



HEMFRID PRESENTERAR

Hållbarhetsrapport 2018

Vi är Hemfrid

Hemfrid startades 1996 av Monica Lindstedt.

Det var när hon själv befann sig mitt i karriären med fyra barn hemma plus en man som jobbade mycket som hon insåg att situationen var ohållbar. Inte bara för henne själv, utan också för många andra familjer i hennes närhet. Det var då hon bestämde sig för att starta Hemfrid.

I över tjugo år har vi arbetat med att förenkla människors vardag med olika tjänster i hemmet. Och vi fortsätter att utveckla tjänster och produkter för att på bästa sätt möta de behov som människor har i och kopplat till hemmet.

Vår vision

Vår vision är enkel – det är att skapa mer hemfrid. Vi vill att fler ska må bra och trivas hemma.

Organisation och ägare

Hemfrid är ett privatägt bolag inom hushållsnära tjänster. Vi finns i Sverige med huvudkontor i Stockholm och verksamhet i Göteborg, Malmö, Helsingborg, Uppsala och Västerås. Vi erbjuder städning, flytt, barnpassning och många andra tjänster i hemmet.

Om rapporten

Detta är vår tredje Hållbarhetsrapport där vi redovisar för hur vi bedriver vår verksamhet och vad vi har för ambitioner framåt. Vi beskriver både vilka möjligheter och utmaningar vi jobbar med. Hemfrids verksamhet omfattas av kravet på hållbarhetsrapportering enligt årsredovisningslagen och innehåller efterfrågade upplysningar kring antikorrup­tion, personal, sociala frågor samt miljö verksamhetsåret 1 januari – 31 december 2018. Vi redovisar även hur vi bidrar till FN:s globala hållbarhetsmål.

Hemfrid i siffror 2018

- Omsättning: 622 mkr
 - Abonnerande kunder: 15 500
 - Antal medarbetare: 2 111
 - Antal kontor: 5
-

Sid **Innehåll**

- 4. Monica Lindstedt, Grundare och Styrelseordförande
 - 6. Maria Andersson, VD
 - 8. Vår strategi
 - 16. En mer friktionsfri vardag
 - 23. En engagerande och utvecklande arbetsgivare
 - 30. Ett klimatsmart företag
-

MONICA LINDSTEDT, GRUNDARE OCH STYRELSEORDFÖRANDE

”

Vill man vara en viktig spelare framöver måste man jobba med socialt, miljömässigt och ekonomiskt ansvar.

Du hade en tydlig vision när du startade Hemfrid, vilken var den?

Min vision var att starta ett företag som förenklar vardagen för människor och samtidigt gör något bra för samhället. Jag brukar säga att Hemfrid är med och löser två samhällsproblem - det ena är människors brist på tid, det andra är att vi skapar schyssta vita jobb i en växande tjänstesektor.



MONICA LINDSTEDT, GRUNDARE OCH STYRELSEORDFÖRANDE

Var gör dig stolt över Hemfrid?

Det finns väldigt många saker att vara stolt över. Hemfrid har gjort vardagen enklare för flera tusen kunder och varit med och skapat en bransch som idag sys-selsätter över 30 000 människor. Vi har skapat nya karriärmöjligheter för många, framförallt utlandsfödda kvinnor som generellt har svårast att ta sig in på svensk arbetsmarknad. Vi har utmanat gamla politiska föreställningar och invanda attityder kring tjänster i hemmet. Vi har också visat att det går att driva ett seriöst och framgångsrikt företag i den här branschen.

Varför är hållbarhet så viktigt?

Vill man vara en viktig spelare framöver måste man jobba med socialt, miljömäs-sigt och ekonomiskt ansvar. Vi vet att hållbarhet är jätteviktig för både våra kun-der och medarbetare och förväntningarna på att företag ska göra schyssta affärer blir bara högre. Som marknadsledare har vi ett stort ansvar att driva och utveckla branschen på ett långsiktigt och ansvarsfullt sätt. Hållbarhet är ingen trend, det är vårt viktigaste ansvar.

Hur ser du på framtiden?

Hemfrid ska alltid ha kvar den entreprenöriella blicken framåt. Vi förändrar inte samhället genom att göra som vi alltid har gjort, utan vi måste hela tiden utveck-las och göra saker lite bättre. Vem vet hur hemmet och vardagen ser ut om tio eller tjugo år och vilka tjänster vi vill köpa då. För att inte missa möjligheterna behöver vi hela tiden hålla koll på vilka underliggande strömningar och trender som rör sig i samhället. På så sätt kan vi fortsätta vara ett företag i framkant och fortsätta påverka samhällsutvecklingen i positiv riktning.

MARIA ANDERSSON, VD

”
Nu kan vi koppla
ihop teknik, affär
& tjänsteupplevelse
på ett helt nytt sätt.

Hur skulle du sammanfatta 2018?

Det har varit ett händelserikt år då vi realiserat många nya idéer och projekt. Vi har haft ett stort fokus på att växla upp vår affärsutveckling och lanserat en rad nya tjänster och samarbeten som underlättar vardagen för våra kunder. Vår målsättning är att vara en ”one-stop-shop” för tjänster i hemmet.



Vilka har varit de största utmaningarna?

Precis som förra året svarar jag vårt stora IT-projekt. Då var vi mitt uppe i implementeringsfasen, nu är vi äntligen i hamn med byte av affärssystem och lansering av appar för både kunder och medarbetare. Det har inte varit en enkel resa och det har varit många utmaningar på vägen, men det har samtidigt gett oss möjlighet att förenkla våra arbetssätt och processer framöver. Nu kan vi koppla ihop teknik, affär och tjänsteupplevelse på ett helt nytt sätt.

Vilka har varit höjdpunkterna inom hållbarhet 2018?

Att vi har engagerat oss ännu mer i integrationsfrågan och fortsatt satsa på språkutbildningar för våra medarbetare. Vi testade också något helt nytt och bjöd in till Swedish Fika på vårt kontor och lät kunder vara språkcoacher till Hemfridare som vill bli bättre på svenska. Det blev många fina samtal om Sverige, olika kulturer och språkets betydelse för att förstå kulturen. En annan höjdpunkt är att vi lanserat en ny tjänst för återvinning och återanvändning som gör det enklare för våra kunder att bidra till en cirkulär ekonomi.

Vad händer 2019 och framåt?

Vi har åstadkommit väldigt mycket det senaste året men det finns fortfarande mycket kvar att göra. 2019 ser jag fram emot att jobba vidare med både kund- och medarbetarupplevelser och att utveckla vårt erbjudande ännu mer. Vi nöjer oss inte förrän vi har skapat en mer hållbar vardag för både kunder och medarbetare.

FLER ÄN

2100

*duktiga och engagerade medarbetare
gör det möjligt för våra kunder att få
vardagen att gå ihop.*

”

*Vi nöjer oss inte förrän vi
har skapat en mer hållbar
vardag för både kunder
och medarbetare.*

Maria Andersson

En hållbar affärsmodell

Vi vill fortsätta vara pionjärer i branschen och på ett innovativt sätt erbjuda den bästa servicen inom hushållsnära tjänster. Därför är hållbarhet en integrerad del i vår strategi- och affärsutveckling. Vi vill vara med och forma framtidens tjänster i hemmet.

Hemfrid är i grunden en hållbar affärsidé eftersom våra tjänster handlar om att skapa en bättre vardag för både kunder och medarbetare. Vi genererar värde till kunden genom att minska stress och öka välmåendet i hemmet. Det i sin tur gynnar samhället med bättre folkhälsa. Fler köpta tjänster blir också fler jobb och större skatteintäkter för samhället.

