

HÅLLBARHETSRAPPORT 2020

“Hemfrid är med och löser två samhällsproblem - det ena är människors brist på tid, det andra är att skapa jobb i en växande vit tjänstesektor”

Några ord från vår nya VD

2020 var ett komplext år på många sätt. Covid-19 påverkade oss, branschen, politiken, den globala ekonomin och vårt vardagsliv på ett sätt som vi aldrig kunnat föreställa oss innan.

När pandemin bröt ut fick vi snabbt anpassa sig till en ny verklighet och nya sätt att arbeta. Flera delar i verksamheten fick digitaliseras och framtidsplaner fick ritas om. Men tackvare fantastiska insatser från medarbetare i alla delar av organisationen har vi lyckats fortsätta leverera våra tjänster tryggt och säkert. Och tackvare ett fortsatt förtroende från kunder har vi kunnat fortsätta skapa viktiga jobb. Trots pandemin har vi lyckats växa 4,5 procent.

Jag började som ny vd på Hemfrid i oktober - mitt i pandemin. Det har varit en speciell tid med hög grad av osäkerhet i omvärlden. Men min utgångspunkt har alltid varit att osäkra tider ger möjligheter - möjligheter att tänka nytt och hitta nya vägar framåt. Som att fortsätta satsa på nya affärer, starkare kundrelationer, fler möjligheter för medarbetare och mer hållbara lösningar.

Hållbarhetsfrågorna har fått ett ännu större fokus i samhället det senaste året. Vi har också gett det ett större fokus för att framtidssäkra affären. Bland annat har vi gått med i UN Global Compacts initiativ SDG Ambition - ett acceleratorprogram för företag som vill integrera FN:s Hållbarhetsmål i affärsstrategin ytterligare. Vi har också arbetat fram tydligare mål och strategier framåt för att skapa integration och mångfald på svensk arbetsmarknad.

2021 ser vi fram emot att göra ännu större skillnad.

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.

Sedan dess 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. Framåt ser vi också stora möjligheter att förenkla vardagen även på arbetsplatsen.

VISION

Vi leder utvecklingen av framtidens tjänster för ett enklare och mer hållbart vardagsliv.

VÄRDERINGAR

Nytänkande, kunniga, med ett stort hjärta

VÅRT LÖFTE

Vi har lovat oss själva att aldrig sluta vara nyfikna. Det är genom att lyssna och lära, som vi kan fortsätta innovera i en snabbt föränderlig värld. Och det är genom att utmana och ifrågasätta, som vi hittar vägar som leder oss framåt. Fler smarta tjänster, ger fler trygga jobb. Och vi kommer ständigt arbeta för ett öppet och mer hållbart samhälle.

HEMFRID I SIFFROR

Omsättning: 740 MKR

Abonnerande kunder: 15 700

Medarbetare: 2 090

Antal kontor: 6

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. Och sedan 2019 även i Linköping och Norrköping. Vi erbjuder tjänster som städning, flytt, trädgårdshjälp, seniorhjälp, och många andra tjänster som underlättar vardagen.

OM RAPPORTEN

Detta är vår femte 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. Rapporten avser verksamhetsåret 1 januari – 31 december 2020. Vi redovisar även hur vi bidrar till FN:s 17 globala hållbarhetsmål

Hållbarhetsstrategi och mål

“Vårt hållbarhetsarbete är ett ständigt pågående förbättringsarbete”

Vi vill fortsätta vara pionjärer och utveckla både oss själva och branschen. Därför är hållbarhet en central och affärsnära fråga för oss. Som marknadsledare har vi ett stort ansvar att driva och utveckla branschen framåt på ett långsiktigt och ansvarsfullt sätt. Att erbjuda tjänster med ett socialt och miljömässigt ansvar samtidigt som det är ekonomiskt hållbart - det är det som är framtidens tjänster.

Vi utgår ifrån fyra områden i vårt strategi- och hållbarhetsarbete. I respektive strategiområde är hållbarhet och digitalisering integrerat. Att hitta nya innovativa lösningar på våra kunders vardagsproblem är det som driver vår verksamhet framåt. Med nya sätt att utveckla våra medarbetare skapar vi tillväxt och framtida konkurrenskraft. Vi jobbar aktivt med att minska vår klimatpåverkan och vi strävar efter att kontinuerligt förbättra vår positiva inverkan på samhället med speciellt fokus på att skapa jobb och inkludering på svensk arbetsmarknad.

