



# EINFACH WENIGER ABFALL

Kommunikationsbaukasten für  
abfallarme Veranstaltungen

# INHALTSVERZEICHNIS

1. Ein Baukasten für abfallarme Events	3
• Was bietet der Baukasten?	4
• Für wen ist der Baukasten?	5
2. Tipps zur Verwendung	6
• Allgemeine Hinweise	7
• Gestaltungselemente	8
• Konkrete Anwendungsbeispiele	9
3. Ideen für Maßnahmen und deren Kommunikation	12
• Übergeordnete Kommunikation	13
• Kommunikation mit <b>Besucher:innen</b>	14
• Kommunikation mit <b>Dienstleister:innen</b>	23
• Kommunikation mit dem <b>Event-Team</b>	29
• Kommunikation mit <b>Talenten</b>	32
• Kommunikation mit dem <b>Umfeld</b>	35
• Abschluss-Kommunikation	38
4. Grafik-Übersicht	43
5. Impressum	46

# EIN BAUKASTEN FÜR ABFALLARME EVENTS

1. Was bietet der Baukasten?
2. Für wen ist der Baukasten?

# WAS BIETET DER BAUKASTEN

Konkrete Umsetzungshilfen und geballte Praxiserfahrung.

- Der Baukasten bietet **verschiedene Elemente** (z.B. Icons) **zur kostenfreie Nutzung** für unterschiedliche Veranstaltungsformate. Ziel ist es Veranstalter dabei zu unterstützen, das Thema Abfallvermeidung in die Kommunikation rund um die Veranstaltung einfach zu integrieren.
- Damit eine Veranstaltung abfallarm umgesetzt werden kann, müssen **unterschiedliche Parteien** (Von Besucher über Mitarbeiter bis hin zum Dienstleister) thematisch abgeholt werden. Hierfür gibt es im Baukasten **Praxisbeispiele und kostenfreie Textbausteine**.
- Es gibt eine **Zusammenstellung von abfallarmen Maßnahmen** und wie diese in der Kommunikation effektiv eingesetzt werden können.
- Der Kommunikationsbaukasten **bündelt Erfahrungswissen von der Praxis für die Praxis**.

# FÜR WEN IST DER BAUKASTEN?

Von kleinen Veranstaltungen bis zu großen Festivals oder Messen.

Diese Handreichung ist **für alle** gedacht, **die Veranstaltungen umsetzen** und dort Maßnahmen zur Abfallvermeidung ergreifen.

Die Ideen, Ansätze und Grundlagen für diesen Kommunikationsbaukasten entstanden innerhalb der Task Force „Abfallarme Veranstaltungen“, die von der Zero-Waste-Agentur im Jahr 2024 umgesetzt wurde.

**Danke an dieser Stelle für die inspirierende Mitarbeit an folgende Organisationen und Unternehmen:**



BERLIN



# TIPPS ZUR VERWENDUNG DES BAUKASTENS

1. Allgemeine Hinweise
2. Gestaltungselemente
3. Konkrete Anwendungsbeispiele für Icons und Bilder

# ALLGEMEINE HINWEISE

Dieser Kommunikationsbaukasten soll eine Inspirationsquelle sein.

- Jede:r kann sich die nachfolgenden Text- und Bildideen nehmen und sie nutzen, verändern, ergänzen und natürlich vor allem gezielt auf die entsprechende Veranstaltung anpassen.
- Auf den nächsten Seiten findest Du Informationen zur Tonalität und wie Du den Baukasten anwenden und individualisieren kannst.
- Copy & Paste ist erwünscht und ganz im Sinne von „Re-Use“ und Wiederverwendung gerne gesehen.
- Die gestalterischen Beispiele sind im Stil der Zero-Waste-Agentur gehalten. Nur die konkreten Beispiele weichen ab, sodass leichter verständlich ist, welche Parameter verändert werden können.
- Wir freuen uns über konstruktives Feedback und auch gerne eine Info an [kontakt@zerowasteagentur.de](mailto:kontakt@zerowasteagentur.de), wenn Ihr von diesen Inspirationen Gebrauch macht.



# GESTALTUNGSELEMENTE

Das geben wir Dir an die Hand.

- **Icons**

Es gibt einfache Darstellungen für jedes Thema in einem einheitlichen Stil. Die Idee dahinter: Jedes Icon ist ein eigener Kreislauf. Dieser Stil hat einen hohen Wiedererkennungswert.

- **Leicht anpassbar**

Die Icons können in jede beliebige Gestaltung einfach eingesetzt werden. Farben und Schriften der Elemente sind anpassbar. So kann das Design des jeweiligen Events bestehen bleiben.

- **Headlines und kurze Erklärungen**

Für jede Maßnahme gibt es einen oder mehrere Text-Vorschläge. Diese können bei Bedarf individuell angepasst werden. Die Texte beinhalten prägnante Headlines, die mit guter Laune Aufmerksamkeit erzeugen sowie einfache Erläuterungen, die konkret verdeutlichen, wie Abfall vermieden werden kann.

- **Variabel einsetzbar**

Wir liefern Textbeispiele für jedes Thema, die vor oder während der Veranstaltung zum Einsatz kommen können. Die Icons sind entweder in Kombination mit den Textbausteinen einsetzbar oder als Muster im Hintergrund.

- **Bildalternativen**

Ergänzend zu den Icons stellen wir zu jedem Thema auch Bildideen zur Verfügung. Diese können als Inspiration für eigene Fotos genutzt werden – z. B. wenn Icons nicht in die bestehende Visualität passen. Zur Akzentuierung auf Fotos gibt es verschiedene „Kringel“ im Stil der Icons.



# KONKRETES BEISPIEL: ICONS

So können Medien mit diesem Baukasten gestaltet und individualisiert werden.

## BAUKASTEN

- **Headline:**  
Wenig Müll – viel Spaß!
- **Erläuterung:**  
Willkommen! Wir möchten [Eventname] so abfallfrei wie möglich gestalten. Deshalb findet Ihr auf dem gesamten Gelände nützliche Infos, wie wir gemeinsam unsere Umwelt sauber halten.
- **Icon:**



## ORGANISATION / EVENT

- **Schrift:**  
Schau, welche Schriftart und welcher Schriftschnitt für das Event bzw. die Organisation für Headlines und Text verwendet wird.
- **Farben:**  
Nimm passende Farben der Organisation oder des Events.
- **Medium:**  
Die Wahl des Mediums ist frei. Empfehlungen für die verschiedenen Maßnahmen befinden sich auf den Einleitungsseiten zur Kommunikation mit den Adressat:innen.

