

GREEN Meetings®

No. 04 MAJ/JUNI 2016

Modföljer Meetings International No. 65



Karlstads universitet
först med Green Key-märkning

STÖRRE VIKT PÅ NÄRPRODUCERAD MAT **TRENDER** GAMIFICATION
SIGTUNA GÖR SKILLNAD DET PERSONLIGA ANSVARET

MILJÖ- MÄRKTA EVENT

För varje år som går blir de skånska eventen lite grönare. För femte året i rad är Skåne den region i Sverige som haft flest event med Håll Sverige Rents miljömärkning. 2015 godkändes 14 event i Skåne som Miljömärkt Event. Vi är väldigt stolta över de skånska arrangörernas miljöarbete och hoppas på ännu fler miljömärkta event under 2016.
eventinskane.com | hallsverigerent.se



Miljömärkta event i Skåne 2015 • eee2015, Lund • Smarta Hyllie, Malmö • Skånes Matfestival, Brösarp • Nordea Masters, Bara • Junior SM segling, Båstad • Superdupersommar, Malmö • Seglarveckan, Båstad • Europeade, Helsingborg • Ökända, Ven • Malmöfestivalen, Malmö • Hx, Helsingborg • Helsingborg Marathon, Helsingborg • Helsingborg Horse Week, Helsingborg • Social Innovation Summit, Malmö





Ju bättre kockar desto *mindre svinn*

Nu bloggar kockarna på Sigtuna och Arlandas hotell om sina bästa tips för minskat svinn. Varför? Maten har visat sig ha ett större klimatavtryck än energi, tjänsteresor och tvätt sammantaget. Därför måste vi bättre ta tillvara alla goda råvaror och ta ett gemensamt ansvar för att minska svinnet.

Låt dig inspireras
hallbardestination.se



Vi tycker att hönor ska ätas och inte brännas.
Ladda ner vår receptsamling på ekologisk höna på hallbardestination.se

Vi som samarbetar för en hållbar destination är:

1909 Sigtuna Stadshotell, 32 rum & kök, Best Western Arlanda Hotellby, Best Western Park Airport Hotell, Brook Hotels Arlanda, Clarion Hotel Arlanda Airport, Hotell Kristina, Kämpasten, Radisson Blu Arlandia Hotel, Radisson Blu SkyCity Hotel, Rosersbergs slottshotell, Sigtunahöjden Hotell & Konferens, Sigtunastiftelsen Hotell & Konferens, Stora Brännbo Konferens och Hotell, Wenngarn, Stockholm Arlanda Airport samt Destination Sigtuna.

Tillsammans gör *vi* skillnad

Turistnäringen är en växande bransch. Som Sveriges fjärde största hotelldestination och hemkommun till Sveriges största flygplats känner vi i Sigtuna ett särskilt ansvar att säkerställa att utvecklingen sker på ett hållbart och ansvarsfullt sätt. Sedan 2009 har vi därför lagt konkurrens åt sidan för att samarbeta runt hållbarhet. Handling och kunskapsdelning kring frågor som rör klimat, mat och samhälle står i centrum. Målet är att, vid sidan av det egna hållbarhetsarbetet, samarbeta på ett sätt som gör att vi tillsammans kan göra skillnad.

2013 inledde vi en *palmoljejakt*, häng på!

Vi beräknar vår **klimatpåverkan** och minskar aktivt våra utsläpp, det ger effekt.

Vi är först ut att gemensamt *beräkna* matens klimatpåverkan.



Vår satsning på biodling ger honung och bi-drar till **ekologisk mångfald**.

Vi har gemensamt satt upp **laddstolpar** för att våra gäster tryggt ska kunna ta elbilen till oss.



Tillsammans serverar vi cirka 2 miljoner koppar **ekologiskt** kaffe med ekomjolk.

Dessutom är Sigtuna en *Fairtrade City*.

Arlandas **miljöarbete** är världsledande.



Genom Sigtuna Litteraturfestival lyfter vi frågor om ungas läsande,

ytttrandefrihet och demokrati.



