

3.8.3-200/2017



Stockholm
2017-06-25

Ansökan om marknadsföringsstöd, Stockholm Furniture & Light Fair 2018

I februari varje år arrangeras Stockholm Furniture & Light Fair (SF&LF). SFLF anses i branschen vara en av Europas ledande möbelmässor, och är i dag den största mötesplatsen i världen för skandinavisk design. SF&LF är öppet för alla som älskar design oavsett etnisk tillhörighet, kön eller religion och Stockholmsmässan, som är Nordens största mässanläggning, ska vara tillgänglig för alla. Därför har vi bla grundtillgänglighet till samtliga restauranger, kongresslokaler och utställningshallar. Vidare tillhandahåller vi parkeringsplatser nära entrén, reserverade för personer med parkeringstillstånd (funktionsnedsättning), rullstolar finns att låna, hörhjälpssystem för personer med hörapparat m.m.

Parallellt med SFLF arrangeras sedan 2002 även Stockholm Design Week (SDW), en temavecka med över 100 designrelaterade event på olika ställen runtom i staden. Bakom arrangemanget står Stockholmsmässan där de 100 evenen "på stan" (mingel, utställningar, middagar mm) arrangeras av ett stort antal aktörer.

Tillsammans attraherar SDW och SFLF cirka 50 000 besökare (varav 10 000 internationella från 80 olika länder) och cirka 1 200 journalister. Besökarna är i första hand inköpare, arkitekter och designers, men även studenter, bloggare, inredare och designintresserade stockholmare. Många besökare uppskattar kombinationen av mäsas och designvecka. Vi kan ge besökarna en helhetsupplevelse när de besöker Stockholm under vecka 6.

SFLF/SDW är idag störst men inte ohotad. Våra grannländers huvudstäder, Helsingfors, Oslo och Köpenhamn vill alla tre ta över rollen som ledande inom skandinavisk design och arbetar alla hårt för att detta ska ske.

Tillsammans med Sveriges Arkitekter och Trä- och Möbelföretagen vill Stockholmsmässan nu expandera SDW ytterligare, både för att för att befästa Stockholms ledande position och för att öka intresset för skandinavisk design – nationellt och internationellt. Vårt mål är att öka antalet besökare från 50 000 till 70 000, och att öka antalet internationella besökare med ca 6 000 personer. Vi vill också göra veckan mer känd hos allmänheten och därmed öka stockholmarnas stolthet över sin stad. Ingen ska kunna undgå att det är designvecka i Stockholm!

Som ett led i det arbetet kommer SDW, bla genom nya samarbeten, från och med 2017/2018 att få ett breddat innehåll, där de traditionella designevenen får sällskap av fler evenemang inriktade på industridesign, mat, mode och arkitektur. Vi ser framför oss en vecka där massor av spännande och udda lokaler används för designrelaterade evenemang, publika och professionella. Showroom, butiker, varuhus, hotell, museer, gallerier och restauranger deltar med en egen designvinkling. Utöver detta ser vi även att ambassader, kyrkor, kulturbyggnader, "social housing" med mera öppnas upp och adderar ytterligare värde för besökarna.



Utvecklingen av SDW kommer ytterligare att bidra positivt till Stockholm och Sverige på flera sätt:

- Veckan stärker Sverige som designland och stadens profil som ledande på designområdet.
- Stärker bilden av Stockholms innovationsklimat.
- Stärker det internationella intresset för design i Sverige.
- Stärker flera kreativa näringar.
- Skapar nya försäljnings- och exportmöjligheter för ett flertal sverigebaserade företag.
- Eventet bidrar till den turistekonomiska omsättningen och genererar därmed arbetstillfällen och skatteintäkter.
- Stadens invånare får möjlighet att ta del av ett stort antal högklassiga designevent.

SDW marknadsförs i dagsläget via till exempel sociala medier, annonsering, tidskriftssamarbeten och ett internationellt pressprogram. I den planerade satsningen vill vi ytterligare utöka marknadsföringen, både via dessa och liknande kanaler men även genom en mer ambitiös "city dressing" som att skapa publika och attraktiva konstnärliga installationer på nya designrelaterade områden, som exempelvis Brunkebergstorg. Vi skall även engagera det kommersiella Stockholm såsom hotell, restauranger, varuhus, butiker, museer etc. Dessa parter ska tillsammans med SDW kommunicera veckan. Skapa en publik synlighet med publika attraktioner och aktiviteter med fokus på design. Kungsträdgården skulle kunna vara navet och den fysiskt viktigaste platsen för detta.