## DAS ERGEBNIS

Beispiel Design angelehnt an Social Media-Kacheln von Cradle to Cradle NGO

### Illustrativer Ansatz

Fokus auf das Icon oder Einsatz des Icons als Hintergrundgrafik.



# KONKRETES BEISPIEL: BILD

So können Medien mit diesem Baukasten gestaltet und individualisiert werden.

## BAUKASTEN

- **Headline:**  
Mitgedacht, mitgebracht.
- **Erläuterung:**  
Eigenes Besteck & Geschirr wird belohnt: mit einer Limo gratis! Den Coupon gibt's am Einlass.
- **Bildidee:**  
Bild eines Austauschs am Tresen mit Mehrwegbesteck. Der Becher ist eingekringelt.

## ORGANISATION / EVENT

- **Schrift:**  
Schau, welche Schriftart und welcher Schriftschnitt für das Event bzw. die Organisation für Headlines und Text verwendet wird.
- **Farben:**  
Nimm passende Farben Deiner Organisation oder des Events.
- **Bild:**  
Mache ein passendes Bild oder suche eins in Deiner Organisation.
- **Medium:**  
Die Wahl des Mediums ist frei. Empfehlungen für die verschiedenen Maßnahmen befinden sich auf den Einleitungsseiten zur Kommunikation mit den Adressat:innen.

## DAS ERGEBNIS

Beispiel Design angelehnt an Social Media-Kacheln von Cradle to Cradle NGO

### Fotografischer Ansatz

Entweder simpel den Kringel hinzugefügt oder ggf. in Bildsprache eingefügt.

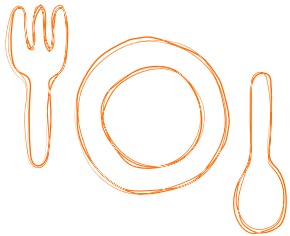


# KONKRETES BEISPIEL: BEIDES

So können Medien mit diesem Baukasten gestaltet und individualisiert werden.

## BAUKASTEN

- **Headline:**  
Mitgedacht, mitgebracht.
- **Erläuterung:**  
Eigenes Besteck & Geschirr wird belohnt: mit einer Limo gratis! Den Coupon gib'ts am Einlass.
- **Bildidee:**  
Bild eines Mehrweg-Sets zum Mitnehmen auf Veranstaltungen.
- **Icon:**



## ORGANISATION / EVENT

- **Schrift:**  
Schau, welche Schriftart und welcher Schriftschnitt für das Event bzw. die Organisation für Headlines und Text verwendet wird.
- **Farben:**  
Nimm passende Farben Deiner Organisation oder des Events.
- **Bild:**  
Mache ein passendes Bild oder suche eins in Deiner Organisation.
- **Medium:**  
Die Wahl des Mediums ist frei. Empfehlungen für die verschiedenen Maßnahmen befinden sich auf den Einleitungsseiten zur Kommunikation mit den Adressat:innen.

## DAS ERGEBNIS

Beispiel Design angelehnt an Social Media-Kacheln von Cradle to Cradle NGO

### Formatansatz

Inhalte in bestehende Formate eingefügt und nach Bedarf kombiniert.



# IDEEN FÜR MAßNAHMEN ZUR ABFALLVERMEIDUNG UND DEREN KOMMUNIKATION MIT VERSCHIEDEN ZIELGRUPPEN

1. Übergeordnete Kommunikation
2. Kommunikation mit **Besucher:innen**
3. Kommunikation mit **Dienstleister:innen**
4. Kommunikation mit dem **Event-Team**
5. Kommunikation mit **Talenten/Künstlern**
6. Kommunikation mit dem **Umfeld**
7. Abschluss-Kommuniktion

# 1. ÜBERGEORDNETE KOMMUNIKATION

Generelle Informationen darüber, dass das Event Abfall vermeiden will.

TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

VOR DEM EVENT

## Wir veranstalten Nachhaltigkeit.

Bald startet [Eventname], und wir möchten uns auf die Fahne schreiben, es so abfallarm wie möglich zu gestalten – der Umwelt zuliebe. Dazu setzen wir auf wirksame Zero-Waste-Maßnahmen, die helfen, Müll zu vermeiden und Ressourcen zu schonen.

TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

WÄHREND DES EVENTS

## Wenig Müll – viel Spaß!

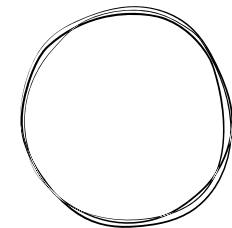
Willkommen! Wir möchten [Eventname] so abfallfrei wie möglich gestalten. Deshalb findet Ihr auf dem gesamten Gelände nützliche Infos, wie wir gemeinsam unsere Umwelt sauber halten.

ICON & ANWENDUNG



BILDIDEEN

- Fröhliche Menschenmenge auf einer Veranstaltung. Einige Personen haben Mehrwegbecher in der Hand. Die Becher sind eingekringelt.



# 2. KOMMUNIKATION MIT BESUCHER:INNEN

## Maßnahmen, die vorrangig Besucher:innen betreffen

Es lohnt sich, Besucher:innen bei Veranstaltungen über nachhaltige Maßnahmen zu informieren und sie aktiv einzubeziehen. Events schaffen positive Erlebnisse – eine ideale Gelegenheit, ressourcenschonende Maßnahmen erlebbar zu machen und Impulse für den Alltag zu setzen.

Hier sind einige Vorschläge für konkrete Maßnahmen und auf den folgenden Folien findest Du konkrete Ideen für Textbausteine und Bildvorschläge zur Kommunikation.

### Kein Einweg | kein Glas

- Mehrweggeschirr schont Ressourcen. Und Besucher:innen sollen über die entsprechenden Maßnahmen informiert werden.
- „Kein Glas mitbringen“ z.B. bei Veranstaltungen im Freien.

