

Thorbjörn Erikssons föreläsning

Från Uppsala:2030s event Fina ord eller handling – Cirkulär ekonomi är mer än återvinning på Scandic Uppsala Nord 8 maj 2026.

Thorbjörn "Tobbe" Eriksson, säljchef Norden på Fristads:

"Tobbe heter jag och jag jobbar med sälj i Norden. Hur är det att sälja hållbart och att sälja med hjälp av hållbarhet?"

Att sälja på hållbarhet har såklart en del utmaningar. Egentligen är det tre saker som är jätteviktiga.

Det ena är kompetens. Vad är hållbarhet? Om man googlar finns det jättemycket olika begrepp. När vi hade ett litet prat innan lyfte vi till exempel: vad är cirkularitet? Vad menas med det? Som kund är det inte superlätt att förstå vad hållbarhet är.

Det andra är att få företagen att värdera hållbarhet. Om man som kund väl har förstått vad hållbarhet är, ska man ändå ta in det och värdera det när man gör sin upphandling.

Det tredje är ekonomi. Hur det än är så är ekonomi viktigt. En hållbar produkt får inte vara dubbelt så dyr som en vanlig produkt, för då kommer den inte att flyga.

Det är egentligen med det här som bas som vi har jobbat, och som Fristads har jobbat i över 100 år. Kompetensmässigt är det fantastiskt att vara på Fristads och ha medarbetare som vår hållbarhetschef Lisa Rosengren, som kan det här så väl att hon ibland driver EU framåt på rätt håll. Där känner man sig jättetrygg.

Men om vi börjar med en väldigt enkel undersökning. Alla här inne som tycker att man ska använda hållbarhet som kriterium när man ska handla någonting, räck upp en hand. Ni som är med på länk kan göra det digitalt.

Ja, det är de flesta.

Hur många kan med hundraprocentigt hjärta säga att företaget eller organisationen jag jobbar på alltid väljer med hållbarhet i åtanke på allt vi köper?

Mm. Det är vår vardag. Det är precis så vår vardag ser ut inom sälj. Vi behöver vara tolkar. Vi behöver tolka allt det som Lisa pratade om till vardagsspråk och få kunden att förstå: hur gör jag ett hållbart val utan att det påverkar ekonomi och lönsamhet?

Det är vårt uppdrag.

Det gör vi genom att när vi på Fristads jobbar med att ta fram arbetskläder som är mer hållbara – det jag har på mig här i dag är ur Fristads Green – så är det lika skönt som vilket som helst av de gamla. Ibland till och med bättre.

Det är betydligt bättre ur ett hållbarhetsperspektiv. Det är EPD-deklarerat, så man med fakta kan ta fram precis hur mycket det betyder. Om jag tar den här tröjan i stället för den gamla tröjan, som nästan ser likadan ut, vad innebär det i fotavtryck på koldioxid och vatten?

Det har vi satt in i ett ganska enkelt kalkyleringsverktyg. Det finns faktiskt på vår hemsida. Ni kan gå in och göra det själva. Där kan man välja kläder, till exempel byxor, ange hur många man vill ha på ett år, trycka på beräkna och se: om jag väljer den här kontra en vanlig produkt, hur mycket sparar vi?

Det här gör vi tillsammans med våra fantastiska partners. Tillsammans ser vi till att ta fram de här rapporterna till våra kunder.

Om vi pratar om EPD, som egentligen är kärnan i det här, att vi faktiskt kan mäta och garantera, så har vi med det som bas kunnat utveckla kläder som gör mindre avtryck.

Vi har en beräkning som vi kan visa, på hur mycket skillnad det faktiskt gör. Och det är stor skillnad.

Som kund får man en rapport. De här börjar vi nu köra ut för kvartal ett i Sverige. De kommer att gå ut automatiskt till alla kunder som är lite större. Där ser de hur mycket de har köpt av vårt gröna sortiment, och hur mycket vatten och koldioxid de har sparat under kvartal ett.

Kläderna måste vara minst lika sköna, minst lika hållbara ur perspektivet att de inte får gå sönder, och de måste ligga ekonomiskt rätt. De får inte bli superdyra. Helst ska vi sälja den här tröjan till ungefär samma pris som den gamla tröjan. Det är vår målsättning hela tiden när vi tar fram produkterna.