Hållbarhet är en del av vårt DNA, samtidigt finns det många saker som vi hela tiden kan utveckla och bli bättre på. Vi fokuserar på följande fyra områden där vi vill och kan göra stor skillnad. Vi vill vara:

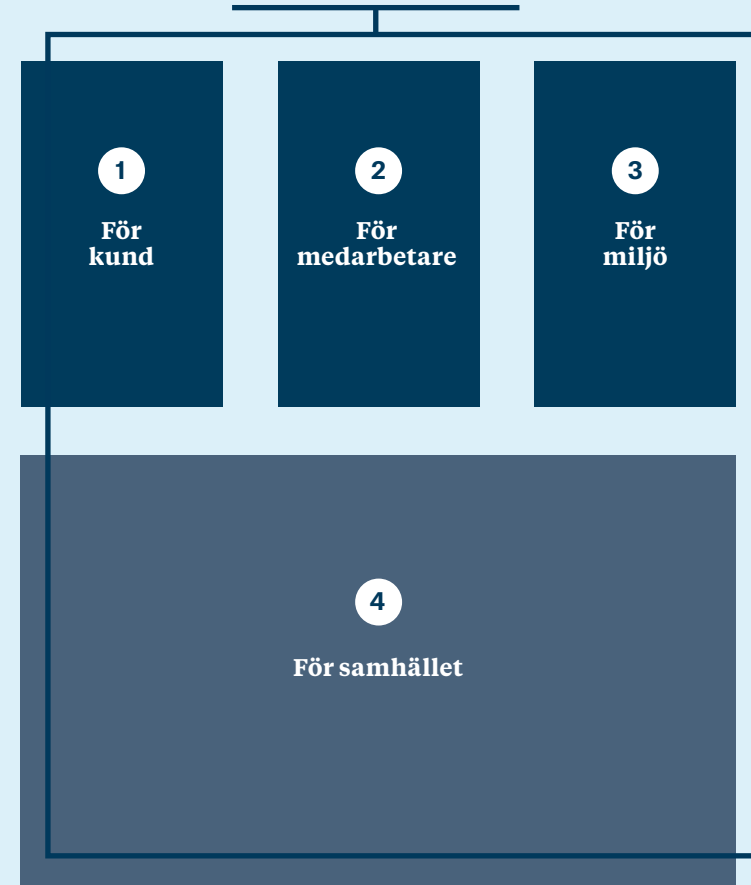
För kund – en problemlösare i vardagen

För medarbetare – en engagerande & utvecklande arbetsgivare

För miljön – ett klimatsmart företag

För samhället – en jobbskapare, integratör och god samhällsförändrare

HÅLLBARHETSSTRATEGIS HÖRNSTENAR



VÅR STRATEGI

Hållbarhetspolicy & uppförandekod

För att förtydliga vår ambition om långsiktighet och ansvarsfullt företagande har vi formulerat en Hållbarhetspolicy. I policyn står det tydligt att; Hemfrid ska fortsätta arbeta för att utveckla en verksamhet som gör schyssta och långsiktiga affärer.

Det ska vi göra genom att utveckla våra tjänster och produkter med ett socialt, miljömässigt och ekonomiskt ansvarstagande samt följa intentionerna i FN:s Global Compact och FN:s Globala Hållbarhetsmål.

Alla nyanställda introduceras i Hemfrids värdegrund och uppförandekod. Från och med 2019 kommer alla nya medarbetare även att skriva under uppförandekoden i samband med signering av anställningsavtalet. Vi kommer också att införa en uppförandekod för leverantörer.

God affärsetik & risker

Att vara ett ansvarsfullt företag har funnits med i ägardirektiven sedan start. Verksamheten ska alltid följa de lagar och regler som finns gällande arbetsmiljö, säkerhet, miljö, skatter osv. God affärsetik är viktigt för oss och vi har en nolltolerans mot oetiska affärer och korruption. Vi värnar om våra medarbetares rättigheter och kundens integritet.

För att undvika risker i verksamheten har vi tagit fram ett systematiskt arbetssätt att hantera dessa. Vi arbetar kontinuerligt och långsiktigt med att identifiera områden i verksamheten och vår omvärld som påverkar oss. Riskerna finns huvudsakligen inom:

Affärsmässiga risker – ökad konkurrens, politiska förändringar, konjunkturförändringar, media.

Operativa risker – kompetensförsörjning, personal och etik, arbetsmiljö och hälsa, kvalitet, säkerhet, IT och IT-säkerhet.

Leverantörsrisker – miljö samt arbetsmiljörisker i värdekedjan, finansiell risk.



VÅR STRATEGI

Policys som hjälper oss i vårt hållbarhetsarbete

- Vår värdegrund och våra värdeord
- Hållbarhetspolicy
- Arbetsmiljöpolicy
- Mångfalds- och inkluderingspolicy
- Kommunikationspolicy
- IT-policy
- GDPR- och integritetspolicy
- Miljöpolicy

Visselblåsartjänst

För att säkerställa att våra värderingar och god affärsetik efterlevs i hela organisationen implementerade vi i april 2018 visselblåsartjänsten Whistle B. Tjänsten ger alla medarbetare möjlighet att konfidentiellt kunna uttrycka oro och ställa frågor när de vanliga vägarna inte är tillgängliga. På vår hemsida finns en länk där man anonymt kan rapportera potentiella övertramp på ett säkert och tryggt sätt. Vår visselblåsartjänst är ett "early warning system" för att minimera risker gällande arbetsmiljö, ekonomiska oegentligheter, diskriminering och miljö. Den är viktig för att fortsätta värna god bolagsstyrning och bevara medarbetarnas, kundernas och allmänhetens förtroende för oss. Hittills har inga incidenter rapporterats.

VÅR STRATEGI

GDPR

I samband med den striktare lagen om GDPR som trädde i kraft 2018 har vi sett över alla våra processer för hantering av personlig data. Vi har gjort en omfattande kartläggning av hantering av personuppgifter för både kunder och medarbetare. Nya rutiner och riktlinjer har tagits fram för att säkerställa en korrekt hantering. En viktig del i arbetet har också varit att informera och utbilda internt om kraven i GDPR och hur lagen ska tillämpas. Vi har även uppdaterat vår integritetspolicy för kunder som mer utförligt beskriver hur vi sparar och analyserar känslig information. Ta gärna del av den nya integritetspolicyen på hemfrid.se/kundservice.

Hållbarhetsorganisation

Hemfrids ägare och styrelse har hållbarhetsarbetet högt på agendan och följer årligen upp. Hemfrids hållbarhetschef har ansvaret att driva hållbarhetsfrågorna framåt och tillsammans med hela ledningen sätta mål och nyckeltal som går i linje med hela verksamhetens KPI:er.

Samtidigt är vi alla hållbarhetsansvariga och ska jobba efter de riktlinjer och policys som tagits fram för verksamheten. Hållbarhet ska genomsyra hela vår organisation och vara en självklar del i vårt dagliga arbete och våra beslutsprocesser.



Intressenter	Prioriteringar
Kunder	Kollektivavtal och schyssta vilkor Miljö Säkerhet
Medarbetare	Hälsa Kollektivavtal och schyssta vilkor Miljö
Politiker och intresseorganisationer	Integration och jobbskapande Jämställdhet Miljö och klimat
Fackliga parter	Kollektivavtal och schyssta vilkor Arbetsmiljö Hälsa
Miljö	Miljöanpassade kemikalier Minskade koldioxidutsläpp Hållbar konsumtion

Intressentdialog

Att lyssna och lära av våra intressenter ger oss en tydlig riktning i vårt strategi- och hållbarhetsarbete. Hemfrids viktigaste intressenter (som vi ser idag) är nuvarande kunder, potentiella kunder, medarbetare, ägare, fackliga parter, myndigheter, intresseorganisationer, politiker, miljön och samhället i stort.

Med hjälp av kundundersökningar, medarbetarundersökningar, fokusgrupper, workshops och en kontinuerlig dialog med våra intressenter har vi identifierat de hållbarhetsfrågor som är de mest väsentliga för vår omvärld och vår verksamhet. Det är dessa frågor vi ska fokusera och leverera på. Innehållet i denna redovisning speglar intressenternas prioriteringar.

VÅR STRATEGI

UN Global Compact

För att förtydliga vårt engagemang i hållbarhetsfrågor signerade vi UN Global Compact 2017. UN Global Compact initierades 1999 för att engagera det privata näringslivet i hållbart företagande. Tillsammans enades politiker och företagsledare om 10 universella principer som omfattar anti-korruption, mänskliga rättigheter, arbetsrätt och miljö. Idag är Global Compact världens största hållbarhetsinitiativ för företag med över 10 000 medlemmar och representation i fler än 130 länder. Som signatär förbinder vi oss att jobba efter de 10 principerna och årligen rapportera in en Communication of Progress till FN.

