



BÆREDYGTIGHEDSRAPPORT 2020

VI BEHØVER HINANDEN!



Pandemien kom, og 2020 blev et år, vi aldrig havde kunnet forestille os. Verden blev som et puslespil, hvor der ikke længere var nogen brikker, der passede, og vi var nødt til at stoppe op og lave nye brikker til puslespillet. Det er en oplevelse, der fremkalder ydmyghed.

*Bæredygtigheds-
strategien bliver mere
og mere integreret
i virksomheden*

Men med 2020 i bakspejlet konstaterer jeg, at vi i Ballingslöv International trods alt har formået at holde dampen oppe i vores bæredygtighedsarbejde. Det beror primært på vores medarbejderes dedikerede arbejde – stor tak for det! – men også på, at vores bæredygtighedsstrategi bliver mere og mere integreret i virksomheden.

I 2020 og 2021 vil vi rette aktiviteter og investeringer mod at mindske vores klimaudslip mest muligt med ambitionen om at gøre vores produktionsanlæg klimaneutrale i henhold til GHG-protokollens Scope 1 og 2 allerede i 2021.

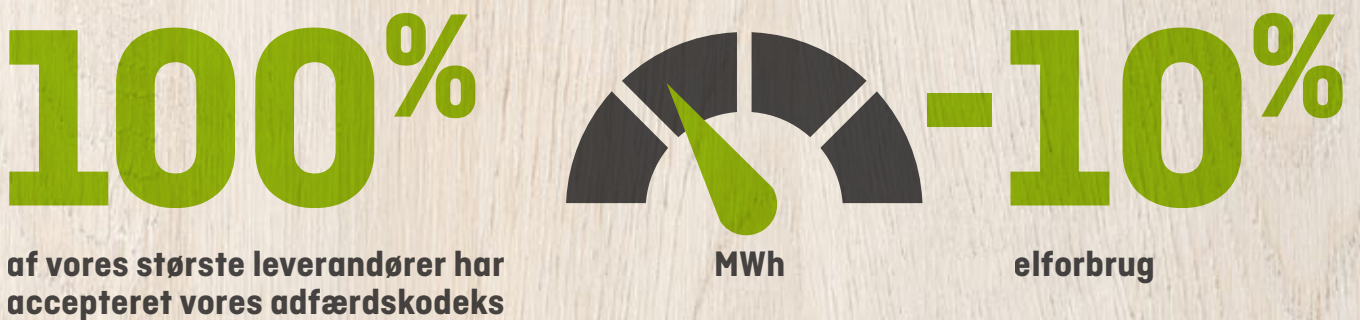
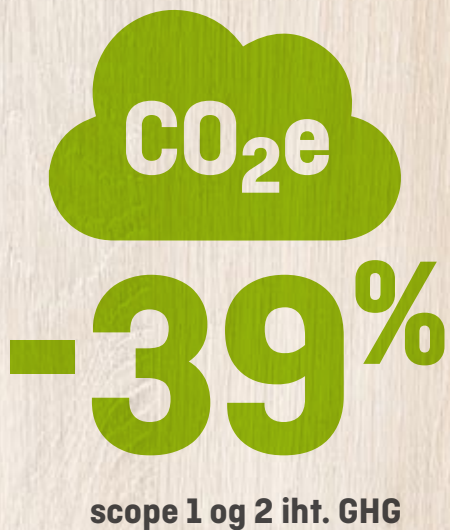
Det vil også indebære investeringer i projekter, der fjerner kuldioxid fra atmosfæren. Vi involverer vores leverandører for at mindske produkternes klimaaftryk, vi foretager omstilling til fossilfrit og satser på cirkulært design.

At bæredygtighedsstrategien er et godt kompas bekræftes også – glædeligt nok – af vores årlige medarbejderundersøgelse, der viser, hvor meget omsorg og engagement der er i vores koncern.

Vi vil meget! Selv tror jeg, at den bedste måde at opnå positiv, varig forandring på er at arbejde faktabaseret, strategisk og målrettet, prioritere tålmodigt, opbygge viden og samarbejde med andre – præcis ligesom hidtil. På den måde etablerer vi bæredygtighed i hele værdikæden og tilbyder vores kunder bæredygtige valg og et bæredygtigt køkkenliv!

Marie Webrant
Group Finance & Sustainability Director

ÅRET KORT FORTALT



*Følg med på vores
bæredygtighedsrejse!*

Bæredygtighed hviler på ansvar for klima og miljø, for god forretningsetik og for menneskers sundhed og sikkerhed. Derfor er bæredygtighedsperspektivet med i alle vores valg og investeringer – naturligvis i produktudvikling, men også i fremstillingsprocesser, transport, kompetenceudvikling og leverandørrelationer.

Og gennem dette ansvar for bæredygtighed opstår der fantastiske muligheder – for miljøet, for mennesker og for fremtidens køkkenliv.

1. LEDESTJERNEN!

Vi skaber spændende hjemmemiljøer til alle – det er sådan, vi udtrykker vores forretningsidé. Med produkter fra os kan du se frem til et bæredygtigt valg og flot design i mange år.

Læs mere om bæredygtighed hjemme i køkkenet på bl.a. side **8-12** og **22-25**.



BÆREDYGTIG HELHED

4. INSPIRERE OG FORENKLE

Du kan gøre meget for miljøet i dit daglige køkkenliv, men også når du vælger detaljer i dit køkken. Dine valg påvirker udseende, funktion og pris, men også klima og miljø. Vi kender vores produkters CO₂e-aftryk og guider dig gerne til bæredygtige valg.

Læs mere på side **8-12**.

5. MENNESKET FØRST

Det er summen af engagementet hos medarbejderne i virksomheden, der er grundlaget for alt, hvad vi gør. Deltagende, dygtige og trygge mennesker har overskud og tager sig af hinanden – også når tilværelsen er udfordrende.

Læs mere på side **30-33**.



2. FN'S GLOBALE MÅL

De Forenede Nationer har sat en række mål for bæredygtig udvikling i verden. Vi fokuserer på de FN-mål, hvor vi kan bidrage mest.

Læs mere på side **16**.



3. VORES GRØNNE STRATEGITRÆ

I vores bæredygtighedsstrategi lægger vi grundlaget og udarbejder retningslinjerne for, hvordan vi skaber værdi for miljø, mennesker og samfund.

Fordyb dig i strategien på side **18-41**.



6. STÆRK ETIK VISER VEJEN

Ægte bæredygtighedsengagement forudsætter tydelig, etisk stillingtagen. Vi arbejder målrettet på at fremme respektfuld forretningsetik og værne om medarbejdernes rettigheder.

Læs f.eks. side **36-38**.



OM BALLINGSLÖV INTERNATIONAL

Ballingslöv International er en koncern med seks forretningsenheder i køkken-, badeværelses- og opbevaringsbranchen, alle med veletablerede varemærker kendt for høj kvalitet og godt design; Ballingslöv, Kvik, Multiform, JKE Design, DFI-Geisler og PaulaRosa Manhattan. Med sine 1.300 medarbejdere og godt 4 milliarder SEK i omsætning er koncernen en af de største køkkenproducenter i Europa. Ballingslöv Internationals virksomhed er funderet i langsigtet bæredygtige løsninger, skabt med etisk ansvarstagen og med ambitionen om at optimere miljøpåvirkningen.

Produktionen foregår på vores forretningsenheders fabrikker i Sverige, Danmark og England med salg i mere end ti lande, hovedsageligt i Europa. Også de indkøbte råvarer og komponenter kommer hovedsageligt fra Europa, mens kun en mindre del kommer fra den øvrige verden.

De seks forretningsenheder udvikler, producerer og sælger deres produkter i eget regi ud fra deres respektive unikke tilbud. Det giver en bredde, der betyder, at koncernen kan tilbyde produkter i mange prissegmenter til såvel forbrugere som byggefirmaer og ejendomsudviklere. Ballingslöv International ejes 100% af Stena Adactum AB.

OM RAPPORTEN

Dette er Ballingslöv Internationals anden bæredygtighedsrapport i rækken. Den er udarbejdet i overensstemmelse med bestemmelserne i ÅRL 6. kapitel. Rapporten gælder for 2020 og omfatter alle selskaber i koncernen: Ballingslöv AB, Kvik A/S, JKE Design A/S, DFI-Geisler A/S, Multiform A/S, Dennis & Robinson Ltd samt Ballingslöv International AB.

Læs mere om Ballingslöv Internationals aktiviteter, historie og produkter på webstedet www.ballingslovinternational.se.

Ballingslöv International AB

Ballingslöv
International

Ballingslöv AB

Ballingslöv®
DRÖMME
KJÖKKENET

Kvik A/S

kvik

Dennis &
Robinson Ltd

paularosa | manhattan

JKE Design A/S

JKE

Multiform A/S

MULTIFORM

DFI-Geisler A/S

DFI-GEISLER

♡ VORES CIRKULÆRE
GRØNNE KØKKEN

♡ MIT BÆREDYGTIGE
KØKKENLIV

♡ VORES BÆREDYGTIGE
VIRKSOMHED



BÆREDYGTIG HELHED

Hos os slår bæredygtighedshjertet i alt, hvad vi laver – design og produktudvikling, investeringer i produktion og transport, leverandørrelationer og materialevalg, kompetenceudvikling og ledelse, hele vejen hjem til vores kunders køkkener, hvor vi ønsker at gøre det bæredygtige køkkenliv nemmere.

Med vores tre koncepter: Vores cirkulære grønne køkken, mit bæredygtige køkkenliv og vores bæredygtige forretning sikrer vi, at bæredygtighed er med fra produktion til forbruger.



