

VD-intervju med Severin Gallo från gammaRenax

”I motsats till det sociala ansvaret gentemot medarbetarna känner ingen ansvar för miljön. Det måste vi ändra på.”

Kostnadsdrivna städföretag och ekologiska rengöringsprodukter – två saker som vid första ögonkastet inte alls hör ihop. Varför den uppfattningen är inte stämmer och varför det verkligen lönar sig för städföretag att investera i ekologisk rengöring – det berättade Severin Gallo, facility service-leverantören gammaRenax VD, för oss. Vi talade med honom om den nyligt genomförda omställningen till ekologiska rengöringsmedel, betydelsen av hållbar utveckling i städbranschen och medlemmar i företagsledningen på toalettreningsuppdrag.

Severin Gallo, har hållbarhetsstyrning blivit till en ”chefsfråga”?

Definitivt! Hållbar utveckling hör till företagsledningens agenda. Det handlar i slutändan om att man går den vägen på grund av sin övertygelse. Effekten är jämförbar med att tända en tändsticka: Tändstickan har en hög brännkraft, men den börjar inte brinna av sig själv. Någoting måste utlösa en friktion för att energin ska frigöras. Och därför ska den första gnistan för hållbarhetsstyrningen slås av företagsledningen. Men i slutändan är det medarbetarna som avgör i det vardagliga arbetet och i genomförandet av processer om ett företag faktiskt agerar på ett hållbart sätt eller inte.

Presentera företaget gammaRenax lite kort.

Min pappa grundade städföretaget Gamma Reinigungen AG 1985. 1994 köpte han dessutom facility service-företaget Renax AG som grundades 1868, dotterbolaget till dåvarande Swissair. Slutligen slogs båda företagen ihop till gammaRenax AG 2001. Företaget sysselsätter idag runt 1 800 medarbetare från 63 olika länder och ger heltäckande facility services i hela Schweiz.

Hur många kunder har gammaRenax och inom vilka branscher är de verksamma?

Just nu tar vi hand om omkring 600 kunder – men i över 1600 lokaler. Från kultur- och kongresscentret KKL i Luzern till flygcateringföretaget Gate Gourmet på Zürichs flygplats och Ovavervas vatten- och idrottscenter i Sankt Moritz – vi har

kunder från olika branscher och från alla delar av Schweiz.

Ni har fyra servicetyper som ni erbjuder era kunder. Vilken typ har den starkaste tillväxten?

Precis, vi erbjuder våra kunder fyra servicetyper: hygien (städning), areal & växter (t.ex. skötsel av grönområden), teknik & byggnader (t.ex. tekniskt anläggningsunderhåll) och infrastruktur & service (t.ex. postservice). Vi har sedan länge iakttagit en trend av sammanslagning av byggnadstjänster och heltäckande managementuppdrag. Som ett resultat minskar delvis rena uppdrag för daglig rengöring och infrastruktur-tjänster, som t.ex. bemanning av receptioner, ökar. Vi har även gjort de största infrastruktur-tjänsterna internt - för inte så länge sedan fick vi till exempel planera och genomföra en flytt av ett biotekniskt laboratorium. Jag skulle ändå vilja vidhålla att vi inte driver eller försöker nå ett enskilt område på ett strategiskt vis, utan att avgörande för våra kunder ligger är den perfekta kombinationen. Enbart den bästa möjliga kombinationen av vårt utbud av tjänster leder till att kunden kan förbättra sitt mervärde på ett hållbart sätt. Och det är ju det det handlar om.

Hur skulle en potentiell medarbetare kunna tänka sig företagskulturen hos gammaRenax?

Att dela gemensamma värderingar har högsta prioritet hos oss. Vi anser att alla medarbetare är företagare eftersom de delar våra värderingar. Omvänt betyder det samtidigt också att potentiella medarbetare visserligen kan vara yrkesmässigt högt kvalificerade, men om de inte identifierar sig med våra värderingar anställer vi dem inte. Det låter kanske hårt, men vår övertygelse lyder: Färdigheter kan utvecklas, däremot inte värderingar. Hos oss handlar allt om trovärdighet, respekt och pionjärstänkande. Funktioner ersätter hierarkier. Cheferna hos oss måste förstå och behärska medarbetarnas hantverk - hur ska de annars kunna leda och stödja sina medarbetare? I förlängningen innebär det exempelvis att vår ekonomichef kan delta i en diskussion om kvaliteten hos rengöringsmedlen eller att jag som VD kan processerna i en sanering. Gäller det till exempel ett nytt toalettrengöringsmedel är det faktiskt jag som kan syna produkten i sömmarna med en "WC-tur". Man straffas för övrigt inte heller för att ha gjort fel av "rätt" orsaker, utan istället ger vi belöningar för föreslagna lösningar.



