

LÄRANDE ENHET 1

VAD ÄR "MILJÖANPASSNING" FÄRDIGHETER?

KVALIFICERING PÅ EQF-NIVÅ	2
VARAKTIGHET	2 timmar

Läranderesultat	Kunskap	Färdigheter	Befogenheter
LO1 K1: Undersök hållbarhet inom en verksamhet och kunna arbeta inom ett team för att kommunicera hur grön kompetens omfördelats till uppgift och kompetens	<p>Du vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definiera rekommendationer som stöder resurseffektivitet. Beskriv hållbarhetsprinciper Identifiera rekommendationer för att minska avfallet och främja återvinning Lär dig att hållbarhet passar inom verksamheten Lär dig att hållbarhet passar inom HORECA-företag 	<p>Han/ hon kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Uttrycka förståelse för hållbarhet i affärs- och samhällssammanhang Koppla hållbara och gröna strategier till potentiella färdigheter och uppgifter 	<p>Han/hon är ansvarig för:</p> <ul style="list-style-type: none"> Arbeta inom ett team för att kommunicera hur gröna färdigheter och strategier överförs till uppgifter och färdigheter
LO2 K3: Förstå hur hållbarhet passar in i verksamheten. Sammanfatta lokala, regionala och nationella standarder för grön certifiering	<p>Du vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> Förklara lokala, regionala och nationella standarder för grön certifiering Tillhandahåll internationella, regionala och nationella standarder för grön certifiering samt FN:s mål för hållbar utveckling samt turism och målen för hållbar utveckling Tillhandahåll digitala verktyg som kan hjälpa till med grön kompetens och hållbarhetspraxis 	<p>Han/ hon kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Skilja grön kompetens från andra uppgifter inom verksamheten Samla in relevanta publikationer för att hålla dig uppdaterad om grön kompetens med HORECA-sektorn lokalt, nationellt och inom Europa 	<p>Han/hon är ansvarig för:</p> <ul style="list-style-type: none"> Välja digitala verktyg som finns tillgängliga för att hjälpa till med grön kompetens och hållbarhetspraxis Arbeta självständigt för att införliva grön kompetens i arbetsuppgifter
LO3 K4: Analysera hur hållbarhet passar in i Horeca-verksamheten	<p>Du vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> Skapa mallar för att hjälpa företagare att bli "gröna". 	<p>Han/ hon kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Förklara hållbarhet inom ett företag och ett samhällssammanhang Tolka myndigheters och industrins rapporter om grön kompetens och hållbara strategier 	<p>Han/hon är ansvarig för:</p> <ul style="list-style-type: none"> Spridning av aktuell information och praxis om grön kompetens till interna aktieägare

ENHETSINNEHÅLL

Syftet med enheten är att ge grundläggande kunskaper till studenterna om "Greening" -betydelse. Ämnet är utformat för att hjälpa studenter att känna igen rekommendationer som stödjer hållbarhet och effektivt förstår arbetsgivarens engagemang för hållbarhetsprinciper. Ämnet kommer också att lägga fram rekommendationer som stöder en minskning av avfallet och främjar återvinning.

De bevis som läraren använt kommer att baseras på teoretiska föreläsningar, praktiskt arbete, individuell uppgift, presentationer av studenter, gästföreläsningar, workshops, videor, PPT och så vidare.

I slutet av enheten kommer studenterna att bedömas genom några frågor som ingår på dessa sidor. Frågorna kommer att vara ett generellt fokus på teoridelen och bidra till att få de verktyg som krävs för att få den praktiska delen när det gäller det framtida jobbet.

INFÖRANDET

Grön teknik eller även känd som ren teknik, är tillämpningen av miljövetenskap som hjälper till att bevara den naturliga miljön och dess resurser och därmed minimera de negativa effekter som människor har på den.

Enbart teknik avser tillämpning av kunskap för att skapa varor eller tjänster som underlättar och tillgodoser människors behov.

Grön teknik är nära förknippad med hållbar utveckling.

En del av dessa tekniker används för återvinning, vatten- och luftrening, gasrening, hantering av fast avfall och förnybar energi.

Under de senaste decennierna har återvinning i allt högre grad installerats i människors samveten, vilket gör den till ett världsomspännande fenomen som ökar. Återvinning är en av grundaktiviteterna i konceptet grön teknik, som uppmuntrar människor att återanvända saker som kan användas som papper, kartong, burkar, bland annat.

Vatten är en av de viktigaste resurserna för överlevnad. Det täcker 71% av jordens yta, 97% är saltvatten, 3% är färskt och endast 1% är i flytande tillstånd.

Därför är det mycket viktigt att öka medvetenheten inom vattenvården för att se till att den håller i framtiden, försöka minska förbrukningen och skapa vattenreningsanläggningar.

Med hjälp av denna gröna teknik kan du få återvinna vattnet i stora mängder och därmed minska förbrukningen, en annan befintlig teknikrelaterad till detta är att konvertera saltvatten till färskt.

I dag har förnybar energi blivit av yttersta vikt, det beror på att de kan återanvändas, förutom att de inte förorenar och de koldioxidutsläpp som skickas till atmosfären blir mindre.

Denna typ av energi kan produceras naturligt av naturliga föremål som trä, solenergi, vind och biogas bland andra.

En annan typ av grön teknik som används för kök är användningen av livsmedelskvarnar eftersom de minskar ansamlingen av avfall, minskar utsläppen av förorenande gaser och gör det möjligt att omvandla matavfall till biogas så att dessa i sin tur genererar el.

Sensorerna betraktas också som grön teknik eftersom de är enheter som kan mäta fysiska mängder och omvandla dem till elektriska signaler. Det kan finnas närvaro, temperatur, ljussensorer, bland andra.

Därför betraktas dessa sensorer som intelligenta system eftersom de styr många saker på ett hotellrum och i sin tur är vänliga mot miljön eftersom det stänger av lampor och TV-apparater när de är på och ingen är i rummet.

På samma sätt, med hjälp av temperatur- och beläggningssensorerna, när gästen lämnar rummet, stiger eller faller temperaturen enligt detta klimat för att inte förorena och öka användningen av elektrisk energi.

Dessutom, idag finns det en ny teknik för att belysa det kallas LED (Light Emitting Diodes), detta nya ljus möjliggör en besparing av ljus, bortsett från att de lyser mer och håller längre än ett gemensamt fokus.

Denna teknik tillämpades också på TV-apparater, tidigare de första TV-apparaterna förbrukade mycket el eftersom de arbetade med glödlampor, men dessa utvecklades som plasma-TV, LCD och numera LED-apparater, vilket gör att TV-apparater kan konsumera mindre elektrisk energi, vilket är en mer miljövänlig elektrisk enhet.

Som det visade sig utvecklas tekniken ständigt, blir mer och mer vänlig mot miljön och bidrar till dess bevarande.

1. Ett grönt erbjudande inom gästfrihet

Ett grönt erbjudande inom gästfrihet behagar i allt högre grad miljöälskare. Ekologisk mat, återanvändning av vatten, energibesparingar genom naturlig belysning och ventilation, gym med energiproduktionsmaskiner och infrastruktur byggd på återvinningsbara

material är det autentiska förslag med vilket hållbara hotell inte bara försöker behaga gästen utan eka i klimatfaktorn.

På detta hotellalternativ innehåller fler och fler hotell miljövänlig teknik, men det är fortfarande en inte särskilt utvecklad trend, det finns några hotell som redan hanterar avloppsvatten, återanvänder vatten som dusch för växter, men låt oss säga att det inte är hotellens allmänna, särskilt moderna, som byggs och förra generationen tar hänsyn till den typen av saker, solpaneler för vattenuppvärmning, teknik som är mer miljövänlig, men vi kunde inte säga att dessa hotell redan är "gröna".

1.1 Vad gör ett hotell hållbart?

Ett hotell beläget mitt i naturen "är inte nödvändigtvis ett naturvänligt hotell, det är mer, det kan vara mitt i naturen och vara ett angrepp på naturen, så det är dess konstruktiva form, den typ av teknik som det använder för vattenåtervinning, fast avfallsseparation, vattenuppvärmning, det är det som gör det hållbart.

Ett tydligt exempel ges av ett hotell i Colombia där de 92 år gammal med Gaviria-blackouten började leta efter alternativ eftersom de klippte ljuset. Sedan dess har de börjat arbeta med hur man får solpaneler eller någon annan alternativ energikälla och bestämde sig för att göra hotellet, som inte påverkade miljön med driften eller dess konstruktion.

Biohotel har vertikala trädgårdar på fasaden och inuti är det grönt var du än tittar, men dess gäster får en speciell rundtur för att förstå lite mer om dess drift, bord är gjorda av komprimerad kartong, bomullen är ekologisk i mat i trädgården (sallad, tomater, äggplanter och alla örter som används i vår restaurang och bar), terrass, paneler, människor är fascinerade och beundrar det.

På ett typiskt grönt hotell utförs en process för separation av sopor för att göra det renare, där det inte finns några lukter och där ett företag samlar allt avfall, även de organiska i utbyte mot att ta emot det gödningsmedel som används i planteringsanläggningar.

2. Restauranger, då?

Förutom hotell blir restauranger mer och mer "vänliga" nuförtiden. Det viktigaste för en miljövänlig restaurang är att vara väldigt smart i matsvinnet. För att minska matsvinnet använder de flesta restaurangchefer teknik. De använder till exempel digitala lagerverktyg som Peachworks eller BevSpot. Programvara skickar varningar till dina

smartphones om det är nära utgångsdatum. Det finns också ett realtidslager så att du inte överbeställer.

Ett annat viktigt faktum är att donera surplus food: det är mycket miljövänligt att donera användbar mat så att inget av det går till spillo. Det är en positiv press för din restaurang! En del av att bli miljövänlig innebär att minska energiförbrukningen. För att minska energianvändningen kan du välja energieffektiva apparater. Det finns Energy Star-logotyper som använder mindre energi utan att påverka prestandan.

För att "gröna" ditt företag måste du dessutom servera ekologisk mat, men ekologisk är inte den enda faktorn som påverkar matens hållbarhet. Organic och hållbart går inte alltid ihop, eftersom faktum om andra matalternativ och praxis är möjliga:

Enligt många konsumenter anses servering av lokal mat vara ett av de bästa alternativen för din hållbara restaurang. Försök också att minska plastförpackningarna med hjälp av till exempel produkter som kommer i förpackningar med återvunnet innehåll. Ett alternativ skulle vara att använda biologiskt nedbrytbara eller komposterbara material som sockerrör, bambu eller PLA-plast. Dessa material används inte starkt eftersom många ägare tror att de är av låg kvalitet men många alternativ lika hållbara som plast. Till exempel förbjuder många städer över hela världen sugrör av plast som ersätts av PLA-plast och papperssugrör är två bra substitut för traditionella sugrör av plast. Vissa städer har också förbjudit användning av plastpåsar, så du bör överväga att byta till miljövänliga påsar också.

Dessutom kan erbjuda många vegetariska och veganska alternativ inte bara vara ett bra miljövänligt alternativ utan hjälper också till att öka populariteten bland konsumenterna. Att föredra växtbaserad mat i stället för miljöintensiva produkter som kött skulle kunna minska miljöskadorna. Ur annan synvinkel kan skaldjur för närvarande inte certifieras ekologiskt. Det finns hållbara fisk- och skaldjursalternativ listade på Blue Ocean Institute eller Monterey Bay Aquariums "Green" -listor. Försök att undvika GMO-produkter och leta efter andra hållbara livsmedelsetiketter.

3. Recycling-principer på plats

I HORECA-miljön finns det många företag som hjälper till att kontrollera ditt lokala avfall och återvinning som kan återvinnas. Det beror vanligtvis på politiken i varje land. I allmänhet, i de flesta stater, plast, glas, papper, kartong och aluminium kan alla återvinnas. Många stater erbjuder återvinning även för andra föremål:

elektronik, trasig köksutrustning, batterier, glödlampor, färger, kemikalier och mer. Vissa länder tillåter också att avfallsprodukter omvandlas till biodiesel eller återanvändbar energi. För att börja söka efter vad som kan vara dina alternativ kan du söka efter Earth 911.

Det är viktigt att fokusera uppmärksamheten även på resources och certification för gröna restauranger som hjälper dig att använda eko-metoder och kolla in dina resurser. Den ideella organisationen The Green Restaurant Association (GRA) erbjuder certifieringar för restauranger som använder hållbara policyer. Green Business Network är ett amerikanskt program som hjälper ditt etablissemang att framgångsrikt komma in på den konkurrenskraftiga gröna marknaden. Snart får du ditt namn på National Green Pages där gröna konsumenter enkelt kan nå dig. handdukar istället för pappershanddukar, miljövänliga rengöringsmedel och undvikande av kemiska produkter. Ångrengöring kan vara ett användbart alternativ för golv och mattor. Försök också att undvika att skicka uniformer och /dukar till städare som använder kemikalier!

4. Minska föroreningarna

Om du tror att ditt etablissemang inte kan påverka föroreningarna har du fel. Det finns många saker du kan ändra för att bidra positivt till miljön. Hur är det med anställda? De kan stimuleras genom att använda mindre bil och mer buss, samåkning, cykel för att gå till jobbet och ge dem de nödvändiga verktygen för att använda dem, till exempel en cykelförvaring nära kontoret och en dusch. Köp alternativa bränslefordon eller hybrider ger också en alternativ bränslestation.

5. Överväg hållbar inredning

Dekoration kan också vara hållbart, till exempel kan du placera ekologiska växter och blommor i din anläggning och även dukar sängkläder för servetter och dukar. Du kan försöka undvika engångsartiklar i papper och plast. Återanvänd inredningsdetaljer som bord, stolar och i allmänhet möbler gjorda av förnybart trä som bambu eller FSC-certifierat trä. Försök att köpa ekologisk bomull, inte konventionella bomullstextilier.

Att bli grön är ett bra sätt att locka konsumenter. Så informera dina möjliga konsumenter och locka dem. Gröna metoder ses inte alltid av människor, så se till att du sprider rösten. Sociala medier kan hjälpa till i denna avsikt och fira och marknadsföra Earth Day på din restaurang!

6. Fallstudier

6.1. Fallstudie I

Spice Island Beach Resort, Saint George, Granada. Spice Island Beach Resort ägs av Sir Royston Hopkin och hans familj, och är ett lyxigt resmål för gäster som vill koppla av och njuta av den naturliga skönheten på "Spice Island". Resorten ligger bara en kort promenad från den berömda stranden Grand Anse och syftar till att slå samman och samexistera med öns inhemska miljö. Anläggningen använder solvärme, avsaltningsanläggningar och alla typer av energibesparing. Aktiviteter för att maximera bevarandet av ön, såsom rengöring i samhället, plantering av nya träd eller användning av klorfria pooler, är av stor betydelse. Dessutom är rökning - även elektroniska cigaretter - helt förbjuden på hela orten, som strävar efter att främja förnyelsen av kropp och själ.

