

# Råd till dig som upphandlar tvätt- och textilservice

Varje år levererar företag inom tvätt- och textilserviceindustrin tjänster till ett värde av ca 1,2 miljarder SEK till den offentliga sektorn i Sverige. I denna skrift ges en kort introduktion till hur man upphandlar tvätt- och textilservicetjänster på ett sätt som leder till en god affär för alla parter.

## 1 KORT OM TVÄTT- OCH TEXTILSERVICETJÄNSTER

---

Högkvalitativ textilhantering är nödvändigt för den offentliga sektorn i Sverige. Det är en nyckelfaktor för att skapa en trygg vårdmiljö, hindra smittspridning och skydda miljön. De tre mest upphandlade tjänsterna gäller tillhandahållande och service av:

- **Arbetskläder.** Uppemot hälften av Sveriges arbetande befolkning använder arbetskläder på jobbet. Detta gäller exempelvis de flesta yrkesgrupper inom vården. Sedan den 1 januari 2016 ställer Socialstyrelsen (Basal hygien i vård och omsorg 2015:10) tydliga hygienkrav på arbetskläder till personal inom omsorgs verksamhet såsom på äldreboenden, hemtjänst och på vissa LSS-boenden.
- **Bädd- och badtextilier.** Täcken, lakan, handdukar m.m. är en kritisk del av verksamheten för sjukhus, äldreboenden, och många andra offentliga verksamheter.
- **Entrémattor.** Det första man ser när man kommer till kontor och offentliga byggnader är en välkomnande entrématta. Dessa, tillsammans med rengöringsmaterial så som moppar och dylikt, tillhandahålls av våra medlemsföretag.

## 2 UPPHANDLA TVÄTT- OCH TEXTILSERVICE

---

Att upphandla tvätt- och textilservice är i många avseenden likt andra upphandlingar. Det handlar om att göra grundlig research och att balansera kravställningar på ett lämpligt sätt för att få till en bra affär. Nedan sammanställer vi ett antal punkter som man bör tänka på när man upphandlar just tvätt- och textilservice.

### 2.1 BÖRJA I TID

Det är viktigt att påbörja arbetet med en upphandling av tvätt- och textilservice i god tid. Innan en upphandling bör man genomföra både en behovsanalys och en marknadsundersökning.

Av erfarenhet vet vi också att överlämningen av hantering av tvätt- och textilservice kan ta tid. Leverantören behöver prova ut och köpa in textilier, planera rutter osv. En tumregel är att en upphandling ska vara klar och att uppdraget ska vara tilldelat den valda leverantören ett halvår innan avtalsstart.

**Väl förberedda upphandlingar innebär en minskad risk för överprövningar!**

### 2.2 MARKNADSUNDERSÖKNING

Tvätt- och textilservicebranschen är en innovativ bransch där företagens produkter och tjänster hela tiden

utvecklas för att möta och överträffa kundernas förväntningar.

För att kunna dra nytta av den här utvecklingen måste du som kund göra en marknadsundersökning. Det innebär att du tar reda på vilka produkter och lösningar som finns tillgängliga på marknaden.

Det enklaste och mest effektiva sättet att göra en marknadsundersökning är att helt enkelt ta kontakt med leverantörerna.

### Våga föra en dialog!

## 2.3 BEHOVSANALYS

Många obligatoriska krav i upphandlingar kan göra tjänsten dyrare. Det är viktigt att fokusera på det som innebär en positiv skillnad och att undvika onödiga kostnadsdrivare. På så sätt kan man arbeta fram ett avtal som är kommersiellt attraktivt för både upphandlare och leverantör.

Det innebär att du noggrant bör gå igenom vilka behov ni har. Om det exempelvis gäller arbetskläder bör du tänka igenom hur många medarbetare som behöver arbetskläder, hur ofta ska de byta kläder, osv.

Det innebär även att man bör vara återhållsam med att ställa detaljerade krav. Utgå exempelvis från att inte ha några detaljkrav på vilket typ av textilmaterial som ska användas. Olika leverantörer har olika lösningar, vilka likväl fyller samma funktion. Med allt för detaljerade krav riskerar du att gå miste om alternativa lösningar.

### Fokusera på en god helhetslösning!

## 2.4 UTFORMNING AV UPPHANDLING

I det här avsnittet tittar vi närmare på en del av de frågeställningar man ställs inför när man ska utforma en upphandling.

### 2.4.1 Ägandeform och prislösningar

Om man redan äger en textilstock kan det vara lockande att ta med dessa in i ett nytt avtal. Det finns dock goda skäl till att se över ägarfördelningen.

Tvätt- och textilserviceföretag arbetar ofta med utvalda kollektioner och övertagande av en annan textilstock kan innebära ökad hantering om inte textilerna är standardiserade. Dessutom påverkas möjligheterna att göra kompletterande inköp. Detta ger dig som kund ett ökat pris.

Vem som ska äga textilierna och vilka prislösningar som bör gälla beror till stor del på vilken typ av textilier det är och hur de används. Vanliga varianter är:

- **Hyrpris.** Kunden hyr textilierna och betalar till exempel per vecka och insatt plagg, där alla kostnader för inköp, tvätt och transport ingår. Vanligt för arbetskläder.
- **Styckpris.** Kunden betalar en styckkostnad för varje levererad enhet. Inga extra kostnader för inköp, tvätt eller transport. Vanligt för bäddtextilier, handdukar m.m.
- **Kombinationspris.** Kunden hyr endast textilierna och betalar ett styckpris för varje utförd tvätt och leverans.
- **Kundägda textilier.** Kunden köper själv in de textilier som ska användas. Detta kan medföra

ökade produktionskostnader, samt innebär en inköpskostnad för kunden.