Stockholmsmässan, tillsammans med Trä- och Möbelföretagen och Sveriges Arkitekter, ansöker därför om ett marknadsföringsstöd avseende Stockholm Furniture & Light Fair för vidareutveckling av Stockholm Design Week om 700.000 kr.

Med vänliga hälsningar,

Anders Fernqvist
Business Controller

Kontaktperson vid frågor:

Cecilia Nyberg

Projektchef - Stockholm Furniture & Light Fair / Stockholm Design Week
Tel: 08-749 4386, 070-789 4386, cecilia.nyberg@stockholmsmassan.se

www.stockholmdesignweek.com
www.stockholmfurniturefair.com

Ansökan om marknadsföringsstöd, Stockholm Furniture & Light Fair 2018

Bilaga 1) Budget

Bilaga 2) Budget

Bilaga 3) Exponering av varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia

Bilaga 4) Miljö- och socialt engagemang

Stockholmsmässans vision är att bli en ledande mötesplats i norra Europa och att därmed stärka Stockholms ställning som Skandinaviens huvudstad. Tillsammans med våra utställare och arrangörer skapar vi mötesplatser som ger besökarna ökad kunskap, ny inspiration och möjlighet att göra bra affärer. Som ett av de ledande företagen i vår bransch, och som en ansvarsfull samhällsmedborgare, ser vi det som självklart att ständigt utveckla Stockholmsmässans hållbarhetsarbete och därmed bidra till en mer hållbar värld. Vi är övertygade om att ett aktivt hållbarhets-arbete inte bara ger oss och våra medarbetare ett gott samvete, utan också skapar nya affärsmöjligheter och ökar företagets långsiktiga värde. *Se bilaga. Miljöbroschyrsv.*

Bilaga 5) Jämställdhet

Jämställdhetsarbetet på Stockholmsmässan ska vara en naturlig del i det dagliga arbetet och beaktas vid alla beslut om arbetsmiljö, lönesättning, rekrytering, personalutveckling samt vid övriga personalfrågor. Mål och syfte med vårt jämställdhetsarbete är att ta tillvara på de resurser som den enskilde individen har oavsett kön, ålder eller bakgrund. *Se bilaga. Jämställdhets- och mångfaldsplan 2015 – 2017.*

3.8.3-200;10/2017

Projektår: 2018

Projekt: Stockholm Design Week 2018

Projekt: ResE30 - Budget

Intäkter	år 2018
Bidrag staden	500
Annonser/Guiden (ex provision).	650
Sponsorer	900
Fest/event - sponsorer	600
Besökarintäkter	250
Summa intäkter	2 900

Kostnader	år 2018
Stadens samarbeten	500
Tryck och prod Guiden	260
Marknadsföring	160
Fest/event	650
Konsult	900
Summa kostnader	2 470

TB Design Week	430
-----------------------	------------

* Under Stockholm Design Week pågår ett hundratal aktiviteter, events, och utställningar på stan. Dessa finns inte med i ovan budgetsammanställning.

* Budgeten omfattar endast externa kostnader som är direkt kopplade till SDW.

Exponering av varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia

Varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer bla att kunna ses i nedan sammanhang under Stockholm Design Week 2018.

I The Official Guide to Stockholm Design Week som Host City / partner

Med The Official Guide to Stockholm Design Week vill vi ge designveckans alla besökare en överskådlig guide till allt som händer under veckan, både på mässan och runt om i staden. Guiden trycks i ca 20 000 exemplar. Den når beslutsfattare och nyckelpersoner i den internationella designbranschen via direktdistribution, genom exponering på Stockholm Furniture & Light Fair, och självklart också på relaterade event och i ledande designbutiker runt om i staden under hela designveckan. Guiden tas även fram i en digital version som distribueras brett i alla kanaler och nyhetsbrev.

På stockholmdesignweek.com och på stockholmurniturefair.com som Host City/partner

Vi kommer även att lyfta varumärket i andra relevanta sammanhang inför, under och efter vecka 6.

Vårt miljöarbete



Stockholmsmässan

Tycker du att Nordens största mötesanläggning bör vara ett föredöme när det gäller miljöarbete? Det tycker vi också.