### Bring your own Glas

- Besucher:innen dazu auffordern, eigene Trinkbehälter sowie ggf. Geschirr und Besteck oder auch eine Stofftasche mitzubringen, ist eine ressourcenschonende Maßnahme.

### Zigaretten, Kronkorken

- Für mehr Awareness zu Müllvermeidung und damit es nach dem Event weniger zu säubern gibt, sollten dafür passende Behälter bereitstehen.
- (v.a. bei Outdoor-Events)

### Wasserspender

- Um Abfall zu vermeiden und Ressourcen zu schonen, sind Trinkwasserspender ein wirksames und zusätzlich sozial nachhaltiges Instrument.

### Weitere Ansätze:

- Zum Mitmachen beim Awareness-Team aufrufen (dafür Eintritt frei).
- Mülltrennung (z. B. „Wertstoffinseln“) kommunizieren.
- Zum Clean-up nach dem Event aufrufen und so Awareness schaffen.

## 2. KOMMUNIKATION MIT BESUCHER:INNEN

Welche Informationen können wo gut kommuniziert werden?

### RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

#### VOR DEM EVENT

- Website
- Social-Media
- Newsletter
- Tickets bzw. Einladungen
- Presseinfos
- Interviews

### RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

#### WÄHREND DES EVENTS

- Setzt Infotafeln oder Screens an den Eingängen und auf dem Veranstaltungsgelände ein, um Besucher:innen direkt und sichtbar zu informieren.
- Für bestimmte Maßnahmen sind auch Schilder an Bars oder anderen spezifischen Orten sinnvoll.

### WEITERFÜHRENDE LINKS UND INFORMATIONEN

- Beim Labor Tempelhof wurden 2024 einige Learnings zu Kommunikation auf Veranstaltungen gesammelt, die sich nicht nur auf Besucher:innen beziehen. Diese sind hier zu finden: [guidebook.labor-tempelhof.org](https://guidebook.labor-tempelhof.org)
- Das Handlungskonzept „Wegweiser – Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement“ der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) enthält für die nachhaltige Veranstaltungsplanung auch den Aspekt der Kommunikation: [berichterstattung.giz.de](https://berichterstattung.giz.de)
- Auch das „Handlungskonzept – Abfallarme Großveranstaltungen und Straßenfeste“ vom GRÜNE LIGA BERLIN e.V. gibt Tipps zur Kommunikation: [www.grueneliga-berlin.de/publikationen/projektbroschueren](https://www.grueneliga-berlin.de/publikationen/projektbroschueren)



# ABFALLARM DURCH MEHRWEG NUTZUNG

## Kommunikation mit Besucher:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### Davon haben alle Mehrweg.

Bei unserem Event setzen wir auf Mehrwegbehälter und sparen damit voraussichtlich [Menge X] Einweggeschirr ein – für weniger Abfall und mehr Nachhaltigkeit!

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### Einweg ist für uns kein Weg.

An unseren Ständen verwenden wir ausschließlich Mehrweg- und Pfandverpackungen – so bleibt unsere Eventlocation sauber. Du kannst Dein Pfand auch spenden. Dafür stehen Sammelbehälter bereit. Der Erlös geht an [Organisation XY].

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Pfandbecher wird an der Bar abgegeben. Der Becher ist eingekringelt.
- Mehrwegbowl wird in einen Rucksack gesteckt. Die Bowl ist eingekringelt.
- Das „Bring your own“ Icon kann hier auch benutzt werden.

# KEIN GLAS

## Kommunikation mit Besucher:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### **Scherben bringen Unglück.**

Bitte lass Glas zuhause, damit sich auf dem Event niemand verletzt.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### **Kein Glas, keine Scherben.**

Damit sich niemand verletzt, verzichten wir auf Glasflaschen.

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Eine Person hält einen nachhaltigen Mehrweg-becher, der nicht aus Glas besteht, in der Hand bzw. trinkt aus ihm. Der Mehrwegbecher wird eingekringelt.
- Scherben liegen auf dem Boden, eingekringelt.

# BRING YOUR OWN

## Kommunikation mit Besucher:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### **Besteck im Gepäck.**

Bring eigenes Geschirr mit. Als Dankeschön gibt es ein Softgetränk gratis.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### **Mitgedacht, mitgebracht.**

Eigenes Besteck & Geschirr wird belohnt: mit einer Limo gratis! Den Coupon gibt's am Einlass.

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Bild einer typischen Teilnehmerin dieser Veranstaltung, die Ihren mitgebrachten Becher über den Tresen reicht und das Personal nimmt den Becher freundlich entgegen. Der Becher ist eingekringelt.
- Mehrwegbesteck und -Geschirr wird in eine Tasche gesteckt (oder aus Ihr herausgezogen). Das Besteck bzw. das Geschirr ist eingekringelt.

# ZIGARETTEN

## Kommunikation mit Besucher:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### Aschenbecher To Go

Bitte bring Deinen eigenen Taschen-Aschenbecher mit. Oder hol Dir zu Beginn des Events einen am Einlass ab.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### Kippe in den Ascher bitte.

Bitte nutze die Aschenbecher vor Ort oder einen Taschen-Aschenbecher. Gib't's gratis am Einlass.

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Ein Aschenbecher in den eine Hand einen Zigarettenstummel wirft. Die Hand mit dem Stummel ist eingekringelt.
- Ein Zigarettenstummel wird in einem Taschen-Ascher ausgedrückt. Der Ascher ist eingekringelt.

# KRONKORKEN

## Kommunikation mit Besucher:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### **Königsdisziplin: Kronkorken sammeln.**

Kronkorken bestehen aus wertvollem Weißblech. Entsorge sie deshalb bitte in den Sammelbehältern an den Getränkestationen.

### ICON & ANWENDUNG



#### **Königsdisziplin: Kronkorken sammeln.**



### BILDIDEEN

- Ein Kronkorken-Sammelbehälter. Eine Hand wirft einen Kronkorken in die Öffnung. Die Hand ist eingekringelt.
- Eine Sammelbox, bei der man zu einer Frage mit dem Einwurf von Kronkorken abstimmen kann (z. B. mit Ja oder Nein). Die Box ist eingekringelt.

