

Bröderna Richard och Christoffer Bergfors, vd respektive vice vd på Max Hamburgerrestauranger, har en alldeles speciell affärsidé.

Förutom att sälja hamburgare har de som mål att ha mer än 200 personer med funktionsnedsättning anställda i företaget. Nyligen fick de Samhalls utmärkelse Visa vägen-priset för sitt initiativ att öppna arbetsmarknaden för människor med funktionsnedsättning.

Bröderna som gör tvärtom

Öppnar arbetsmarknaden för människor med funktionsnedsättning

Max Hamburgerrestauranger och Samhall har idag ett omfattande samarbete och Max har ett 40-tal anställda som kommer från Samhall. De har även 400-500 personer från Samhall, som arbetar hos dem på entreprenad.

Tillsammans med Samhall tar Max fram utbildningar för alla arbetsledare, Leva i mångfald.

– Målet är att vi ska ha 200 anställda som kommer från Samhall. Så vi har en bit kvar. Vi har även 30-40 personer med olika typer av funktionsnedsättning anställda som kommer från arbetsförmedlingen, säger Richard Bergfors.

Ser vad individen kan

– Vi gör lite tvärtom. Vi har en person och ser vad den klarar av för arbetsuppgifter, så anpassar vi. Om vi har 20 personer som jobbar en dag så kan vi inte anpassa till alla. Men att ha fyra, det är inget problem. Det tar tid och engagemang. Alla går mångfaldsutbildningen, men sedan börjar ju det riktiga arbetet, säger Christoffer Bergfors.

– Då ska vi jobba med personerna och se vad de klarar av, vi behöver lägga mer tid och vara mer lyhörda mot de personerna. De får successivt testa, så de får självförtroende. När de känner sig mogna för ytterligare en arbetsuppgift så växer de som personer.

– I det långa loppet så tror jag vi får en bättre organisation med engagerade medarbetare. Det är trots allt det som är det viktiga. Det spelar ingen roll hur bra recept vi gör, eller hur bra reklamkampanjer vi har om inte personerna



Christoffer och Richard Bergfors leder företaget efter en tydlig värdegrund. Idag har hamburgerkedjan Max 30-40 anställda som har en funktionsnedsättning. Målet är att ha 200.

som jobbar i restaurangerna levererar det gästerna förväntar sig. Då gäller det att ha glada och positiva anställda som brinner för det de gör. Och det här är ett sätt att få det, säger Richard Bergfors.

Drivkraft och motivation

Richard och Christoffer berättar att deras pappa var med om en dykolycka 1986, och att han är rullstolsburen sedan dess.

Är den händelsen er drivkraft?

– Grunden i våra värderingar kommer såklart från våra föräldrar. Det var de som grundade företaget. Och pappa om någon vet hur det är att vara funktionsnedsatt, hur svårt det kan vara. Sedan är det något som utvecklas hela tiden. Vi är ju nästan 3 000 anställda, så det kommer mycket från alla vi som

jobbar här. Det växer fram eftersom. Allting kommer inte från oss som ledare eller Curt som ägare. Det blir något som kommer inifrån till slut. Vi är ett värderingsstyrt företag, säger Richard Bergfors.

Varför arbetar inte fler som ni?

– För att de inte orkar, tror jag. Det är bekymmer. Men det gäller allting, man måste ta tag i en sak och så göra det. Det är enklare att strunta i det, blunda för det och gå på som man alltid gjort. Att förändra kräver ett engagemang och någon slags blåslampa. Och ibland handlar det om kunskap, man tror att det är mer bekymmer än vad det är.

– Nu tycker vi inte att det har varit något stort arbete för oss, men vi fick det naturligt för vår pappa är funktionsnedsatt. Då har man lättare att re-



Att förändra kräver ett engagemang och någon slags blåslampa. Många tror kanske att det är mer bekymmer än vad det är, säger Richard Bergfors, vd.