#### **2.4.2 Avtalstid**

Textilier skrivs ofta av på 3-4 år. Det är också en lämplig längd för en avtalsperiod. Föreskrivs kortare avtalstid ökar avskrivningskostnaderna. Livslängden är också en av de viktigaste faktorerna ur ett hållbarhetsperspektiv då upp till 40% av miljöpåverkan i en textilservicetjänst kommer från tillverkningen

#### **2.4.3 Leveransdagar**

Hur ofta rena textilier ska levereras och antalet leveransadresser påverkar vilka anbud du får i upphandlingen.

Krav på täta leveranser gör det svårare för tvätterierna att optimera transporterna och ökar därmed priserna och miljöpåverkan. Att ha leveranser för sällan kan dock vara opraktiskt. En vanlig nivå är att leverans sker en gång i veckan.

#### **2.4.4 Antal varianter och färger**

Ett stort urval i typ av plagg och alternativa färger är ofta populärt hos användarna men påverkar pris och leveranssäkerhet på ett negativt sätt, där istället större antal per typ har positiv effekt, varför man om möjligt ska försöka minimera urvalet. Detta kan göras genom att t.ex välja unisex-modell framför dam och herr, endast en eller två färgval etc.

#### **2.4.5 Val av textilväv**

Valet av textilväv i era textilier kan ha stor effekt på miljön där nya moderna och i många fall återvunna material är att föredra om hållbarhet är en viktig faktor i er upphandling.

#### **2.4.6 Anbudsutvärdering**

För att premiera kvalitet och hållbarhet är det viktigt att ha en väl genomarbetad utvärderingsmodell. De flesta leverantörer kan uppfylla standardkraven för att kvalificera sig till utvärderingen. Om inga kvalitetskriterier uppställs i utvärderingen blir det i praktiken endast priset som avgör.

Vill ni köpa in en tjänst av kvalitet ska ni se till att ni kan särskilja leverantörernas kvalitet i upphandlingsprocessen. Detta kan exempelvis göras genom intervjuer, arbetsprover och referenser.

### **2.5 ÖVERPRÖVNINGAR**

Överprövningar kan förlänga inköpsprocesser i flera månader och i värsta fall år. Om dessa kan undvikas gagnar det alla parter.

Nyckeln till att undvika överprövningar består nästan alltid i ett väl genomarbetat och ändamålsenligt förfrågningsunderlag. Underlaget bör bygga på en ordentlig marknadsundersökning, så att beställaren vet hur marknaden ser ut och vilka krav och avtalsvillkor som är gängse och rimliga.

Vidare är tydlighet A och O. Obligatoriska krav som öppnar för ett stort tolkningsutrymme är en av de vanligaste orsakerna till överprövning, varvid konsekvensen vid ett bifall i domstolen nästan alltid blir att hela upphandlingen måste göras om. För att främja tydlighet och enkelhet bör de obligatoriska kraven

sammanställas i en logisk följd på ett och samma ställe i förfrågningsunderlaget. Undvik exempelvis att plötsligt ange ett nytt krav i anbudsformuläret, som inte har angivits i förfrågningsunderlaget. Tänk igenom vilka krav som är nödvändiga och kopiera inte okritiskt krav från tidigare upphandlingar utan granskning och eftertanke.

Därutöver bör den valda utvärderingsmodellen i största möjliga mån försvåra för så kallade taktiska anbud, vilket innebär att anbudsgivaren sänker priset på poster som är betydelsefulla vid utvärderingen, men i realiteten efterfrågas i liten omfattning. Utvärderingsmodellens viktning av priser bör således ligga så nära verkligheten som möjligt.

Uppkommer det frågor under upphandlingsprocessen är det givetvis viktigt att besvara dem noggrant och tydligt under fråge- och svarsperioden på det öppna forum som alla Leverantörer har tillgång till.

### 3 SVERIGES TVÄTTERIFÖRBUND

---

Sveriges Tvätteriförbund är den svenska tvätterinäringens branschorganisation och representerar medlemmar inom både kemtvätt och industriell tvätt. Tvätteriförbundet driver ett kontinuerligt arbete mot en kvalitativ och konkurrenskraftig tvätterinäring. Alla våra medlemmar är auktoriserade med vårt T-Märke. Det innebär att de uppfyller de kriterier som krävs för att garantera en kvalitativ verksamhet med god service och starkt socialt ansvarstagande.

### 4 KONTAKTINFORMATION

---

Denna PM är framtagen av Öster Research och Nordbro i samarbete med Sveriges Tvätteriförbund. Vid frågor och kommentarer avseende själva textinnehållet är ni välkomna att höra av er till:

Stefan Öster  
Öster Research | [www.osterresearch.com](http://www.osterresearch.com)  
Tel: 0708-68 95 66  
E-post: [stefan@osterresearch.com](mailto:stefan@osterresearch.com)

Vid behov av juridiskt biträde är ni välkomna att höra av er till:

Chefsjurist Ilan Sadé  
Nordbro AB, [www.nordbro.com](http://www.nordbro.com)  
Tel: 040-23 80 70  
E-post: [ilan@nordbro.com](mailto:ilan@nordbro.com)

