



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus
Turizmus-Vendéglátás Szak

**Turisztikai rendezvények imázsának ismertsége és
hatása fenntarthatóság és környezeti lábnyomuk
szempontjából**

Belső konzulens: Dr. Kovács Gyöngyi

egyetemi adjunktus

Készítette: Bojtos Krisztina

JGFSAL

nappali tagozat

Intézet/Tanszék: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Fenntartható Turizmus Tanszék

Gödöllő

2023

1. Tartalomjegyzék

1	Bevezetés	4
2	A turizmus helyzete	5
2.1	A fenntartható turizmus	5
2.2	A fenntartható turizmus fejlesztése	8
3	A rendezvények és hatásaik	11
4	A környezetbarát rendezvényszervezés aktuális kérdései	15
4.1	A fenntarthatóság fontossága.....	15
4.1.1	Zöld rendezvények	16
4.2	Környezettudatos kereslet.....	17
4.2.1	Kereslet a fenntartható rendezvények terén	20
4.2.2	A fenntartható megoldások keresletének és kínálatának változása a rendezvényszervezésben	21
4.3	Forradalom a környezet újjáélesztéséért.....	22
4.3.1	A „változás menedzselése”	23
4.3.2	Innováció a fenntarthatóság jegyében, micélium alapú termékek	26
4.3.3	A rendezvények tőke építése.....	27
4.3.4	Kör alapú üzleti modell	28
5	Saját vizsgálat	30
5.1	Kutatási célok, a vizsgálat hipotéziseinek bemutatása	30
5.2	A vizsgálati minta bemutatása	31
5.3	A vizsgálati módszerek bemutatása.....	31
6	Az eredmények bemutatása.....	33
6.1.1	Kérdőív a környezetbarát rendezvények iránti igény felmérésről.....	33
6.1.2	Interjú I.....	48
6.1.3	Interjú II.....	50
7	Következtetések és javaslatok.....	54

8	Összefoglalás	55
9	Irodalomjegyzék	57
10	Ábrajegyzék	60
11	Mellékletek.....	61
11.1.1	Interjú Vászonzsákoslánnyal.....	65
11.1.2	Interjú a HighVibes kft.- vel	67
11.1.3	#EcoWedding by Le Til Kúria	70
12	Függelékek	73

1 Bevezetés

Témaválasztásom oka a fokozott érdeklődésem a fenntarthatóság iránt, annak beillesztése a mindennapjaimba. Célom, hogy jövőbeli rendezvényszervezőként a munkámban is környezettudatos példát tudjak követni/mutatni. Szándékom volt mélyebben belelátni a környezettudatos cégek és programok működésébe és működtetésébe. A szakdolgozati témaválasztásomat egyértelműen befolyásolt az érdeklődés a rendezvényszervezés iránt, és inspirált a tanulmányaim során megszerzett tudás. A dolgozat készítése során a szakmai kíváncsiság vezérelt, amikor az egyéni úton és az erre specializálódott cég által szervezett rendezvények összehasonlító elemzését tűztem célul. Szerettem volna mélyebben megismerni azon folyamatokat és módszereket, amelyek lehetővé teszik az eseményszervezés terén a környezettudatos megoldásokat. Motivált továbbá, hogy viszonylag terjedelmes irodalma van a témának, aminek a feldolgozása segített az elemző munkámban.

A dolgozatomat az előbbieken megfogalmazott céloknak megfelelően három fő részre tagoltam. A dolgozat első részében bemutatom a turizmus jelenlegi helyzetét, a fenntartható turizmus fogalmát és annak fejlesztését. A második részben megvizsgálom magát a rendezvényeket és azok hatásait, míg a dolgozat záró részében kifejtem a környezetbarát rendezvényszervezés aktuális kérdéseit és megvizsgálom a zöld rendezvények keresletét. Bővebben kifejtem az IMEX csoport által létrehozott környezetbarát programról, amely üzleti modellek bemutatásával népszerűsíti a környezettudatosságot rendezvényszervezői szemszögből. A saját vizsgálatom során egy összehasonlító elemzés keretében megvizsgálom az magánszemély által szervezett és a céggel kooperált rendezvényszervezés előnyeit és hátrányait, valamint bemutatom egy öko esküvői helyszín ajánlatát különböző fenntartható módszerekkel és alternatívákkal. Végül a jövőbeli fontos változtatásokra és lehetőségekre hívom fel a figyelmet. Munkám során elsősorban a magyar és külföldi szakirodalmat, újságcikkeket, tudományos folyóiratokat, valamint a tanulmányaim során szerzett ismereteimet használtam fel.

Remélem, hogy ezen elemzés az érdeklődő olvasó számára egyfajta összefoglalást, iránymutatást adhat a fenntartható eseményszervezés terén.

2 A turizmus helyzete

A turizmus a megszokott környezetükből egy másik helyre utazó emberek tevékenysége, ahol folyamatosan, legfeljebb egy évig, de keresőtevékenység nélkül tartózkodnak. (KSH, 2023)

2022-ben 14,2 millió külföldi és belföldi vendég, csaknem 40 millió éjszakát töltött Magyarországon, ami közel 40%-os növekedés 2021-hez képest, és csak valamivel kevesebb a 2019-es eredménynél, amely a magyar turizmusban a valaha volt legsikeresebb évnak számít. 2021-hez képest a szálláshely-bevétel másfélszeresére nőtt. A tavalyi év teljes fellendülést hozott és sikeres évet zárt a magyarországi turizmusban, idén pedig még a 2019-es rekord megdöntése sem elképzelhetetlen. Mindez a kormány ágazatot támogató intézkedéseinek köszönhető – hangsúlyozta éves sajtótájékoztatóján a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) igazgatósági elnöke. (Guller, 2023)

A kérdés az, hogy a turizmust (is) ellehetetlenítő világjárvány után milyen gyorsan indul újra az üzleti utaztatás, illetve meglesznek-e tartva az elmaradt konferenciák, kiállítások, vásárok, melyekre előreláthatóan erőteljes gazdasági kereslet várható. A nemzetközi sportrendezvények, a kiemelt szezonális fesztiválok lebonyolítása nagyban elősegítette a nyári turizmus fejlődését. A pandémia globális hatásai következtében, kiemelten a távol-keleti vendégek visszatérésére csak későbbiekben lehet majd számítani. Számos európai országban kockázatot jelent a bérnövekedést jelentősen meghaladó infláció, így a megélhetési költségek emelkedése visszafoghatja a fellendülő nemzetközi turisztikai ágazatot. A belföldi turizmus fellendülését alapvetően hátráltathatja a példátlan mértékű energia áremelkedés a megváltozott rezi támogatási rendszer, valamint a magyar háztartások magasabb külföldi utazási hajlandósága is negatívan befolyásolja (Suppan, 2022).

2.1 A fenntartható turizmus

A fenntarthatóság az emberiség jelen szükségleteinek kielégítése, a környezet és a természeti erőforrások jövő generációk számára történő megőrzésével együttes stratégiák kidolgozását jelenti. A fenntartható turizmus koncepciójával kapcsolatban a World Trade Organization

(továbbá WTO) meghatározása a legismertebb. „*A fenntartható turisztikai fejlesztés egyrészt kielégíti a jelenlegi turisták és fogadó területek szükségleteit, másrészt védelmezi és növeli a jövő lehetőségeit. Az elképzelések szerint lehetővé teszi az erőforrások olyan módon történő menedzselését, hogy miközben az emberiség kielégítheti gazdasági, társadalmi és esztétikai igényeit, ugyanakkor megőrizheti az alapvető ökológiai folyamatokat, a biológiai változatosságot és az életet fenntartó rendszereket, valamint a különböző népek és csoportok kulturális integritását is.*” (WTO, 2000, old.: 21)

Ez a jelenség a fenntartható fejlesztés elvének megfelelően igyekszik visszaállítani annak hatékonyságát a turizmusban. Ezen koncepciónak megfelelően a fenntartható turizmus átfogóan foglalkozik a gazdasági-, természeti- és kulturális környezet fenntarthatóságával, de a legfontosabb cél a gazdasági fenntarthatóság elérése. A szelíd turizmus (soft/gentle tourism) célja a környezet védelme (ennek része az ökoturizmus is), a társadalmi és kulturális értékek védelme, továbbá ennek koordinációja a turizmussal. Az ökoturizmus a természeti területekre összpontosít, minimalizálja a turisták környezetre gyakorolt negatív hatását. Az ökoturizmus legfontosabb célja a természeti környezet fenntarthatóságának megőrzése. A fenntartható turizmus kérdése bonyolultabb lehet, mint a fenntartható fejlődés bármely részterülete, mivel számos szereplőt érint. Tovább nehezíti a vizsgálatot, hogy egy olyan iparágról van szó, amely hihetetlen ütemben változik és fejlődik. Az ökológiai lábnyom gyakran kapcsolódik a fenntartható fejlődéshez. Ez az erőforrás-gazdálkodásban és a társadalmi tervezésben használt érték. Az ökológiai lábnyom azt a föld- és vízmennyiséget képviseli, amire az emberi társadalomnak szüksége van ahhoz, hogy a technológiai fejlettség adott szintjén fenntartsa magát és a keletkező hulladékot elnyelje. A turizmus tekintetében az ökológiai lábnyomunk, akkor a legnagyobb, ha például Európából Közép-Amerikába repülünk, ahol egy kéthetes programon veszünk részt egy hatalmas tengerjáró hajón, míg a legkisebb lehet, amikor gyalog túrázni megyünk a hegyekbe, ahol környezettudatos módon cselekszünk. A turizmus rossz irányba való fejlődése teszi önmagát saját maga ellenségévé, hiszen azt természeti környezetet pusztítja, amely alapja a kínálatának. Egy megjelent Delphi felmérés a nemzetközi szakmai szervezetektől (WTO, World Bank, UNEP, EEA, UNDP stb.) és képviselőitől kért véleményt a fenntartható turizmus fogalmával és mutatóival kapcsolatban. A válaszok alapján az öt leggyakoribb jellemző az erőforrások hatékony felhasználása, a helyi részvétel ösztönzése, a természeti tőkeállomány fenntartása, a hosszú távú szemlélet és az átgondolt turizmusfejlesztési terv. Lengyel Márton magyarországi kutatócsoportja végzett hasonló felmérést külföldi és magyar szakértők megkérdezésével. A válaszadók úgy vélik, hogy fenntartható turizmus

definíciójának összetevői elsősorban az alábbiak. Minimálisra kell csökkenteni az anyag- és energiafogyasztást, valamint a hulladék és egyéb káros kibocsátásokat. A turizmus és annak hatásainak nyomon követése, ellenőrzése és szabályozása kulcsfontosságú egy régió vonzerejének megőrzése céljából. Fontos támogatni, azon turizmusmenedzsmentet, amely keményen dolgozik a szükséges erőforrások és látványosságok integritásának fenntartásán és a kulturális, társadalmi és gazdasági örökség aktív hasznosításán. Törekedni kell a megújuló erőforrások lehető leggyakoribb használatára, valamint a tervnek tartalmaznia kell azon turizmustípusok teherbírását, melyek ideálisak az adott desztináció számára. A szakértők tehát egyetértenek abban, hogy a fenntartható turizmusfejlesztés megvalósítása érdekében adekvát módszerek szükségesek az ellenőrzések, a szabályozás és az irányítás területén. Ezzel szemben a magyar szakemberek által kidolgozott definíció szerint döntő fontosságú, hogy a fogadó terület lakossága ismerje fel saját érdekeltségét a turizmus fenntarthatósága iránti fejlődésében. (Puczko és Rácz, 2002)

Fontos iránymutatás az értékelési módszerekben az IISD (International Institute for Sustainable Development) megbízásából kidolgozott Bellagio alapelvek.

Az első pont az irányadó jövőkép és a célok, melyeket folyamatosan fenn kell tartani. A holisztikus perspektíva jelentése, hogy az általunk elindított folyamat hatással kell legyen a rendszer átfogó teljes egészére és annak apróbb részleteire, valamint humán és ökológiai szempontból az emberi tevékenység negatív és pozitív következményeire. A Bellagio alapelvek meghatározó eleme a generációk közötti és azon belül a jelenlegi egyenlőtlenség kérdéseinek megválaszolásának. Ezen területek legfőképpen az erőforrás használat, a túlzott mértékű fogyasztás és a szegénység kérdésköreire terjednek ki. Ezen alapelvet követi a gyakorlatközpontúság fontossága, miszerint a vizsgálat olyan kategóriákon és keret modelleken kell alapuljon, amelyeket indikátorokhoz és értékelési kritériumokhoz lehet kötni. Jó korlátozott számú indikátort használni az értelmezhetőség és a mérések standardizálása céljából, mivel később ezen indikátorok értékeit össze kell hasonlítani a kitűzött cél küszöbértékeivel. Az alapelv fontosnak tartja a nyitottságot, miszerint hozzáférést kell biztosítani mindenki számára a módszerek, adatok és azok értelmezése tekintetében, hogy kizárhassuk a félreértéseket és a bizonytalanságokat. Továbbá nyitottnak kell lenni mások feltételezései felé. A következő nélkülözhetetlen alapelv a hatékony kommunikáció. Fontos, hogy az értékelések nem csak a döntéshozóknak, hanem a nyilvánosságnak is szólnak, így törekedni kell a közérthetőségre és az egyszerű szerkezetre. A megfelelő kommunikáció az az alap, amely a társadalom tagjait széleskörűen bevonja a környezetvédelmi döntésekbe. Ezen felül fontos a folyamatos értékelés

mivel a megfelelő irányzat megállapításához ismétlődő mérések szükségesek, melyek eredményei által az igényekhez kell igazítani az indikátorokat, az igényeket és a módszereket is. A Bellagio Alapelvek legutolsó pontja az intézményi kapacitás, mely szerint intézményi háttérrel kell szolgálatni az adatok gyűjtésére, kezelésére és dokumentációjára helyi szinten. (Zdan és Hardi, 1997)

2.2 A fenntartható turizmus fejlesztése

A fenntartható turizmus fejlesztése globális feladat, a világ-turizmus óriási mértékű növekedése pedig cselekvést igényel. Gyakori probléma a problémák túl kései felismerése. A WTO a fenntartható turizmus fogalmát a következőképpen határozza meg: az a turizmus, amely teljes mértékben figyelembe veszi a jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat, valamint a turisták, az iparág, a környezet és a befogadó közösségek igényeit. A WTO fenntartható turizmussal kapcsolatos céljai közé tartozik az összes erőforrás kezelése, amellyel a gazdasági, társadalmi és esztétikai szükségletek kielégíthetők, miközben megmaradnak a kulturális integritás, a fő ökológiai folyamatok, a biodiverzitás és az életfenntartás rendszerei. A fenntarthatóság elvei vonatkoznak a turizmusfejlesztés környezeti, gazdasági és kulturális aspektusaira és a fenntartható egyensúlyt meg kell teremteni ezen 3 dimenzió között, valamint garantálni kell ennek hosszú távú működtetését.

2017 a fenntartható turizmus fejlesztésének nemzetközi éve volt (ENSZ). Az szervező az ENSZ Turisztikai Világszervezete (UNWTO) volt és az alábbi 5 kulcsterületet jelölték ki:

- nagy társadalmi odafigyelés amely a foglalkoztatás növekedéséhez és a szegénység csökkenéséhez vezet.
- klímaváltozás, környezetvédelem és energiatakarékosság
- fenntartható gazdasági fejlődés
- közös megértésen alapuló béke és biztonság
- kulturális értékek sokszínűségének és örökségének megőrzése (Varga és Csákvári, 2020)

A negatív hatások elkerülésére és mérséklésére a legjobb megoldás az előre tervezés és a jó gyakorlatok átvétele. A turizmus a világgazdaság egyik fő mozgatórugója lett, a világ GDP-jének egytizedét adja. Mivel sok szereplő vesz részt a turizmusban, óriási gazdasági haszonnal

jár. Ennek eredményeként számos érdek és ellenérdek kapcsolódik az ágazathoz, így a fenntartható turizmus megteremtéséhez is. A turizmus fenntarthatóságának növekedése alapvető társadalmi és gazdasági haszon is, amely potenciálisan előnyös lehet azon országok és vállalkozók számára, akik ezt felismerik. A fenntarthatóság figyelmen kívül hagyásával folyamatosan csökkennek, és végül eltűnnek a turizmusból származó bevételi források. A fenntartható turizmust szisztematikus megközelítéssel érdemes megvizsgálni. Ez magában foglalja a megfelelő hulladékgazdálkodásra, az ivóvízkészlet védelmére való fokozott odafigyelést és az energiahatékonyság javítását. Ezek az apró lépések fontosabbak lehetnek, mint gondolnánk főleg, ha nemzedékről nemzedékre abba a tudatban neveljük a gyerekeket, hogy a fenntarthatóság ne egy opció lehessen előttük, hanem az életvitelszerűen működő megszokott normarendszer. (Csete, 2006)

Az „overtourism” kifejezés nem feltétlenül új fogalom. Komplex jelenségről van szó, amely egy hely élhetőségével, lakóinak jólétével, a látogatók élményével, valamint az érintettek közvetett vagy közvetlen bevonásával függ össze a turizmuson belül. Ezt a jelenséget másképpen úgy definiáljuk, mint a turisták számának túlzott növekedése, ami túlszűfolttséghez vezet, azokon a területeken, ahol a lakosok az átmeneti és szezonális turisztikai csúcsok következményeitől szenvednek és ez állandó változásokhoz vezet az életmódjukban. (Milano, 2019) A „overtourism” számtalan csúcstalálkozó és konferencia témája, de a célok, elvek és a feladatok kiosztásán kívül nehéz megoldást találni, és hiányzik a gyors reagálás is. A probléma bemutatása sokszor nagyobb hangsúlyt kap, mint a megfelelő eljárás és az eredmények ismertetése. Számos jó megoldás létezik, mint például a hasonló gondokkal küzdő régiók, városok összefogása, majd a közösen kidolgozott stratégiák alapján a problémák megoldása. A dolgozat alábbi része az „overtourism” megoldási lehetőségeit mutatja be. Fontos cél élvezetesebbé tenni az utazást, helyreállítani a megbomlott egyensúlyt, és lehetőség szerint előre tervezni, illetve megpróbálni kijavítani az eddigi visszafordíthatatlannak tűnő károkat. Az infrastruktúra fejlesztésének korlátozása szintén lényeges célkitűzés és bár első pillantásra furcsán hangzik, de a fenntartható turizmus feladata, hogy a turizmust racionális mederben tartsa, vagyis csökkentse a gyakran már-már tovakodóvá duzzadó turistaáradatot. Szükségszerű a célzott oktatás, képzés és ismeretterjesztés. A gyerekek megtanulják a természettel szembeni felelősségteljes magatartás szabályait, továbbá az iskolai oktatás és a szülői nevelés fontos szerepet vállal abban, hogy ezeket a szabályokat a gyakorlatba is átültethessék a gyerekek. Tanulják meg, hogy hogyan figyelhetik és óvhatják meg a természeti és kulturális kincseinket utazásaik során.

Az alábbi felsorolás néhány konkrét példát mutat be az „overtourism” megoldásaira:

- A Feröer-szigeteken önkéntes turisták is részt vesznek a helyreállítási, építési és javítási munkákban, akiknek fizetnek 2 napi ellátmányt.
- Belépőjegy bevezetése minél több helyre. Például Amszterdamban 2019 januárjától az egynapos turisták 8 eurót fizetnek a belépőért, és Velence is bevezette az egynapos belépődíjat.
- A jegyárak magas szintű emelése. Például a komodói sárkánygyíkok védelme érdekében 2020-tól 1000 dollár (éves "tagsági díj") a korábbi 20 dolláros belépődíj helyett az ökológiai egyensúly megzavarása miatt.
- Korlátozni kell a napi látogatók számát, ami általában előzetes regisztrációval valósítható meg. Például az Inka ösvényre naponta 500 ember léphet be (ebből 200 turista 300 ellátó személyzet).
- Egyszerűsített szállítás, például Luxembourgban csak a városhatárig szállíthatnak a turistabuszok, onnan transzferbuszok (kisbuszok) szállítják a látogatókat a városközpontba. (Csete, 2006)

A kötelező előzetes regisztrációt már több helyen bevezették, mely kötelezettség általában azt is jelenti, hogy ha a napi vagy éves kvóta betelt, akkor többen nem tudtak regisztrálni. Velence bevezette az előzetes regisztrációs kötelezettséget vagy például a bécsi adventi vásárra szombatonként és vasárnaponként a belvárosba csak bizonyos számú buszt engednek be, előzetes regisztrációt követően.

