

## **LeD Events maakt festivals schoner**

*Hoge energierekeningen, veel afval en een festivalterrein bezaaid met plastic bekertjes? Niet als het aan LeD Events ligt, het samenwerkingsverband van Bert Lagerweij en Theo Dahm. Deze Nijmeegse ondernemers ondersteunen collega's bij het organiseren van een duurzaam festival of evenement. 'Want een feestje geven met minimale consequenties voor het milieu is toch veel leuker!'*

### **1. Inleiding**

Bert Lagerweij en Theo Dahm startten hun samenwerking in 2009, na het festival 'Dag van het levenslied'. Ze waren beiden nauw betrokken bij het festival en zagen na afloop wat een puinhoop er achterbleef. Als penningmeester had Bert Lagerweij bovendien zicht op de energierekening en hij wist dat dat anders moest kunnen. Het idee ontstond om hun eigen festival te verduurzamen. Als dat goed ging, zouden ze hun plan ook aan andere festivals aanbieden. Eind 2010 kregen zij de opdracht om de CO<sup>2</sup>-uitstoot van de Nijmeegse Vierdaagse in kaart te brengen. Sinds 2011 zetten zij hun kennis, ervaring en betrokkenheid in bij andere festivals en evenementen.

### **2. Principes**

Het belangrijkste oogmerk voor het verduurzamen van festivals en evenementen was in eerste instantie het milieu. Festivals dienen niet alleen leuk te zijn voor mensen, maar ook voor het milieu. De initiatiefnemers wilden minimale schade voor het milieu realiseren. In de beginfase lag de focus dan ook op afvalverwerking, energieverbruik, watergebruik, transport, etc.

Toen deze zaken eenmaal goed waren georganiseerd, richtten Lagerweij en Dahm zich op sociale aspecten. Nu wordt aan een festival een goed doel gekoppeld en een deel van de omzet gaat naar dit goede doel. Met het geld dat wordt gegenereerd uit het verduurzamen kan dus ook iets terug worden gedaan voor de maatschappij. Hiermee wordt meervoudige waardecreatie gerealiseerd, namelijk ecologische én sociale. Ook collectieve waardecreatie wordt gerealiseerd, doordat nu, enkele jaren na de oprichting, zowel festivals zelf, als gemeenten in samenwerking met LeD Events proberen te verduurzamen. Economische waarde speelt hier geen rol want het gaat niet om het behalen van winsten.

### **3. Het ontwerp**

Het huidige business model is nog lang niet uitontwikkeld. In de eerste jaren zijn grote stappen gezet, nu worden er ieder jaar kleinere stapjes gezet.

Zo zijn er momenteel veel (technologische) ontwikkelingen gaande. De oprichters streven ernaar uitsluitend LED-verlichting te gaan gebruiken en bij festivals mobiele zonnepanelen in te zetten waardoor een festival energieneutraal is. Maar dat is nog toekomstmuziek, het is wachten op nieuwe technologische uitvindingen.

Ook is er een initiatief om Nijmeegse evenementen met elkaar te laten samenwerken. Voor een evenement is er bijvoorbeeld ontzettend veel apparatuur nodig die maar een dag gebruikt wordt. De overige dagen staat die apparatuur opgeslagen. LeD Events is daarom begonnen met het uitlenen van apparaten. Dit kan nog veel verder ontwikkeld worden. Uit milieu- en kosten oogpunt kun je met samenwerking veel meer bereiken.

Door ieder jaar met nieuwe ontwikkelingen mee te gaan, blijft het business model van LeD Events actueel, levensvatbaar en opschaalbaar. De transactievormen van LeD Events zijn het *creëren* van duurzame aspecten in de al bestaande evenementen en het *delen* van ervaringen en kennis door middel van workshops en bijeenkomsten.

#### **4. Waardepositie**

LeD Events wil vooral mensen stimuleren en motiveren om evenementen anders – duurzamer – te organiseren. Daarnaast willen de initiatiefnemers van LeD Events laten zien dat verduurzamen niet per se duur en moeilijk hoeft te zijn – wat veel ondernemers wel denken. LeD Events wil ondernemers duidelijk maken dat verduurzamen op de lange termijn ook wat gaat opleveren.

Veel evenementen worden georganiseerd door vrijwilligers of door mensen die daar weinig voor betaald krijgen, waardoor verduurzaming geen prioriteit is. Mensen hebben er de tijd en middelen nog niet voor. Het moet hen duidelijk worden dat het daadwerkelijk wat kan gaan opleveren en het verduurzamen ook in kleine stappen mogelijk is.

In het begin onderscheidde LeD Events zich vooral omdat het nog onontgonnen gebied was en zij een van de eersten waren die zich op dit terrein begaven. Tegenwoordig pakken evenementen het verduurzamen steeds meer zelf op. Het gaat er Bert Lagerweij en Theo Dahm vooral om dat evenementen ermee aan de slag gaan, niet of ze daarvoor LeD Events inschakelen. Daarom verzorgen zij ook workshops en nemen ze deel aan debatten en bijeenkomsten over duurzaamheid. Op deze manier delen zij hun kennis en ervaringen en wordt het gemakkelijker het business model te kopiëren. Maar, belangrijker nog, willen Lagerweij en Dahm laten zien dat het niet zo moeilijk is en vooral hartstikke leuk.