6.2. Fallstudie II

Lefay Resort & SPA Lago di Garda, Gargnano, Italien. Beläget i hjärtat av Riviera dei Limoni, har de olika strukturerna i denna femstjärniga resort integrerats i sluttningarna av kullen för att minska spridningen av energi och värme. Hotellet lägger all sin uppmärksamhet på välbefinnande, ett återkommande tema och närvarande i hotellets mat, atmosfär och lugn. I inredningen har lokala material använts, medan den yttre strukturen har höjts med respekt för landskapet och den omgivande miljön. Hotellet samlar regnvatten och hanterar avfall på ett hållbart sätt. Denna vackra art deco resort har fått högsta möjliga ackreditering inom ekoturism: ECO-certifieringen i avancerad ekoturism. Resorten ligger på en privat udde mellan Cairns och Port Douglas och är aktivt involverad i en miljöåtervinningsprocess. På en fastighet på 58 hektar inbjuder Thala de äldste i Kuku Yalanji-samhället att förklara för gästerna särdragen i deras kultur; från medicinska växter till hur man gräver marken för att leta efter mat i busken.

Försök att hitta något mer om dessa hotell och forskning om dess affärsplan, med fokus på ekoverktyg och hur de utnyttjas. Det kan vara intressant att betona den investering som dessa hotell har nått med denna typ av verksamhet.

6.3. Fallstudie III

Restaurang *Les Cols*: Girona, Katalonien

Denna plats inspirerar inget mer med sin omgivning, omgiven av ett poetiskt landskap genom vilket *floden Fluvia* rinner i strömmar that rockdiners utanför Les Cols.

Att respektera traditionen och årstiderna denna referent av restaureringen, ger det bästa av varje säsong på ett ansvarsfullt sätt. Ett ekologiskt kök i lugn och ro med sin omgivning och sitt liv.

Du behöver inte uttrycka överdådighet i ditt rum, intensiteten i skönheten i dess exteriör och smaken kombineras i en upplevelse som är värd att komma ihåg.

Lyx är företaget under en filt eller i skuggan av träden som befolkar flodstranden, detta är möjligt tack vare en picknick med sina korgar där den identifierande tätningen av dess gastronomi återspeglas genom produkten.

Utöver denna möjlighet erbjuder huset två avsmakningsmenyer att välja mellan. Båda är baserade på maten som inte restes, de produkter som ges i din trädgård och de som är typiska för landsbygden i La Garrotxa.

6.4 Fodral Study IV

Restaurang *Uncommon Ground*: Chicago, USA

År 2013 utsågs den till den grönaste restaurangen i världen av Green Restaurant Association för att ta den lokala till nästa nivå, eftersom den har den första certifierade ekologiska gården i USA, där många ingredienser kommer från. Dryckesalternativen är också gröna, eftersom öl erbjuds från det första ekologiska bryggeriet i delstaten Illinois, som donerar 5% av vinsten till olika CSOs.

7. Svara på följande frågor

1. I vilken utsträckning används grön teknik? Välj rätt 3 alternativ:

- a) Förorening
- b) Vatten- och luftrening
- c) Återvinning
- d) Koldioxidutsläpp
- e) Förnybar energi

2. Beskriv med få ord innebörden av återvinning. Which beskrivning är den mest lämpliga?

- a) Återvinning förorenar miljön
- b) Återvinning hanterar vattenvård
- c) Återvinning uppmuntrar människor att återanvända saker

3. I vilka termer omfattar gästfrihet miljövänlig teknik? Välj 2 korrekta alternativ

- a) Använd solpaneler
- b) Använda smarta TV-apparater
- c) Använda elektroniska enheter
- d) Återanvänd vatten som dusch för växter

4. Vad gör ett hotell hållbart? Välj de 3 rätta alternativen

- a) Mångfald
- b) Plats
- c) Trädgårdar
- d) Bomull

5. På vilka sätt kan en restaurang betraktas som miljövänlig? Välj 2 korrekta alternativ.

- a) Bojkotta OGM-produkter
- b) Använd sugrör av plast
- c) Servera lokal mat
- d) Använd biologiskt nedbrytbara produkter

6. Vilka är de viktigaste politikområdena som används av många länder över hela världen?

- a) Kasta lokalt avfall
- b) Undvik certifieringar
- c) Förvandla avfallsprodukter till biodiesel
- d) Plast kan återanvändas
- e) Batterier kan återvinnas

7. Hur kan du välja en hållbar inredning decor? Välj 2 alternativ

- a) Utöka föroreningarna
- b) Använd plast
- c) Använd förnybart trä
- d) Använd vanlig färg
- e) Köp ekologisk bomull

Vanliga frågor och svar vanliga frågor och svar

1. Hur kan jag stödja minskningen av avfall och främja återvinning?

Vatten är en av de viktigaste resurserna för överlevnad, ras medvetenhet i vatten och att skapa vattenreningsanläggningar. Omvandla saltvatten till färskt, låt matavfall omvandlas till biogas så att dessa i sin tur genererar el. Dessutom, temperatursensor och beläggning som när gästerna lämnar rummet, temperaturen stiger eller faller enligt klimatet. LED (Lysdioder) lyser mer och håller längre än ett gemensamt fokus.

- 2. Hur kan jag börja göra mitt hotell till en Biohotel?**

Det finns många Biohotels över hela världen som använder grön fasad, komprimerade skåp, ekologisk bomull. Sopor utförs för att göra det renare utan lukter och inget kemiskt gödningsmedel används för växterna.
- 3. Vilket digitalt verktyg kan jag använda för att vara väldigt smart i matsvinn?**

Du kan använda digitala lagerverktyg som Peachworks eller BevSpot. Programvara skickar varningar till dina smartphones om det är nära utgångsdatum. Det finns också ett realtidslager så att du inte överbeställer.
- 4. Vilka är de bästa alternativen för att skapa en hållbar restaurang?**

Servera ekologisk och lokal mat anses vara ett av de bästa alternativen för att bli en hållbar restaurang. Det är också mycket viktigt att minska plastförpackningar och använda biologiskt nedbrytbara material som sockerrör, bambu eller PLA-plast. Dessutom erbjuder de flesta restauranger många vegetariska och veganska alternativ.
- 5. Finns det företag inom HORECA-industrin som hjälper till att kontrollera lokalt avfall och återvinning?**

Du kan börja söka efter Earth 911 och Green Restaurant som också hjälper dig att använda ekopraxis och kolla in dina resurser. "Green Business Network" är ett amerikanskt program som hjälper ditt etablissemang att framgångsrikt komma in på den konkurrenskraftiga gröna marknaden.



Project acronym: ENVIRECA
 Project name: "Greening" apprenticeships in the HORECA industry
 Project code: 2018-1-IT01-KA202-006773

Document Information

Document ID name: LEARNING MATERIALS UNIT 1
 Document title: LÄRANDE ENHET 1
 Output Type: Project Management and Implementation
 Date of Delivery: 07/07/2019
 Activity type:
 Activity leader: Dalarna University
 Dissemination level: Confidential

Document History

Versions	Date	Changes	Type of change	Delivered by
Version 1.0	07/07/2019	Initial document		DU

Disclaimer

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Add one of the following:

[for materials developed in the context of project's intellectual outputs]:
 The project resources contained herein are publicly available under the [Creative Commons license 4.0 B.Y.](#)

[for Project Management and Implementation materials]:

This document is proprietary of the ENVIRECA Consortium. Project material developed in the context of Project Management & Implementation activities is not allowed to be copied or distributed in any form or by any means, without the prior written agreement of the ENVIRECA consortium.

LÄRANDE ENHET 2

"MILJÖANPASSNING" INTERN KOMMUNIKATION

KVALIFICERING PÅ EQF-NIVÅ	4/5
VARAKTIGHET	9 timmar

Läranderesultat	Kunskap	Färdigheter	Befogenheter
K4 LO1: Undersök hållbarhet inom en verksamhet och kunna arbeta inom ett team för att kommunicera grön kompetens och överföra dem till uppgift och kompetens.	<p>Du vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kommunicera arbetsgivarens hållbarhetsprinciper, uppdrag eller mandat Avfalls- och återvinningspolitik Lokala och regionala avfalls- och återvinningsregler. 	<p>Han/ hon kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lär dig företagets principer för andra via flera kommunikationskanaler Omvandla data till representationer förståeligt för interna målgrupper 	<p>Han/hon är ansvarig för:</p> <ul style="list-style-type: none"> Beskriva spridning av lokala regler om hållbarhet och grön kompetens till interna och externa aktieägare Arbeta inom ett team för att kommunicera hur gröna färdigheter och strategier överförs till uppgifter och färdigheter.
K5 LO2: Använd digital kompetens för att kommunicera data, rapporter och annan information till en rad interna aktieägare.	<p>Du vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> Hur man kommunicerar hållbarhetsprinciper, lokala och regionala regler som ska meddelas aktieägarna 	<p>Han/ hon kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Förklara företagets principer för andra via flera kommunikationskanaler Syntetisera och tolka data för att rapportera rekommendationer om resurseffektivitet, avfallshantering, återvinning och andra hållbara metoder efter behov 	<p>Han/hon är ansvarig för:</p> <ul style="list-style-type: none"> Arbeta i ett team för att visa hållbarhetskoncept för interna kunder Arbeta både självständigt och inom ett team för att säkerställa digital kompetens för kommunikation gröna mandat
K6 LO3: Analysera hur hållbarhet passar in i Horeca-verksamheten.	<p>Du vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> Skapa mallar för att hjälpa företagare att bli "gröna" 	<p>Han/ hon kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Utveckla kreativa lösningar för att sprida "grön" information till interna och externa aktieägare Använd digitala färdigheter för att kommunicera data, rapporter och annan information till en rad interna intressenter 	<p>Han/hon är ansvarig för:</p> <ul style="list-style-type: none"> Arbeta självständigt för att uppnå kommunikationsmål för interna målgrupper Kunna arbeta i ett team för att (digitalt) kommunicera implementering av hållbara metoder inklusive grön

			upphandling, avfallshantering och underhållsaktiviteter
--	--	--	---

ENHETSINNEHÅLL

Syftet med enheten är att ge studenterna kunskap om "Greening" intern kommunikation. Ämnet är utformat för att hjälpa studenterna att förstå hur man kommunicerar arbetsgivarens hållbarhetsprinciper till interna intressenter. Studenterna kommer att lära sig att arbeta i ett team för att kommunicera implementering av hållbara metoder inklusive grön upphandling, avfallshantering och underhållsaktiviteter.

De bevis som läraren använt kommer att baseras på teoretiska föreläsningar, praktiskt arbete, individuell uppgift, presentationer av studenter, gästföreläsningar, workshops, videor, PPT och så vidare.

I slutet av enheten kommer studenterna att bedömas genom några skriftliga prov, Q & A. Frågor kommer att vara ett generellt fokus på teoridelen och bidra till att få de nödvändiga verktygen för att få den praktiska delen om framtiden.

INFÖRANDET

Hållbarheten i den gröna industriella revolutionen har påverkat många miljögrupper i att engagera medarbetarna i designen och främja ett starkt engagemang för omvärlden. För att göra det är det viktigt att följa några viktiga steg: definiera vad hållbarhet betyder för företaget och det värde som ges till det; hjälpa anställda att tolka hållbarhet enligt sina funktioner; utarbeta en övergripande kommunikationsstrategi, definiera den strategi som används via olika kommunikationskanaler, till exempel hållbarhetsrapport. Att utgått börja med den interna dimensionen bidrar till att upprätta omfattande extern kommunikation och förverkliga intressentvärdet.

Ett stort antal företag har nu startat hållbarhetsprogram med strategier och kompetenser. Ett viktigt första steg skulle vara att involvera sociala, ekonomiska och miljömässiga visioner för att uppnå social rättvisa och biologisk mångfald. Dessa aspekter är bundna eftersom miljöskyddet kan förbättra livskvaliteten som stöder den ekonomiska utvecklingen. Det globala förvaltningsinitiativet (GEMI) utvecklar en modell som stöder utvecklingen av värdeposition med tre huvudsakliga hållbara vägar för att öka aktieägarvärdet:

- Direkt engagemang för den ekonomiska utvecklingen: intäkter för avfallsmaterial, förbättra arbetstagarnas produktivitet och kontinuitet i verksamheten, öka och möjliggöra tillträde till nya marknader.
- Direkt bidrag till värdeskapande faktorer, förutom finansiella rapporter som att förbättra kundupplevelsen, minska ägandekostnaderna, nå eget gott rykte, stimulera innovation.
- Bidrar indirekt till aktieägarvärdeskapande värde för externa intressenter som samhällen, utveckla tillsynsmyndigheter och intressegrupper. Intressenters intryck påverkar företagets rykte, relationer och samtycke till att verka.

1. Employers hållbarhet

Företagens engagemang i miljöprestanda måste delas med kunder som betonar effektiv kommunikation, förbättrar marknadspositionen, attraherar och behåller omtänksamma och begåvade medarbetare för att lönsam påverkan på miljön.

Det mesta av trycket på hållbarhet kommer utifrån genom socialt ansvarsfulla fonder, analytikertjänster som ökar aktieägarnas resolutioner och investerarakтивism. Detta fokus rör sig bort från vad som är den viktigaste resursen för företaget, "humankapitalet", vilket driver marknadsvärderingen av företag runt om i världen. Hållbarheten som riktar sig till medarbetarna har idag lägre prioritet och som ett resultat förstår många medarbetare inte hållbarhet och dess fördelar och äkthet.

Att bygga interna "gröna" kommunikationer innan du investerar i extern kommunikation kan ge många fördelar:

- Kanalisera kommunikation genom anställda som har etablerat trovärdighet med interna och externa intressenter.
- Konsekventa meddelanden som leder till en tydlig förståelse från intressenternas 1990-1999.
- Bättre internt engagemang och förståelse för att skapa strategiskt värdeskapande av hela arbetsstyrkan.

Framgången för en eventuell kommunikationskampanj beror dock på de anställdas intresse för ämnet. För att öka intresset bland personalen skulle en bra utgångspunkt vara behovet av en strategisk kommunikationsstrategi och inrättandet av en tvärfunktionell grupp som skulle vara att sprida all nödvändig information om företagskommunikation, investerresurser och miljöhälsa och miljösäkerhet.

Emily Rabin i sin *Inside Out: Sustainability Communication Begins in the Workplace*, delar uppå nyckelåtgärder för att förbättra miljöfrågorna för anställda och etablera ett effektivt internt kommunikationsprogram:

- Lös bristen på en gemensam förståelse för innebörden av "hållbarhet". Numera förväxlas denna term normalt med andra ord som "ansvar" och "medborgarskap" som kan förvirra publiken. För att uppnå detta mål, se till att

språket är kopplat till affärs målet så att medarbetarna kan se det som ett affärsåtagande;

- Utarbeta ett positioneringsuttalande som uttrycker vad företaget bör göra för att engagera sig för hållbarhet, vad som gynnar samhället, företaget och individen;
- Det budskap som ges måste vara begripligt genom olika typer av funktioner som mänskliga resurser, försäljning och marknadsföring, statliga förbindelser. Diskursen måste vara bekant för varje funktion och förbättra företagets prestanda. Denna typ av kommunikation kommer att översätta värdet till interna och externa intressenter, till chefer och aktieägare;
- Multiplikatoreffekter baseras på att använda hållbarhetskommunikation genom interna gatekeepers som är bekanta för den interna och externa publiken. Använder till exempel ägarens nyhetsbrev och fortsätter meddelanden som upprätthåller medarbetarnas medvetenhet. Genom att förbättra kommunikationsnätverken kan ett företag nå organisk tillväxt i acceptansen av hållbarhet.