3 A rendezvények és hatásaik

A rendezvény a közösségnek szervezett, olykor szórakoztató céllal létrejött esemény. Programok meghatározott helyszíneken, meghatározott időben és konkrét céllal történő megvalósulása. (Kónyáné, 2008)

A rendezvények típusai:

- Protokolláris rendezvények
- Partnertalálkozó
- Termékbemutató
- Konferencia
- Csapatépítés
- Motivációs rendezvények
- Épületavatás
- PR-események
- Esküvők
- Magánrendezvények
- Fesztiválok, koncertek és városi rendezvények
- Báli rendezvények
- Bankett
- Ünnepi vacsora
- Corporate meeting, testületi ülések
- Fogadás
- Gála
- Koktélparti
- Kongresszus
- Sajtóesemény
- Tréning

(Varga P., 2017)

A rendezvények szervezése technikák és stratégiák széles skáláját foglalhatja magában az események sokszínűsége miatt, de a kereslet változásai az eseménytípusok módosítását vagy konverzióját is eredményezhetik. A korábban említett kategóriák csupán a leggyakoribb típusokat reprezentálják, de minden eseménynek megvannak a maga egyedi jellemzői. Az esetek gyakran speciális ismereteket tesznek szükségessé, különösen azok, melyek a tudomány, a technológia és a társadalom fejlődéséhez kapcsolódnak. (Kónyáné, 2008)

A rendezvények különböző hatásait 3 nagy csoportra lehet osztani: gazdasági, környezeti, illetve társadalmi. A turizmushoz kapcsolódó gazdasági hatások tárgyalásánál a vállalkozások kiadásai is beletartoznak, amelyek a helyi gazdaságban forognak, és közvetett kiadásokat generálnak. A közvetlen hatás a háztartások kiadásait is érinti, mint társadalmi hatás. Földrajzilag ezek a desztináció-specifikus turisztikai árufogyasztást jelentik. A gazdasági hatás

mérések fő kritikája, hogy sok esetben nem veszi figyelembe a turizmus hiányát. Ezen méréséhez kifinomultabb módszerekre van szükség. A lemondásra került rendezvény bevételt veszít, ráadásul ezek a többletköltségek közvetett negatív hatásokat keltenek. (Kundi, 2012)

A rendezvények gazdasági hatásai	
<i>Pozitív hatások</i>	<i>Negatív hatások</i>
megnövekedett kiadások(bevételek)	árak emelkedése a rendezvény ideje alatt (és után)
munkahelyteremtés (szezónális)	nem vonzó a turistáknak
munkaerő kínálat növekedése	jobb alternatív programok elől veszi el a forrásokat
megnövekedett életszínvonal	nem megfelelő mennyiségű tőke áll rendelkezésre
új szálláshelyek, turisztikai látványosságok megalakulása	a költségek nem megfelelő becslése (veszteség)
infrastruktúra-fejlesztés	

1. táblázat A rendezvények gazdasági hatásai (Janeczko, 2002)

A táblázatból is jól látható, hogy a szervezési tevékenység során fontos figyelembe venni a pozitív és negatív hatásokat és a közöttük lévő kapcsolatokat. Lehetséges, hogy az elvárások teljesen máshogy fognak teljesülni, mint azt gazdaságilag elvárnánk. Pozitív hatás, ha az adott rendezvényen nem csak a helyi lakosok vesznek részt, hanem jelen lesznek messziről érkező látogatók is, azonban ez, dominó effektusként logisztikai problémák sorozatát eredményezheti, amelyeket a lehetőségekhez mérten rugalmasan és zökkenőmentesen kell megoldani. Fel kell készülni a fokozottan zsúfolt tömegközlekedési és közúti jelenlétre, amelyek megfelelő karbantartást és fejlesztést igényelnek, így a régió megfelelő infrastrukturális fejlesztése egy idő után elengedhetetlenné válik. A turizmus szempontjából is jelentős gazdasági hatás jelentkezik, hiszen az adott időszak alatt a szálláshelyek szinte teljesen megteltek és bár lehet, hogy az év többi részében ezek nagyrészt stagnálnak, de az esemény idejére ezen szektor fel fog élénkülni. Ez sokat jelent a régió szállodáinak és panzióinak bevételi szempontból, mert sok esetben nem csak egy adott településre, hanem a közeli kisebb településekre is érkeznek a rendezvényre látogató turisták. Természetesen negatív tényezőkkel is számolni kell, hiszen adott időszakban az árak is emelkedni fognak, mint például az étkezés a szállás és a területen található telek- és ingatlanárak, mely kifejezetten negatív hatással van a helybéliekre, mivel nem mindenki van olyan anyagi helyzetben, hogy lépést tudjon tartani az emelkedő árakkal. Egyes gazdasági eseményeket nem lehet pusztán pozitívnak vagy negatívnak feltüntetni hiszen ezen jellemzők együttes, komplex tulajdonságai jellemzik a hatást. (Janeczko, 2002)

„Egyre fontosabbá válik a rendezvényszervezők számára, hogy megértsék a fenntarthatóságra, a stratégiára és a költséghatékonyságra milyen hatással van az általuk szervezett esemény.”
(Janeczko, 2002)

A rendezvények környezeti hatásai	
<i>Pozitív</i>	<i>Negatív</i>
helyi infrastruktúra fejlesztése (környezetkímélőre alakítása)	ökológiai károkozás, természeti folyamatok megváltoztatása
új létesítmények teremtése, építése	zöld területek eltűnése (beépítése)
a környezet helyreállítása	„tömeg” jelenléte
	zajterhelés (zajszennyezés)
	hulladéktermelés
	talajszennyezés

2. táblázat A rendezvények környezeti hatásai (Janeczko, 2002)

A hulladékgazdálkodás komoly gondot okoz. Emberek százezrei vesznek részt a nagyobb eseményeken, így temérdek szemetet hagyva maguk után, melynek elszállítása, tárolása és kezelése különféle kritériumoknak kell megfeleljen (pl. ISO szabvány). A talajszennyezés is komoly környezeti problémát jelent, hiszen a különféle folyadékok és vegyszerek, amelyek például a fesztiválok idején kerülhetnek a talajba hosszú távon károsítják az adott területet. (Czillahó, 2020)

A rendezvények társadalmi és kulturális hatásai sem elenyészőek. A nagyobb rendezvények sok embert vonzanak magukhoz, és ez befolyásolja az életüket. Nem csak egyszerűen élvezettel gazdagítják a nézőt, de akár lehetőséget is adhatnak rá, hogy a résztvevő hosszú távon változtasson a viselkedésén. (Farkas, 2002)

A rendezvények társadalmi és kulturális hatásai	
<i>Pozitív</i>	<i>Negatív</i>
megnöveli az általános kedvet a különböző rendezvényeken való részvételre (ez egyben gazdasági hatás is)	a természeti értékekhez való hozzáállás, viselkedés (dekadencia)
regionális értékek és hagyományok megőrzését segíti elő	társadalmi struktúra átalakulása
különböző kultúrák találkozása	a bűnözési lehetőségek növekedése
egymás kultúrájának elfogadása (tolerancia)	

3. táblázat A rendezvények társadalmi és kulturális hatásai (Janeczko, 2002)

A táblázatból látható, hogy a rendezvények kulturális vonatkozásaiban különféle események pozitív hatásai egyelőre kevésbé láthatóak, mint a negatív hatásai. Egy jelentős kulturális esemény pozitív hatással lehet az ott élő emberekre vagy a turistákra (pl. jótékonyági rendezvények), de ugyanakkor negatívan is hathat. Ez különösen a multikulturális tevékenységeket érinti, ahol a célközönség nem egy adott kultúrát céloz meg, hanem eltérő

nyelvet beszélő embereket, különböző nemzetiségűeket (például zenei fesztiválok), ami következtében közelebb hozhatják egymáshoz a különböző országokból érkezőket, de konfliktust is generálhat az adott kulturális differencia.

(Janeczko, 2002)

4 A környezetbarát rendezvényszervezés aktuális kérdései

4.1 A fenntarthatóság fontossága

A fenntarthatóság kérdése jelentősen előtérbe került az elmúlt évtizedekben. Egyre több helyen találkozhatunk ezzel a fogalommal, mivel az erőforrások feldolgozása egyre fontosabbá válik, valamint ezen erőforrások környezetünkre és jövőnkre gyakorolt lehetséges hatásai is.

A fenntarthatóság alatt három különálló, de kapcsolódó témát értünk:

- a fenntartható fejlődés
- a környezetvédelem
- a társadalmi felelősségvállalás

A környezetvédelemnek számos alapelve és módszere létezik. Létrejötték a különböző környezetvédelmi előírásokat elrendelő szervezetek és programok, amelyek a fenntartható fejlődés jegyében működnek. Fontos, hogy a rendezvény fenntarthatóvá tétele ne járjon további költségekkel és esetleges veszteségekkel, illetve, hogy a környezetvédelmi szempontok figyelembevétele segítse a jövedelmezőbb működést. (Happ, 2014)

Mikroszintről a makroszintre történő átállás, az együttműködések létrehozása és kiaknázása elsősorban az állam, a nemzetközi szervezetek és a gazdaságpolitikai erővel rendelkező intézmények felelőssége és feladata lenne. A politikusok jelentős része azonban nem, vagy csak felületesen mutat érdeklődést a globális fenntarthatatlanság iránt. A megújuló energiához, alternatív energiaforrásokhoz kapcsolódó beruházásokat elvetik és az ehhez szükséges technológia fejlődése, elterjedése az elvárások ellenére sem elég gyors. A népesség nagysága miatt elzárkózik a témától és már nem vár fejlesztéseket vagy megoldásokat a politikától. A szervezetek, különösen a nagyvállalatok fenntarthatóságáért való lelkesedése fellángolt és egyre nagyobb hangsúlyt kap. A Corporate Social Responsibility (CSR) már nem csak a nagyvállalatok szabadalma, hanem a környezetvédelem már az alkalmazottak munkahelyi ösztönzésében is látható szempont, és a fogyasztók is egyre tudatosabbak a vásárlási döntésükkel kapcsolatban.

A széles körben elterjedt szociális érdektelenség ellenére kisebb körökben megfigyelhető a fogyasztói tudatosság növekedésének jelensége, ugyanakkor tény, hogy kevesen engedhetik

meg saját maguk számára, hogy ne az ár alapján hozzák meg a vásárlási döntéseket. A cégek így csak részben tudnak reagálni a vásárlói szokásokra. Az Európai Unió azoknál a szervezeteknél, amelyek komolyan veszik a fenntarthatósági témákat jelentősen támogatja a vállalati felelősségvállalást és a környezetvédelmet. Az Uniónak saját finanszírozási rendszerei és keretstratégiái érvényesek ezekre a kérdésekre. Ez különösen igaz a LIFE programra, ahol a mezőgazdaság ipari kutatás-fejlesztés és innovációs oktatása megjelent a projektben környezetvédelmi horizontális prioritásként, nevezetesen az energiaracionalizálás vagy a hulladékgazdálkodási és hasznosítási kérdések. (Bartus, 2019)

4.1.1 Zöld rendezvények

A zöld rendezvényszervezés abban különbözik a hétköznapi rendezvény meghatározásától, hogy a szervező a rendezvény minden szakaszában figyelembe veszi a fenntartható fejlődés elveit és ezt a vendégélményekben is igyekszik megmutatni.

Zöld rendezvényről akkor beszélhetünk, ha a szervezés során szem előtt tartják a következő pontokat.

- Törekvés, hogy minimalizálják a felhasznált erőforrásokat, beleértve nyersanyag- és energiafelhasználást.
- Ösztönzik az újra feldolgozott nyersanyagok használatát.
- A keletkező hulladékot komposztálják vagy újrahasznosítják.

A nagy részvételű rendezvényeken elkerülhetetlen a magas szintű szerves és szervetlen hulladék keletkezése, a hang- és fényszennyezés, a természeti környezet károsodása, ivóvíz fogyasztás és a por, illetve a szén-dioxid szennyezés. Ezért különösen fontos a környezetvédelem hangsúlyozása. Hazánkban először 2006-ban fogalmazta meg javaslatait a Független Ökológiai Központ Alapítvány. A javaslatok a zöld fesztiválokkal kapcsolatos kritériumok meghatározásáról szólnak. A kiadvány bemutatja a fesztiválok környezeti hatásait, kiemeli a szolgáltatásokat (programok, közlekedés, vendéglátás, szállás) és az infrastruktúrát (energiaellátás, vízhasználat, szennyvízkezelés, hulladékgazdálkodás), továbbá környezetbarát megoldásokat kínál ezen problémák megoldására. A címet (Zöld Rendezvény) bármely magyarországi rendezvény elnyerheti, ha kitölti a jelentkezési lapot, és megfelel a szervezet meghatározott követelményeinek. A koncepció az, hogy a rendezőknek négy környezettudatos

alapkövetelményt vállalniuk kell, valamint a nyolc választható feltétel közül is legalább négy teljesüljön. A megtisztelő címre minden rendezvény csak egy évre tehet szert, a következő évben pedig újra lehet igényelni. Az "Zöld Rendezvény" címet először 2009-ben kapták meg az arra érdemes rendezvények. 2009-ben körülbelül 10 esemény érdemelte ki, azonban a kritériumrendszerét egyre több rendezvény igyekszik betartani. A cím megszerzéséhez tartozó alapkövetelmények közé tartozik, többek között a környezet eredeti állapotának helyreállítása, jól szervezett közösségi közlekedés, szelektív hulladékgyűjtő szigetek létrehozása és aktív szerep a lakossági szemléletformálásban. A választható követelmény kategóriák között szerepel a környezetbarát beszerzés, a porszennyezés redukálása, a hulladékkeletkezés megelőzés, a környezeti hatás részleges visszaváltása (szén-dioxid kibocsátás minimalizálása), környezetbarát világítás- és hangtechnika, a szállítóktól való minimális távolság elvének alkalmazása, a takarékos vízfelhasználás, illetve környezetvédelmi projektmenedzser felvétele a cégbe. A szabványrendszer nemcsak könnyen teljesíthető, hanem a saját alkotói karriert is lehetővé teszi (az opcionális követelmény utolsó pontja az egyéb vállalatok, személyes ötletek). Ezen szabványok jól definiálják a zöld rendezvényeket. (Dér, 2013)

Az ökológiailag fenntartható rendezvények tervezése többet jelent, mint annak biztosítása, hogy a működés és a helyszínek környezeti vagy kulturális szempontból érzékenyek legyenek. Maga az esemény felhasználható a zöld üzenet népszerűsítésére tematikus bemutatókon vagy standokon, egyéb rendezvényeken, valamint zöld témájú ételek és italok értékesítésén keresztül.

Összességében a környezettudatos események iránti növekvő érdeklődéshez olyan kutatási programoknak kell párosodnia, melyek célja ezen jelenség alapvető aspektusainak megértése, hiszen az ilyen és ehhez hasonló programok nélkül a zöld rendezvények növekedése elsorvad, a közönség lelkesedése pedig belefárad a tétlenségbe. Tekintettel ezen szemléletmód fontosságára, ez igen aggasztó végkifejlethez vezetne. (Rivera, 2010)

4.2 Környezettudatos kereslet

A helyi környezetvédelmi értékek és a magyar lakosság környezettudatosságának mértéke elsősorban a Gallup Intézet kutatási adatain alapul. Az Európai Unió környezetvédelmi stratégiájának középpontjában kiemelten szerepel a fenntartható fogyasztást támogató eszközök listája, többek között a környezetvédelemmel kapcsolatos társadalmi attitűdök

kialakítása és az emberek ösztönzése a környezetbarát termékek használatára. Kiemelten fontos a fogyasztók környezettudatos fogyasztási és vásárlási szokásainak felmérése a célcsoportok ösztönzésére tervezett forgatókönyvek kidolgozása előtt. A fenntartható fogyasztás gondolata az Európai Bizottság egyik kiemelt témája, ugyanez vonatkozik a "Zöld Hét" programra. A teljes rendezvénysorozat a Európai Unió VI. Környezetvédelmi Akcióprogramjának környezetvédelmi tervének és mottójának („*Jövők a kezünkben van!*”) népszerűsítésére használták. A mozgalom részeként szervezett szakmai vitán a fenntartható fogyasztásról került előtérbe tartalmi és infrastrukturális kérdésekben. A vitán részt vett az Európai Bizottság, Organisation for ECONOMIC Co-operation and Development (OECD), UN Environment Programme (UNEP), illetve minden érdekcsoport (ipar, fogyasztói szervezetek, környezetvédelmi mozgalmak). Kifejtették véleményüket a javasolt fenntartható fogyasztási politikájukról. A fogyasztók úgy vélik, hogy ezek a sajtótermékek tekinthetők a legmegbízhatóbb információ forrásnak bizonyos termékcsoportok esetében. Ezért a szakemberek a jövőben ezeknek a forrásoknak nagyobb szerepet fognak tulajdonítani a fogyasztók információkkal való ellátásában a környezeti termékekről és szolgáltatásokról. Köztudott, hogy az ökológiai termékek, különösen a biogazdálkodásokban termelt mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek előállítási költsége a legtöbb esetben magasabbak, mint a hagyományos módszerekkel előállított termékek. Ezen felül vannak további költségek, amelyek a termelők környezetvédelemhez való hozzájárulásaként értelmezhetők. Szerencsére egyre többen hajlandóak fizetni ezekért a termékekért, de a legtöbb fogyasztó nem engedheti meg magának, ahogyan a cégek sem az ilyen termékek reklámozásának marketing költségeit, így további támogatást kérnek az államtól. A szakértők szerint a nők környezettudatosabbak és nagyobb felelősség érzetük van a környezet felé, mint a férfiaknak. Ezt sajnos a terméktervezők és gyártók alig veszik figyelembe, így ezen szegmens moderátorai ennek megváltoztatására fogalmazták meg javasolataikat. Az Európai Unió környezetszennyezés integrált megelőzéséről és csökkentéséről szóló irányelve a (IPPC) „legjobb elérhető technológiák”, azaz BAT technológiát kell alkalmazni, hogy ösztönözzön, avagy drasztikusabb kifejezéssel, kényszeríteni lehessen a termelést és a fogyasztást a környezetbarát irányba történő elmozdulásra, elsősorban a nyersanyag felhasználás és az energiafelhasználás csökkentésével. Az illetékes EU hivatala egyre hatékonyabban tudja tükrözni a környezetvédelem azon szándékát, hogy a különféle érdekcsoportok képviselőinek is részt kell venniük a műszaki eljárások referencia listáinak összeállításában. A „zöld hét” jó lehetőséget biztosít az oktatási és környezetvédelmi szakemberek, valamint a gazdasági szektor képviselői számára, hogy terjesszék a fiatalok körében a környezettudatos gondolatokat és lehetőségük nyíljon arról beszélni velük, hogy az

iskola és az oktatás milyen fontos szerepet játszhat a környezetgazdálkodás korszerű technikáinak és módszereinek kialakításában, majd hatékony alkalmazásában. Ez a szerep háromféle lehet: egyrészt, az ehhez tartozó tantárgy a jelenleginél jóval nagyobb figyelmet érdemel az oktatási folyamatban, másrészt az iskoláknak proaktívan kell megóvniuk a természeti erőforrásokat és így költséghatékonyabb helyzetet teremteni a helyi gazdasági gyakorlatokban, mint például a vízhasználat terén. Harmadrészt, az iskoláskorúak fontos szereplői lehetnek az előremutató környezetgazdálkodási megközelítések felnőtt korosztályok és települések körében történő elterjesztésében. A fogyasztásra és használatra szánt alternatív termékek környezet kímélésének összehasonlító módszere az úgynevezett „életútelemzés”. Nagyon fontos az egyes termékek életciklusának minden szakaszában (a szükséges alapanyagok előállítása, gyártási folyamata, szállítása, tárolása, felhasználási feltételei, hulladék szakasza) környezetbarát jellegének értékelése. Ennek az becslésnek átfogónak kell lennie, csak így biztosítható a megalapozott jogosultság. (Valkó, 2003)

Egyes önállóan értelmezett környezetirányítási eljárások, mint például a környezetvédelmi termék címkézési rendszer, a nemzetközi irányítási rendszerek, a vállalatok és az intézmények környezeti teljesítményének értékelése alapvetően szabványos követelménnyel rendelkeznek az elemzés szükségességéről és módszereiről. Fontos szerepet játszanak az iskolai oktatásban és a fogyasztók tájékoztatásában is a gyakorlatorientált példák, amelyek olyan termékekkel foglalkoznak melyek a napi rutin során előfordulhatnak (pl. pelenkák, zsebkendők, pólók, benzin, írószer, bútorok stb.) Az életút-elemzés célja a szemléltetés és motiváció. Szemléltetni a fogyasztónak, hogy az ő személyes döntéseivel vásárláskor mennyi természeti erőforrás felhasználásához járul hozzá és ösztönözni arra, hogy védje és csökkentse a környezeti hatásait. A kereskedelemnek is vannak sajátos eszközei a fenntartható fogyasztás ösztönzésére. A termékválaszték összeállítása és az azokhoz tartozó tájékoztatók megfelelő megtervezése során a kereskedők pozitívan hozzá tudnak járulni a környezetbarát fogyasztás és szemlélet terjesztéséhez. Ez a minimális elvárás a kereskedelemmel szemben, de a mai gyakorlatban a környezetbarát kereskedelemben erősebb megnyilvánulásokkal is találkozhatunk, mint például egy környezetbarát termékekre szakosodott üzlet vagy szállítószo­lgálat. Tekintettel a kereskedelem összekötő funkciójára, a gazdasági lánc ezen alapvető eleme a környezettudatos magatartás ösztönzése is felhasználható. Nemcsak a környezetbarát termékek előállítását tudja ösztönözni, hanem a környezetbarát termékek forgalmát is bővítheti. Ugyanakkor a piaci szereplők közötti kommunikáció eszközei fontos

tényezők a környezetbarát fogyasztási döntések elősegítésében is. A környezetpolitikai döntéshozók feladata kettős: egyrészt határozott fellépés a természeti környezetért, másrészt a médián és a gazdaságpolitikai eszközökön keresztül támogatni a környezetvédelmi aktivitásokat és azok szereplőit. (Nagy S. , 2018)

4.2.1 Kereslet a fenntartható rendezvények terén

A gazdasági vállalatok az 1970-es években felismerték a környezetvédelmi károkat, de ekkor még csak a feltétlenül szükséges mértékben próbálták betartani az erre vonatkozó törvényeket és rendelkezéseket, mert a környezetvédelmet versenyképességet csökkentő tényezőnek tartották. Ennek eredményeként több nagyobb cég a tevékenységét egy fejlődő országba helyezte át, ahol a környezetvédelmi előírások lazábbak voltak vagy egyáltalán nem léteztek. Az 1990-es évek fordulópontot hoztak ebben a kérdésben, mivel a fenntarthatóság és a környezetvédelem egyre fontosabb témává kezdett válni, beleértve az új publikált kutatások eredményeit. A környezetvédelemmel kapcsolatos fogyasztói és társadalmi felfogás az idők során elkezdett változni, ahogy egyre többen kezdték érzékelni a klímaváltozás és a környezetszennyezés negatív hatásait. Ahogy elkezdett terjedni a környezettudatos fogyasztói magatartás a vállalkozásoknak nem csak a törvényi előírások miatt, hanem a versenyképesség miatt is figyelembe kellett venniük a fenntarthatósági szempontokat. Sok vállalat nem változtatott üzleti gyakorlatán, csak éppen a marketingkommunikációval próbálják a fogyasztók körében azt a benyomást kelteni, hogy környezetbarát módon működnek. A vállalatokat és tevékenységeiket ökomarketing szempontból négy különböző szintre oszthatjuk.

- Az első szinten, a greenwashing jelenség található, amikor rendkívül keveset változott a cég szemlélete és csak a termék újra pozicionálásával próbálják zöldre festeni tevékenységüket.
- A második szinten lényeges változások történnek a zöld működtetésben, mert a cégek már úgy alakítják át termékeiket, hogy azok betartsák a környezetvédelmi előírásokat.
- A harmadik szint, amikor már a teljes vállalati kultúra környezetbaráttá válik és olyan intézkedéseket tesznek, ami az adott vállalkozás minden területére kihat.
- A negyedik és legfenntarthatóbb szint az, amikor egy teljesen új céget hoznak létre, mely csak környezetbarát termékeket gyárt.