Det personliga ANSVARET

Vi skriver år 2016, och visst har mycket blivit bättre kring miljötankande när det handlar om events och andra slags möten.

Sverige är ett av världens ledande länder när det gäller hållbarhet, återvinning och miljötankande inom väldigt många av våra stora arrangemang. Vi är till exempel bra på stora idrottsevenemang, både på att arrangera dem och att förhålla oss till de miljöregler som finns och måste efterlevas. Danskarna ligger dock fortfarande ganska långt före oss när det gäller att marknadsföra sitt land, inte som en grön nation utan snarast som det ledande gröna landet i världen.

Danskarna är dessutom rakt av betydligt smartare när det gäller att bjuda in globala organisationer inom mötesindustrin till Danmark, för danskarna förstår att varje internationellt möte är en kanal för att skapa relationer eftersom mötesdeltagare ofta återvänder till destinationen som turister. Varje internationell gäst ska ges intrycket att det här är landet som sätter det gröna tankandet längst fram i alla sammanhang.

I Sverige har vi ett parti som till och med heter Miljöpartiet, men ser vi några utspel om gröna möten från dem som faktiskt skulle föra de gröna

frågorna inom möten och events framåt? Nej, självklart inte. Vi ser överhuvudtaget inga svenska politiska initiativ när det gäller globala samarbeten inom mötesindustrin, eller ens en enda politiker som på allvar står upp för mötets/eventets hållbara utveckling.

Med vår möteshistoria borde självklart socialdemokraterna, som dessutom är det ledande regeringspartiet med en viss makt fortfarande, driva frågorna om att skapa hållbara möten, ett resultat av ett långsiktigt och fokuserat hållbarhetsarbete för Sverige och landets aktörer i mötesindustrin.

Det finns ett personligt ansvar i alla frågor. Men när det gäller möten och events som bevisligen är kopplat till individers, föreningars, organisationers, företags, staders och Sveriges utveckling hörs ingenting, syns ingenting, görs ingenting. Det finns inte heller något personligt ansvar när det gäller det hållbara mötet. Sigtuna är det stora undantaget och man kan säga: Tack Sigtuna för att ni finns, tänker och agerar.

Svensk-indonesiska **ATTI SOENARSO** har arbetat som journalist i över 30 år. Hon har bland annat jobbat för Skandinaviens största dagstidning, var TV4s första reseredaktör, har skrivit för många resemagasin och haft flera internationella uppdragsgivare. Hon har rest i stora delar av världen och skrivit om destinationer, människor och möten.

GREEN Meetings®

No. 04 MAJ/JUNI 2016

CHEFREDAKTÖR OCH ANSVARIG UTGIVARE Atti Soenarso

atti.soenarso@meetingsinternational.com

PUBLISHER Roger Kellerman

roger.kellerman@meetingsinternational.com

TEXT Roger Kellerman, Atti Soenarso

FOTO Omslag © iStock.com\OJO_Images, Linus Hallgren,

Henrik Sellin DESIGN KellermanDesign.com

REDAKTIONELLA GLÄDJESPRIDARE Bimo +

cellokvartetten + Rod Judkins + Women Deliver

Global Conference 2016 + Anh Lê + Lê Lê

PRENUMERATION Helår (sex utgåvor) 295 kronor

inklusive moms. Vid utlandsprenumeration tillkommer

porto. KONTAKT Meetings International Publishing,

P.O. Box 224, SE-271 25 Ystad, Sweden,

Editorial Office +46 8 612 42 20, Commercial Office

+46 72 551 70 97, info@meetingsinternational.se,

www.meetingsinternational.se TRYCKERI Trydells Tryckeri

– miljöcertifierade enligt ISO 14001 PAPPER Arctic Paper

Munken Lynx 240/100 gram. FSC-märkt papper.

