

Rahmqvist med eget miljømerke

Grønne topprodukter merkes med Green Choice.

Tekst: June K. Ragnif

Det finnes ikke offisielle miljømerker for alle produktgrupper. Det har Rahmqvist løst på en god måte.

- Vi har vårt eget miljømerke Green Choice. Merket forteller at vi har jobbet fram et produkt og gjort det grønnere enn andre produkter. Det er motiverende for kundene å få vite hvorfor produktet er merket. Det gjør noe med deres egen holdning til miljø, forteller Inga-Britt Rosenblom, Rahmqvists kvalitets- og miljøsjef.

- Årsaken til at vi har utviklet vårt eget miljømerke, er at vi har kommet langt i utviklingen av produkter og at det rett og slett ikke finnes kriterier for alle produktgrupper. Å tenke miljø blir mer og mer verdifullt. Vi har mange kunder som er mye mer miljøbevisste nå enn hva de var for fem-seks år siden, sier hun.

Kvalitet før pris

Kvalitet og miljø hører sammen. Første steget mot et bedre miljø er å dempe forbruket.

Mindre forbruk forutsetter at man satser på kvalitetsprodukter som lever lenge.

- Å satse på miljøvennlige produkter er en kostnad, men også en investering. Det er nok flere internasjonale aktører som mener prisen er den avgjørende faktoren. Da senkes også prisen på bekostning av kvalitet. Resultatet er at forbrukeren kjøper et produkt som raskt havner i papirkurven. Da har forbrukeren både mistet produktet og kastet penger ut av vinduet, sier Rosenblom.

For å få forbrukerne til å tenke miljø i valg av produkter, sendes alle ansatte på kurs. Spesielt skal selskaps selgere ha kunnskap om miljøeffektene av Rahmqvist sin virksomhet og deres produkter.

- Vi er oppmerksom på vår rolle. Vi påvirker miljøet og vi skal gjøre så mye som mulig for å minske denne påvirkningen. Derfor informerer alle

selgere om at det er viktig å tenke miljø når det gjøres innkjøp. Det er innkjøperne som bestemmer takten for den grønne utviklingen av produktene, sier Rosenblom.

Begrenser transporten

For om lag et år siden sto et nytt sentrallager klart i Sverige. Rahmqvist ønsket å begrense transporten.

- Nå har vi et sentrallager i Sverige. Alle produktene sendes direkte til kunder i hele Norden. Dette gjør at produktene går rett til kjøperen, vi unngår mellomlagre, og godshåndteringen blir mer effektiv. Nytt lager har slått godt ut på leveranse kvaliteten. Vi har alt på et og samme sted, og har minsket miljøkostnadene, forklarer hun.

- I tillegg satser vi på flere miljøbiler i tjeneste og inspirerer alle medarbeidere og samarbeidspartnere til å bli en del av miljøløsningen i stedet for miljøproblemet, avslutter hun.



Larcona Eco Paper Clip er et utmerket eksempel på Green Choice-produkt der Rahmqvist har brukt papir som råvare. Det er både fornybart og mulig å gjenvinne. Produktet er sterkere enn et i plast og minst like sterkt som et i metall. Et annet eksempel på Green Choice-produkter er mapper i nedbrytbar plast.

«Vi påvirker miljøet og vi skal gjøre så mye som mulig for å minske denne påvirkningen»



Inga-Britt Rosenblom, Kvalitet- og miljøansvarlig i Rahmqvist

FAKTA

- Rahmqvistkonsernet utvikler og markedsfører unike, kundetilpassede produktsortiment under egne varemerker gjennom personlig salg. Sortimentet består av administrasjons- og utdanningsmaterieill, datatilbehør samt ergonomi- og rengjøringsprodukter
- Satser på kvalitet. Produkter av høy kvalitet har lengre levetid og reduserer forbruket av råvarer og energi ved produksjon, samt utslipp av klimapåvirkelige gasser fra transport og avfallsmengder.
- Har siden 1953 utviklet seg fra en liten familiebedrift til et internasjonalt konsern. År 2008 feirer Rahmqvistkonsernet 55 år
- Har etablert seg i 11 land, med 11 heleide datterselskaper og er over 500 ansatte