Stockholmsmässan ägs gemensamt av Stockholms stad och Stockholms Handelskammare, och vi är den största mäss- och kongressanläggningen i de nordiska länderna. Vi skulle säkert vara ett ansvarstagande företag även om vi varit en mindre aktör, men vi tycker också att man har ett särskilt ansvar när man är störst och den som alla andra tittar på.

För oss betyder det att vi arbetar med hållbarhetsfrågor i bred bemärkelse, från affärsetik och arbets-givaransvar till miljö och samhällsengagemang. I den här broschyren kan du läsa mer om vårt miljöarbete, och hur vi på olika sätt jobbar för att minska påverkan på miljön från vår 112 000 kvadratmeter stora anläggning, från våra hundratals event, och från de över en miljon besökare som varje år kommer hit till Stockholmsmässan.

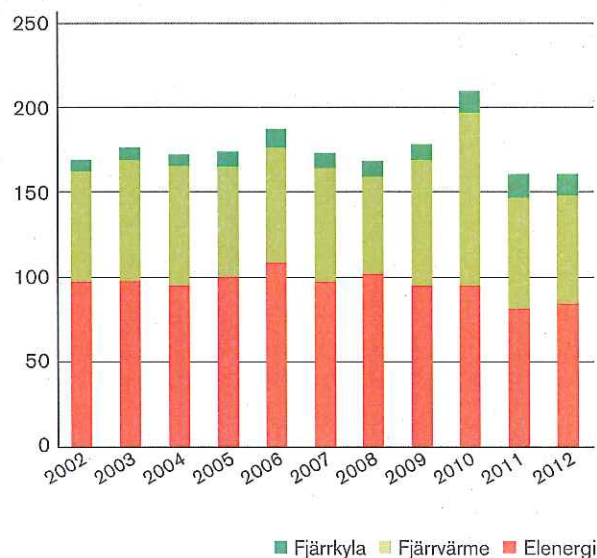
Varmt och ljust, men bara när det behövs

Alla som har gått på en mäsas eller suttit i ett konferensrum vet hur trist det kan bli om det är för kallt i lokalerna, för att inte tala om hur dystert det blir med för dålig belysning. Samtidigt drar det mycket energi i onödan att värma upp lokaler där ingen vistas för tillfället. Därför har vi installerat ett energisparsystem som bland annat innehåller moduler för att behovsstyra ljus, värme/kyla och ventilation i anläggningen. Det är många som hoppat högt när de kommit in i en tyst och mörk hall som plötsligt tänts upp när de kliver in! Till systemet hör också ett antal klimatjalousier som hindrar onödigt korsdrag under in- och utflyttningsperioder när de stora ytterportarna öppnas ofta. Mindre korsdrag betyder både skönare inomhusklimat och mindre energiåtgång – bra för både människor och miljö alltså.

Att spara energi handlar till viss del om de stora greppen, som till exempel att välja dynamisk LED-belysning när vi installerar nya ljusanläggningar eller att byta till ventilationsaggregat med effektiv värmeåtervinning och tilläggsisolering. Men mycket handlar också om ett ständigt förbättringsarbete; ett envetet gnetande med att förbättra isoleringen i anläggningen, se över tätningen av portarna, drifttider och så vidare.

Och apropå energi kan vi berätta att 60 procent av den energi vi förbrukar här på Stockholmsmässan kommer från förnyelsebara källor.