VORES CIRKULÆRE GRØNNE KØKKEN

Ambitionen om fuldt ud at integrere bæredygtighed i alle vores produkter samler vi under konceptet "Vores cirkulære grønne køkken". Med cirkulært grønt køkken mener vi, at køkkenets dele skal være fremstillet af så meget genanvendeligt og genanvendt materiale som muligt. Derudover skal de selvfølgelig være af så høj kvalitet, at de kan bruges både længe og godt, være nemme at reparere og vedligeholde og kunne genbruges i et andet hjem. Når køkkendelene er udtjent, skal de kunne materialegenindvindes helt og holdent.

På disse sider kan du se flere eksempler på bæredygtige, cirkulære produkter. Læs også om cirkulært design på side 22-25!

RESSOURCEEFFEKTIVITETSHIERARKI

Vi benytter ressourceeffektivitetshierarkiet til at visualisere cirkulært design. Vi har fokus på at bevæge os opad i hierarkiet ved at forlænge levetiden for vores produkter, mindske ressourcebruget og muliggøre genbrug og genindvinding. Metoden er primært blevet implementeret i designfasen.



FOREBYGGE – Bruge mindre materiale i design og fremstilling. Forlænge produktets levetid

GENANVENDE – Reparere og genanvende – det samme produkt, men i et andet hjem eller i en anden sammenhæng

GENINDVINDE – Genindvinde materialer for at fremstille nye produkter

ENERGIUDVINDE – Forbrænding, der giver energi

DEPONI – Deponi eller forbrænding uden energiudvinding

VI KENDER VORES
PRODUKTERS
CO₂E-PÅVIRKNING

LAV KLIMAPÅVIRKNING

Køkkenet* har et lavere CO₂e-aftryk end en flyrejse tur/retur Stockholm-Rom

BORDPLADE

i laminat, certificerede og genanvendte råmaterialer

LÅGER

i lokalt produceret certificeret træ

*vores standardkøkken eksklusiv hvidevarer og el i brugsperioden i hjemmet, 20 år

LANGT PRODUKTLIV

Høj kvalitet, der holder
i mere end 20 år

HVIDEVARER

med højeste
energiklasse

GENINDVINDING

Træ kan genindvindes
fuldt ud

KØKKENPLATFORM

i certificerede,
genanvendte
råmaterialer

KØKKENETS KLIMAAFTRYK GENNEM 20 ÅR

Hvidevarer	50 %
Brugt strøm (svensk elmix)	19 %
Skabe	13 %
Skuffer	10 %
Bordplade (laminat)	3 %
Bortskaffelse	3 %
Låger	1 %
Frisider	1 %

Ballingslöv – Køkkenserien Wood i lokalt produceret
og certificeret træ, transporteret med biobrændstof



Paula Rosa Manhattan – Alle producerede
træprodukter kommer fra ansvarligt
FSC®-certificeret skovbrug



JKE – Satser på bæredygtigt linoleum



Kvik – Genanvendt og genanvendeligt
materiale i køkkenserierne Ombra og Bordo



DFI-Geisler – Alle bordplader af træ
kommer fra certificeret skovbrug



Multiform – Forlænger deres køkkens
levetid ved at formidle brugte køkkener
til nye hjem



MIT BÆREDYGTIGE KØKKENLIV

I hverdagen er der mange ting, du kan gøre for at leve mere bæredygtigt i køkkenet – ud over at træffe bæredygtige valg, når du køber et køkken!

100%



VÆLG GRØN STRØM

Grøn strøm har marginal CO₂e-påvirkning.

VEDLIGEHOLDELSE OG REPARATION GIVER KØKKENET LÆNGERE LEVETID



Når du reparerer i stedet for at købe nyt, er du venlig over for både vores miljø og din pengepung.

VÆLG HVIDEVARER MED LAVT ENERGIFORBRUG

Høj energiklassificering mindsker miljøbelastningen gennem lavt elforbrug.



Mit køkken lever op
til drømmen om et
bæredygtigt køkken og et
bæredygtigt køkkenliv
- hver dag!



MINIMER, SORTER OG GENBRUG



Smarte løsninger
gør bæredygtige
rutiner nemmere i
hverdagen.



REDUCER SPILDET – LAV MADKASSER

I et godt køkken er det sjovt at lave mad og let at
opbevare den! Lav madkasser eller 'restfest',
så sparer du både penge og skåner miljøet.





VORES BÆREDYGTIGE VIRKSOMHED

Med stort engagement fokuserer vi på gradvist at blive mere bæredygtige i vores forretningsenheder.



FULD KONTROL OVER AFTRYKKET

Vi har kortlagt vores virksomheders klimabelastning og ved nøjagtigt, hvad vi skal gøre for løbende at mindske vores CO₂e-aftryk. Vi sigter mod klimaneutrale produktionsanlæg allerede i 2021!



FREMAD SAMMEN

Vi udfordrer, reflekterer over og ser styrken i forskellige personligheder og stræber efter, at alle medarbejdere kan nå deres fulde potentiale som en del af et vinderteam.

VI VIL HERHEN!

Bedst i klassen – det er vores ambition i hver klasse.



100 %
vedvarende energi



100 %
genanvendelighed



100 %
Adfærdskodeks*



100 %
Engagement indeks



NUL
CO₂e **



NUL
ulykker

* Andel af leverandører, der har accepteret vores adfærdskodeks

** Påvirkning fra vores egne produktionsanlæg

I vores
virksomhed skal
alle medarbejdere
kunne føle stolthed
og arbejdsglæde!







VORES BÆREDYGTIGHEDS- STRATEGI

FN'S GLOBALE MÅL

De Forenede Nationer, FN, har opstillet 17 globale mål, som igen har 169 delmål for bæredygtig udvikling. For os er det naturligt, at vores bæredygtighedsarbejde knytter an til og bidrager til at opfylde dem. Vi har valgt fire FN-mål og fem delmål, som er særligt relevante for os.



8 ANSTÆNDIGE JOBS OG ØKONOMISK VÆKST



MÅL 8. ANSTÆNDIGE ARBEJDSVILKÅR OG ØKONOMISK VÆKST

Målet er at fremme en varig, inklusiv og bæredygtig økonomisk vækst, fuld og produktiv beskæftigelse samt anstændige arbejdsvilkår for alle. Målet er relevant for os både som arbejdsgiver og i vores leverandørforhold. Vi fokuserer på delmål 8.8, "Beskytte arbejdstageres rettigheder og fremme et trykt og sikkert arbejdsmiljø for alle".

12 ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION



MÅL 12. ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION

En stor del af vores økologiske aftryk kommer fra brugen af råvarer til de produkter, vi fremstiller. Det mindsker vi ved at arbejde for cirkulære processer. Vi bidrager også ved at tilskynde vores forbrugere til at træffe bæredygtige valg vedrørende produkter og til en bæredygtig livsstil, for eksempel ved at vedligeholde og pleje for at forlænge deres køkkens levetid. Her fokuserer vi på delmål 12.5, "Reducere mængden af affald væsentligt".

13 KLIMA-INDSATS



MÅL 13. BEKÆMPE KLIMAFORANDRINGERNE

Bekæmpelse af klimaforandringerne er en absolut nødvendighed for vores planet, og vi prioriterer det højt i vores bæredygtighedsarbejde. Det er også et vigtigt spørgsmål for vores kunder, og vi ønsker naturligvis at indfri og overgå deres forventninger. Klimaarbejdet er også vigtigt for os, fordi vores aktiviteter beror på velfungerende, levedygtige økosystemer. Det delmål, vi fokuserer på, er 13.2, "Tiltag mod klimaforandringer skal integreres i nationale politikker, strategier og planlægning".

