonként tölthető ✓	Nem – egyben kéri az eseményadatokat ✗
Célcsoport	Rendezvényszervezők, ügynökségek, márkák (B2B)	Szervezők és szolgáltatók (pl. technika, catering)	Kis cégek, nonprofitok, általános felhasználók
Komplex esemény mérése	Kifejezetten erre készült ✓	Nagyon részletes, kiegészítő SDG fókusz ✓	! Csak alap szintű számításra alkalmas
Szolgáltatói használatra	! Korlátozott, nincs dedikált szolgáltatói modul	Kifejezetten alkalmas részfeladatok önálló mérésére ✓	! Csak teljes esemény szinten, nincs szolgáltatói bontás
Eredmény-megjelenítés	Interaktív, vizualizált jelentések, benchmarking	Interaktív, szektoronkénti bontás + SDG riport	Egyszerű szöveges eredmény (CO ₂ -összeg), kompenzációval
Csökkentési javaslatok	Igen, személyre szabott javaslatok ✓	Igen, SDG-alapú részletes útmutató ✓	! Nem beépített, csak általános tanácsok elérhetők
Fizetős?	✗ Igen, licenc- vagy tagságalapú hozzáférés	Nem, ingyenes regisztrációval használható ✓	Nem, díjmentes ✓
Kis- és középvállalatoknak mennyire kezelhető?	! Csak akkor, ha van fenntarthatósági tudás a csapatban	✗ Nehezen – összetett, szakmai rendszer	Egyszerű, gyors, belépő szintű opció ✓



Rövid ajánlás a célcsoportok szerint:

Célcsoport	Ajánlott kalkulátor	Indoklás
1. Eseményszervező (nagyobb esemény, riportálás kell)	TRACE by isla	Valós idejű adatkezelés, vizualizáció, komplexitás
2. Szolgáltató (csak saját részét szeretné mérni)	Green Events Tool	Moduláris, résztevékenységekre szabható
3. Kisvállalkozás, belépő szint	myclimate	Egyszerű használat, gyors eredmény, nem túl részletes

• **Komplexebb vagy egyedi rendszerekhez:**

- Használjunk Excel-alapú saját sablont, ahol külön bonthatjuk a helyszínt, utazást, cateringet stb. és így gyűjthetjük az adatokat, ezekhez később is vissza tudunk nyúlni;
- Kérjünk szakértői támogatást karbonmenedzsmenttel foglalkozó cégektől (pl. [GreenDependent](#), KÖVET Egyesület).

• **Ha nemzetközi ügyfélnek dolgozunk,** érdemes ISO-alapú szabványt vagy GHG-protokoll szerinti kalkulációt választani.

Hogyan becsüljük, ha nem áll rendelkezésünkre minden adat?

Utazás

- Személyautó: [Az átlagos benzines személyautó CO₂-kibocsátása](#) körülbelül 170 gramm kilométerenként (0,17 kg CO₂/km).
- Busz: A buszok CO₂-kibocsátása jelentősen változhat a kihasználtságtól és a jármű típusától függően. Például:
 - [Egy tipikus busz körülbelül 1,3 kg CO₂-t bocsát ki](#) kilométerenként.
 - Ha ezt az értéket egy átlagos utasszámmal (pl. 20 fő) osztjuk el, akkor az egy utasra jutó kibocsátás körülbelül 65 gramm CO₂/km (0,065 kg CO₂/km).

Ha csak a várost ismerjük, a légvonalbeli távolságot megszorozhatjuk 1,1-gyel a valós távolság közelítéséhez.

Helyszíni energiahasználat

Ha nem áll rendelkezésre részletes adat, becsülhetjük az [energiafelhasználást földrajzi alapon, lakossági átlagokat](#) figyelembe véve:

- Nagyobb beltéri rendezvények: Az energiafelhasználás jelentősen változhat, de 2023-as adatok alapján az egy főre jutó napi energiafelhasználás Magyarországon elérheti a 24,9 kWh-t.

Fontos figyelembe venni az energiaforrások összetételét is (energiamix); ha ez nem ismert, használhatjuk az országos átlagot.

Catering

[Az ételek előállításának szén-dioxid-kibocsátása](#) jelentősen eltérhet:

- **Marhahús:** Átlagosan 99,48 kg CO₂e/kg.
- **Baromfi:** Átlagosan 9,87 kg CO₂e/kg.
- **Zöldségek:** Például a paradicsom esetében 2,09 kg CO₂e/kg.