# TRINKWASSER & WASSERSPENDER

## Kommunikation mit Besucher:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### **Pack ne Flasche in die Tasche.**

Nimm ein Trinkgefäß mit! Das kannst Du dann so oft Du willst an unseren Wasserspendern kostenlos auffüllen.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### **Füll dich auf.**

Mit Trinkwasser gratis an unseren Wasserspendern. Wer kein eigenes Trinkgefäß dabei hat, kann sich an unseren Getränkeständen gegen Pfand einen Mehrwegbecher holen.

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Eine Flasche, die unter den Hahn eines Wasserspenders gehalten wird. Der Wasserspender ist eingekringelt.
- Eine Trinkflasche wird in eine Tasche gesteckt. Die Flasche ist eingekringelt.

# WIEDERVERWENDUNG VON MATERIALIEN

## Kommunikation mit Besucher:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### Entweder allgemein zum Thema Wiederverwendung:

##### **Ich bin's wieder.**

Bestehe aus wiederverwendeten Materialien

#### Oder je nach Material bzw. Maßnahme, z. B.:

##### **Ich war mal PET-Flasche.**

(z. B. auf Möbeln, die aus recyceltem Material bestehen)

##### **Ich komme viel rum.**

Gerade war ich in [Ort], bald geht's weiter nach [Ort].

(z. B. auf geliehenen Möbeln, Dekomaterialien, Aufklebern oder Schildern.)

##### **Aus mir wird noch was!**

Und zwar [Wiederverwendung nennen].

(z. B. wenn aus Materialien und Dekoelementen später noch etwas anderes entsteht und diese Dinge wiederverwendet werden.)

##### **Nach dem Event werde ich gespendet / kannst Du mich kaufen.**

(z. B. wenn Materialien, Möbel, Deko-Elemente nach dem Event gespendet oder zur Wiederverwendung verkauft werden.)

### ICON & ANWENDUNG



**Ich bin's wieder.**



**Ich komme viel rum.**  
Gerade war ich in Kreuzberg,  
bald geht's weiter nach Pankow.

### BILDIDEEN

- Ein upgecyceltes Möbelstück bzw. ein Möbelstück aus wiederverwerteten Materialien auf dem Eventgelände. Das Möbelstück ist eingekringelt.
- Deko auf dem Eventgelände, die aus Absperrbändern, Bannern, Verpackungsmaterial o.ä. gemacht wurde. Die Deko ist eingekringelt.



# 3. KOMMUNIKATION MIT DIENSTLEISTER:INNEN

## Maßnahmen, die vorrangig Dienstleister:innen betreffen

Für die Umsetzung einer nachhaltigen Veranstaltung sind Dienstleister:innen entscheidend. Ihre Einbindung in die Planung ist wichtig, da sie maßgeblich zur Ressourcenschonung und Abfallreduzierung beitragen. Effektive Kommunikation mit ihnen sorgt für die Umsetzung nachhaltiger Konzepte.

Hier sind einige Vorschläge für konkrete Maßnahmen und auf den folgenden Seiten auch Ideen für eine effektive Kommunikation mit den Dienstleister:innen.

### Mehrweg mit System

- Ideal sind ein einheitliches Mehrwegsystem sowie einheitliche Rückgabestationen und Pfandregelungen.
- Besucher:innen können gebeten werden, Geschirr/Besteck selbst mitzubringen – z. B. für einen Wertgutschein.

### Foodwaste-Vermeidung

- Gute Planung, damit möglichst wenig übrig bleibt.
- Restbestände den Besucher:innen am Ende mitgeben oder spenden.

### Grünes Merchandising

- Nachhaltige Produktion, die auf Einzelverpackungen bzw. Plastikverpackungen verzichtet.
- Einsatz nachhaltiger Materialien.

### Weitere Ansätze:

- „Mieten statt kaufen“: geliehene oder gebrauchte Materialien, Möbel, Deko, Banner, etc. nutzen.
- „Gebrauchte“ Materialien wiederverwenden (z. B. von anderen Events).
- Materialien später wiederverwenden, bei nächsten Events oder auch wiederverwerten z. B. durch Upcycling (Spende).
- Kompost-Toiletten.

# 3. KOMMUNIKATION MIT DIENSTLEISTER:INNEN

Welche Informationen können wo gut kommuniziert werden?

## RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

- Bei der Anfrage bzw. Ausschreibung von Dienstleister:innen in der Leistungserbringung definieren.
- In den Verträgen klare Absprachen treffen.
- Tipp: Sollten die Kosten im Vergleich zu Einweg zu hoch liegen, gibt es z. B. die Möglichkeit, für diesen Bereich nach Sponsor:innen zu suchen, die das finanziell unterstützen und im Gegenzug dafür entsprechend in die Kommunikation eingebunden werden.

## RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

- Infoplakate im Backstage-Bereich die die gewünschten Verhaltensregeln bei der Veranstaltung kurz zusammengefasst aufführen
- Persönliche Ansprache, z. B. über
  - Event-Team/Projekt-Ansprechpartner:innen, die den einzelnen Dienstleister:innen zugeteilt sind
  - Kommunikations-Kanal während der Veranstaltung (z. B. Walkie-Talkies, Telegram-Kanal, etc.)

## WEITERFÜHRENDE LINKS UND INFORMATIONEN

- Hier gibt es Links zu Dienstleister:innen, die abfallarme Veranstaltungen umsetzen können:  
[www.abfallarmeveranstaltungen-berlin.de](http://www.abfallarmeveranstaltungen-berlin.de)
- Hier findet sich eine Übersicht an verschiedenen Leitfäden und Handlungsempfehlungen für abfallarme Großveranstaltungen:  
[www.zerowasteagentur.de/abfallarme-veranstaltungen.html](http://www.zerowasteagentur.de/abfallarme-veranstaltungen.html)
- Hier gibt es Infos zu Mehrweg:  
[www.zerowasteagentur.de/Mehrweg-mitmachen.html](http://www.zerowasteagentur.de/Mehrweg-mitmachen.html)
- Hier ist ein guter Leitfaden zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen bei Veranstaltungen mit Verpflegung:  
[www.publikationen-bundesregierung.de](http://www.publikationen-bundesregierung.de)
- Ein weiterer Leitfaden ist hier zu finden:  
[www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de)
- Diese Firma bietet z. B. die Wiederverwertung von Materialien an sowie eine „Materialvermittlung“:  
[www.trashgalore.de](http://www.trashgalore.de)

# MEHRWEGGESCHIRR UND -BECHER

## Kommunikation mit Dienstleister:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### Einwegfrei – sind Sie dabei?

Wir wollen, dass auf unseren Events möglichst wenig Abfall anfällt. Dabei setzen wir auf die Zusammenarbeit mit Ihnen als Dienstleister:innen.

