En bild som visar text

Automatiskt genererad beskrivning

**BarCamp 2021**

Årets ”unconference” om samarbete för hållbarhet i svensk besöksnäring, 18-19 oktober, 2021

**SESSION 1 - Digitalt vs. fysiska möten (Innovationslabbet)**

Skillnader föreligger för internationellt vs svenskt resande - Hur ser det ut framåt - allt viktigare att ställa sig frågan ifall man får delta fysiskt/resa? Nu fullt ös med bokningar, men digitala möten är effektiva.

Vad blir värdet för partners och sponsorer om folk vill delta digitalt? Hur skapa värde?

Vår roll som kravställare blir allt viktigare.

Hur kan vi ställa om affärsmodeller? Specialisering och fokus snarare än att springa på allt. Våga ta betalt.

Visit Sweden - kongress och event, större draghjälp behövs.

Medvetandegöra effekten av att locka större evenemang och vilken effekt det får för destinationen och lokalsamhället, andra aktörer osv. Idag bristfällande samordning.

Resande kan påverka klimatet, men kan samtidigt bidra till social hållbarhet. Besöksnäringen är motorn för många regioner. Stora möten och kongresser kommer leva kvar men det kommer ställas högre krav på innehåll, organisation runt omkring, infrastruktur och tydligt syfte.

Vad är vår näring bra för? Lyfta värdet av vår näring för social hållverksamhet. Exempel under pandemin är hur arbetslösheten går upp när vår näring har slagits omkull. RIktade satsningar behövs från myndigheters håll.

Format kan förändras och hur kan vi hitta en affärsnytta för digitala deltagare?

Möjligheter i;

Employer branding.

Utveckla nya roller som vi kan ta betalt för.

Kommersiella team istället för parallella silos.

Hubbar

Ta betalt för arbetade timmar och inte ge bort vår tid och arbete som många av oss gjort tidigare (ex projektledning)

Bokningsbolagens/venue finders framtid? För inköpare - viktigt, bl a för statistik. Kommer sannolikt leva kvar.

Syfte och mål blir mer centralt, större krav från deltagarna på hur de spenderar sin tid. Kunder förstår att det kostar pengar att skapa digitala och hybrida event och man kör färre, men bättre, event och är beredd att betala för det.

Man kan skapa hållbara möten på flera sätt - vad kostar det fysiska mötet sett ur ett större perspektiv? Vi vill inte flyga in föreläsare från andra länder utan de kan delta digitalt. Gäster kan däremot med fördel delta fysiskt.

Nya perspektiv, ny input. Visar på mervärden med att vara i Sverige. Gemensamhet, samhörighet, USP:ar, hållbart, nära till allt, samarbeten osv. Fördelen med små destinationer - närhet.

Innovation - konceptutveckling - produktuveckling.

Vi blir alltmer rådgivande och kan erbjuda nya tjänster idag, i form av t ex körproducenter, digitala eventdesigners osv.

**SESSION 2 - HÅLLBARA INVESTERINGAR, klimat, socialt och ekonomiskt (Innovationslabbet)**

Best practice Sigtuna - projekt kring solenergi 2017/2018 på lokala anläggningar. 4 av 10 st var redo att ställa om - sen ställde pandemin till det dessvärre. Sågs som stora och långsiktiga investeringar för klimatet.

Best practice: byte av servrar  gjorde stor skillnad för energiförbrukningen.

Transparens mellan lokala aktörer - ex Destination Sigtuna där anläggningar och aktörer arbetar tillsammans och delar erfarenheter och kunskap istället för att fokusera på “vi” och “dom”.

Mätningar kan göras inom X kategorier och med tydlig kravställning.

Arbetsgivare, social hållbarhet - hur kommuniceras detta till potentiella framtida kollegor?

Involvera barn & ungdomar kring olika fokusområden, t ex matsvinn. Exempel - plastinsamling (plocka skräp) av barn från utsatta områden i Sigtuna användes av dem för att skapa konstverk (djur) till lokala vernissager på hotell osv. Det gav stolthet och skapade medvetenhet.

Hållbara transporter - elbilar och transporter som görs nattetid. Elbåt.

**SESSION 3 - NUDGING (Innovationslabbet)**

Ex: Gröna Lund. Hur man sätter menyn, skapar mer attraktiva val (genom mer attraktiva namn i menyn på hållbara alternativ t ex).

Gamification som medel.

Ex fortkörningsböter gick till en pott som sedan lottades ut bland de som passerade samma plats och inte körde för fort.

Prissättning - bättre val ger bättre pris.

Ställa krav på leverantörer och partners.

Shaming och att man hänger ut aktörer som inte agerar hållbart, ex hotell i Gbg.

Hur hanteras matsvinn på Karlstad CCC? Gästerna får ta med det som blir över från fikapausen hem. Man kan också skänka till behövande/ välgörande organisationer.

Hur får vi ut budskap till våra gäster? Defaultläge ska vara mer hållbara alternativ, man får göra ett aktivt val för att t ex lägga till kött t ex.

Belöningar - finns det alternativ till finansiell kompensation? Det ska kännas omtänksamt.

Visualisering och medvetandegöra gästers påverkan, t ex på skärmar (klimatpåverkan: din lunch). Vi vill få till en dialog. Från värdskap till gästskap. Vilka förväntningar finns på gästerna?

Ex: Tekniska museet ger en påse jord från deras mullmaskin, skapad på rester.

Transporter: Tåg till Nordbygg från större städer (chartrade), som stannar i Älvsjö. Städer kan bjuda på resekort till internationella kongresser.

Hur kan vi ställa krav på transportleverantörer, t ex SJ? Infrastruktursproblem. Risk för att kongresser förläggs i Centraleuropa.