Becsüljük az adagméreteket és a várható mennyiséget – számoljunk 15%-os maradékkal, ha csak nem terveztünk tudatos adagolással.

Gyártás és nyomtatás

A nyomtatott anyagok szén-dioxid-kibocsátása az anyag típusától és a gyártás helyétől függően változik, de itt is fellelhetőek statisztikai adatok:

- **Papír:** Az [újrahasznosított papír előállítása](#) átlagosan 0,15 tonnával (150 kg) kevesebb CO₂e kibocsátással jár tonnánként, mint a friss rostból készült papír.



- **Molinók és egyéb nyomtatott anyagok:** A [digitális nyomtatás](#) akár 1 kg CO₂e/kg-mal kevesebb kibocsátást eredményezhet a hagyományos festési módszerekhez képest.

Hogyan mutassuk be az eredményeket?

- **Infografika formában** – a számok „közérthetővé” tételéhez:
 - „A rendezvény karbonlábnyoma: **X tonna CO₂e** – ez Y ember egyheti otthoni fogyasztásának felel meg.”
 - „A fenntartható döntéseknek köszönhetően **XY%-kal alacsonyabb lett** a lábnyom, mint egy hagyományos rendezvény esetén.”
- **Top 3 kibocsátó tényező** külön kiemelve százaléokban – pl.:
 - Vendégek utazása
 - Catering
 - Energiafelhasználás
- **Pozitív keretezés:**
 - „A résztvevők X%-a környezetbarát módon érkezett – ez évente Y fával egyenértékű CO₂-megtakarítást jelent.”
 - „A maradék ételt 100%-ban felhasználtuk – semmi nem került a kukába!”

Ötletek a számítási folyamat automatizálásához

- **Egységes regisztrációs űrlap**, amellyel rögtön bekérjük az utazási adatokat (járműtípus, város, egyéb opciók).
- **Google Sheets + kalkulációs sablon**, ahol előre megadott értékekkel automatikusan számol az utazási, gyártási, étkezési lábnyom.
- **QR-kódos visszamérés:** a rendezvény után egyszerűen összegyűjthető visszajelzések, adatpontosítás.



09 Közös felelősségünk előrelépni a fenntarthatóság útján

Feltételezés: Az iparági szereplők maguk is szeretnék fenntarthatóbbá válni, és ennek érdekében keresik az alternatív megoldásokat.

A kutatásunk során megkérdezett szakterületek saját meglátásuk szerint rendelkeznek a megfelelő ismeretekkel, vagy folyamatosan fejlesztik a fenntarthatósági tudásukat. A legerősebb hajtóerő ebben a belső motiváció, illetve az, hogy megőrizzük erőforrásainkat a jövő generációi számára, ahogy ez már a fenntarthatóságra adott definíciók során kiderült.

*“A fő motiváció a családukból rejlik. Többen szülők vagyunk, és szeretnénk, hogy a gyerekeinknek is meglegyenek azok a lehetőségeik, amik nekünk. [...] A magunk szintjén próbáljuk megtenni ezeket a lépéseket, a fenntarthatóság ugyanis mindenkinek más miatt fontos. Én például a saját fiamnál látom, mennyit számít ez. Ő mindig is azt látta, hogy nem dobunk a szemébe papírt, műanyagot, üveget. [...] Nekem éppen ez a célom, hogy neki ezek a lépések már teljesen természetesen legyenek” - **Ihász Kata.***

Saját belső motivációnk pedig másokra is kiterjed:

*“Eleinte ezek gazdasági döntések voltak, ám időközben egyre mélyebbre ástunk a témában, és ma már egy olyan spirálba kerültünk a kollegákkal, hogy voltaképp egymást húzzuk a zöldtörekvésekben” - **Szerepi Szabolcs.***

*“Ez egy közös ügy, egy közös cél érdekében, így a munka is az egész kollektíva feladata” - véli **Varga-Szabó Andrea***

Ahogy a szolgáltatások piacán általában, a rendezvényszervezés során is minden mindennel összefügg, így a felelősségi körök könnyen elmosódnak. A kutatásunkból kiderült, hogy a helyszínek kevésbé foglalkoznak a szállítás optimalizálásával, mert úgy gondolhatják, hogy ezért a beszállító a felelős.