Tapasztalataim szerint csak az ökomarketing harmadik szintjétől foglalkoznak a vállalkozások a rendezvényeik környezetbarát mivoltával. A rendezvények nagyon izgalmas eszközök a környezetvédelem fontosságának kifejezésére, mivel magával a szórakoztatással lehet formálni az emberek véleményét és szemléletmódját.

A vállalati szektor mellett az országok is fontos ügyfelei a rendezvényeknek. A legtöbb esetben az állam közbeszerzéssel dönti el, hogy melyik szolgáltatóval kíván együttműködni. Az Európai Unióban jelenleg érvényes egy zöld közbeszerzési irányelv, amely arra ösztönzi a tagállamokat, hogy a közbeszerzések legalább 50%-ánál környezetbarát szempontokat alkalmazzanak a döntéshozatali folyamatban. Magyarország még nem tett lépéseket a zöld közbeszerzést illetően, csak az uniós irányelvek kerültek át a magyar jogrendszerbe 2015 végére. A fenntarthatósági integráció szabályait leíró kormányrendelet a közbeszerzés tekintetében még kidolgozás alatt áll. Egy új kormányrendelet szerint az állami intézmények rendezvényeinek szervezése központosítottá és engedélykötelessé válik. 2019. január 1-től az egész évre érvényes rendezvényszervezési tervet kell kidolgoznia az érintett ügynökségeknek és ezeket kötelesek feltölteni a Központi Közbeszerzési Portálra. A hivatal jogkörébe tartozik a rendezvényszervezési igények elbírálása, és feltételeket is szabhatnak meg ahhoz, hogy egy adott rendezvény pozitív elbírálásban részesüljön. A közszféra erős vásárlóerővel rendelkezik, tehát az állam ösztönözheti a szolgáltatókat, illetve termék gyártókat, hogy kiemelten ügyeljenek a környezettudatos működésre. (Kemény, 2019)

4.2.2 A fenntartható megoldások keresletének és kínálatának változása a rendezvényszervezésben

Az EU Tanácsa 2022 márciusában elfogadta a nyolcadik környezetvédelmi cselekvési programot, amely arra hivatott, hogy igazságos és inkluzív módon felgyorsítsa a zöld átállást, annak érdekében, hogy 2050-ig meg lehessen valósítani azt a hosszú távú célkitűzést, amely szerint a jólétet bolygónk tűrőképességének határain belül kell biztosítanunk. (Az EU Tanácsa Sajtóközlemény, 2022)

Valamennyi gazdasági szereplő felelőssége, hogy részt vegyen az éghajlatváltozás és a környezetszennyezés leküzdésére irányuló erőfeszítésben. Egy rendezvény levezetése sok erőforrást igényel, a legtöbb nagyon megterhelő környezetvédelmi szempontból. Milliók vesznek részt a különböző rendezvényeken minden évben és köztudott, hogy ha utaznak vagy

jól érzik magukat sokkal több forrást használnak fel, mint mindennapi életük során. A tudósok már régóta hangoztatják, hogy gyökeres változtatásokat kell eszközölnünk annak érdekében, hogy élhető legyen a bolygó az emberiség következő nemzedékei számára is.

- Mit tehet az rendezvényszervező szakma a környezeti lábnyom csökkentése érdekében?
- Milyen óvatosak a szponzorok annak biztosítása érdekében, hogy az általuk támogatott rendezvények ne gyakoroljanak kedvezőtlen hatást környezetre?
- Mitől lesz fenntartható egy rendezvény?
- Elegendő odafigyelni rá, vagy ez a költségek jelentős növekedéséhez is vezethet?

A kreatív és környezetbarát megoldások egyre nagyobb teret kapnak a negatív következményekkel járó események csökkentésére. A 2019-es londoni maratonon például biológiailag lebomló, ehető gömb algákból osztottak ki a futóknak vizet, a korábban használt műanyag palackok helyett. Ez az újonnan megjelent ajánlat ösztönzően hatott a keresletre, ezáltal nagy változást hozhat, ha ezt a gyakorlatot más sportesemények is átveszik.

Globális nagyságrendben az 1 évre elegendő erőforrásainkat egyre rövidebb idő alatt használjuk fel. A Föld túlfogyasztásának napja 2022-ben július 29-re esett. Ez azt jelenti, hogy kevesebb mint 7 hónap alatt használtuk fel a 12 hónapra elegendő erőforrásokat. Az 1970-es években ezt a limitet csak december 23-án értük el. Jelenlegi fogyasztásunk alapján 1,7 Földre lenne szükségünk ahhoz, hogy kielégítsük a jelenlegi túlfogyasztó igényeket. A nagy mennyiségű fogyasztás mellett a rendezvényeken résztvevők száma sem jelentéktelen. Amennyiben Magyarország szemszögéből nézzük, évente több millióan keresnek fel valamiféle eseményt. Ezen adatok ismeretében elengedhetetlen, hogy a rendezvényszervező szakma is elkezdjen fenntarthatóbb módon manifesztálódni, és változásokat végrehajtani. (Kemény, 2019)

4.3 Forradalom a környezet újjáélesztéséért

Az IMEX csoportnak a küldetése: egyesíteni és előre mozdítani a rendezvények iparágát. Mindent megtesznek az oktatás, az innováció és a segítségnyújtás érdekében az vállalati rendezvények esetében, hogy hatékony kapcsolatokat létesítsen a megfelelő emberekkel. Az IMEX csoportja ezt a küldetést szolgálja és két piacvezető kiállítást hoz létre minden évben. Tavasszal Frankfurtban, majd ősszel Las Vegasban. Ez az első projekt a “#Natureworks”

kutatási sorozatban. A projekt feltárja és állítja, hogy a globális találkozók és rendezvények iparának használnia kell a világjárvány után újra gondolt helyreállító megoldásokat és modelleket. Ezzel helyreállíthatjuk és megfiatalíthatjuk a bolygót. Ez a módszer sokkal eredményesebbnek bizonyulhat, mint fenntartani azokat a modelleket, amelyek már nem működnek. Ez a kulturális és rendszerszintű átalakulás paradigmaváltást igényel értékek és üzleti modellek terén. Az iparág így fejlődhet és alakulhat át ezáltal új kulturális, gazdasági, a természetet értékelő rendszer jöhet létre. Megszűnhet az az attitűd, hogy természetesnek vesszük a környezetünk kizsákmányolását és felismerhetjük, hogy jóval inkább mi függünk a természettől, mint a természet tőlünk. Ezt a váltás lehetővé teszi az ellenálló képesség növelését az éghajlatváltozás további kockázatai, a biodiverzitás összeomlása és a társadalmi nyugtalanság terén. (Bigwood, 2020)

4.3.1 A „változás menedzselése”

Itt, a Földön vitathatatlanul mi vagyunk a legintelligensebbek, mégis elpusztítjuk az egyetlen otthonunkat, ami jelenlegi ismereteink szerint létezik. A globális találkozók és rendezvények iparága fontos szerepet játszik a változásokban. A rendezvényszervezés iparága tele van emberekkel, akik törődnek egymással és azzal, hogy a rendezvények emlékezetes találkozási élmények lehessenek, értékes és innovatív módon is. A vezetők szerint a változás mindenki számára elérhető és kezdődhet akár néhány apró változtatással a viselkedésünkben, ami elindíthatja bennünk a folyamatot a környezettudatos életmód felé, de mindeneke előtt a gondolkodásunkat kell megváltoztatnunk. Az egészséges életmód rendszere virágzó és sikeres. A jelen egy példa nélküli időszak az iparág változásában. Az IMEX csoportja létrehozott egy tanulmányt, amely arra összpontosít, hogyan tudja az ágazat betartani a fenntarthatósághoz elengedhetetlen gyakorlati módszereket. A Marriott szállodalánc kidolgozott egy gazdasági stratégiát arra, hogy hogyan segítse a szállodák hulladék csökkentését és az újrahasznosítást környezetbarát, mégis költséghatékony módon. (Bigwood, 2020)

A légit forgalom hozzávetőlegesen 2,4%-át teszi ki a Föld összes szén-dioxid-kibocsátásának, ami az elmúlt 5 évben csaknem 32%-kal nőtt. Egészen 2019-ig a SARS-CoV-19 pandémia kitöréséig a repülés volt messze a legjelentősebb környezeti probléma, majd légit forgalom összeomlott és az embereknek személyes találkozók helyett, online kellett lebonyolítani azokat. A világjárvány nem csak azt mutatta meg, hogy valójában mennyit is használjuk a légi

közlekedést, hanem azt is, hogy mennyire pazaroljuk az erőforrásokat. A pandémia egyik hozadéka az a felismerés, hogy a találkozók és számos esemény online keretek között is lebonyolítható. (Peredy, 2022)

Ezen beszámoló ötleteket, elveket és sikertörténeteket foglal magában a rendezvényekből és más iparágakból. A célja, hogy cselekvésre ösztönzi az embereket. A kutatás inspirációra és ötletre támaszkodik a természet ihlette tervezés birodalmából és a körkörös gazdaság alapelveiből. Ez a nézőpont inspirálta a regeneratív rendezvénytervezés és -menedzsment kísérlet rendszerelméletét, melyet Hannuwanak neveztek el. A regeneratív események a minőségre, hatékonyságra, valamint a harmóniára helyezik a hangsúlyt. Természetes energiák felhasználására és megőrzésére törekednek, igyekeznek az eszközök és anyagok újra felhasználására és javítására a méltányos fejlődés érdekében. Emellett regeneráló és a természeti rendszerek és közösségek megfiatalítására is figyelmet fordítanak. A Hannuwa kezdeti tervezete négy kulcsfontosságú elvből állt és egy nyolclépcsős módszertani folyamatból, amely inspirációra, nevelésre és útmutatásra szolgál. Az eredmény egy olyan megközelítés, ahol az esemény tervezés, erőforrás beszerzés és a gyártás az ökoszisztéma optimalizálására alkalmas megoldásokkal van megtervezve és kivitelezve. (Bigwood, 2020)

A kutatás fő célja, hogy fontos kérdéseket tegyenek fel és válaszoljanak meg a rendezvények iparágával kapcsolatban.

- Hogyan tudjuk lebontani az akadályokat, új üzleti modelleket feltalálni és rugalmasan együttműködni cégekkel a közösség és a környezetünk érdekében?
- Hogyan tudunk együtt létrehozni egy olyan virágzó iparágat, amely globálisan foglalkozik az olyan kihívásokkal, mint például a műanyagszennyezés, a klímaváltozás és egyben képes munkahelyeket teremteni, valamint jövedelmet és hasznot generálni?
- Hogyan tudjuk bővíteni innováció szinten a fenntarthatóság felgyorsítása érdekében a termék- és szolgáltatás tervezés, új anyagok és technológiák kialakítását, illetve fejleszteni azokat a szakembereket, akik meg tudják valósítani ezt az átmenetet?

A tudósok arra figyelmeztetnek, hogy kevesebb mint 10 évünk maradt arra, hogy visszafordítsuk a folyamatot, amely az emberiség kihalása és a bolygó pusztulása felé vezet. Napjainkban a legtöbb vállalkozás és a rendezvények iparága a túlélésre összpontosít és a fenntarthatóság nem tűnik prioritásnak, azonban megvannak azok a technológiák és megoldások, amelyeket fel lehet használni a rendezvényipar újraindításához és a vállalkozások újjáépítéséhez, azon cégek számára, amelyek hozzájárulnak az ENSZ fenntartható fejlődési

céljaihoz. Ez az elvrendszer keretbe foglalja és lehetővé teszi az erősebb vezetést és meghívóként szolgál a globális találkozók és rendezvények világába, mindemellett tudatosságra és cselekvésre szólít fel. (Nagy, 2023)

A COVID-19 megmutatta, hogy a jólét alapjai milyen bizonytalanok. A járvány kiemelte, mind a negatív, mind a pozitív hatásait a rendezvények iparágának, mely nem bizonyult sem elég rugalmasnak, sem fenntarthatónak a krízis helyzet során. A változó világ az iparág átalakítására kényszerít, mely ezt követően hozzájárulhat a társadalmi és gazdasági ökoszisztémához, melytől mi is függünk. Ebben a helyzetben egy rossz stratégia, ha megjavítjuk azt, ami már elromlott, sokkal jobb újratervezni az új regeneratív és természet alapú megoldásokat, amelyeket majd alkalmazni tudunk. A 2019-es év fordulópontra volt a fenntarthatóság számára. Több mint 1737 város és 30 ország kormánya klímavészhelyzetet hirdetett ki a szén-dioxid-kibocsátásra vonatkozó kötelezettségvállalások miatt. A globális rendezvény iparág pozitívan reagált, és megnövekedett a kötelezettségvállalások száma. Igényeket, új kezdeményezéseket és szakembereket szerveztek be a szektorba. Az erre irányuló iparági felmérés kutatásban több mint 1500 rendezvényszervező és beszállító vett részt. Az eredmények kimutatták, hogy a válaszadók 90%-a egyetértett abban, hogy a rendezvényipar számára fontos egyre nagyobb hangsúlyt fektetni a fenntarthatóságra. Felmerülhet a kérdés, hogy ez elegendő-e? A COVID-19 utáni biztonság és gazdasági fellendülés fókuszba helyezése már most nagy kihívást jelent az iparág fejlődésében. A nehézségek ellenére nem szabad a világméretű járványt szem elől téveszteni. A 2020-as év rekordokat döntött a globális felmelegedés terén. A sarkvidéki hőmérséklet lehetetlenné teszi, hogy a jégsapkák megmaradhassanak és példátlan erdőtüzek tomboltak Észak-Amerikában, Ausztráliában, az Amazonas vidékén és Szibériában. A jégsapkák hatalmas sebességgel olvadnak, emelkedik a tengerszint, egyre nagyobb számban történnek szélsőséges időjárási események és a magas szintű klímaváltozás normálissá válik. Ez nem csak a rendezvényeknek nem tesz jót, szintén veszélyeztetik a mezőgazdasági ipart, az infrastruktúrát, közlekedési zavarokat okoznak és nélkülözniük kell majd az alapvető szolgáltatásokat, amelyekről a szektor függ. (Árva és Várhelyi, 2020)

A “#Natureworks” kutatási sorozat mozgalmának elképzelt jövőképe 2030-ra a regeneratív gazdasági rendszer. Tiszta, bőséges és szinte szabad természet, a levegő egyre tisztább, mivel a járművek átállnak a minimális károsanyag-kibocsátású motorok használatára és a torlódások csökkennek, ahogyan a tömegközlekedés népszerűsége növekszik. Több ember sétával és kerékpárral közelíti meg a rendezvényeket és a munkahelyét, fellendül a helyi vállalkozásokkal való interakció a közösségekben. A felszolgált ételek helyi termelésűek és nem tartalmaznak az

egészségre káros mérgező vegyi anyagokat. A természet inspirálja az innovációt. A hulladékot minimalizálják és a cégek a kör alapú üzleti modellt használják a terveikhez. Az anyagokat újra felhasználják, bérlik, megosztják és életciklusuk végén komposztálják vagy újrahasznosítják. Az eldobható, egyszer használatos műanyagok elavulnak és már nem használják őket. A globális rendezvényipar teljes mértékben felkarolja az ENSZ fenntartható fejlődési céljait és alapértékeit. A rendezvények nem csak az adott helyszíneken zajlanak, hanem már úgy tervezik őket, hogy hozzájáruljanak az adott terület virágzásához és a desztináció közösségének és életminőségének javításához. A cégek céltudatosak a globális és helyi komplex problémák kezelésében és megvan hozzá a szükséges tudásuk is. A bolygó védelme, helyreállítása és fejlesztése új ismereteket, készségeket és munkahelyeket teremt. A létrejött élmények inkluzívak és hozzáférhetőek. A megosztott erőforrásokban a gazdaság is részesül. Az egész rendszer él és virágzik a tevékenységek regeneratív jellege miatt. (Bigwood, 2020)

4.3.2 Innováció a fenntarthatóság jegyében, micélium alapú termékek

Tradicionalisan a csomagolóanyagok szerves polimerekből, általában polisztirolból készülnek. Ezen anyagok nélkülözhetetlenek audio-vizuális berendezések csomagolásához, standok, fülkék és italkonténerek ponyváihoz. Azon mennyiségű polisztirol (EPS/hungarocell) helyett, amit a rendezvény szektor a szállításra, poharak és tányérok valamint táblák és berendezések védelmére használ, egy gazdaságos alternatíva a természetes micélium alapú anyagok felhasználása. A hungarocellnek legalább 500 év a lebomlási ideje és amint ez megtörténik, a természetben kioldja magából a mérgező anyagokat, amelyek igazoltan rákkeltő hatásúak. Évente 8 millió tonna műanyag kerül bele az óceánokba. A létező alternatívák közül a micélium biokompozit teljes mértékben képes helyettesíteni az eddig használt hagyományos műanyag kompozit alapú csomagolóanyagokat. A biokompozithoz a gombával beágyazott kukoricahéjat és kendert kevesebb, mint hét nap alatt fonják körbe a gombafonalak, amely ezután bármilyen formára alakíthatók. A termék alkalmazhatósága és az ára is versenyképes. Felhasználhatóak például élelmiszer-csomagolásra, textíliákhoz, kozmetikai szivacsokhoz és gyógypapucsokhoz. A termék életciklusának végén az anyag teljesen komposztálható. (Jones és mtsai., 2017)

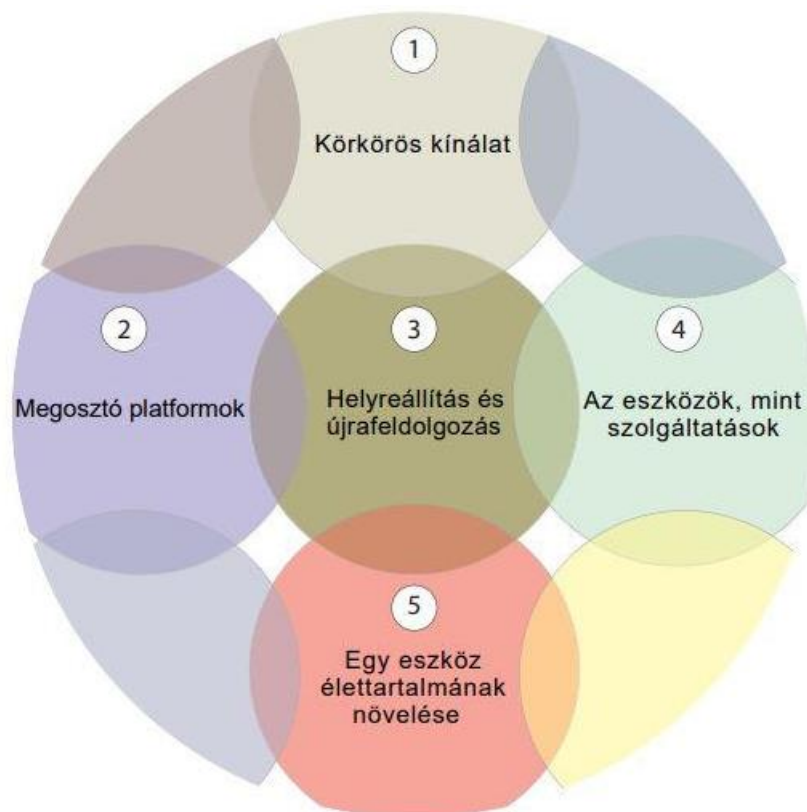
4.3.3 A rendezvények tőke építése

A négy integritás üzleti modell alapelvei a tervezésre és a rendezvények műveleteire vonatkoznak. Céltudatosabbá válnak a régi lineáris rendszerek, mivel az emberek gondolkodása is felgyorsult ebben a rohanó világban. A rendszertervezés az életre épülő befogadó és regeneráló gyakorlatokra épül. A régi helyett új látásmódot kell alkalmazni, miszerint a szolgáltató és a célközönség számára is fontos az őket ellátó erőforrások megóvása. A rendezvények be kell vezessék az „ökoszisztéma szolgáltatások” biztosítását és ezáltal fokozott értékű szolgáltatásokat fognak tudni nyújtani. A megfelelő stratégiák tervezése célirányosabb eseményeket és rengeteg társadalmi értéket generálhatnak a résztvevők és a közösség számára. A szándék az, hogy jó és szisztematikus tervezést biztosítsanak, komolyan érdekelt felek bevonásával és hatásmérések jelentésével szemléltessék ezen gondolkodásmód alapján rendezett rendezvények tőke építési potenciáljának nagyságát. A négy integritás üzleti modell nem más, mint:

- Természeti tőke: ökoszisztémák regenerálása, helyreállítása és védelme a szolgáltatásokban.
- Humán tőke: munkahelyteremtés, az alkalmazottak szükségleteinek kielégítése, az emberek egészségének javítása, új kapcsolatok teremtése, a készségek és a motiváció növelése.
- Társadalmi tőke: innováció ösztönzése, az együttműködés fejlődése, vállalkozások, szakszervezetek, iskolák és önkéntes szervezetek.
- Pénzügyi tőke: jövedelem termelés, részvények létrehozása, versenyképesség, az üzlet rugalmasságának kialakítása. (Bigwood, 2020)

4.3.4 Kör alapú üzleti modell

Az 1. ábrán látható az öt általános alapelv különböző üzleti modellekről, amelyeket a rendezvényszektor képes külön-külön vagy kombináltan javítani.



1. ábra Kör alapú üzleti modell

: Bigwood, 2020, old.: 42

A kör felépítéséhez és a regeneratív gazdasági modell innovatív üzleti stratégiák meghatározásához át kell helyezni a fókuszot a természet irányába, hogy a munkánk, a fogyasztásunk és a teljesítményünk ne irányuljon a természet ellen. Az alábbiakban bemutatom az öt alapelvet:

1. Körkörös kínálat: A hagyományos anyagbevétel helyett bioalapú, megújuló vagy visszanyert anyagok, például zsinórok, újrahasznosított PET palackok vagy bambusz használata.
2. Megosztó platformok: Együttműködések létrejötte eszközök megosztására több rendezvényszervező között, azaz AV berendezések megosztása több fesztivál szervezői között.

3. Helyreállítás és újrafeldolgozás: A rendezvények hulladékainak újrahasznosítása, például az élelmiszer-hulladékot biogázon keresztül villamos energiává lehet alakítani.
4. Az eszközök, mint szolgáltatások: A rendezvényekre szükséges eszközök lízingje vagy bérlete vásárlás helyett.
5. Egy eszköz élettartamának növelése: Az eszközök javítása, felújítása és újbóli felhasználása. (Bigwood, 2020)

Ugyanezen modell alkotója foglalta keretrendszerbe az 2. ábrán összegzett rendezvények tervezését és szervezését.