Våra strategiska hållbarhetsmål

- För kund - ett enklare vardagsliv
- För medarbetare – en bra arbetsgivare och möjligheter att utvecklas
- För miljö och klimat - minskad påverkan
- För samhället - jobbskapande och en mer öppen och dynamisk arbetsmarknad

HÅLLBARHETSSTYRNING

Hemfrids hållbarhetsarbete är integrerat i verksamhetsstyrningen. Det har funnits med i Hemfrids ägardirektiv sedan start att vi ska vara ett ansvarsfullt och långsiktigt företag med god affäretik.

Företagsledningen har det operativa ansvaret att integrera hållbarhet i hela verksamheten och leverera på mål och nyckeltal. Hemfrids hållbarhetschef har ansvaret att driva hållbarhetsfrågorna framåt och ta långsiktiga strategiska initiativ. Samtidigt är vi alla hållbarhetsansvariga och ska jobba efter de riktlinjer och policys som tagits fram för verksamheten.

UN GLOBAL COMPACT

2017 signerade vi UN Global Compact där vi antog att följa deras 10 grundläggande principer om arbetsrätt, mänskliga rättigheter, anti-korruption och miljö. Vi redovisar vårt förbättringsarbete och rapporterar årligen in en COP (Communication of Progress). Som medlemmar i Global Compact, och därigenom världens största nätverk för hållbart företagande inom det privata näringslivet, har vi tillgång till utbildningar, praktiska verktyg och inspiration för att ta vårt hållbarhetsarbete framåt.

FN:S HÅLLBARHETSMÅL

FN:s Hållbarhetsmål är ett viktigt ramverk när vi tittar på hur vi kan öka vår positiva påverkan för människor och samhälle, samtidigt som vi kan minska vår negativa påverkan för miljön. Som tjänsteföretag kan vi spela en viktig roll för att nå de globala målen, framförallt inom social hållbarhet. Med ökad tjänsteproduktion kan vi hjälpa till att skapa fler jobb och ökad sysselsättning i samhället.

| FN:s mål | FN:s delmål | Vad vi gör |
|--|--|--|
| Mål 3 Hälsa & välbefinnande | 3.9 Minska antalet sjukdomsfall till följd av skadliga kemikalier | <ul style="list-style-type: none"> Hemfrid startades utifrån visionen att förenkla människors vardag. Vi vill att fler ska trivas och må bra och letar ständigt efter nya lösningar, innovationer och samarbeten som minskar friktion och ökar välmåendet i och kopplat till hemmet och arbetsplatsen. Det bidrar till minskad stress, minskade sjukskrivningsdagar och sparade kostnader för både individen, företagen och samhället i stort. Vi har ett systematiskt arbetsmiljöarbete för att främja god hälsa på jobbet Vi har aktivt val bort kemikalier i sprayer för bättre hälsa för våra medarbetare |
| Mål 4 Utbildning | 4.4 Öka antalet personer med färdighet för ekonomisk trygghet 4.7 Utbildning för hållbar utveckling | <ul style="list-style-type: none"> Vi satsar på utbildningar för att skapa tillväxt, innovation och framtida konkurrenskraft Hemfridsakademien Språkutbildningar Ledarskapsutbildningar |
| Mål 5 Jämställdhet | 5.4 Värdesätt obetalt omsorgsarbete och främja delat ansvar för hemmet 5.5 Säkerställ fullt deltagande för kvinnor i ledarskap och beslutsfattande 5.8 Stärk kvinnors roll med teknik | <ul style="list-style-type: none"> Hemfrid skapar möjligheter för kvinnor att göra karriär på lika villkor som män. Både för kunder och medarbetare. Vi anställer många utlandsfödda kvinnor, den målgrupp som generellt har svårast att ta sig in på svensk arbetsmarknad. Med ett jobb stärker vi deras position på arbetsmarknaden och möjlighet att skapa en egen social och ekonomisk plattform. |
| Mål 8 Ekonomisk tillväxt & anständiga villkor | 8.1 Hållbar ekonomisk tillväxt 8.2 Främja ekonomisk produktivitet genom diversifiering, teknisk innovation och uppgradering 8.3 Främja politik för arbetstillfällen och ökad företagsamhet 8.4 Förbättra resurseffektiviteten i konsumtion och produktion 8.5 Främja full sysselsättning och anständiga arbetsvillkor för alla | <ul style="list-style-type: none"> Vi skapar tillväxt och jobb i en växande vit tjänstesektor Vi fortsätter att driva branschen framåt och skapa efterfrågan på fler tjänster i hemmet och på arbetsplatsen - fler köpta tjänster blir fler trygga jobb Vi har haft kollektivavtal sedan start med avtalsenliga löner, försäkringar, pensionsavsättningar osv och fortsätter att professionalisera yrket Effektivitet och bättre sysselsättningsgrader Digitalisering och teknisk utveckling |
| Mål 10 Jämlikhet | 10.1 Minska inkomstklyftorna 10.2 Främja social, ekonomisk och politisk inkludering 10.3 Säkerställ lika rättigheter för alla och utrota diskriminering | <ul style="list-style-type: none"> Vi skapar fler jobb och därmed en trygg social och ekonomisk plattform för fler Vi jobbar engagerat med att skapa en företagskultur där alla våra medarbetare ska känna sig välkomna oavsett bakgrund, utbildning, ålder eller kön. Inkluderings- och likabehandlingspolicy |
| Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion | 12.4 Ansvarsfull hantering av kemikalier 12.5 Minska mängden avfall 12.8 Öka allmänhetens kunskap om hållbara livsstilar | <ul style="list-style-type: none"> Egen serie städprodukter märkta med Bra Miljöval Återvinnings- och återanvändningstjänst för kunder Minskat avfall i vår dagliga verksamhet Inspirerar våra kunder och medarbetare till en mer hållbar livsstil hemma och på arbetsplatsen Test med nya innovativa förpackningar av papper |