Enligt dessa koncept bör teamet anta en strategi för att stödja idén om hållbarhet under åren. Varje företag bör ha en plan med några viktiga steg att följa:

- Följ publikens förståelse och mottaglighet och fundera över hur värdeerbjudandet kan tillämpas på dem;
- Kommunikationsmålen måste vara mätbara och omdefinieras vid behov.
- Anta utbildningsprogram, broschyrer, rapporter etc....
- Förfina ofta strategin.

För entusiasmen hos medarbetare, chefer och all personal är det mycket viktigt att utforma intern kommunikation på många nivåer och tydlig för individen, verksamheten och företaget. När medarbetarna har äventyrats med frågan kan företagen realisera affärsvärdet av hållbarhet.

2. Digitala verktyg för att bli "gröna"

Idag ser många företagare hållbarhet som en viktig verksamhet som påverkar deras affärsriktningar. När de behöver fundera över hur man ska bli grön är det första man bör tänka på att minska miljöpåverkan. En utgångspunkt skulle vara att fokusera på konsumenten och försöka komma in i "gröna" digitala verktyg. Att vara på den här typen av marknad kan forma målgruppen och hjälpa till att bli grön på kortare tid.

Många moderna appar kan hjälpa ditt eget företag att bli grönt. Det finns en detaljerad lista nedan:

- Gröna Anden. iTunes med många projekt för att ta itu med till exempel hur man kan minska företagets pappersanvändning eller plastkatalog som går djupt in på varför det finns siffror på plastflaskor och varför det kanske inte kan återvinnas i ditt område;

- GoodGuide iTunes som är gratis och har streckodsläsare för att kontrollera miljöpåverkan av en specifik produkt;
- Carbon Tracker iTunes, gratis app som beräknar ditt koldioxidavtryck baserat på hur mycket du reser och du kan ställa in mål för att minska dem;
- Green Outlet iTunes förutsäger din elräkning och koldioxidavtryck. Appen kan beräkna hur många timmar per dag du använder apparater, såsom mikrovågsugn, kylskåp etc.
- Green Gas Saver iTunes är gratis och varnar dig om dina körvanor och ljud om du accelererar för snabbt eller tar en sväng för hårt;
- Find Green iTunes är en gratis app med fokus på lokal mat, wellness, kontor och landskapsarkitektur. Det gör det möjligt att välja typ av transport och bestämma sig för att gå till fots, cykel eller bil. Konsumenterna kan föra in gröna företag i databasen.
- Locavore är appen som berättar vad som för närvarande är i säsong i din region så att du kan bestämma dig för att minska ditt koldioxidavtryck. Det innehåller också recept som använder krydda ingredienser och visar dig lokala bonde där du kan köpa dessa ingredienser.

3. SVARA PÅ FÖLJANDE FRÅGOR

1. What is GEMI?
 1. Global Manager Initiative
 2. Global management initiative
 3. General Manager Implementation

1. Vad skulle företaget använda för att tolka hållbarhet?
 - a) Vänta tills de anställda har engagerat sig i frågan.
 - b) Använd bara en kommunikationskanal för att definiera strategin.
 - c) Använd en hållbarhetsrapport för att definiera strategin

2. Vilka är fördelarna med att bygga interna "gröna" kommunikationer?
 - a) Skapa en kommunikationskanal utan medarbetare.
 - b) Involvera externa intressenter före de interna.
 - c) Kanalisera kommunikationen genom medarbetarna först och främst

3. Innebörden av hållbarhet förväxlas normalt av anställda med
 - a) Ansvar och medborgarskap.
 - b) Miljö och medvetande
 - c) Grönhet och ekologisk

4. Vilken plan måste varje företag följa?
 - a) Intresse bland medarbetare, utbildningsprogram, rapporter och en tydlig strategi;
 - b) Intresse bland intressenter, frågor till chefer, rapporter och höga strategier;

- c) Intresse bland chefer, rapporter om hållbarhet
5. Green Genie hjälper företag att
- a) Skanna streckkoder och kontrollera produkternas miljöpåverkan
 - b) E-tar upp hur man kan minska pappersanvändningen och plastanvändningen.
 - c) Bestämmer vilkentyp av mat som för närvarande är i säsong i din region

4. Vanliga frågor och svar vanliga frågor och svar

1. Hur kan jag börja bygga "grön" intern kommunikation i mitt företag?

Det är viktigt att följa några viktiga steg: definiera vad hållbarhet betyder för företaget och det värde som ges till det; hjälpa medarbetarna att tolka hållbarhet enligt sina funktioner, utarbeta en övergripande kommunikationsstrategi, definiera den strategi som används via olika kommunikationskanaler, till exempel hållbarhetsrapport. Att utgått börja med den interna dimensionen bidrar till att upprätta omfattande extern kommunikation och förverkliga intressentvärdet.

2. Vilka är de tre viktigaste hållbara vägarna att öka aktieägarvärdet?

- Direkt engagemang för den ekonomiska utvecklingen: intäkter för avfallsmaterial, förbättra arbetstagarnas produktivitet och kontinuitet i verksamheten, öka och möjliggöra tillträde till nya marknader.
- Direkt bidrag till värdeskapande faktorer, förutom finansiella rapporter som att förbättra kundupplevelsen, minska ägandekostnaderna, nå eget gott rykte, stimulera innovation.
- Bidrar indirekt till aktieägarvärdeskapande värde för externa intressenter som samhällen, utveckla tillsynsmyndigheter och intressegrupper. Intressenters intryck påverkar företagets rykte, relationer och samtycke till att verka.

3. Vilka är fördelarna med att bygga interna "gröna" kommunikationer?

- Kanalisera kommunikation genom anställda som har etablerat trovärdighet med interna och externa intressenter.
- Konsekventa meddelanden som leder till en tydlig förståelse från intressenternas 1990-1999.
- Bättre internt engagemang och förståelse för att skapa strategiskt värdeskapande av hela arbetsstyrkan.

4. Vilka är de viktigaste begreppen Emily Rabin använder i sin *Inside Out: Sustainability Communication Begins in the Workplace?*

Lös bristen på en gemensam förståelse för innebörden av "hållbarhet"; utarbeta ett positioneringsuttalande som uttrycker vad företaget bör göra

för att engagera sig för hållbarhet, Ett tydligt budskap till personal, försäljning och marknadsföring, statliga relationer, användning av ägarens nyhetsbrev och fortsatta meddelanden som upprätthåller medarbetarnas medvetenhet.

5. Vad kan jag göra för att förstå konsumenten och ha min målgrupp?

En utgångspunkt skulle vara att ange "gröna" digitala verktyg. Att vara på den här typen av marknad kan forma målgruppen och hjälpa till att bli grön på kortare tid. Många moderna appar kan hjälpa ditt eget företag att bli grönt. Till exempel Green Genie som hjälper till att minska företagets pappersanvändning eller plastkatalog eller GoodGuide iTunes som är gratis och har streckodsläsare för att kontrollera miljöpåverkan av en specifik produkt.

REFERENSER

Inifrån och ut: Hållbarhetskommunikation börjar på arbetsplatsen, Emily Rabin, 2005. Mätvärden, standarder och ESG Disclosure: i den föränderliga världen av ESG. Modererad av Joel Makower, 2019.

Green teknik i gästfrihet industrin, Gagic Snjezana, 2013



Project acronym: ENVIRECA
 Project name: "Greening" apprenticeships in the HORECA industry
 Project code: 2018-1-IT01-KA202-006773

Document Information

Document ID name: LEARNING MATERIALS UNIT 2
 Document title: LÄRANDE ENHET 2
 Output Type: Project Management and Implementation
 Date of Delivery: 07/07/2019
 Activity type:
 Activity leader: Dalarna University
 Dissemination level: Confidential

Document History

Versions	Date	Changes	Type of change	Delivered by
Version 1.0	07/07/2019	Initial document		DU

Disclaimer

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Add one of the following:

[for materials developed in the context of project's intellectual outputs]:
 The project resources contained herein are publicly available under the [Creative Commons license 4.0 B.Y.](#)

[for Project Management and Implementation materials]:

This document is proprietary of the ENVIRECA Consortium. Project material developed in the context of Project Management & Implementation activities is not allowed to be copied or distributed in any form or by any means, without the prior written agreement of the ENVIRECA consortium.

LÄRANDE ENHET 3

"Miljöanpassning" Konsumenter/Gästinteraktioner

KVALIFICERING PÅ EQF-NIVÅ	4/5
VARAKTIGHET	9 timmar

Läranderesultat	Kunskap	Färdigheter	Befogenheter
K7 LO1: Identifiera digitala färdigheter som kan användas för att sprida hållbara metoder med konsumenter och externa intressenter	<p>Studenten vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lär dig sätt att interagera med konsumenter och sprida hållbara metoder 	<p>Studenten kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskutera företagets miljöpolicyer och hållbara policyer med externa kunder. Välj digitala metoder som kan användas när du interagerar med externa intressenter om hållbarhet. 	<p>Studenten ansvarar för:</p> <ul style="list-style-type: none"> Arbeta med interna kollegor för att samla in relevant information för externa kunder
K8 LO2: Förklara för externa intressenter hur man engagerar sig i positiva hållbarhetsstereotyper.	<p>Studenten vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> Använd digitala färdigheter när du interagerar med externa intressenter om hållbarhet inom verksamheten 	<p>Studenten kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Använd digitala färdigheter för att tillhandahålla och presentera bevis på hållbara metoder för externa kunder Förklara/försvara hållbara policyer som är lämpliga för externa kunder Föreslå och lär kunderna om positiva hållbara metoder, inklusive, men inte begränsat till återvinning, energianvändning, avfall och vattenhantering 	<p>Studenten ansvarar för:</p> <ul style="list-style-type: none"> Redovisning av egna eller andras åtgärder i samband med företagets hållbarhets- och miljöpolicyer

<p>K9 LO3: Analysera, försvara och förklara hållbara policyer som är lämpliga för externa kunder</p>	<p>Studenten vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Främja potentiella områden där de kan utbilda externa intressenter att engagera sig i positiv hållbarhetspraxis. 	<p>Studenten kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analysera och förklara företagets miljöpolicyer med externa kunder • Presentera bevis på hållbara metoder för externa kunder 	<p>Studenten ansvarar för:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ta ansvar för externt kundengagemang avseende främjande av hållbarhetsrutiner inom företaget
--	--	---	---

ENHETSINNEHÅLL

Syftet med ämnet är att ge studenterna kunskap om hur de kan interagera med kunder och intressenter för att sprida hållbara metoder och strategier, lära sig potentiella hållbarhetsområden där de kan utbilda externa intressenter. De bevis som läraren använt kommer att baseras på teoretiska föreläsningar, praktiskt arbete, individuell uppgift, presentationer av studenter, gästföreläsningar, workshops, videor, PPT och så vidare.

I slutet av enheten kommer studenterna att bedömas genom några skriftliga prov, Q & A. Frågor kommer att vara ett generellt fokus på teoridelen och bidra till att få de nödvändiga verktygen för att få den praktiska delen gällande det framtida jobbet.

INFÖRANDET

Intressentengagemang anses vara en av de viktigaste faktorerna som möjliggör en grön affärsmodellstransformation. Framgången inkluderar topphanteringsstöd; Personalens egenmakt. Incitament. belöningar; Samarbeten. Effektiv kommunikation. vara proaktiv, interagera tidigt med kunder; Bygga relationer; förstå kundernas behov; Partnerskap. underlätta olika tjänster.

För att nå en hög grön affärsmodell (GBM) är det viktigt att betona kundernas roll och fokusera på fem viktiga element (Abuzeinab & Arif, 2013a, 2013b) enligt följande:

- Förslag om grönt värde (GVP), vilket innebär gröna produkter och tjänster som kan locka kunder;
- Målgrupper (TG), de målklienter som de vill adressera till.
- Nyckelaktiviteter (KA), aktiviteter för att skapa värde för kunder;
- Nyckelresurser (KR), materiella, immateriella och mänskliga tillgångar som ger kunderna värde
- Finansiell logik (FL), bedömning av de medel som används i affärsmodellen

Intressentengagemang anses vara en av de viktigaste faktorerna som bidrar till att underlätta odlingen av GBM med fokus på mänskliga tillgångar, chefer, personal, leveranskedja och kunder.

Chinyio och Akintoye (2008) avslöjar att intressenter är personer som känner intresse och påverkar en organisation. De ansvarar för att utveckla och upprätthålla relationer inom organisationen.

1. Sprida hållbara metoder i gästinteraktioner

Företag som engagerar sig med sina intressenter är mer benägna att få vissa fördelar (Rodriguez-Melo & Mansouri, 2011; von Meding m.fl., 2013), såsom hållbarhetsfördel, större motivation och image, bättre tjänster, enklare tillgång till ekonomiskt stöd, innovation och marknadsutveckling.

Två huvudtyper av intressenter kan särskiljas som agerar i intern och extern praxis. De interna metoderna tillämpas för att engagera chefer och personal och som kan namnges på följande sätt: högsta ledningsstöd; Personalens egenmakt. Incitament. belöningar; samarbeten och effektiv kommunikation.

Högsta ledningsstöd möjliggör kommunikation mellan olika nivåer. En person från en konsultgrupp uppger till exempel att det finns en miljöchef som rapporterar initiativ och praxis och detta sker eftersom den strategiska nivån förstår vikten av miljöprestanda.

Det finns många sätt att öva engagemang när det gäller personalens egenmakt, till exempel fortsatt utbildning, medvetenhet, slutfärdighet tillsammans med incitament och belöningar. Den interna engagemangspraxisen är effektiv kommunikation och en organisation som äger rätt konversation kan vara perfekt för engagemang.

Efter att ha presenterat resultaten från interna intressenter även på de föregående sidorna kommer det viktiga nästa steget för denna enhet att vara att fokusera på externa metoder för engagemang från berörda parter. Det senare kan till exempel vara att förstå klienter och interagera med dem; vara proaktiv, kommunicera effektivt, matcha och underlätta olika tjänster. Att förstå kunder och deras behov är ofta förknippat med att vara proaktiva och matcha deras krav. Om de är proaktiva kan de förstå och känna igen kundernas behov och hitta det bästa sättet att arbeta med dem.

Carter och Rogers talar om "den strategiska, transparenta integrationen och uppnåendet av en organisations sociala, miljömässiga och ekonomiska mål i den systematiska samordningen av viktiga inter-organisatoriska affärsprocesser för att förbättra den enskilda organisationens långsiktiga ekonomiska prestanda och dess leveranskedjor".