2. ábra Rendezvények tervezése és szervezése

, forrás: Bigwood, 2020, old.: 52

5 Saját vizsgálat

A kutatásom során igényfelmérést és közvélemény kutatást végeztem a környezetbarát rendezvények területén, valamint ezen típusú rendezvények megoldásaira kerestem válaszokat. A kutatásom időtartalma 2023- márciusától májusáig tartott. Ezen időszak alatt vettem fel a kapcsolatot az interjúalanyaimmal és készítettem el a kérdőívemet a Google Forms segítségével. A kérdőívemet az ismerőseimmel és különböző egyetemi csoportokkal osztottam meg az interneten, hogy minél szélesebb skálán érhessek el potenciális válaszadókat.

5.1 Kutatási célok, a vizsgálat hipotéziseinek bemutatása

A kérdőívemet a környezetbarát rendezvények iránti igény felmérése céljából készítettem, hogy meghatározhassam milyen szintű az emberek érdeklődése a témában. Kutatásom célja volt, hogy szemléltethessem másokkal, hogy a rendezvényeknek és a turisztikai termékeknek nem kell feltétlenül környezetszennyezőnek lenniük. Számos megoldás létezik arra, hogy élmény hanyatlás-, illetve számottevő költség növekedés nélkül is környezetbarát módon tudjunk megrendezni különböző, akár nagyszabású eseményeket is. Fontosnak tartom, hogy beépüljön a köztudatba az a tény, hogy környezetbarátnak lenni nem drága és nem is bonyolult, ellenben rendkívül hasznos és sok esetben még szórakoztatóbb is.

A vizsgálat hipotézisei a következők:

H1: Több időt vesz igénybe a környezetbarát rendezvények megszervezése, mert plusz odafigyelést igényelnek azon módszerek, amelyekkel ezt meg lehet valósítani.

H2: Mindig van olyan eleme egy rendezvénynek, amit nem lehet környezetbarát módon megoldani, nincs hulladékmentes alternatívája.

H3: A közvélemény nem elég elfogadó a hulladékmentes rendezvények koncepciójával.

H4: Jóval drágábbak a környezetbarát megoldások, mint a nem fenntartható társaik.

5.2 A vizsgálati minta bemutatása

A kérdőívet 67 személy töltötte ki, nők és férfiak egyaránt. Korosztályt illetően, többségében a 20-35 év közöttiek voltak, de akadtak 19 alatti és 51 év feletti személyek is. A kérdőívben még rákérdeztem egyéb személyes jellegű adatokra is, mint például családi állapot, lakóhely és végzettség. A kérdőív kapcsán kiemelt figyelmet fordítottam a környezetbarát életvitel témakörére. Mennyire fontos a válaszadó számára a fenntarthatóság, ez meglátszik-e a vásárlási szokásaiban és a szabadidejének tudatos eltöltésében, illetve arra voltam kíváncsi, mi alapján dönt a látogató/vásárló, hogy melyik lehetőséget választja.

Az első kérdés arra vonatkozott, hogy mennyire fontos a kitöltő számára a fenntarthatóság. Kulcsfontosságú szempontként találtam megállapítani, hogy a megkérdezettek túlnyomó többsége tájékozott a témában és igyekszik az életvitele részévé tenni azt, hiszen a tájékozottság az egyik legalapvetőbb szempont a tudatos életvitel területén. A második kérdésnél pedig kitértem konkrétan a környezettudatos marketing hasznosságára, mint vásárlói szempont. Soron következő kérdés a fenntarthatóság anyagi vonzatára tért ki, amelyet a későbbiekben az interjúalanyaimmal is tüzetesen megvizsgálunk. Végül, a kérdőív zárásaként feltettem néhány kérdést magával a környezettudatos rendezvényigénnyel kapcsolatban. Ezt azért tartottam lényegesnek, mert fontos, hogy az emberek tisztában legyenek azzal, hogy a szórakozási szokásaikkal is vásárlói szavazatot adnak le egy adott minősítésű esemény mellett. Kíváncsi voltam, hogy a kitöltők hány százaléka tartja szem előtt azon események hulladékkezelését, amelyen részt vesznek, fogyasztanak.

5.3 A vizsgálati módszerek bemutatása

A dolgozatom kutatási részében egy komplex felmérést végeztem, ezért elengedhetlenné vált a vizsgálatok során kvalitatív és a kvantitatív kutatási módszer alkalmazása is, amit a következőkben fogok ismertetni.

A kvantitatív kutatásra egy online kérdőíves megkérdezést választottam. A választásomat az indokolja, hogy ezt a fajta módszert egyszerű használni a válaszadóknak, és a kiértékelés során számomra is könnyebb lesz egy összesített eredményt vizsgálni.

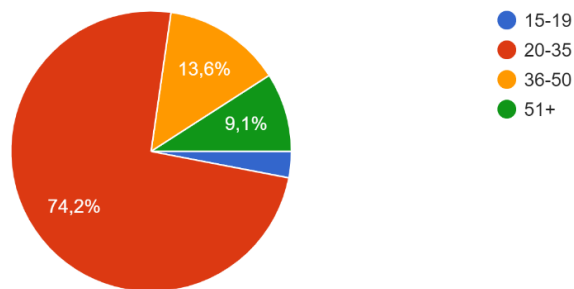
A komplex kutatás elvégzéséhez az online kérdőíves megkérdezés után mélyinterjúkat készítettem két, a témában releváns személlyel. A kvalitatív vizsgálat során az interjú alanyokat a környezetbarát rendezvényekről kérdeztem. A mélyinterjú kérdéseit arra a vonalra építettem, hogy megismerjem az alanyok jártasságát az általuk képviselt témákban, feltárjak olyan részleteket a válaszaik alapján, amire az online kérdőív nem adott választ. A fő kérdéskörök természetesen a fogyasztói szokások megértésére összpontosultak. A kérdések megfogalmazása során arra törekedtem, hogy röviden és lényegre törően kérdezzek, hogy az alany maga mesélje el, hogy mit és hogyan gondol. A megfogalmazott kutatási kérdések a két interjúban ugyan arra a vázra épültek, ám mivel két teljesen más szemszögből lesz vizsgálva, a feltett kérdések ebből adódóan helyenként különböznek. Elsőként a fenntarthatóság egyik magyarországi nagykövetét, Antal Évát (Vászonzsákoslányt) kerestem fel a kérdéseimmel egy telefonos mélyinterjú alkalmával, aki ökotartalom-készítő a social médiában. Ő mesélt nekem a saját esküvőjéről, amelyet önmaga szervezett fenntartható módon magánszemélyként. Majd a második telefonos mélyinterjúmat Körmeny Pankával, a HighVibes Kft. rendezvényszervezőjével készítettem. A HighVibes Kft. egy hulladékmentes rendezvényszervező ügynökség Budapesten. A két interjú arra szolgál, hogy különböző szempontok szerint összehasonlíthassam az egyéni és a céges környezetbarát rendezvényszervezést. Valamint bemutatok egy esküvőhelyszínt is a Le Til kúriát, amely Szabolcs-Szatmár-Bereg megye szívében található, Biri településen. Ez a helyszín egy külön esküvői ajánlattal készül a hozzájuk forduló környezettudatos jegyespárok számára.

6 Az eredmények bemutatása

6.1.1 Kérdőív a környezetbarát rendezvények iránti igény felmérésről

Az űrlapot 67 személy töltötte ki. A minta 56,7 %-a volt nő és 41,8 %-a volt férfi, valamint akadt egy „egyéb” nemű kitöltő is. A kitöltők alig 3 %-a volt 15-19 év közötti. 20-35 év közötti korosztály 74,2 %-os arányban képviseltette magát, ami nem meglepő, hiszen ebben a korosztályban talán a legdivatosabb a téma. A 36-50 év közötti korosztály 13,6 %-kal, az 51 év feletti korcsoport 5,1 %-kal reprezentálta magát.

Életkora?
66 válasz

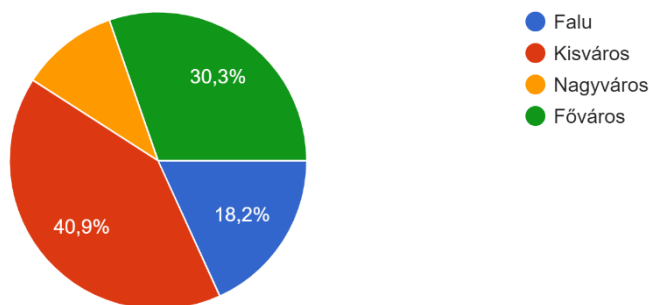


3. ábra A kérdőív kitöltők életkor szerinti megoszlása (Saját_kutatás, 2023)

A kitöltők 30,3 %-a fővárosi, 10,6%-a nagyvárosi, 40,9 %-a kisvárosi és 18,2 %-a falusi lakos volt.

Lakóhelyének jellege

66 válasz

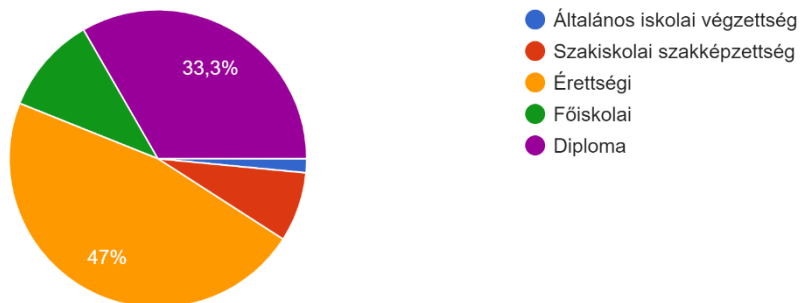


4. ábra A kérdőív kitöltők lakóhely szerinti megoszlása (Saját_kutatás, 2023)

A kitöltők legmagasabb iskolai végzettsége 47%-ban középiskolai érettségi bizonyítvány, 33%-ban egyetemi diploma, 10,6%-ban főiskolai oklevél, 7,6%-ban szakiskolai szakképzettség, valamint 1,5%-ban általános iskolai bizonyítvány volt.

Legmagasabb iskolai végzettsége

66 válasz

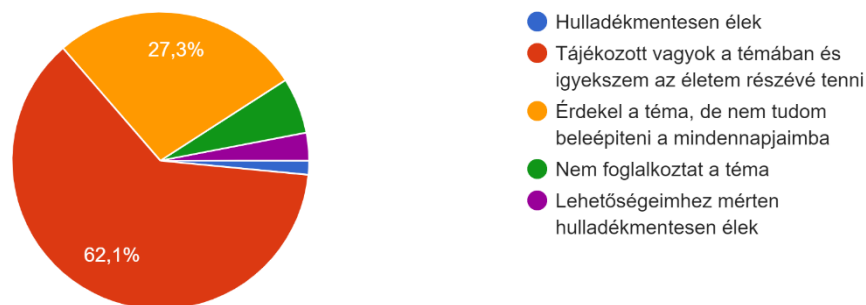


5. ábra A kérdőív kitöltők iskolai végzettség szerinti megoszlása (Saját_kutatás, 2023)

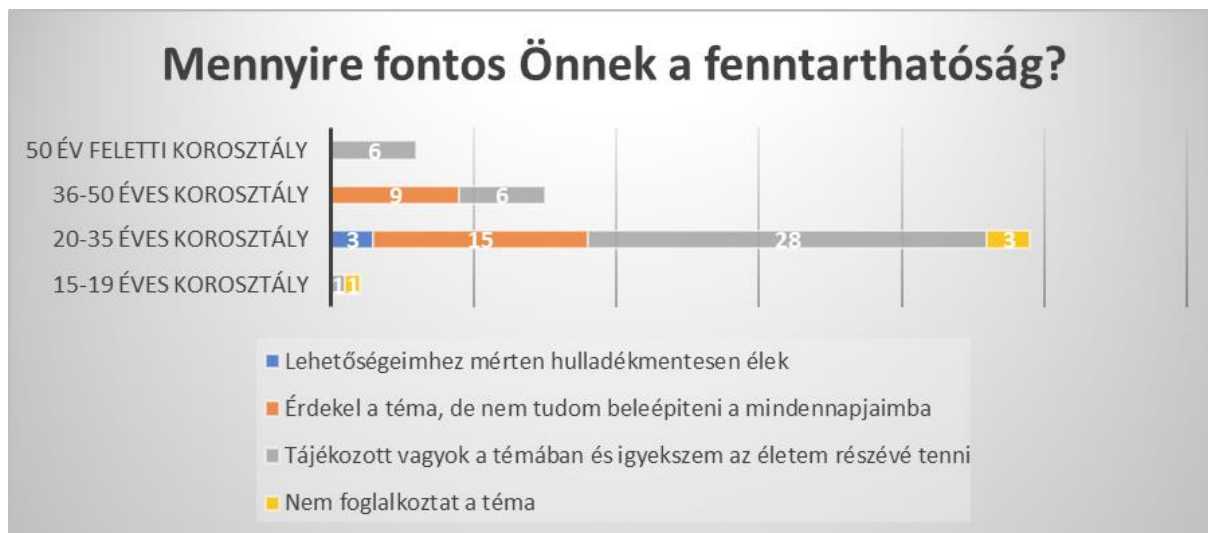
A kitöltőket a kérdéssor elején arról kérdeztem meg, hogy mennyire fontos számukra a fenntarthatóság. A válaszadók 6,1%-át nem foglalkoztatja semmilyen formában ez a téma és csupán 4,5%-a él hulladékmentesen, vagy a lehetőségeihez mérten hulladékmentesen. A megkérdezettek nagy többsége tájékozott a témában és igyekszik a fenntarthatóságot az élete részévé tenni. A további 27%-ot érdekli a téma, de nem tudja életvitelszerűen beépíteni a mindennapjaiba. Ezen kérdés válaszadóit megvizsgáltam életkor, iskolai végzettség és lakóhely szerint is.

Mennyire fontos Önnek a fenntarthatóság?

66 válasz

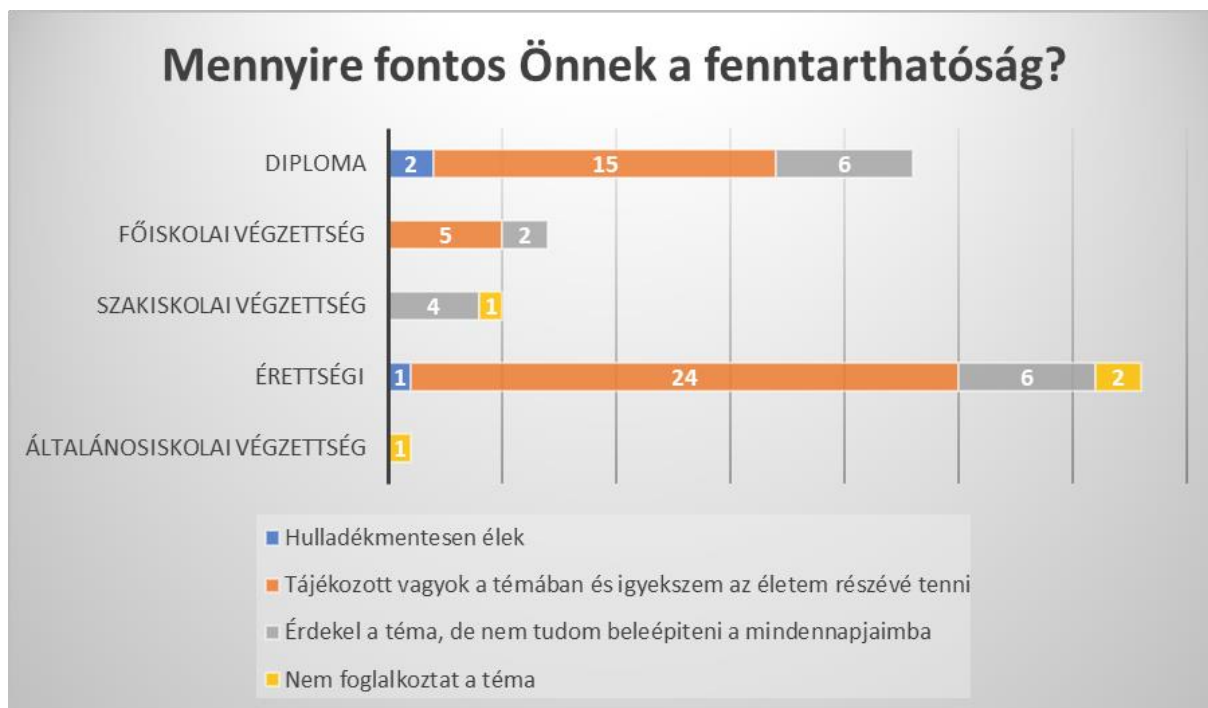


6. ábra Mennyire fontos önnek a fenntarthatóság? (Saját_kutatás, 2023)



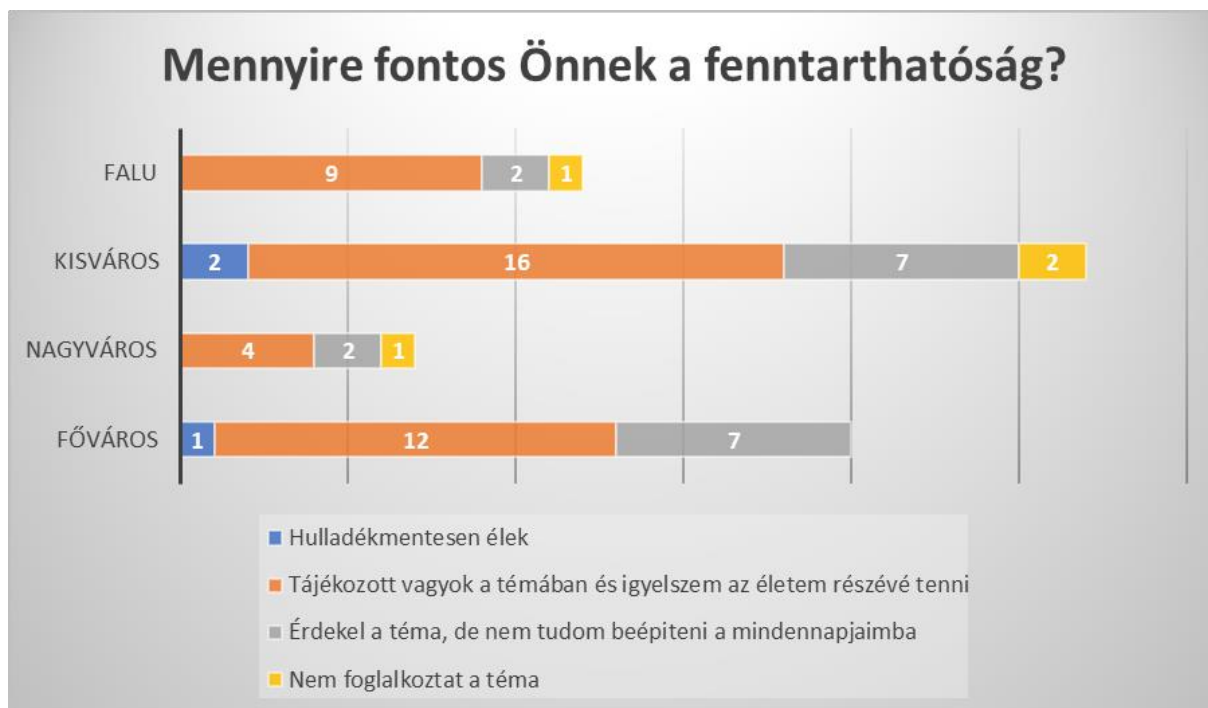
7. ábra A fenntarthatóság fontossága korosztály szerint (Saját_kutatás, 2023)

A 7. ábrán is jól látható, hogy csak a fiatalabb korosztályokban volt fellelhető olyan válaszadó, akit nem foglalkoztat a fenntarthatóság témája, ellenben egyedül a 20-35 éves korosztályból kerültek ki, bár igen csekély számmal olyanok, akik a lehetőségeikhez mérten hulladékmentesen élnek. A 36-50 éves korosztályban arányaiban jóval magasabb azon kitöltők száma, akik érdeklődnek a témával kapcsolatban, de nem tudják beépíteni a mindennapjaikba. Az 50 év feletti korosztály minden megkérdezettje a “Tájékozott vagyok a témában és igyekszem az életem részévé tenni” opciót választotta. Összességében ezen eredmények arra engednek következtetni, hogy a fiatalabb korosztályoknak lehetőséget kellene biztosítani az iskolákban és szabadidős tevékenységeikben, hogy edukálódjanak a fenntarthatóság fontosságával kapcsolatban.



8. ábra A fenntarthatóság fontossága iskolai végzettség szerint (Saját kutatás, 2023)

A 8. ábra diagramján arra enged következtetni, hogy az általános iskolák és a középiskolák tananyagát érdemes lenne környezettudatos elemekkel bővíteni, melyek rávezetnék őket a környezettudatos életmódra. Ellenben az is megfigyelhető, hogy az érettségi bizonyítvánnyal rendelkezők 72,7%-a tájékozott a fenntarthatóság témájába, illetve igyekszik az élete részévé tenni, sőt bár csekély de fontos 3%-uk hulladékmentesen él. A főiskolai végzettséggel és diplomával rendelkező kitöltők hasonlóan tájékozottak és érdeklődőek a témával kapcsolatban, valamint a diplomások 8,7%-a hulladékmentesen él.



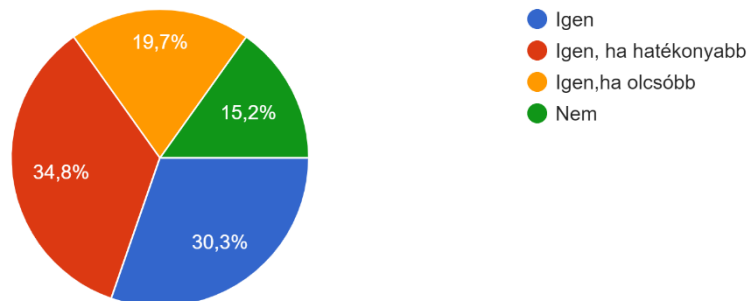
9. ábra A fenntarthatóság fontossága lakóhely szerint (Saját kutatás, 2023)

Bár a 9.ábra alapján messzemenő következtetéseket levonni nem lehet, de arra enged következtetni, hogy a fővárosban élők a leginkább fogékonyak a környezetszennyezés káros hatásaival szemben, az itt élő kitöltők mind érdeklődnek valamilyen szinten a fenntarthatóság témája iránt. Az összes település jellegnél közel hasonló arányban vannak jelen azon kitöltők, akik bár érdeklődnek a fenntarthatóság iránt, de nem tudják beépíteni a mindennapjaikba. Ez származhat például azon problémákból, hogy lakóhelyünk környékén nincs szelektív szemét gyűjtésére alkalmas hely, vagy nem elég nagy számban, esetleg nincs lehetőségük csomagolásmentes boltban vásárolni, esetleg azok olyan kis számban léteznek a településen, hogy az áruk nem felel meg az árérzékeny lakosok számára. Fontos lenne a különböző településeken ezen lehetőségeket fejleszteni, hogy a lakosok könnyebben beleépíthessék a környezettudatosságot a mindennapjaikba, hiszen igény az lenne rá.