16 FRED, RETTFÆRDIGHED OG STÆRKE INSTITUTIONER

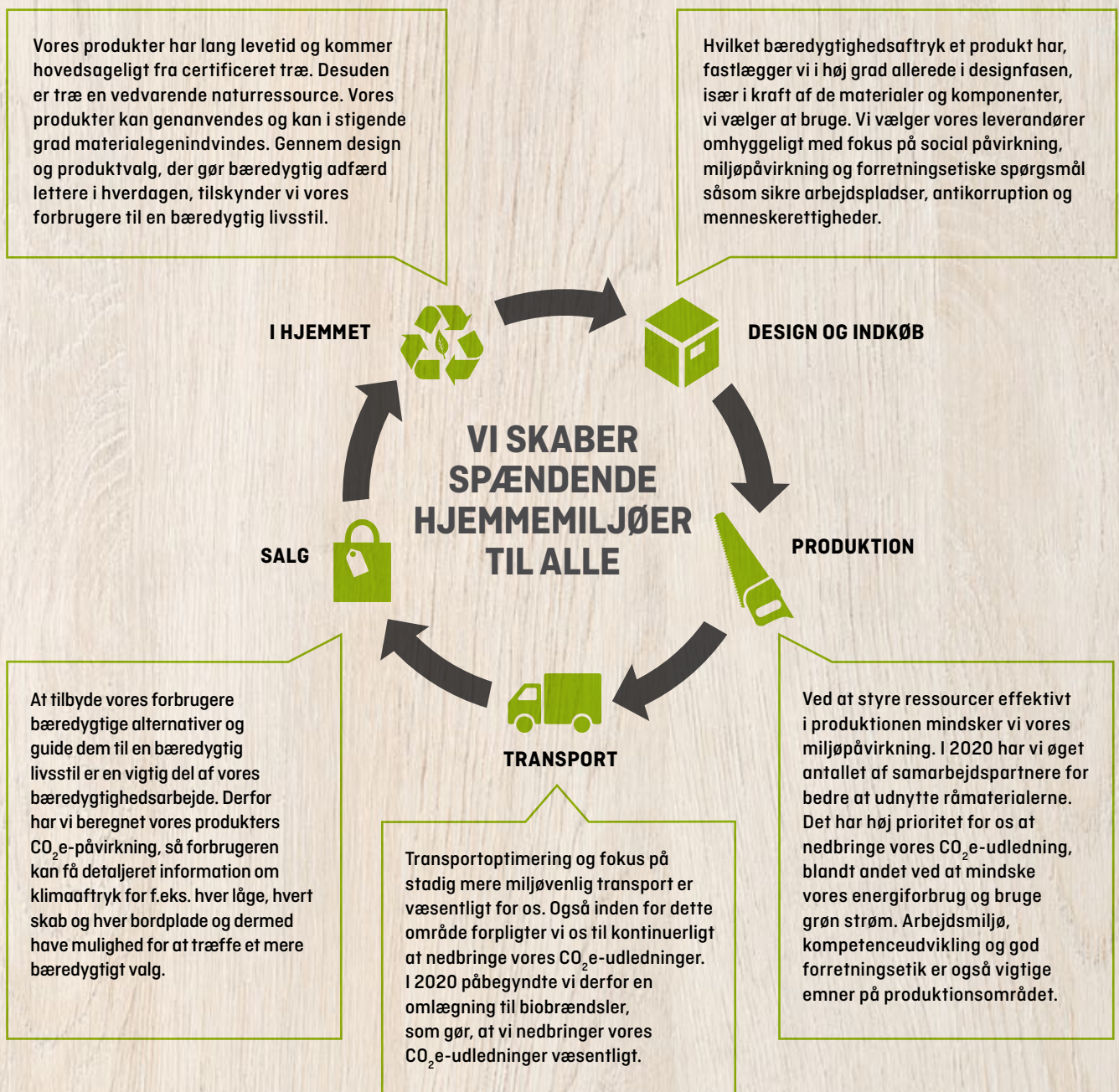


MÅL 16. FRED, RETFÆRDIGHED OG STÆRKE INSTITUTIONER

Dette mål sigter mod at skabe inkluderende samfund uden forskelsbehandling og uretfærdighed samt at modvirke korruption og uetisk virksomhed. Vi vil bidrage positivt til de samfund, hvor vi har aktiviteter, både i vores egen virksomhed og sammen med vores leverandører og kunder. De delmål, vi fokuserer på, er 16.5, "Alle former for korruption og bestikkelse skal nedbringes betydeligt" og 16.B, "Ikke-diskriminerende love og politikker til støtte for en bæredygtig udvikling skal fremmes og håndhæves".

VORES VÆRDIKÆDE

Værdikæden illustrerer de hovedområder, vores forretning omfatter, hvor vi påvirker samfundet og miljøet på forskellige måder. Vi ønsker at lave så gode aftryk som muligt – og selvfølgelig mindske de negative. Vi analyserer løbende de forskellige dele af værdikæden for at kunne fokusere vores bæredygtighedsarbejde, hvor det gør allermest nytte.



LEVENDE BÆREDYGTIG- HEDSSTRATEGI

Efter omhyggelige analyser af vores forretning, vores omverden og vores værdikæde ved vi, hvilken påvirkning vi har, og hvilke risici vi skal håndtere. Derigennem ved vi, hvilke aktiviteter vi skal forfølge for at opnå løbende forbedringer på bæredygtighedsområdet. Det har vi sammenfattet i vores bæredygtighedsstrategi, som vi illustrerer med et træ.

Træets grene symboliserer strategiens tre hovedområder, som er nærmere beskrevet i syv strategiske bæredygtighedsinitiativer, som tilsammen udgør de vigtigste områder, hvor vi har de klareste forbedringsmuligheder, og hvor vores aktiviteter har størst effekt.



OPTIMERE VORES MILJØPÅVIRKNING

- Cirkulært design
- Reducere CO₂ e-udledning
- Bæredygtigt skovbrug



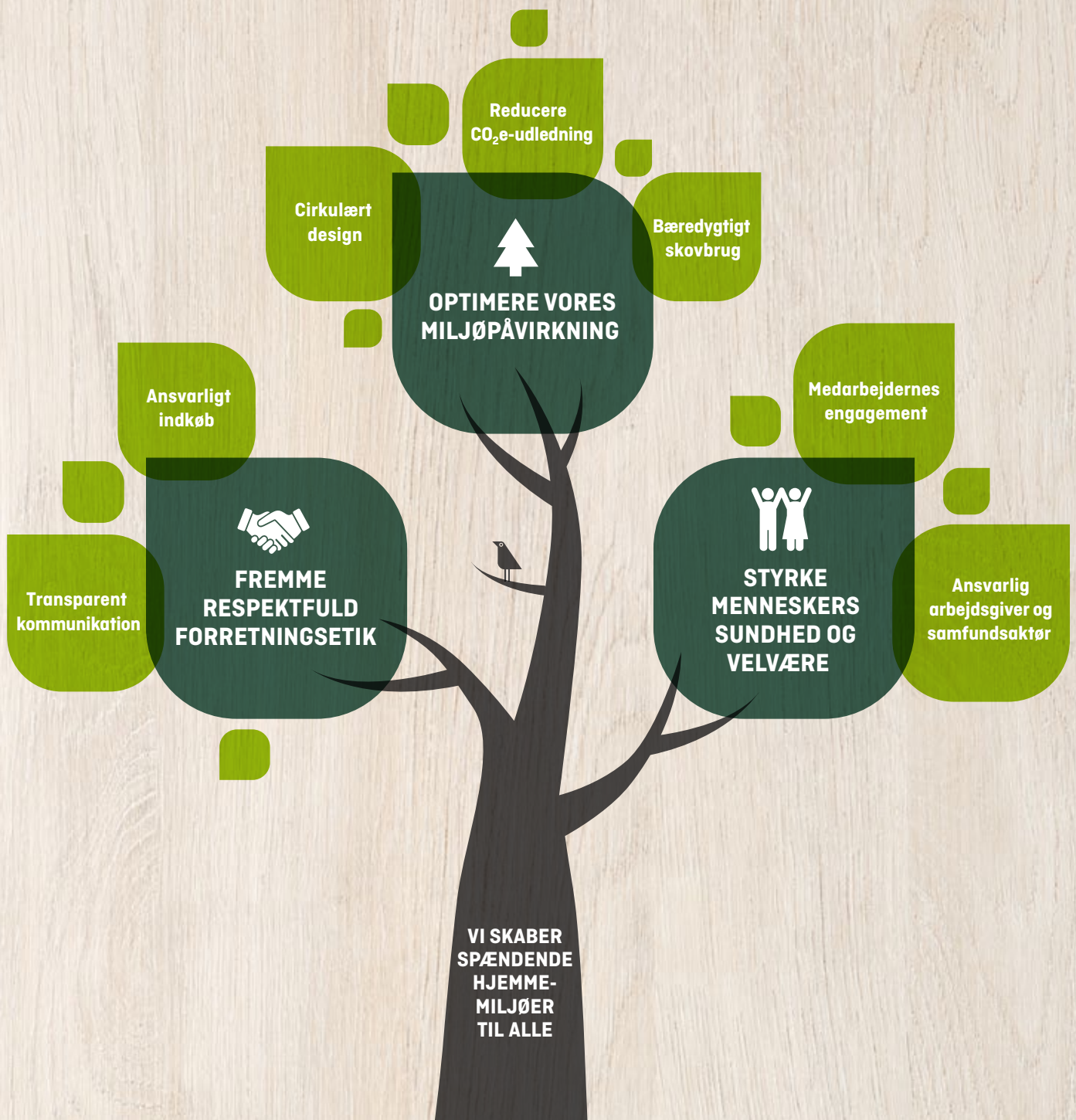
STYRKE MENSKEKERS SUNDHED OG VELVÆRE

- Medarbejdernes engagement
- Ansvarlig arbejdsgiver og samfundsaktør



FREMME RESPEKTFULD FORRETNINGSETIK

- Ansvarligt indkøb
- Transparent kommunikation



Vores bæredygtighedsstrategi
er en integreret del af vores
forretningsdrift



OPTIMERE VORES MILJØ- PÅVIRKNING

Vi stræber efter at minimere brugen af materialer, reducere kemikalierne og øge muligheden for cirkularitet gennem for eksempel genbrug og genindvinding. Det er en prioritet at nedbringe vores klimaaftryk i hele værdikæden.

For at optimere vores miljøpåvirkning har vi valgt tre strategiske initiativer: Cirkulært design, Reducere CO₂e-udledning og Bæredygtigt skovbrug.





CIRKULÆRT DESIGN

For os betyder cirkulært design, at vi allerede på tegnebrættet planlægger, at produktet både skal holde længe og genanvendes eller genindvindes i fremtiden. Det cirkulære design påvirker både materialevalg og konstruktion og sigter mod at øge ressourceeffektiviteten og mindske miljøbelastningen.



Ambition i 2030:

>95 % af vores produkter kan materialegenindvindes, dvs. eksklusive energigenindvinding

Mål i 2022:

>99 % af vores produkter kan genanvendes, inklusive energigenindvinding

Status i 2020:

>98 % af vores produkter kan genanvendes, inklusive energigenindvinding og 98 % genanvendelighed af hvidevarerne

Status i 2019:

>98 % af vores produkter kan genanvendes, inklusive energigenindvinding og 98 % genanvendelighed af hvidevarerne

CIRKULÆRT DESIGN – I HELE KØKKENETS LEVETID



Claus Johnsen, Head of Category Management and Design hos Kvik

2020 har Kvik prioriteret cirkulært design.