Ein wichtiger Schritt für die Abfallvermeidung ist der Verzicht auf Einwegverpackungen. Darum setzen wir konsequent auf Mehrweg. Damit das reibungslos gelingt, braucht es die nötige Infrastruktur vor Ort sowie klare Informationen für die Besucher:innen.

Lassen Sie uns zusammen überlegen, wie wir diese Anforderungen bestmöglich umsetzen können. Unser **[Awareness-]**Team steht Ihnen dabei gerne zur Seite.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### Becher schmeckt's mit Mehrweg.

Deshalb wollen wir hier Einwegverpackungen sowie Einwegbesteck und -geschirr so gut es geht vermeiden.

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Pfandbecher wird an der Bar abgegeben. Der Becher ist eingekringelt.
- Ein großer Stapel Mehrweg-Becher auf einem Tisch. Der Stapel ist eingekringelt.

# VERMEIDUNG VON FOODWASTE

## Kommunikation mit Dienstleister:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

#### VOR DEM EVENT

##### **Keine Reste wären das Beste.**

Wir möchten, dass auf unserer Veranstaltung möglichst wenig Abfall anfällt, um Ressourcen zu schonen. Dafür ist Ihre Unterstützung entscheidend, denn nur zusammen können wir dieses Ziel erreichen. Neben Ihnen als Caterer beziehen wir auch alle anderen am Event Beteiligten mit ein.

Ein wichtiger Aspekt ist die Vermeidung von Lebensmittelabfällen. Wir bitten Sie, Maßnahmen zu ergreifen, die dies ermöglichen und für die Besucher:innen umsetzbar sind. Hier einige Vorschläge:

- Catering aus geretteten Lebensmitteln
- Abfallvermeidung durch gute Menüplanung
- Reste spenden oder den Besucher:innen mitgeben

Zusammen können wir dafür sorgen, dass alle restlos glücklich sind.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

#### WÄHREND DES EVENTS

##### **Restlos glücklich!**

Sind wir, wenn Essensabfälle vermieden werden. Mit Catering aus geretteten Lebensmitteln, guter Menüplanung oder Essensspenden.

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Gemüsereste in Kisten gesammelt. Eine Kiste ist eingekringelt.
- Menükarte. Die Karte ist eingekringelt.
- Ein Blick in einen Mixer, in dem Lebensmittelreste zu finden sind. Der Mixer ist eingekringelt.

# MERCHANDISING / WERBEARTIKEL

## Kommunikation mit Dienstleister:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### **Geschäfte bitte nachhaltig abwickeln.**

Um Ressourcen zu schonen, möchten wir auf unserer Veranstaltung möglichst wenig Abfall produzieren. Das kann nur gelingen, wenn alle am Event Beteiligten an einem Strang ziehen.

Im Bereich Merchandising und Werbeartikel gibt es zahlreiche Möglichkeiten, nachhaltig zu handeln. Wir bitten Sie, folgende Punkte bei Produktion und Lieferung zu beachten:

- Einzelverpackungen nur in Ausnahmefällen
- Verzicht auf Plastikverpackungen
- Produkte aus nachhaltiger Produktion und nachwachsenden Rohstoffen

Wir freuen uns darauf, zusammen mit Ihnen eine umweltfreundliche Veranstaltung auf die Beine zu stellen!

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### **Weniger ist Merch.**

Darum achten wir bei Werbeartikeln und Merchandising auf Nachhaltigkeit bei Rohstoffen, Produktion, Lieferung und Verpackung.

### ICON & ANWENDUNG



**Geschäfte  
bitte nachhaltig  
abwickeln.**



**Weniger  
ist Merch.**

Darum achten wir bei Werbeartikeln und Merchandising auf Nachhaltigkeit bei Rohstoffen, Produktion, Lieferung und Verpackung.

### BILDIDEEN

- Ein Karton mit vielen unverpackten T-Shirts. Ein T-Shirt liegt daneben und ist eingekringelt.
- Closeup auf das Material-Label eines T-Shirts. Darauf steht 100 % Bio Hanf, Made in Europe, upgecycelt, Fair Trade o.ä. Das Label ist eingekringelt.

# WIEDERVERWENDUNG VON MATERIAL

## Kommunikation mit Dienstleister:innen

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

#### VOR DEM EVENT

##### Wird das wirklich neu gebraucht?

Mietmobiliar ist eine gute Wahl, da es oft günstiger ist, als es zu kaufen. Wir möchten jedoch einen Schritt weiter gehen und so viel wie möglich aus wiederverwendetem Material nutzen. Zusätzlich streben wir an, dass alles, was während der Veranstaltung zum Einsatz kommt, auch nach der Veranstaltung wiederverwendet wird. Daher bitten wir, folgende Punkte von Anfang an zu berücksichtigen:

- Wo möglich, sollten Materialien wie Möbel und Deko gemietet werden.
- Für speziell produzierte Elemente wie Messestände, Banner oder Werbeschilder sollte geprüft werden, ob gebrauchte Materialien zur Verfügung stehen.
- Alle nicht gemieteten Materialien sollen nach der Veranstaltung in den Kreislauf der Wiederverwendung überführt werden.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

#### WÄHREND DES EVENTS

##### Wieder und wieder wiederverwenden.

Bitte dafür sorgen, dass alle nicht gemieteten Materialien nach dem Event an anderer Stelle wiederverwendet werden können.

### ICON & ANWENDUNG

Wird das wirklich neu gebraucht?

Wieder und wieder wiederverwenden.