Dessa två författare lyfter fram vikten av att integrera hållbarhetskonceptet i affärsprocessen genom att leveranskedjan ger målet att uppnå långsiktiga ekonomiska fördelar. Den hållbara leverantörskedjan har i uppdrag att uppnå sociala och miljömässiga prestationsmål, men ett bra utbud av kedjehållbarhet kan endast uppnås om varje deltagare arbetar tillsammans för att uppfylla kundernas och intressenternas krav. För att göra detta måste organisationer ge mervärde till intressenter och använda naturresurser, uppnå ett hållbart flöde av produkter, tjänster, information och kapital, vilket gör det möjligt för externa intressenter att samarbeta mellan olika kedjedeltagare.

Organisationen påverkas alltid särskilt av externa faktorer som myndigheter, samhälle och investerare. Olika drivkrafter kan påverka beslut i leverantörskedjan, till exempel kan media påverka beslut om social dimension. Exempel skulle vara tvångstryck, normativt ad mimetiskt tryck. Tvångstryck utövas av regeringen, tillsynsmyndigheter och myndigheter. Normativa påtryckningar kommer från icke-statliga organisationers, fackföreningars och samhällets hållbarhetsociala skyldigheter. Mimetiskt tryck sker när konkurrenter antar hållbarhetsrutiner och organisationer ombeds att vidta dessa åtgärder. Institutionella påtryckningar kan påverka organisationer i antagandet av hållbarhetsinitiativ.

2. Digitala färdigheter för att attrahera externa intressenter

Teknik är en enorm möjlighet att bygga starkare relationer med kunder och förbättra intern effektivitetskommunikation genom digitala kanaler. Tekniken kan bidra till att anta en flerkanalskommunikationsmetod som minskar personaltrycket.

Kunder uppmuntras att anta kommunikationskanaler som portaler, sociala medier, e-post och livechattar så att personalen kan spendera mindre tid på telefonen och minska kostnaderna. Kunder kan helt enkelt använda en av onlinekommunikationsmetoderna och skicka förfrågningar snabbt när som helst.

Dessutom uppmuntras kunderna att använda portalen för att komma åt dokumentation, ta upp frågor och förfrågningar, granska förbättringar och använda betalning för tjänster. Det ger en post av kommunikation där kunder och leverantör kan kontrollera referenser för tidigare konversationer. En portal kan också finnas tillgänglig på smartphones eller surfplattor och det kan tas ett extra steg för problem som är praktiska för dem. E-postmeddelanden används för att kommunicera uppdateringar och det kommer att finnas tillgängligt ett system som skickar poster och förfrågningar automatiskt. Enkla frågor och livechattar tas av personalen via snabbmeddelanden som gör det möjligt att interagera med mer än en kund åt gången. Chatbot-teknik hjälper till att boka och kan utvecklas på dina egna kanaler och även på externa plattformar som Facebook och Messenger. Chatbots har en låg kostnadsnivå både i interaktion och kommunikationsmetod. Online-undersökningar får också feedback från kunder genom frågeformulär och uppmuntrar till en enklare interaktion.

Den digitala kommunikationen lyckas om den nya tekniken fungerar med befintliga affärskritiska system. Digitala verktyg kan till exempel avgöra hur kundkommunikation överförs till arbetsflödessystem och översätts till uppgiftsallokering.

En IT-specialistkonsult med djup kunskap kommer att se till att de kanaler som används är de lämpligaste för organisationen. Denna specialist kan bedöma effektiviteten hos kommunikationsverktyg för att fortsätta att bättre möta kundernas behov. När det gäller konsumenten stödde resultaten tanken att en bra kommunikation, särskilt med hjälp av digitala verktyg, kan påverka konsumenternas val (Hu, 2012; Goldstein, Griskevicius och Cialdini, 2007).

3. "Greening" kunder i hotellbranschen: en studieforskning

Litteraturen avslöjar ambivalenta resultat när det gäller konsumenternas vilja att stödja miljöpraxis. Chan (2013) säger till exempel att konsumenterna är villiga att betala för gröna hotellmetoder genom premiumpriser och samtidigt upptäcker Millar och Baloglu (2013) att vissa konsumenter tycker att grönt hotell bör ta ut mindre pengar. Vissa kunder har en stor känsla av miljöism och denna grupp är mer benägen att betala mer för gröna hotell. En annan viktig faktor är attityden och beteendet hos konsumenter som är villiga att betala för gröna produkter men normalt köper icke-gröna (Olson, 2013). Kanske ges detta resultat till kompromisser som alltid används för gröna tjänster som lägre kvalitet, minskad prestanda, mindre bekvämlighet etc... (Luchs et al.,2010).

Efthalia Dimaras, Emmanouela Manganaris och Dimitris Skuras undersökning om *konsumenternas vilja att betala premie för gröna hotell:Fakta eller modefluga?*, visar att en betydande del av de 194 respondenterna skulle anta ett program för återanvändning av handdukar på hotell men utan att behöva betala mer. Dessutom hävdar de att de bör kompenseras med lägre priser. Resten av de svarande, som inte är villiga att återanvända handdukar på hotell, motiverar sitt svar med hygien- och renlighetsskäl.

4. "Greening" kunder inom restaurang- och cateringbranschen: hur man överlever i den långsiktiga tjänsten

Miljövänlighet verkar vara en viktig faktor även inom restaurang- och cateringbranschen. Särskilt inom cateringbranschen är konsumenterna mer medvetna om återvinningsbara produkter och förbjuder icke återvinningsbara förpackningar som plast. Den lokala matbanken kan också bidra till att minska matsvinnet och hållbara dieter kan bidra till att nå en hög nivå av kunder inom den gröna industrin.

Foodservice kan agera differentierande av produktutbudet, till exempel bygga kundlojalitet stimulera efterfrågan och investeringar och / eller förbättra personalens motivation med hjälp av lägre och samma kostnadsingredienser, ompröva kostnader.

Hållbara dieter är omgivna av många myter, en framför allt är att hållbara dieter kostar mer. Trots det kan det bli dyrare att köpa kött än att köpa växtbaserade ingredienser. Andra myter tyder på att kunder bara är intresserade av pris, inte hållbarhet och att det finns en enorm brist på förståelse inom livsmedelsindustrin och statliga incitament för att göra det möjligt för restauranger att misskreditera ohållbara dieter.

Det finns olika punkter som kan användas för att vända sig till externa intressenter som konsumenter:

- Utbilda till byggd efterfrågan: berätta för kunderna varför du väljer hållbara dieter;
- Investera i hållbara leverantörskedjor;
- Fråga dig själv om kunder är intresserade av var din mat kommer ifrån och hur den tillverkas;
- Samarbeta för hållbara dieter: bortom nollsumme konkurrenskraft för att främja fördelarna;
- Agee en branschomfattande definition av hållbara dieter

Foodservice-företag vill överleva i den långsiktiga servicen och för att förbereda dem för framtiden är det viktigt att se till att deras produkter är redo för morgondagens kunder och att deras leveranskedjor är redo och motiverade för framtiden. Press kommer från kunder, kunder och investerare som behöver skapa på menyn av livsmedelsleverantörer stora som små.

1. SVARA PÅ FÖLJANDE FRÅGOR

1. Vad är TG?
 - a) De målklienter som de vill adressera till;
 - b) Målplats där den hållbara praktiken är etablerad.
 - c) De viktigaste aktiviteterna för att skapa värde för klienter.

2. Vilken grupp ingår i interna intressenter?
 - a) Kunder och aktieägare.
 - b) Chefer och personal;
 - c) Kunder och personal.

3. Vilka är principerna för att etablera externt intressentengagemang? Välj två alternativ.
 - a) Förstå klienter och interagera med dem;
 - b) Utvärdera chefers och personals prestationer;
 - c) Kommunicera effektivt.

4. Vad är en chatbot-teknik?
 - a) Det är en boknings- och interaktionsmetod;
 - b) Det hjälper till att hitta din restaurang;
 - c) Det hjälper till att "gröna" ditt företag.

5. Efthalia Dimara, Emmanouela Manganari och Dimitris Skuras, *om konsumenternas vilja att betala premium för gröna hotell:Fakta eller Modefluga?*, avslöjar att en betydande del av de 194 respondenterna skulle
 - a) Måste behöva spara vattenförbrukning;
 - b) Var medveten i plastförpackningar;
 - c) Anta ett återanvändningsprogram för handdukar utan att behöva betala mer.

6. En av de punkter som kan användas till externa intressenter är
 - a) Utbilda konsumenterna för att skapa efterfrågan;
 - b) Samarbeta med foodservice-företag;
 - c) Generera tryck från utsidan.

2. Vanliga frågor och svar vanliga frågor och svar

1. Vilka är principerna för en hög affärsmodell mot kundroll?

Förslag om grönt värde (GVP), vilket innebär gröna produkter och tjänster som kan locka kunder; Målgrupper (TG), de målklienter som de vill adressera till. Nyckelaktiviteter (KA), aktiviteter för att skapa värde för kunder; Nyckelresurser (KR), materiella, immateriella och mänskliga tillgångar som ger kunderna värde Finansiell logik (FL), bedömning av de medel som används i affärsmodellen

2. Vilken typ av intressenter är involverade i den interna och externa dimensionen?

Högsta ledningsstöd möjliggör kommunikation mellan olika nivåer. En person från en konsultgrupp uppger till exempel att det finns en miljöchef som rapporterar initiativ och praxis och detta sker eftersom den strategiska nivån förstår vikten av miljöprestanda. Det finns många sätt att öva engagemang när det gäller personalens egenmakt, till exempel fortsatt utbildning, medvetenhet, slutfärdighet tillsammans med incitament och belöningar. Den interna engagemangspraxisen är effektiv kommunikation och en organisation som äger rätt konversation kan vara perfekt för engagemang.

3. Varför behöver interna intressenter använda digitala verktyg för att nå "grönhet"?

Kunder uppmanas att anta kommunikationskanaler som portaler, sociala medier, e-post och livechattar så att personalen kan spendera mindre tid på telefonen och minska kostnaderna. Kunder kan helt enkelt använda en av onlinekommunikationsmetoderna och skicka förfrågningar snabbt när som helst.

4. Är utklädd till de miljöåtgärder som hotellet vidtagit?

Vissa kunder har en stor känsla av miljöism och denna grupp är mer benägen att betala mer för gröna hotell. En annan viktig faktor är attityden och beteendet hos konsumenter som är villiga att betala för gröna produkter men normalt köper icke-gröna (Olson, 2013). Kanske ges detta resultat till kompromisser som alltid används för gröna tjänster som lägre kvalitet, minskad prestanda, mindre bekvämlighet etc... (Luchs et al.,2010).

5. Hur kan hållbarhet på restauranger och cateringtjänster samverka med konsumenterna?

Foodservice kan agera differentierande av produktutbudet, till exempel bygga kundlojalitet stimulera efterfrågan och investeringar och/eller förbättra personalens motivation med hjälp av lägre och samma kostnadsingredienser, ompröva kostnader och skingra myter om hållbara dieter.

REFERENSER

Drivkrafter för hållbar supply chain management: Identifiering ochklassificering , Muhammad Amad Saeed och Wolfgang Kersten, 2019

Processen med hållbarhetsrapportering i internationella hotellgrupper: en analys av intressenternas delaktighet, materialitet och lyhördhet, Mireia Guix, Maria Jesús Bonilla-Priego & Xavier Font, 2017

Använda teknik för att förbättra kommunikationen med kunder & intressenter, Chris Shaw, 2018



Project acronym: ENVIRECA
 Project name: "Greening" apprenticeships in the HORECA industry
 Project code: 2018-1-IT01-KA202-006773

Document Information

Document ID name: LEARNING MATERIALS UNIT 3
 Document title: LÄRANDE ENHET 3
 Output Type: Project Management and Implementation
 Date of Delivery: 07/07/2019
 Activity type:
 Activity leader: Dalarna University
 Dissemination level: Confidential

Document History

Versions	Date	Changes	Type of change	Delivered by
Version 1.0	07/07/2019	Initial document		DU

Disclaimer

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Add one of the following:

[for materials developed in the context of project's intellectual outputs]:
 The project resources contained herein are publicly available under the [Creative Commons license 4.0 B.Y.](#)

[for Project Management and Implementation materials]:

This document is proprietary of the ENVIRECA Consortium. Project material developed in the context of Project Management & Implementation activities is not allowed to be copied or distributed in any form or by any means, without the prior written agreement of the ENVIRECA consortium.

LÄRANDE ENHET 4

Avfallshantering

KVALIFICERING PÅ EQF-NIVÅ	4/5
VARAKTIGHET	10 timmar

Läranderesultat	Kunskap	Färdigheter	Befogenheter
LO1 K10: Identifiera olika typer av avfall som produceras av företaget.	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> Lär dig olika typer av avfall som potentiellt produceras av arbetsgivaren och lämpliga bortskaffningsmetoder Avfalls- och återvinningspolicier inom företaget samt lokala/regionala avfalls- och återvinningsregler 	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> Identifiera olika typer av avfall som arbetsgivaren kan ha producerat och lämpliga bortskaffningsmetoder Samla in digitala verktyg som finns tillgängliga för att övervaka avfallsprocesser och avfallsnivåer Självständigt bedöma processer för att säkerställa korrekt avfallssegregation och bortskaffande 	Han/hon är ansvarig för: <ul style="list-style-type: none"> Arbeta med interna avdelningar för att lista avfallshanteringsprocesser och förfaranden Övervaka avfallshanteringsprocesser för att säkerställa korrekt avfallssegregation Övervaka användningen av material som inte kan återanvändas inom verksamheten
LO2 K11: Experiment och enhelt annan avfallshanteringssätt med företaget.	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> Hur avfallshantering passar in i arbetsgivarens hållbarhetsprincip, uppdrag eller uppdrag. 	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> Kommunicera och främja strategier för att minska avfallshanteringen med interna avdelningar 	Han/hon är ansvarig för: <ul style="list-style-type: none"> Ta ansvar för att sprida information om potentiellt digitalt verktyg som kan vara till nytta för att övervaka, separera och minska avfallet inom verksamheten.
LO3 K12: Utvärdera och förklara korrekta metoder och processer för avfallshantering inom företaget.	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> Olika resurser inom olika delar av företaget 	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> Kategorisera avfallsmaterial Utveckla processer, rutiner och strategier för att uppmuntra interna avdelningar och externa gäster att minska slöseri och slösaktiga metoder 	Han/hon är ansvarig för: <ul style="list-style-type: none"> Analys och felsökning av avfallshanteringsprocesser och rutiner med interna avdelningar

Syftet med enheten är att ge studenterna kunskap om hur avfallshantering passar in i arbetsgivarens hållbarhetsprinciper. Studenterna kommer att lära sig de olika typer av avfall som produceras av arbetsgivare och korrekta bortskaffningsmetoder. De bevis som läraren använt kommer att baseras på teoretiska föreläsningar, praktiskt arbete, individuell uppgift, presentationer av studenter, gästföreläsningar, workshops, videor, PPT och så vidare.

I slutet av enheten kommer studenterna att bedömas genom några skriftliga prov, Q & A. Frågor kommer att vara ett generellt fokus på teoridelen och bidra till att få de nödvändiga verktygen för att få den praktiska delen gällande det framtida jobbet.