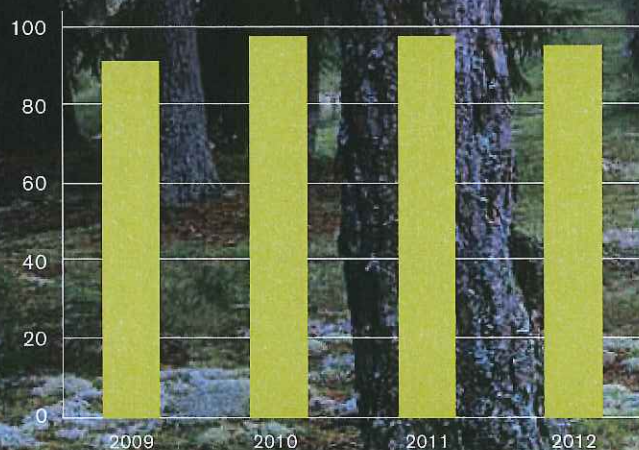
Energiförbrukning, kWh/kvm

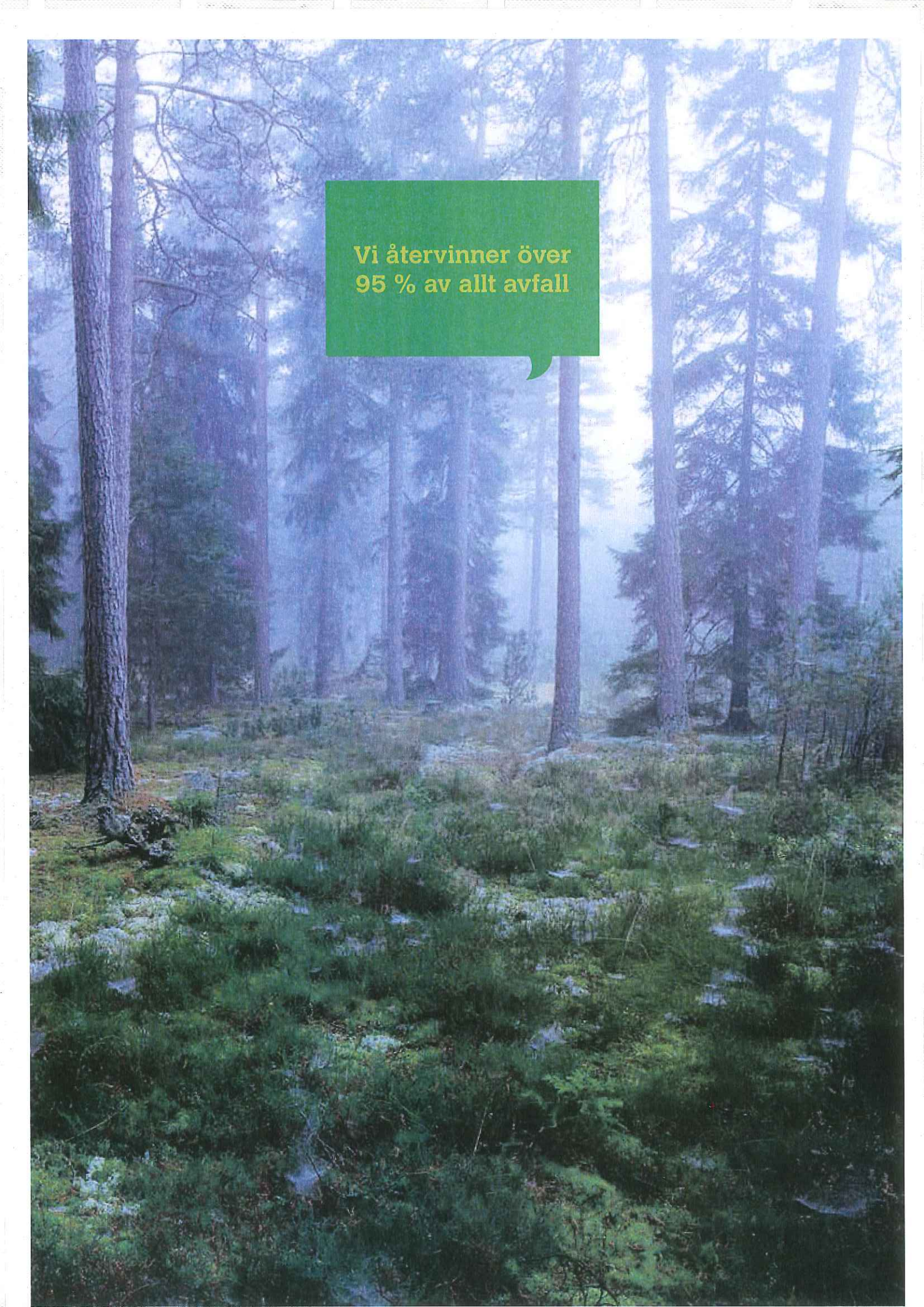


Var sak på sin plats (gäller även äppelskrutt)

När du har varit en stund på Stockholmsmässan – som besökare, utställare, entreprenör eller medarbetare – så kommer du förr eller senare stå där med något slags sopor som du vill bli av med. Då gäller det att hålla tungan rätt i mun, för här finns över 20 olika fraktioner att välja på. Via leverantören Green Cleaning, som är certifierade enligt miljöstandarden ISO 14001, återvinner vi över 95 procent av allt avfall som produceras här. Varje år samlar vi till exempel in metall så att det räcker till 4 000 nya cyklar, wellpapp motsvarande 500 träd, och färgat glas som blir till isolering i 18 villor.

Avfall % som sorteras



A photograph of a misty forest with tall, thin trees and a green speech bubble containing text.