Arról is megkérdeztem a kitöltőket, hogy előnyben részesítik-e azon termékeket/szolgáltatásokat, amelyek marketingje a környezettudatosságot hirdeti. A megkérdezettek 30,3 %-a válaszolt igennek és csak 15,2%-a határozott nemmel.

Előnyben részesíti azon termékeket/szolgáltatásokat amelyek marketingje a környezettudatosságot hirdeti?

66 válasz



10. ábra Előnyben részesíti azon termékeket/szolgáltatásokat amelyek marketingje a környezettudatosságot hirdeti? (Saját kutatás, 2023)

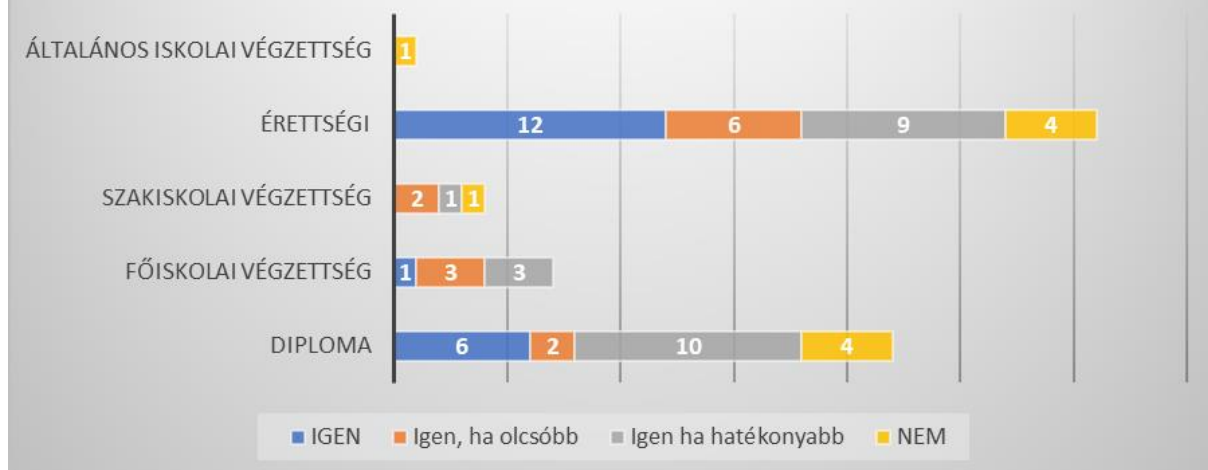
Ezen válaszadókat szintén lebontottam korcsoport, iskolai végzettség és lakóhely szerint is a pontosabb elemzés érdekében. A kitöltők döntő többsége a hatékonyságot és 19,7%-a az anyagi vonzatot tartja prioritásnak a vásárlói szavazatának leadása során.



11. ábra Környezettudatos marketing előnyben részesítése korosztály szerint (Saját kutatás, 2023)

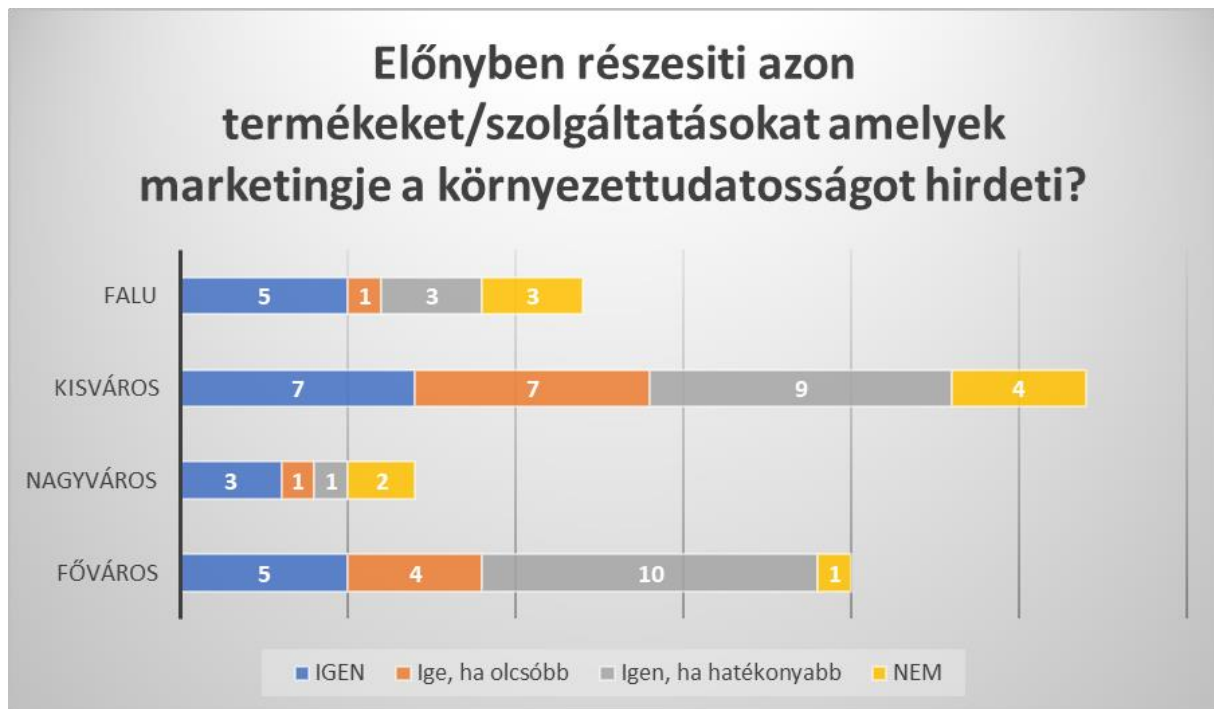
A 11. ábra jól szemlélteti, hogy csak a 19 év fölötti korosztályok válaszoltak határozott igennel. Valamint az is látható, hogy szinte megegyező minden korosztályban a hatékonyságra és az alacsony árra való igény.

Előnyben részesíti azon termékeket/szolgáltatásokat amelyek marketingje a környezettudatosságot hirdeti?



12. ábra Környezettudatos marketing előnyben részesítése iskolai végzettség szerint (Saját kutatás, 2023)

A 12-es ábra diagramján megfigyelhető, hogy leginkább az érettségivel és diplomával rendelkező kitöltők részesítik előnyben azon termékeket és szolgáltatásokat, amelyek marketingjében megmutatkozik a környezettudatosság. Egyedül a főiskolai végzettséggel rendelkezők közül nem került ki nemmel válaszoló és a szakiskolai végzettségű kitöltők bizonyultak a legárérzékenyebbek. Az eredmények azt mutatják, hogy fontos lenne ezen termékek és szolgáltatások marketingben megjeleníteni a környezettudatosság mellett a hatékonyságot és a minőséget is valamint szintén fontos lenne felvenni a versenyt a hasonló, nem környezettudatos termékek ár-érték arányával.

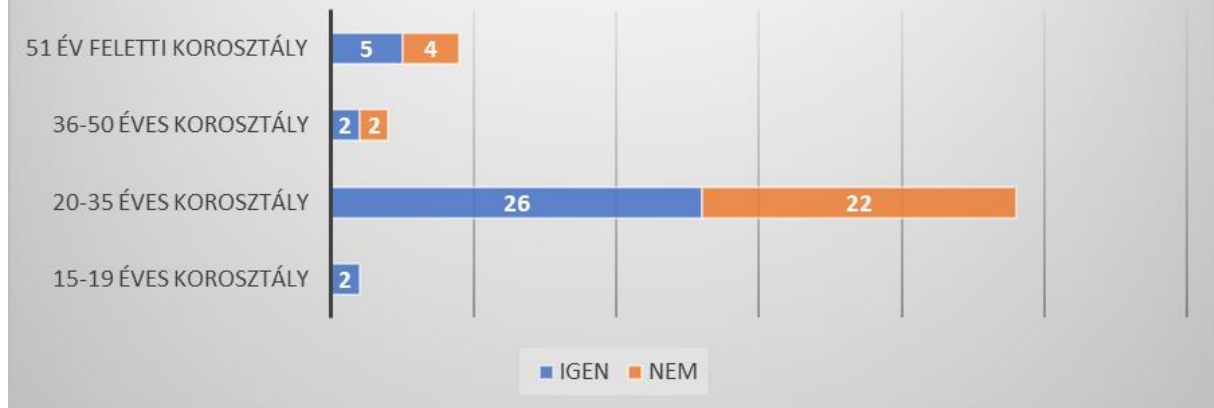


13. ábra Környezettudatos marketing előnyben részesítése lakóhely szerint (Saját kutatás, 2023)

A 13-as ábra diagramjának elemzése során megállapítottam, hogy a válaszadók a lakóhelyüktől függetlenül értékelték a fenti kérdést, arányaiban érdemi különbség a kérdésre adott válasz vonatkozásában nem volt.

A következő kérdésem, amelyet a kitöltőkhöz intéztem arra vonatkozott, hogy véleményük alapján a környezetbarát termékek/szolgáltatások jobban megéri-e pénzügyileg, mint a kevésbé fenntartható társaik. A kitöltők 55,4%-a igennel és 44,6%-a nemmel szavazott. Megvizsgáltam a válaszadók korosztály szerinti arányát, amelyből kiderül, hogy minden korosztály hasonlóképpen vélekedik a témával kapcsolatban.

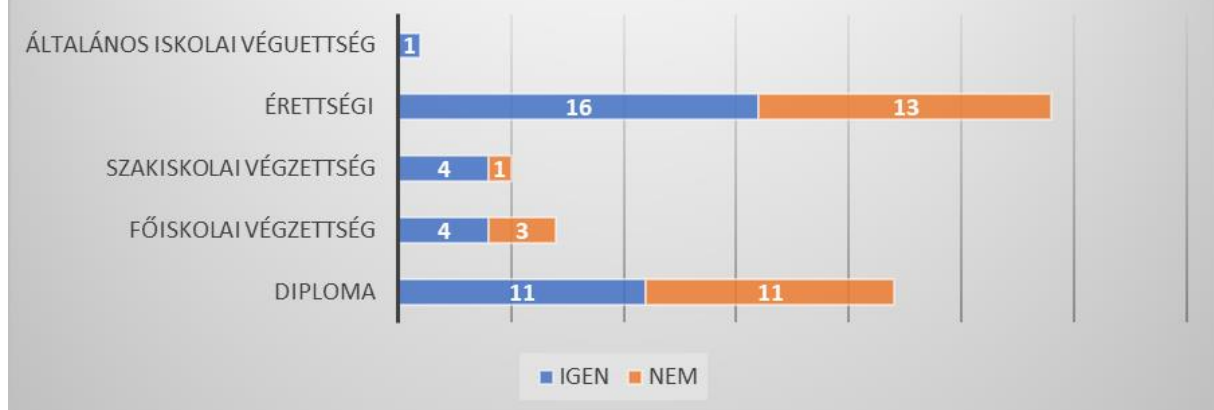
Ön szerint a környezetbarát termékek/szolgáltatások jobban megérik pénzügyileg, mint a kevésbé fenntartható társaik?



14. ábra Környezetbarát termékek pénzügyi haszna korosztály szerint (Saját kutatás, 2023)

A válaszadókat végzettség alapján is lebontottam, az eredmény az alábbi ábrán látható.

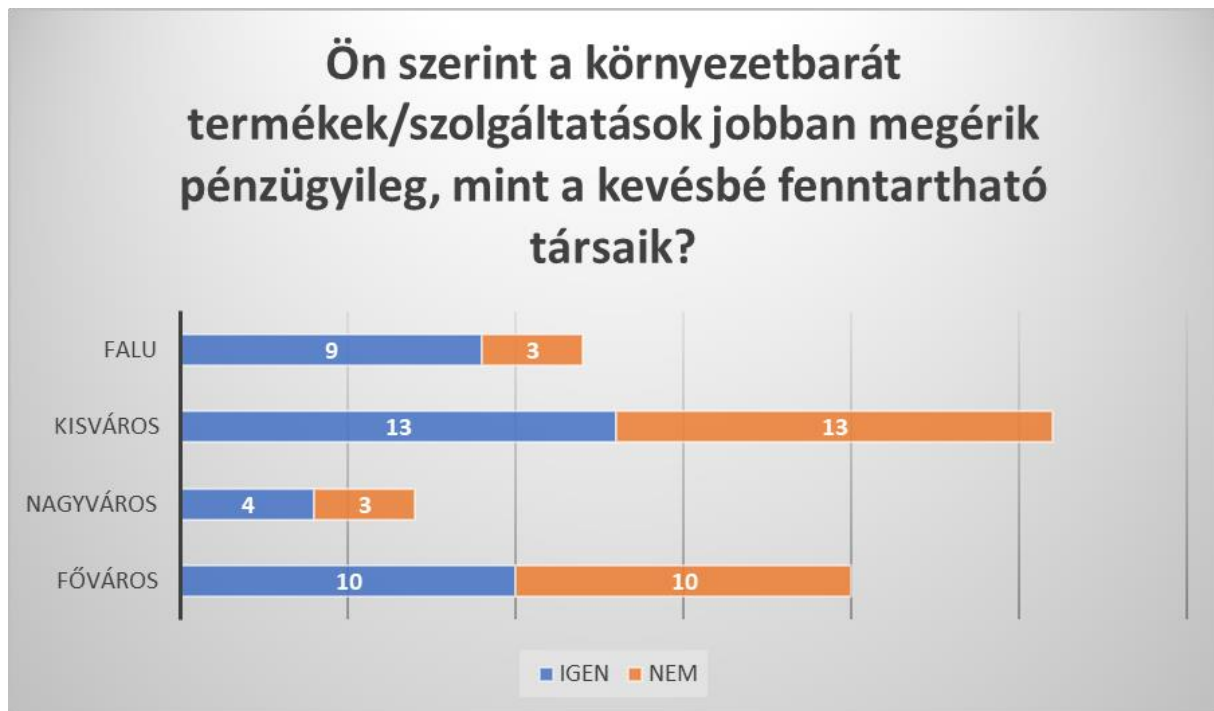
Ön szerint a környezetbarát termékek/szolgáltatások jobban megérik pénzügyileg, mint a kevésbé fenntartható társaik?



15. ábra Környezetbarát termékek pénzügyi haszna iskolai végzettség szerint (Saját kutatás, 2023)

Szembetűnő, hogy az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkező válaszadók szerint éri meg pénzügyileg jobban egy környezetbarát termék, mint annak kevésbé fenntartható alternatívája.

A 16-os ábra diagramján szemléltettem ezen válaszok lakóhely szerinti bontását.



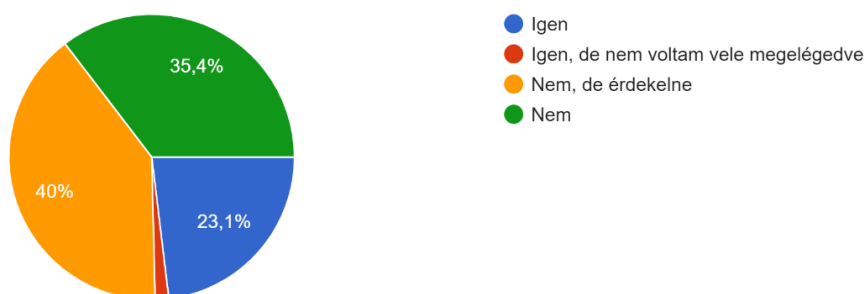
16. ábra Környezetbarát termékek pénzügyi haszna lakóhely szerint (Saját kutatás, 2023)

Ezen diagram szerint szinte minden településhez tartozó lakos hasonlóan fele-fele arányban választotta az igen és a nem válaszlehetőséget, kivéve a falusi lakosok, akik 75%-a gondolja úgy, hogy a környezetbarát termékek jobban megérik pénzügyileg mint kevésbé fenntartható társaik. Feltehetőleg ezen lakóhely lakosai hagyományosan számottevően több fenntartható élelmiszerral és egyéb szolgáltatással találkoznak, mint a magasabb infrastruktúrájú települések lakosai.

A 17.-ábrán azon válaszokat lehet megtekinteni, hogy a kérdőív kitöltői vettek-e már részt valamilyen fenntartható vagy fenntarthatóságról szóló rendezvényen. Nagy vonalakban a megkérdezettek háromnegyede (75,7%) nem és negyede (24,3%) igen, de a nemmel válaszolók kétharmada érdeklődik az ilyen típusú rendezvények iránt és az igennel válaszolók 6%-a - tehát 1 válaszadó - nem volt megelégedve az általa meglátogatott fenntartható rendezvénnyel.

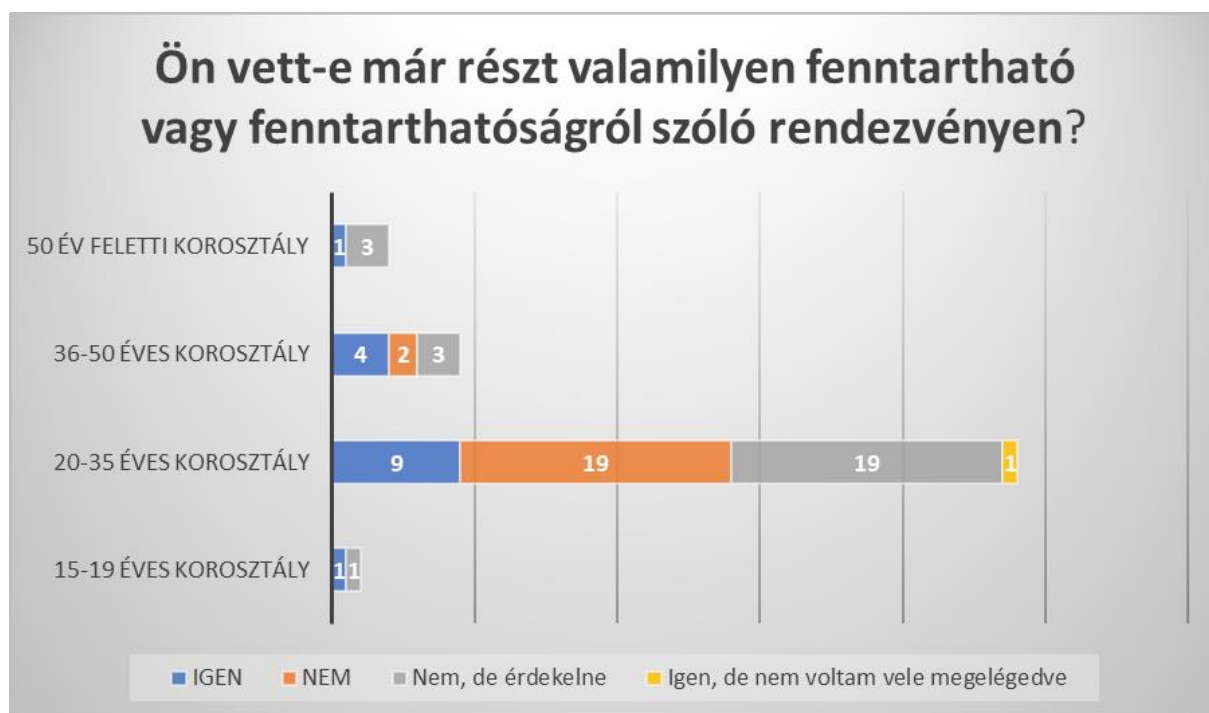
Ön vett-e már részt valamilyen fenntartható vagy fenntarthatóságról szóló rendezvényen?

65 válasz



17. ábra Ön vett-e már részt valamilyen fenntartható vagy fenntarthatóságról szóló rendezvényen? (Saját kutatás, 2023)

Ezen válaszokat szintén lebontottam a válaszadók korcsoportja, végzettsége és lakóhelye szerint, amelyeket a következő diagramok fognak ábrázolni.



18. ábra Igény a fenntartható rendezvényekre korosztály szerint (Saját kutatás, 2023)

Legnagyobb arányban a 36-50 éves korosztály vesz/ vett részt ilyen jellegű rendezvényen és úgy tűnik a leginkább elutasító korosztály a 20-35 éveseké volt, bár megjegyezném, hogy azonos arányban voltak azon választ jelölők, akik nem kívánnak ilyen jellegű rendezvényen részt venni, mint akik érdeklődnek iránta. Az is fontos következtetés, hogy az 50 év feletti korcsoport érdeklődik a legnagyobb arányban (75%-ban) a környezetbarát események iránt,

tehát fontos lenne ezen korcsoport számára is megfelelő programokkal ellátott, fenntartható rendezvényeket szervezni.



19. ábra Igény a fenntartható rendezvényekre végzettség szerint (Saját kutatás, 2023)

A 19-es ábra ugyanezen kérdés válaszainak iskolai végzettség általi megoszlását mutatja.

A legnagyobb arányban a főiskolai végzettséggel rendelkezők vettek már részt fenntartható vagy fenntarthatóságról szóló rendezvényen. A szakiskolai végzettséggel és érettségivel rendelkezők megegyező arányban érdeklődnek leginkább ezen rendezvények iránt. A felsőoktatásban végzettek közül számolható össze legnagyobb arányban érdektelenség ezen téma iránt, ami igen sajnálatos hiszen ezen végzettséggel rendelkezők tudnának leginkább olyan pozíciókban részt venni, amelyek elősegíthetik a fenntartható rendezvényszervezés fejlődését.

Az alábbi ábrán reprezentálom a válaszok lakóhely szerinti eloszlását.