Ezért fontos a holisztikus gondolkodásmód: a teljes értékláncon át kell ívelnie a fenntarthatósági elveknek, amiket a teljes szakma elfogad, betart és betartat, vagyis szankcionál. Az iparágban sokszor azt gondoljuk, hogy **nincsenek egyértelmű követelmények vagy ösztönzők**, amelyek segítenék a fenntarthatóbb működést. Vagy éppen az a gond, hogy túl sok minden van, amihez nyúlhatunk, ezért elveszünk a lehetőségekben, nem tudjuk eldönteni, hogy mi lesz igazán jó a saját cégünk, szervezetünk számára. Kérdőíves kutatásunk szerint **a válaszadók kevesebb mint fele ismer fenntarthatósági minősítési rendszereket, ami arra utal, hogy ezek még nem eléggé elterjedtek az iparágban.**

Herner Katalin egy jó példát hozott: *“Az elektronikai eszközökön található energiakategóriák segítenek eldönteni, melyiket érdemes megvenni, hiszen tudom, mit jelent rajta a jelölés. Ha ez különböző jelölésekben jelenne meg, összezavarodnék, és nem tudnám, melyiket válasszam. Az egységsítés éppen ebben segít, hiszen láthatóbbá teszi, hogy mi alapján hasonlítjuk össze a termékeket. Az ilyen jelzések az ügyfeleknek is támpontot adhatnak és kisebb cégek esetén nem biztos, hogy van olyan ember, aki külön csak a fenntarthatóságért felel. Ilyen esetben is jó, ha egységes eszközök, módszertanok vannak, amivel jobban átlátják a munkavállalók a fenntarthatósági lépéseket.”*

Ezzel az útmutatóval reméljük, hogy segítettünk egy átfogó képet adni arról, hogy a rendezvényipar szereplői hogyan integrálhatják a fenntarthatóság holisztikus megközelítését valamennyi területen. Igyekeztünk a MaReSz által közzétett elméleti összefoglaló mellé egy olyan gyakorlati útmutatót állítani össze, ami segít, azoknak, akik készen állnak előre lépni a fenntartható rendezvények felé, akár kisebb lépésekben, egy-egy tippünk megfogadásával, akár szervezetten átívelő szemléletváltással.



Zárógondolatok

A *MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatójának* elméleti részében igyekeztünk röviden összefoglalni mindazokat a tudnivalókat, amelyeket elegendőnek gondolunk ahhoz, hogy a rendezvényágazat bármely területén tevékenykedő szakemberek ágazatspecifikus fenntarthatósági ismereteit megalapozzuk. Úgy véljük, hogy az Útmutatóban – az elméleti és a gyakorlati részben együtt – található információk segítségével azok is elindulhatnak a fenntartható rendezvényszervezés útján, akik eddig idő vagy egyéb erőforrás hiányában háttérbe szorították ezt a témát.

Számos tudományos forrás megerősíti, hogy az egyéni cselekvés nem elegendő: közösségi összefogásra van szükség minden szinten a globális emberi civilizáció megőrzése, fenntartása érdekében. Ebben van fontos felelőssége a rendezvényszervező ágazat szereplőinek, a MICE-közösségnek is.

A MaReSz jelen Útmutatója is rámutat arra, hogy a fenntarthatóság ügye nem csak a környezeti szempontok miatt fontos. Az emberi civilizáció alapját azonban a természeti környezet, az éghajlati viszonyok jelentik. A klímaváltozás hatásai pedig közvetlenül és közvetett módon is veszélyeztetik az emberi civilizációt. Ráadásul, ezek a hatások nem lineárisak – vannak billenőpontok, amelyek után drámaian súlyosbodik a helyzet.

„A klíma fokozatos romlása mindaddig nem áll meg, amíg abba nem hagyjuk az összes üvegházgáz-kibocsátást. A szén-dioxid nagyon sokáig megmarad a légkörben (egy része akár több ezer évig is) tehát visszahűlni nem fogunk olyan gyorsan, mint amilyen tempóval melegedtünk. A klímaharc tehát pusztán azért folyik, hogy a helyzet a jövőben ne legyen a mostaninál rosszabb. ... Fontos, hogy ne dugjuk homokba a fejünket, hanem fogadjuk el a változást, ... mert csak így tudunk alkalmazkodni az új világhoz. Ez a fajta alkalmazkodás nem csupán a szakértők, „illetékesek” dolga, hanem minden intézmény, termelő, vállalat, illetve lakástulajdonos számára feladatot jelent, legyen szó új beruházásokról, termékváltásról vagy a működési modellek, szabályok újragondolásáról.” – áll Dr. Bart István klímapolitikai szakértő Napozószekek a Titanicon c. könyvében.

A könyv címe arra utal, hogy miközben a napozószekeket rendezgetjük a Titanicon, tehát lényegtelen dolgokkal foglalkozunk, rohanunk a jéghegy felé. Azonban, ha minden utas besegít, sikerülhet az irányváltás és elkerülhetjük az ütközést.