– For at gøre de rette tiltag og blive mere bæredygtige var vi nødt til at få dybere viden om de materialer, vi bruger, og også lære mere om vores leverandører og deres processer, siger Claus Johnsen, der er Head of Category Management and Design hos Kvik.

Vi har uddybet vores viden

Et tiltag, vi har gjort i år, er, at vi fjernede bestemte plastmaterialer i overfladelagene på skabslågerne, fordi det betød, at lågerne ikke kunne materialegenindvindes. Dermed kan skabslågerne nu helt materialegenindvindes, men egentlig materialegenbrug afhænger af hvert lands affaldshåndteringssystem.

– Et eksempel på cirkulært design, konstaterer Claus Johnsen og tilføjer, at denne viden baner vej for flere cirkulære produkter.

Bedre ressourceudnyttelse ved både at genbruge materialer og øge andelen af genanvendte materialer i produkterne er vigtig. Ved at cirkulære materialer flere gange mindskes miljøpåvirkningen.

STADIG UDFORDRINGER

Kviks køkkenserie Bordo er allerede i dag så godt som helt cirkulær, da den både består af en stor del genbrugsmateriale og er fuldstændig genanvendelig. Også serien Ombra nærmer sig hastigt målet.

– Anvendelsen af mere genbrugsmateriale er en udvikling, vi indledte i 2020, siger Claus Johnsen.

Kviks arbejde med cirkulært design fortsætter i 2021 både hvad angår egen produktudvikling og gennem øget samarbejde med leverandørerne.



Rå minimalisme møder cirkulært design i køkkenserien Ombra, som er hundrede procent genanvendelig og lavet af en høj andel genbrugsmaterialer.





At fremstille et køkken, der er af så høj kvalitet, at det kan tåle at blive taget ned i det hjem, hvor det først blev installeret, og leve videre et andet sted, er en vigtig del af den ressourceeffektivitet, som Ballingslöv International stræber efter med initiativet cirkulært design. Multiforms brugtformidling fra 2020 er et eksempel på bedre ressourceudnyttelse.

MULTIFORM SATSER PÅ SECOND HAND



Anita Barner Ibsen, Marketingchef hos Multiform

I løbet af året har vi startet vores second-hand formidling, siger Anita Barner Ibsen, der er Marketingchef hos Multiform.

Multiform lancerede sin second-hand formidling den 1. juli 2020, og i begyndelsen er tjenesten, der er gratis, kun en formidlingstjeneste og ikke andet.

– Så det er ikke sådan, at vi køber brugte køkkener og videresælger dem. I stedet kan folk, der vil sælge deres Multiform-køkken, annoncere på vores hjemmeside og komme i kontakt med købere.

HØJ KVALITET TIL GLÆDE FOR FLERE

Ud over at køkkenet får et nyt liv, og produkterne kan bruges en gang mere, betyder formidlingen, at folk kan købe et Multiform-køkken til en pris, der er betydeligt lavere end for et nyt.



– Vi når en målgruppe, der er ny for os, de er yngre og meget interesserede i at leve på en miljømæssigt bæredygtig måde. Derfor passer det dem godt at kunne købe et kvalitetskøkken til brugtpris, siger Anita Barner Ibsen og fortsætter:

– Formidlingstjenesten er en vigtig del af Multiforms bæredygtighedsarbejde, som også giver os en naturlig mulighed for at opbygge relationer med vores kunder. Den dag, second-hand køberen





Et rigtig godt køkken kan tåle at blive flyttet mellem forskellige hjem og blive brugt af flere generationer.

vil investere i et nyt køkken, er relationen til Multiform allerede etableret. Ved at formidle brugte køkkener sender vi et stærkt budskab om, at vores køkkener er af allerhøjeste kvalitet, både teknisk og æstetisk.

I det lange løb betaler second-hand sig for alle

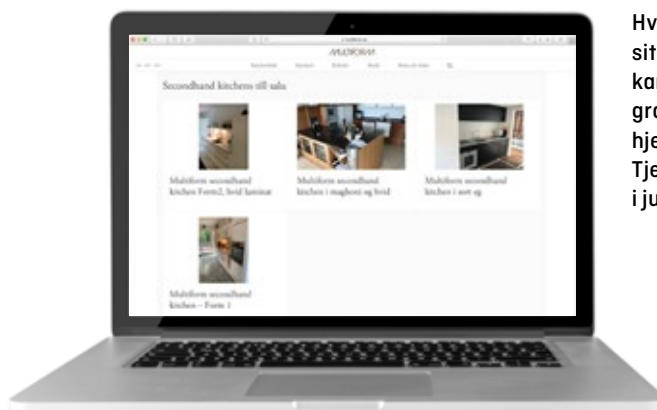
Selvom second-hand virksomheden kun formidler kontakt i øjeblikket, er der mange ideer til fremtidig udvikling.

– Det kommer til at vokse, siger Anita Barner Ibsen.

Har I modtaget reaktioner fra omverdenen?

– Ja, medier fra hele Danmark har henvendt sig med nysgerrige spørgsmål! Nogle spekulerer på, om vi ikke konkurrerer med os selv på denne måde, men det synes vi slet ikke. På længere sigt kan second-hand betale sig for alle, også for os.

– Multiforms køkken er "handcrafted to last for generations" – det er det, vi står for! Afslutter Anita Barner Ibsen.



Hvis man vil sælge sit Multiform-køkken, kan man annoncere gratis på Multiforms hjemmeside. Tjenesten blev lanceret i juli 2020.



REDUCERE CO₂E-UDLEDNING

Vi har alle et ansvar i arbejdet med at begrænse udledningerne og den globale temperaturstigning. For at forstå vores CO₂e-udledning påbegyndte vi i 2018 en omfattende måling af vores udledning af drivhusgasser i alle forretningsenheder. Vi vil bidrage til en grøn og bæredygtig omstilling af hele køkkenbranchen.

Ved at foretage komplette livscyklusanalyser (LCA'er) af vores produkter (produkternes fulde scope 1, 2 og 3) ved vi præcis, hvor og hvordan miljøpåvirkningen opstår, og dermed hvad vi skal gøre for at mindske den. Derudover har vi foretaget CO₂e-beregning i henhold til Greenhouse Gas Protocol for tredje år i træk for scope 1, 2 og en del af scope 3. Ambitionen er at beregne scope 3 fuldt ud i fremtiden.

Med det samlede faktagrundlag, vi har, kan vi se, at vi får reduceret vores CO₂e-udslip mest effektivt ved at prioritere konkrete tiltag såsom at gå over til fossilfri elektricitet og opvarmning samt fossilfri transport.

VEJEN TIL NETTO NUL

Langsigtede tiltag for at reducere CO₂e-udledninger er vigtige, men endnu vigtigere er det at handle her og nu. Derfor er det vores ambition at opnå klimaneutrale produktionsanlæg allerede i 2021! Vi har allerede nedbragt vores CO₂e-udledninger med 49 procent (scope 1 og 2) sammenlignet med 2018. For at nå netto nul gennemfører vi investeringer og aktiviteter, der yderligere kan nedbringe vores CO₂e-udledninger. Derefter vil vi investere i såkaldt carbon removal i form af biokul. Carbon removal betyder, at kuldioxid fjernes fra atmosfæren.

LEVERANDØRKÆDEN OG VEDVARENDE ENERGI FØRER TIL SUCCES

Vores leverandørers CO₂e-udledninger er en central del af scope 3. Det betyder, at der kræves tæt samarbejde, for at vi kan reducere vores produkters CO₂e-påvirkning. Derfor har vi indledt grundige dialoger med vores leverandører og har i 2020 foretaget analyser af deres bæredygtighedsarbejde og CO₂e-påvirkning. Arbejdet fortsætter i 2021 med ambitionen om at nedbringe leverandørernes CO₂e-udledning med 50 procent over tid.

Analyserne af produkternes livscyklus viser tydeligt, at det klart mest betydningsfulde tiltag, vores kunder og forbrugere kan gøre, er at vælge 100 procent grøn strøm og energi. Kvik, der gennem sit franchisekoncept har butikker i Norden og i Holland, Belgien, Frankrig, Spanien og Thailand, har hidtil opnået en butiksandel på mere end 85 procent, der bruger 100 procent grøn strøm.



Ambition i 2030:

CO₂e < 2.000 tons (-70 % vs 2018), scope 1 og 2, iht. GHG

Mål i 2022:

CO₂e < 4.000 tons (-40 % vs 2018), scope 1 og 2

Status i 2020:

CO₂e: 3.375 tons (-49 % vs 2018), scope 1 og 2

Status i 2019:

CO₂e: 5.545 tons (-16 % vs 2018), scope 1 og 2

VORES VEJ TIL CO₂E-REDUKTION

For at reducere vores CO₂e-udledninger markant prioriterer vi følgende fem områder.

- 1. Grøn strøm** – vi vælger at bruge 100 procent grøn strøm, hvilket giver minimal CO₂e-udledning. Vi stræber efter, at vores leverandører, kunder og forbrugere træffer det samme valg
- 2. Opvarmning fra vedvarende energikilder** – vi investerer i, at opvarmningen af vores produktionsanlæg skal ske på en så klimaneutral måde som muligt
- 3. Fossilfri transport** – vi følger transportudviklingen og vælger så vidt muligt fossilfri transport
- 4. Høj kvalitet** – vores produkter holder længe og kan bruges igen og igen, hvilket mindsker behovet for at fremstille nye produkter og dermed reducerer miljøbelastningen
- 5. Kløge materialevalg** – vores dybe LCA-viden danner grundlaget for produktudvikling og udvidet leverandørsamarbejde

STORE SATSNINGER FOR REDUCERET KLIMAPÅVIRKNING



Henric Fransson, Adm. Direktør Ballingslöv



Erik Pråmell, Transportchef hos Ballingslöv

For at kunne prioritere de rette aktiviteter for at reducere egne CO₂e-udledninger gennemførte Ballingslöv en CO₂e-beregning i henhold til Green House Gas Protocol, scope 1 og 2 i begyndelsen af 2020. Resultaterne pegede tydeligt på to områder at fokusere på: Opvarmning af ejendommene, 64.000 kvadratmeter i Ballingslöv, og transporterne med virksomhedens 22 lastbiler.