20. ábra Igény a fenntartható rendezvényekre lakóhely szerint (Saját kutatás, 2023)

A 20. ábrán jól látható, hogy a nagyobb településekből származó kitöltők közül mindenhol fellelhető olyan válaszadó, aki már látogatott el fenntartható vagy fenntarthatóságról szóló rendezvényre. A nagyvárosi lakosok között volt arányaiban legmagasabb az érdekltség ezen rendezvények irányában, pontosan 57,14%-uk választotta a “Nem, de érdekelne” válaszlehetőséget. A falusi kitöltőknek a legalacsonyabb a nyitottsága a fenntartható rendezvények iránt. Feltehetőleg ha növekedne a falvakban rendezett fenntarthatóságot célzó programok száma ezáltal javulna az ottani természeti és infrastrukturális helyzet, akkor az változást idézne elő az ottani lakosok véleményében.

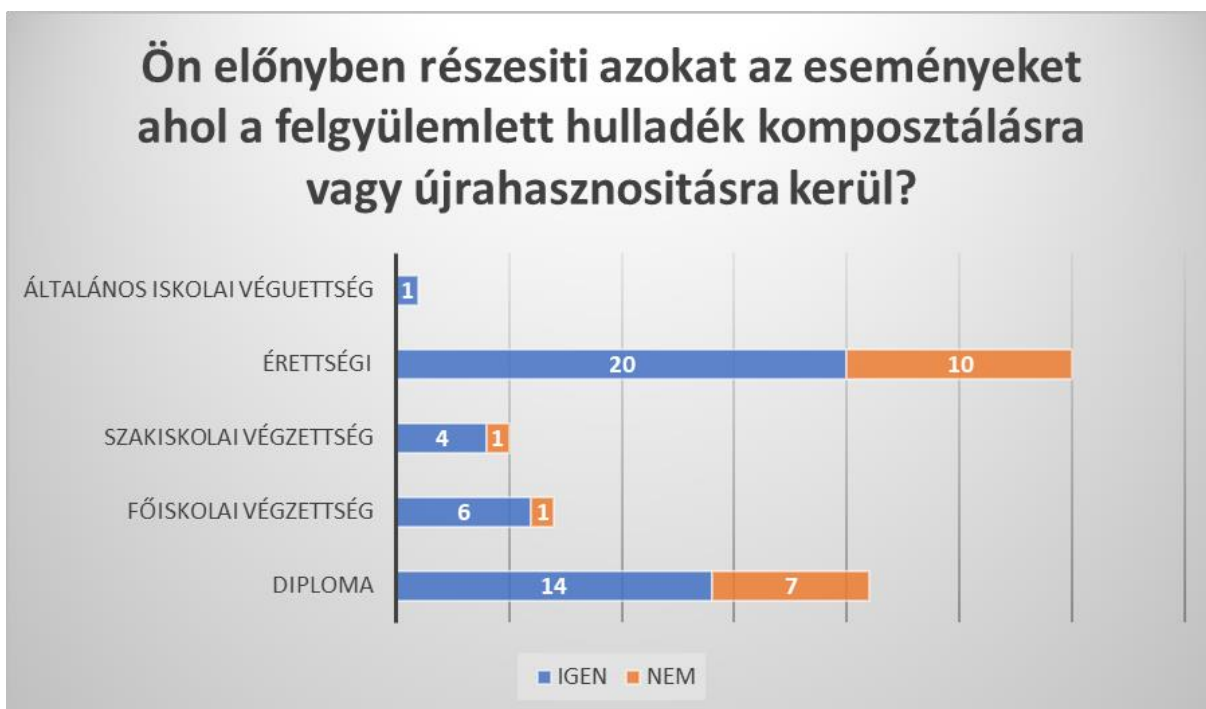
Végezetül megkérdeztem a kitöltőket, hogy előnyben részesítik-e azokat az eseményeket, ahol a felgyülemlt hulladék komposztálásra vagy újrahasznosításra kerül. A válaszadók 70,3%-a igennel és a maradék pedig nemmel válaszolt.

A 21. ábra a fenti kérdés korosztályonként szelektált válaszait foglalja magában.



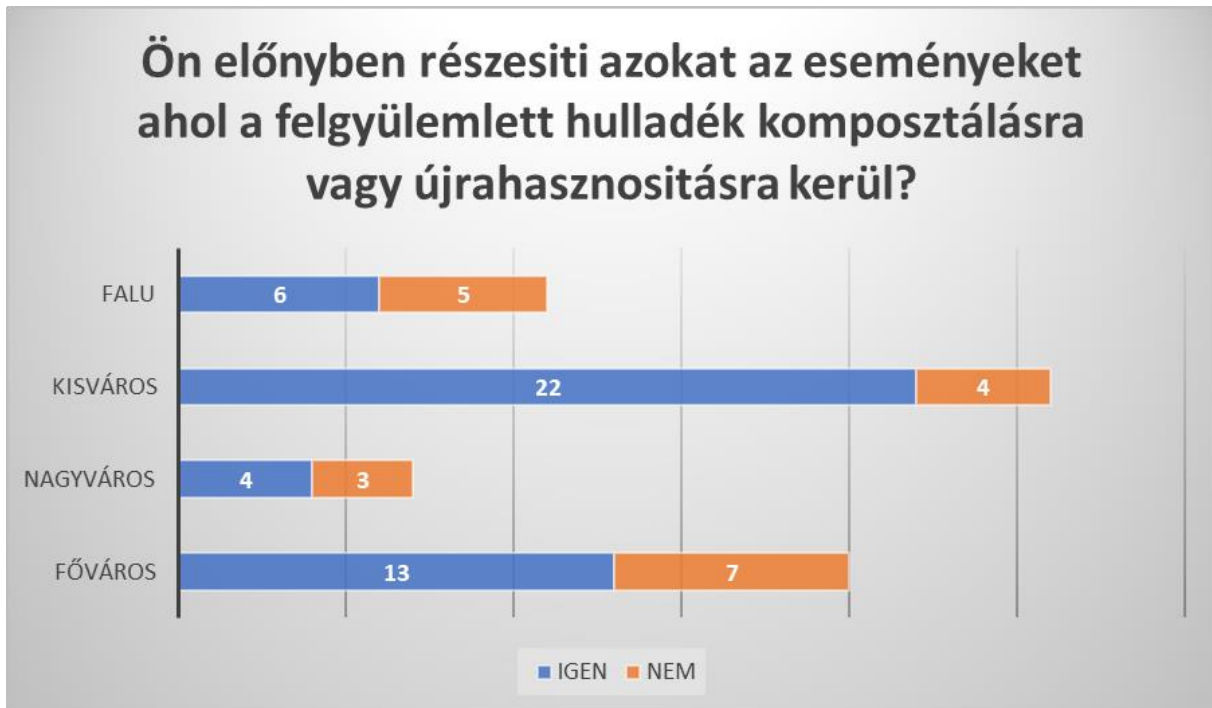
21. ábra Hulladék újra hasznosítására való igény korosztály szerint (Saját kutatás, 2023)

A 21. ábrán jól megfigyelhető, hogy a nemmel válaszolók 94,7%-a a 20-35 éves korosztályba tartozik. Fontosnak tartom, hogy a komposztálás és az újrahasznosítás lehetőségét a mindennapi életünkbe bele lehessen illeszteni. Ezen lehetőséget kellene a megfelelő platformokon eljuttatni ehhez a korosztályhoz, hogy elfogadóbbak legyenek a témával kapcsolatban.



22. ábra Hulladék újra hasznosítására való igény végzettség szerint (Saját kutatás, 2023)

A 22. ábra diagrammja az előző kérdés előző kérdés lakóhely szerinti bontását jeleníti meg. Megfigyelhető, hogy a diplomával és érettségivel rendelkezők egyharmada hagyja figyelmen kívül a rendezvények hulladékkezelését. Ezt rendkívül sajnálatosnak találom, tekintettel arra, hogy a környezetvédelem egyik legfontosabb alappillére a megfelelő környezetbarát és hatékony hulladékkezelés.



23. ábra Hulladék újra hasznosítására való igény lakóhely szerint (Saját kutatás, 2023)

Az igennel válaszolók kétharmada kisvárosi vagy falusi lakos, ami arra enged következtetni, hogy ezeken a lakóterületeken hozzáférhetőbb, megvalósíthatóbb, így természetesebb a háztartásokban a hulladék komposztálása. Ezen megállapítás arra enged következtetni, hogy fontos lenne minden település típusnál elterjeszteni és megfelelő lehetőségeket, körülményeket teremteni a komposztálás megvalósítására, mint például a SHAREWASTE applikáció, amely a fővárosi „betondzsungelben” élők részére is lehetőséget kínál, hogy leadhassák a komposztjukat a hozzájuk lehető legközelebb eső komposztáló helyen.

A kutatás fő vonalaként megfogalmazott kérdéseimre úgy gondolom, hogy kielégítő eredményeket kaptam. A kutatás alapján kiderült, hogy a 35 év feletti korosztályba tartozó, felsőoktatásban részt vett, a fővárosban vagy annak agglomerációjában élő lakosok igyekeznek a leginkább a környezettudatosságra.

6.1.2 Interjú I.

Elsőként Antal Évát (Vászonzsákoslányt) kerestem fel, aki a fenntarthatóság egyik magyarországi nagykövete, hogy választ keressek a kérdéseimre. A választásom azért esett többek között rá, mert már rég óta követem Évi munkásságát az online platformokon. Évi először az instagaram képmegosztó közösségi média-felületen kezdett el blogolni, de az index róla készült videójának sikere inspirálta arra, hogy létrehozzon egy YouTube csatornát is, ahol jelenleg közel 44 000 feliratkozóval büszkélkedhet. Videóinak témája a zero waste életmód, tevékenységével inspirálni szeretné az embereket arra, hogy ők is kipróbálják, milyen hulladékmentesen élni. Nemrég a párjával egybekeltek egy szinte teljesen hulladékmentes esküvő alkalmával, amelyet ők maguk szerveztek.

Első válaszaiból kiderül, hogy az esküvő megszervezése a lánykéréstől a lebonyolításáig kerekén egy évet vett igénybe és szinte az egyetlen dolog, amit nem tudtak környezetbarát módon megoldani az az volt, hogy napelemmel szeretnék volna megvalósítani a rendezvény hangosítását, de sajnos ez nem valósult meg, így maradt a hagyományos módszer. Érdeklődtem az iránt is, hogy milyen lehetőségek közül tudtak válogatni a párjával helyszín, catering és dekoráció tekintetében. A helyszín választásnál fontos szempont volt számukra, hogy természetközeli és állatbarát legyen Így esett a választásunk egy cserhátszentiváni helyszínre, ami egy erdő szélén található. A menü kiválasztásában döntő szerepet játszott, hogy fenntartható és növényi alapú ételek kerüljenek az asztalokra, valamint, hogy az ételek szezonális és lokális alapanyagokból készüljenek. Így a helyszínre hozott vegán szolgáltató által készített ételek mellett döntöttek. Az üdítő italokat és még néhány egyéb frissítőt a helyszín intézte, a röviditalokat és a borokat pedig a jegyespár hozta magával. Külön kérésre meg tudta oldani a helyszín, hogy teljesen hulladékmentesek legyenek az italok, ez alatt azt kell érteni, hogy szódásszifon volt, háziszörp üvegben, csapolt sör és néhány üveges gyümölcsle, melyeknek a csomagolása száz százalékosan újrahasznosítható volt és a szörp például helyben készült Cserhátszentivánon, a faluban, de a gyümölcsleveket sem rendelték nagyobb távolságról A röviditalok kiválasztásánál, pedig fontos szempont volt, hogy azok vegánok legyenek. Éviék olyan opciókból válogattak, mint például a kókuszlikőr és a mandula likőr. Ha valaki vegán bort szeretne vásárolni nagy tételben egy eseményre a Krisztinus balatoni borászattól lehet rendelni vegán és biodinamikus borokat, de a bort végül egy családi borászatból szerezték be költségtakarékosság miatt. A pár külön kérésére ezeket a borokat

vegán módon (derítés nélkül) készítették el számukra. A megmaradt italokat pedig a násznépnek szánták ajándékba. A dekoráció választásánál egy virágkertesetre esett a választás, a főtí Virágospagonyra, akik Magyarországon őshonos virágokkal foglalkoznak biogazdálkodásban. Innen származtak a szülőköszöntő csokrok, a menyasszonyi csokor és az esküvői helyszín virágdekorációja is. A megmaradt virágokat pedig az asztalokon használt borosüvegekbe helyezték a teríték díszítésére. Az esemény után megmaradt virágdekoráció egy részét a vendégek hazavihették magukkal, a maradékot pedig a pár hazavitte és saját komposztjukba helyezték. A meghívókat saját kezűleg készítették merített papírból. A szalvéta választásnál olyan opcióból is választhattak, hogy mosható, újrahasználatos darabokat bérelnek, de ezen választás a magas anyagi vonzat miatt el lett vetve, így inkább az újrahasznosított papírból készült szalvéták mellett döntöttek.

A kutatás ezen pontjain is jól megfigyelhető, hogy bár valóban vannak olyan részei a környezetbarát rendezvényszervezésnek, amelyek a magasabb árkategóriás termékeket erősítik, mindig lehet találni hasonlóan hasznos és környezetbarát olcsóbb opciót, csak keresni kell és tisztában kell lenni a lehetőségeinkkel. A hangulatvilágításhoz a gyertyákat is saját kezűleg készítették használt befőttesüvegekbe szójából és illóolajokat használtak azok illatosításához. A pár mindenképp szeretett volna boldogságkaput is, úgyhogy magát a kaput azt kibérelték, de a díszítését otthon csinálták újrahasznosított makramé fonálból. Az ültetési rendet is a pár készítette a már előbb említett családi borászattól kapott parafadugókból. Az egyéb dekorációkat, mint például az asztali futókat használtan szerezték be. Az esküvői ruhát bérlés helyett egy használtruha boltból választotta a menyasszony.

A soron következő kérdésem az esküvő különleges és praktikus elemeire vonatkozott, hogy volt-e bármi ilyesmi. Tudni kell, hogy a pár kifejezetten minimalista stílusú esküvőt szervezett a költségek lekeresése céljából és egyéni preferenciák miatt. Ilyen elem volt például a jegygyűri választás. A legfenntarthatóbb megoldás az lett volna, ha a saját ékszereiket olvasztatták be és abból, vagy termésaranyból készítették el az újrahasznosított gyűrűiket. Végül használt fehérarany ékszereket vásároltak és azokat olvasztatták be a ceremónia alkalmára. Egyéb ilyen elem volt még a konfetti, amelyeket otthon saját kezűleg szaggattak ki rózsaszirmokból és levelekből. Igazán dekoratív ötlet és össze sem kell szedni mert lebomlik magától.

Érdekelt még az anyagi vonzata az esküvőnek, hiszen a legtöbben azért zárkoznak el a témától, mert abban a tudatban vannak, hogy a környezetbarát megoldások jóval drágábbak, mint a nem fenntartható társaik. Évi válaszai egyértelművé tették, hogy az ő esküvőjük mindenképpen

olcsóbbnak bizonyult egy átlagos esküvőnél, sőt az egyik szempont az alacsony költségvetés volt, annak ellenére, hogy egész magas vendéglétszámmal terveztek. Összesen 2-3 millió forint között költöttek az esküvőre a nászutat is beleszámolva. Egy átlag esküvő pedig akár 4-8 millió forint is lehet, nászút nélkül. Tehát fenntartható módon sikerült jóval olcsóbban kijönni a költségvetés tekintetében. Az esküvői ruha költsége például 40.000 forint volt, ami töredéke egy átlag menyasszonyi ruhának.

A násznép elégedettsége és közvéleménye iránt is érdeklődtem, hiszen a köztudatban nem csak anyagi tévhit van a környezettudatosság kapcsán, hanem sokan azt is gondolják, hogy kevésbé minőségi és élvezetes egy ilyen esemény. A násznép nagy része a pár barátaiból állt, akik nagyon elfogadónak bizonyultak a témával kapcsolatban. A családdal pedig előre egyenként le volt egyeztetve az esküvő jellege, amikor átadták a meghívókat. A kellemetlenségek elkerülése érdekében egy Google-Forms-ot is készítettem a jegyospár arra a célra, hogy mindenki jelezni tudja az étel intoleranciáját, hogy hogyan kívánnak a helyszínre érkezni, hogy szeretne-e ott aludni a szálláson és hoz-e magával kísérőt. Mindenki teljes mértékben elfogadó és együttműködő volt a családtagok részéről is. Tehát fontos az előzetes és részletes tájékoztatás a vendégek irányába, hogy ne érje őket meglepetés. Ez nagyban növelheti a vendégélményt és a rendezvényen töltött idő minőségét is.

Végezetül még egy olyan kérdéssel készültem az interjúalanyom felé, amivel azon tevékenységekre és tudatos megmozdulásokra voltam kíváncsi, melyek voltak leginkább hatással az esküvő ökológiai lábnyomának csökkentésére. Ezen tevékenységek közé tartozott, hogy a pár telekocsikat szervezett a vendégek helyszínre való eljuttatása céljából, így körülbelül 70 személy maximum 10 autó/ kisbusz használatával tudott együtt megérkezni, ezáltal jelentősen csökkentve a rendezvény karbonlábnyomát. A pár arra is külön figyelmet fordított, hogy a lehető legjobban kikalkulálja, hogy mennyi ételre lesz szükség és lehetőleg ne maradjon olyan maradék, amelyet majd ki kell dobniuk az esküvő után. Az összes szemét, ami az esküvőn keletkezett azt össze lehetett szedni egy kiskukába, amiben csak az újrahasznosított szalvéták és a dohányzó vendégek cigarettacsikkjei gyűltek össze.

6.1.3 Interjú II.

Második interjú alanyaként Körmeny Pankát, a HighVibes Kft. rendezvényszervezőjét választottam. A HighVibes Kft. Magyarország első hulladékmentes rendezvényszervező

ügynöksége. Bár Panka a magánéletében már régóta igyekezett minél fenntarthatóbban élni, ráébredt arra, hogy a munkája során is tennie kell azért, hogy ne legyen túlterhelve a környezet. Mikor már nem tudta figyelmen kívül hagyni az általa szervezett eseményeken keletkező műanyag hulladékot, vagy az érintetlenül kidobott ételeket ráeszmélt, hogy újra kell gondolni, hogyan lehetne környezettudatos eseményeket szervezni. Alapos utánajárás és számos szakértői beszélgetés eredményeként rájött, hogy a rendezvényszervezés folyamatának minden pontja átalakítható, és szinte az összes rendezvény megoldás áthidalható vagy lecserélhető egy környezetbarát verzióra. Ennek szellemében pedig az egész céget hulladékmentes szervezetté tudta átalakítani.

Pankának az interjú kezdetén azt a kérdést tettem fel, hogy milyen típusú rendezvényeket vállalnak és hogyan varázsolják őket fenntarthatóvá. Panka jelezte, hogy a szervezetük csak céges eseményekre van specializálódva, privát rendezvényeket nem szerveznek. A céges eseményeken belül pedig vállalnak konferenciákat, ügyfél partikat, csapat építőket, sajtótájékoztatókat, illetve minden külső és belső eseményt. Egyre gyakoribb, hogy külföldi cégek is felkeresik őket és nekik pedig komplett szolgáltatást szoktak nyújtani programokkal együtt. Amint feljött az ötlet, hogy ilyen eseményekre fognak specializálódni összeszedték minden szegmensét az eseményeknek, hogy mivel, mi a probléma és mit lehet tenni, hogy az adott szegmens fenntarthatóbb legyen továbbá alternatívákat találjanak a problémákra. A legfontosabb szegmens a tudatos tervezés folyamata. Nagyon fontos a helyszínválasztás, a megközelíthetőség (közösségi közlekedés) valamint, a környezetbarát tisztítószeres és újrahasznosított anyagok használata, valamint a szemét szelektív gyűjtése. A másik nagyon fontos kérdés a fenntartható catering kiválasztása. A cég által kiajánlott minden menüt a Felelős Gasztrohős Alapítvány ellenőrzi és véleményezi. Az alapján alakítják ki őket, hogy az alapanyagok hazaiak és szezonálisak legyenek, illetve tartalmazzanak vega vagy vegetáriánus fogásokat is, fontosnak tartják, hogy a marhát, mint hústerméket kerüljék, helyette sertést vagy szárnyast szoktak ajánlani. Előtérbe helyezik az élelmiszer hulladék megelőzését is, ezért szoktak a regisztrációs oldalukon minél több információt elkérni a megrendelőtől és a vendégektől, de ha mégis marad érintetlen ételmaradék, akkor egy hajléktalan szállónak ajándékozzák oda. Lehetőség szerint mindig olyan helyszínt ajánlanak, ami önmagában is nagyon szép és rendelkezik például bútorzattal vagy berendezéssel, hogy ne kelljen annyi dekorációs elemet felhasználni hozzá. Amennyiben mégis szükség van bútorokra, akkor azokat bérlik. A dekorációt igyekeznek digitális megoldásokkal kiváltani, például van olyan álló LED-poszter, amin bármely cég logóját vagy grafikáját meg lehet jeleníteni, de ugyanilyen funkciót