Kérjük, hogy tartson velünk a fenntartható rendezvényszervezés felé vezető úton, mellyel a globális emberi civilizáció fenntartásához is hozzájárul!

Töltse le és tanulmányozza a *MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutató* elméleti és gyakorlati részét is. A **Fenntartható rendezvényszervezési ellenőrzőlistát** minden rendezvény tervezésekor, lebonyolítása során és lezárásakor ajánlott használni. Segítségével végiggondolhatók a legfontosabb fenntarthatósági szempontok.

Írja alá a jelen Útmutatóval együtt közzétett **MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési kódexet (továbbiakban Kódex)**, melyhez csatlakozási lehetőséget kínálunk mindenki számára, aki vállalja, hogy rendezvényszervezéssel összefüggő tevékenységét a MaReSz Útmutatója és a Kódexben foglaltak figyelembevételével végzi. A csatlakozás és a Kódex-logó használata nem minősítést, hanem szakmai elkötelezettséget jelent az aláíró számára.

Amennyiben nemzetközi szinten is elismert tanúsítványok megszerzése a cél, tanulmányozza a **Fenntartható Turizmus Világtanács** (angolul: Global Sustainable Tourism Council, röviden: GSTC) által a MICE szektorra kidolgozott **GSTC MICE Standard** fenntarthatósági szabványrendszert. A rendezvényhelyszínre, rendezvényszervezőkre és rendezvényekre/kiállításokra kidolgozott kritériumrendszer hivatalos – a MaReSz fordításában a GSTC honlapján is publikált – [magyar verzióját elérhetővé tesszük annak érdekében](#), hogy ezzel is segítsük az iparági szereplők felkészülését a fenntarthatóbb működésre és a releváns nemzetközi tanúsítványok megszerzésére.

A *MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatóját* rendszeresen frissítjük, különös tekintettel a vonatkozó szabályozási környezet változásaira.

¹„A klímaváltozás nem az egyetlen égető fenntarthatósági probléma. A Potsdami Klímakutató Intézet kilenc fő bolygósztintű fenntarthatósági korlátot tart szemmel, melyek a következők: a klímaváltozás, a biodiverzitás pusztulása, a mikroműanyagok és mérgek terjedése, az erdők pusztulása, az édesvízháztartás felborulása, a bolygó foszfor- és nitrogénháztartásának felborulása, az óceánok elsavasodása, a légkör aeroszolterhelése és a légköri ózonnréteg állapota. Az üvegházhatás kiemelkedik a határok közül, mert ez az a szteroid, ami a többi problémát turbófokozatba kapcsolja.”



Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozunk valamennyi együttműködő partnerünknek, interjúalanyunk és szakértőnek, akiknek a tudása és támogatása nélkül nem jöhetett volna létre ez az útmutató.

Együttműködő partnerek, szakértők:

Bodnár József, alapító, cégvezető – Carbon.Crane

Csobay Krisztina, elnök – Zöldövezet Társulás Egyesület

Herner Katalin, ügyvezető igazgató – KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdaságért

Kiss-Szabó Eszter, kommunikációs vezető – Felelős Gasztrohős Alapítvány

Kutatásban részt vett interjúalanyok, újságírók:

Granát-Galló Tímea, újságíró – Greendex

Hodik Tibor, ügyvezető partner – Progressive Reklámügynökség

Ihász Kata, társ-ügyvezető igazgató – Altagra Szervező és Utazási Iroda Kft.

Sápi Zsófia, főszerkesztő – Greendex

Semsei Rudolf, cégcsoport tulajdonos – Semsei Gastronomy

Szerepi Szabolcs, üzletfejlesztési – és cégvezető – Etyeki Kúria Borászat

Szégner Zsuzsa, nemzetközi értékesítési vezető – Visual Europe Group

Tornyai Péter, ügyvezető – TorTer e-Design Kft.