De globala målen

2015 enades världens ledare om att ta fram 17 gemensamma mål för en hållbar utveckling. Dessa ska uppnås till 2030 och handlar om att minska ojämlikhet och orättvisor och minska vår negativa klimatpåverkan.

2016 var första gången vi gjorde en koppling mellan vårt eget hållbarhetsarbete och de globala målen. Vi genomförde workshops på alla kontor för att utbilda och framförallt involvera hela organisationen. Det var då vi lade grunden för vår strategi och våra ambitioner. Sedan dess har vi vidareutvecklat och fördjupat vårt arbete i flera av målen.



VÅR STRATEGI

Goalkeepers

Vi står bakom alla FN:s Hållbarhetsmål. Samtidigt har vi identifierat ett antal av dem som är direkt kopplade till vår verksamhet. I 2017 års Hållbarhetsredovisning hade vi med 6 Hållbarhetsmål. 2018 har vi breddat vårt perspektiv och adderat mål 4 ”Utbildning” och mål 17 ”Genomförande och globalt partnerskap”.



Mål 3 - Hälsa & Välbefinnande

Detta mål är direkt kopplad till Hemfrids verksamhet eftersom våra tjänster underlättar vardagen för våra kunder. Med avlastning i hemmet har fler möjlighet att få vardagen att gå ihop. Det minskar stress, bidrar till minskade sjukskrivningsdagar och sparade kostnader för både individen och samhället i stort. Vi vill också att våra medarbetare ska trivas och må bra på jobbet och jobbar aktivt med att skapa en bra arbetsmiljö.



Mål 4 - Utbildning

För att vara en attraktiv och engagerande arbetsgivare satsar vi på utbildningar för våra medarbetare och investerar i deras kunskapsutveckling. Vi erbjuder bland annat språkutbildningar för de som är språksvaga och ledarskapsutbildningar för chefer och ledare. Utbildning är något som gynnar både tillväxt, innovation och framtida konkurrenskraft.



Mål 5 - Jämställdhet

Hemfrids tjänster bidrar ökad jämställdhet genom att skapa möjligheter för kvinnor att göra karriär på lika villkor som män. Både för kunder och medarbetare. Trots att Sverige är ett av världens mest jämställda länder är det ofta kvinnorna som har huvudansvaret för hemmet. Våra tjänster avlastar arbetet hemma och gör det enklare att kombinera jobb och familj. Vi anställer också många utlandsfödda kvinnor som generellt har svårast att ta sig in på svensk arbetsmarknad. Med ett bra jobb stärker vi deras position på arbetsmarknaden och gör det möjligt för fler att få ekonomisk frihet med en egen inkomst.



Mål 8 - Ekonomisk tillväxt & anständiga arbetsvillkor

Vi har varit med skapat tillväxt och viktiga jobb i en ny tjänstesektor. Hemfrid var först ut på marknaden för hushållsnära tjänster 1996 och har varit med om att omvandla en stor svart sektor till vit. Idag omsätter branschen över 10 miljarder och sysselsätter över 30 000 människor. Vi fortsätter att driva branschen framåt och skapa efterfrågan på fler tjänster i hemmet. Vi har haft kollektivavtal sedan start med avtalsenliga löner, försäkringar, pensionsavsättningar osv.



Mål 10 - Minskad ojämlikhet

Vi bidrar till minskad ojämlikhet genom att skapa viktiga jobb för många som tidigare stått långt ifrån arbetsmarknaden. Många medarbetare får sitt första jobb i Sverige hos oss och därmed en möjlighet att stärka sin ekonomiska situation. Vi jobbar engagerat med att skapa en företagskultur där alla våra medarbetare ska känna sig välkomna inkluderade oavsett bakgrund, utbildning, ålder eller kön.

Hållbar affärsutveckling

Guidade av FN:s Hållbarhetsmål har vi tagit fram ett verktyg för hur vi ska jobba mer systematiskt med hållbarhet i vår affärsutveckling. Tillsammans med KTH-studenten Adam Engström har vi tagit fram ett verktyg som hjälper oss att kartlägga vår påverkan på vår omvärld i affärsutvecklingsprojekt.

Verktyget bygger på en 5-gradig skala för varje Hållbarhetsmål där vi kan utvärdera om produkten eller tjänsten påverkar positivt eller negativt. Verkttyget ger sedan ett snittvärde och visualiserar om projektet i sin helhet är bra eller dåligt hållbarhetsmässigt. I nya projekt har vi breddat vårt perspektiv och har med 14 av 17 Hållbarhetsmål.

Genom att synliggöra vår påverkan kan vi hitta styrkor och svagheter i projektet. Vi kan därmed ställa högre krav på våra samarbetspartners och leverantörer vid upphandlingar. Det gör det också möjligt att mäta och kommunicera vilket värde det adderar till verksamheten.

Det är inte ett perfekt verktyg, det är till för att utvecklas. Men det är ett bra arbetssätt som hjälper oss att utvärdera nya tjänster och produkter ur ett hållbarhetsperspektiv. I en förenklad modell kan Hållbarhetsmålen kategoriseras in i de tre större hållbarhetsområdena social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet.



Mål 12 – Hållbar konsumtion & produktion

Hemfrids tjänster bidrar till hållbar konsumtion och produktion eftersom vi huvudsakligen producerar tjänster. Vi vill också göra det enkelt för våra kunder att leva mer hållbart hemma och har utvecklat tjänster och produkter för en mer hållbar livsstil. Vi har bland annat tagit fram en egen serie miljöpåpassade städprodukter, vi har också utvecklat en ny tjänst för återvinning och återanvändning.



Mål 13 – Bekämpa klimatförändringar

Vi jobbar aktivt med att minska vår klimatpåverkan. Vi har bland annat investerat i mer hållbara transporter. Vi har också valt förpackningar till våra miljömärkta produkter är producerade av grön polyeten - en innovativ miljöplast som består till 85 procent av förnyelsebara råvaror vilket minskar både vår egen och våra kunders klimatpåverkan.



Mål 17 – Genomförande & globalt partnerskap

Vi tror att det bästa sättet att driva positiv samhällsförändring är att göra det i samarbete med andra. Därför har vi utökat vårt samarbete och partnerskap med andra företag och kommuner. Vi är övertygade om att det kommer att bidra till mer innovation och accelerera utvecklingen mot en bättre framtid.



Ökat välmående

Hemfrid startades utifrån visionen att förenkla människors vardag. Vi vill att fler ska trivas och må bra hemma och letar ständigt efter nya lösningar, innovationer och samarbeten som minskar friktion och ökar välmåendet i och kopplat till hemmet.

När vi gör livet hemma lite enklare för våra kunder, det är då vi skapar värde på riktigt. Att förstå kundernas förväntningar och vad de tycker om vår tjänst är avgörande för vår långsiktiga framgång och utveckling. Sedan 2013 har vi därför genomfört årliga kundundersökningar för att ta reda på vad vi gör bra och vad vi kan göra bättre. Vi utgår från Nöjd Kund Index, NKI (0-100), som beräknas utifrån tre frågeställningar:

- Hur nöjd du är med Hemfrid i sin helhet?
- Hur väl motsvarar Hemfrid dina förväntningar på en leverantör av hushållsnära tjänster?
- Hur nära en perfekt leverantör placerar sig Hemfrid?

I 2018 års undersökning hamnade NKI på 75, det är något lägre än tidigare år. Vår långsiktiga målsättning att NKI ska ligga på minst 80.