töltenek be a televíziók, amelyeken a programot, a térképet vagy egyéb hasznos információkat tudnak megjeleníteni, hogy kikerüljék az egyszer használatos papír alapú kiadványokat. Amikor olyan rendezvény megszervezésére kéri fel őket, ahol utaztatást kell szervezni, ott telekocsikat szerveznek és külön a program részeként ajánlani szokták a bérelhető privát vonatokat, ami egy külön élményként szolgálhat a vendégek számára. Rengetegszer ajánlanak ki olyan programokat, amelyek mellett, hogy élvezetesek, valamely alapítvány vagy civil szervezetet támogatja, illetve a résztvevőket is edukálja. Amikor a programhoz fotózás is tartozik, akkor az elkészült képeket e-mailen keresztül juttatják el a vendégeknek, nem pedig kinyomtatott formában. Ezen a ponton már láthatjuk, hogy jóval több lehetőség közül választhatunk, ha rendezvényszervezőt bérlünk az eseményünk szervezésére, hiszen ezen bevált módszerek tudatában sokkal eredményesebb és tudatosabb eseményt szervezhetünk, mint magán úton. A következő kérdésem az ilyen jellegű események keresletére vonatkozott. Kíváncsi voltam mekkora a kereslet a fenntartható szervezésre és milyen cégek azok, akik nyitnak ezen téma felé ilyen téren is. Válaszul azt kaptam, hogy a multinacionális cégek felől van a legmagasabb érdeklődés a környezetbarát rendezvények felé, de elég széles spektrumú az érdeklődők köre, nem lehet igazán kiemelni egy cégcsoportot sem az érdeklődők közül. A cég indításánál felmerült a gondolat, hogy készítenek egy feketelistát azokról a környezetszennyező vállalatokról, akikkel nem szeretnék együtt dolgozni, de ezt az ötletet elvetették, mivel attól még, hogy valaki egy ilyen cégnél dolgozik még lehet magánemberként környezetbarát, vagy esetleg a rendezvény alkalmával inspirálódhat a környezetvédelem fontosságáról és otthon az élete részévé teheti. Ez kifejezetten demonstrálja a cég eredeti célját, miszerint arra szeretné sarkallni és inspirálni a vendégeit és megrendelőit, hogy környezettudatosabban éljék az életüket a mindennapjaikban is. Kíváncsi voltam arra is, hogy van-e eseteleg olyan része az álltaluk szervezett rendezvényeiknek, amelyet nem lehet környezetbarát módon megoldani. Sajnos van, például az egyszer használatos rendezvényszőnyegek, amelyet a standokhoz és színpadokhoz használnak. Németországban ezeknek már van gyűjtőhelye, ahol újrahasznosítják őket, de Magyarországon még nincs erre elegendő kereslet. Előfordul, hogy a helyszín választásból (pl. szállodák) adódóan nem lehet lekövetni, hogy szelektíven gyűjtik-e a szemetet, vagy hogy környezetbarát tisztítószereket használnak- e. De évről évre keresik az újabbnál-újabb alternatívákat és innovációkat, amelyeket beépíthetnek a kínálatukba. A soron következő kérdésben érdeklődtem, hogy több időt és energiát igényel-e az, hogy környezetbarát módon szervezik ezen az eseményeket.és válaszul azt kaptam, hogy nem számottevően, de azért igen. Például a menü és minden más többkörös áttekintése és kiválogatása a fenti szempontok szerint és a maradékok, valamint a

szelektív szemét elszállítása az utómunkálatok során több energiát és időt vesz igénybe. De a cég úgy véli, hogy a jó és a minőségi dolgokra igen is időt kell szánni. Természetesen ennél az interjúnál is rákérdeztem a költségekre, mint fontos szempontra, hiszen a kérdőívem kiértékelésénél is látható volt, hogy a vásárlók igencsak árérzékenyek a témával kapcsolatban. A válasz az volt, hogy nem jár anyagi többlettel azon rendezvények megszervezése, amelyek környezetbarát módon lettek szervezve. A karbon megváltások és az egyéb fenntartható tétel nem szokott nagy mértékű ár növekedést okozni és magával ezekkel a fenntartható praktikákkal és eszközökkel a legtöbb esetben inkább spórolni lehet, mint sem ráfizetni. A közvélemény elégedettségére is kíváncsi voltam hiszen, ha valaki ellátogat egy céges eseményre nem biztos, hogy tisztában lesz azzal, hogy a rendezvény, amin részt vesz milyen szervezéssel jött létre. Panka elmondta, hogy mind a megrendelők, mind a vendégek abszolút elégedettek szoktak lenni. Fontos szempont számukra, hogy ne legyen a vendégek torkán lenyomva ez a szemléletmód, inkább csak ismertetve legyenek velük azok a környezettudatosan eszközölt módszerek, amik körbeveszik őket a rendezvényen. Véleményem szerint, az ilyen szelíden, tapintatosan adagolt környezettudatos szemlélet hatékonyabban ér célra, mint egy agresszíven felépített öko alapú rendezvény, mivel pszichológiai csapdaként az utóbbi ellenérzést szülhet. Végezetül arról kérdeztem Pankát, hogy mi az, ami a leginkább hatással van a rendezvények karbonlábnyomának csökkentésére. A cég az események karbonlábnyomát egy rendezvényes karbonlábnyom kalkulátorral számolja ki. Ezt úgy ellentételezik, hogy van egy élőhely rekonstrukciós programjuk, ami arról szól, hogy úgy állítanak helyre egy teljes ökoszisztémát, hogy az utána az önfenntartóan működhessen, és ne csak egy szimpla faültetésről szóljon. Ezt a kötelezően választandó tételt minden ajánlatukba belerakják, enélkül nem szerveznek meg semmit.

7 Következtetések és javaslatok

A hipotézisek tekintetében a kutatásommal sikerült rámutatni arra, hogy azon feltevés, miszerint „Több időt vesz igénybe a környezetbarát rendezvények megszervezése, mert plusz odafigyelést igényelnek azon módszerek, amelyekkel ezt meg lehet valósítani” igaznak bizonyult, mivel a körültekintő és tudatos szervezés több energiát vesz igénybe, hiszen a jó és minőségi munkára időt kell szánni.

A második hipotézisem úgy szólt, hogy „Mindig van olyan eleme egy rendezvénynek, amit nem lehet környezetbarát módon megoldani, nincs hulladékmentes alternatívája”, ami a jelenben igaznak bizonyult, hiszen mindkét vizsgált módszernél voltak olyan elemei a rendezvény(ek) nek amelyet nem tudtak megoldani fenntarthatóan, de a jövőben biztosan lesznek ezen problémákra öko alternatívák.

A harmadik hipotézis azon állítást foglalja magába, hogy „A közvélemény nem elég elfogadó a hulladékmentes rendezvények koncepciójával”. Ezen állítás hamisnak bizonyult hiszen mindkét interjúalany megcáfolta, valamint az általam készített kérdőív kitöltőinek 63,1%-a elégedetten vett már részt vagy határozottan érdeklődik az ilyen jellegű rendezvények iránt.

Az utolsó hipotézisem miszerint „Jóval drágábbak a környezetbarát megoldások, mint nem fenntartható társaik” hamisnak bizonyult az interjúk alapján és a kérdőívben megkérdezettek 55,4 %-a szerint a környezetbarát termékek, szolgáltatások jobban megéri pénzügyileg, mint a kevésbé fenntartható társaik.

8 Összefoglalás

A célom az volt, hogy bemutassam a fenntartható rendezvények lehetőségeit és módszereit különböző projektek és modellek által, valamint, hogy népszerűsítsem ezen ideológiát a turizmusban.

Fontos volt számomra bemutatni a dolgozat keretein belül, hogy a rendezvényszervezésben és a turizmusban a COVID-19 utáni időszak nem csak azon törekvésekről kellene szólnon, hogy visszaállítsuk a gazdaságot a jól megszokott rendszerébe, hanem hogy tanuljunk az elmúlt időszakok hibáiból és egy új, környezetkímélő megoldásokban bővelkedő gazdaságot építhessünk fel.

Látótérbe helyeztem a rendezvények környezetre gyakorolt negatív és pozitív hatásait, majd megoldásokat gyűjtöttem össze különböző környezeti problémákra, valamint keresleti szemszögből is bemutattam ezen tudatos szemléletmódot.

A környezetbarát rendezvényszervezés aktualitásai is bemutatásra kerültek a dolgozatomban. Külön kitértem a fenntarthatóság és a környezettudatos kereslet fontosságára. Ismertettem a IMEX csoportja által létrehozott környezetbarát program példaértékű törekvéseit.

A kutatásomban két olyan fenntartható rendezvényszervezési lehetőséget vizsgáltam, amely véleményem szerint a lehető legideálisabb. A kutatásom fontos részét képezte a környezetbarát rendezvények iránti igény felmérésről készített kérdőívem elemzése.

Mind a két kutatási módszernek hasonló eredményei születtek, amely azon megnyugtató információval szolgál a számunkra, hogy a közvélemény is kezdi elismerni a környezettudatosság fontosságát.

Itt az ideje, hogy felébredjünk és megkérdézzük a természetet, mint a létező leghatalmasabb intelligenciát, hogyan tudnánk tanulni és gyógyítani a bőség és a megújulás elve alapján.

Köszönetnyilvánítás

Köszönetet mondok Dr. Kovács Gyöngyi professzorasszonynak, hogy hasznos információkkal segítette munkámat, valamint megosztotta velem észrevételeit, ezáltal értékes gondolatokkal gazdagíthattam tudásomat és elkészíthettem szakdolgozatomat.

Szeretném megköszönni Antal Évának és a HighVibes Kft. rendezvényszervezőjének, Körmeny Pankának, hogy készségesen közreműködtek a kvalitatív kutatásom elkészítésében és szabadidejüket rám szánva megválaszolták az interjúkérdéseimet.

9 Irodalomjegyzék

Árva, L., & Várhelyi, T. (2020). Elmozdulás a minőségi turizmus felé: A fenntarthatóság a turizmusban a koronavírus-járvány után. *POLGÁRI SZEMLE: GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI FOLYÓIRAT*, 94-114.

Az EU Tanácsa Sajtóközlemény 2022.

Bartus, G. (2019). *A Fenntarthatóság Intézményei Magyarországon*. Budapest: Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanács Titkára. Forrás: https://www.parlament.hu/documents/1238941/0/1905_NFFT_intrend_A4_beliv_final.pdf/1c122bb0-8efe-d3bd-a264-53b988b52a07?t=1565599853059

Bigwood, G. (2020). The regenerative revolution. A new paradigm for event management. 42.

Bigwood, G. (2020). The regenerative revolution. A new paradigm for event management. 52.

Bigwood, G. (2020). The regenerative revolution. A new paradigm for event management.

Czillahó, K. (2020). A fesztiválok napos oldala-Fenntarthatósági szempontok vizsgálata hazai nagyfesztiváljaink esetében= The bright side of festivals-Analyzing sustainable aspects of large-scale festivals at a domestic scale. BCE.

Csete, M. (2006). A Fenntarthatóság helyi megvalósítása. *AgEcon*, 6-9.

Dér, C. D. (2013). Zöld fesztiválok -Itthon és az Egyesült Királyságban. In *MARKETING & MENEDZSMENT* (old.: 12).

Farkas, T. (2002). Vidékfejlesztés a fejlődéelméletek és a fejlesztési koncepciók tükrében. *Tér és Társadalom*, 41-57.

Guller, Z. (2023. 01 30). Minden várakozást felülmúltak a magyarországi turizmus 2022. évi eredményei. (online). *ORIGO*. Forrás: <https://www.origo.hu/gazdasag/20230130-magyarorszag-turizmus-eredmeny.html>

Györi, Z. M.-K. (2018). A fenntarthatóság kérdésének vállalati szintű kezelése Magyarországon - A Green Mentor Program tapasztalatai zöldülő vállalkozásoknál. *Fenntarthatósági Füzetek*, 15, 8-23.

- Győri, Z.-H. G., Madarasiné, S. A., Mosolygó-Kiss, Á., Nagy, A., Szauter, A., & Urbanics, R. (2018). A Budapesti Gazdasági Egyetem tanulmányai az ERASMUS+ Program keretében megvalósított Green Mentor projekthez kapcsolódóan. 18. Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Happ, É. (2014). Fenntartható turizmus és felelősségvállalás. *Gazdaság & Társadalom (online)*, 1, 90-101. Letöltés dátuma: 2023. 02 23, forrás: http://publicatio.uni-sopron.hu/719/1/GT_2014_1_07_Happ.pdf
- Janeczko, B. –M.–R. (2002). *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*. QLD, Australia: CRC for Sustainable Tourism .
- Jones, M., Tien, H., Chaitali, D., Fugen, D., & Sabu, J. (2017). Mycelium Composites: A Review of Engineering Characteristics and Growth Kinetics. *Journal of Bionanoscience*, 241-257.
- Kemény, K. K. (2019). A fenntartható megoldások iránti kereslet és kínálat változása a rendezvényszervezésben. *Marton Zsuzsanna. IV. Turizmus és biztonság*, old.: 232-240. Zalakaros: Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz.
- Kónyáné, T. L. (2008). *A rendezvények jellege, előkészítése. (e-könyv)*. Budapest: Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet. Letöltés dátuma: 2023. 02 24, forrás: https://www.nive.hu/Downloads/Szakkepzesi_dokumentumok/Bemeneti_kompetencia_k_meresi_ertekelesi_eszkozrendszerenek_kialakitasa/17_0063_tartalomelem_006_mu nkaanyag_100228.pdf
- KSH, K. N. (2023. 01 12). *Turizmus, vendéglátás (online)*. Letöltés dátuma: 2023. 02 25, forrás: Központi Statisztikai Hivatal (online): <https://www.ksh.hu/turizmus-vendeglatas>
- Kundi, V. (2012). Fesztiválok gazdasági hatásmérésére alkalmazott nemzetközi és hazai modellek bemutatása. *Tér és Társadalom*, 100-101.
- letilkuria.hu*. (2023). Forrás: <https://letilkuria.hu/eskuvo/ecowedding/>
- Milano, C. C. (2019). Overtourism: an evolving phenomenon. In C. C. Milano, *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism* (old.: 1-17). Wallingford: CABI.
- Nagy, A. (2023). A fenntartható fejlődés záloga: kulturális örökségünk védelme rendhagyó helyzetekben. *Tudásmenedzsment*, 114-126.

- Nagy, S. (2018). A környezettudatos cselekvések elemzése. *Vezetéstudomány*, 10-11, 45-55, 49.
- Peredy, Z. V.-L. (2022). Emisszió-csökkentés gyakorlati megvalósítása a légitözeledésben: Néhány ígéreres zöld megoldás áttekintése. *ACTA PERIODICA*, 26, 60-83.
- Puczko, L., & Rácz, T. (2002). *A turizmus hatásai*. Budapest: Aula.
- Rivera, M. (2010). *International Journal of Hospitality Management*. NI: ELSEVIER.
- Saját_kutatás. (2023).
- Sebastian, C. P. (2014. 04 2014-04-18). A fenntartható eseménylogisztika megvalósítása a zenei fesztiválok esetén (szakdolgozat). Budapest, Corvinus Egyetem. Letöltés dátuma: 2023. 02 22, forrás: http://publikaciok.lib.uni-corvinus.hu/publikus/szd/Cristian_Patrick_Sebastian.pdf
- Suppan, G. (2022). Hihetetlen, de még mindig erősödik a turizmus. *Mandinet (online)*. Letöltés dátuma: 2023. 02 25, forrás: https://makronom.mandiner.hu/cikk/20221206_turizmus_szallashelyek_forgalom_ksh
- Valkó, L. (2003). Fenntartható/környezetbarát fogyasztás és a magyar lakosság környezeti tudata 18. szám. In K. Sándor. Budapest: Aula Kiadó Kft.
- Varga, P. (2017). Rendezvénybiblia (e-könyv). Budapest: RendezvényBiblia Kft. Letöltés dátuma: 2023. 02 24, forrás: https://elearning.unimite.hu/pluginfile.php/861201/mod_resource/content/1/k%C3%B6telez%C5%91%20irodalom%20-%20Rendezv%C3%A9nyBiblia.pdf
- Varga, Z., & Csákvári, T. (2020). Fenntartható turizmus (közlemény). Letöltés dátuma: 2023. 02 25, forrás: http://real.mtak.hu/112258/1/167_180_Varga.pdf
- WTO. (2000). Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek. In E. Inskeep, *A fenntartható turizmus fejlesztése*. (old.: 21). Budapest: Geomédia Kiadói Rt.
- Zdan, T. J., & Hardi, P. (1997). *Assessing Sustainable Development: Principles in Practice*. Canada: IISD. Forrás: <http://www.iisd.org/pdf/bellagio.pdf>

10 Ábra- és táblázatjegyzék

1. ábra Kör alapú üzleti modell	28
2. ábra Rendezvények tervezése és szervezése	29
3. ábra A kérdőív kitöltők életkor szerinti megoszlása (Saját_kutatás, 2023)	33
4. ábra A kérdőív kitöltők lakóhely szerinti megoszlása (Saját_kutatás, 2023).....	34
5. ábra A kérdőív kitöltők iskolai végzettség szerinti megoszlása (Saját_kutatás, 2023).....	34
6. ábra Mennyire fontos önnek a fenntarthatóság? (Saját_kutatás, 2023)	35
7. ábra A fenntarthatóság fontossága korosztály szerint (Saját_kutatás, 2023).....	35
8. ábra A fenntarthatóság fontossága iskolai végzettség szerint (Saját_kutatás, 2023)	36
9. ábra A fenntarthatóság fontossága lakóhely szerint (Saját_kutatás, 2023).....	37
10. ábra Előnyben részesíti azon termékeket/szolgáltatásokat amelyek marketingje a környezettudatosságot hirdeti? (Saját_kutatás, 2023).....	38
11. ábra Környezettudatos marketing előnyben részesítése korosztály szerint (Saját_kutatás, 2023).....	38
12. ábra Környezettudatos marketing előnyben részesítése iskolai végzettség szerint (Saját_kutatás, 2023).....	39
13. ábra Környezettudatos marketing előnyben részesítése lakóhely szerint (Saját_kutatás, 2023).....	40
14. ábra Környezetbarát termékek pénzügyi haszna korosztály szerint (Saját_kutatás, 2023) 41	
15. ábra Környezetbarát termékek pénzügyi haszna iskolai végzettség szerint (Saját_kutatás, 2023).....	41
16. ábra Környezetbarát termékek pénzügyi haszna lakóhely szerint (Saját_kutatás, 2023) ..	42
17. ábra Ön vett-e már részt valamilyen fenntartható vagy fenntarthatóságról szóló rendezvényen? (Saját_kutatás, 2023).....	43
18. ábra Igény a fenntartható rendezvényekre korosztály szerint (Saját_kutatás, 2023)	43
19. ábra Igény a fenntartható rendezvényekre lakóhely szerint (Saját_kutatás, 2023)	44
20. ábra Igény a fenntartható rendezvényekre lakóhely szerint (Saját_kutatás, 2023)	45
21. ábra Hulladék újra hasznosítására való igény korosztály szerint (Saját_kutatás, 2023)....	46
22. ábra Hulladék újra hasznosítására való igény végzettség szerint (Saját_kutatás, 2023)....	46
23. ábra Hulladék újra hasznosítására való igény lakóhely szerint (Saját_kutatás, 2023).....	47
4. táblázat A rendezvények gazdasági hatásai	12
5. táblázat A rendezvények környezeti hatásai	13
6. táblázat A rendezvények társadalmi és kulturális hatásai	13
	60

11 Mellékletek

2023. 04. 29. 23:28

Környezetbarát rendezvények iránti igény felmérés.

Környezetbarát rendezvények iránti igény felmérés.

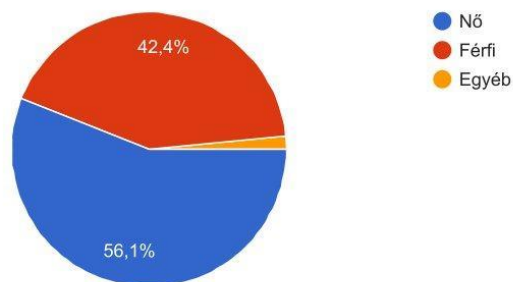
67 válasz

[Elemzések közzététele](#)

Neme?

 Másolás

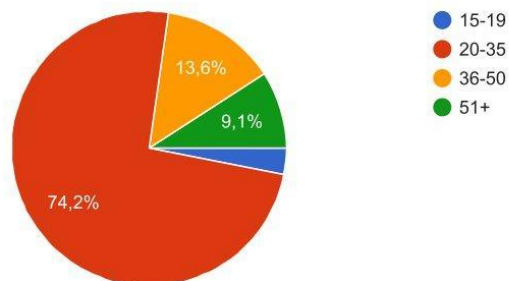
66 válasz



Életkora?

 Másolás

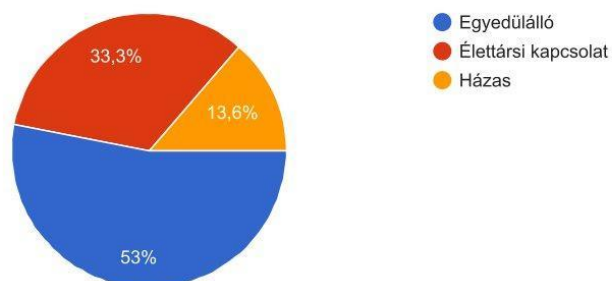
66 válasz



Családi állapota?

 Másolás

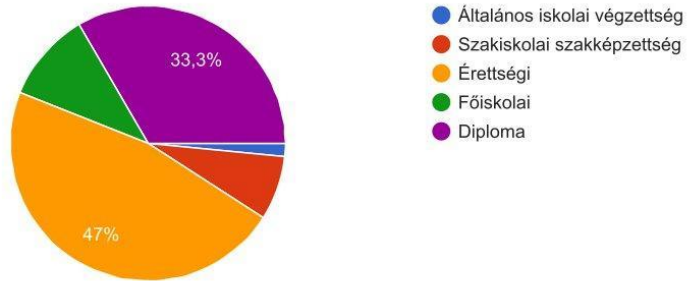
66 válasz



Legmagasabb iskolai végzettsége

 Másolás

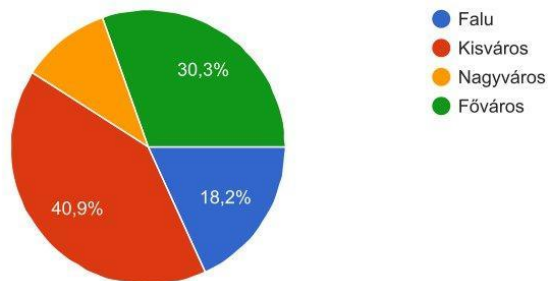
66 válasz



Lakóhelyének jellege

 Másolás

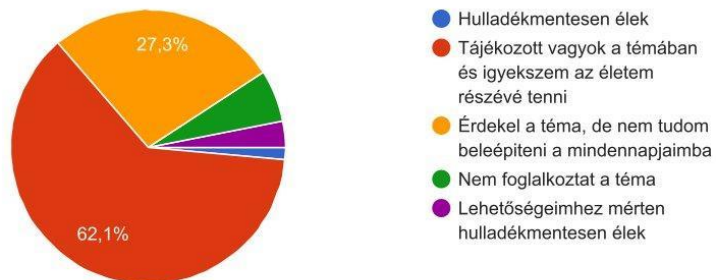
66 válasz



Mennyire fontos Önnek a fenntarthatóság?

 Másolás

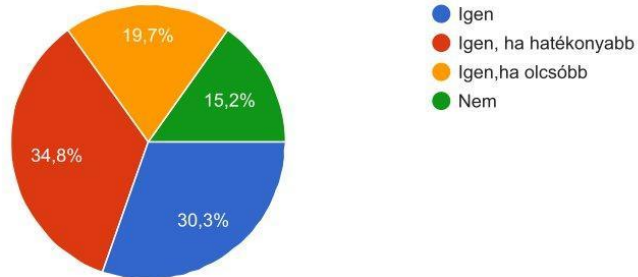
66 válasz



Előnyben részesíti azon termékeket/szolgáltatásokat amelyek marketingje a környezettudatosságot hirdeti?