Cert. No. SGS-COC-1693 TYPSNITT Adobe

Berthold Akzidenz Grotesk; DS Type Leitura Display;

Hoefler & Frere-Jones Chronicle Text, Chronicle Display,

Knockout. ISSN 1651-9663



MEETINGS INTERNATIONAL PUBLISHING

Eftertryck av artiklar och annat material, helt eller delvis, förbjuds utan tillstånd från förlaget. Citering uppmuntras däremot, så länge källan uppges.

Site



MPI

Meetings International stödjer ICCA, MPI och Site.



Posten Klimat-ekonomisk Posttidning

Meetings International Publishing använder miljöcertifierat tryck, papper och distribution.



Helena Persson, Maria Kull och Maria Jostéus från Konferensenheten vid Karlstads universitet tillsammans med Lars Alm, Green Key Sverige.

Green Key-märkning STÄRKER KARLSTADS UNIVERSITET

ENHETEN för konferens och evenemang vid Karlstads universitet är den första mötesverksamheten vid landets lärosäten som får en Green Key-märkning.

En logi- eller konferensanläggning med en sådan märkning arbetar aktivt med att minimera sin miljöpåverkan och göra verksamheten hållbar, exempelvis genom tydliga miljöåtgärder.

Green Key är en ledande internationell märkning som idag finns i 50 länder och omfattar närmare 2 400 anläggningar. Märkningen stöds av *World Tourism Organization* och *United Nations Environment Programme*, UNEP.

Stiftelsen *Håll Sverige Rent* har det övergripande ansvaret för att märkningen i Sverige följer de riktlinjer som Green Keys internationella ägare *Foundation for Environmental Education*, FEE, har satt upp.

Att uppfylla Green Key-märkning kan handla om avfallssortering, att minska energi- och vattenförbrukning, att välja miljömärkta rengöringsmedel samt att använda

närproducerade och ekologiskt odlade råvaror.

Därutöver ska anläggningen på olika sätt arbeta med ett socialt ansvar där en hållbar utveckling är i centrum och i samverkan med gäster och andra intressenter.

Även Karlstads universitets leverantörer måste leva upp till vissa krav då det gäller Green Key-märkningen, så att de väljer varor och tjänster som går hand i hand med universitetets hållbarhetspolicy.

– Vi förespråkar till exempel mer hållbar mat till deltagarna, rekommenderar miljövänligt resande till konferenserna och belyser att trycksaker inför olika slags möten kan bli färre, säger Helena Persson, konferenskoordinator vid enheten för konferenser och evenemang.

Det innebär även att i möjligaste mån undvika engångsmaterial i samband med mat- och kaffeservering, något som ställer högre krav på universitetets cateringleverantörer. Till måltider ska vatten på flaska undvikas till fördel för kranvatten.

En del av jobbet då det gäller hållbarhet är redan gjort på Karlstads universitet som kommit en bit när det gäller miljöarbete. Förhoppningen är att arbetet ska kunna tas ännu lite längre för olika slags möten och arrangemang vid lärosätet.

– Enheten för konferens och evenemang vid Karlstads universitet är den första vid ett universitet att få en Green Key-märkning, säger Henrik Alsén, Green Key Sverige.

Han säger vidare att idag är det vanligt att det efterfrågas någon typ av miljöarbete, och ett område där det särskilt tydligt framkommer är i upphandlingsförfrågningar. Dels för företag, dels för kommuner, myndigheter och framför allt vid statliga upphandlingar.

– Intresset för miljömärkningar liknande Green Key växer och det är många verksamheter som vittnar om att miljömärkningen stärker deras verksamhet som helhet, säger Henrik Alsén.



Vem ska driva HÅLLBARHETSFRÅGAN?

BESÖKSNÄRINGEN växer så att det knakar. Vi visar alla upp fantastiska siffror och en tro på framtiden som så väl behövs i vår tid. Men hur ska vi växa?

Med en ökande besöksnäring följer ett stort ansvar att se till att vi utvecklas på ett ansvarsfullt sätt. Samhällsutmaningarna är många. Fler ska in i jobb, och klimatutmaningarna delar vi alla.