| | | |
|--|--|--|
| Mål 13 Bekämpa klimatförändringarna | 13.3 Öka kunskap och kapacitet för att hantera klimatförändringar 13.a Implementera FNs ramkonvention om klimatförändringar | <ul style="list-style-type: none"> • Uppdaterade klimatmål enligt FN:s 1,5C ambition • Kartläggning och uppföljning av vårt klimatavtryck • Aktivt arbete för att minska våra utsläpp • Miljöanpassade bilar |
| Mål 17 Genomförande och globalt partnerskap | 17.16 Stärk det globala partnerskapet för hållbar utveckling 17.17 Uppmuntra effektiva partnerskap 17.19 Utveckla nya sätt att mäta framsteg | <ul style="list-style-type: none"> • Fler samarbeten med kommuner och sociala entreprenörer för att skapa en mer öppen och dynamisk arbetsmarknad ex Jobbentrén, Integrationspakten, Jobbspår • Fler samarbeten för att inspirera kunder och medarbetare att leva mer hållbart • SDG Ambition |

SDG AMBITION

2020 gick vi med i initiativet SDG Ambition - ett acceleratorprogram för medlemmar i UN Global Compact. I programmet, som sträcker sig över 6 månader, guidas vi i att integrera hållbarhetsmålen ytterligare i vår affärsstrategi. Tillsammans med ett 20-tal andra svenska företag är vi med i digitala workshops för att sätta mer ambitiösa hållbarhetsmål, byta erfarenheter och inspirera varandra. Målet är att få konkreta verktyg för att framtidssäkra affären och skapa långsiktigt värde.

INTRESSENTDIALOG

En viktig del i vårt hållbarhetsarbete är att lyssna till våra intressenter. Det hjälper oss att driva vår hållbarhetsagenda framåt och hitta nya lösningar. Hemfrids viktigaste intressenter är både befintliga och potentiella kunder, medarbetare, ägare, fackliga parter, myndigheter/organisationer, politiker, miljön och samhället i stort. Varje år tar vi hjälp av kundundersökningar, medarbetarundersökningar, fokusgrupper och workshops för att identifiera de frågor som är de mest väsentliga för våra intressenter. 2020 har vi fått in över 6 000 svar på våra enkäter.

| Intressenter | Viktiga frågor | Aktiviteter |
|----------------------------------|--|--|
| Kunder | Kollektivavtal och bra arbetsvillkor Miljöanpassade städprodukter Service och kvalitet Säkerhet | Kundundersökningar Workshops |
| Medarbetare | Kollektivavtal och bra villkor Hälsa och välmående Utbildning Inkludering | Medarbetarundersökningar Workshops |
| Ägare | Kundnöjdhet Kollektivavtal och bra arbetsvillkor God affärsetik Tillväxt | Styrelsemöten Uppföljning |
| Fackliga parter | Kollektivavtal och bra arbetsvillkor God hälsa och välmående | Kontinuerlig dialog Avtalsförhandlingar |
| Myndigheter/organsationer | God affärsetik Regelefterlevnad | Rapportering |

| | | |
|-----------|---|---|
| Politiker | Jobb Integration Jämställdhet Tillväxt | Kontinuerlig dialog Deltagande i relevanta forum |
|-----------|---|---|

RISKER OCH RISKHANTERING

Riskhantering är integrerad del av vår verksamhetsstyrning. För att hantera och förebygga risk fortsätter vi att vidareutveckla vår process - det gäller både identifiering och uppföljning. Under verksamhetsåret 2020 har riskarbetet fått en extra dimension i och med pandemin. Vi har börjat jobba med prognoser och scenarion på ett helt nytt sätt för att kunna minimera och hantera risk. Vi har framförallt haft ett stort fokus på att minska risk för smittspridning av covid-19 och stärka arbetet med hälsa och välmående för både medarbetare och kunder.