Másolás

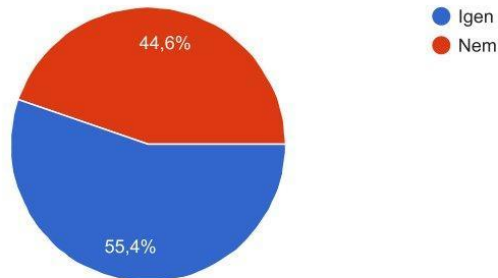
66 válasz



Ön szerint a környezetbarát termékek/szolgáltatások jobban megérik pénzügyileg, mint a kevésbé fenntartható társaik?

Másolás

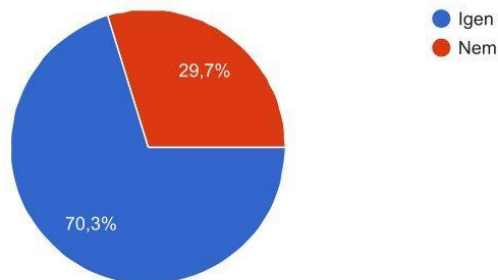
65 válasz



Ön előnyben részesíti azokat az eseményeket ahol a felgyülemlett hulladék komposztálásra vagy újrahasznosításra kerül?

Másolás

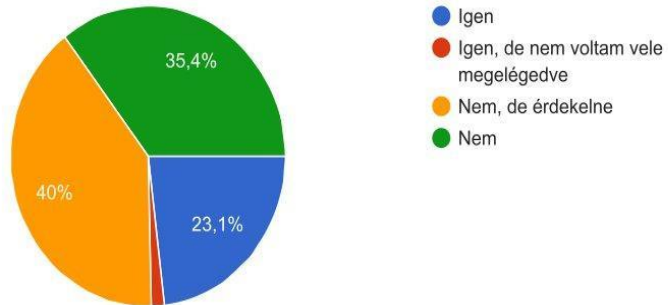
64 válasz



Ön vett-e már részt valamilyen fenntartható vagy fenntarthatóságról szóló rendezvényen?

 Másolás

65 válasz



Ezt a tartalmat nem a Google hozta létre, és nem is hagyta azt jóvá. [Visszaélés jelentése](#) - [Felhasználási feltételek](#) - [Adatvédelmi irányelvek](#)

Google Űrlapok



11.1.1 Interjú Vászonzsákoslánnyal

Mennyi időt vett igénybe megszervezni a környezetbarát esküvődöt?

A lánykéréstől az esküvő lebonyolításáig kerekén egy évet vett igénybe.

Milyen lehetőségek közül választhattál?

A helyszín fontos volt, hogy természetközeli legyen, mindenképpen félig szabadtéri vagy teljesen szabadtéri helyszínt keresünk. Így esett a választásunk erre a cserhátszentiváni helyszínre, ami egy erdő szélén található. Itt találtuk legalkalmasabbnak a környezetet a szabadtéri ceremóniánkra. A választásban szerepet játszottak olyan személyes okok mint, hogy állatbarát esküvőt szerettünk volna.

Az esküvői menü kiválasztásában döntő szerepet játszott, hogy fenntartható és növényi alapú ételek kerüljenek az asztalokra. Így a helyszínre hozott vegán szolgáltató által készített ételek mellett döntöttünk. Fontos volt még az a szempont is a számunkra, hogy az ételek szezonális és lokális alapanyagokból készüljenek. A násznép legnagyobb számban a magyaros ételeket preferálta így ezek vegán variációit rendeltük meg.

Az italokat a helyszín intézte nekünk, a röviditalokat és a bort leszámítva. Külön kérésre megtudta oldani a helyszín, hogy teljesen hulladék mentesek legyenek az italok, ez alatt azt kell érteni, hogy szódászfifon volt, házi szörp üvegben, csapolt sör és néhány üveges gyümölcsle, melyeknek a csomagolása száz százalékosan újrahasznosítható volt és a szörp például helyben készült Cserhátszentivánon a faluban, de a gyümölcsleveket sem rendelték nagyobb távolságról. A röviditalokat mi vittük. Fontos szempont volt, hogy olyan röviditalok legyenek, amelyek vegánok. Olyan opciókból választhattunk, mint például a kókuszlikőr és a mandula likőr. A bort az édesanyámék hozták a saját családi borászatukból és a mi kérésünkre vegán módon (derítés nélkül) készítették el nekünk. Egyébként a megmaradt borokat a násznép hazavihette ajándékként az asztalokról. De tudom ajánlani még a Krisztinusz balatoni borászatot, rengeteg vegán és biodinamikus borokkal foglalkoznak.

A dekoráció választásánál felkerestem egy virágkertetészetet, a főtí Virágospagonyt, akik Magyarországon őshonos virágokkal foglalkoznak biogazdálkodásban. Innen készültek a szülőköszöntő csokrok, a menyasszonyi csokor és a virágdekoráció is a helyszínre. Valamint a legjobb barátnőm édesanyja kertjéből pedig ilyen bokorszerű fehér virágos növényeket kaptunk a dekorációhoz. A virágokat pedig az asztalokon használt borosüvegben helyeztük

dekorációként. A megmaradt virágdekoráció egy részét a vendégek hazavihették magukkal a maradékot pedig mi elkomposztáltuk otthon. A meghívókat én magam készítettem itthon házilag merített papírból. Gondolkodtunk, hogy béreljük újra használható szalvétákat, de nem fért bele a kertünkbe, úgyhogy inkább az újrahasznosított papírból készült szalvéták mellett döntöttünk. A hangulatvilágításhoz a gyertyákat én magam készítettem használt befőttes üvegekbe szójából és illóolajokat használtam az illatosításához. Szerettem volna boldogságkaput is, úgyhogy magát a kaput azt kibéreltük, de a díszítését én magam csináltam újrahasznosított makramé fonalból. Az ültetési rendet is én magam készítettem el, édesanyám borászatából kaptam hozzá parafa dugókat, amelyeket ketté lehetett vágni és bemetszettem, ebbe kerültek a kis névkártyák. Az egyéb dekorációkat, mint például az asztalokra futókat azokat mind használtan szereztük be.

Az esküvői ruhát bérlés helyett egy vintage boltból választottam, hogy a szentimentális értéke is megmaradhasson a ruhámnak, esetleg majd, ha lesz lányom akkor ő is felvehesse, ha szeretné. Ebből a használt ruha boltból egyébként általában főként színházak vásárolnak kosztümöket és filmek szoktak innen díszletekhez, jelmezekhez vásárolni ruhákat. Ezáltal egészen különleges darabokat lehet ott találni. Van egy egész emeletnyi menyasszonyi ruhájuk hatalmas választékban nagyon jó állapotban.

Milyen problémák merültek fel és hogyan oldottad meg? Volt, amit esetleg nem tudtatok környezetbarát módon megoldani?

Nagyon jó lett volna, de sajnos nem tudtuk napelemmel megoldani a hangosítást.

Voltak e látványos elemek, amik különlegesebbek voltak, mint egy átlag esküvőn? Tehát nem csak praktikusak voltak környezetvédelmi szempontból, hanem növelte az esemény esztétikai értékét?

A konfetti. A kishúgom volt a virágszóró lány az esküvőn és ő szórta egy fonott kis kosárából a rózsaszirmokból és levelekből kivágott kis konfettiket, amelyeket én szaggatgattam ki. Igazán dekoratív volt és össze sem kellett szedni mert ugye lebomlik.

Nem látvány elemnek mondanám, de mindenképpen különlegesnek tartom a gyűrűválasztásunkat. A leg fenntarthatóbb megoldás az lett volna, ha a saját ékszereinket olvasztatjuk be és abból készítetjük el az újrahasznosított gyűrűinket vagy ha terméсарanyból készítetjük a gyűrűinket, de ehhez hozzájutni nagyon bonyolult. Végül mi használt fehérarany ékszereket vásároltunk és azokat olvasztattuk be gyűrűknek.

Mennyire volt a násznép és a közvélemény elfogadó ezzel a koncepcióval? Volt e aki azért hogy környezetbarát az esemény esetleg jobban érezte magát és voltak e akiknek valamiféle problémájuk akadt vele?

A násznép legnagyobb részét a barátaink tették ki akik nagyon-nagyon elfogadóak voltak ezzel a témával kapcsolatban. A családdal pedig előre egyenként le volt egyeztetve az esküvő jellege amikor házhoz vittük a meghívókat. Egy Google-formot is készítettünk arra a célra, hogy mindenki jelezni tudja az étel intoleranciáját, hogy jelezhessék, hogy hogyan kívánnak a helyszínre érkezni, hogy szeretne-e ott aludni a szálláson, hoz e magával kísérot. Mindenki teljes mértékben elfogadó volt és együttműködő a családtagok részéről is.

Árban olcsóbb vagy drágábban jöttetek ki?

Mindenképpen olcsóbb. Nekünk az egyik fő szempontunk az is volt, hogy alacsony költségvetésből tudjuk megoldani ezt az egész magas vendég számmal rendelkező esküvőt és sikerült is. Mi 2-3 millió forintot költöttünk az esküvőre a nászúttal együtt. Egy átlag esküvő pedig tudtommal, ahogy így a neten tájékoztam akár 5-8 millió forint is lehet, nászút nélkül. Tehát úgy érzem, hogy nekünk azért sikerült egészen olcsón kijönnünk a költségvetéssel. A ruhám költsége például 40.000 forint volt, ami töredéke egy átlag menyasszonyi ruhának.

Mi volt leginkább hatással az esküvő ökológiai lábnyomának csökkentésére?

Az például, hogy telekocsikat tudtunk szervezni és így körülbelül 70 személy maximum 10 autó/ kisbusz használatával el tudott jutni a helyszínre. Igyekeztünk a lehető legjobban kikalkulálni, hogy mennyi ételre lesz szükség, hogy lehetőleg ne maradjon olyan maradék, amelyet majd ki kell dobnunk. Az összes szemét, ami az esküvőn keletkezett azt össze lehetett szedni egy kiskukába, amiben az újrahasznosított szalvéták voltak és a dohányzó vendégek cigarettacsikkjei.

11.1.2 Interjú a HighVibes kft.- vel

Milyen típusú rendezvényeket vállaltok és hogyan varázsoljátok őket fenntarthatóvá?

Mi csak céges eseményeket vállalunk, ezen belül konferenciákat, ügyfél partikat, csapat építőket, sajtótájékoztatókat. Nagyjából minden céges külső és belső eseményeket. Egyre gyakoribb, hogy külföldi cégek keresnek fel és nekik pedig komplett szolgáltatást szoktunk nyújtani programmal együtt. Amikor kitaláltuk, hogy ilyen eseményekre fogunk specializálódni akkor összeszedtem minden szegmensét az eseményeknek, hogy mivel mi a probléma és mit

lehet tenni, hogy az adott szegmenst fenntarthatóbbá tegyük, alternatívát találjunk rá. A legfontosabb az igazából a tervezés. Fontos, hogy jól megválasszuk a helyszínt, megközelíthetőség (közösségi közlekedés) valamint, catering, környezetbarát tisztítószerek használata és újrahasznosított és szelektíven válogatott szemétyűjtés szempontjából. A másik nagyon fontos kérdés a fenntartható catering. Minden kijánlott menüket a Felelős Gasztró Hős Alapítvány ellenőrzi és véleményezi. Az alapján alakítjuk ki őket, hogy az alapanyagok hazaiak, szezonálisak legyenek és tartalmazzanak vege vagy vegetáriánus tételket is, fontosnak tartjuk, hogy a marhát mint hústerméket kerüljük, helyette sertést vagy szárnyast szoktunk ajánlani. Előtérbe helyezzük az élelmiszer hulladék megelőzését is, ezért szoktunk a regisztrációs oldalunkon minél több információt elkérni előre a megrendelőtől és a vendégektől, de ha mégis marad érintetlen ételmaradék akkor a Máté Szeretetszolgálat hajléktalan szállójára szoktuk odaajándékozni figyelve arra, hogy ne nagyon hűtést igénylő ételeket vigyünk, vagy ha mégis akkor előtte megbizonyosodtunk arról, hogy van elég hűtőkapacitás a szállón.

A berendezés és dekorációhoz az is hozzátartozik, hogy lehetőség szerint olyan helyszínt válasszunk, ami önmagában is nagyon szép és rendelkezik például bútorzattal vagy berendezéssel, hogy ne kelljen annyi dekorációs elemet felhasználni hozzá. Amennyiben mégis szükség van bútorokra akkor azokat bérelni szoktunk. A dekorációt igyekszünk digitális megoldásokkal kiváltani, például van olyan álló led poszter, amin bármely cég logóját vagy grafikáját meg tudjuk jelentetni, de ugyan ilyen funkciót töltenek be a tévék, amelyeken a programot, a térképet vagy egyéb hasznos infókat tudunk megjeleníteni, hogy elkerüljük az egyszer használatos papír formájukat.

Ha egy programra utaztatást kell szervezni ott telekocsikat szoktunk szervezni, és külön a program részeként nagyobb létszámnál lehet kibérelni privát vonatot, vagy csak kocsikat is, ami egy külön élményként szolgálhat a vendégek számára.

Rengetegszer ajánlunk olyan programokat ki, amelyek amellettt hogy élvezetesek, valamely alapítvány vagy civil szervezetet támogatja, illetve a résztvevőket is edukálja. Például: egy családi napra gyakran viszünk segítő kutyás bemutatót, csináltunk a Normafán szintén egy céges rendezvényt, ahol a Szent Ferenc Kórház tartott kardió sétát a vendégeknek nordic walking botokkal és pulzuspólókkal a kardió ösvényen és a program végén a vendégek kiértékelést kaptak a pulzuspóló alapján. Egyébként nagyon jó programjai vannak a Felelős Gasztró Alapítványnak is, amelyek edukációs jellegűek, ezeket is gyakran ki szoktunk ajánlani. A gyermekprogramokon a kicsik hulladékból újrahasznosított dolgokat kézműveskedhetnek.

Milyen mértékű a kereslet a környezetbarát rendezvényekre? Kik keresnek fel leginkább titeket?

Az elején gondolkozunk, hogy készítünk egy feketelistát azokról a környezetszennyező vállalatokról/cégekről, akikkel nem szeretnénk együtt dolgozni, de ezt az ötletet elvetettük mivel úgy vagyunk vele, hogy attól még, hogy valaki például egy ilyen cégnél dolgozik attól még lehet magánemberként környezetbarát vagy esetleg a rendezvény alkalmával inspirálódhat a környezetvédelem fontosságáról és otthon az élete részévé teheti.

A multi cégek felől van a legmagasabb érdeklődés a környezetbarát rendezvények felé. De egyébként elég széleskörű az érdekeltség, nem lehet kiemelni egyféle cégcsoportot sem az érdeklődők közül.

Van-e esetleg olyan része a rendezvényeiteknek, amelyet nem lehet környezetbarát módon megoldani?

Például az egyszer használatos rendezvényszőnyegek, amelyet a standokhoz és színpadokhoz használunk. Németországban ezeknek már van gyűjtőhelye, ahol újrahasznosítják őket, de Magyarországon még nincs ehhez megfelelő mennyiségű igény. Van olyan is, hogy a helyszín választásból (pl. szállodák) adódóan nem tudjuk lekövetni, hogy szelektíven gyűjtik-e a szemetet, vagy hogy környezetbarát tisztítószereket használnak-e. De évről évre keressük az újabbnál újabb alternatívákat és innovációkat, amelyeket beépíthetünk a kínálatukba.

Van olyan probléma, ami amiatt merülhet fel mert öko módon szervezitek az adott rendezvényt?

Például volt olyan, hogy egy megrendelő cég nem volt hajlandó kifizetni a szelektív szemét utóválogatásának a költségét.

Több időt és energiát igényel az, hogy amit csináltok környezetbarát módon történjen?

Arányaiban nem sokkal, de azért igen. Például a menü és minden más többkörös áttekintése és kiválogatása a fenti szempontok szerint és a maradékok és a szelektív szemét elszállítása az utómunkálatok során több energiát vesz igénybe. De mi úgy vagyunk vele, hogy a jó és a minőségi dolgokra igen is időt kell szánni.

Milyen szinten szoktak elsősorban a megrendelők aztán a vendégek elégedettek lenni azzal, hogy egy környezetbarát rendezvényen vannak?

Abszolút elégedettek szoktak lenni. Fontos, hogy ne legyen a vendég torkán lenyomva ez a szemléletmód, inkább csak ismertette legyenek vele azok a környezettudatosan eszközölt módszerek, amik körülveszik őt a rendezvényen.

Magasabb árkatóriájú az a rendezvény, amely fenntartható módon van szervezve?

Nem. A karbon megváltások és az egyéb fenntartható tétel nem szokott nagy mértékű ár növekedést okozni és magával ezekkel a fenntartható praktikákkal és eszközökkel a legtöbb esetben inkább spórolni lehet, mint még ráfizetni.

Mi volt leginkább hatással az esküvő karbonlábnyomának csökkentésére?

A rendezvények karbonlábnyomát egy rendezvényes karbonlábnyom kalkulátorral számoljuk ki és ezt úgy ellen tételezzük, hogy van egy élőhely rekonstrukciós projektünk, ami arról szól, hogy úgy állítjuk helyre egy teljes ökoszisztémát, hogy az utána az önfenntartóan működjön, és ne csak egy szimpla faültetésről szóljon. Ezt a kötelezően választandó tételt minden ajánlatukba beleszúrjuk.

11.1.3 #EcoWedding by Le Til Kúria

A gyakorlatomat rendezvényszervező gyakornokként végzem és a konkurencia analízis készítése során bukkantam rá a Le Til Kúria öko esküvő ajánlatára. A Le Til kúria Magyarországon, Biri községben található rendezvény helyszín amely külön esküvői ajánlattal áll elő a környezettudatos jegyespárok és násznépük számára.

Fontosnak tartják a károsanyag csökkentést ezért így minden esküvőhöz köthető helyszín megtalálható egy helyen mint például a szállás, a szertartás és a lagzi helyszíne valamint a konyha ahonnan felszolgálják az esküvői menüt, így nem kell kocsival utazni egyik helyszínről a másikra.

A madarak védelme érdekében rizs helyett kölest szór a násznép a friss házaspárra. De levelekből kivágott konfettit is lehet használni erre a célra.

Az energiafogyasztás csökkentése érdekében leginkább a kültéri szertartást és lagzit ajánlják, amihez a több hektáros park nyújt lehetőséget.

Nem használnak eldobható, egyszer használatos dekorációkat. Cserepes virágokkal (amit később a násznép hazavihet magával ha szeretne) és szezonálisan és helyben is elérhető szárazvirág kompozíciókkal dolgoznak a dekoratőreik, melyből a felesleget komposztként a helyi mezőgazdaságnak adnak át.

Igény szerint megtervezik és újrahasznosított papírból elkészítik az esküvői meghívókat. Lehetőséget adnak elültethető papírra való nyomtatásra melyet a meghívottak el is ültethetnek otthon, hogy később virággá cseperedjen. Emellett ajánlják az elektronikus meghívókat is de nekem személy szerint sokkal jobban tetszik az elültethető ötlet hiszen ez egy fajta kedves ajándék is lehet a násznép számára.

Papír ültetőkártyák helyett gondosan válogatott levelekre, kagylókra vagy kövekre írjak fel a vendégek nevét, ami először furcsán hangozhat de valóban nagyon szép tud lenni, ha ízléses a kivitelezés.

A menüben szereplő minden italt, illetve az italokhoz szükséges alapanyagokat a kúria 30 km-es körzetéből, helyi termelőktől szerzik be. Kis üdítők esetén kizárólag csak visszaváltható, környezetbarát üveges kiszerelest biztosítanak.

A megmaradt, ép ételekből, süteményekből és gyümölcsökből semmit nem dobnak ki hanem továbbadják rászorulókkal foglalkozó szervezeteknek.

A szertartás részeként az újdonsült jegyespár egy facsemetét ültethet el a kúria területén amelyhez társítanak névre szóló táblát is házasságkötésük emlékére.

A kúria ösztönzés gyanánt a plusz költségeket (amelyek esetleg nem merülnének fel egy kevésbé környezetbarát esküvőnél) átvállalja, viszont csak annak tükrében hogyha az esküvő időpontja hétköznapi, nem ünnepnapon van.

A környezetbarát rendezvényhelyszín lehetőleg rendelkezzen saját komposztálóval vagy legyen olyan partnere, ahol a dekorációt és az ételmaradékot le tudja adni komposztálásra. Energetikai szempontból a legjobb ha megújuló energiaforrások használatára törekszünk, ezek közül jelenleg a legelérhetőbb a napelemrendszer. A meghívók kiküldése és a vendégek regisztrációja online történik és nem papíron. Jó ha a rendezvény megszervezésénél az apróbb szépségügyi elemekkel, tehát a dekorációval is törekedünk az ökológiai lábnyom csökkentésére. Például ha ültetőkártyák helyett ültetősütiket használunk amelyeket a vendégek el is fogyaszthatnak vagy elrakhatnak emlékbe vagy az asztalra kihelyezett menü nem papírra van

nyomtatva hanem már másra ügysem használt borosüvegre van ráírva. Ezek a megoldások nem csak környezetbaráttá hanem egyedivé is tehetik a rendezvény hangulatát. (letilkuria.hu, 2023)

KONZULTÁCIÓS
NYILATKOZAT

A Bojtos Krisztina (név) (hallgató Neptun azonosítója: JGF5AL)
konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a
záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfólió¹ áttekinttem, a hallgatót az
irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól
tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre
javaslom / nem javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*3}

Kelt: Gyöngyös év 04. hó 25 nap

Dr Kovács Gyöngyi
Belső konzulens

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

² A megfelelő aláhúzendő.

³ A megfelelő aláhúzendő.

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakedolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Bojtos Krisztina
A Hallgató Neptun kódja: JGFSAL
A dolgozat címe: Turisztikai rendezvények ismertsége, imázsa és hatása.
A megjelenés éve: 2023
A konzulens tanszék neve: Fenntartható Turizmus Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakedolgozat/diplomadolgozat/portfólió² egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitóri rendszerébe.

Kelt: 2023 év 04 hó 28 nap

Bojtos Krisztina
Hallgató aláírása

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

² A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.