INFÖRANDET

Många länder sätter i dag avfallsförebyggande arbete på sin miljöagenda. Förebyggande av matsvinn är högsta prioritet tillsammans med utsläpp av växthusgaser, vattenförbrukning, energiförbrukning, skogsförstörelse och förlust av biologisk mångfald. Enligt EU:s planer på resurseffektivt Europa – ett flaggskeppsinitiativ inom ramen för Europa 2020-strategin föreslogs vissa ambitioner (J. Marthinsen, P. Sundt, O. Kaysen, K. Kirkevaag, 2012)

- 20 % minskning av livsmedelskedjans resursinsats.
- Bortskaffandet av ätbart matavfall borde ha halverats.

I det framtida målet ingår förebyggande av matsvinn på restauranger, hotell, cateringtjänster, framtida rapporter om ämnet mat/organiskt avfall. Ett bra exempel på initiativ för att förebygga livsmedel förekommer i skolköken. Industrin har också tagit initiativ till hur man kan minska matsvinnet från livsmedelsindustrin och konsumenterna. Många organisationer har undertecknat ett tillstånd för mindre matsvinn och samordnar forskning inom hotell- och restaurangbranschen.

Det finns fyra stora kopplingar i kedjan: livsmedelsproducenter, hotell- och restaurangbranschen, grossistsektorn, detaljhandeln och hushållet. Det som händer är att mat omfördelas till matbanker för personer till exempel i hushåll eller till äldre i hemmet.

Icke desto mindre skulle ytterligare åtgärder kunna vidtas, till exempel bara från rutinen: en förändring av skedens storlek kan vara ett exempel. Långsiktiga åtgärder skulle kunna vara höga medier och uppmärksamma frågan om matsvinn; kundernas krav på förbättringar och miljönormer, strategier och engagemang från de större aktörernas sida för miljömärkning, minskning av matsvinnet leder alltid till minskade kostnader. Attöka konkurrensen i denna fråga kan förbättra kvaliteten på de uppnådde resultaten. Livsmedelsbanker kan vara en bra åtgärd för omfördelning av livsmedel. Precis som återvinningsstation för förpackningar kan livsmedelsbanker hjälpa till att omorganisera infrastrukturen i samhället.

1. Lagstiftning och politik inom avfallshantering

Länderna bör se över sin plan för befintlig lagstiftning och befintliga system för att identifiera förbättringar som minskar matsvinnet utan att minska ambitionerna om livsmedelssäkerhet. Att organisera rapporter kan hjälpa till att nå internt lärande för förbättringar.

EU slösar bort 130km ton mat varje år med beräknade kostnader på cirka 143 miljarder euro (Fusions, 2016). Att slösa mat utarmar de begränsade natural resurser till vårt förfogande. Att minska livsmedelsförlusterna kan uppnås genom många åtgärder, t.ex.

EU:s politik för livsmedelssäkerhet har huvudmålet att skydda människors och djurs hälsa. Medlemsstaterna och intressenterna försöker förhindra matsvinn och försöka bygga en starkare hållbarhet i livsmedelssystemet.

Europeiska kommissionen tar frågan om matsvinn på största allvar. En bra politik skulle kunna spara pengar och få en lägre miljöpåverkan i livsmedelsproduktion och livsmedelskonsumtion.

Paketet om cirkulär ekonomi i C utelämnande är också delvis inriktat på förebyggande av matsvinn som skulle kunna öka hållbarhetstillväxten och skapa nya arbetstillfällen. Paketet om den cirkulära ekonomin omfattar en EU-handlingsplan och en bilaga till handlingsplanen med alla föreslagna åtgärder och lagstiftningsförslag om avfall. Under 2018 antogs av medlagstiftarna, EU:s reviderade avfallslagstiftning för att minska matsvinnet i varje steg i leveranskedjan och rapportera de framsteg som gjorts. Alla EU-länder har förbundit sig att uppnå målet för hållbar utveckling 12.3, som har för avsikt att halvera det genomsnittliga matsvinnet på detaljhandels- och konsumentnivå till 2030. För att nå detslutliga målet deltar kommissionen under tiden i olika åtgärder: utarbeta en EU-metod för att mäta matsvinn med EU-länder och intressenter, verka på EU:s plattform för livsmedelsförluster och matsvinn för att hjälpa det sektorsövergripande samarbetet och dela de resultat som uppnåtts, vidta åtgärder för att klargöra EU:s lagstiftning om avfall. mat och foder och även för att underlätta livsmedelsdonation till exempel i djurfoder.

Viktig forskning på detta område bygger också på att analysera i samarbete med industrin, icke-statliga organisationer, forskningsinstitut om hur man kan minska matsvinnet utan att äventyra livsmedelssäkerheten.

Kommissionen vill öka medvetenheten om förebyggande av matsvinn genom kommunikationsmaterial och utbyte av bästa praxis genom EU:s plattform. Horisont 2020 har till exempel skapats för att skapa en webbplats som är öppen för intressenter som vill dela med sig av sina erfarenheter av förebyggande av matsvinn. Denna expertgrupp gör det möjligt för användare att söka efter information om förebyggande och minskning av initiativ för matsvinn.

REFRESH Community of Experts är en plattform som används för att dela information och bästa praxis om förebyggande av matsvinn. De matresurser som varje år går förlorade kan räcka för att föda alla hungriga människor i världen.

2. I artikel 2.2 i Metoder för avfallshantering

Avfallshantering är den process som innebär transport, återvinning och bortskaffande av avfall. Det finns flera avfallshanteringsmetoder enligt företag. Skillnaderna beror på länderna och bostadsområdena, men i samtliga fall är det den lokala regeringen som ansvarar för det. Industrier kan också hantera sitt icke-farliga avfall. Metoderna omfattar korrekt dumpning, återvinning, transport, insamling och skapande av medvetenhet.

Dumpningsmetoder är den vanligaste avfallsmetoden och omfattar deponi och förbränning. Deponin är avfallsmetoden i en gemensam grop som är ekonomisk och bör ligga långt bort från bostadsområdena. Förbränning är förbränning av det avfall som används för att omvandla avfallet till ånga, gash, aska och värme.

Återvinningsmetoderna omfattar produkter som anses återvinningsbara, såsom LDEP, PS, PP och PVC. Många andra är inte lätta att bearbeta och behöver en annan typ av process som kallas biologisk upparbetning. Avfallsmaterialen sätts i biologisk nedbrytning och återvinns inom jordbruket.

Insamling och transport av avfall är olika beroende på plats. Till exempel används lagerplatsuthyrning som kostar beror på storleken, normalt i varje bostad med minst tre lagerplatser.

För att skapa medvetenhet krävs en stark utbildning om avfallshantering. De omvända varuautomaterna är en bra åtgärd för att minska kostnaderna för avfallshanteringen och ha en enorm positiv inverkan på människor.

3. Metods och processer för avfallshantering inom HORECA-industrin

Enligt Green Hotelier (2014) genereras det mesta av avfallet genom matberedning, följt av förstörelse och kundplattor. Det finns också några knep för att minska matsvinnet: mäta och planera en handlingsplan för att minska matsvinnet med hjälp av de insamlade uppgifterna, se över framstegen i varje plan, dela resultat med personal och konsumenter.

Börja samla in matavfall i tre separata behållare (beredning, förstörelse och tallriksavfall, för att förstå var detta avfall uppstår och väga dem dagligen. Förberedelser är mycket viktiga eftersom detta skulle vara en utmaning för all personal. Det andra steget är att utarbeta en handlingsplan med hjälp av de insamlade uppgifterna. Att utarbeta en plan för att förhindra förstörelse skulle till exempel vara att se över lagerhanterings- och livsmedelsleveransprocesser; lagra lager korrekt med rätt temperatur och förpackning. Beredda och frysta ingredienser kan minska slöseri, inte överbeställa och överberedda, vara kreativa med menyerna, många trimningar kan användas på många olika sätt. Men för buljong, bröd till ströbröd eller krutonger, ingredienser till pate & soppor eller planeringsmenyer från de ingredienser som finns i köket eller erbjuder potatis med skinn, till exempel.

Andra lösningar skulle vara att ha en buffé med "betala i vikt" som avskräcker från att ta för mycket mat och kasta den. Personalen kan ge sin feedback om den antagna planen och hålla dem motiverade. Belöna excellensen och erkänna insatserna.

Som sagt på de tidigare sidorna är det bästa alternativet för matsvinn att ge det till hungriga människor, matbanker och insamling. Optimering i djurfoder kan också vara en lösning. I många länder kan det snart vara ett alternativ att omvandla matavfall till säkra djurfoder. Det finns flera program, till exempel Soap for Hope och Linens for Life som är aktiva i ledande livsmedelssäkerhetsprogram. I Mauritius forskades till exempel om insamling av matavfall från hotell som skulle ha donerats till fattiga jordbrukare och använts för djurfoder.

Kompostering är hur naturen återvinner matsvinn och trädgårdsurklipp som biologiskt bryts ned och förvandlas till gödningsmedel. När det används i trädgården befruktar jorden.

Anaerob matsmältning är nedbrytningen av biologiskt nedbrytbart material i avsaknad av syre av mikroorganismer som kallas metanogener. Denna process ger en källa till förnybar energi eftersom matsvinnet bryts ned för att producera biogas, lämplig för energiproduktion. Till exempel kan oljor samlas in för att återvinnas till biobränslen för fordon.

Andra bortskaffningssystem kan också omvandla matavfall till vatten. Dehydratorer kan användas för att utvinna vatten från matavfall och minska vikten för deponi och bränsletransport.

För att optimera livsmedelsåtervinningen bör hotell och restauranger vidta vissa åtgärder: använd rätt papperskorgar och justera den frekvens de samlas in; välj lämplig avfallshanteringslösning och be förvaltningsentreprenören att förstå återvinningsnivåerna, personalen måste stå på arbetsgivarens sida i denna fråga och se fördelarna. Deras deltagande är avgörande för att öka återvinningsgraden.

4. Svara på följande frågor

1. Vilka är de fyra största länkarna i hanteringen av matsvinn?
 - a) Livsmedelsproducenter, hotell- och restaurangbranschen, grossistsektorn, detaljhandeln och hushållet.
 - b) Biologiskt nedbrytbar produkt, matavfall, biobränslen och anaerob rötning.
 - c) grön kompetens, kompetens, återvinningsnivåer, personal.

2. Enligt Fusions (2016) som är den mängd livsmedel som EU tar fram varje år?
 - a) 88 miljoner ton livsmedel.
 - b) 70 miljoner ton livsmedel.
 - c) 143 miljardereuro.

3. I artikel 3.1 i Alla EU-länder har förbundit sig att följa målet för hållbar utveckling 12.3, som har för avsikt att halvera det genomsnittliga matsvinnet på detaljhandels- och konsumentnivå med...

- a) 2020;
- b) 2030,
- c) 2040.

4. Produkter som anses återvinningsbara är...

- a) LDEP, PS, PP och PVC.
- b) PVC, BBM, PP, LDEP;
- c) PVC, PPP, BBM, PS,

5. Which är en "betala i vikt"?

- a) Buffé på hotell där människor betalar enligt matens vägning;
- b) Måltider på restauranger där människor betalar för vägning;
- c) Det är hushållens matavfall.

6. Which är det bästa alternativet att använda matavfall?

- a) To ge det till hungriga människor, matbanker, insamling och optimering i djurfoder;
- b) För att ge det till;
- c) För att skapa en anaerob matsmältning.

Vanliga frågor och svar vanliga frågor och svar

1. Vilka initiativ för att förebygga matsvinn har redan tagits?

Jagntiativ om livsmedelsförebyggande förekommer i skolkök. Så jag omfördelas mat till matbanker för människor till exempel i hushåll eller catering till äldre hemma.

2. Kan jag få en uppfattning om hur man blir "grön" efter politik och lagstiftning om förebyggande av matsvinn för EU:s partner?

EU:s politik för livsmedelssäkerhet har huvudmålet att skydda människors och djurs hälsa. Medlemsstaterna och intressenterna försöker förhindra matsvinn och försöka bygga en starkare hållbarhet i livsmedelssystemet.

En bra politik skulle kunna spara pengar och få en lägre miljöpåverkan i livsmedelsproduktion och livsmedelskonsumtion. Därför har kommissionen inrättat ett paket om den cirkulära ekonomin som också delvis är inriktat på förebyggande av matsvinn som skulle kunna öka hållbarheten och skapa nya arbetstillfällen. Paketet om den cirkulära ekonomin omfattar en EU-handlingsplan och en bilaga till handlingsplanen med alla föreslagna åtgärder och lagstiftningsförslag om avfall. Under 2018 antogs av medlagstiftarna, EU:s

reviderade avfallslagstiftning för att minska matsvinnet i varje steg i leveranskedjan och rapportera de framsteg som gjorts. Alla EU-länder har förbundit sig att uppnå målet för hållbar utveckling 12.3, som har för avsikt att halvera det genomsnittliga matsvinnet på detaljhandels- och konsumentnivå till 2030.

3. Vilka är avfallshanteringsmetoderna?

Deponin är avfallsbegravningsmetoden i en gemensam grop, i incinerationär förbränning av detavfall som används för att omvandlaavfallet till ånga, gash, aska och värme. Återvinningsmetoderna omfattar produkter som anses återvinningsbara, t.ex. biologisk upparbetning genom vilkenavfallsmaterial sätts i biologisk nedbrytning och återvinns inom jordbruket.

4. Vad ska restauranger och hotell göra för att optimera matåtervinningen?

Use rätt papperskorgar och justering av hur ofta de samlas in; välj lämplig avfallshanteringslösning och be förvaltningsentreprenören att förstå återvinningsnivåer; personalen måste stå på arbetsgivarens sida i denna fråga och se fördelarna.

5. Hur kan jag veta vilket som är det mest matavfall som genereras av och dess möjliga förebyggande?

Enligt Green Hotelier (2014), Matberedning, följt av förstörelse och kundplattor. Det finns också några knep för att minska matsvinnet: mäta och planera en handlingsplan för att minska matsvinnet med hjälp av de insamlade uppgifterna, se över framstegen i varje plan, dela resultat med personal och konsumenter.

Referenser

Grönare ekonomier Företag och arbetstillfällen , Arbetsgivarorganisationernas roll i främjandet av miljömässigt hållbara ekonomier och företag. Internationella arbetsorganisationens internationella utbildningscentrum, 2016.

Minska och hantera matsvinn på hotell , The Green Hotelier, 2019

Hållbar utveckling, Europeiska kommissionens miljö, 2019

Avfallshanteringsmetoder, GASTEM Inc., 2019



Project acronym: ENVIRECA
 Project name: "Greening" apprenticeships in the HORECA industry
 Project code: 2018-1-IT01-KA202-006773

Document Information

Document ID name: LEARNING MATERIALS UNIT 4
 Document title: LÄRANDE ENHET 4
 Output Type: Project Management and Implementation
 Date of Delivery: 07/07/2019
 Activity type:
 Activity leader: Dalarna University
 Dissemination level: Confidential

Document History

Versions	Date	Changes	Type of change	Delivered by
Version 1.0	07/07/2019	Initial document		DU

Disclaimer

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Add one of the following:

[for materials developed in the context of project's intellectual outputs]:
 The project resources contained herein are publicly available under the [Creative Commons license 4.0 B.Y.](#)

[for Project Management and Implementation materials]:

This document is proprietary of the ENVIRECA Consortium. Project material developed in the context of Project Management & Implementation activities is not allowed to be copied or distributed in any form or by any means, without the prior written agreement of the ENVIRECA consortium.