De operativa riskerna identifieras och värderas av respektive affärsenhet och supportfunktion och tas upp i årlig workshop med ledning. De mer strategiska och externa riskerna som innovation, ökad konkurrens, varumärke, omvärldsförändringar, hållbarhet, miljö och politiska förändringar hanteras av ledning och styrelse tillsammans. Styrelsen äger ansvaret att följa upp hela riskarbetet årligen.

| Typ av risk | Tänkbara riskområden | Hantering av risk |
|--|---|---|
| Sociala och medarbetarrelaterade risker | Arbetsmiljö, hälsa & säkerhet | <ul style="list-style-type: none"> • Utbildning i arbetsmiljö och arbetsrätt • Ökat fokus på riskmedvetenhet • Uppföljning och analys kring risk inom arbetsmiljö och säkerhet • Nya arbetssätt anpassade till Folkhälsomyndighetens rekommendationer kring covid-19 • Kommunikation kring covid-19 och hur vi tillsammans kan minska smittspridning |
| | Kultur, värderingar och interna processer | <ul style="list-style-type: none"> • Värderingsdrivet ledarskap • Utbildningar |
| | Kompetensförsörjning | <ul style="list-style-type: none"> • Utveckling av processer för att attrahera, rekrytera, behålla och utveckla talang |
| Mänskliga rättigheter | Diskriminering | <ul style="list-style-type: none"> • Inkluderings- och likabehandlingspolicy |
| | Mänskliga rättigheter i leverantörskedjan | <ul style="list-style-type: none"> • Uppförandekod |
| Korruption | Korruption och bedrägeri | <ul style="list-style-type: none"> • Uppförandekod • Visselblåsarsystem |
| Miljö | Klimatförändringar | <ul style="list-style-type: none"> • Aktivt arbete för minskade koldioxidutsläpp • Uppföljning av co2-utsläpp |
| | Kemikalier | <ul style="list-style-type: none"> • Bra Miljöval-märkta produkter |

| | | |
|------------------|---|---|
| Varumärke | Brist på innovation Konkurrens | <ul style="list-style-type: none"> • Omvärldsbevakning • Datadrivet insiktsarbete |
| IT | Organisation Säkerhet | <ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerlig utveckling • Informationssäkerhet och riskmedvetenhet • GDPR/integritetspolicy |
| Politik | Politiska förändringar, i synnerhet politiska beslut gällande rutavdraget | <ul style="list-style-type: none"> • Löpande omvärldsanalys och trendbevakning • Kontinuerlig dialog med ägare och intressenter • Relationsbyggande med relevanta målgrupper genom medverkan i olika forum och samverkansgrupper |

VISSELBLÅSARSYSTEM

2018 implementerade vi ett visseblåarsystem för att både kunder och medarbetare anonymt ska kunna uppmärksamma oss om det förekommer missförhållanden i verksamheten eller avsteg från våra policys. Under 2020 har det kommit in två case i visseblåarsystemet. Båda har blivit lösta.

En enklare vardag

Hemfrid startades utifrån visionen att förenkla människors vardag. Vi letar ständigt efter nya lösningar, innovationer och samarbeten som minskar friktion och ökar välmåendet i och kopplat till hemmet och arbetsplatsen.

EN "ONE-STOP-SHOP"

För att hjälpa våra kunder med en enklare vardag siktar på att ha ett brett utbud av tjänster och vara en "one-stop-shop" för tjänster i hemmet och på arbetsplatsen. Med ett brett och komplett utbud av tjänster kan vi skapa ett ännu större värde för våra kunder. De senaste åren har vi därför växlat upp vår affärsutveckling och satsat på en rad nya erbjudanden exempelvis flytt, enklare hantverk och återvinning.

EN BÄTTRE KUNDUPPLEVELSE

I en snabbt föränderlig värld förändras även våra kunders önskemål, förväntningar och beteenden. Därför måste vi hela tiden utvecklas och lyssna på våra kunder. En bra kundupplevelse är en förutsättning för att vi ska kunna fortsätta växa - därför är det en viktig hållbarhetsfråga för oss.