Jag tror på kunskapsdelning för att fler ska få modet att agera. Och jag tror också att om vi agerar klokt kan besöksnäringen visa vägen för ett mer hållbart angreppssätt. Men då behövs det även någon person som ansvarar för att säkerställa att hållbarhet på allvar är en del av utvecklingen av svensk turism, möten och events.

Nyligen träffades 40 personer som arbetar för en hållbar turism-, mötes- och eventutveckling. Under två dagar belystes flera angelägna frågor. Det var tredje gången vi träffades i en så kallad Bar Camp i Sigtuna. För mig var det en otrolig upplevelse att än en gång få möta dessa engagerade kollegor i frågor som är så betydelsefulla.

Tjugo frågor stor på agendan och resultatet blev en generös kunskapsdelning som gav mig och många med mig energi att jobba vidare. Det är viktigt.

Några frågor bär jag med mig. I Sigtuna har vi just mätt matens klimatpåverkan. Siffrorna visar att mat på hotell har större klimatavtryck än energi, tjänsteresor och tvätt sammantaget. Hur arbetar vi med det?

Här har våra kockar en utmaning. En del i det arbetet är förstås att minska svinnet. En av våra bästa hållbarhetsinsatser måste vara att välja rätt råvaror och att ta bättre hand om dem. Här kan besöksnäringen bidra med kunskap.

En annan betydelsefull fråga är hur vi bäst kan bidra till att skapa en positiv integration, och vara en del av lösningen för att hjälpa fler personer in på arbetsmarknaden. Här var det uppenbart att viljan finns, men att systemet ofta sätter hinder i vägen. Hur river vi de här hindren? Måste vi ändra systemet?

Men vem ska vi adressera när vi behöver få en ändring till stånd? Något som vi identifierade är att det behövs en tydligare samordning för att besöksnäringen på allvar ska börja arbeta strategiskt med hållbarhet. Det är ett ansvar som vi måste ta. Dessutom är det en möjlighet som vi inte har råd att missa. Sverige har chansen att ta täten med hållbar turism, möten och events. Hållbarhet

får inte vara en parallell nischfråga, utan måste vara en integrerad del av utvecklingen av Sverige som destination.

Låt oss fortsätta att dela kunskap och på så sätt ge varandra verktyg att agera. Ett sätt är att vara medlem i GMIC, *Green Meeting Industry Council Sweden*, en medlemsorganisation som driver hållbarhetsfrågor i mötesindustrin. Ett forum att lära sig av varandra.

Vi står inför många utmaningar. På Bar Campen försökte vi sia in i framtiden och föreställa oss vad framtida gäster ställer för krav på oss. Helt klart är att ett ansvarstagande för våra gemensamma resurser är ett krav som vi måste möta.



Tobias Strömberg, köksmästare

Två Krav-märken till HOTELL KRISTINA

HOTELL Kristina i Sigtuna är den första mötesanläggningen i Stor-Stockholm som uppnår två Krav-märken.

För att kunna ståta med dem måste minst 50 procent av restaurangens årliga inköp vara godkända livsmedel.

– Vi har länge haft som mål att komma upp i minst 50 procent godkända livsmedel och är väldigt nöjda över att vi nu har lyckats med det, säger köksmästare Tobias Strömberg.

Som godkända livsmedel räknas:

- **KRAV**-certifierad. Alla produkter kan tillgodoräknas.

