

Företagets hållbarhetsarbete påverkar lokalsamhället



Nordic Choice Hotels arbetar för att alla hotell skall vara "mötesplatsen" på den lokala orten inte bara i sociala sammanhang utan även för Hållbarhetsfrågor. Nu ser vi hur dessa samarbeten växer fram mycket tack vare ägaren Petter Stordalens starka engagemang och ett genuint intresse för lokalsamhällets näringsliv.



Katalin Paldeak Pålsson är COO på Nordic Choice. Hon är civilekonom från Handels i Göteborg och har varit verksam i hotellbranschen i 25 år och ansvarar idag för driften i 180 hotell och 16 000 anställda. För Nordic Choice är själva konceptet Hållbara hotell en självklar bas i sund affär. Idag ställer våra kunder allt större krav på vårt hållbarhetsarbete. Och den nya generationens

medarbetare väljer arbetsgivare som har ett genuint program för hållbarhet. Ett aktivt hållbarhetsarbete blir avgörande för att lyckas attrahera de allra bästa ledare och medarbetare och för att vinna kundernas tillit.

Clarion Hotel Post i Göteborg.

Hotellet har tagit en positionering i staden när det gäller hållbarhetsfrågor och har också medvetet gjort detta till ett projekt där man vill inspirera andra företag och organisationer. Hotellet är aktiva i nätverk med nyckelpersoner som brinner för hållbarhetsfrågor i Göteborgs näringsliv. Här drar de nytta av varandra och tar del av varandras hållbarhetsprojekt vilket skapat ovärderliga synergieffekter. Man både hjälper varandra och inspirerar varandra att utvecklas i hållbarhetsfrågor.

Exempelvis har Volvo genom sin satsning på kompostering av organiskt avfall inspirerat Clarion Hotel Post att titta på liknande investering i form av en kompostmaskin som omvandlar det organiska avfallet till jord. Detta kommer att passa väl in i hotellets satsning på KlimatSmarta konferenser som kommer att lanseras under hösten.

Hotellens konferenskunder kommer erbjudas möjligheten att klimatkompensera för sitt avtryck i samband med en konferens. Med KlimatSmarta konferenser kommer vi också upplysa om hur vi minskar på avfallet efter en konferens. Allt förbrukningsmaterial kommer att vara hållbart producerat och inte minst kommer hotellet att minska på matsvinnet genom att genomlysas inköpsprocessen, köpa upp "ugly greens" från leverantörer samt stödja lokala stadsodlingsprojekt. Dessutom kommer man erbjuda en 100% plantbaserad kost som är en stor satsning och som ger avsevärt mindre avtryck.

Ytterligare en synergieffekt i påverkan av lokalsamhället är att hotellet nu blir en del av stadens satsning på att informera företag som reser till Göteborg hur de kan minska utsläpp och avfall som skall bidra till ett minskat avtryck på jorden. Detta i ett spännande samarbete mellan Göteborgs stad och Chalmers universitet. Här hjälper Chalmers oss på hotellet med ett digitalt verktyg på hotellets hemsida för att påvisa sina resultat av sitt hållbarhetsarbete i jämförelse med andra val av leverantörer och på så vis vara helt

transparenta inför kunden. Ett smart sätt att göra kunderna upplysta om sina olika val när de reser.

Vi skall äta oss till en bättre värld – Nordic Choice Hotel - Mat Plattformen

För detta projekt är Gunhild Stordalen hela företagets förebild, hon öppnar dörrar, sprider kunskap och inspirerar inte bara oss utan också våra gäster, inte minst med hennes storsatsning med stiftelsen EAT Foundation, där hon lyckats skapa toppmöten i FN och samarbeten med Economic Forum i Davos. Hela programmet i Nordic Choice Hotels med Mat Plattformen syftar till att reducera matavfall i alla delar av vår värdekedja. Vi använder mindre tallrikar, minimerar användning av rött kött och använder bara fisk som är hållbart fiskad, mer plantbaserad mat och fler ekologiska produkter. Vi mäter varje dags avfall i köket, minskar leverans tätheten från leverantörer, och där enskilda hotell satsat på närodlat på taket. Nu tar vi dessutom upp kampen om matsvinnet genom "Ugly Foods" som en del av arbetet mot matsvinnet men också reducera och minska miljöpåverkan. Maten som går under kategorin ugly food håller lika hög kvalitet som övrig mat och smakar likadant. Det handlar inte på något sätt om dålig mat utan är enbart en fråga om estetik. Det kan exempelvis vara morötter som är för krokiga, fläckar på citronskal eller avvikande färg på tomaterna. Leverantörernas andra och tredje hand sortering av frukt och grönt skall vara vårt förstahandsval!

Våra egna medarbetare måste må bra först innan vi kan rädda världen

Om inte våra medarbetare mår bra och känner arbetsglädje när de går till sitt jobb blir det svårt att bli trovärdig när man skall prata om de stora överordnade hållbarhetsfrågorna. I takt med att personal nöjdheten ökar, ökar även engagemanget för Hållbarhetsfrågor på jobbet, Inte så konstigt kanske, men det kräver att man har en plan för att lyfta arbetsglädjen och kulturen i företaget. Vi gör många olika insatser.

På varje hotell finns En Culture Officer, som har till ansvar att skapa hög personalnöjdhet, lojalitet och Gästnöjdhet. Deras arbete går ut på att stärka den så viktiga företagskulturer och att skapa arbetsglädje och att sätta detta arbete i struktur.

Varje dag skall inspirera till vår så viktiga vision att med "energi, mod och begeistring skapa en bättre värld – We care". Detta hjälper även till att öka attraktionen för oss som arbetsgivare och därmed möjligheten att attrahera de allra bästa medarbetarna och ledarna. Inte nödvändigtvis de med mest erfarenhet utan de som verkligen brinner för service och människor och som vill vara med att göra en skillnad. För med branschens bästa personal kommer vi attrahera och frälsa ännu fler gäster att vilja bo och äta hos oss och bli våra fans, vilket i sin tur leder till bättre lönsamhet.

Vi ser RESULTAT med vårt personalarbete. 2018 ökade vår Personalnöjdhet till "all time high" (ENPS) från 47% (2017) till 48% (2018). Detta är extremt bra för branschen som generellt i Sverige ligger på ca 30%

Vi har en har också en låg sjukfrånvaro på i genomsnitt 3,7%. Snittet i Sverige enligt Svenskt Näringsliv ligger på 4,4%. Orsaken till vår låga frånvaro bottnar i en stark kultur och utvecklat värdebaserat arbete inom People & Culture. Det beror också på att vi är en bransch där man lätt kan byta arbetspass i stället för att sjukskriva sig.

Nordic Choice arbetar också aktivt med integration och har idag personer från 172 olika nationaliteter anställda. Före flyktingkatastrofen hade var 30% av icke Nordisk härkomst. Efter flyktingkatastrofen har vi nu 42% av icke Nordisk härkomst. Det ger ett fantastiskt mervärde både för bolaget och den enskilde medarbetaren.

© HÅLLBAR TILLVÄXT I SVERIGE AB 2018, all rights reserved