

Livscykelperspektiv som drivkraft för nya affärer

- köksrenovering hjälper kunder att minska sin miljöpåverkan till lägre kostnad

Det här exemplet är hämtat från Modexa, ett företag som arbetar med lösningar för köksrenoveringar. Exemplet visar hur livscykelperspektivet och resultat från en livscykelanalys kan användas i marknads- och försäljnings syfte för att vägleda kunder att ta ett bättre beslut utifrån ett hållbart perspektiv.

Utifrån resultat från den livscykelanalys som Modexa lät IVL Svenska Miljöinstitutet utföra, har de fått värden på mängden koldioxid deras kunder undviker att släppa ut genom att bevara och nyttja det som går att behålla i köket. Informationen använde Modexa som säljargument när de träffade en kund som skulle renovera lägenheter i Botkyrka.

Modexa säljer kökslösningar. Affärsidén går ut på att förnya befintliga kök genom att utgå från existerande grundkonstruktioner och komplettera med måttanpassade detaljer såsom exempelvis luckor, gångjärn, lådsystem och bänkskivor. Modexa startades 1998 och har idag en verksamhet som omsätter ca 160 miljoner kronor om året. Huvudkontoret är i Borås och tillsammans med produktionen i Västerås har företaget 55 anställda med minst lika många lokala montörer i Sveriges 30 största städer. Modexas kunder är fastighetsbolag med hyresrätter. År 2015 kom Modexa för första gången i kontakt med begreppet livscykelanalys vilket ledde till att de lät IVL utföra en livscykelanalys på köksstommar. Resultatet har de använt i kunddialog för att visa hur de kan minska sin klimat- och energianvändning.

För att ta reda på mer om Modexa och deras arbete med livscykelperspektivet träffade vi Mikael Larsson, försäljnings- och marknadschef på Modexa.

På vilket sätt arbetar ni med livscykelperspektivet?

— Hela vår affärsidé handlar om livscykelperspektivet eftersom vi bevarar det som är bra och byter det som är dåligt. Det som vi inte visste tidigare var hur livscykelanalyser kan användas som ett hjälpmedel för organisationen. Produktionsenheten är miljöcertifierad och vi har länge velat visa den positiva miljöaspekten i vårt kunderbjudande. Nu kan vi kommunicera fördelarna med att arbeta med ett livscykelperspektiv på ett bättre sätt. Vi kommer fortsätta detta arbete för att visa för våra kunder hur miljösamt det är att inte riva ut delar av byggprodukter som faktiskt kan hålla i ytterligare ett antal år.

”Hela vår affärsidé handlar om livscykelperspektivet...”

Hur kommer det sig att ni arbetar med livscykelperspektivet och hur fick ni kännedom om det?

— Affärsidén bygger på en efterfrågan från våra kunder. Bolagets grundare utgick från frågan om varför byta ut bra delar som kan bevaras, samtidigt som man skapar ett nytt kök till hyresgästerna som också är kostnadseffektivt för fastighetsägaren. SCA, som arbetar mycket med livscykelanalyser, berättade hur de omsätter det i praktiken.

Detta resulterade i att vi kontaktade IVL för att utföra en livscykelanalys.

Vad omfattade och visade livscykelanalysen?

— IVL gjorde en livscykelanalys på genomsnittliga köksstommar, producerade och installerade i Sverige, beräknat på ett generiskt, svenskt lägenhetskök. De delar som inkluderades i livscykelanalysen var produktion av råvaror och förpackningsmaterial, transporter och avfallshantering. Resultatet visar att 75 % av en köksstommes klimatpåverkan kommer från råmaterialet. Exempelvis kan 80 kg koldioxid sparas per kök bara genom att behålla befintliga skåpstommar. Totalbesparingen av hela konceptet är dock betydligt mycket större.

Vad har resultatet från rapporten inneburit?

— Modexa har alltid utgått från argumentet att det är både miljömässigt och ekonomiskt bättre att bevara det som är bra och byta det som är dåligt, men innan man börjar mäta och sätta siffror på saker blir det inte skarpt. Resultatet från livscykelanalysen gör det mycket skarpare och roligare, och dessutom användbart att kunna visa upp ett konkret exempel. Eftersom vår affärsidé går ut på att ta tillvara på bra kvalitativa platsbyggda stommar istället för att riva ut dem och ersätta med nya konstruktioner som ofta är av sämre kvalitet, kan vi med hjälp av livscykelanalysen visa kunder den miljömässiga nyttan av att bevara mer.

— Ett konkret exempel på hur vi använt resultatet är i själva säljpitchen för en kund, då vi kan visa på den miljömässiga potentialen om vi bevarar så mycket som möjligt av köket istället för att köpa nytt.

Resultaten från livscykelanalysen använde Modexa bland annat hos Botkyrkabyggen, ett kommunalt bostadsbolag i Stockholm och Botkyrkas största bostadsbolag som äger och förvaltar cirka 10 600 bostäder. Modexa träffade Botkyrkabyggen i samband med ett av deras pågående pilotprojekt för renovering av fastigheter från miljöprogrammen. Botkyrkabyggens mål för renoveringarna var bland annat att välja den miljö- och kvalitetsmässigt bästa lösningen med nöjda kvarboende hyresgäster.