Vi har identifierat framförallt tre saker som är viktiga för kunden. Det är:

- Kvalité på tjänsten dvs att hemmet är proffsigt städlat
- Kontinuitet dvs tryggheten att det är en och samma person som utför tjänsten
- Service och kommunikation dvs att det är enkelt och okomplicerat att kommunicera med oss och att vi levererar förstklassig personlig service vid alla tillfällen

Det är dessa saker som kommer att fokusera på i vår verksamhetsutveckling 2019 och framåt. Vi har nyligen initierat en intern community för att dela best practise och lära av varandra. Vi har haft workshops om kundupplevelser och vi har påbörjat ett större projekt för att utveckla vår feedback-loop. Vi satsar också på nya digitala utbildningar och certifieringar inom städning. Att förbättra kundnöjdheten är i högsta grad en hållbarhetsfråga för oss. En viktig del i att förbättra kundupplevelsen är också att kunna erbjuda ännu fler tjänster. Vår ambition är att ha bredast utbud av hushållsnära tjänster och vara en "one-stop-shop" för tjänster i hemmet. 2018 har vi därför växlat upp vår affärsutveckling och lanserat en rad nya tjänster.



EN MER FRIKTIONSFRI VARDAG

Nya affärsmöjligheter

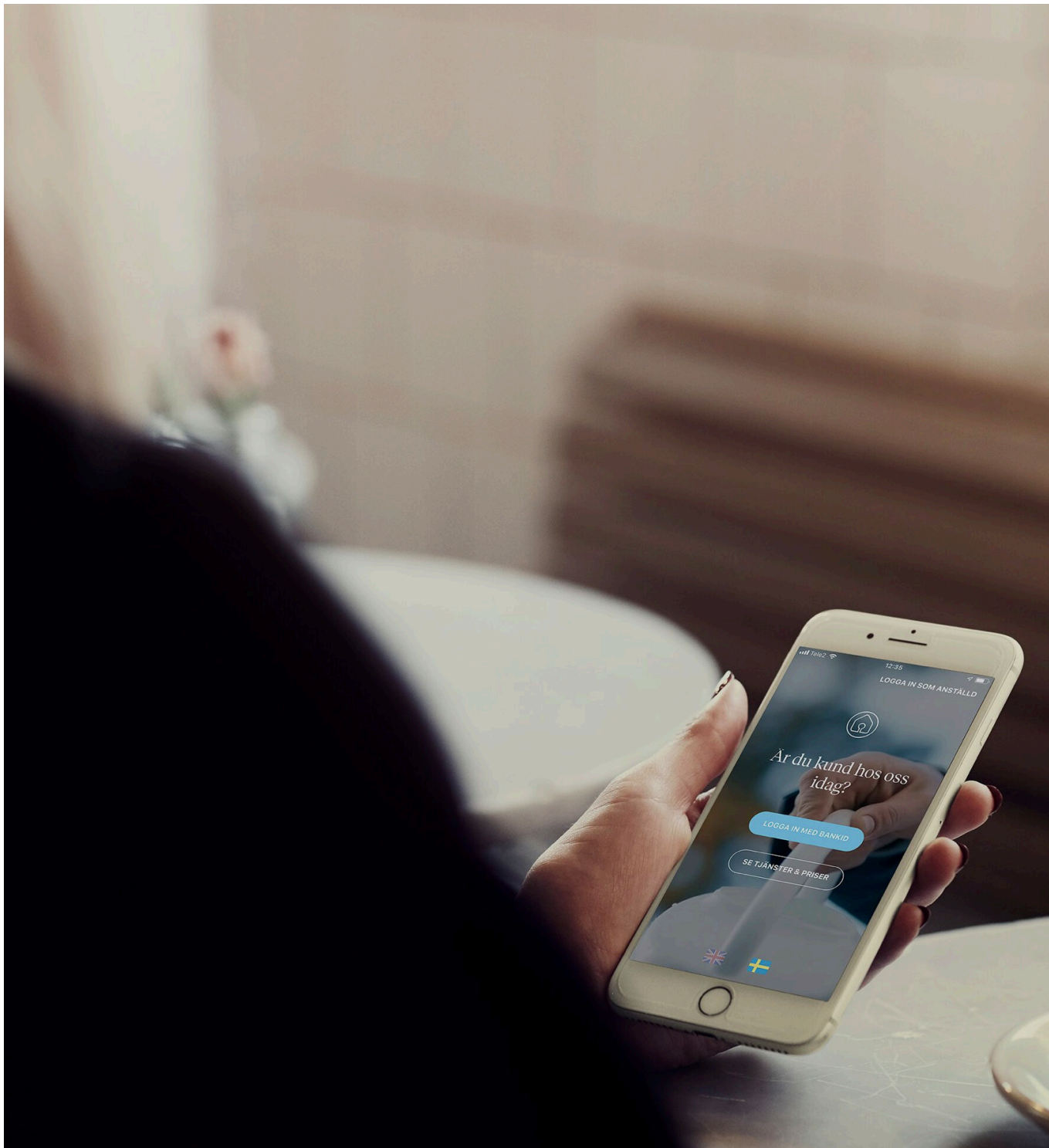
Genom att lyssna, mäta, värdera och observera kan vi bättre förstå våra kunder och identifiera tillfällena där det behövs lite mer flyt i vardagen. Därför gjorde vi 2018 både en kvalitativ och kvantitativ studie där vi tog reda på hemmets betydelse för svenska folket och vad som skapar friktion respektive flow i deras hem.

För väldigt många är hemmet en trygg oas där vi kan vara oss själva. Det är en viktig plats för avkoppling och att ladda de sociala och mentala batterierna. Många delar i vårt liv - som jobb, skola och relationer - präglas av en föränderlighet. Hemmet har därför en viktig funktion som en stabil och fast punkt. En "bas" och en "fristad" som man alltid återvänder till.

Samtidigt är hemmet kopplat till en hel del friktion och många "måsten" och "borden". Många uppger att hushållssysslorna ofta känns som ett "extrajobb" som stjäl tid och energi från det vi egentligen vill göra - att umgås med familj och vänner. Det skapar en hel del negativa känslor som stress, otillräcklighet och bråk i relationen. Det finns också många andra saker som skapar negativa känslor i hemmet, exempelvis för mycket prylar, teknikstrul och mindre renoveringsprojekt som aldrig blir gjorda.

Det är bland annat utifrån insikterna från denna studie jobbar vi på att ta fram nya tjänster och produkter som ökar förutsättningarna för fler att uppleva en mer friktionsfri vardag.





EN MER FRIKTIONSFRIVARDAG

Lansering av vår nya kundapp

Den digitala utvecklingen i kundernas vardagsliv sker i snabb takt och köpbeteenden förändras.

Det ställer höga krav på oss som leverantör. Särskilt i bransch som blir alltmer konkurrensutsatt. Kunderna vill att det ska vara enkelt att kommunicera med oss och de vill boka våra tjänster digitalt.

Vår ambition är att Hemfrid ska ha en ledande digital position i branschen och erbjuda de bästa digitala tjänsterna. Vi påbörjade vår digitaliseringsresa 2015 för att kunna möta kundernas förväntningar och koppla ihop teknik, affär och tjänsteupplevelse. Sedan dess har vi gjort ett omfattande arbete kring vår IT-struktur.

2018 nådde vi en viktig milstolpe när vi lanserade vår nya kundapp där kan kunderna nu ta hand om sitt hem enkelt och mobilt. Appen gör det möjligt att leverera en ännu mer personlig, skräddarsydd och tidsoptimerad tjänst. I appen kan kunderna själva boka om och flytta städtillfällena, kommunicera med oss och även hålla koll på sitt rutavdrag. Det är också enkelt att uppgradera städabonnemanget med våra extratjänster som strykning, fönsterputs, barnpassning, flytthjälp, enklare hantverk och återvinning. Appen har byggts med en högre säkerhetsnivå och inloggning sker med mobilt Bank ID som gör det både enkelt och mer säkert.



EN MER FRIKTIONSFRIVARDAG

Ny tjänst för återvinning & återanvändning

I våra kundundersökningar har återvinning och att göra sig av med gamla prylar kommit upp som ett av de vanligaste problemen som skapar friktion hemma. Många känner sig stressade av att äga för mycket saker, men har inte riktigt tid, ork eller möjlighet att lösa det själva.

