

22 augusti – Beteendeförändringar/nudging

1. Inom vilket område som kan Besöksnäringen göra störst skillnad – Var är det mest sannolika att vi kan nudga? Biff? Boendet? Transporten? Hur?

- Klimatmärk meny
- Lägg icke-hållbarval längst ner
- Meetx väljer boende efter hållbarhetsarbetet och länkar till hotellets hållbarhetsarbete när deltagarna ska välja hotell.
- Stora webportaler som är kopplade till en destination som du slussas till tex Visit Sweden, Meet the locals, Turistrådet – där de hålla valen ska valen vara tydliga.

Det är en utmaning att sätta ramar för de stora aktörerna och ibland måste vi göra skillnad. Vi vill vara delaktiga i någon som känns bra i magen.

2. Organisations/företagsperspektiv – skapa engagemang internt – leverantörer/medarbetare

Det gäller att hitta varje avdelnings varför? Hur kan medarbetarna bidra utifrån sin roll/avdelning?

Det handlar om att leva sin värdegrund/vision.

Det går att väga in hållbarhetsvinkeln i de flesta värdeorden – lär sig leva sina värderingar.

3. Tydliga verksamhetsmål som stor utifrån dessa värdeord. Var ska vi vara om 10 år som litar med vad vi måste göra utifrån hållbarhetsperspektiv utan att nämna hållbarhetsordet. Genom backcasting som är visionsledd – Varje insats vi gör ni ska genomsyras av organisationens varför. Vilka resurser behöver vi för att ta oss till målet?

Befogenhet - ha förtroende inom företagets gränser – det handlar om organisationskultur.

Skriv ett kontrakt – Code of conduct med samarbetspartners

Vad triggas individer på din arbetsplats i samband med utvecklingssamtal.

Tydliga ramar – visioner att luta sig på.

Allt ska inte vara ett val, du skapar ramarna. Alla vill bli sedda som medarbetare.

Hur kan man skapa en stärka kommunikationen till att man vill göra rätt?

Våga ta beslutet att ta de jobbiga besluten –

Berätta varför – vi har valt att ta beslut för att ... med en tydlig koppling till hälsa/löpning

Använda bilder

Inspireras av Trailloppen

Ta med din egen t-shirt som vi trycker på.

Tänka utifrån vad man får, inte vad man inte får.

Samarbeten – tjänster i stället

Prata inte hållbart – prata god mat, vad det innebär

- Utnyttja kraften i den lokal - Nu ska vi visa dem, vet ni vad vi gör? Jämförelser skapar beteendeförändring konkurrenter emellan.