Bitte dafür sorgen, dass alle nicht gemieteten Materialien nach dem Event an anderer Stelle wiederverwendet werden können.

### BILDIDEEN

- Ein upgecyceltes Möbelstück bzw. ein Möbelstück aus wiederverwerteten Materialien auf dem Eventgelände. Das Möbelstück ist eingekringelt.
- Deko auf dem Eventgelände, die aus Absperrbändern, Bannern, Verpackungsmaterial o.ä. gemacht wurde. Die Deko ist eingekringelt.

# 4. KOMMUNIKATION MIT DEM EVENT-TEAM

## Maßnahmen, die vorrangig das **Event-Team** betreffen

Damit ein Event mit möglichst wenig Abfall gelingt, müssen alle im Team an einem Strang ziehen. Insbesondere ist wichtig, dass das Team Abfallvermeidung vorlebt und sich im Thema auskennt. Nur so können Mitglieder des Teams kompetente und glaubwürdige Ansprechpartner:innen sein – für Besucher:innen, Dienstleister:innen, Talente sowie Multiplikator:innen im Umfeld des Events.

### **Informationsgeber: innen**

- Das Team ist selbst Teil der Kommunikation und kann die Besucher:innen der Veranstaltung vertiefend zu den Themen informieren.

### **Awareness schaffen**

- Weil das Team selbst von den Maßnahmen auf dem Event überzeugt ist und sie umsetzt, leistet es einen Beitrag auch über den Event hinaus.



# 4. KOMMUNIKATION MIT DEM EVENT-TEAM

Welche Informationen können wo gut kommuniziert werden?

## RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

- Beim Recruiting von Freiwilligen z. B. über Social-Media, Newsletter, etc.
- Briefing-Termin für das ganze Team mit allen Infos zu den Maßnahmen
- digitaler Team-Kanal, der auch während der Veranstaltung funktioniert (z. B. Telegram-Kanal, etc.)

## RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

- Infoplakate im Backstage-Bereich, die die gewünschten Verhaltensregeln bei der Veranstaltung kurz zusammengefasst aufführen.
- Persönliche Ansprache, z. B. über
  - Event-Team/Projekt-Ansprechpartner, die den einzelnen Dienstleister:innen zugeteilt sind
  - Kommunikations-Kanal während der Veranstaltung (z. B. Walkie-Talkies, Telegram-Kanal, etc.)

## WEITERFÜHRENDE LINKS UND INFORMATIONEN

- Zu diesem speziellen Aspekt liefert das Guidebook des Labor Tempelhof gute Erfahrungswerte und Inspirationen:  
[guidebook.labor-tempelhof.org/kommunikation-bildung](https://guidebook.labor-tempelhof.org/kommunikation-bildung)

# ROLLE UND MOTIVATION

## Kommunikation mit dem Event-Team

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### HL: Mit Euch wird's eine runde Sache!

Zusammen wollen wir eine Veranstaltung auf die Beine stellen, die möglichst wenig Abfall verursacht. Im Sinne der Kreislaufwirtschaft ist es uns wichtig, Ressourcen zu schonen und Materialien im Kreislauf zu halten – dabei spielt Ihr eine entscheidende Rolle.

Natürlich ist es wichtig, dass Ihr alle Maßnahmen genau kennt. [ggf. [Maßnahmen hier stichwortartig auflisten](#)]. Detaillierte Infos erhaltet Ihr über [z. B. [Teammeeting](#), [Website](#), [Präsentation](#)]. Bei Fragen stehen wir jederzeit zur Verfügung.

Falls Ihr als Multiplikator:innen im Einsatz seid, bekommt Ihr ein Briefing, das Euch auf Eure Aufgabe und die Kommunikation der Maßnahmen vorbereitet.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### HL: Willkommen im Kreis!

Schön, dass Du mit uns möglichst wenig Abfall möglich machst! Und unsere Besucher:innen für Kreislaufwirtschaft begeisterst.

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Erkennbares Teammitglied hinter einem Infostand. Der Infostand ist eingekringelt.
- Teammitglied, das gerade dabei ist, eine abfallvermeidende Maßnahme umzusetzen. Die Maßnahme ist eingekringelt.
- Viele Hände zusammengelegt, um Teamspirit zu verdeutlichen. Die Hände sind eingekringelt.

# 5. KOMMUNIKATION MIT TALENTEN

Maßnahmen, die vorrangig **Talente** (Künstler:innen, Sportler:innen, Acts, etc.) betreffen

Beliebte Persönlichkeiten sind wichtige Vorbilder, die durch Ihr Verhalten Ihre Fans positiv beeinflussen können. Daher ist es **entscheidend**, sie in die nachhaltigen Maßnahmen des Events einzubinden und ihnen gegenüber die Ziele klar zu kommunizieren. So können sie aktiv zur Abfallvermeidung beitragen und die Botschaft der Nachhaltigkeit weitertragen.

## Vorbildfunktion

- Auf Einweggeschirr oder -flaschen verzichten.
- Ein getragenes Shirt oder einen anderen eigenen Gegenstand verschenken oder spenden.
- Selbst nachhaltig produzierte/upgecycelte Kleidung/Schuhe tragen.

## Awareness schaffen

- Auf dem Event vorhandene Maßnahmen ansprechen und dazu motivieren, diese im Alltag umzusetzen.

# 5. KOMMUNIKATION MIT TALENTEN

Welche Informationen können wo gut kommuniziert werden?

## RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

- Bei der Buchung bzw. in Vorgesprächen
- Checkliste, schnell erfassbare Übersicht der Maßnahmen, die auf dem Event umgesetzt werden, idealerweise mit Zahlen und Fakten, was es an positivem Impact bringt

## RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

- Infoplakate im Backstage-Bereich die die gewünschten Verhaltensregeln bei der Veranstaltung kurz zusammengefasst aufführen.
- Persönliche Ansprache, z. B. über
  - Event-Team/Projekt-Ansprechpartner, die den einzelnen Dienstleister:innen zugeteilt sind
  - Kommunikations-Kanal während der Veranstaltung (z. B. Walkie-Talkies, Telegram-Kanal, etc.)