Varje år genomför vi kundundersökningar för att mäta hur bra vi levererar våra tjänster. 2019 började vi redovisa NPS som främsta KPI för kundnöjdhet istället för NKI. För oss ger NPS ett bättre mätvärde för hur vi som företag presterar och lever upp till våra kunders förväntningar. NPS anses vara den bästa metoden för att analysera den sammanlagda kundupplevelsen och har stark koppling till lojalitet, lönsamhet och tillväxt. Målsättningen 2020 var att nå ett NPS på 40, utfallet blev 39. 2021 siktar vi på att nå NPS 45.

LEDANDE DIGITALA TJÄNSTER

Vår målsättning är att Hemfrid ska ha en ledande digital position i branschen och erbjuda de bästa digitala tjänsterna. Med vår app har vi möjlighet att leverera en ännu mer personlig, skräddarsydd och tidsoptimerad tjänst för våra kunder. Vi fortsätter att vidareutveckla funktionerna i appen och förbättra kundupplevelsen. Bland annat har vi utvecklat en bättre feedback-loop där vi kan ta del av insikter kring vår leverans i realtid.

2021 fortsätter vi att bli ännu mer data- och insiktsdrivna. Datan hjälper oss både att förbättra tjänsteupplevelsen för kunden samt optimera och effektivisera våra interna arbetsprocesser.

Möjligheternas arbetsgivare

Vi har en tydlig ambition – det är att vara branschens bästa arbetsgivare och skapa förutsättningar för våra medarbetare att utvecklas. Det är tack vare deras engagemang, kunskap och arbetsinsats som vi kan skapa en enklare vardag för fler.

KOLLEKTIVAVTAL OCH BRA VILLKOR

För oss är bra arbetsvillkor grundläggande för ett företags hållbarhetsarbete. Vi har haft kollektivavtal sedan start och värdesätter ett välfungerande samarbete med våra fackliga parter. Vi har en ambition att hela tiden förbättra och utveckla arbetsvillkoren för att fortsätta professionalisera yrket. Med kollektivavtalet har alla medarbetare rätt till anställningstrygghet, garantitider, försäkringar, reseersättning och pensionsavsättningar osv.

DIGITALA UTBILDNINGAR

“Med nya innovativa sätt att utbilda skapar vi framtida konkurrenskraft ”

Med digitala utbildningar har vi helt nya möjligheter att bredda vårt utbildningsprogram och uppmuntra till kontinuerligt lärande. Vi har också möjligheter att stärka våra medarbetares kompetens i olika tjänster och erbjuda fler utvecklingsmöjligheter.

2020 har vi digitaliserat vår utbildningsplattform Hemfridsakademin. Den har integrerats i vår medarbetarapp och är numera tillgänglig för alla. Vid lansering har fokus framförallt varit på kundupplevelse, miljövänlig städning, arbetsmiljö och hälsa. De digitala utbildningarna gör det möjligt att medarbetare kan ta del av den kunskap de behöver vid den tidpunkt de behöver. Och med inbyggd AI-teknik kan vi erbjuda mer individanpassad inläring och bättre förutsättningar för att lyckas.

ETT FÖRSTA JOBB OCH ETT ANDRA SPRÅK

Sedan 2015 har vi satsat på språkutbildningar för våra medarbetare. Eftersom många får sitt första jobb i Sverige hos oss och språkbarriären ofta är ett hinder så ser vi det som en viktig investering i verksamheten av fyra anledningar

1. Det stärker våra medarbetares självförtroende och position på svensk arbetsmarknad
2. Det förbättrar servicen till våra kunder
3. Det förenklar kommunikationen med oss på kontoret
4. Det bidrar till bättre och mer effektiv integration

I början på 2020, innan pandemin tog fart, hann vi med ett pilottest med språkappen Lingio. Lingio har utvecklat branschspecifika kurser i svenska via en app som ger användarna en möjlighet att lära sig språket digitalt. Genom en unik kombination av AI, gamification och pedagogik skapar de förutsättningar för effektiv och rolig språkinläring.

Våra lärarledda språkutbildningar pausades under 2020 på grund av covid-19. Men vi har inte tappat vårt fokus på jobb och språk i kombination - istället har vi tagit oss tiden att ta fram en mer långtgående plan för våra språksatsningar för 2021 och framåt. Tillsammans med Lingio och vår fackliga part Kommunal testar vi exempelvis en gemensam utbildningssatsning i svenska som startar första kvartalet 2021. 50 av våra medarbetare får möjligheten att vara med i projektet “På väg framåt” som erbjuder Kommunals medlemmar att stärka sina kunskaper i språk.