LÄRANDE ENHET 5

Hållbart underhåll och grön effektivitet

KVALIFICERING PÅ EQF-NIVÅ	4/5
VARAKTIGHET	10 timmar

Läranderesultat	Kunskap	Färdigheter	Befogenheter
K13 LO1: Identifiera olika typer av utrustning och utrustning av organisationen	Du vet hur man: <ul style="list-style-type: none"> Hantera med Equipment och enheter som används av en organisation Hantera områden inom företaget där effektivitetsvinster uppstår eller kan uppstå Samla in data från (digitala) enheter för att övervaka eller mäta energi-, vatten- eller avfallsförbrukning Övervaka energiförbrukningen för apparater och utrustning inom verksamheten 	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> Rapportera förbrukningsdata Generera rapporter från insamlade förbruknings- eller underhållsdata Visa data i visuella eller digitala formulär för en mängd olika målgrupper (interna och externa) 	Han/hon är ansvarig för: <ul style="list-style-type: none"> Oberoende övervakning av energi-vatten- eller avfallsspåringsanordningar Arbetning i team för att övervaka och registrera resursförbrukning inom företaget Arbetning i teams för att säkerställa regelbundna underhållslistor på all infrastruktur och alla apparater
K14 LO2: Experimentera och tillämpa inspektionsrutiner och procedurer som är nödvändiga för optimal användning av apparater	Du vet hur man: <ul style="list-style-type: none"> Skapa inspektion- och underhållsrutiner och förfaranden som är nödvändiga för optimal användning av apparater Hur grön effektivitet passar in i arbetsgivarens hållbarhets principer/uppdrag eller mandat Hur energi- och vattneffektivitet kan se ut inom ett företag 	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> Utveckla strategier eller processer för att minska energianvändningen eller avfallsproduktionen Utveckla strategier eller processer för att noggrant övervaka energi- eller vattenförbrukningen Samla in relevant och aktuell information om innovationer eller tekniker för att säkerställa optimal resursförbrukning Samla in data och information om aktuella trender och exempel på hållbar byggutveckling och användning 	Han/hon är ansvarig för: <ul style="list-style-type: none"> Instruera andra om hur du övervakar och registrerar resurs- eller avfallsnivåer Ta ansvar för att kommunicera bästa praxis inom hållbarhet för nya utvecklingsområden (inklusive till exempel byggnadsdesign, renovering, uppdatering, inköp av ny utrustning med låg energianvändning osv.). Arbeta i team för att förbättra energi- och vattneffektiviteten

<p>K15 LO3: Arbeta i team för att spåra avfallsanordningar, övervaka och rapportera resursförbrukning, kommunicera bästa praxis inom hållbarhet och underhåll.</p>	<p>Du vet hur man:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Övervaka nuvarande energiförbrukningsnivåer för apparater och utrustning inom ett företag • Besluta Horecas byggnadsdesign och hur miljöanpassning kan eftermonteras på byggnader 	<p>Han/ hon kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunicera till interna målgrupper hur resurseffektivitet kan uppnås • Utveckla processer och strategier för att säkerställa energi- och vattneffektivitet • Tolka data för att ge rekommendationer för att stödja eller öka resurseffektiviteten • Jämföra effektivitetsnivåer för befintlig och potentiell utrustning och utrustning • Samla in information om tillgängliga digitala verktyg för att bedöma energieffektiviteten hos apparater och utrustning 	<p>Han/hon är ansvarig för:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oberoende övervakningar nya initiativ för att säkerställa ökad energi- och vattneffektivitet • Instruera andra i hur man kan förbättra resurseffektiviteten • Ansvar för rätt sprida information om (potentiella) digitala verktyg som finns tillgängliga för att övervaka energieffektivitet och information om potentiella besparingar för interna intressenter
--	---	---	---

ENHETSINNEHÅLL

Syftet med ämnet är att ge studenterna kunskap om hur man väljer utrustning och utrustning som används av en organisation, samlar in data för att övervaka energi-, vatten- och avfallsförbrukningen. Studenterna kommer också att diskutera och välja alternativ för inspektions- och underhållsrutiner som är nödvändiga för optimal användning av apparater. De bevis som läraren använt kommer att baseras på teoretiska föreläsningar, praktiskt arbete, individuell uppgift, presentationer av studenter, gästföreläsningar, workshops, videor, PPT och så vidare.

I slutet av enheten kommer studenterna att bedömas genom några skriftliga prov, Q & A. Frågor kommer att vara ett generellt fokus på teoridelen och bidra till att få de nödvändiga verktygen för att få den praktiska delen gällande det framtida jobbet.

INFÖRANDET

Energieffektivitet är en kombination av åtgärder som optimerar användningen av energi i företag och blir ett viktigt verktyg för att bevara deras lönsamhet. De flesta av åtgärderna syftar till att optimera källorna till större energiförbrukning, som bestäms genom en tidigare revision som gör det möjligt att känna till källorna och hur energin används i företaget. Genom att genomföra energieffektivitetsåtgärder kan företagen avsevärt minska sina energiräkningar och driftskostnader, samtidigt som de minskar sitt koldioxidavtryck, vilket bland annat gör det möjligt för dem att bli mer konkurrenskraftiga, produktiva och miljömässigt hållbara.

1. ÖVERVAKA ENERGI-, VATTEN- OCH AVFALLSFÖRBRUKNINGEN

För att hjälpa miljön, spara pengar använder många entreprenörer "gröna prylar" som **smarta termostater** som lär sig hur och när byggnaden använder värme- och luftkonditioneringssystem. Dessa nya termostater kostar inte mer än \$ 200 vardera och det anses vara en av de bästa investeringarna som kan göra en enorm skillnad. LED-belysningslampor representerar det lättaste alternativet med mindre pengar och effektivare än Halogen som anses osäkra för kvicksilvret i fluorescerande glödlampor. Det finns också energihanteringssystem för att kunna styra hela byggnaden via fjärrkontroll. Lamporna, värme- och luftkonditionering, stereon, TV: n, säkerhetssystemet kommer alla att styras från fjärrkontrollen eller med dina smartphones.

Det första steget för att övervaka vattenförbrukningen är den första åtgärden för att spara den. Vatten kräver ett starkt underhåll, till exempel kräver det energi för att pumpa, rengöra och leverera och om du slösar bort det kommer du att betala för det. Det finns experter som bedömer ditt företag inom vattenanvändning till exempel för att belysa avvikelser som vattenanvändning utanför arbetstid som läckor, automatisk spolning och andra vattens spolning.

För att spåra vattenanvändning är vanligt att användningen av videor och dagliga inspelningar uppdateras automatiskt och även observera på egen hand runt företaget kan hjälpa till i denna avsikt och det kan också hjälpa till att kontrollera att vattenbesparande utrustning fortfarande ger besparingar. Personalen måste uppmanas att rapportera droppande kranar och läckor. Reparationer i allmänhet är snabba och enkla, normalt kräver de bara en ny bricka eller åtdragning av beslag.

Restaurangägare kommer också att dra nytta av vatteneffektivitetsåtgärder genom ökad kundnöjdhet. I allmänhet har konsumenterna visat en preferens för företag som har gjort ett åtagande att minska sin miljöpåverkan. Med vissa kunder som söker gröna restauranger är det ett smart sätt att få en konkurrensfördel att visa miljömässig hållbarhet genom vatteneffektivitet. WaterSense at Work ger vägledning om

vattneffektiv drift av restauranger och institutionella kafeterior, vilket möjliggör en mer konkurrenskraftig och miljömässigt hållbar verksamhet.

1.1 ANVÄNDA WATERSENSE I RESTAURANGER OCH GÄSTFRIHET

Livsmedels- och hotell- och restaurangbranschen använder en stor del av den totala vattenförbrukningen i kommersiella och institutionella anläggningar i många länder över hela världen. Den största användningen på restauranger ges i köket, särskilt för den utrustning som används för matlagning och rengöring.

Det är faktiskt viktigt att nämna underhåll och utbildning av utrustning som anses vara bästa förvaltningspraxis för kommersiella och institutionella anläggningar. Använd till exempel diskmaskiner, ismaskiner och ångkokare till ENERGY STAR® kommer att minska vattnet och tillåta återanvändning av vatten under hela cyklerna. Försök också att föredra utrustning för matavfallssystem som kombinationsugnar, ångkokare och ångkokare som använder mindre vatten! Överväg också att köpa utrustning som släpper ut vatten kontinuerligt. Installera WaterSense toaletter som har certifierats för att vara 20 procent mer vattneffektiva och med bättre prestanda än standardmodeller. Kontrollera automatiska sensorer på kranar, toaletter och urinoarer för att säkerställa att de fungerar korrekt och undvik onödig vattenanvändning.

1.2 ANVÄND LUFTKYLDA ISMASKINER

En vattenkyld ismaskin som producerar 250 kilo is använder ytterligare 1 300 liter vatten varje dag för att kyla kondensorn. ENERGY STAR-modeller är cirka 15 procent mer energieffektiva och 10 procent mer vattneffektiva än sina konventionella motsvarigheter, enligt Arizona Department of Water Resources. Ett bättre alternativ är att installera en luftkyld ismaskin, som använder 100 000 färre liter vatten per år för en 500-pundsmaskin.

Hygien och renlighet är dock avgörande inom livsmedelsindustrin. Handtvätt är en av de viktigaste vattenförbrukningsaktiviteterna under hela dagen. Lågflödes fasetter hjälper till att omedelbart minska vattenförbrukningen.

2. SOCIAL GRÖN VERKSAMHET

Personalen måste övervaka de gröna maskinbärens normala funktion och kontrollera aktiviteten under hela dagen. Utöver reglering och efterlevnad är många miljömässiga och sociala initiativ frivilliga. Samhället ansvarar för att genomföra sociala initiativ och antyda deras humankapital som en värdefull resurs.

Många hotell har implementerat sociala initiativ och företagens sociala ansvar (CSR) i sina vanliga dagliga metoder. Företagets sociala ansvar inom hotellbranschen finns

helst inom personalförvaltning, lokalsamhället och genom att främja och öva miljöinitiativ (Bohdanowicz & Zientara, 2008) och påverkas starkt av interna och externa krafter. Hotell försöker nu vara etiska genom sociala initiativ som skyddar och stöder samhällen, deras mänskliga resurser och implementering av miljöinitiativ (Bohdanowicz & Zientara, 2008). Flera multinationella företag har fått ett mycket negativt varumärkesrykte baserat på deras tidigare etiska praxis. Större företag har kritiserats på grund av sina kemiska utsläpp, ansvariga för klimatförändringar, miljöförstöring och orättvis behandling av anställda. På grund av sådan kritik och negativ publicitet har många företag ökat fokus på företagets sociala ansvar.

Revisioner är nödvändiga för att sätta framtida mål och vara medvetna om hotellets nuvarande position när det gäller resurser som används av avdelningen. Det är viktigt att granska hur mycket energi och vatten som förbrukas och hur mycket avfall som genereras. För att starta ett miljöprogram är mätning och benchmarking avgörande för framgång. Varje avdelning behöver granskas, till exempel: Teknik, Tvätt, Allmän förvaltning, Grunder och rekreation, Hushållning, Inköp, Kök och matdrycksställen, Reception. Personalstöd är avgörande för miljöprogrammets framgång. Att konsultera ditt team är också en bra utgångspunkt och det kommer att göra dem stolta över att arbeta för din sektor. För att starta en handlingsplan är det viktigt att fastställa möjliga och specifika mål. Att ställa in en gal som "Minska energiförbrukningen", skulle vara för vagt och lämpligare skulle vara "Byt ut glödlampor med LED-lampor".

Till att börja med bör du välja specifika mål som lätt kan uppnås. Ett exempel skulle vara att ställa in en dubbelsidig utskrift och hålla reda på alla kostnader och åtgärder du vidtar. Välj åtgärder som har en djupare inverkan, det skulle vara lätt att hålla reda på och hitta pengar att investera i större projekt. Att välja en grön kommitté kan ge till anställda stöder en entusiasm för de uppnådda målen. För att välja ett grönt team är det viktigt att hitta teknisk expertis inom drift, teknik och inköp, involvera marknadsförings- och säljare eftersom de kan ha extern expertis om konsumenter och konkurrenter.

Kommunikationsfärdigheter är också viktiga, särskilt när det gäller externa intressenter. Medlemmar i det gröna teamet bör ha intresse av miljöfrågor och kunna engagera sig med en viss tid. Det är viktigt att skriva en miljöpolitisk förklaring som bör förklara miljömålen, till exempel att åta sig att minska 20 procent av X på ett år. Det sätt på vilket arbetstagarna behandlas, till exempel genom att upprätthålla lika möjligheter och andra grundläggande mänskliga rättigheter.

Policyutdrag måste kommuniceras i medarbetarnas manualer, på webbplatserna, i gästinformationspaket. Försök att inkludera miljöprogrammet i medarbetarutbildningen. Denna information bör ingå i utbildningsdokumentationen i orienteringspaket för nya medarbetare i syfte att integrera policyer i miljöprogrammet.

Regelbundna lägesrapporter måste uppdateras och är avgörande för att uppnå de politiska målen. De bör göras på övervakning och mätning av målen i miljöprogrammet. Alla dessa mål bör också meddelas alla intressenter och placeras på webbplatsen.

Nedan några exempel på kontrollistor för självrevision som ska användas för att bli gröna.

Organisation, rapportering och hantering	Ja	Nej	Mått	Kommentar
Har du ett skriftligt policydokument?				
Är det en eller flera personer som ansvarar för miljöfrågor?				
Görs rapporter om miljöfrågor regelbundet?				
Är verksamheten involverad i miljöforum som 'greenbusiness club' eller 'Waste minimization' club?				
Publiceras regelbundet lägesrapporter om miljöfrågor och medarbetarrelationer?				
Energihantering	Ja	Nej	Mått	Kommentar
Är belysningen effektiv och effektiv på minst 50 procent av områdena?				
Finns det bevis för lågenergiutrustning som stora elektriska maskiner (kylskåp, mikrovågsugnar, spisar etc.)?				
Finns det en anställd som ansvarar för att kontinuerligt övervaka prestationer och ha mål baserade på resultaten?				
Har en första bedömning identifierats? Till exempel byte till energieffektiva glödlampor, rörelsedetektorer etc?				
Finns det någon åtgärd som säkerställer att etableringsenergin inte påverkar lokalbefolkningens energi?				
Används flödesbegränsare eller styrenheter på lämpligt sätt för ineffektiva duschmunstycken och kranar?				
Kan hushållerskor identifiera vanliga underhållsproblem?				
Finns det något energihanteringssystem installerat för att stänga av ljus och luftkonditionering när det inte finns någon gäst inuti?				
Finns det något handduksbytesprogram för byte av sängkläder?				
Kan anställda använda cyklar i närområdet?				
Fångas förnybara energikällor upp på plats och används, till exempel sol, vind, biogas eller annat bränsle?				
Vattenhantering	Ja	Nej	Mått	Kommentar
Är företaget aktivt engagerat i att minska vattenförbrukningen och även minska kostnaderna?				

