Mats Wesslén, februari 2025

Budget 2025 med kommentarer och prioriteringar

Inför 2025, det sista året i befintlig strategiplan har ett viktigt antagande gjorts: Vi förutsätter en vändning i marknaden och ett mer positivt affärsklimat under framför allt det andra halvåret. Signaler från befintliga partners samt från pågående marknadsbearbetning det senaste kvartalet pekar i denna riktning.

> *”Ingången från strategi2025 i arbetet med budget och plan är fortsatt organisk tillväxt med mål bland annat i fler städade kommuner, fler föreningsuppdrag, mer pengar till idrotten och ett starkare varumärke”.*

Ett andra antagande är fortsatt stort intresse från föreningar att delta. Vi snittar på ca 50 intresseanmälningar/vecka, vår position som det mest attraktiva sättet att tjäna pengar till laget är viktig. Överefterfrågan från föreningar är en drivkraft i att arbetet med att utveckla partnersamarbeten.

Våra två intäktsströmmar är:

Projekt = skräddarsytt samarbete där kund tar samtliga kostnader, inklusive städning.

Paket = kund stöttar arbetet på en generell nivå, städning ingår inte.

Majoriteten av våra samarbeten är ettåriga och i förlängningsdiskussioner med projektpartners har det funnits anledning att tro på en positiv utveckling. I budgeten för 2025 har flera förlängningar gjorts på en högre nivå. Vår projektaffär har nu sju större samarbeten där Sparbanken Skåne och Sparbanken Sörmland är nya. Projekt

Tillsammans med ICA, BAUHAUS, Fortum, LF Stockholm och Returpack budgeteras projekten generera över 23.5 mkr (20 mkr 2024). Vår projektaffär svarar för 80 procent av våra intäkter.

Paketförsäljning, vår andra intäktsström lägger inledningsvis fokus på kommuner. Här har vi drygt 100 kommuner som städats, men inte bidragit alls i finansieringen. Andra halvåret blir en successiv övergång till företag och nya kunder.

Utöver detta pågår kontinuerligt arbete med förlängning av den portfölj vi har, ca 260 kunder.

Paketförsäljningen har lidit mer av en svagare konjunktur de senaste åren, men med analyser och investeringar i marknadsföring väntas försäljningen vända svagt uppåt med ca 5 procent under 2025 till 5.6 mkr. Understöd här är ett omfattande arbete med segmentering och riktad marknadsföring på sociala medier. Telefonförsäljning 2025 behöver uppvärmda företag innan de kan komma att bli leads och målet är att vässa vår marknadsföring blir mer säljgenererade.

Vi utvecklar våra totala intäkter med 15 procent och för att göra det ökar på resurser inom personal/projektkoordinering för att hantera en större projektvolym. Prioriterat är här också arbetet med att automatisera delar av vår föreningsadministration.

Kommunikation och marknadsföring är outsourcat även under 2025 vilket ger oss spetsigare kompetens: Stärka varumärket, skapa säljgenererande marknadsföring och lyfta kommuniationen med våra större partners är de tre huvudspåren för 2025.

Budgetsammandrag 2025 Städa Sverige ek för och Riksförbundet Städa Sverige

Intäkter	*Utfall 2024*	*Budget 2025*
Projektförsäljning	20,2	23,5
Paketförsäljning	5,3	5,6
Summa intäkter	25,5	29,1
Kostnader		
Föreningsersättning	-8,3	-9,1
Inköp: Mtrl & kommunikation	-3,2	-3,9
Övrigt	-0,1	-0,1
Rörelse	-3,9	-3,8
Personal	-10,6	-12,1
Resultat *)	-0,4	0,1

*) hänsyn ej tagen till momseffekter mellan föreningarna