– Vi skal udskifte varmekedlen i 2021. Det menes, at ville kunne mindske CO₂e-udslippene fra opvarmningen med mindst 75 procent, siger Henric Fransson, Administrerende Direktør hos Ballingslöv.

– På sigt vil vi kunne mindske CO₂e-udslippene fra opvarmningen helt og holdent.

Det er vigtigt for os at arbejde med bæredygtighedsspørgsmål, ikke mindst klimaaftrykket. Ellers er vi ikke relevante på markedet på langt sigt, siger han.

Desuden er det vigtigt at mindske den negative miljøbelastning, som transport har.

– Vi ejer vores lastbiler og har dermed gode muligheder for at stille om og prioritere biobrændstoffer. For os som for samfundet som helhed er det vigtigt her og nu at fortsætte med at udbygge fossile brændstofstationer, siger Henric Fransson.

– Da vi i løbet af 2020 var nødt til at udskifte fem af vores lastbiler, benyttede vi lejligheden til at prioritere bæredygtighedsaspektet. Derfor blev det lastbiler, som vi kan køre på RME, et biobrændstof, der er fremstillet af raps, siger Erik Pråmell, Transportchef hos Ballingslöv, og fortsætter:

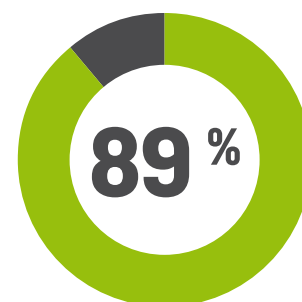
– Vi bestemte os også for at begynde at køre de øvrige lastbiler på HVO, en vedvarende biodiesel, der reducerer udslippene radikalt.

Satsningen har betydet, at andelen af biobrændstoffer i virksomhedens udgående transporter er steget fra

3 procent i 2019 til 31 procent i 2020.

– I sidste kvartal af 2020 nåede vi 89 procent!

– Hundrede procent kan ikke nås på kort sigt, da der stadig er et begrænset antal tankstationer med RME og HVO. Det betyder, at vi nogle gange er nødt til at tanke en lille mængde almindelig diesel for at kunne køre hjem efter en levering. Vi planlægger alle vores transporter for at kunne maksimere kørslen på biobrændstof, og det forudsætter dedikeret engagement og vilje fra vores chaufførers side. De gør et stort arbejde for at nedbringe vores udslip, understreger Erik Pråmell.



Andelen af biobrændstoffer i virksomhedens udgående transporter er steget fra 3 procent i 2019 til 31 procent i 2020. I sidste kvartal af 2020 var andelen 89 procent!

GREENHOUSE GAS PROTOCOL

GHG-protokollen blev udviklet af World Resources Institute (WRI) og World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) som en global standard til måling, styring og rapportering

af udledning af drivhusgasser. Protokollen dækker de seks drivhusgasser, der er blevet identificeret i Kyoto-protokollen. De omregnes til og udtrykkes i kuldioxidækvivalenter (CO₂e). GHG-protokollen opdeler udledningerne i scope 1, 2 og 3:

Scope 1 – Direkte udledning fra egne eller kontrollerede kilder

Scope 2 – Indirekte udledning, der opstår i forbindelse med produktion af indkøbt energi

Scope 3 – Indirekte udledning, der opstår længere oppe og nede i værdikæden



BÆREDYGTIGT SKOVBRUG

Med bæredygtigt skovbrug menes forvaltning og udnyttelse af skov og skovområder på en måde og i et tempo, så man bevarer dets biologiske mangfoldighed, produktivitet, regenerationsevne, vitalitet og evne til både nu og i fremtiden at udføre vigtige økologiske, økonomiske og sociale funktioner på lokalt, nationalt, og globalt plan uden at andre økosystemer skades.



Ambition i 2030:
100 % certificeret træ
i vores produkter

Mål i 2022:
100 % certificeret træ
i vores produkter

Status i 2020:
96 % certificeret træ
i vores produkter

Status i 2019:
47 % certificeret træ
i vores produkter

CERTIFICERET TRÆ VOKSER STØT



Lars-Erik Fabricius Nielsen,
Indkøbschef hos DFI-Geisler

Menneskets måde at bruge skoven på er en af vores tids store globale udfordringer. Det er nemlig ikke nok, at træråmaterialet i sig selv er bæredygtigt, skovbruget skal også være det. Bæredygtigt skovbrug indebærer, at man forvalter og udnytter skoven på en sådan måde, at man bevarer dens biodiversitet og foryngelsesevne, så den forbliver vital og produktiv uden at skade andre økosystemer. Derefter kan skoven fortsætte med at udfylde vigtige økologiske, økonomiske og sociale funktioner både lokalt og globalt.

Derfor er det centralt i Ballingslöv Internationals bæredygtighedsstrategi at købe træråmateriale og træprodukter fra certificeret bæredygtigt skovbrug, nærmere bestemt skovbrug med de uafhængige certificeringer FSC og PEFC.

DFI-Geisler går skridtet videre

DFI-Geisler, der fremstiller bordplader og køber meget træråmateriale, begyndte at gå over til certificeret træ allerede i 2010 og er nået langt siden da. Virksomheden fremstiller årligt ca. 90.000 bordplader, hvoraf ca. 83 procent består af træråmateriale og resten af sten og andre materialer. Indkøbschef Lars-Erik Fabricius Nielsen fortæller:

– Udover massivt træ er alle de laminat- og spånplader, vi indkøber, FSC-certificerede.

– Vi begyndte denne rejse, fordi det var vigtigt for DFI-Geisler at tilbyde miljøvenlige og bæredygtige bordplader, noget som mange af vores kunder har sat stor pris på. At vi nu også kan levere certificerede laminatbordplader er et vigtigt skridt på vejen mod bæredygtighed, siger han og fortsætter:



– Vi har alle et ansvar, når det gælder vores planet. Skovbrug er af stor betydning for de globale klimaforandringer, hvor vi vil sikre bæredygtigt skovbrug.

Vi er også gået et skridt videre, idet alt træbaseret materiale, vi indkøber, enten er FSC- eller PEFC-certificeret. Det gælder paller, papir, pap m.m., afslutter Lars-Erik Fabricius Nielsen.

OM CERTIFICERINGERNE

FSC

Forest Stewardship Council er en uafhængig medlemsorganisation, der arbejder for en miljømæssigt, socialt og økonomisk bæredygtig anvendelse af verdens skove.

PEFC

Programme for the Endorsement of Forest Certification garanterer, at PEFC-certificerede skove forvaltes i henhold til det europæiske samarbejde Forest Europe's kriterier for bæredygtigt, naturbeskyttelsestilpasset skovbrug.



STYRKE MENNESKERS SUNDHED OG VELVÆRE

Vi stræber efter at gøre det muligt for vores medarbejdere at nå deres fulde potentiale som en del af et vinderteam i et sikkert og sundt arbejdsmiljø. At være "A great place to work" og tage vores ansvar på os som en vigtig arbejdsgiver og være en god samfundsaktør er meget vigtigt for os.

For at styrke menneskers sundhed og velvære har vi valgt to strategiske initiativer: Medarbejdernes engagement og Ansvarlig arbejdsgiver og samfundsaktør.





STYRKE
MENNESKERS
SUNDHED OG
VELVÆRE

Ansvarlig
arbejdsgiver og
samfundsakter

MEDARBEJDERNES ENGAGEMENT

Vores medarbejderes engagement er helt afgørende for at lykkes med vores forretningsidé "Vi skaber spændende hjemmemiljøer til alle". For at opnå medarbejdernes engagement fokuserer vi på ansvarligt lederskab og på at opbygge en inspirerende og respektfuld virksomhedskultur, hvor lederskabet er præget af samarbejde, målstyring og et ægte ønske om at styrke og udvikle vores medarbejdere som en del af et vinderteam. Et sundt og sikkert arbejdsmiljø er en selvfølge, og lige så vigtigt er ligebehandling, retfærdighed og ligestillingsspørgsmål, såsom fordelingen mellem mænd, kvinder og baggrund for at opnå en god balance.



Ambition i 2030:

Engagementsindeks GPTW: > 80

Mål i 2022:

Engagementsindeks GPTW: > 80

Status i 2020:

Engagementsindeks GPTW: 71

Status i 2019:

Engagementsindeks GPTW: 70

SAMMEN PÅ AFSTAND



Isabella Wärvik, HR-chef
hos Ballingslöv

Coronapandemien har betydet, at vi har arbejdet hjemmefra i et omfang, vi aldrig har oplevet før. Det har givet både udfordringer og muligheder. Ikke at kunne mødes i det virkelige liv påvirker folks følelse af tilhørsforhold, fællesskab og engagement – vigtige sociale aspekter af arbejdet, som det nemt går ud over, når de naturlige kontaktflader forsvinder. Isabella Wärvik, der er HR-chef hos Ballingslöv, mener, at det er vigtigt at finde måder at kompensere på:

– De, der har været nødt til at omstille til at arbejde mest hjemmefra, er alle gået over til digitale udgaver af morgensamling og afstemning, men også mere udpræget sociale funktioner som kaffepauser, snak på gangen og fyraftensarrangementer.