Minska vattenbesparande anordningar effektivt vattenförbrukningen. Till exempel flödesbegränsare, aerator, slagkranar eller begränsare på vattenledningar?				
Används gråvatten efter att ha behandlats på rätt sätt?				
Är lågspolning av WCs och vattenbesparande enheter installerade i WCs?				
Övervakas de viktigaste områdena för vattenförbrukningen av en första bedömning och följaktligen identifieras i en handlingsplan för besparingar?				
Har en anställd utsetts att kontinuerligt övervaka resultaten och sätta realistiska mål baserat på resultaten?				
Finns det någon teknik installerad som gör det möjligt att återanvända regnvatten och grått vatten för trädgårdsarbete, tvätt, golv, spola toaletter etc.?				
Finns det utbildning för anställda om vattenbesparande metoder?				
Kan anställda upptäcka och reparera vanliga underhållsproblem som läckande duschar, toaletter etc.?				
Genomförs vattenreducerande politik, t.ex. spola ytor för att rengöra dem och inte vattna trädgårdar på dagen?				
Minimeras användningen av kemikalier som blekmedel och tvättmedel där det är möjligt?				
Avfall	Ja	Nej	Mått	Kommentar
Är verksamheten förenlig med nationella avfallsregler?				
Tillämpar verksamheten revisioner för att övervaka vilken avdelning som ansvarar för avfall som skapats till exempel papper, plast, aluminium, glas etc.?				
Finns det något aktivt förfarande för att minska eller återanvända avfallet? Till exempel tillhandahålla återvinningskärl i varje avdelning, köpa i bulk, köpa produkter med mindre emballage.				
Samlas återvinningsbara föremål som kartong, plast, glas, metaller, matavfall etcetera separat?				
Är tvål- och schampobehållare återanvändbara och används tvättpåsar och uppladdningsbara batterier?				
Undviker du att servera krydda för engångsbruk sylt, smör etc.?				
Brukar du lämna tillbaka förpackningar till leverantörer?				
Donerar du möbler och/eller mat till välgörenhet?				
Förser ni de anställda med återanvändbara muggar för att undvika återanvändbara koppar?				
Finns det tillräckligt med soptunnor för gäster runt hotellet?				
Köpa	Ja	Nej	Mått	Kommentar

Kommer produkter från lokala leverantörer där det är möjligt?				
Listar du användningen av ekologiska och lokala och ingredienser på restaurangmenyer?				
Köper ditt hotell produkter med miljö kvalitetscertifiering?				
Köps rengöringsmaterial med låg miljöpåverkan?				
Övervägs gemensamma inköp bland olika hotellägare för att undersöka potentialer?				
Gemenskapsstöd	Ja	Nej	Mått	Kommentar
Kommer lokalsamhället att dra nytta av verksamheten?				
Bidrar hotellet aktivt till lokala samhällsutvecklingsprojekt?				
Stöder och bidrar hotellet aktivt till några bevarande- eller kulturarvsprojekt genom ekonomiska eller naturstöd?				
Visar hotellet lokala konstverk?				
Arbetar hotellet med officiella myndigheter och/eller turistföretag för att förbättra miljöstandarderna i närområdet?				
Främjar hotellet miljöutbildning i lokalsamhället?				
Är hotellet inblandat i evenemang som främjar miljöfrågor?				
Främjar och respekterar hotellets verksamhet lokal kultur och kulturarv?				
Kundutbildning	Ja	Nej	Mått	Kommentar
Uppmuntras gästerna att köpa produkter som tillverkas lokalt?				
Är gästerna informerade om miljöskydd i det lokala området, såsom policyer som skyddar sköldpaddsboplatser, korallrev etc)?				
Erbjuder hotellet en lista över vilken typ av souvenirer eller matgäster bör undvika?				
Informerar hotellet gästerna om religion och kultur i närområdet?				
Informerar hotellet gästerna om hur de kan återvinna och återanvända, och spara rutiner under sin vistelse, till exempel släcka lampor, tvätta några handdukar per vecka, vattenbesparing medan de tvättar tänder etc?				
Uppmuntrar hotellet dig att utforska omgivningarna?				
Utbildning av anställda	Ja	Nej	Mått	Kommentar
Har hotellet ett miljöutbildningsprogram för anställda, till exempel hur man minskar vattenförbrukningen och avfallet?				
Ger hotellet betydelse för medarbetarnas idéer för att minska hotellets miljöpåverkan?				

--	--	--	--	--

3. BESVARA FÖLJANDE FRÅGOR

1. I artikel 3.1 i Vilken är den gröna gadget en som inte används för att övervaka energi?
 - a) LED-belysning
 - b) Smarta termostater
 - c) WaterSense toaletter
 - d) Högflödes fasetter
2. Vilken är utrustning för livsmedelshanteringsystem som minskar Vattenkonsumtionen på hotell?
 - a) Kombinationsugnar och ångkokare
 - b) WaterSense toaletter
 - c) LED-belysning
3. Vilken avdelning behöver granskas eller energiförbrukning?
 - a) Teknik, tvätt, ledning, hushållning, kök
 - b) Outlets, hallar, möbler, rum
 - c) Tvättmaskiner, LED-belysning, energistjärna
4. Vilka är de färdigheter som vanligtvis används för ett "grönt lag"?
 - a) Kommunikation, miljötänkande
 - b) Ingenjörsvetenskap, matematik, lokal områdeexpertis
 - c) Entusiasm, empati, lokalt stöd
5. Vad bör göras för att hantera energiavfall?
 - a) Visa bevis och övervakning
 - b) Använd plastförpackningar
 - c) Undvik internrevisioner
6. Informera gästerna om Tekniker om används för att övervaka avfall genom:
 - a) Religion och kultur
 - b) Mat och souvenirer att undvika
 - c) Undvik evenemang som främjar miljöutbildning

4. VANLIGA FRÅGOR VANLIGA FRÅGOR OCH SVAR

1. Hur kan jag övervaka energi-, vatten- och avfallsförbrukningen?

Många företagare använder olika typer av prylar för att spara skydda miljön som smarta termostater som används just när gästerna verkligen behöver värme och luftkonditionering. LED-belysningslampor är mindre energikrävande än halogen på grund av hög andel kvicksilver inuti. Energihanteringsystem styr hela området och varje

elektronisk enhet via fjärrkontroll, inte bara värme- och Luftkonditionering, utan även lampor, stereo, TV-apparater, säkerhetssystem. hela byggnaden via fjärrkontroll via smartphones.

2. Hur kan jag spåra vattenanvändningen i anläggningen?

För att spåra vattenanvändning är vanligt att använda dagliga inspelningar som kan hjälpa till att kontrollera att vattenbesparande utrustning fortfarande ger besparingar. Personalen måste uppmuntras att rapportera droppande kranar och läckor och reparationer i allmänhet är snabba och enkla.

3. Vilket socialt initiativ kan jag använda för att skydda och stödja lokalsamhällena?

Många hotell implementerar sociala initiativ och företagens sociala ansvar i sina vanliga dagliga metoder. Företagens sociala ansvar inom hotellbranschen finns inom personalförvaltning, lokalsamhället och genom att främja och öva miljöinitiativ. Dessa initiativ skyddar och stöder hotell försöker nu vara etiska genom sociala initiativ som skyddar och stöder samhällen, deras mänskliga resurser och genomförande av miljöinitiativ. Flera multinationella företag har fått ett mycket negativt varumärkesrykte baserat på deras tidigare oetiska praxis.

4. Hur kan jag välja ett grönt lag?

Att välja ett grönt team kan ge medarbetarna rätt entusiasm för det uppnådda målet. För att välja ett grönt team är det viktigt att hitta teknisk expertis inom drift, teknik och inköp, tillsammans med marknads- och säljare på grund av deras externa expertis om konsumenter och konkurrenter. Medlemmar i det gröna teamet bör ha stor kommunikationsförmåga och intresse för miljöfrågor.

5. Vilka är de bästa alternativen för att börja arbeta med miljöprogram?

Det bästa sättet att börja arbeta med ett miljöprogram är att uppdatera regelbundna lägesrapporter för att uppnå politiska mål. Lägesrapporter hjälper till att övervaka och mäta miljöprogrammets mål. Alla dessa mål bör också meddelas alla intressenter och placeras på webbplatsen. En kontrollista för självrevision kan bidra till att uppnå dessa mål. I stycket ovan finns några exempel.



Project acronym: ENVIRECA
 Project name: "Greening" apprenticeships in the HORECA industry
 Project code: 2018-1-IT01-KA202-006773

Document Information

Document ID name: LEARNING MATERIALS UNIT 5
 Document title: LÄRANDE ENHET 5
 Output Type: Project Management and Implementation
 Date of Delivery: 07/07/2019
 Activity type:
 Activity leader: Dalarna University
 Dissemination level: Confidential

Document History

Versions	Date	Changes	Type of change	Delivered by
Version 1.0	07/07/2019	Initial document		DU

Disclaimer

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Add one of the following:

[for materials developed in the context of project's intellectual outputs]:
 The project resources contained herein are publicly available under the [Creative Commons license 4.0 B.Y.](#)

[for Project Management and Implementation materials]:

This document is proprietary of the ENVIRECA Consortium. Project material developed in the context of Project Management & Implementation activities is not allowed to be copied or distributed in any form or by any means, without the prior written agreement of the ENVIRECA consortium.

LÄRANDE ENHET 6

GRÖN UPPHANDLING

KVALIFICERING PÅ EQF-NIVÅ	4/5
VARAKTIGHET	10 timmar

Läranderesultat	Kunskap	Färdigheter	Befogenheter
LO1 K16 (på andra) Identifiera olika typer av biologiskt nedbrytbar utrustning, miljövänliga tvättmedel. Lista säsongsbetonade produkter och leverantörer för närområdet	Du vet hur man: <ul style="list-style-type: none"> • Producera säsongsbetonade menyer från mat i närområdet • Hitta och utnyttja lokala leverantörer och hållbara upphandlingskanaler 	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> • Utvärdera livsmedelsleverantörer för att säkerställa att livsmedelsråvaror är hållbara • Utforma menyer som använder säsongsbetonade och lokalt hållbara produkter 	Han/hon är ansvarig för: <p>Arbeta i team för att upphandla hållbara livsmedelsråvaror och produkter för företag</p>
LO2 K17 (på 17) Förklara hur arbetsgivarens hållbarhetsprinciper relaterar till hållbarhetsköpsbeteenden	Du vet hur man: <ul style="list-style-type: none"> • Produkt- och tjänstlivscyklar och deras miljöpåverkan • Hur arbetsgivarens hållbarhetsprinciper/uppdrag eller mandat förhåller sig till hållbara inköpsbeteenden • Återanvändningspotential för alla livsmedel och produkter som köps inom verksamheten 	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> • Samla in och bedöma data om produktens livscykel för att minimera kort- och långsiktiga E-miljöpåverkan • Källa lokala leverantörer av hållbara livsmedelsråvaror 	Han/hon är ansvarig för: <ul style="list-style-type: none"> • Självständigt bedöma inköpskanaler för att säkerställa hållbarhet • Övervaka upphandlingsprocesser för att minimera miljöpåverkan av alla inköp
LO3 K18 (på 18) Utvärdera lokala kanaler för hållbar försörjning. Förklara hur du samlar in och sprider information om återanvändbara och biologiskt nedbrytbara produkter.	Du vet hur man: <ul style="list-style-type: none"> • Alternativa processer som kan hjälpa eller minska upphandlingsprocesser (t.ex. takträdgårdar, örtplanterare etc.) • Förbrukningsvaror och farliga material och hur man upphandlar gröna alternativ • Hur man hittar, upphandlar och använder återanvändbara eller biologiskt nedbrytbara värtor och miljövänliga rengöringsmedel 	Han/ hon kan: <ul style="list-style-type: none"> • Kommunicera hållbart • Främja användningen av lokala och säsongsbetonade ingredienser och produkter i menydesign och/eller andra områden inom verksamheten • Samla in information om återanvändbara och biologiskt nedbrytbara produkter och utrustning som lämpar 	Han/hon är ansvarig för: <p>Arbeta som ett team för att säkerställa att mat- och dryckeskostnaderna förblir lämpliga samtidigt som hållbara och gröna upphandlingsmetoder säkerställs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ta ansvar för att kommunicera grön upphandlingspolicy till interna intressenter för att säkerställa att alla inköpsprocesser är miljövänliga

		sig för inköp/användning inom företaget	
--	--	---	--

ENHETSINNEHÅLL

Syftet med ämnet är att ge studenterna kunskap om hur man hittar, väljer ut och utnyttjar lokala leverantörer; Hur arbetsgivarens hållbara principer förhåller sig till hållbara köpbeteenden. Hur man hittar, upphandlar och använder återanvändbara eller biologiskt nedbrytbara vårtor och miljövänliga rengöringsmedel. De bevis som läraren använt kommer att baseras på teoretiska föreläsningar, praktiskt arbete, individuell uppgift, presentationer av studenter, gästföreläsningar, workshops, videor, PPT och så vidare.

I slutet av enheten kommer studenterna att bedömas genom några skriftliga prov, Q & A. Frågor kommer att vara ett generellt fokus på teoridelen och bidra till att få de nödvändiga verktygen för att få den praktiska delen gällande det framtida jobbet.

INFÖRANDET

Produkter och tjänster måste utformas så att människor kan minska den miljömässiga och sociala påverkan i vardagen. För att utforma produkter och tjänster för ett hållbart liv är det viktigt att stödja människor att agera på detta sätt, använda teknik för att underlätta interaktion mellan människor och fulltillgängliga behov utan att påverkbara miljömässiga sociala konsekvenser.

För att göra detta är det viktigt att förstå de faktorer som påverkar användarna och leda dem att bete sig på ett mer hållbart sätt. För att göra det är det viktigt att veta vad människor känner och drömmer om. Socialt inflytande påverkar även arbetsgivare som kommer att vara inom arbetsgivarens hållbara köpbeteende.

Dessutom kommer studenterna i denna enhet att behöva veta hur man hittar, väljer och använder lokala leverantörer och hur man hittar, upphandlar och använder biologiskt nedbrytbara vårtor och miljövänliga rengöringsmedel.

1. SANVÄNDBART KÖPBETEENDE

Arbetsgivare är människor och människor är den del av samhället som främst följer andras åtgärder i syfte att minska deras energiförbrukning. Hållbart beteende är till exempel användningen av solpaneler som normalt påverkar 63 procent av grannskapet.

Andras beteenden kan vara motiverande, särskilt när det gäller kompostering och återvinning hos en grupp människor som känner varandra väl.