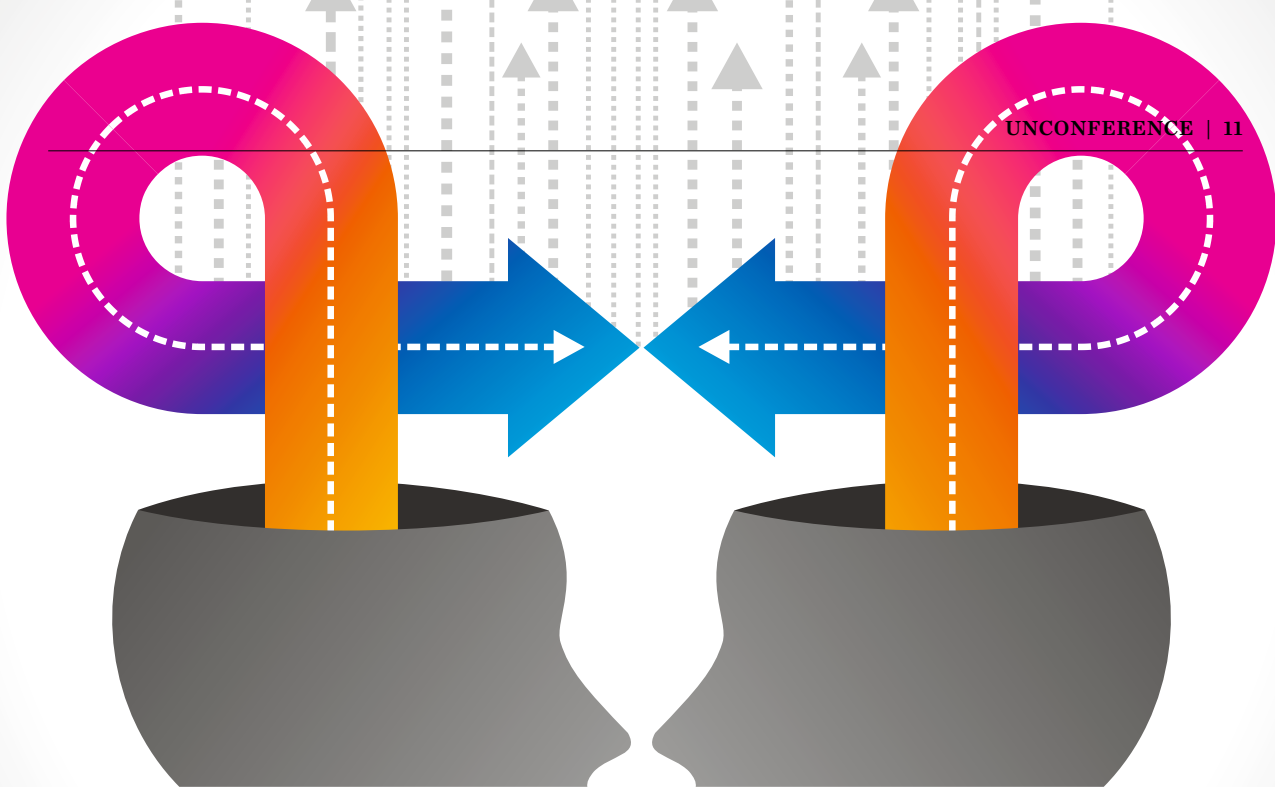
- Ekologiskt certifierad. Vegetabiliska produkter kan tillgodoräknas.
- **MSC**-certifierade produkter.

Hotell Kristina kallar sig för ett Art Eco-hotell. Andreas Olsen, restaurangchef och ägare, säger att hotellets ledord är spänst, kultur och hållbarhet.

– Konceptet innebär att vi har regelbundna konstutställningar och kulturevenemang samtidigt som vi aktivt arbetar med hållbarhet. Att vi nu har två Krav-märken är ett stort steg i vårt miljöarbete och nu ser vi

fram emot ett ännu grönare år, säger Andreas Olsen

Det familjeägda hotellet ligger femton minuter från Arlanda, i Sigtuna stad. Hotell Kristina bär på många minnen från tiden som den anrika internatskolan Sigtunaskolan, men är idag renoverad till en modern plats för möten. Hotellet ägs och drivs av Pernilla och Andreas Olsen.



Bar Camp i Sigtuna KUNSKAPSUTBYTE OCH KONKRETA VÄGAR FRAMÅT

UNDER EN Bar Camp samlas personer som har ett stort intresse för hållbarhetsfrågor inom turism, möten och events. Varken talare eller agenda är bestämda i förväg, istället är det deltagarnas engagemang som formar innehållet. Och det är deltagarna som är huvudaktörer.