HÄLSA OCH VÄLMÅENDE I PANDEMIN

Hälsa och välmående är högt prioriterat på vår agenda. Vi vill att alla ska trivas och må bra på jobbet och ha tillgång till en trygg och säker arbetsmiljö. Vi utvecklar vårt arbetsmiljöarbete kontinuerligt och har som långsiktigt mål att hela tiden stärka vårt ledarskap för att främja en bättre hälsa.

2020 har inneburit helt nya utmaningar för oss att säkerställa hälsa och välmående på jobbet, pandemin har medfört både nya risker att förhålla oss till och nya sätt att arbeta. Utifrån Folkhälsomyndighetens rekommendationer har vi under året tagit fram riktlinjer för hur vi ska bidra till minskad smittspridning av covid-19. För alla medarbetare som jobbar ute hos kund har vi tagit fram tydligare hygienrutiner och köpt in både handsprit och munskydd. För alla som jobbar på våra kontor har vi ställt om till hemmakontor och nya digitala sätt att arbeta. På kort tid har vi anpassat oss till nya förutsättningar och tagit fram lösningar för att underlätta teamarbete.

Sjukfrånvaro är vår viktigaste KPI för att följa upp vårt arbete med hälsa och välmående. Vi har haft en jämn nedåtgående sjukfrånvarotrend de senaste åren, men 2020 har siffrorna ökat till följd av pandemin och nya striktare restriktioner. Korttidsfrånvaron hamnade på 6,75 procent 2020 på kollektivsidan jämfört med 4,08 procent 2019. Långtidsfrånvaron följde samma trend och hamnade på 3,96 procent 2020 jämfört med 3,5 procent både 2019. På tjänstemannasidan var siffrorna något lägre – 2,96 procent korttidsfrånvaro och 1,24 procent långtidsfrånvaro 2020.

En annan viktig aspekt inom hälsa är olycksfalls- och tillbudsrapportering. Vi arbetar aktivt med att minska risken för skador och olyckor på arbetet och att förebygga att olycksituationer uppstår. 2020 rapporterades 51 arbetsskador och två tillbudsfall. Branschen överlag räknas som en lågriskbransch när det kommer till arbetsskador, mindre allvarliga olyckor.

EN BÄTTRE MEDARBETARUPPLEVELSE

För att nå våra långsiktiga mål och vara en attraktiv arbetsgivare både idag och imorgon behöver vi hela tiden utveckla vår medarbetarupplevelse. En viktig del i vårt arbete att förbättra medarbetarupplevelsen är att lyssna till alla våra medarbetare och vad de tycker om oss som arbetsgivare.

2020 rullade vi ut appen Winningtemp till samtliga medarbetare i organisationen. Implementeringen gjordes i två steg - 2019 introducerades den för tjänstemän och 2020 fick samtliga medarbetare tillgång till appen. Med täta pulsmätningar har vi större möjlighet att vara proaktiva och kontinuerligt följa upp ledarskap, arbetsglädje, arbetssituation, delaktighet, teamkänsla, personlig utveckling och engagemang på hela företaget. Vi har ett bra resultat inom områden som teamkänsla och engagemang - ett genomsnitt på 7,8 2020 jämfört med 7,7 2019. Förbättringspotential finns främst inom ledarskap och personlig utveckling.

JÄMSTÄLLDHET

Att stärka kvinnors position på arbetsmarknaden är en del av vårt DNA. Vi startades utifrån idén att göra det möjligt för fler kvinnor att kombinera jobb och familj och göra karriär på lika villkor som män. Förutom en kvinnlig grundare och styrelseordförande har vi också en kvinnlig vd, en övervägande del kvinnor på chefspositioner och en majoritet kvinnor i vår tjänstproduktion. Det är något vi är väldigt stolta över. Vi är framförallt stolta över att vi har skapat möjligheter för många utlandsfödda kvinnor att stärka sin ställning på arbetsmarknaden och ta nästa steg i karriären.