Med de insikterna, och vår ambition att skapa mer hållbara tjänster i hemmet, har vi försökt att ta fram en bra tjänst som hjälper våra kunder att göra sig av med gamla grejer. 2018 lanserade vi därför en tjänst för återvinning och återanvändning. I den nya tjänsten ingår att Hemfrid vid ett och samma tillfälle hämtar upp och tar hand om gamla saker som kunderna inte längre vill ha. Det som går att ge nytt liv skänker vi till Myrorna, övrigt skräp sorterar vi och lämnar på återvinningscentral. På så sätt bidrar både vi och våra kunder till en mer cirkulär ekonomi.

Den som köper tjänsten av oss kan känna sig trygg med att vi har både schyssta villkor för den som utför jobbet med kollektivavtal, försäkringar, pensioner osv. Och att vi har de miljötillstånd som krävs. Under året har det debatterats en hel del om nya delningstjänster som dykt upp på marknaden som gör det enkelt för kunden att återvinna, men som inte erbjuder någon trygghet för personalen och miljön. Vi vill vara ett tryggt och säkert alternativ för konsumenten.

EN MER FRIKTIONSFRI VARDAG

Vardagsomsorg

Under 2018 har vi re-lanserat vår tjänst vardagsomsorg där vi hjälper äldre att göra vardagen lite enklare. Många pensionärer har idag ett stort behov av tjänster i hemmet men får endast en begränsad hjälp från hemtjänsten. Där kan vi på Hemfrid fungera som ett komplement och underlätta vardagen med tjänster som städning, tvätt, matlagning och enklare ärenden som att följa med till vårdcentralen eller apoteket. Vi kan också fungera som ett extra socialt nätverk när det behövs.

Flera kommuner har idag svårt att hantera ett växande behov från de äldre. I praktiken innebär det att många anhöriga får ta ett extra ansvar för omsorg av sin respektive eller sina äldre föräldrar. Med våra tjänster kan vi bidra till en bättre resursfördelning i samhället och höja livskvalitén för de äldre och deras familjer.

Vår första robotrekrytering: Electrolux PURE i9

Tänk om vi kan hitta nya spännande samarbeten och hjälpa kunderna att lösa fler vardagsproblem. Det var så vi tänkte när vi testade ett pilotprojekt tillsammans med Electrolux och rekryterade deras senaste robotdammsugare Purei9.

Roboten fungerar som ett komplement till våra traditionella tjänster och ger kunderna en mer friktionsfri vardag även mellan städtillfällena. Kunderna kan alltså uppgradera sina städabonnemang med en robotdammsugare. Roboten både levereras och installeras av Hemfrid.

EN MER FRIKTIONSfri VARDAG

Enklare hantverk

Ytterligare en sak som skapar mycket friktion hemma är ”småprojekten” som aldrig blir gjorda. Det kan till exempel vara en tavla som aldrig hängts upp på väggen eller ett skrivbord som aldrig skruvats ihop. I en stressig vardag kan det vara svårt att få tid att ta tag i småprojekten. Ofta är det man inte har ork att ta itu med det själv, eller så har man inte redskapen eller kunskapen.

Vi såg en affärsmöjlighet och startade igång med enklare hantverkshjälp. Hemfrids hantverkare hjälper till med tjänster såsom montering av möbler och garderob, skruva hyllsystem, hänga upp tavlor samt enklare måleri och tapetsering. Vi ser det som ett naturligt komplement till vår flyttjänst där vi kan erbjuda en helhetslösning från packning, till transport, flyttstädning, upppackning och nu montering av hyllor, möbler osv.

Sladdinferno och datorer som krånglar

Sladdinferno och datorer som krånglar skapar stor frustration hemma hos många. Men det är få som är tillräcklig kunskap om teknik för att fixa nätverksproblem, installera nya teknikprylar, komma igång med Apple TV:n eller Chromecasten.

Tillsammans med företaget TechBuddy testade vi under våren att förenkla även den digitala vardagen för våra kunder med teknisk support hemma. I tjänsten ingick bland annat personlig rådgivning, installation och service. En viktig del i tjänsten är också att guida kunderna att göra smartare val och välja hållbara produkter som är schysst producerade.

Sedan den första augusti 2016 ingår IT-tjänster i hemmet i rutavdraget. Och i takt med att hemmen digitaliseras alltmer förväntas efterfrågan fortsätta växa starkt de kommande åren.





EN ENGAGERANDE OCH UTVECKLANDE ARBETSGIVARE

Möjligheternas arbetsgivare

Vi har länge haft en tydlig ambition – det är att vi vill vara branschens bästa arbetsgivare. Hemfrid ska vara en engagerande och utvecklande arbetsgivare som skapar möjligheter för många. Det är tack vare våra medarbetares engagemang, kunskap och arbetsinsats som vi kan fortsätta växa och skapa en enklare vardag för fler.



Sagarika Öfversten
Rekryterare

EN ENGAGERANDE OCH UTVECKLANDE ARBETSGIVARE

Nöjda medarbetare

Sedan 2013 genomför vi årliga medarbetarundersökningar för att ta reda på vad vi gör bra och framförallt vad vi kan göra bättre. Vi utgår ifrån Nöjd Medarbetarindex, NMI (0-100) som beräknas utifrån tre centrala frågor:

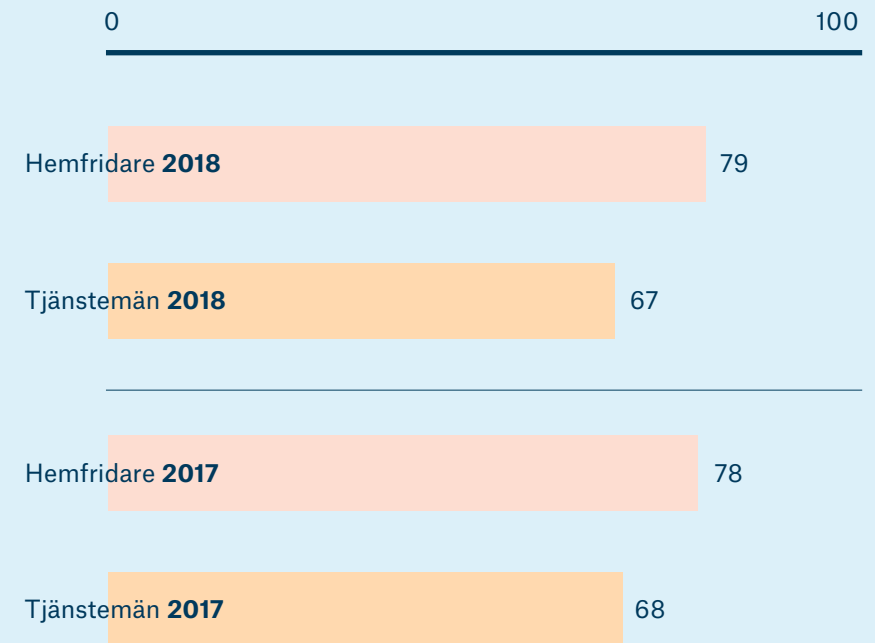
- Hur är ditt sammanfattande omdöme av Hemfrid som arbetsgivare?
- Hur väl uppfyller Hemfrid som arbetsgivare dina förväntningar?
- Hur väl överensstämmer Hemfrid med din bild av en ideal arbetsgivare?

I årets undersökning hamnade NMI på 79 (78) för Hemfridare och 67 (68) för tjänstemän. Vi gör olika undersökningar för de olika rollerna eftersom utformningen på tjänsterna är så pass olika. Benchmark ligger på 70.

Våra främsta styrkor är enligt undersökningen att medarbetarna känner att de har en trygg arbetsplats, att de trivs med sina kollegor och ser positivt på framtiden. Störst förbättringspotential finns inom ledarskap och kommunikation. Vi har de senaste åren genomgått en intensiv digitaliseringsresa som inneburit en del organisationsförändringar och förändrade arbetssätt. Många av förbättringsförslagen handlar om att hitta bättre kommunikationslösningar, förenkla arbetsprocesser och underlätta det administrativa arbetet.