För att ändra beteende, först av människor och sedan av arbetsgivare, är det viktigt att bryta dåliga vanor i privatlivet, till exempel under att flytta, gifta sig och starta ett nytt jobb. Att ändra beteendemässiga straff kan vara en lösning snarare än att belöna goda vanor. Straff kan tas bort när den goda vanan bildas. Det är viktigt att tillhandahålla enkla hållbara åtgärder, till exempel för incitament och återkoppling under en längre tidsperiod.

Arbetsgivarens hållbara principer handlar om hållbart köpbeteende. Hållbarhet kan vara mer attraktivt med personliga fördelar som hälsa eller produktkvalitet, själv effektivitet. Om människors handlingar betonas positivt kommer de att göra grönare val.

Hotell och restauranger kan också be kunder att direkt spara energi och minskningen har beräknats med 12%. Miljöism har också kopplats till kvinnors beteende och har prenumererat på traditionella könsroller. Sedan upptäcktes att miljöaktivister var attraktivt för både män och kvinnor.

Konkreta exempel kan bidra till att sensibilisera den allmänna opinionen om miljön. Djur, växter och människor som faktiskt påverkas av klimatförändringarna kan vara en bra bild att använda för att vara grönare. Glaciärer förändras kan ses av fotografier av de flesta människor och kan bidra till att förändra beteende och perspektiv mot miljö och klimatförändringar.

För att utveckla medvetenhet och motivation bland medarbetarna finns tre viktiga fallstudier som kan användas som exempel på hållbar catering, om etiketter, användning av lokalt och matsvinn. Organisationen kan uppnå hållbarhet, till exempel genom att

- Motivation och engagemang i köks- och servicepersonal;
- Utveckla kunskapen i kökspersonalen och bli mer hållbar med entusiasm och kreativitet;
- Hållbart utseende av matsalsområdet;
- Ingen vision och inga mål för hållbarhet kan påverka planen negativt;
- Underlätta en undersökning för att minska hindren för beteendeförändringar mot hållbarhet inom catering för personal och gäster;
- Utveckla en plan för att spåra arbetet med hållbarhetssteg;
- Organisera en workshop som kan inspirera och dela möjligheter till mer hållbara menyer och lära ut färdigheter;
- Intern kommunikation och kommunikation med gäster;
- Kreativitet i att forma menyer och kreativitet på olika avdelningsnivåer;
- Att vara medveten om balansen mellan växtbaserade och köttprodukter i måltidsprodukter

2. GRÖN UPPHANDLING OCH BIOLOGISKT NEDBRYTBARA VÅRTOR

Miljöanpassning kan uppnås genom vardagligt beteende och förbättras av offentliga myndigheter. Grön offentlig upphandling är till exempel ett viktigt verktyg som upprätthålls av EU och som används för att uppnå politiska mål som rör klimat och miljö. GPP-handboken är utformad för att förklara möjligheterna när det gäller EU-lagstiftning som omdirigerar till gröna kontakter. Målmarknaden är offentliga myndigheter, men de innehåller även idéer för leverantörer och tjänsteleverantörer och i synnerhet mindre företag. Myndigheter som genomför GPP kommer att möta miljöutmaningar och minska utsläppen av växthusgaser och gå mot en cirkulär ekonomi. Jordbruket är en viktig del av denna handbok tillsammans med utsläpp av växthusgaser, mark- och vattenförorening, biologisk mångfald och avfall. Transportförpackningar och lagring av livsmedelsprodukter ingår i denna förteckning. Ekologisk produktion, minskning av livsmedel och förpackningsavfall har en betydande inverkan på den allmänna opinionen.

Två fallstudier som skulle vara intressanta att fokusera på kommer från Sverige och Frankrike.

I Malmö serverades en skola som använde 100 procent ekologisk mat för första gången som en del av en pilotstudie. Djupadals skolan inkluderade ekologiska produkter i skolan som levererades en gång i veckan med hållbara fordon. I slutet av året var effekten positiv. Kostnaderna minimerades också av en bort från köttprodukter till säsongsbetonade och lokala grönsaker utöver kött.

I Frankrike visade en annan pilot att Lens stad levererade 100% certifierade ekologiska produkter. De bötfäller om produkterna inte hade information om produktionsmetoder och spårbarhet. Denna nya politik bidrog till att främja och öka efterfrågan på ekologiska livsmedel.

Vägtransporter är oerhört viktiga för att göra produkterna 100 procent ekologiska. Den står för cirka 25 procent av gasutsläppen i EU. Problemet är att även om fordonen är mer ekologiska än tidigare, har transportvolymen inte förändrats eller ökat i många delar av Europa. Det som måste göras är att uppmuntra andra transportsätt. Betydande kostnadsbesparingar kan uppnås genom skatte- och hälsofördelar och det måste stödjas av den offentliga sektorn, eftersom den ansvarar för ett stort antal fordon som bussar, lastbilar och alla kollektivtrafikmedel.

Catering och gästfrihet är en av de största ekonomiska aktiviteterna i världen och dess inverkan ur miljösynpunkt är enorm. Miljöhållbarhet har faktiskt ofta blivit en marknadsföringsstrategi, och vissa turistboenden använder endast små och begränsade hållbarhetsförbättringar för att behaga ögonen på medvetna konsumenter inom hållbar utveckling. Med samma ansträngning kan de bara bli riktigt engagerade i miljöorsaken.

Vi analyserade detta fenomen på djupet. När vi tittade på miljöcertifieringarna kopplade till turism i Italien och Europa ville vi veta vilka som är de verkliga kraven för att rangordna den ekologiska kvaliteten på ett hotell, ett bed & breakfast, en bondgård, en camping eller något annat boende för vår resa.

Ekologisk mat ses ibland som 0,6 km lång mat. Som sådan kan det vara en bra praxis att inkludera säsongsbetonade, ekologiska och lokala. Menyn måste tydligt visa

ingredienserna kommer från ekologiskt jordbruk. De bör tillhandahålla en mängd olika lokala och regionala recept och ange frånvaron av GMO-produkter och/eller produkter som utsätts för bestrålning. Det är viktigt att använda vatten från vattenverk eller flaskvatten i glas från regionala källor.

Tillsammans med en miljövänlig struktur, såsom dekoration, möbler bestående av naturmaterial tillverkade utan skadliga ämnen, är det viktigt att använda biologiskt nedbrytbara och naturliga luftfräsare.

Restauranger serverar i allt högre grad lokal mat och främjar inte bara hållbarheten i sina måltider utan lyfter också fram hur sådana beslut påverkar hållbarheten. Det finns till exempel många andra positiva aspekter när det gäller att anta miljövänliga åtgärder inom livsmedelsservering som färskhet, smakrika livsmedel, lokala ekonomier kan stödjas med hjälp av sina produkter som erbjuder marknadsföringsfördelar.

Färskhet är en av de viktigaste fördelarna för gröna restauranger. Frukt och grönsaker transporteras dagligen på små avstånd. Som sagt tidigare, kort avstånd upprätthåller utseende, smak och näringsämnen av produkter.

Användningen av lokala produkter hjälper till att stödja den lokala ekonomin och främja relationer med andra affärsmän i området där restaurangerna är bosatta. Dessutom älskar kunder att äta produkter som kommer från den lokala miljön och det kan vara en bra marknadsföringsstrategi för verksamheten.

Lokala livsmedel är också baserade på årstiderna och därför måste restauranger ändra menyn beroende på tillgången på produkter i naturen. Många företagare tycker att lokala produkter är för dyra, menir-kostnaden är inte alltid så högre. Det finns andra produkter tillgängliga hela året som fjäderfä, nötkött, fläsk, honung, mejeriprodukter och bageri. Små gårdar använder mindre energi än större och många små gårdar är ekologiska och använder inte kemikalier, hormoner och bekämpningsmedel.

3. MILJÖVÄNLIGA RENGÖRINGSMEDEL

Idag innehåller många rengöringsprodukter kemiska ämnen som är extremt skadliga för miljön och även för människor. Förutom miljövänliga rengöringsprodukter finns det naturliga alternativ som vinäger och äppelcidervinäger som hjälper till att avlägsna mikrobiell förorening som dödar bakterier och bakterier. Vinäger kan också användas med bakpulver som orsakar en vetenskapsvulkan som kan hjälpa till att rengöra kök och badrumsavlopp.

Peroxid kan desinficera och rengöra för att bleka och lysa upp kläder, väggar och räknare. Väteperoxid kan användas tillsammans med eteriska oljor, bakpulver och vinäger kan skapa toalettskålbomber för att falla ner i toaletten och göra själva rengöringen.

Att neutralisera dofter bakpulver är det bästa alternativet men det kan också användas som fläckborttagningsmedel, desinfektionsmedel och avfettningsmedel. Det är milt

slipande och säkert att använda på känsliga ytor som marmor eller koppar och mässingsfläckborttagning. Eteriska oljor används inte bara för aromaterapi utan de har också fantastiska antibakteriella egenskaper. De kan användas för att göra rengöringsmedel och luftfräsare. Mest använda eterisk olja är lavendel, citron, eukalyptus, vild apelsin, rosmarin, timjan, mynta och tjuvar.

Citroner är också ett naturligt desinfektionsmedel och ett fantastiskt fläckborttagningsmedel. Skalet och juicerna används båda, och du kan använda skalet antingen torrt eller färskt.

Detta är perfekt för flera ytor och är lämpligt för all användning. Använd den för att rengöra köks- och badrumsdiskar, handfat, toaletter, bordsskivor och mycket mer. De eteriska oljorna hjälper också till att täcka lukten av ättika i utrymmet som rengörs.

Det finns vissa branscher som producerar miljövänliga rengöringsprodukter. Ingredienserna är växtbaserade, biologiskt nedbrytbara och smakade aldrig av djur. Dofterna sträcker sig från botanisk rengöring till populär frukt och grönsakfläck över. Ett exempel är Liquid Greebs produkter inklusive miljövänliga och människoskara.

4. BESVARA FÖLJANDE FRÅGOR

1. Vad är huvuddragen för miljömässig social påverkan?

- a) förstå faktorer som påverkar människor
- b) aldrig bry sig om vad folk vet
- c) använd aldrig hållbart köpbeteende

2. Vilken typ av hållbart beteende används normalt bland människor?

- a) Användning av solpaneler
- b) Nya centric energimaskiner
- c) Få och starta ett nytt jobb

3. Lösningar som antagits av regeringen?

- a) Vänta på att beteendet ändras av sig själv
- b) Belöna dåliga vanor
- c) Beteendestraff

4. Vilket är namnet på handboken som utökas till offentliga myndigheter?

- a) GSG Grön Säkerhetsregering
- b) GPP Grön offentlig Upphandling
- c) PSS-panelens solsystem

5. där länder har det skett ett positivt resultat med hjälp av nollmilsmat?

- a) Italien och Tyskland
- b) Frankrike och Sweden
- c) Storbritannien och Portugal

6. Naturläkemedel används vid rengöring

- a) Olivolja, salt och socker
- b) Bakpulver, eteriska oljor, citron
- c) Timjan, mynta, apelsin

5. Vanliga frågor och svar vanliga frågor och svar

1. Varför är det viktigt för HORECA-industrin att använda lokala livsmedel?

Frukt och grönsaker transporteras dagligen på små avstånd. Som sagt tidigare, kort avstånd upprätthåller utseende, smak och näringsämnen av produkter. Användningen av lokala produkter hjälper till att stödja den lokala ekonomin och främja relationer med andra affärsmän i området där restaurangerna är bosatta. Dessutom älskar kunder att äta produkter som kommer från den lokala miljön och det kan vara en bra marknadsföringsstrategi för verksamheten.

2. Vilken viktig princip bidrar till att öka hållbart köpbeteende bland människor och anställda?

Motivation och engagemang i köks- och servicepersonal; Utveckla kunskapen i kökspersonalen och bli mer hållbar med entusiasm och kreativitet; Hållbart utseende av matsalsområdet; Ingen vision och inga mål för hållbarhet kan påverka planen negativt; Underlätta en undersökning för att minska hindren för beteendeförändringar mot hållbarhet inom catering för personal och gäster; utveckla en plan för att spåra arbetet med hållbarhetssteg; Organisera en workshop som kan inspirera och dela möjligheter till mer hållbara menyer och lära ut färdigheter; Intern kommunikation och kommunikation med gäster; Kreativitet i att forma menyer och kreativitet på olika avdelningsnivåer; Medvetenhet i förhållande växt och mindre djurbaserade produkter.

3. Hur kan jag börja erbjuda 0-mils mat?

Ekologisk mat kallas nollmilsmat och ett bra exempel inom HORECA-industrin när det gäller livsmedel skulle vara att använda säsongsbetonade, ekologiska och lokala livsmedelsprodukter. Menyn måste tydligt visa att ingredienserna kommer från biokultur. De bör tillhandahålla en mängd lokala och regionala kvitton och ange frånvaron av GMO-produkter och/eller produkter som utsätts för bestrålning. Med hjälp av lokal mat måste restauranger ändra menyn beroende på tillgången på produkter i naturen. Många företagare tycker att lokala produkter är för dyra, men deras kostnad är inte alltid så högre. Det finns andra produkter tillgängliga hela året som fjäderfä, nötkött, fläsk, honung, mejeriprodukter och bageri. Små gårdar använder mindre energi än större och många små gårdar är ekologiska och använder inte kemikalier, hormoner och bekämpningsmedel.

4. Är det möjligt att endast använda miljövänliga rengöringsmedel i HORECA-industrin?

Det finns naturliga alternativ som vinäger och äppelcidervinäger som hjälper till att ta bort mikrobiell förorening som dödar bakterier och bakterier. Vinäger kan också

användas med bakpulver som orsakar en vetenskapsvulkan som kan hjälpa till att rengöra kök och badrumsavlopp. Peroxid kan desinficera och rengöra för att bleka och lysa upp kläder, väggar och räknare. Väteperoxid kan användas tillsammans med eteriska oljor, bakpulver och vinäger kan skapa toalettskålsbomber för att falla ner i toaletten och göra själva rengöringen. Dessutom producerar många industrier 100% miljövänliga produkter som kan köpas över hela världen.



Project acronym: ENVIRECA
 Project name: "Greening" apprenticeships in the HORECA industry
 Project code: 2018-1-IT01-KA202-006773

Document Information

Document ID name: LEARNING MATERIALS UNIT 6
 Document title: LÄRANDE ENHET 6
 Output Type: Project Management and Implementation
 Date of Delivery: 07/07/2019
 Activity type:
 Activity leader: Dalarna University
 Dissemination level: Confidential

Document History

Versions	Date	Changes	Type of change	Delivered by
Version 1.0	07/07/2019	Initial document		DU

Disclaimer

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Add one of the following:

[for materials developed in the context of project's intellectual outputs]:
 The project resources contained herein are publicly available under the [Creative Commons license 4.0 B.Y.](#)

[for Project Management and Implementation materials]:

This document is proprietary of the ENVIRECA Consortium. Project material developed in the context of Project Management & Implementation activities is not allowed to be copied or distributed in any form or by any means, without the prior written agreement of the ENVIRECA consortium.