Samtidigt strävar vi efter en jämnare könsfördelning på hela företaget. Vi vet att mer jämställda team skapar innovation och framgång, därför har vi satt långsiktiga mål för att uppnå en bättre balans mellan kvinnor och

män på alla nivåer. På ledande positioner strävar vi efter en fördelning på **60 procent kvinnor och 40 procent män** till 2025. I tjänsteproduktionen tror vi att det kommer att ta längre tid att förändra balansen på grund av samhällets normer och värderingar kring yrket och vår bransch. Målsättningen är en fördelning på **70 procent kvinnor och 30 procent män** till 2025. Vi har sett en förbättring 2020 även om vår ambition är större. Framåt fortsätter vi att följa upp, kommunicera, utbilda samt lyfta fram förebilder i jämställdhetsfrågan.

| | 2019 | | 2020 | |
|------------|---------|-----|---------|-----|
| | Kvinnor | Män | Kvinnor | Män |
| Kollektiv | 85% | 15% | 84% | 16% |
| Tjänstemän | 80% | 20% | 77% | 23% |
| Ledning | 83% | 17% | 75% | 25% |
| Styrelse | 33% | 67% | 40% | 60% |
| Totalt | 84% | 16% | 83% | 17% |

MÅNGFALD OCH INKLUDERING

“Vi ska vara ledande i vår bransch när det kommer till mångfald och inkludering”

Ett av våra strategiska mål är att vara med och bidra till en mer öppen och inkluderande arbetsmarknad. Vi tror att en mångfald av kompetenser och erfarenheter hjälper oss att utveckla vår verksamhet, ger oss bättre perspektiv och därigenom ett starkare företag. Vi är också övertygade om att det gör oss till en roligare och mer inspirerande arbetsplats.

Vår utgångspunkt är att alla ska känna sig välkomna och ha lika möjligheter oavsett vart man kommer ifrån, hur gammal man är, vilket kön man har, vad man tror på eller vem man blir kär. Något som också finns formulerat i vår inkluderings- och likabehandlingspolicy. Och hos oss finns mångfald på riktigt – en majoritet är utlandsfödda och kommer från en mängd olika bakgrunder. 2019 satte vi det långsiktiga målet att nå en bättre mångfald även på ledande positioner och att **20 procent** ska ha utländsk bakgrund till 2025.

2020 har vi med hjälp av SCB kunnat mäta och följa upp vårt mål. Siffrorna visar att 13,5 procent av cheferna inom Hemfrid har internationell bakgrund. För att nå vårt mål på 20 procent kommer vi att fortsätta strategiska arbetet med inkluderande rekrytering och ledarutveckling. Vi har bland annat implementerat en kompetensbaserad rekryteringsprocess, en metod som fokuserar på de personliga egenskaper som tjänsten kräver och därmed hjälper oss med objektiva urval i vår rekrytering.

| Mångfaldsindex | Svensk bakgrund | Utländsk bakgrund |
|--------------------|-----------------|-------------------|
| Totalt | 18 % | 82% |
| Ledande befattning | 86,5 % | 13,5% |

1. Svensk bakgrund definieras som person född i Sverige eller med en förälder född utomlands. Utländsk bakgrund definieras som person född utomlands eller med båda föräldrar födda utomlands.

Minskad miljö- och klimatpåverkan

Vi fortsätter att ta viktiga steg mot vårt långsiktiga mål att bli fossilfria till 2025, senast 2030.

FN:s 1.5 C AMBITION

2019 tog vi det strategiska beslutet att följa FN:s mål om att hålla den globala uppvärmningen under 1.5 C grader. En uppvärmning högre än så kommer att innebära allvarliga klimatförändringar som påverkar både människa och miljö. För att klara av 1.5 graders målet måste tillväxten av koldioxidutsläpp stoppas till 2020 och därefter halveras varje decennium fram till 2050 enligt FN:s Klimatpanel IPCC.

Vår målsättning är att vi ska vara fossilfria i vår egen verksamhet till 2025, senast 2030. Under 2020 har vi

- Börjat med en uppdaterad strategi för att minska våra utsläpp och bli fossilfria till 2025, senast 2030
- Implementerat klimatmål för den exekutiva ledningen
- Kommunicerar våra klimatmål

KLIMATBERÄKNINGAR

Sedan 2016 har vi gjort årliga uppföljningar av våra koldioxidutsläpp. Detta är tredje gången vi rapporterar enligt Greenhouse Gas Protocol (GHG-protokollet). Med hjälp av det digitala verktyget Normative tittar på vår klimatpåverkan i tre kategorier: scope 1, 2 och 3. Scope 1 inkluderar direkta utsläpp som avser de koldioxidutsläpp som företaget har kontroll över – exempelvis egna transporter och fordon. Scope 2 inkluderar indirekta utsläpp som avser företagets konsumtion av el och värme. Scope 3 inkluderar allt annat som vi inte har en direkt påverkan på såsom inköp av varor och tjänster. Likt många andra företag finns den största delen av Hemfrids utsläpp i Scope 3, dvs inköp av varor och tjänster.