För att vara lite mer proaktiva i vårt arbete med att förbättra medarbetarnöjdheten har vi letat efter ett mer nytänkande sätt att mäta och följa upp. Under 2019 kommer vi därför att testa ett nytt verktyg där vi kan göra kortare undersökningar ofta, istället för en längre undersökning en gång om året. På så sätt kan vi mäta hur upplevelsen av ledarskap, engagemang och andra faktorer förändras över tid. Vi får möjlighet att agera direkt om vi ser en negativ trend och kan skapa en snabbare feedback kultur. Den nya strategin rullas ut stegvis i hela organisationen under året.

Nöjd medarbetar index, NMI



EN ENGAGERANDE OCH UTVECKLANDE ARBETSGIVARE

Ledarskap och kultur

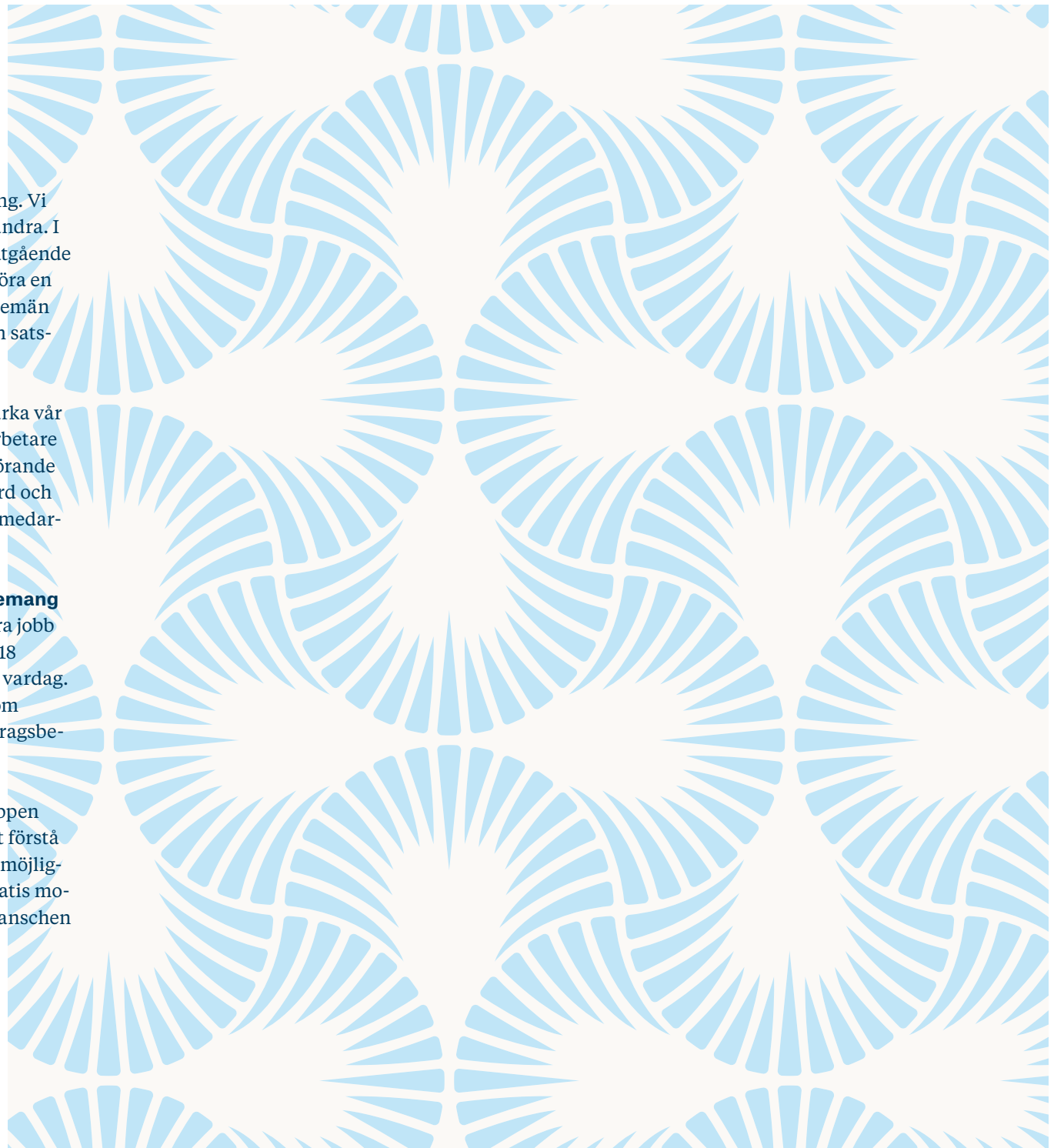
Ledarskapet är en viktig komponent för vår fortsatta framgång. Vi bedöms varje dag utifrån hur vi agerar och hur vi är mot varandra. I 2017 års medarbetarundersökning kunde vi se en något nedåtgående trend i ledarskapet. Mot bakgrund av det beslutades det att göra en omfattande satsning på ett ledarskapsprogram för alla tjänstemän med chefs- och ledaransvar som genomfördes 2018. Det är en satsning som fortsätter 2019 och framåt.

Guidade av våra värderingar satsar vi också mycket på att stärka vår interna kultur. När vi växer och rekryterar många nya medarbetare varje år är kulturen viktigare än någonsin. För oss är det avgörande att alla medarbetare känner igen sig i vår vision, våra värdeord och vart vi kommer ifrån. Vi tror att ett starkt syfte bidrar till att medarbetare presterar bättre och känner en mening med sitt jobb.

Lansering av ny medarbetarapp och gratis telefonabonnemang

För att ge alla medarbetare rätt förutsättningar att göra ett bra jobb behöver vi utveckla och erbjuda bra arbetsverktyg. Under 2018 lanserade vi därför en ny app för att förenkla medarbetarnas vardag. I appen har våra Hemfridare alltid uppdaterad information om kunder som gör det enklare att ta del av både scheman, uppdragsbeskrivningar och därmed bättre kundupplevelser.

I utvecklingen har stort fokus varit på användarvänlighet. Appen hanterar både svenska och engelska där ikoner gör det lätt att förstå även för de som är språksvaga. För att säkerställa att alla har möjlighet att använda appen har vi tagit fram ett erbjudande om gratis mobilabonnemang för alla Hemfridare. Vad vi vet är vi först i branschen med en sådan förmån.



Språkutbildningar

Sedan 2015 har vi satsat på språkutbildningar tillsammans med utbildningsföretaget Swedish for Professionals. En majoritet av de som jobbar hos oss är utlandsfödda och språkbarriären är ett hinder för många. Genom att erbjuda kurser i svenska ger vi våra medarbetare med bristande språkkunskaper en möjlighet att nå sin fulla potential och få en bättre förståelse för svensk kultur. I Sverige har vi idag ett system som är uppbyggt kring att nyanlända först lär sig svenska och sedan börjar jobba. Vi tänker att det är på jobbet man lär sig språket.

Vi brukar säga att vår satsning på språkutbildningar är en win-win-win-win situation eftersom det **1)** Stärker individens självförtroende, position på svensk arbetsmarknad.

2) Förenklar kommunikationen med oss på kontoret. **3)** Förenklar kommunikationen med kunden och **4)** bidrar till bättre och mer effektiv integration.

2018 genomförde vi 14 svenskakurser i hela landet med 153 deltagare totalt. Framåt tittar vi på att utöka utbildningarna i samarbete med kommuner och hitta fler innovativa sätt att lära sig språket på jobbet.

Språkcafé

Vi vill inspirera fler att utbyta erfarenheter, bredda sitt perspektiv för olika kulturer och prata om vårt gemensamma liv i Sverige. Vi tror nämligen på ett samhälle där vi möts, samtalar och lär känna varandra. Därför testade vi att ha ett språkcafé på kontoret där vi bjöd in både kunder och medarbetare. Träns på språket. Totalt var vi ca 60 personer som hade "Swedish Fika" tillsammans på vårt kontor i Stockholm. Detta koncept kommer vi att fortsätta med under 2019 för att skapa bättre inkludering och större gemenskap





EN ENGAGERANDE OCH UTVECKLANDE ARBETSGIVARE

Mångfald och inkludering

En majoritet av våra medarbetare är födda utomlands. Vi har nationaliteter representerade från världens alla hörn och det pratas över 65 olika språk hos oss. Att vara en inkluderande arbetsplats är därför viktigt och vi tycker vi att det är självklart att alla ska ha lika möjligheter oavsett nationalitet, kön, religion, sexuell läggning.