**Vi återvinner över
95 % av allt avfall**

Rena golv och rent samvete

Det städas mycket och ofta hos oss, och vi är stolta över att 95 procent av de rengöringsmedel som används för daglig städning och storstädning på Stockholmsmässan är miljömärkta. Vårt städbolag EF Miljöstäd strävar ständigt efter att optimera sina processer ur miljösynpunkt och byta ut allt fler produkter mot miljöriktiga alternativ. Bland annat använder de ett slutet doseringssystem för att minimera förbrukningen av rengöringsmedel.

En blöt historia

Vet du vad en vattensparventil är? Det vet vi också, eftersom det sitter sådana i alla våra kylanläggningar. Vi tycker att vatten är en alldeles för viktig råvara för att slösa med i onödan. Därför har vi också rörelsestyrda urinoarspolningar, och vi byter successivt ut engreppsblandarna på toaletterna mot sensorstyrda varianter som minskar vattenåtgången.

Sov och ät med en vit fågel

Stockholmsmässan har två mångåriga samarbetspartners som också är viktiga bidragsgivare i vårt miljöarbete: dels vår restauratör Mässrestauranger och dels Rica som driver vårt eget hotell. Både Mässrestauranger och Rica Talk Hotel är Svanenmärkta, vilket innebär att en oberoende tredje part minst en gång per år går in och granskar att de uppfyller Svanens tuffa miljökrav.

För Ricas del handlar miljöarbetet mycket om det de kallar "små saker som gör stor skillnad". De och deras gäster sorterar avfall för återvinning och minskar konsumtionen av vatten och el, de städar med torra städmetoder för att använda minimalt med kemikalier, de bokar miljötaxi och de utökar ständigt sitt utbud av ekologisk mat och miljömärkta produkter.

Mässrestauranger å sin sida serverar endast ekologiskt och rättvisemärkt kaffe, ekologiskt te samt Kravmärkt mjölk på samtliga sina serveringar. Av allt engångsmaterial de köper in är två tredjedelar återvinningsbart och komposterbart, allt kontorspapper de förbrukar är Svanenmärkt, och de sorterar matrester, brännbart avfall och plast separat.



Våra flitigaste
medarbetare

Våra flitigaste medarbetare

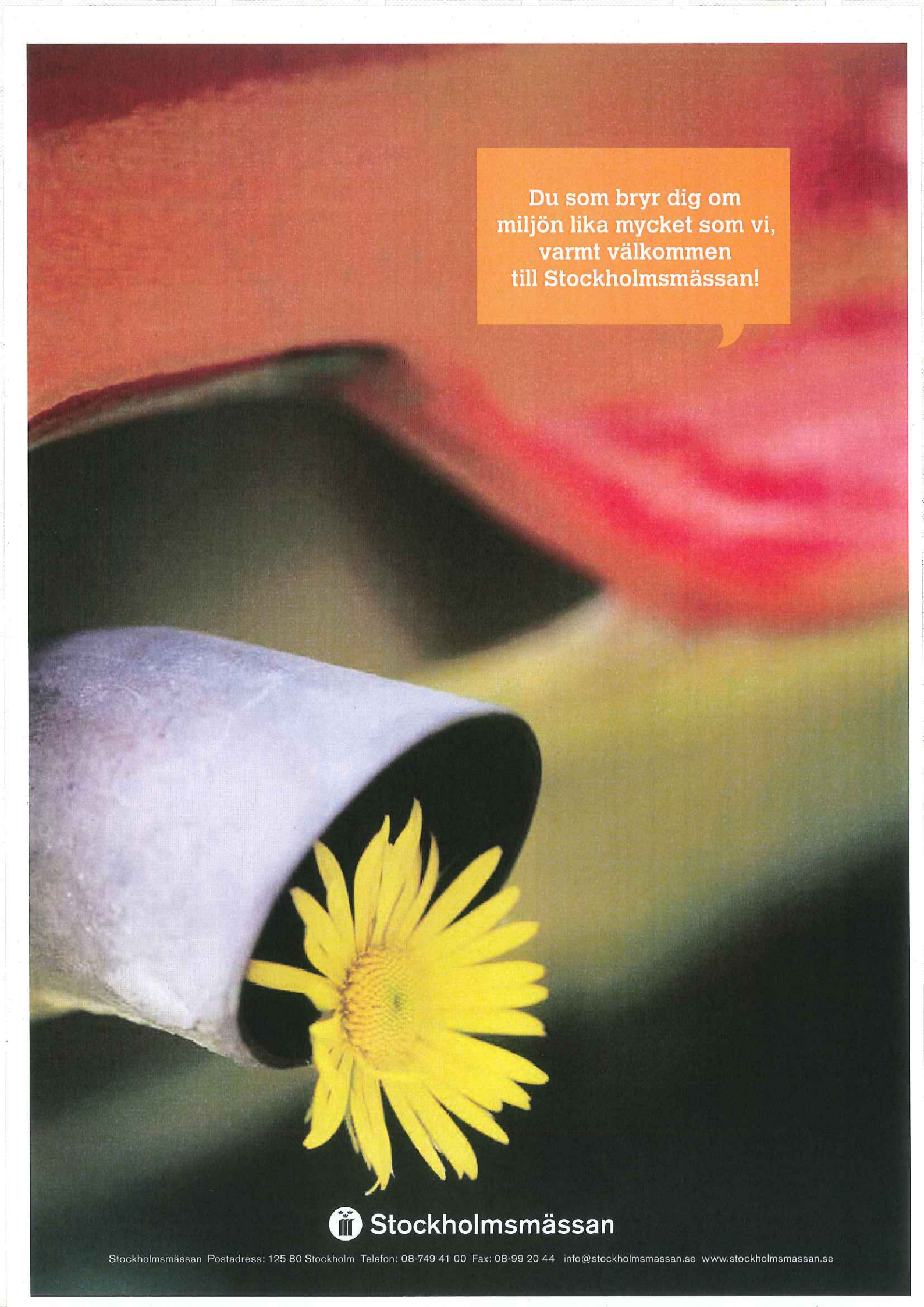
Nästa gång du kommer till Stockholmsmässan så titta om du kan se de fem orange lådorna på taket mellan kontorsentrén och huvudentrén. Där bor våra flitiga bin, som ger oss många kilo mumsig och garanterat ekologisk honung varje år. Men det är inte allt. Visste du att ungefär en tredjedel av allt du äter är beroende av pollinerande insekter, och att antalet sådana insekter har minskat dramatiskt under 2000-talet?