Kan du berätta mer om exemplet med Botkyrkabyggen?

— Botkyrkabyggen hade 99 lägenheter som skulle genom-

gå renovering. I samband med uppmätningen av köken gjordes en konkret analys genom en teknisk besiktning. Kunden hade sedan tidigare satt upp en specifikation på vad de ville ha gjort i de berörda köken. Efter den tekniska besiktningen var vår rekommendation att de inte behövde göra all den köksförnyelse som de föreslog.

Vad ledde det till?

— Vi kunde med resultatet från livscykelanalysen visa vår kund hur stora miljömässiga besparingar de kunde göra genom att bevara mer och byta ut mindre. Det talar lite emot då man vill sälja så mycket som möjligt. Men jag tror att det här i förlängningen kommer göra att vi kan sälja ännu mer. När kunderna köper vårt koncept är det de som gör besparingen och vi bistår bara. När vi presenterade resultatet för vår kund kunde de inte säga nej. Vi kunde visa att de skulle minska sin miljöpåverkan och dessutom till en mycket lägre kostnad. Det finns även en social dimension genom att hyresgäster kan bo kvar i lägenheterna då renoveringarna blir mindre omfattande.

”Vi kunde visa att de skulle minska sin miljöpåverkan och dessutom till en mycket lägre kostnad.”

Vilka fler resultat har ni sett av detta exempel?

— Ofta har fastighetsbolag energimål för exempelvis drift av fastigheterna men inte för besparingar till följd av materialbesparingar i lägenheter. Råmaterial, som livscykelanalysen visar, har ju en ganska betydande del av klimatpåverkan vid nyttillverkning.

Vilka resultat har uppnåtts inom organisationen?

— Gör vi en beräkning för de 10 145 kök som vi renoverade under 2015 med de siffror som vi fått från IVL-rapporten så visar det en total koldioxidbesparing på över 800 ton om befintliga stommar bevaras. Siffrorna handlar om besparingar utanför organisationen och det tycker jag är det häftigaste. Vi kan ju inom den egna organisationen vara så klimateffektiva vi bara kan och det ska vi eftersträva, men det är ju faktiskt våra kunder som genom den här metoden gör den största besparingen.

Vilka delar av företaget har varit involverade i arbetet?

— Idén att beställa en livscykelanalys för att visa på miljöpåverkan och besparingar genom att renovera kök jämfört med att köpa nytt kom från marknads- och säljvdelningen, vilka därför har varit väldigt involverade i arbetet, men så även hela vår ledning och produktion.

— Det här är centralt för oss och ligger nu med i vårt miljöledningssystem. Under 2017 kommer hela organisationen få mer information om livscykelperspektivet och hur det kan kommuniceras. Vi kommer

att fortsätta arbeta med ett livscykelperspektiv. För oss handlar det om hur vi steg för steg tillsammans med våra kunder kan bidra till att minska koldioxidutsläppen. Det är vad vi har fokuserat på först och främst.

Vad är era största hinder för att öka livscykelarbetet?

— Det största hindret har varit resurser och kompetens. Vi är inget jättestort bolag och få personer som hittills har drivit dessa frågor. Nu har vi dock rekryterat en kvalitetsansvarig som framöver kommer ha ansvaret. Självklart är det ändå även fortsättningsvis viktigt att arbeta med dessa frågor i hela organisationen.

Vad ger det för andra fördelar, förutom miljömässiga, att arbeta med ett livscykelperspektiv?

— Det finns en form av intern stolthet av att arbeta med det här. Jag tycker det känns bra och är övertygad om att det finns väldigt många medarbetare som tycker det känns genuint väldigt bra att sälja dessa lösningar. Man vet att man är med och bidrar ur ett större perspektiv.

Vad är ert nästa steg i livscykelperspektivsarbetet?

— Arbeta vidare både internt och externt med att sprida budskapet om den miljömässiga besparing som görs genom att behålla skåpstommarna.

Vad ger du för tips till andra för att få igång eller vidareutveckla arbetet för att minska sin organisations klimat- och miljöpåverkan?

— Nummer ett är att hitta personer i organisationen som brinner för de här frågorna. Det är också viktigt att tänka utifrån och in, hur det kan bli ett mervärde. Vi har inget existensberättigande om vi inte kan hjälpa våra kunder att uppnå sina mål – och då inte bara gällande kostnader och intäkter – utan de mål som finns därutöver, det vill säga miljömål!

Kontakt

Mikael Larsson, försäljnings- och marknadschef, Modexa
mikael.larsson@modexa.se

Intervju 2016-01-07: Anna Wikström, projektledare Swedish Life Cycle Center.

Text och layout: Anna Wikström och Rebecka Hallén Jorquera, projektledare Swedish Life Cycle Center.

Den här artikeln är en del av projektet Goda exempel - Inspiration till energieffektivisering genom hela värdekedjan som bedrivits med finansiering från Energimyndigheten. Vill du ta del av fler goda exempel, läsa mer om Modexas klimatarbete eller lära dig mer om livscykelperspektivet kan du använda länkarna här under:

[Modexas klimatarbete](#)
[Fler Goda exempel](#)
[Swedish Life Cycle Center](#)