– Og vi oprettede hurtigt en coronaside på vores intranet med regler, information, råd og tip. Vi har også arrangeret støtte fra en psykolog, hvis det skulle blive nødvendigt.

– Praktiske udfordringer vedrørende f.eks. ergonomi og lignende på arbejdspladsen har vi også måttet løse hen ad vejen. De erfaringer, vi tager med os fra denne tid, vil ændre den måde, vi organiserer os på omkring arbejdet i fremtiden, siger Isabella Wärvik.

MANGE MULIGHEDER

I en fremtid, hvor hjemmearbejde ikke er påtvunget men frivilligt, er der mange gode muligheder at udnytte. Det viser erfaringen fra pandemien.

– Et eksempel er, at den daglige pendling reduceres, mange synes, det



I fremtiden
vil det spille
en mindre rolle,
hvor vi arbejder

er rart at undgå transporttiden, og det mindsker også miljøbelastningen. En anden ting er større fleksibilitet mellem arbejde og fritid, siger Isabella Wärvik og uddyber:

– I fremtiden vil det spille en mindre rolle, hvor vi arbejder, og i hvilke tidsrum. I stedet bliver der fokus på, at vi leverer et godt stykke arbejde til tiden. Vi bliver bedre til at se, hvad der egner sig til fjernarbejde, og hvornår vi har brug for at mødes. Det betyder, at det bliver endnu vigtigere at have et veluddannet lederskab med ledere, der er både udøvende og empatiske. Organisationer kommer til at fokusere på mål, trivsel og udvikling af fællesskab og tillid, afslutter hun.

GREAT PLACE TO WORK

Ballingslöv International gennemfører hvert år medarbejderundersøgelsen Great Place to Work (GPTW), som alle ansatte i koncernen opfordres til at deltage i. Cirka ti tusind organisationer i 90 lande rundt om i verden gennemfører samme undersøgelse, hvilket giver gode muligheder for at sammenligne med andre og med branchegennemsnittet på undersøgelsens fem områder: Troværdighed, Respekt, Retfærdighed, Stolthed og Kammeratskab. Resultaterne

udarbejdes på afdelings-, virksomheds- og koncernniveau. 87 procent deltog i vores undersøgelse i 2020 mod 88 procent året før. Det samlede resultat nåede 71 procent sammenlignet med 70 procent året før. I betragtning af at undersøgelsen blev gennemført midt under pandemien, er det glædeligt, at deltagelsen var høj, og at resultatet blev forbedret. Resultatet er blevet analyseret, og der er blevet udarbejdet handlingsplaner, som skal gennemføres i den kommende periode.

ANSVARLIG ARBEJDSGIVER OG SAMFUNDSAKTØR

For os er det yderst vigtigt at handle ansvarligt over for både vores medarbejdere og de lokale samfund og globalt. Vi er en stor arbejdsgiver i mindre byer, hvilket betyder, at vi spiller en betydelig rolle i forhold til arbejdspladser og de samfundsmæssige aspekter.



Ambition i 2030:

Mindst et initiativ med positiv social indvirkning pr. forretningsenhed og år

Mål i 2022:

Mindst et initiativ med positiv social indvirkning pr. forretningsenhed og år

Status i 2020:

Alle forretningsenheder har haft en række initiativer, der dog har været påvirket af pandemien, heraf hovedsagelig praktik- og lærepladser

Status i 2019:

Alle forretningsenheder har haft en række initiativer, f.eks. praktikpladser, lærepladser, hjælp til udsatte og mindre affald

VIGTIGST I PANDEMIEN – AT VISE HENSYN



Eric Prescott, Administrerende
Direktør i PaulaRosa Manhattan

Pandemien har påvirket os alle i varierende grad og omfang. PaulaRosa Manhattans medarbejdere arbejder primært i produktionen på fabrikken med installationer hos kunden eller i et kontormiljø, hvilket kræver parallelle strategier for at imødegå pandemien.

– Siden marts 2020 har alle, der kan arbejde hjemmefra, gjort det, for at minimere smitterisikoen og beskytte de medarbejdere,

der arbejder på vores fabrik, og som ikke kan arbejde hjemmefra, fortæller Eric Prescott, der er Administrerende Direktør i PaulaRosa Manhattan.

PRAKTISKE LØSNINGER

Mange af de udfordringer, der opstod med at arbejde hjemmefra, var af praktisk natur og kunne løses ret

hurtigt og effektivt:

– Vi har sørget for, at vores medarbejdere har fået ergonomiske skriveborde og stole, udstyr til videomøder og andet, der er nødvendigt for at kunne arbejde effektivt, siger Eric Prescott og fortæller om, hvordan man har benyttet forskellige digitale



Medarbejderne på PaulaRosa Manhattans fabrik i Lancing hjælper med at holde smitten i skak ved at lade sig teste for Covid-19 hver uge.



Alle, der har muligheden, har arbejdet hjemmefra under coronapandemien, der har ramt Storbritannien meget hårdt. Medarbejdere, der ikke kan arbejde hjemmefra, beskytter hinanden gennem social afstand, mundbind og daglige temperaturmålinger.

hjælpemidler til at genskabe bare noget af det sociale samspil, der er på arbejdspladsen:

- Vi bruger meget tid på videoopkald med hinanden, og vi er begyndt at bruge forskellige apps, hvor vi kan kommunikere med hinanden, sprede nyheder og dele information. Alle har appsene i telefonen, også dem, der er blevet afskediget. Vi ønsker ikke, at nogen skal føle sig forladte, fordi vi befinder os i en social nedlukning, siger han og fortsætter:

- Vi laver hyggelige ting såsom at organisere digitale kaffepauser, og vi har sendt små gaver hjem til højtiderne. Det er en måde at bevare følelsen af fællesskab på. Men vi har også uddannet ledere til at holde øje med, om nogen har det dårligt som følge af isolation og stress, og så tage hånd om det. Normalt kan vi mødes og

tage en snak. Nu er vi nødt til at gøre dette på en mere organiseret måde.

PaulaRosa Manhattan tilbyder også alle medarbejdere appen LifeWorks, hvor alle, der ønsker det, kan kontakte en terapeut, som de kan tale fortroligt med.

TEST OG AFSTAND PÅ FABRIKKEN

I produktionen, som er helt vital for virksomhedens forretning, er der ikke noget valg – her skal arbejdet foregå på stedet.

- For det første er vi færre end normalt. Derudover har vi foretaget nogle praktiske ændringer i lokalerne, vi har f.eks. indrettet medarbejderkantinen, så alle kan holde tilstrækkelig afstand fra hinanden. Og alle arbejder med mundbind på, siger Eric Prescott.

- Men det måske vigtigste, vi gør for at forhindre smittespredning, er testningen. Alle testes for Covid-19 en

gang om ugen og temperaturtestes hver dag, når de kommer på arbejde. Vi er også meget strenge med at holde vores medarbejdere adskilt fra f.eks. eksterne chauffører, der kommer fra hele Europa med leverancer.

Den nok mest udsatte gruppe er medarbejderne i de arbejds teams, der rejser rundt til byggepladser i hele landet, og dem, der udfører vedligeholdelsesarbejde i boliger, uddyber han.

- Vi gør en ekstra indsats for at sikre det rette beskyttelsesudstyr til den gruppe. Det er også vigtigt at kommunikere med kunden for at garantere, at vores medarbejdere kan arbejde sikkert.

- Samlet set har arbejdet med personlig sikkerhed fungeret rigtig godt takket være det engagement og ansvar, som alle medarbejdere har udvist.



FREMME RESPEKTFULD FORRETNINGS- ETIK

At fremme respektfuld forretningsetik betyder for os, at vi værner om medarbejdernes rettigheder, tilskynder til ærlighed og deltagelse og arbejder på at bekæmpe diskrimination, bestikkelse, korruption og børnearbejde. Vi arbejder kontinuerligt for at sikre vores interne forretningsetik, og vi har fokus på adfærd, der får os til at agere korrekt.

For at fremme respektfuld forretningsetik har vi valgt to strategiske initiativer: Ansvarligt indkøb og Transparent kommunikation.



ANSVARLIGT INDKØB

Det er meget vigtigt for os at sikre ansvarligt indkøb. Vi fokuserer på en gennemsigtig og bæredygtig forsyningskæde for både medarbejdere og miljø og samfund.

Vi har analyseret vores værdikæde for at identificere risici ved mangelfulde arbejdsforhold, brud på menneskerettighederne samt korruption. Vores adfærdskodeks er en central del af at sikre ansvarlige indkøb og respektfuld forretningsetik. Siden 2019 har vi ført uddybende dialoger med vores leverandører og gennemført en årlig bæredygtighedsundersøgelse for at få viden om vores leverandørers bæredygtighedsarbejde. Her fokuserer vi primært på gode arbejdsforhold, øget cirkularitet og mindsket CO₂e-belastning.



Ambition i 2030:

Alle mellemstore* leverandører skal have accepteret vores adfærdskodeks

Revision udført på samtlige relevante leverandører baseret på gennemført risikovurdering

Mål i 2022:

Alle større** leverandører skal have accepteret vores adfærdskodeks

Revision udført på 20 relevante leverandører baseret på gennemført risikovurdering

Status i 2020:

100 % af vores største leverandører har accepteret vores adfærdskodeks

Status i 2019:

100 % af vores største leverandører har accepteret vores adfærdskodeks

*Indkøbsvolumen pr. forretningsenhed > 200.000 EUR

**Indkøbsvolumen pr. forretningsenhed > 300.000 EUR

DIALOG FOR STÆRK FORRETNINGSETIK



Staffan Jönsson, koncernens
Chief Sourcing Officer

Da mere end 98 procent af leverandørerne med lidt over 99 procent af indkøbsmængden er beliggende i Europa, er risikoen for dårlige arbejdsforhold, brud på menneskerettighederne og korruption blandt leverandørerne relativt lav.