Genom vårt samarbete med Bee Urban hjälper vi Stockholmsmässans närområde att bevara den biologiska mångfalden, samtidigt som vi bidrar till att säkra de svenska bestånden av honungsbin.

Ta tåget till mässan!

Från vår entré är det bara 350 meter till Älvsjö station, vilket är en stor fördel för de besökare som vill resa till och från våra event på ett enkelt, miljövänligt och smidigt sätt. Det tar bara tio minuter härifrån till Stockholms Central, och ska du ännu längre bort är det bara att sitta kvar på pendeltåget som även går till Arlanda flygplats och sedan vidare till Uppsala.

Vi har ett nära samarbete med SL som gör att de vet i god tid när vi väntar särskilt många besökare, och kan hjälpa till med exempelvis stationsvärdar som visar resenärerna tillrätta eller extralånga tåg när det behövs.



Du som bryr dig om
miljön lika mycket som vi,
varmt välkommen
till Stockholmsmässan!



Stockholmsmässan

Stockholmsmässan Postadress: 125 80 Stockholm Telefon: 08-749 41 00 Fax: 08-99 20 44 info@stockholmsmassan.se www.stockholmsmassan.se

JÄMSTÄLLDHETS – OCH MÅNGFALDSPLAN 2015-2017

FÖR STOCKHOLMSMÄSSAN AB



Inledning och bakgrund

Stockholmsmässans värderingar är vägledande för att vi ska ha ett arbetsklimat som kännetecknas av en positiv attityd till jämställdhet och mångfald grundad på ömsesidig respekt och förtroende. För att vi som företag ska kunna nå våra långsiktiga mål är det angeläget och avgörande att ta tillvara den kompetens som finns hos alla medarbetare. Genom att arbeta med jämställdhet och mångfald kan vi skapa en kreativ och utvecklande arbetsmiljö som i sin tur skapar förutsättningar för ett bra resultat. Stockholmsmässan som företag gynnas av mångfald och jämställdhet bland medarbetarna.

Mångfald handlar om allas lika värde oberoende av kön, sexuell läggning, ålder, etnisk eller social tillhörighet, språk och religion mm. Jämställdhet betyder att män och kvinnor har samma möjligheter, rättigheter och skyldigheter.