Före mötet skickar de in frågor som de funderar över eller vilka områden de vill prata om. När deltagarna väl träffas utbyts kunskap, idéer formas och diskussioner går på högvarv i olika grupper.

Under två dagar bjöd Destination Sigtuna tillsammans med *Green Meetings Industry Council*, GMIC, in till Green Tourism Camp Scandinavia. Bland de 40 deltagarna fanns bland andra representanter från mötes-

industrin, destinationer från norr till söder, högskolor, Visita och Tillväxtverket.

Frågorna som skickats in i förväg varierade, det var allt från ”Vad är en miljövänlig transport?” till ”Vem bär ansvaret för en hållbar turismutveckling när Sverige ska bli en hållbar destination?”. Det resulterade i ett stort engagemang från alla närvarande som generöst delade med sig av sina kunskaper, och nätverkade på hög nivå.

Simon Strandvik är ansvarig för *Green Meetings Industry Council* i Sverige:

– Att hållbarhetsintresserade människor med olika kompetenser och bakgrunder samlas för att sam-

tala om hållbarhet inom en bransch är häftigt.

Han menar att den övergripande viljan är att kraftsamla för att driva hållbarhetsfrågan framåt, och att det är givande att få nya perspektiv och förståelse för utmaningar när flera människor möts i diskussioner.

På frågan vart diskussionerna och samtalen leder till svarar Simon Strandvik:

– Alla 20 sessionerna avslutades med att diskutera vilka vägar som leder framåt. Något mycket konkret som vi enades om var att man önskar en starkare nationell samordning kring hur vi gör ett hållbart Sverige.



Mat på hotell har större klimatavtryck än energi, tjänsteresor och tvätt tillsammans. FOTO Linus Hallgren

Hotell satsar PÅ ATT MINSKA MATSVINNET

SOM FÖRSTA destination i Sverige har Sigtuna och Arlandas hotell beräknat klimatpåverkan från utvalda matråvaror. Framtidens utmaning är klar. Sammantaget har maten visat sig ha ett större klimatavtryck än energi, tjänsteresor och tvätt. Nu satsar hotellet på kunskapsdelning och på att inspirera sina gäster för att minska svinnet.

Sedan 2009 samarbetar Sigtunas och Arlandas hotell för att minska sin klimat- och miljöpåverkan. Fram till nu har fokus legat på att mäta energi, uppvärmning, resor och tvätt. Med hjälp av handlingsplaner har man kontinuerligt minskat sin påverkan samtidigt som antalet gäster ökat.

Inför årets klimatberäkningar beslutade de berörda hotellet att för första gången även inkludera klimatpåverkan från livsmedel som har störst klimatpåverkan generellt, det vill säga proteiner från i huvudsak kött och fisk.

Resultatet är att klimatpåverkan från kött, fisk och skaldjur samt ägg och mjölk totalt har en större klimatpåverkan (2060 ton CO₂e) än från hotellens energianvändning, tjänsteresor och tvätt (1090 ton CO₂e). Nötkött står för den klart största andelen av matens klimatpåverkan.

– Resultatet är en ögonöppnare för oss. Vi har sedan länge metodiskt arbetat för att minska vår klimatpåverkan. Mat är en stor del i upple-

velsen inom turism, möten och events och ska så vara. Eftersom vi vill ta ansvar för vår verksamhet i ett större perspektiv är det viktigt för oss att ta reda på hur maten påverkar klimatet. Nu har vi fått viktig information om var vi bör lägga vårt fokus framöver, säger Camilla Zedendahl, vd för Destination Sigtuna.

Inom samarbetet har ett särskilt kocknätverk startats och våren 2015 gav Sigtuna och Arlandas kokar ut en receptsamling med smakrika recept på höns. Det som en följd av att hönor bränns istället för att ätas.

Under våren har det satts ytterligare fokus på matsvinn och nu publicerar kockarna varje vecka sina bästa tips för att minska svinnet. Bland annat arrangerar Sigtuna en icke-konferens om hållbarhet inom turism, möten och events. Ett 40-tal deltagare från hela Sverige och Åland möts för att dela kunskap och driva hållbarhetsfrågorna framåt. En av frågorna på agendan är matsvinn.