– Men vi vil være en drivende kraft, når det gælder bæredygtighed og

forretningsetik, og derfor vil vi aktivt rejse bæredygtighedsspørgsmålene over for vores leverandører, fortæller Staffan Jönsson, der er koncernens Chief Sourcing Officer.

– Meget af arbejdet med at sikre og udbrede god forretningsetik i forsyningskæden bygger på vores adfærdskodeks, men også på risikoanalyser, siger han.

UDDYBET DIALOG

Et yderligere skridt i bæredygtighedsarbejdet blev taget i 2019, da en bæredygtighedsundersøgelse blev sendt ud til vores leverandører af direkte materialer. I 2020 blev undersøgelsen besvaret af 134 leverandører, hvilket repræsenterer lidt over 87 procent af koncernens indkøb af direkte materialer. De tilsvarende tal for 2019 var 114 leverandører, der stod for 85 procent af de direkte materialeindkøb.

– Bæredygtighedsundersøgelsen er vigtig for at vi kan følge vores

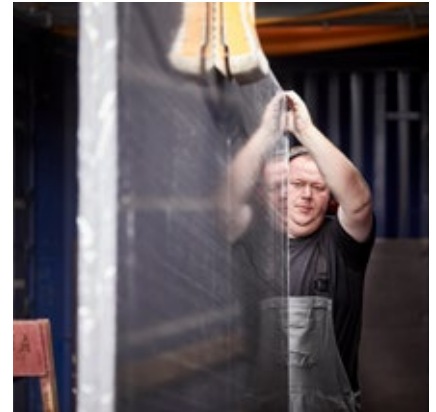
leverandørers bæredygtighedsarbejde, og de uddybende bæredygtighedsdialoger er en vigtig måde at kommunikere vores bæredygtighedsstrategi på og støtte leverandørerne på vores fælles bæredygtighedsrejse, fortsætter Staffan Jönsson.

Resultatet af 2020-undersøgelsen viser, at flere leverandører måler deres CO₂e-udledninger, men også at der er usikkerhed omkring definitioner og scope.

– Det er dog glædeligt, at flere og flere leverandører prioriterer fossilfri energi. Den vægtede andel af det samlede direkte materiale, der er blevet produceret med fossilfri energi når 46 procent i 2020, en væsentlig stigning siden 2019, hvor andelen var 29 procent, siger han.

– Vi følger også andelen af genanvendt materiale i vores produkter, og også her ser vi en stigning i 2020 sammenlignet med 2019. Vi vil sammen med vores leverandører gøre hele forsyningskæden mere bæredygtig, afslutter Staffan Jönsson.

Vand er en af vores vigtigste naturressourcer. Derfor besluttede DFI-Geisler at nedbringe vandforbruget i produktionen af bordplader af sten. – I 2020 har vi investeret i et anlæg, der nedbringer forbruget med hele 70 procent, siger Jesper Sørensen, der er Produktionschef hos DFI-Geisler.



VANDBESPARELSER, VI KAN VÆRE STOLTE AF



Jesper Sørensen, Produktionschef
hos DFI-Geisler

DFI-Geisler fremstiller bordplader af høj kvalitet i mange forskellige materialer, bl.a. laminat, træ og sten. Det er produktionen af bordplader af sten, der bruger meget vand, fordi værktøjerne, der skærer og sliber stenbordpladerne, udsættes for kraftig friktion og derfor konstant skal afkøles med vand. Kølevandet skal være rent, for at resultatet kan blive godt, og vandet, der løber væk, er fuldt af stenpartikler. Da virksomheden fremstiller mere end 20.000 stenbordplader hvert år, forbruges der meget vand – næsten 16.000 kubikmeter før installationen af det nye anlæg:

- Løsningen blev at lede kølevandet til en særlig tank, hvor alle stenpartikler synker til bunds. Derefter ledes det rene vand tilbage til produktionen, hvor det kan afkøle maskiner igen og igen. Metoden har nedbragt vores vandforbrug med 70 procent, siger Jesper Sørensen. At genbruge alt vandet i produktionen er ønskeligt, men desværre ikke muligt.
- En del vand ender uundgåeligt

på gulvet og på arbejdsfladerne, men vi er ikke tilfredse med 70 procent, målet er 80. For at opnå dette ser vi bl.a. på muligheden for at opsamle regnvand og bruge det i processen, siger Jesper.

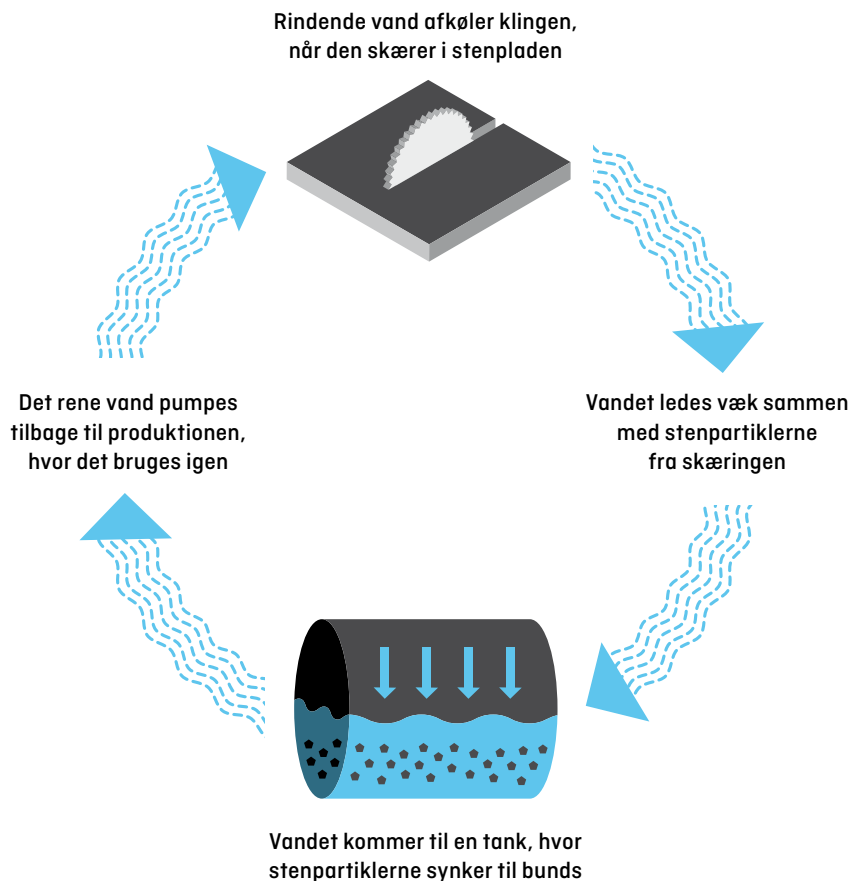
BÆREDYGTIGHED VEJER TUNGT

Ifølge DFI-Geisler kan investeringen i vandgenindvinding ikke blot betale sig miljømæssigt, men også økonomisk, og det tilmed fra første idriftsættelsesdag,

som var i juni 2020 – men det var bæredygtighedsgevinsten, der var drivende i satsningen på vandgenbrug.

- Ja, helt klart. Økonomisk er investeringen tjent hjem på et år, men motivet var ikke at tjene penge. Bæredygtig produktion er meget vigtig på langt sigt, siger Jesper Sørensen.

- Det vand, vi genbruger, svarer til det årlige forbrug i hundrede almindelige husstande. Det er noget, alle i virksomheden kan fortælle om og være stolte af, afslutter han.



TRANSPARENT KOMMUNIKATION

Med transparent kommunikation mener vi, at vi skal fortsætte med at kommunikere på en ærlig og gennemsigtig måde, både internt og eksternt, og vi skal påtage os vores ansvar for at dele viden og opmærksomhed omkring bæredygtige valg. Vi vil skabe forudsætninger for en bæredygtig hverdag, her og nu og for kommende generationer, uanset relationen til os – medarbejdere, samarbejdspartnere, leverandører, kunder, samfundsborgere eller andre interessenter.

ÅBENHED SKABER TILLID



Helle Fyllgraf, Marketingdirektør
hos JKE Design

Hos JKE Design arbejder man med nøgleord som ærlighed og åbenhed i al kommunikation, både internt i virksomheden og eksternt over for kunder og andre interessenter. Helle Fyllgraf, der er Marketingdirektør hos JKE Design, siger:

– Vi kommunikerer ærligt, autentisk og faktabaseret om produkterne, virksomheden og om bæredygtighedsspørgsmål. Vi understøtter den kommercielle kommunikation med PR-initiativer for at nå ud til et bredere publikum, og vi bruger ofte video til at få flere i tale.

– Det samme gælder internt. Vi bruger nyhedsbreve, billedskærme, personalemøder og meget mere. Under pandemien har vi sendt

ugentlige nyhedsbreve for at holde alle opdaterede. Selvfølgelig kan det være en ekstra udfordring at formidle negative nyheder, men vi kommunikerer åbent og alsidigt, også når det er udfordrende.