Varga-Szabó Andrea, ügyvezető igazgató – Apple PS Hostess Ügynökség



Forrásjegyzék

1. **10 millió Fa.** (n.d.). 10 millió Fa közösség. <https://10milliofa.hu/>
2. **Adózóna.** (n.d.). EY: Megtérülnek a fenntarthatósági befektetések. https://adozona.hu/altalanos/EY_megterulnek_a_fenntarthatosagi_befektete_BAUXK5
3. **Altagra.** (n.d.). Altagra rendezvényszervezés. <https://www.altagra.hu/>
4. **Apple PS Hostess.** (n.d.). Hostess szolgáltatások. <https://www.applepshostess.hu/>
5. **Autistic Art.** (n.d.). Webshop. <https://shop.autisticart.hu/>
6. **Budapest Party Service.** (n.d.). Semsei Gastronomy. <https://budapestpartysevice.hu/en/semsei-gastronomy-3-2/>
7. **CarbonCrane.** (n.d.). CarbonCrane. <https://carboncrane.io/?lang=hu>
8. **Carbonfact.** (n.d.). The environmental impact of screen printing, digital printing, and fabric dyeing. <https://www.carbonfact.com/blog/research/the-environmental-impact-of-screen-printing-digital-printing-and-fabric-dyeing>
9. **Carbon Independent.** (n.d.). Short paper: carbon emissions from cars. <https://www.carbonindependent.org/20.html>
10. **Etyeki Kúria.** (n.d.). Borászat. <https://etyekikuria.com/>
11. **EY.** (n.d.). Why sustainability has become a corporate imperative. https://www.ey.com/en_gl/insights/strategy/why-sustainability-has-become-a-corporate-imperative
12. **Gasztrohős.** (n.d.). Fenntartható vendéglátás. <https://www.gasztrohos.hu/>
13. **GreenDependent Intézet.** (n.d.). Fenntarthatóság és karbonlábnyom-számítás. <https://intezet.green-dependent.org/hu/node/166>
14. **Green Events Tool.** (n.d.). Carbon footprint calculator. <https://greeneventstool.com/carbon-footprint-calculator/>
15. **Greenhouse Gas Protocol.** (n.d.). GHG Protocol. <https://ghgprotocol.org/>
16. **HighVibes.** (n.d.). HighVibes – rendezvényszervezés. <http://highvibes.hu>
17. **HighVibes.** (n.d.). Így mérünk karbonlábnyomot – esettanulmány MARESZ Event Touch. <https://highvibes.hu/igy-merunk-karbonlabnyomot-esettanulmany-maresz-event-touch/>
18. **Karitatív Csapatépítés.** (n.d.). Csapatépítő programok. <https://karitativcsapatepites.hu/>
19. **KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdaságért.** (n.d.). <https://kovet.hu/>
20. **KPMG. (2024).** Global ESG due diligence study 2024. <https://kpmg.com/xx/en/our-insights/esg/global-esg-due-diligence-study-2024.html>
21. **MARESZ.** (n.d.). Nemzetközi kitekintés – jógyakorlatok rendezvényszervezőknek. <https://maresz.hu/hirek/nemzetkozi-kitekintes-jogyakorlatok-rendezvenyszervezoknek>
22. **Magyar Élelmiszerbank Egyesület.** (n.d.). Élelmiszerbank. <https://www.elelmiszerbank.hu/>
23. **Magyar Energetikai és Közmű-szabályozási Hivatal.** (n.d.). Hivatalos statisztika. <https://www.mekh.hu/hivatalos-statisztika>



24. **myclimate.** (n.d.). Event carbon footprint calculator. https://co2.myclimate.org/en/event_calculators/new
25. **MyForest.** (n.d.). Közösségi erdők. <https://www.myforest.hu/>
26. **Our World in Data.** (n.d.). Environmental impacts of food. <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>
27. **Our World in Data.** (n.d.). Per capita energy. <https://ourworldindata.org/per-capita-energy>
28. **Our World in Data.** (n.d.). Travel carbon footprint. <https://ourworldindata.org/travel-carbon-footprint>
29. **Progressive.** (n.d.). Progressive rendezvényszervezés. <https://progressive.hu/en/>
30. **Project Drawdown.** (n.d.). Recycled paper. <https://drawdown.org/solutions/recycled-paper>
31. **ScienceDirect.** (2024). Journal of Cleaner Production, Article S0959652624002555. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652624002555>
32. **Törtér.** (n.d.). Történelmi térképek és források. <https://torter.hu/>
33. **TraceYour.Events.** (n.d.). Event sustainability tool. <https://traceyour.events/>
34. **Upsolut.** (n.d.). Upsolut rendezvénytechnika. <https://www.upsolut.hu/>
35. **Zöld Követ Egyesület.** (2020, December 11). Zero waste életmód lépésről lépésre. <https://zoldkovet.hu/2020/12/11/zero-waste-eletmod-lepesrol-lepesre/>
36. **Zöldövezet.** (n.d.). Zöldövezet Információs Központ. <https://www.zoldovezet.info/>