För att förtydliga vår syn på mångfald- och inkludering har vi en policy som beskriver hur vi bäst tar tillvara på varandras olikheter. Vi är också dedikerade att fortsätta stärka vårt mångfalds- och inkluderingsarbete ännu mer framåt. I vår senaste medarbetarundersökning frågade vi hur alla Hemfridare tycker att vi lever upp till vår policy. Över 80 procent tycker att Hemfrid främjar likabehandling. Det är ett väldigt positivt resultat men det finns samtidigt en förbättringspotential kring medvetenhet och arbetssätt för att uppnå en ännu större förståelse.

Jämställdhet

På Hemfrid är vi 90 procent kvinnor, har en kvinnlig vd, samt en kvinnlig grundare och styrelseordförande. Jämställdhetsfrågan är med andra ord den omvända jämfört med många andra företag. Vår ambition är att ha en jämnare könsfördelning eftersom vi vet att det gynnar både framgång och innovation, och vi jobbar därför aktivt med att anställa fler män i verksamheten.

2018 har vi inte lyckats öka antalet manliga medarbetare totalt sett. Vi fortsätter att jobba med en

EN ENGAGERANDE OCH UTVECKLANDE ARBETSGIVARE

jämnare fördelning i vår rekrytering och utmana föreställningen om att hushållsnära tjänster är ett kvinnligt yrke. Samtidigt vill vi tillägga att vi är väldigt stolta över att vi stärker många kvinnors position på svensk arbetsmarknad. Speciellt många utlandsfödda kvinnor som generellt har svårast att ta sig in på arbetsmarknaden idag.

Totalt var vi 2 111 medarbetare på Hemfrid 2018. Av dem var 1 906 (90 procent) kvinnor och 205 (10 procent) män. Bland 152 tjänstemän var 124 (82 procent) kvinnor och 28 (18 procent) män. På kollektivsidan var fördelningen 1 782 (91 procent) kvinnor och 177 (9 procent) män. I ledningen är det 5 kvinnor och 2 män. I styrelsen sitter 2 kvinnor och 4 män.

Schyssta arbetsvillkor

Vi har haft kollektivavtal sedan starten 1996. Kollektivavtalet omfattar samtliga anställda och innebär bland annat avtalsenlig lön, anställningstrygghet, bra villkor, tjänstepension och sjuklön. Vi vet att trygghet och säkerhet är väldigt viktigt för alla som jobbar hos oss, det framkommer i både rekryteringsprocesser och medarbetarundersökningar. En trygg anställning är avgörande för att attrahera och behålla de bästa medarbetarna.

För att säkerställa att hela organisationen jobbar i enlighet med kollektivavtalet utbildar vi kontinuerligt alla chefer och ledare i arbetsrätt. För att hålla oss uppdaterade om nya lagar och regler har vi bland annat öppna föreläsningar på våra kontor med vår arbetsgivarorganisation KFO. Varje år rapporterar vi enligt Arbetsmiljölagen och följer upp viktiga nyckeltal. Vi värdesätter också ett bra samarbete med de fackliga parterna. En bra relation och en öppen dialog med facket har haft stor betydelse för vår trovärdighet och att stärka hela branschens position.

Hälsa och välbefinnande

Hälsa och välbefinnande är en prioriterad fråga för oss och vi vill att alla våra medarbetare ska trivas och må bra på jobbet. Vi har framförallt ett stort fokus på hälsofrämjande arbete och vill inspirera till ett hälsosammare liv.

En av de viktigaste förebyggande hälsoinsatserna gjordes 2016 då vi inkluderade våra miljömärkta produkter i våra städabonnemang. På så sätt kan vi garantera att alla Hemfridare jobbar med städprodukter som är skonsamma för hälsan. Forskning har visat att många städprodukter, framförallt sprejer, innehåller skadliga ämnen som påverkar hälsan negativt och enligt forskningsresultaten påverkas kvinnor mer än män. Eftersom vi är 90 procent kvinnor som jobbar med städning varje dag har vi aktivt valt att inte ha några sprejer i vår produktserie.

När det kommer till sjukfrånvaro så är den huvudsakliga målsättningen att hela tiden minska sjuktalet. Vi har de senaste åren haft en nedåtgående sjukfrånvarotrend. Under 2018 har det dock skett en ökning av sjukfrånvaron som hamnade på 10,9 procent totalt. (10,67 procent 2015, 9,69 procent 2016, 9,55 procent 2017).

Under 2018 anmäldes 42st (2017:31st) arbetsskador. Av dem är det få allvarliga skador vilket tyder på att vi har ett väl fungerande förebyggande arbete.



Hållbara lösningar

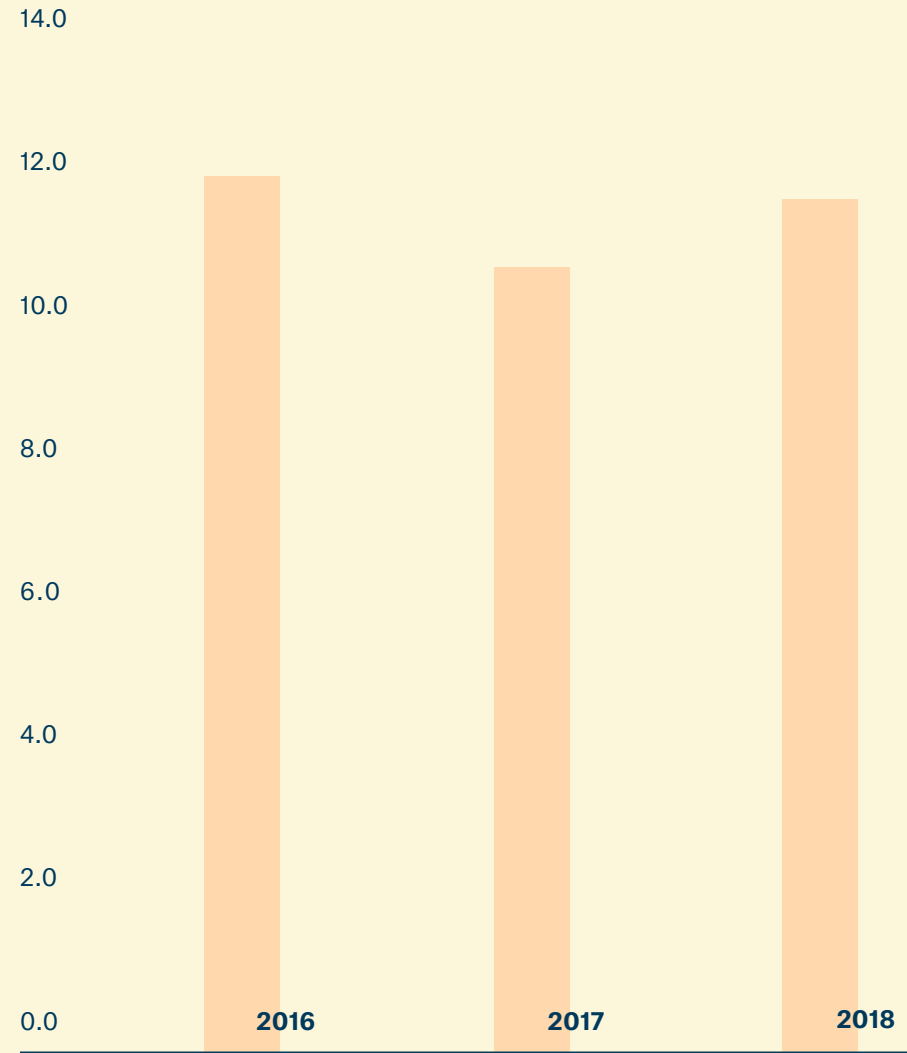
Vi har bestämt oss. Vi ska vara ett klimatsmart företag och jobbar aktivt med att minska vår miljöpåverkan. Vi strävar hela tiden efter att använda marknadens mest hållbara lösningar och följer hela tiden utvecklingen på miljöområdet.