Jämställdhets- och mångfaldsarbetet ska vara en naturlig del av det dagliga arbetet på Stockholmsmässan och ingår i respektive chefs ansvar för verksamhet och medarbetare. Alla medarbetare ska känna till Stockholmsmässans jämställdhets- och mångfaldsplan och genom sitt agerande bidra till att den förverkligas. Ytterst ansvarig är VD och företagsledningen. HR är ansvariga för att tillsammans med fackliga företrädare se till att det finns en uppdaterad plan med mål och aktiviteter. Jämställdhets- och mångfaldsplanen är förankrad hos de fackliga parterna.

Jämställdhets- och mångfaldsplanen ska finnas tillgänglig på intranätet. Vid introduktionen av nyanställda ska Stockholmsmässans jämställdhets- och mångfaldsarbete vara med.

Jämix

Stockholmsmässan har ett samarbete med Nyckeltalsinstitutet. Nyckeltalsinstitutet har tagit fram ett jämställdhetsindex, Jämix, som visar hur jämställdheten ser ut i organisationen. Nio nyckeltal vägs samman till ett jämställdhetsindex som används för att belysa jämställdheten i organisationen. De nyckeltal som följs upp är:

Yrkesgrupper – är yrkesgrupperna i organisationen jämställda?

Ledningsgrupp – är den högsta ledningsgruppen jämställd?

Karriärmöjligheter – har kvinnor och män samma möjligheter att bli chef?

Lön – är lönen lika för kvinnor och män?

Långtidssjukfrånvaro – ser långtidssjukfrånvaron olika ut mellan kvinnor och män?

Föräldradagar – tas föräldradedighet ut jämlikt mellan kvinnor och män?

Heltidstjänster – är sysselsättningsgraden lika?

Tillsvidareanställda – är anställningsgraden lika?

Jämställdhetsarbete – aktivt arbete med jämställdhetsplanen

Mål och åtgärder för 2015-2017

Vi använder Nyckeltalsinstitutets nyckeltal som underlag för mål och uppföljning. Under 2015-2016 kommer vi att prioritera följande områden

1. Yrken

Är yrkesgrupperna i organisationen jämställda?

Den 31 dec 2014 hade Stockholmsmässan en könsfördelning som var 64% (62% mars 2013) kvinnor och 36% (38%) män vilket enligt Jämix ska vara 60-40 för att vara jämställt. Detta innebär att obalansen har ökat i organisationen.

Mål och åtgärder:

Mål: En jämställd fördelning inom samtliga yrkeskategorier. Stockholmsmässan ska arbeta för en jämställd arbetsplats.

Åtgärd: Vid rekrytering ska jämställdhetsperspektivet beaktas och vi ska eftersträva sökande av det underrepresenterade könet inom varje yrkeskategori. Alla tjänster ska utannonseras internt. Endast i undantagsfall sker rekrytering utan internannonsering.

2. Ledning

Är ledningsgruppen jämställd?

Den 31 december bestod Stockholmsmässans ledningsgrupp av 5 kvinnor och 3 män motsvarande 62% respektive 38%. Det råder således en fortsatt ojäm könsfördelning i ledningsgruppen enligt Jämix. Könsfördelningen har blivit mer jämn sedan den förra planen togs fram 2013. Siffrorna var då 6 kvinnor och 1 man, motsvarande 86% och 14%.

3. Chefskap

Har kvinnor och män samma möjligheter?

Stockholmsmässan eftersträvar en arbetsplats där kvinnor och män har samma möjligheter till karriär och utveckling. Här utgår vi från Jämix nyckeltal som visar om män och kvinnor har lika karriärmöjligheter. Är värdet 1 är det jämställt. Detta speglar då fördelningen bland alla anställda. Är värdet under 1 är kvinnor underrepresenterade på chefspositioner. Är värdet över 1 är män underrepresenterade. Resultatet nedan visar att fördelningen kvinnor/män på chefspositioner i förhållande till antalet anställda har blivit mindre jämställt.

Andel chefer som är kvinnor	Andel anställda som är kvinnor	Andel kvinnliga chefer/andel kvinnliga anställda
48 % (57 % 2013)	64 % (62 %)	0,75 (0,92)

Mål och åtgärd:

Mål: Könsfördelningen bland chefer ska överensstämma med företagets könsfördelning

Åtgärd: Könsfördelningen ska beaktas vid rekrytering av nya medarbetare till chefs- och ledningsgrupp. Aktiv ersättningsplanering ska genomföras årligen och även här ska jämställdhet beaktas.

