

Sverigebilden

Barcamp 2024 – noteringar

Hur står vi oss i Sverige?

- Nu kommer CSRD – vilka utmaningar ser vi i andra länder? Är utvecklingen snabb eller långsam? Matsvinn är också ett fokusområde.
- Karolina YH: Vi har en bild av Sverige som ett hållbart land, men efter GSTC-konferensen fick jag ett nytt perspektiv. Trots våra hållbara städer ligger länder som Singapore och även Spanien och Estland långt före oss på många områden.
- Vi är dåliga på att kommunicera vad vi gör. Ibland kan vi inte ens hitta det där köttet (hållbarhetsmärkt). Vi är rädda för att göra fel.
- Meetex: Hur arbetar anläggningar internationellt? I Sverige ligger vi långt fram i hållbarhetsarbetet, och det reflekteras i de internationella möten vi arrangerar. Våra matalternativ och låga alkoholkonsumtion på konferenser får mycket beröm av internationella besökare.
- Karolina: På mindre skala ser vi hållbarhetsinitiativ som Oceanhamnen, en hel stadsdel byggd för hållbarhet. Köttfrågan ligger dock kvar på en mindre skala.
- Holland och Danmark har kommit långt, men länder som Italien och Spanien har en del att ta igen. Vi kan lära oss av varandra, och goda exempel finns i stadsdelar över hela Sverige.
- Jakob: Generellt sett är bilden av Sverige negativ på grund av kriminalitet, men den turistiska Sverigebilden är fortfarande bra. Dock börjar andra länder gå om oss.
- JP: Framtiden är osäker. Vi har haft hundra år av lagstiftning på områden där andra länder agerar frivilligt. Vi ska vara stolta över vårt ledarskap, men politiska förändringar kan snabbt rasera mycket av det vi har byggt upp.
- Japanska företag visar intresse för att etablera sig i Sverige.
- Simon: I Sverige har vi kollektivavtal och strukturer som möjliggör bättre arbetsvillkor jämfört med andra länder. Vi har även märkningar som EU-blomman. Men ju längre söderut man går i Europa, desto svårare blir det att ställa samma krav.
- Klimato jobbar internationellt med matsvinnsmärkning och har blivit större internationellt än i Sverige, men deras fokus ligger nästan uteslutande på klimatfrågan.
- Colin: Sverige ligger i framkant. Även Irland har börjat införa pant på dryckesförpackningar.

Globala tendenser

- Sverige har fortfarande ett bra rykte när det gäller hållbarhet, men andra länder som Costa Rica har nationella strategier för att positionera sig globalt. Sverige saknar en tydlig målbild från regeringen.
- Koranbränningarna i Sverige anses vara ett tillfälligt problem enligt Svenska Institutet, men händelser som dessa kan påverka Sverigebilden internationellt.
- I övriga Europa ser vi en ökad polarisering, inklusive nazifieringstendenser. Vi har länge varit vana vid att ses som ett neutralt och vänligt land, men det kan ändras med påverkan från internationella trollfabriker.

Hållbarhet vid evenemang

- Eurovision genererar stora utsläpp på grund av resor, men arrangörerna är inte intresserade av att genomföra en klimatberäkning. Att servera helvegetariskt gör inte en stor skillnad ur ett klimatperspektiv jämfört med resorna.
- På Taylor Swift-konserter är det ibland billigare för besökare att flyga från USA än att delta lokalt, vilket också ökar utsläppen.
- Vi ser fler evenemang fokuserade på att driva beteendeförändringar, men det behövs tydliga krav för att säkerställa att de verkligen gör skillnad.

- För lokalinvånare kan det vara en fördel att erbjuda VIP-biljetter vid stora evenemang för att minska tröttheten på turister, liksom hur Amsterdam hanterar sin "eventtrötthet."
- För att certifieras enligt Greentime's standard för att uppnå certifieringen Hållbart Evenemang måste evenemangsarrangören uppfylla tydliga mål och krav. Detta inkluderar mätning av koldioxidutsläpp samt säkerhets- och hälsokriterier. Intresset för Greentime växer inom Europa.
- Nobelfesten är ett exempel där man räknat ut att 99,7% av utsläppen kom från flygresor. Detta väcker frågor om vilka signaler vi sänder ut, även vid prestigefyllda evenemang.
- Sverige gör ett bra jobb med att dela erfarenheter och främja hållbarhet genom certifieringsprogram som Svanen och EU-blomman. Det är viktigt att inte tappa fart i den riktningen.

Utmaningar och möjligheter framåt

- Ungdomsbarometern visar att intresset för miljöfrågor har minskat bland unga.
- Stora företag, som Volvo Cars, har backat på sina klimatmål. Polestar presterar inte som förväntat, och Northvolt har utmaningar. Helsingborg kanske inte når sitt mål att bli klimatneutralt till 2030.