Totalt sett har klimatpåverkan inom Sigtuna minskat trots att antalet gäster ökat med 9 procent mellan år 2014 och 2015. Ser man per gäst minskade klimatpåverkan från 2,7 till 1,6 kg CO₂e. Inkluderar man också maten hamnar klimatfotavtrycket på 4,7 kg CO₂e per gäst. Det är betydligt under ett europeiskt och internationellt snitt som snarare ligger på 10–30 kilo per gäst.

Sedan 2009 samarbetar Destination Sigtuna och 15 hotellanläggningar i Sigtuna och runt Arlanda med målet att skapa en hållbar destination. Som Sveriges fjärde största och snabbast växande hotelledestination och hemkommun till Stockholm Arlanda Airport har Sigtuna ett särskilt ansvar att säkerställa att utvecklingen sker på ett hållbart och ansvarsfullt sätt. Fokus inom nätverket är handling och kunskapsdelning kring frågor som rör klimat, mat och samhälle under motot att tillsammans göra skillnad. Läs mer på hallbardestination.se

Företagen som är med i Destination Sigtunas samarbete för en hållbar destination: 1909 Sigtuna Stadshotell, 32 rum & kök, Best Western Arlanda Hotellby, Best Western Park Airport Hotell, Brook Hotels Arlanda, Clarion Hotel Arlanda Airport, Destination Sigtuna, Hotell Kristina, Kämpasten, Radisson Blu Arlandia Hotel, Radisson Blu Sky City Hotel, Rosersbergs slottshotell, Sigtunahöjden Hotell & Konferens, Sigtunastiftelsen Hotell & Konferens, Stora Brännbo Konferens och Hotell samt Wenngarn.

Sigtuna Meetings FOKUSERAR PÅ HÅLLBARHET

SIGTUNA Meetings har klimatrappor- terat och kompenserat varje år sedan år 2009. Nu har klimatrapporterna för miljöåret 2015 presenterats för Sigtuna Meetings hotell- och mötes- anläggningar Stora Brännbo och Sigtunahöjden.

Företagen, som ägs och leds av Björn Jonzon och Lotta Giesenfeld Boman, har haft hållbarhet i fokus under en lång tid. Anläggningarna blev Svanenmärkta som nummer nio och tio i Norden redan år 1999.

Verksamheternas klimatpåverkan för 2015 har beräknats utifrån ener- gianvändning, förbrukning av köld- media, tjänsteresor och extern tvätt.

För Sigtunahöjdens del uppgick de totala utsläppen från dessa aktivi- teter till 60 ton CO₂e. Det innebär en minskning med 17 ton jämfört med 2014.

För Stora Brännbo, som är en an- läggning från 1950-talet, var motsva- rande klimatpåverkan 125 ton CO₂e, vilket innebär en minskning med 24 ton jämfört med 2014.

– Det är en mycket glädjande ut- veckling. En stor del av minskningen beror på ett aktivt arbete att minska vår energiförbrukning, säger Björn Jonzon, vd för Stora Brännbo.

Stora Brännbo deltar sedan 2014 i EU-projektet *Nearly Zero Energy Hotel*, vilket har fokuserat på att minska energiförbrukningen.

– Hittills är minskningen bara en följd av intrimningen av våra befintli- ga system. Det är när vi så småningom byter till bergvärme och installerar solceller som vi får den verkligt stora minskningen av vår energiförbruk- ning och därmed våra CO₂-utsläpp, säger Björn Jonzon.

Nytt för i år är att även köttets och fiskens klimatpåverkan har beräknats. Det har visat sig bli en ögonöppnare eftersom det visar sig att CO₂-utsläppen från maten är lika stora eller större än de från energiför- brukningen.

Sigtunahöjdens totala utsläpp för kött, fisk och skaldjur under 2015

var cirka 164 ton CO₂e, och för Stora Brännbo 119 ton.