TRANSPORTER

Transporter är en utmaning i många branscher, även för oss. En betydande del av vår klimatpåverkan utgörs av egna transporter. Vi har arbetat aktivt med att investera i elhybrider sedan 2016/2017.

Den stora utmaningen ligger i att fortsätta minska våra utsläpp samtidigt som vi växer, framförallt inom vår flyttservice. Vi har 2020 gjort en genomlysning av vilka lastbilsmodeller som kan drivas med det förnyelsebara bränslet HVO. Det finns en stor besparingspotential i koldioxidutsläpp med HVO men det visade sig att de lastbilsmodeller som vi har inte rekommenderas att tankas med drivmedlet. Vi har en vilja att investera i ellastbilar och en ambition att ha bästa miljöalternativen på plats men infrastrukturen inte praktiskt möjligt. 2021 tittar vi också på hjälp med optimeringssystem för att hitta effektiviseringsvinster i logistiken och att optimera våra resor bättre.

ENERGI

Vi har medvetet jobbat med energieffektivisering på våra kontor. All elförbrukning där el inte ingår i hyresavtalen är förnyelsebar, vilket medför att koldioxidutsläppen från elförbrukningen är låga. Energiförbrukningen på våra kontor har på så sätt minskat de senaste tre åren, se Scope 2.

LOKALPRODUCERADE STÄDPRODUKTER

Med vår egen serie städprodukter märkta med Bra Miljöval kan vi garantera att vi använder miljöanpassade städmedel hemma hos alla våra kunder. Produkterna ingår i städabonnemangen. Genom en Bra Miljövals-märkning bidrar vi till att minska både vår egen och våra kunders miljöpåverkan.

Vi har också valt att producera produkterna lokalt i Sverige. Genom lokal produktion minskar vi transporterna som utgör en stor del av koldioxidutsläppen vid tillverkning. Närheten gör det också enkelt för oss att göra besök i fabriken och ha en nära dialog i produktutveckling.

Utöver miljömärkning och lokal produktion har vi valt flaskor som är gjorda av grön polyeten, en innovativ miljöplast som till 85 procent består av sockerrör. Till skillnad från olja som fossil plast är tillverkad av, är sockerrör en förnyelsebar råvara. Produktion av grön polyeten, också kallat biobaserad plast, har mindre negativ påverkan på miljön och lägre klimatutsläpp jämfört med tillverkning av fossila plaster.

PILOTTEST MED NYA INNOVATIVA FÖRPACKNINGAR AV PAPPER

Att hitta nya innovativa förpackningar som minskar användningen av plast kan vara en del av lösningen att minska vårt klimatavtryck. Tillsammans med Paboco –The Paper Bottle Company har vi hösten 2020 initierat ett pilotprojekt för att testa en ny generations pappersflaska. Tillsammans med kunder kommer vi våren 2021 att utvärdera hur de nya förpackningarna fungerar för våra produkter handtvål och diskmedel. Tidigare har Paboco främst gjort samarbeten med företag inom dryckesindustrin. Vi är först inom vår branschkategori att testa. Detta är ett steg i lärandeprocessen och vi och våra kunder är med och ger insikter för att förbättra produkten. Till nästa generations flaska är Paboco's mål att utveckla en 100 procent biobaserad och återvinningsbar pappersflaska.

Jämfört med en vanlig PET-flaska har Pabocos pappersflaskor följande fördelar;

- 70-55% mindre plast jämfört med vanliga PET-flaskor
- Råvara från ansvarsfullt skogsbruk (FSC)
- 57% mindre koldioxidavtryck jämfört med vanliga PET-flaskor
- Återvinn och spara ytterligare 8.4gr of CO2
- 1 träd = ca 10 000 pappersflaskor
- En växande gran binder ca 20kgCO2/år. Träden skördas vid en optimal storlek då de slutat växa och inte binder CO2 längre (ca 80-85 år) För varje träd som skördas planteras minst 3 nya träd. Därför spelar ett aktivt och hållbart skogsbruk en nyckelroll för att bekämpa klimatförändringarna.

MINSKAT AVFALL

I linje med våra miljö- och klimatmål vill vi både tänka och jobba mer cirkulärt. Det handlar om alltifrån källsortering på kontoren till minskad pappersanvändning och återanvändning av elektronik. Med återvinningsföretaget Inrego har vi 2020 återanvänt och gett nytt liv till ett våra gamla mobiler, datorer och andra teknikprylar och på så sätt lyckats spara 1 913 kg Co2.