Vad betyder den starka värdestyrda inriktningen för kunderna?

Värdeinriktningen går långt utöver medarbetarna och kunderna kan uppleva den med en gång. Om något går snett är inte vår första fråga "Vad innebär det för vår organisation?", utan "Har vi redan löst problemet åt kunden?".

I september 2018 ställde ni om från konventionella rengöringsmedel till

högkoncentrerade rengöringsmedel från Wetroks ekolinje. Varför gjorde ni det?

Vårt mål är att alltid bli bättre och effektivare i det vi gör. Men det är också viktigt att vi på så vis inte skadar någon. Företag står i ett konfliktområde mellan olika aktörer där kunderna är den centrala, men inte den enda, aktören. Därmed har vi som företag även ett ansvar gentemot samhället. För cirka 15 år sedan blev temat arbetssäkerhet till en fråga som diskuterades mycket och företagen förbättrade situationen för anställda betydligt efter påtryckningar från försäkringsbolag och lagar. Till skillnad från medarbetarna är problemet med miljön att ingen känner sig ansvarig för den. Det vill vi ändra på och tar på oss rollen som en föregångare inom lokalvård.

Hållbarhetsstyrning och kostnadsmedvetenhet - är det överhuvudtaget möjligt att kombinera dem med varandra?

I strid med vad många städföretag tycker så handlar det inte om någon konflikt. Tvärtom: Väljer man att se det långsiktigt stödjer båda inriktningarna till och med varandra ömsesidigt. Det som är effektivt är mestadels även ekologiskt. Använder jag högkoncentrerat eko-rengöringsmedel värnar jag inte bara om miljön, utan jag sparar även kostnader för vatten och rengöringsmedel genom minskad resursförbrukning. Genom omställningen till högkoncentrerade rengöringsmedel och miljövänliga rengöringsmetoder slipper mina medarbetare dessutom att släpa på tunga dunkar och de behöver till exempel bara en kompakt skumflaska för ytrengöring. De ergonomiska fördelarna är på så vis en förebyggande åtgärd mot kostsamma sjukdomsbortfall. Vad kan man som företag önska mer?

Därutöver handlar det inte bara om kostnadsmedvetenhet, utan att som organisation överta ansvaret för de så kallade externa kostnaderna. Externa kostnader, som till exempel samhällskostnader, som uppstår genom rening av avloppsvatten, är kostnader som det orsakande näringslivet inte står för, utan något som samhället måste bära. Med omställningen till ekologisk rengöring slår vi två flugor i en smäll: Å ena sidan ser vi till att färre externa kostnader uppstår, å andra sidan försöker vi stå för externa kostnader som vi har orsakat och på så vis internalisera dessa.

Ni sökte efter en leverantör av eko-rengöringsmedel av hög kvalitet. Hur var urvalsprocessen och varför valde ni Wetrok?

Totalt hörde tolv leverantörer av sig angående vår upphandling. För att hitta rätt partner utvärderade vi deras produkter efter följande kriterier: ekologiska

konsekvenser, användarsäkerhet, användarvänlighet, effektivitet och doseringsförmåga. Det var också viktigt för oss att hitta en pålitlig partner som arbetar över hela Schweiz och som kan förse oss med produktdokument på de tre officiella språken. Det ekologiska kriteriet utvärderades inte enbart utifrån befintliga miljömärkningar, som t.ex. Svanen, utan även utifrån hur seriöst företaget behandlar temat genom hela värdekedjan. Vissa leverantörer hade visserligen diverse ekologiska högkoncentrerade rengöringsmedel att erbjuda – men de blev underkända på de andra parametrarna. Det gjorde oss fundersamma. Vi bestämde oss slutligen för Wetrok eftersom Wetrok inte enbart uppfyllde alla krav bäst, utan att vi som städföretag dessutom har möjlighet att vara med och utveckla produkter och förpackningar.

I vilken mån har ni haft användning av den möjligheten?

Ett konsekvent färgsystem är enligt vår åsikt den bästa förebyggande åtgärden mot felanvändning av rengöringsmedel. I det avseendet har vi tillsammans med Wetrok försökt att göra färgsystemet ännu tydligare genom hela användningskedjan. I branschen är det vanligt att man exempelvis använder en annan färg på duken för varje användningsområde av rengöringsdukarna. Till exempel är blåa dukar till för ytor och allmänna inventarier. Wetrok har dessutom bidragit till detta i flera år: På Wetroks rengöringsmedel finns färgstreck som stämmer överens med rengöringsdukarnas färgsystem, vilket på så vis hjälper till att avgränsa användningsområdet. Med det räckte inte för oss. Vi är glada att vi kunde övertyga Wetrok om att färga flaskornas korkar i motsvarande områdesfärg. Därmed fick vi de nya ytrensingsflaskorna inte bara med ett blått färgstreck på etiketten, utan dessutom med blå korkar. En annan sak som var viktig för oss var att komma åt problemet med överdosering. Wetrok har på ett kreativt sätt sett till att det blir synligt med en gång: Eko-rengöringsmedlet Ecosal är visserligen blåfärgat, men man skulle på grund brukslösningens färgintensitet inte kunna se om det hade överdoserats. Numera är lösningen försedd med en något högre halt av färgämnet. På så vis går det inte att missta en eventuell överdosering eftersom färgen direkt blir mörkblå vid en dubbel dos. Därmed har färgsystemet blivit ett instrument för självkontroll för våra medarbetare. Det använda färgämnet är för övrigt miljövänligt och till och med lämpligt för livsmedelsindustrin. Men Wetrok tog inte bara hänsyn till våra förslag angående färgen, utan även till etiketten: Till exempel försågs etiketten på doseringsflaskorna med text på alla sidor. Det gör att det är praktiskt taget omöjligt för våra medarbetare att ta fel. Vi fick även lov att vara med och designa

sprayflaskorna så att vi nu kan använda en sprayflaska som är exklusivt framtagen för gammaRenax. Jag är övertygad om att samarbeten hjälper både kunder och tillverkare att bli bättre: Från kundens sida genom att få skräddarsydda lösningar för specifika problem och från tillverkarens sida genom att man tar emot värdefulla åsikter från kunder.

Hur kan man konkret tänka sig omställningen till ekologiska rengöringsmedel? Använder ni nu enbart ekologiska rengöringsmedel?

Allt som som går att städa "ekologiskt" städar vi ekologiskt. Det gäller till exempel för all rengöring av sanitetsutrymmen. I samband med omställningen sammanställde vi en särskild rengöringsväska med rengöringsmedel och mikrofiberdukar till våra medarbetare. Medarbetarna har på så vis allt för den dagliga rengöringen i en enda väska. Där finns fyra rengöringsmedel med flera användningsområden. Tre av dem är certifierade med en hållbarhetsetikett. Den fjärde är fläckborttagaren Wetrok Powersurf. Vi var tvungna att gå med på denna kompromiss eftersom inga av de certifierade produkterna klarar av att ta bort smuts från skosulor lika effektivt. Vi är stolta över att rengöringsflaskorna fylls på internt på nytt och därmed återanvänds. Därmed är vi inte bara först med återvinning, utan även med återanvändning. Det man ofta glömmer är att återanvändning är direkt, medan återvinning är indirekt.



Var ni tvungna att utbilda personalen inför omställningen?

Oavsett om vi byter ut produkter eller inte så ser vi till att våra medarbetare regelbundet går kurser för att hålla dem uppdaterade inom rengöringstekniken. Därför har vi gjort om en del av källaren till vårt huvudkontor till ett utbildningsrum. När det kommer till ekorengöringsmedlen har vi däremot valt ett annat tillvägagångssätt: Vi har utbildat rengöringspersonalen i de lokaler som de regelbundet rengör. Därmed kunde vi göra medarbetarna bekanta med användningen av ekorengöringsmedlen på plats. Användningen i princip ingen närmare förklaring. Färgsystemet förebygger felanvändning. Vi fick i anslutning till kursen enbart positiv återkoppling. Våra medarbetare såg omställningen som en möjlighet att lära sig någonting nytt. Det som gör mig särskilt glad är reaktionerna som visar att medarbetarna identifierar sig med våra värderingar och att pionjärtänkandet är förankrat i deras sätt att tänka.

Ni är redan på god väg mot en hållbar verksamhet, men ni talar väldigt lite om ert engagemang. Gäller inte andra delen av PR-grundprincipen "Gör gott och prata om det"?

Ja, vi gör redan en hel del och vårt ekologiska medvetande slutar inte alls vid

rengöringsmedlen. Vi är certifierade enligt ISO 14001 och 50001, har från och med 2019 till exempel solceller på vårt kontor och kommer att ställa om inomhusbelysningen till LED-lampor på huvudkontoret. Dessutom bär våra medarbetare arbetskläder som är tillverkade utan barnarbete och är garanterat "rättvisa". Istället för att offensivt gå ut tala om detta använder vi våra interna resurser hellre för att bygga ut vårt hållbarhetsarbete ännu mer. Det är viktigare att göra något än att prata om det. Även om jag gör det just nu för en gångs skull (småler).

En personlig fråga så här på slutet: Hur städar du hemma?

Hur (skrattar)? Alla Wetroks ekorengöringsmedel står fint uppradade i mitt privata städsåp. Det säger jag förresten inte bara för att eko-linjen var intervjuens huvudtema. När jag är övertygad om en produkt i jobbet är jag det även privat.