Vi gör lite tvärtom. Vi har en person, ser vad den klarar av för arbetsuppgifter, och så anpassar vi, förklarar Christoffer Bergfors, vice vd.

latera till den grejen, mot om man inte har någon sådan naturlig knutpunkt. Det blir naturligare. Man tänker inte att det är jobbigt.

Långsiktigt arbete

– Jag, Christoffer och pappa var på en veckas tripp till Los Angeles, snabbmatens Mecka. Vi satt och spånade för framtiden, vad vi tycker är viktigt och hur vi ville att framtiden skulle se ut. Vi pratade om hälsa både för personal och gäster, miljö, och samhällsansvar överhuvudtaget. På den resan satte vi grunden för hur Max ser ut idag, säger Richard Bergfors.

Richard och Christoffer Bergfors har varit vd respektive vice vd för Max Hamburgerrestauranger sedan 2002. Det var runt år 2000 som bröderna och pappa Curt Bergfors var i Los Angeles och sådde fröet till den värdegrund som Max har arbetat fram och följer idag.

De arbetar för att vara det "goda" företaget som de kallar det, de vill ta ansvar och de vill att Max bidrar till ett bättre samhälle.

Andra värderingar

Det här var egentligen ingen ny idé för företagarna. Redan för fyrtio år sedan, när pappa Curt, 19 år gammal, startade företaget (som då var en korvkiosk i Gällivare) prioriterade han andra värderingar än rent företagsekonomiska.

Idag finns det 70 Max-restauranger i Sverige där all personal, från restaurangbiträde till ledningsgrupp, har fått en introduktionsutbildning i företagets gemensamma värdegrund, som bland annat handlar om att arbeta i och leda

ett företag i mångfald och med miljö-engagemang.

– I grund och botten är det vi som ägarfamilj som tycker att det är viktigt att bry sig om det samhälle vi verkar i. Och sedan bryr vi oss om personer med olika typer av funktionsnedsättning. Vi tycker det är viktigt och vi försöker hjälpa till på det sätt vi kan. Sedan tror jag, i förlängningen, att det är bra för företaget i stort, säger Richard Bergfors.

– Då får vi in personer med olika kompetens och olika bakgrund och ofta med ett väldigt stort engagemang. Det skapar glädje i organisationen. Vi vill ha en blandning av folk och vi vill spegla samhället vi lever i genom mångfald; etnisk bakgrund, kön, ålder och personer med funktionsnedsättning. Då blir det en dynamisk organisation. De enskilda personerna lär sig, men även vi som organisation blir laddad med mycket kunskap.

Vill vara förebild

–Genom att visa att vi är Sveriges mest framgångsrika snabbmatskedja, och vi gör det här, hoppas vi kunna vara en förebild. Och det kanske är därför vi är så framgångsrika. Vi vill vara ett företag som ger inspiration till andra företag att tänka litet nytt, tänka "outside the box" och inte tänka så kortsiktigt hela tiden.

–Det kan vara svårt att räkna på, när vi få igen pengarna och tiden. Det kommer inte tillbaka år ett eller år två, men kanske år fem eller tio, om man gör rätt saker. Man måste se fördelarna och man måste tänka långsiktigt.

Text: Therese Holm
Foto: Hans Pettersson

Namn: Richard Bergfors, vd, Max Hamburgerrestauranger
Ålder: 33 år
Bor: Stockholm, har bott i Luleå. Studerat i Umeå.



Fritidsintressen: Skidåkning, äta hamburgare. Vi var i USA och reste runt tidigare. Då var vi på 100 hamburgerställen på 10 dagar.
Favoritmat: Hamburgare.

Namn: Christoffer Bergfors, vice vd, Max Hamburgerrestauranger
Ålder: 32 år
Bor: Stockholm, har bott i Luleå. Studerat i Sigtuna.



Fritidsintressen: Äta hamburgare... nu ska jag till New York och testa hamburgare. Mat är kul! Umgås med vänner, tränar innebandy.
Favoritmat: Jag ska fundera. Nä, det är faktiskt hamburgare. Det låter påhittat, men jag äter i snitt någon per dag. Det kanske är skrämmande.