## WEITERFÜHRENDE LINKS UND INFORMATIONEN

- Das Guidebook des Labor Tempelhof kann auch hier gute Inspiration liefern:  
[guidebook.labor-tempelhof.org/kommunikation-bildung](https://guidebook.labor-tempelhof.org/kommunikation-bildung)
- Die Checklisten vom GRÜNE LIGA e.V., die u.a. für Standbetreiber:innen können hier beispielsweise weiterhelfen:  
[www.grueneliga-berlin.de](http://www.grueneliga-berlin.de)

# ROLLE UND MOTIVATION

## Kommunikation mit **Talenten** (Künstler:innen, Sportler:innen, Acts, etc.)

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

#### VOR DEM EVENT

#### **So läuft alles glatt über die Bühne.**

*Bei der Darstellung von Maßnahmen sollten die identischen Bilder genutzt werden, die auch für die anderen Zielgruppen eingesetzt werden.*

Zusammen für eine positive Wirkung! Unser Event setzt ein Zeichen – und dafür brauchen wir Euch! Ihr seid die Stars und Euer Wort zählt.

Bitte teilt mit Euren Fans und Gästen, welche nachhaltigen Maßnahmen wir umsetzen und warum sie erfolgreich sind. Wir setzen beim Essen und Trinken auf Mehrweg, sparen so **[Zahl]** kg/t Einweg ein und verwenden Recyclingprodukte, die wir nach der Veranstaltung wiederverwerten. Auch unser Merchandising ist nachhaltig und unser Awareness-Team informiert vor Ort über all diese Maßnahmen.

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

#### WÄHREND DES EVENTS

#### **Deine Stimme für Nachhaltigkeit!**

Du hast einen enormen Einfluss auf Deine Fans. Nutze ihn! Und mach sie auf unsere umweltfreundlichen Maßnahmen aufmerksam.

### ICON & ANWENDUNG



**So läuft alles glatt über die Bühne.**



**Deine Stimme für Nachhaltigkeit!**

Du hast einen enormen Einfluss auf deine Fans. Nutze ihn! Und mach sie auf unsere umweltfreundlichen Maßnahmen aufmerksam.

### BILDIDEEN

- Viele Hände zusammengelegt, um Teamspirit zu verdeutlichen. Die Hände sind eingekringelt.
- Nahaufnahme einer Hand am Mikrofon.

# 6. KOMMUNIKATION MIT DEM UMFELD

Maßnahmen, die vorrangig **Multiplikator:innen im Umfeld** der Event-Locations betreffen

Die Kommunikation mit lokalen Dienstleister:innen im direkten Event-Umfeld ist entscheidend für die Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele. Sie sollten über alle Maßnahmen im Hinblick auf umweltfreundliche Verpackungen, Mehrwegoptionen und Abfalltrennung informiert werden. Durch regelmäßigen Austausch können sie so effektiv zur Abfallvermeidung und nachhaltigen Konzepten beitragen.

## Mehrweg statt Einweg

- Indem umliegende Kioske, Cafés, Bäckereien, die To-Go-Gastronomie, Supermärkte, etc. auf Einweg-Verpackungen und -produkte verzichten, reduziert sich auch hier der Müll.

## Awareness schaffen

- Umliegende Kioske, Cafés, Bäckereien, die To-Go-Gastronomie, Supermärkte, ÖPNV-Stationen sowie weitere Locations im Umfeld können z. B. mit Aufstellern, Plakaten oder Info-Screens unterstützen.

## Angebote am Event-Tag

- Taschen-Aschenbecher im Verkauf anbieten.

# 6. KOMMUNIKATION MIT DEM UMFELD

Welche Informationen können wo gut kommuniziert werden?

## RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

- Brief mit Download-Link eines Aushang-Infozettels plus einmaligen Ausdruck Direkt zum Aufhängen.
- Persönliche Ansprache durch direkten Besuch im Geschäft vor Ort, mit Übergabe eines Anschreibens und des Aushang-Infozettels.

## RELEVANTE MEDIEN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

- Hier nur ggf. Kommunikation nötig, sofern z. B. verabredete Absprachen zu entsprechenden Maßnahmen vergessen werden.
- Persönliche Ansprache, z. B. über Event-Team/Projekt-Ansprechpartner:innen

## WEITERFÜHRENDE LINKS UND INFORMATIONEN

- Zu diesem Aspekt liegen uns aktuell keine konkreten Links zu weiterführenden Infos vor. Sollte Dir eine Quelle oder ein hilfreicher Hinweis bekannt sein, freuen wir uns über einen Hinweis an uns via E-Mail an: [kontakt@zerowasteagentur.de](mailto:kontakt@zerowasteagentur.de)

# INFO ÜBER MASSNAHMEN

Kommunikation mit dem **Event-Umfeld** (z. B. Kioske, Gastro, ÖPNV, ...)

## TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### VOR DEM EVENT

#### Support vor Ort.

Wir planen eine Veranstaltung in Deiner Nähe [Ort, Datum, etc.]. Durch verschiedene Maßnahmen vor Ort möchten wir nicht nur Abfälle reduzieren, sondern auch die Besucher:innen für das Thema sensibilisieren – und das bereits im Vorfeld.

Da Ihr im direkten Umfeld seid, möchten wir Euch einladen, Teil dieser Initiative zu werden. Vielleicht könnt Ihr die Gelegenheit nutzen, um die Besucher:innen schon vor dem Event auf das Thema aufmerksam zu machen.

Was könnt Ihr tun?

[Hier spezifische Infos einfügen, z. B.: Wir verzichten auf Einweg-Geschirr und möchten vermeiden, dass Einweg-Flaschen oder Verpackungen auf dem Gelände landen. Könntet Ihr die Besucher:innen darüber informieren? Wir haben bereits einen Aushang/Aufsteller vorbereitet.]

## TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### WÄHREND DES EVENTS

#### Abfallfrei, wir sind dabei!

Hier in der Nähe steigt ein Event, bei dem Abfall vermieden wird. Wir unterstützen das. Mit [50 Cent Rabatt auf Kaffee im Mehrwegbecher.]