4. Lön**Är lönen lika för kvinnor och män?**

Lönekartläggning sker vart tredje år inom Stockholmsmässan med handlingsplan för att åtgärda ev osakliga löneskillnader. Vid den senaste lönekartläggningen som genomfördes efter lönerevisionen 2012 kunde vi se vissa löneskillnader mellan kvinnor och män som det gjordes fördjupade analyser på. Justeringar gjordes i lönerevisionen. Nästa lönekartläggning blir 2015 efter 2015 års lönerevision.

Mål och åtgärder:

Mål: Osakliga löneskillnader ska inte förekomma mellan kvinnor och män. Lönekriterierna ska premiera prestation och kompetens.

Åtgärd: Lönekartläggning genomförs var tredje år och vid behov tas handlingsplaner fram.

5. Ohälsa**Ser långtidssjukfrånvaron olika ut?**

2014 års sjukfrånvaro var i genomsnitt för Stockholmsmässan 3,69 %. Av dessa utgör 1,89 % av kvinnor och 1,8 % av män. Av de långtidssjukskrivna är majoriteten kvinnor.

Mål och åtgärd:

Mål: Analysera varför kvinnornas sjukfrånvaro är högre än männens. Individuella handlingsplaner tas fram för att minska sjukfrånvaron.

Åtgärd: Arbeta konsekvent med tidig rehabilitering och förebyggande hälsoarbete.



6. Föräldraskap

Tar männen ut föräldradagar?

Stockholmsmässan ska underlätta för både manliga och kvinnliga medarbetare att förena arbete och föräldraskap. Männen står för en liten andel av det totala antalet utlagda föräldraledighetsdagar.

Mål och åtgärder:

Mål: Ha en företagskultur som uppmuntrar lika uttag av föräldraledighet mellan män och kvinnor. Arbete och föräldraskap ska gå att kombinera.

Åtgärder: Lyfta fram goda exempel i internkommunikationen
Medarbetarsamtal/avstämning inför föräldraledighet och vid återkomst, enligt föräldraledighetspolicy
Lyfta fråga på chefsmöten.

7. Anställningsvillkor

Är sysselsättningsgraden lika mellan män och kvinnor?

Arbetstider och arbetsmiljö ska vara anpassade så att de passar både män och kvinnor. Av de deltidsanställda är kvinnorna i majoritet.

Mål och åtgärd:

Mål: Alla som arbetar deltid ska ha möjlighet att arbeta heltid.

Åtgärd: Kvinnor och män ska i lika stor utsträckning erbjudas heltidstjänstgöring. Vid all rekrytering ska en könsneutral inställning tillämpas och heltidstjänstgöring utgöra normen.

8. Kränkande särbehandling

Stockholmsmässan accepterar inte någon form av diskriminering, sexuella trakasserier eller annan form av kränkande särbehandling. Det innebär att ingen får utsättas för trakasserier som kränker individens personliga integritet i arbetet.

Mål och åtgärder:

Mål: Ingen anställd på Stockholmsmässan ska utsättas för sexuella trakasserier eller kränkande särbehandling. Alla medarbetare har rätt att behandlas med respekt

Åtgärd: Om det kommer till Stockholmsmässans kännedom att det förekommer kränkande särbehandling ska åtgärder vidtas omedelbart.
Rutiner och policys mot kränkande särbehandling ska efterlevas.
Information i introduktions- och ledarskapsutbildning
Kränkande särbehandling följs upp i medarbetarundersökningen.



9. Mångfald

I dag har Stockholmsmässan en relativt homogen personalsammansättning vad avser kön, ålder och utländsk härkomst. Stockholmsmässan eftersträvar en ökad mångfald avseende kön, ålder och bakgrund. Vi ska ta tillvara olikheter och ha ett öppet förhållningssätt mot varandra.

Mål och åtgärder:

Mål: Stockholmsmässan ska öka mångfalden bland såväl chefer som medarbetare.

Åtgärd: Alla chefer ska ha ett mångfaldsperspektiv vid nyanställning och rekrytering
Vid rekrytering ska vi rikta annonser mot grupper som är underrepresenterade bland dagens medarbetare.
Vi ska marknadsföra Stockholmsmässan som ett bra företag att arbeta på och där vi tar tillvara olikheter
Kompetensutvecklingsinsatser såväl 2015 som 2016 för att öka kunskapen om kulturell förståelse samt ökad tolerans för olikheter.