Enligt Lotta Boman, vd för Sig- tunahöjden, ska det genomföras en diskussion kring hur menyerna ser ut, och hur utsläppen kan minskas från den mat som serveras gästerna.

– Frågan är om vi ska börja klimat- kompensera även för de utsläppen? Kanske är det en kostnad som ska belasta kunden? Det leder även till krav på oss som företag att redovisa vad de olika alternativen vi har på vår meny innebär för klimatpåverkan så att vi möjliggör för våra kunder att göra ett aktivt val.

En film om Stora Brännbos väg mot att vara ett nära noll-energihotell finns på youtu.be/8Fgw2PwMjx8



Hållbara trender I MÖTESINDUSTRIN

I EGENSKAP av hållbarhetsrådgivare för mötesindustrin i Sverige var jag på IMEX Frankfurt i våras för att hålla föredrag, men också för att ta reda på vad som pågår runt om i världen. Jag deltog på ett seminarium av *Green Meetings Industry Council*, GMIC, och MCI om trender inom hållbarhet specifikt för mötesindustrin. Det var ett mycket intressant seminarium och jag slogs av tanken att vi i Sverige har kommit långt, men samtidigt händer det väldigt mycket i flera andra länder.

En tydlig trend runt om i världen är att många mötesplatser och hotell lägger allt större vikt på **närprodu- cerad mat**. Under seminariet lyftes ett specifikt hotell i Bangkok där de jobbar mycket nära det lokala sam- hället för att kunna erbjuda närpro- ducerad mat. Genom att skapa nära samverkan med lokala odlare skapas ett mervärde för hotellet, och det är en trend som vi ser över hela världen. Häftigt.

En annan trend inom den globala mötesindustrin är att matsvinn upp- märksammas i allt större utsträck-

ning. Fler initiativ tas för att donera överbliven mat och mycket fokus läggs på att effektivisera distributio- nen. En insats som uppmärksam- mades var hotellkoncernen Nordic Choice arbete med att minska stor- lekarna på tallrikar för att på så sätt minska matavfallet, men inte påverka kundnöjdheten. Inget nytt för oss, men det börjar ta fart på andra stäl- len.

Att visa **kvalitet** framför kvantitet kring mat sprider sig på många håll inom mötesindustrin. Roger Simons, GMIC, menar också att färre, fast bättre och mer hållbara alternativ är rätt väg att gå, och det är något som många aktörer lyckas med. Självklart måste man kommunicera det till besökare och gäster.

En spännande utveckling i andra delar av världen är att många aktörer oftare mäter avtryck med vatten, **water footprint**, hellre än energi, eftersom det är mer applicerbart. Kanske inte riktigt aktuellt i Sverige på samma sätt, men i många andra länder är vatten en bristvara och ger en större direkt insikt.

Det talas också mycket om **gami- fication**, att sätta hållbarhet i en praktisk tävling. Genom att göra anställda delaktiga i olika hållbar- hetsutmaningar genom tävlingar ökar förståelsen och medarbetare blir mer engagerade. Det tror jag inte bara är en trend för mötesindustrin, utan något som med full kraft slår igenom i många andra branscher för att öka intresset.

En viktig del i hållbarhetsarbetet är att **mäta**, och att fortsätta med det. Det var ytterligare en trend som lyftes fram under seminariet. Mäta, mäta, mäta, så att man ser effekt. Som exempel visades Oracle Open World. De visar *vad* de mäter och vad de gör bra, men också vad de vill bli bättre på. Helt transparent och företaget i sig har många andra bra historier. Därtill presenterade GMIC tre priser för framstående hållbarhetsarbete. Om dem kan du läsa på organisatio- nens globala hemsida.



Svanenmärkta möten i Linköping!



Konsert & Kongress
Konsistoriegatan 7
582 22 Linköping

Tel: 013-190 00 50
Mail: konferens@arenabolaget.se
arenabolaget.se



ARENABOLAGET

Med känsla för upplevelsen!