## ICON & ANWENDUNG



## BILDIDEEN

- Bild vom Veranstaltungsort. Der aufgeräumte Weg dorthin ist eingekringelt.
- Weitere Bildideen können von anderen Maßnahmen, die im Event-Umfeld anwendbar sind, übernommen werden.



# 7. ABSCHLUSS-KOMMUNIKATION

## Maßnahmen nach dem Event, die **alle Adressaten** betreffen

Die Veranstaltung ist vorbei und war ein voller Erfolg: viel Spaß und wenig Müll. Um das Event perfekt abzuschließen, gibt es jetzt noch folgende Schritte, die Ihr auf den letzten Metern erledigen könnt. Hier sind ein paar sinnvolle Vorschläge von uns.

### Danksagung

- Bedanke dich bei allen, die zum Erfolg der Veranstaltung beigetragen haben.

### Feedback

- Feedback einholen und ggf. Daten und Fakten abfragen, um Erfolge zu messen.

### Resümee / Fazit

- Aufzeigen der Ergebnisse, die erreicht wurden.

# 7. ABSCHLUSS-KOMMUNIKATION

Welche Informationen können wo gut kommuniziert werden?

## RELEVANTE MEDIEN

## VOR DEM EVENT

- Direkte und persönliche Ansprache
- Website
- Social-Media
- Newsletter
- Ggf. E-Mail mit Doku
- Presseinfos, Interviews
- Dokumentation(en)

## IDEEN FÜR CONTENT

- Feedback einholen und ggf. Daten und Fakten abfragen, um Erfolge zu messen.
- Aufzeigen der Ergebnisse, die erreicht wurden, verbunden mit dem Dank an alle, die dazu beigetragen haben.
  - Davor möglicherweise Involvement der Zielgruppen Durch Quiz, z. B. „Schätzung“ wie viel Abfall anfiel bzw. reduziert werden konnte.
- Dokumentation der Learnings – was hat gut funktioniert, was noch nicht so gut?

# DANKSAGUNG

## Kommunikation mit allen Beteiligten nach dem Event

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### NACH DEM EVENT

#### **Ihr seid die Besten!**

Dank Eures Einsatzes auf unserem Event konnten wir eine ganze Menge Abfall vermeiden.

**Danke, dass Ihr mit uns Abfall vermieden habt!**

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Fotos von der Veranstaltung. Darauf das Herz-Icon.
- Grafiken mit Zahlen, Daten, Fakten, die erreicht wurden. Der jeweilige Fakt ist eingekringelt. Oder Durch die passenden Icons ergänzt.

# RESÜMEE / ERGEBNISSE

Kommunikation mit allen Beteiligten nach dem Event

## TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

## NACH DEM EVENT

**Zusammen viel erreicht:**

**Die Vermeidungsstrategie ist aufgegangen:**

**Abfallvermeidung: erfolgreich.**

**Event mit weniger Abfall. Das lernen wir daraus:**

*Darunter dann jeweils Direkt die Zahlen, Daten, Fakten, Erkenntnisse zu dem, was erreicht wurde.*

## ICON & ANWENDUNG



## BILDIDEEN

- Grafiken mit Zahlen, Daten, Fakten, die erreicht wurden. Der jeweilige Fakt ist eingekringelt. Oder durch die passenden Icons ergänzt.
- Fotos von Objekten, (z. B. Möbel), die im Nachgang des Events verkauft oder anderweitig weiterverwendet werden. Das jeweilige Objekt ist eingekringelt.

# FEEDBACK EINHOLEN

## Kommunikation mit allen Beteiligten nach dem Event

### TEXTBAUSTEIN FÜR KOMMUNIKATION

### NACH DEM EVENT

#### **Was können wir noch besser machen?**

Schreib es uns in die Kommentare!

#### **Unser Event. Dein Fazit?**

Was an unserem abfallreduzierten Event hat Dir gefallen? Was können wir noch besser machen? Schreib es in die Kommentare!

#### **War doch ganz einfach, oder?**

Wir freuen uns über Dein Feedback zu unserem abfallreduzierten Event!

### ICON & ANWENDUNG



### BILDIDEEN

- Konkrete Bilder der Aspekte, für die Ihr Feedback wollt mit jeweiliger Einkringelung (z. B. Bild von Taschenascher-Ausgabe und eingekringelte Ausgabestelle).

# GRAFIK-ÜBERSICHT

1. Icons
2. Kringel (Das optisches Element, um einzelne Aspekten auf Fotos und Bildern herauszustellen.)

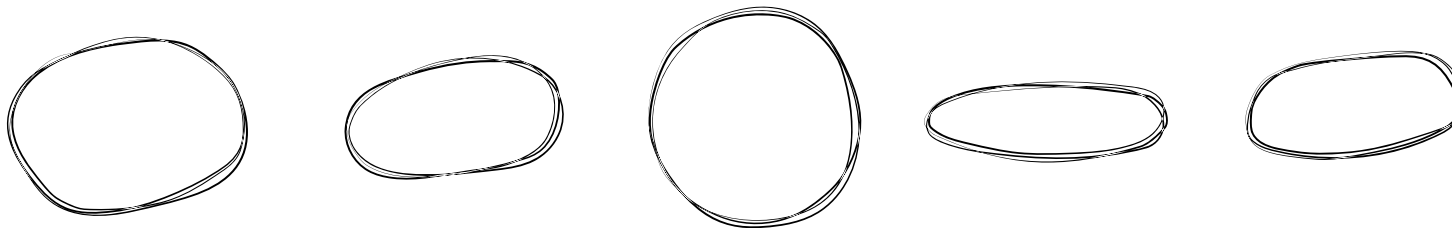
# ICONS-ÜBERSICHT

Alle Icons lassen sich individuell umfärben. Sie sind als PNG und SVG verfügbar.



# KRINGEL-ÜBERSICHT

Alle Icons lassen sich individuell umfärben. Sie sind als PNG und SVG verfügbar.





## **IMPRESSUM**

Zero-Waste-Agentur  
c/o Impact Hub Berlin  
Rollbergstraße 28a  
12053 Berlin

[kontakt@zerowasteagentur.de](mailto:kontakt@zerowasteagentur.de)  
[zerowasteagentur.de](http://zerowasteagentur.de)

Eine Initiative von:

