

CSR VÄSTSVERIGE

# Sammanställning av utmaningarna i Reko Kontor

---

**Anna Zajc och Karin Öst**  
**Våren 2011**

**Deltagare:**

Activema AB

Communicare

Individuell Människohjälp Göteborg

Innovationsbron AB

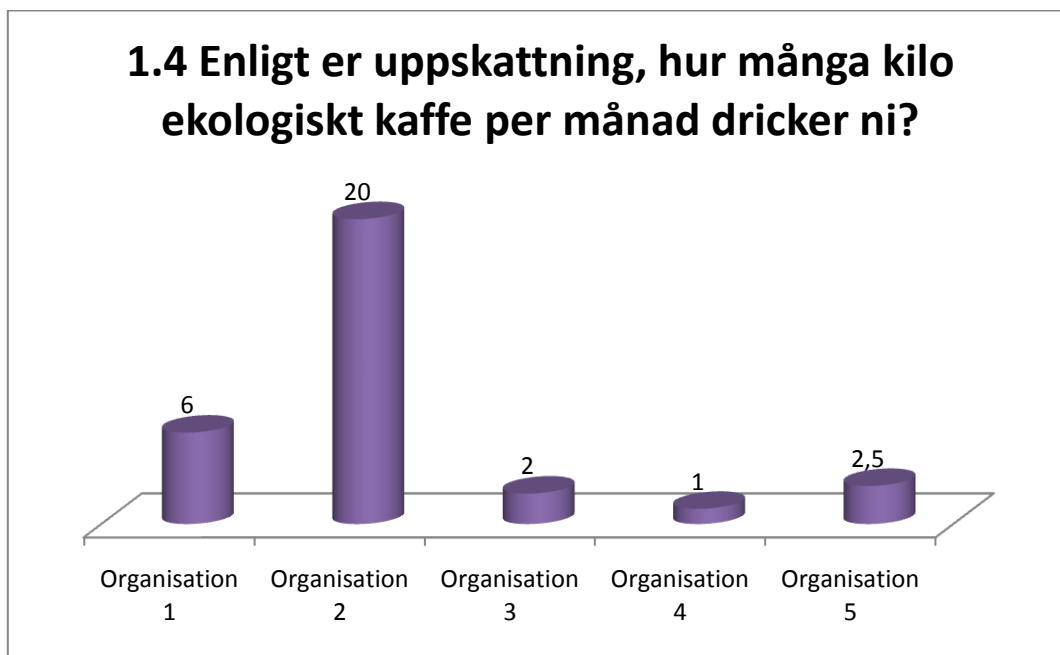
Villkor Textil

## Reko Kontors utmaningar

### Utmaning 1: Vi dricker ekologiskt kaffe på jobbet.

Denna utmaning antogs av samtliga fem deltagare i Reko-kontor och alla har även genomfört utmaningen. Fyra av fem drack redan ekologiskt kaffe innan utmaningen antogs. Bland dessa fyra har ingen ökning av inköpet av ekologiskt kaffe gjorts sedan utmaningens start. Hos den organisation som inte tidigare drack ekologiskt kaffe uppskattas att inköpen har ökat mycket.

Så här många kilo ekologiskt kaffe uppskattar deltagarna att de dricker varje månad.



Anledningen till att de valde just denna utmaning uppger samtliga deltagare är för att det är enkelt att genomföra. Två uppger också att det är för att det är ekonomiskt genomförbart. De svar som uppgetts en gång är: önskemål från de anställda, för att uppmärksamma kunderna om miljöengagemanget, för att leva som vi lär, miljöhänsyn och att det är ett naturligt val.

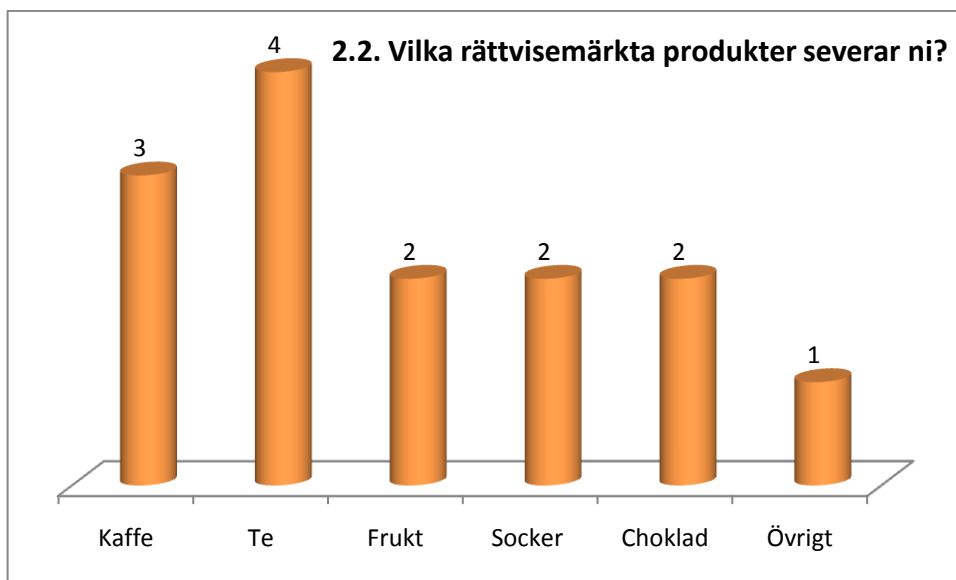
Deltagarna upplever följande som positivt med att ha genomfört utmaningen:

- Det känns bra att faktiskt leva som vi lär.
- Det är viktigt att göra ett miljösmart val, produkten är nyttigare och vi påverkar medarbetare att välja liknande hemma.
- Vi tänker till och därmed känner vi oss medvetna om våra val.
- Tydliggöra kaffearbetares villkor och att det går att göra skillnad.
- Det känns självklart att servera rättvisemärkt kaffe.

## Utmaning 2: Vi serverar rättvisemärkta produkter

Denna utmaning antogs av fyra deltagare och alla dessa har också genomfört utmaningen.

Alla fyra deltagare serverar rättvisemärkt te. Kaffe, frukt, socker och choklad är annat som serveras. Figuren nedan visar antal av de fyra organisationer som serverar respektive rättvisemärkt produkt.



Uppskattningarna om hur mycket av varje produkt som serveras varierar mycket mellan de olika organisationerna. Totalt kan sägas att 24,5 kilo rättvisemärkt kaffe serveras, fyra kilo frukt och ett kilo choklad. När det gäller te och frukt har deltagarna haft svårt att uppskatta mängden och svarar till exempel då istället: tre små kartonger te och några sockerbitar här och där. En organisation har även uppgett att det ibland kan servera andra rättvisemärkta produkter.

Samtliga deltagare serverade innan de antog utmaningen redan rättvisemärkta produkter. En organisation har dock ökat sina inköp av rättvisemärkta produkter med uppskattningsvis ett kilo.

Anledningen till att deltagarna valde just denna utmaning uppger samtliga är för att det är enkelt att genomföra. Svar som anges en gång är att det är ett önskemål från de anställda, för att uppmärksamma kunderna om miljöengagemanget, ekonomiskt genomförbart, viktigt att ta ett socialt ansvar. Att det är ett naturligt val och för att leva som vi lär har också angetts som förklaring.

Deltagarna upplever följande som positivt med att ha genomfört utmaningen:

- Det är bara positivt med rättvisemärkt. Fler inköp = Större utbud och bättre priser för alla.
- Serverar man rättvisemärkt kaffe är det naturligt att också servera rättvisemärkt te.
- Viktigt att göra ett socialt ansvarsfullt val, och vi påverkar medarbetarna att välja likadant hemma.

### **Utmaning 3: Vi bjuder våra besökare på kaffe i en riktig kopp**

Alla fem deltagare i Reko-kontors utmaningar antog denna utmaning och alla har också genomfört den. Ingen av deltagarna använde heller pappers- eller plastmuggar på arbetsplatsen innan utmaningen antogs.

Anledningen till att deltagarna valde just denna utmaning uppger samtliga är för att det är enkelt att genomföra. Andra svar som anges två gånger är att det är ett önskemål från de anställda, för att uppmärksamma kunderna om miljöengagemanget, ekonomiskt genomförbart. Att det är det enda naturliga och en självklarhet att inte använda slit- och slängprincipen har angetts som förklaring en gång.

Deltagarna upplever följande som positivt med att ha genomfört utmaningen:

- Det är en del av vår strategi att inte använda förbrukningsvaror om det inte behövs.
- Självklart ska man inte ha engångsmuggar!
- Vi tänker till och därmed känner vi oss medvetna om våra val.
- Miljötänk sitter i ryggmärgen.
- Det känns mycket onödigt att servera i pappersmuggar.

### **Utmaning 4 – Vi sätter upp en skylt på dörren för att slippa oadresserad direktreklam**

Utmaning 4 antogs av två deltagare, och en av dessa har genomfört aktiviteten. Den organisation som genomfört aktiviteten hade en skylt också innan initiativet drogs igång. Anledningen till att utmaningen inte genomfördes hos den andra organisationen var att en flytt hade ägt rum samt att man delat kontor med andra.

Anledningen till att aktiviteten genomfördes hos organisationen uppger man vara önskemål från de anställda.

Deltagarna upplever följande som positivt med att ha genomfört utmaningen:

- Positivt att vara med i Reko Kontor där man kan få ett samlat grepp och där vi tillsammans kan visa vad vi gör.

### **Utmaning 5 – Vi köper miljömärkt papper**

En organisation antog utmaningen om miljömärkt papper på kontoret och har genomfört denna. Organisationen köper miljömärkt skrivarpapper och av de övriga pappersinköpen, bortsett från toalett- och hushållspapper, är 25-50 % miljömärkt.

Organisationen kan inte uppskatta i kilo hur mycket skrivar- eller övrigt papper de köper, då detta varierar mycket beroende på vad för möten som hålls och vilka utskick som krävs inför dessa.

Deltagarna upplever följande som positivt med att ha genomfört utmaningen:

- Att göra vad vi kan för att utmärka oss med att leva som vi lär.

### **Utmaning 8 – Vi väljer möbler med miljömärkning, återanvänder/second-hand när vi gör om**

Denna utmaning antogs av två organisationer, och dessa har också genomfört utmaningen. En av respondenterna har införskaffat begagnade skrivbord sedan utmaningen antogs, den andra har inte införskaffat några nya möbler, och har sålt av deras begagnade överflöd av kontorsmöblemang.

Anledningar till genomförande uppger den ena organisationen vara enkelheten samt att det känns naturligt att återanvända gamla möbler. Hälften av vad som finns på kontoret i skrivbordsväg har de övertagit från tidigare användare. Den andra organisationen ser uppmärksammandet av kunderna på deras miljöengagemang som anledning att genomföra utmaningen.

Deltagarna upplever följande som positivt med att ha genomfört utmaningen:

- Medvetna beslut.

### **Utmaning 9 – Vi har upprättat och följer en åtgärdsplan som främjar lika rättigheter för alla**

Denna utmaning antogs av en organisation, vilka inte har genomfört utmaningen. Detta på grund av att en omorganisation gjort att andra policyutformningar har prioriterats högre.

### **Utmaning 11 - Vi har vår egen smarta kontorsutmaning.**

En organisation har antagit utmaningen och de har också genomfört den. Den egna kontorusutmaningen var: *Vi stöder både som privatpersoner och företag en av Räddningsmissionens fältarbetare. Vi uppmuntrar till volontärarbete.*

Genomförandet har gått strålande. När det gäller volontär arbete har tre medarbetare arbetat med olika organisationer och en fjärde är på gång att engagera sig. Stödet för Räddningsmissionens fältarbete har varit konstant men har genererat mer engagemang för organisationen. På företagets julfest samlades fina begagnade leksaker och kläder in som skänktes till Räddningsmissionens julfirande för barn och hemlösa. Julfesten inleddes med att alla i personalen hjälptes åt att slå in julklapparna i fint papper och snören – en riktigt julklappsverkstad med andra ord. Det blev en mycket uppskattad och trevlig aktivitet med meningsfullt innehåll och många skratt.

Deltagaren upplevde berättar följande om vad som var positivt med utmaningen:

- Aktiviteten skapade insikt om vad vi kan åstadkomma om vi alla bidrar med något, och vi kände en stolthet över att inte bara få, utan faktiskt också göra något för någon annan inför jul. Alla medarbetare kände sig delaktiga och företagets värdegrund stärktes genom det vi gemensamt gör. Vi har pratat om denna aktivitet långt in på året, och min tro är att den kommer att efterfrågas inför nästa jul.

## Sammanfattning

Vi har i enkätundersökningen använt oss av Formsit.com och upplever att denna sida var både användarvänlig och gav bra underlag i en lättöverskådlig form. Då detta var en gratisversion fanns vissa begränsningar för antal frågor. Vi tror att ni skulle ha stor nytta av att investera i en full version vid enkätundersökningar som är större än den här.

Respondenternas svar kunde lätt sammanställas i överskådliga diagram, och formsit.com hade flera användbara funktioner vilka underlättat för tydliga resultat.

I genomförandet av vår sammanställning har vi sett att deltagarna ofta väljer utmaningar som är enkla att genomföra. Vi tror därför att det är viktigt att formulera och framställa de utmaningar som skulle kunna upplevas som ett större åtagande på ett mer konkret sätt. Man skulle kunna visa på hur någon annan tidigare gjort, eller i till exempel utmaning 9, ge exempel på hur en åtgärdsplan kan se ut.

Vi har också sett att många antar utmaningar som de redan innan de antog utmaningarna genomförde. Kanske har Reko Kontor motiverat dessa organisationer att fortsätta, vilket de kanske annars inte gjort. Men för att veta det säkert, och få ett underlag för vilken genomslagskraft Reko Kontor har haft, kan det vara bra att i framtiden även fråga om de tror att de skulle ha genomfört innehållet i utmaningen även om de inte var med i Reko Kontor. Annars ser vi det mer som en certifiering på att de uppfyller vissa kriterier inom CSR och hållbar utveckling, snarare än en utmaning.

Vi har även lagt märke till att ekologiskt och rättvisemärkt blandas ihop. Kanske skulle man kunna ändra utmaningarna 1 och 2 till att båda innefatta ekologiskt och rättvisemärkt, eller att i infohäftet ha en liten faktaruta om vad märkningarna ekologiskt och rättvisemärkt innebär för att tydliggöra för organisationerna som deltar.

Deltagarna i Reko Kontor har alla uppgett många olika anledningar till att det har varit positivt för dem att vara med i initiativet. Tydligast utmärker sig en känsla av att få ett samlat grepp och att medvetandegöra valen. Reko Kontor verkar ha tydliggjort för organisationerna att deras val gör skillnad.

## Bilaga 1: Enkätundersökningen

Namn och befattning på svarande:

Organisation:

Antal anställda på kontoret/kontoren:

### *Utmaning 1*

- 1.1. Dricker ni ekologiskt kaffe på jobbet?
  - 1.1.1. Uppskattningsvis, hur stor andel av kaffet som dricks är ekologiskt?
  - 1.1.2. Vilka svårigheter har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
- 1.2. Drack ni ekologiskt kaffe innan ni antog Reko Kontors utmaning?
- 1.3. Har ni ökat era inköp av ekologiskt kaffe sedan initiativet? Om ja, uppskattningsvis med hur många kilo?
- 1.4. Enlig er uppskattning, hur många kilo ekologiskt kaffe per månad dricker ni?
- 1.5. Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 1.6. Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

### *Utmaning 2*

- 2.1. Serverar ni rättvisemärkta produkter?
  - 2.1.1. Vilka svårigheter har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
- 2.2. Vilka rättvisemärkta produkter serverar ni?
  - 2.2.1. Enligt era beräkningar, hur många kilo rättvisemärkt kaffe serverar ni per månad?
  - 2.2.2. Enligt era beräkningar, hur många kilo rättvisemärkt te serverar ni per månad?
  - 2.2.3. Enligt era beräkningar, hur många kilo rättvisemärkt socker serverar ni per månad?
  - 2.2.4. Enligt era beräkningar, hur många kilo rättvisemärkt frukt serverar ni per månad?
  - 2.2.5. Enligt era beräkningar, hur många kilo rättvisemärkt choklad serverar ni per månad?
  - 2.2.6. Enligt era beräkningar, hur många kilo/enheter rättvisemärkta övriga produkter serverar ni per månad?
- 2.3. Serverar ni enbart rättvisemärkta produkter inom de produktkategorier ni valt?
  - 2.3.1. Hur stor andel av den totala konsumtionen står rättvisemärkt för inom de produktkategorier ni valt?
- 2.4. Serverade ni rättvisemärkta produkter innan ni antog Reko Kontors utmaning?
  - 2.4.1. Har ni ökat era inköp sedan dess att ni antog initiativet? Uppskattningsvis, med hur många kilo?
- 2.5. Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?

### *Utmaning 3*

- 3.1. Bjuder ni era besökare på kaffe i en riktig kopp, t.ex. i keramik?
  - 3.1.1. Vilka svårigheter har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
- 3.2. Använde ni pappers- eller plastmuggar på arbetsplatsen innan utmaningen antogs?
  - 3.2.1. Har ni helt slutat att använda pappers- eller plastmuggar på arbetsplatsen?
    - 3.2.1.1. Uppskattningsvis, hur många plast- eller pappersmuggar användes förr per månad?
    - 3.2.1.2. Uppskattningsvis, hur många pappers- eller plastmuggar använder ni per månad idag, och hur många använde ni innan Reko Kontors initiativ?
- 3.3. Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 3.4. Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

#### **Utmaning 4**

- 4.1. Har ni satt upp en skylt på dörren för att slippa oadresserad direktreklam?
  - 4.1.1. Vilka svårigheter har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
- 4.2. Hade ni en skylt på dörren innan ni antog utmaningen?
- 4.3. Uppskattningsvis, hur mycket oadresserad direktreklam fick ni innan ni antog utmaningen? (Ange i antal utskick).
- 4.4. Uppskattningsvis, hur mycket får ni nu? (Ange i antal utskick).
- 4.5. Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 4.6. Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

#### **Utmaning 5**

- 5.1. Köper ni miljömärkt toalett- eller hushållspapper?
  - 5.1.1. Uppskattningsvis, hur stor andel av det toalett- eller hushållspapper som köps är miljömärkt?
  - 5.1.2. Enligt era uppskattningar, hur många kilo miljömärkt toalett- eller hushållspapper köper ni per månad?
- 5.2. Köper ni miljömärkt skrivarpapper?
  - 5.2.1. Uppskattningsvis, hur stor andel av det skrivarpapper som köps är miljömärkt?
  - 5.2.2. Enligt era uppskattningar, hur många kilo miljömärkt skrivarpapper köper ni per månad?
- 5.3. Köper ni miljömärkt övrigt kontorspapper (t.ex. kollegieblock, post-it, kvittopapper)?
  - 5.3.1. Uppskattningsvis, hur stor andel av det övriga kontorspapper som köps är miljömärkt?
  - 5.3.2. Enligt era uppskattningar, hur många kilo miljömärkt övrigt papper köper ni per månad?
- 5.4. Vilka svårigheter har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
- 5.5. Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 5.6. Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

#### **Utmaning 6**

- 6.1 Har ni ekologiska eller rättvisemärkta arbets-/profilkläder?
  - 6.1.1. Uppskattningsvis, hur stor andel av det de kläder som används är ekologiska eller rättvisemärkta?
  - 6.1.2. Vilka hinder har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
- 6.2 Vilken typ av kläder har ni valt?
- 6.3 Vilka volymer beräknar ni att de ekologiska och/eller rättvisemärkta kläderna uppgår till?
- 6.4 Hade ni ekologiska och/eller rättvisemärkta kläder innan ni antog utmaningen?
- 6.5 Har ni förändrat något bland era arbets-/profilkläder sedan dessa att ni antog utmaningen och i så fall vad?
- 6.6 Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 6.7 Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

#### **Utmaning 7**

- 7.1 Har ni gjort några förändringar sedan dess att ni antog utmaningen?
  - 7.1.1 Vilka hinder har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?

- 7.1.2 Vad har ni förändrat sedan dess att ni antog utmaningen? (Egen ruta)
- 7.2 Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 7.3 Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

### **Utmaning 8**

- 8.1 Har ni köpt in nya möbler till kontoret sedan dess att ni antog utmaningen?
  - 8.1.1. Vilka svårigheter har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
  - 8.1.2. Vad har ni förändrat i kontorsmiljön sedan dess att ni antog utmaningen? Ex: nya skrivbordsstolar, rumsavdelare etc.
- 8.2. Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 8.3. Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

### **Utmaning 9**

- 9.1. Har ni infört en åtgärdsplan som bidrar till att främja lika rättigheter sedan dess att ni antog utmaningen?
  - 9.1.1. Vilka svårigheter har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
- 9.2. Vad för åtgärder har ni haft med i planen? (Berätta här eller bifoga åtgärdsplanen)
- 9.3. Har ni gjort någon uppföljning av åtgärdsplanen?
  - 9.3.1. Hur följs åtgärdsplanen upp och hur har det gått?
- 9.4. Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 9.5. Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

### **Utmaning 10**

- 10.1 Samarbetar ni med en ideell förening eller organisation?
  - 10.1.1 Vilka hinder har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
  - 10.1.2 Vilken förening har ni samarbetat med och vad har ni gjort?
- 10.2 Vilka faktorer bidrog till att ni valde denna utmaning?
- 10.3 Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Utveckla gärna!

### **Utmaning 11**

- 11.1 Har ni genomfört några egna kontorsinitiativ?
  - 11.1.2 Vilka svårigheter har ni stött på som gjort att ni inte genomfört utmaningen?
- 11.2 Vad upplever ni som positivt med att ha genomfört denna utmaning? Har ni idéer kring aktiviteter som vi kan knyta upp initiativet på så att fler antar utmaningen? Utveckla gärna!