Men utöver produkten måste vi se till att den här jackan eller tröjan jag har på mig ska hålla så länge som möjligt. Då har vi några tjänster. Om jag skulle riva till den här på något hörn kan jag få den lagad. Jag kan få den sydd så att den blir helt okej igen.

Om jag skulle sluta på det här jobbet skulle jag lämna in den här. Den blir tvättad och fixad, och sedan ligger den och väntar tills en ny medarbetare börjar som har samma storlek som jag.

Den dagen den personen börjar finns den här och får ett nytt liv. Då får den leva tills den faktiskt har levt hela sin livscykel. När den har levt hela sin livscykel hjälper vi dessutom till att ta in den och se till att så mycket som möjligt bryts ner till fiber som går att använda, antingen till nya kläder eller till en annan produkt.



Så är det att sälja. Det måste göras enkelt för kunden att förstå hur man gör hållbara val. Vi måste alla hjälpa till att sätta tryck på att vi måste använda hållbarhet när vi väljer i våra upphandlingar.

Det tredje är att det inte får bli för dyrt. Det måste vara en marknadsmässig prissättning även på det material som är mer hållbart.

Fråga från publiken:

– Återvinning är superbra, och det vill vi jobba ännu mer med hos våra kunder också. Har ni en lösning på kontaminerade kläder? För det blir det ju, med olja och olika kemikalier som de utsätts för.

– När vi tar in återvinningskläderna går de in till en första station som sorterar. Är de starkt kontaminerade går de in i en tvättprocess innan de går till återvinning.

Sedan är det ju så att arbetskläder inte är det lättaste att återvinna. Du har reflexer och massa annat. Men där jobbar vi jättenära både branschen för återvinning och branschen för textilfiber för att hitta nya metoder. Jag vet att där är spännande saker på gång.

Det här utvecklas. Vissa kunder tycker att det blir för lite fibrer av det vi skickar in. Ja, just nu är det så. Det här är också lite hönan och ägget. Om du ska tillverka produkter av återvunna fibrer måste du veta att det finns fibrer att komma åt.

Jag brukar säga: skicka allt ni kan för återvinning. Det är det enda sättet att säkra att det finns fiber framåt. Då kommer fler att välja återvunna fibrer, och så rullar hjulet i gång.

Moderator:

– Något som jag undrar över är något som jag upplever i byggbranschen i synnerhet. Det börjar komma till affären. Det börjar bli så att om du inte kan leverera produkter som har en EPD så börjar du få svårt att sälja. Är det någonting ni upplever som säljare?

Tobbe fortsätter:

– Ja, det gör vi. Just byggbranschen ligger långt fram, för EPD:er har funnits länge på råmaterialsiden inom bygg, så de går faktiskt först. När vi åkte upp i går pratade jag med en kund där vi håller på med en upphandling nu på 250 bygganställda. Där hade de ställt kravet. Det var första gången som det verkligen var ställt på det sättet, att man fick jättemycket extra poäng i upphandlingen om man hade EPD och hållbarhet.

Petra Öberg avslutar:

– Ja, det är ju egentligen dit vi vill komma. Vi vill att alla våra kunder ska börja kravställa mer. Våga kravställa att det finns en dokumenterad EPD på det ni vill ha. Då vet ni att det är mer grönt, och ni får också mätbara tal som visar hur stor er besparing är. Jag tycker att det är viktigt. Det behöver komma från kunden.

Vi önskar ju att fler följer oss. Det är svårt att göra en sådan på textil. Det är otroligt svårt. Men vi måste komma dit också, för det handlar också om kontroll över din värdekedja.



Hållbarhetsnätverket [Uppsala:2030](#) är en accelerator för hållbar omställning och erbjuder samtalsarenor med kunskap, inspiration och idéutveckling för ledare och medarbetare som vill ta ansvar för vår framtid. Där får du kreativt lösa utmaningar tillsammans med andra, bygga relationer och samarbeten. Eventen utgår från Uppsala och livesänds så att hela Sverige kan delta i föreläsningar och samtal via Zoom 4 gånger per år.

Transkriberad från inspelning av Mia Ulin mia@ uppsala2030.com



UPPSALA
UNIVERSITET



UPPSALA
VATTEN



SÖDRA TORNET