*Meervoudige waarde:* het uitgangspunt is het creëren van ecologische waarde. Als dat op orde is en succesvol begint te worden, komt er ruimte voor economische en sociale waarden

De *gedeelde waarde* is voornamelijk te zien bij de samenwerking met Live Build. Deze stichting helpt LeD Events in haar streven meer mensen te laten pinnen tijdens festivals en ontvangt daar een bijdrage voor.

De *collectieve waardecreatie* komt tot uiting in de samenwerking met meerdere ondernemingen, zoals een leverancier van LED-verlichting, die meedenkt en nieuwe uitvindingen test, met de afvalverwerkingsdienst en de glazenleverancier.

Het houden van een duurzaam festival kun je niet alleen, alle organisaties waar je mee samenwerkt moeten ook die duurzame insteek hebben.

#### **5. Community**

De community van LeD Events bestaat vooral uit ondernemingen waar al langer contracten mee zijn gesloten. Aan hen is gevraagd zich aan te passen aan het streven evenementen te verduurzamen. Zo zijn er bijvoorbeeld met glazenleveranciers nieuwe afspraken gemaakt over het leveren van glazen gemaakt van PLA in plaats van plastic. Deze hernieuwde samenwerkingen creëren de

ecologische waarde. Daarnaast zijn er samenwerkingsverbanden met goede doelen, waarmee sociale waarde wordt gecreëerd.

De ervaringen tot nu toe laten zien dat het niet voor iedereen mogelijk is om mee te gaan in de verduurzaming. Zo wil het MKB wel verduurzamen, maar heeft het momenteel nog moeite het hoofd boven water te houden. Dit was ook het geval bijvoorbeeld bij een fair food leverancier die de catering verzorgde bij een festival. Het was voor deze fair food leverancier niet rendabel genoeg en het bedrijf moest na twee jaar met de samenwerking stoppen. Tegenwoordig maakt de gemeente steeds vaker deel uit van de community. Zij toont steeds meer interesse in het verduurzamen van evenementen.

## **6. Resultaten**

Het verduurzamen van evenementen heeft veel positieve resultaten opgeleverd. De energierekeningen zijn omlaag gegaan, er is minder CO<sup>2</sup>-uitstoot, minder afval, de velden blijven schoner achter en er worden geen plastic bekertjes meer gebruikt. Toen deze resultaten waren bereikt, richtte LeD Events zich mee op sociale aspecten. Zo is afgelopen jaar een gezamenlijke actie gehouden met de stichting LiveBuild. Deze stichting realiseert duurzame waterprojecten en scholen in Kameroen. LeD Events wilde minder cash geld op evenementen. LiveBuild vroeg op een festival op een ludieke manier aandacht voor het goede doel en stimuleerde de bezoekers tegelijkertijd om meer te pinnen. LiveBuild zou 5% van de pinopbrengst ontvangen. Uiteindelijk steeg de totale pinomzet met 10%. Om te voorkomen dat alle bekertjes op de grond zouden belanden, werden inzamelingsacties gehouden. Kinderen verzamelden de bekertjes en leverden ze in, in ruil voor een muntje.

Financieel gezien heeft het LeD Events uiteindelijk geld gekost. De glaszamelingsacties kostten een paar duizend euro per festival. Daarnaast gingen er natuurlijk grote bedragen naar de goede doelen. Het verduurzamen zal op den duur geld gaan opleveren, daarvan zijn Bert Lagerweij en Theo Dahm overtuigd. Bovendien zorgt het vooral voor een goed gevoel en daar zouden we het volgens de initiatiefnemers voor moeten doen.

## **7. Conclusie**

LeD Events probeert evenementen op een duurzame manier vorm te geven en daarbij tevens een prettigere beleving van het evenement te realiseren. Daarmee wil het bedrijf aantonen dat duurzaamheid ook gewoon leuk is. Dit business model is levensvatbaar en opschaalbaar; verduurzaming gaat steeds belangrijker worden. Gemeenten tonen steeds meer interesse en zullen in de toekomst de duurzaamheid van een evenement veel beter bekijken voordat zij een vergunning verlenen. Evenementen zullen er niet meer aan kunnen ontkomen om te verduurzamen. Volgens LeD Events zouden evenementen elkaar niet moeten zien als concurrenten, maar juist als inspiratiebron, om van te leren en om er zelf beter van te worden.

Er valt nog veel te halen in de deeleconomie!

Adres: Vermeerstraat 34, 6521 LX Nijmegen  
Telefoon: 06 – 132 111 79 (Bert Lagerweij)  
E-mail: [info@conbuquest.nl](mailto:info@conbuquest.nl)  
Website: [www.led-events.nl](http://www.led-events.nl)