Energi

För att utvärdera vår miljöpåverkan och kunna minska vårt klimatavtryck kartlägger vi årligen vår energianvändning. 2018 har vi genomfört en EKL (Energikartläggning) i enlighet med Energimyndighetens krav för bolag som omsätter över 250 mkr.

Hemfrids kontor står för 7 procent och transporterna står för 93 procent av den totala energikonsumtionen. Vi har medvetet jobbat med energieffektivisering på kontoren. All elförbrukning där el inte ingår i hyresavtalen är förnyelsebar, vilket medför att koldioxidutsläppen från elförbrukningen är låga.

Energianvändning per bil (MWh)





ETT KLIMATSMART FÖRTAG

Transporter

Efter att ha gjort en genomgående analys kring vår verksamhets miljöpåverkan tillsammans med IVL – Svenska Miljöinstitutet 2016 och en EKL enligt ovan vet vi att våra transporter står för den allra största delen av våra direkta koldioxidutsläpp och vår klimatpåverkan. 2017 investerade vi i elhybrider och satte upp målet att minska våra CO₂-utsläpp från transporter med minst 50 procent till 2020.

Mellan 2016 och 2017, första året med elhybrider, minskade vi våra utsläpp med 38 procent avseende transporter. Mellan 2017 och 2018 har utsläppen tyvärr ökat några procentenheter. Vid en närmare analys beror det dels på ett ökat antal bilar, vi har också investerat i nya lastbilar till vår flyttjänst. Lastbilarna är inte elhybrider, dock uppfyller de miljökraven i Euro 6.

2019 kommer vi att se över hur vi bäst räknar våra utsläpp från våra transporter och hur vi sätter det i relation till vår tillväxt. Eftersom bilparken har ökat från 81 bilar 2016, 137 bilar 2017 och 155 bilar 2018 har vi i år tittat på energianvändning på bil. Vi kommer också att titta på klimatkompensation.

Leveranserna av våra produkter görs fortfarande med Best Transport. Deras transporter sker idag med 70 procent förnybara bränslen, den resterande delen av utsläppen klimatkompenseras med hjälp av FN-certifierade CDM-projekt.

ETT KLIMATSMART FÖRETAG

Våra produkter

För att ta hand om ett hem på ett skonsamt och effektivt sätt är det viktigt att ha rätt rengöringsmedel. Därför tog vi 2015 fram en egen serie städprodukter. Produkterna är alla tillverkade i Sverige av ett klimatneutralt företag och märkta med Bra Miljöval.

Sedan 2016 ingår våra produkter i kundernas städabonnemang och levereras direkt hem till kundens dörr. Förutom att kunden slipper tänka på att fylla på städsåpet och att det är bättre för våra medarbetares hälsa, så kan vi garantera att vi använder miljöanpassade städmedel hemma hos alla våra 15 500 kunder.

I förra årets hållbarhetsredovisning tog vi upp att vi inte riktigt hittat en optimal lösning kring påfyllnad av medelpaketen. Standardpaketen var inte anpassade till bostadens storlek och vi levererade i vissa fall för mycket medel. Vi har under året jobbat med att hitta en bättre logistiklösning som rullas ut i Q1 2019.

Smartare förpackningar och polyeten

Även förpackningarna till våra produkter är framtagna med tanke på miljön. De är gjorda av grön polyeten, en innovativ miljöplast som till 85 % består av sockerrör. Till skillnad från olja som fossil plast är tillverkad av, är sockerrör en förnyelsebar råvara. Produktion av grön polyeten har mindre negativ påverkan på miljön och lägre klimatutsläpp jämfört med tillverkning av fossila plaster.

Genom att välja grön polyeten istället för fossil plast minskar vi både vår egen och våra kunders klimatpåverkan. Vi har också säkerställt att vi har en certifierad tillverkare som arbetar aktivt med både miljömässigt och socialt ansvar. Förpackningarna tillverkas av en väletablerad leverantör i Brasilien. I tillverkningsprocessen omvandlas sockerrör till etanol, som sedan omvandlas till eten och slutligen polyeten. Leverantören har inga odlingar i regnskogen och arbetar aktivt med schyssta villkor för sina medarbetare. Förpackningarna av grön polyeten är sedan 100 procent återvinningsbara.





ETT KLIMATSMART FÖRTAG

Smarta textiler

För att städa ett hem skonsamt och effektivt är det även viktigt att välja rätt trasor. I våra städabonnemang ingår det ett startkit med mopp och microfibertrasor som vi använder när vi utför våra tjänster.

Microfibertrasor är en innovation inom miljövänlig städning. Microfibrerna består av polyester eller polyamider, eller en blandning av båda. Fibrerna är uppbyggda som asterisker (*) och tack vare denna uppbyggnad skapas en statisk elektricitet som gör att en torr microfibertrasa kan fånga upp smuts, bakterier och dammpartiklar. Är microfibertrasan lätt fuktad suger den istället upp smutspartiklarna. Med denna absorberingsteknik behövs minimalt med rengöringsmedel, många gånger räcker det med vatten. Trasorna ska tvättas mellan städningarna och håller i snitt 4 år.

Alla moppar (inklusive moppskaft) och trasor är märkta med Svanen och uppfyller kraven enligt REACH (EU:s kemikalieförordning). Tillverkarna revideras årligen av BSCI (The Business Social Compliance Initiative) som tittar på anläggning, löner, miljö och arbetsförhållanden osv.

Medvetna val och inköp

Genom medvetna val och att ställa höga krav på våra leverantörer kan vi göra viktiga miljövinster. Att välja miljöcertifierade produkter och tjänster som är granskade av tredjepart är en strategi som vi valt för att säkerställa att vi gör hållbara val. I takt med att vi växer och blir fler finns det ett ökat behov av mer utbildningar kring hållbara inköp. Detta arbete kommer att påbörjas 2019 med digitala utbildningar och årliga uppföljningar på respektive kontor.

ETT KLIMATSMART FÖRETAG

Över 65 procent av våra medarbetare uppger att de inspirerats att leva mer hållbart hemma. 75 procent uppger att de lärt sig mer om miljövänlig städning.

Vi vill inspirera till att leva mer hållbart hemma

Vi frågade alla våra medarbetare om de lärt sig mer om miljövänlig städning och om vi lyckats inspirera till att leva lite mer hållbart hemma. Vi tror nämligen att vi som arbetsgivare kan skapa en positiv beteendeförändring genom att bidra med kunskap. Vi kan inspirera, informera, ta reda på fakta och hitta lösningar som bidrar till en mer hållbar livsstil. Forskning visar att ju mer människor vet om miljö och klimatförändringar, desto mer benägna är vi att göra mer hållbara val. Bland de svarande var det över 65 procent inspirerats till att leva mer hållbart hemma och att 75 procent ökat sina kunskaper om miljövänlig städning.

Vi försöker också engagera våra kunder och inspirera dem till att göra mer hållbara val i hemmet. Vi har kommunicerat tips om produkter och en mer hållbar livsstil i nyhetsartiklar, nyhetsbrev, på hemsidan, i tipsfilmer, sociala medier osv.



ETT KLIMATSMART FÖRETAG

Engagemang för miljöfrågor

Vi vill ligga i framkant och veta vad som händer inom utvecklingen på miljöområdet. Därför engagerar vi oss aktivt i miljöfrågor för att uppdatera vår kunskap om klimat, kemikalier osv.

Vi är bland annat med i Kemikalieinspektionens företagsnätverk och har deltagit i deras dialogmöten för att identifiera de viktigaste frågorna för företag och myndigheter att jobba med gemensamt när det kommer till att uppnå målet om en giftfri miljö i Sverige. Vi har också en kontinuerlig dialog med Bra Miljöval för att få kunskap om nya innovationer på marknaden inom städning.





hemfrid

Hör gärna av dig!

Har du frågor eller funderingar gällande vårt
hållbarhetsarbete får du gärna höra av dig till
frida.koff@hemfrid.se.

[hemfrid.se](https://www.hemfrid.se)