DIREKTE KONTAKT MELLEM KUNDER

I årenes løb har JKE Design satset meget på at kommunikere om sine produkter og tjenester ved hjælp af kundehistorier, hvor kunderne fortæller om deres kontakt med JKE Design.

– Det er en moderne og troværdig måde at kommunikere på. Folk stoler ikke så meget på reklamebudskaber, men vil have information fra rigtige historier og rigtige mennesker. Historierne er ægte, kunderne stiller op



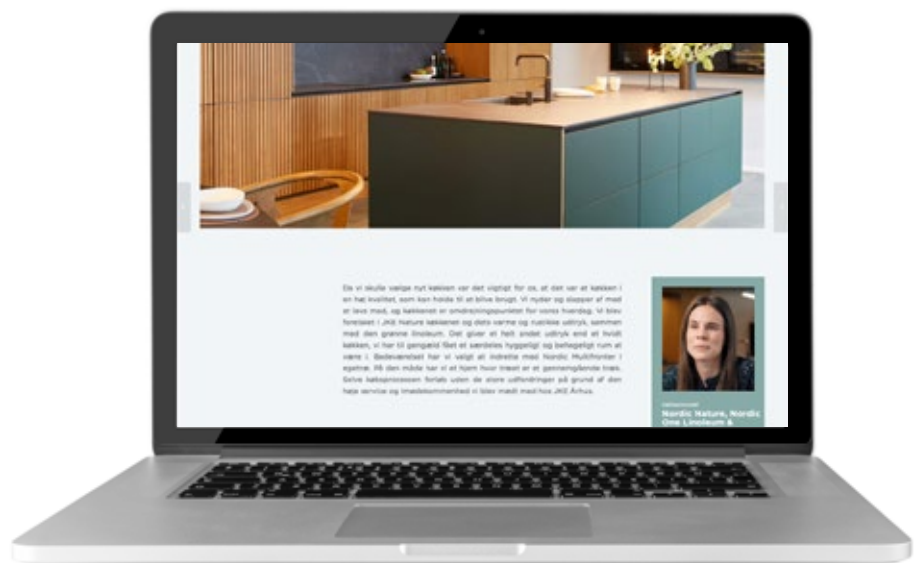
Kundehistorier fra det virkelige liv er en vigtig del af JKE Designs kommunikation, som bygger på troværdighed. De kunder, der deltager, fortæller med egne ord om deres købsrejse og deres køkken.

uden kompensation og fortæller med deres egne ord, siger Helle Fyllgraf og fortsætter:

– Vi har også startet online-plattformen KitchenOwners, hvor kunder og potentielle nye kunder kan komme i direkte kontakt med hinanden. Denne åbenhed giver os troværdighed og viser, at vi tror på vores produkter.

Kundehistorierne og åbenheden vækker også genklang internt, konstaterer Helle Fyllgraf:

– Medarbejderne føler sig stolte, når de hører kundernes historier og ser de gode resultater af deres eget arbejde. De er også stolte af at arbejde for et varemærke med substans og af, hvor langt vi er kommet på vores bæredygtighedsrejse.



Plattformen KitchenOwners er en måde for JKE Design at vise, at man tror på sine produkter: Her kan folk, der overvejer at købe et køkken, stille spørgsmål direkte til tidligere kunder.

DIREKTØRENS ORD



Nu har du læst Ballingslöv Internationals bæredygtighedsrapport for 2020, og jeg håber, du har fundet det meget nyttigt. Hvis du har læst med, fordi du er kunde hos os, håber jeg, at du føler dig tryk og tilfreds med dit valg, og at du gerne kommer tilbage. Hvis du har læst rapporten som leverandør, har du valgt

*At guide vores kunder
til bæredygtige valg
og et bæredygtigt
køkkenliv er for os
både et ansvar
og en mulighed!*

at følge med i vores bæredygtighedsrejse, hvilket glæder mig meget – og hvis du er medarbejder, håber jeg, du føler samme stolthed, som jeg over det store bæredygtighedsarbejde, du har været en del af i 2020, dette anderledes år.

Vi kan takke mange menneskers dedikerede engagement for, at vi gør klare fremskridt inden for bæredygtighed, men det er også en logisk konsekvens af vores indarbejdede bæredygtighedsstrategi. Den er et kompas, vi har med os i vores daglige arbejde, hvor den gør bæredygtighedsperspektivet til en naturlig del. Selvfølgelig har vi store bæredygtighedsambitioner på langt sigt, men det er de resultater, vi opnår her og nu, som gør mig tryk – vi mener det alvorligt med bæredygtighedsarbejdet! Denne rapport indeholder flere gode eksempler på det.

Jeg konstaterer med tiltro, at der er et stort engagement i fremtiden – med øget fokus på cirkulær forretning og klimaneutrale produktionsanlæg allerede det kommende år. Bæredygtighedsarbejdet fortsætter med uformindsket styrke mod nye muligheder og nye mål. At guide vores kunder til bæredygtige valg og et bæredygtigt køkkenliv er både et ansvar og en mulighed!

Björn Hauber,
Koncernchef Ballingslöv International



SÅDAN MÅLER VI RESULTATERNE

På koncernniveau har Ballingslöv International valgt en række resultatindikatorer, dvs. et antal målinger i forskellige kategorier, som vi opdaterer, analyserer og sammenligner fra år til år. Tabellen nedenfor viser resultatindikatorerne for 2020 med værdierne fra 2018 og 2019 som reference. Bemærk for eksempel, at vores energiforbrug faldt, mens andelen af vedvarende energi forblev hundrede procent. Andelen af træ fra certificeret skovbrug i vores produktion er også steget helt i overensstemmelse med ambitionen.

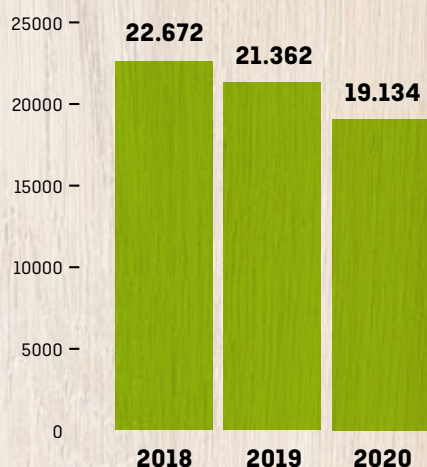
Desværre er sygefraværet gået i den forkerte retning i 2020, hvilket skyldes den altoverskyggende globale pandemi.

Ud over resultatindikatorerne nedenfor er vores årlige medarbejderundersøgelse Great Place to Work, GPTW, et vigtigt redskab for os. Undersøgelsen omfatter de fem områder Troværdighed, Respekt, Retfærdighed, Stolthed og Kammeratskab, som blandt andet giver os klare signaler om, hvordan vi lykkes i vores arbejde med forretningsetiske spørgsmål, og ikke mindst vores bestræbelser på at udvikle en retfærdig og åben virksomhedskultur, hvor alle medarbejdere respekteres og lyttes til. Ved at fremme retfærdighed i organisationen styrker vi medarbejdernes integritet, og risikoen for uetisk adfærd mindskes.

	2018	2019	2020
 OPTIMERE VORES MILJØPÅVIRKNING			
Andel af produkter, der kan genindvindes, %	-	98	98
CO ₂ e-udledning (Scope 1), tons	4.106	4.438	3.375
CO ₂ e-udslip (Scope 2), tons	2.480	1.107	0
Udledning af opløsningsmidler, tons	28	32	31
Energiforbrug el, MWh	22.672	21.362	19.134
heraf vedvarende, %*	75	88	100
Andel af certificeret træ, %	-	47	96
 STYRKE MENNESKERS SUNDHED OG VELVÆRE			
Antal ulykker med fravær (24 timer eller mere)	24	21	24
Sygefravær, % (gennemsnit i forretningsenheder, ekskl. funktionærer)	-	3,75	5,25
Kønsfordeling i bestyrelse (Ballingslöv Int)	29 % KVINDER 71 % MÆND	33 % KVINDER 67 % MÆND	33 % KVINDER 67 % MÆND
Kønsfordeling i ledergruppe (Ballingslöv Int)	0 % KVINDER 100 % MÆND	14 % KVINDER 86 % MÆND	17 % KVINDER 83 % MÆND
Kønsfordeling i ledergrupper i datterselskaber	22 % KVINDER 78 % MÆND	27 % KVINDER 73 % MÆND	27 % KVINDER 73 % MÆND
Kønsfordeling blandt alle medarbejdere	27 % KVINDER 73 % MÆND	27 % KVINDER 73 % MÆND	26 % KVINDER 74 % MÆND
Engagementsindeks GPTW	68	70	71
Svarprocent GPTW, %	86	88	87
 FREMME RESPEKTFULD FORRETNINGSETIK			
Andel af medarbejdere, der har accepteret vores adfærdskodeks, %	100	100	100
Andel af vores største leverandører, der har accepteret vores adfærdskodeks, %	95	100	100

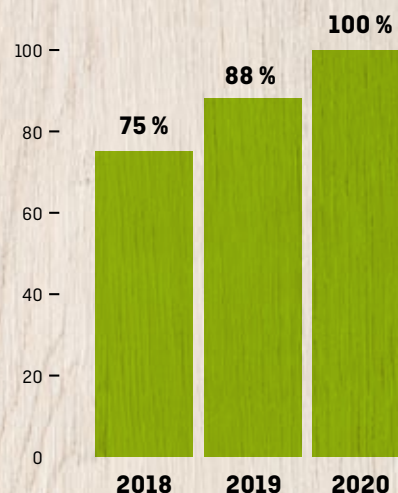
* Fra og med andet halvår 2019 er al strøm grøn.

Energiforbrug el, MWh



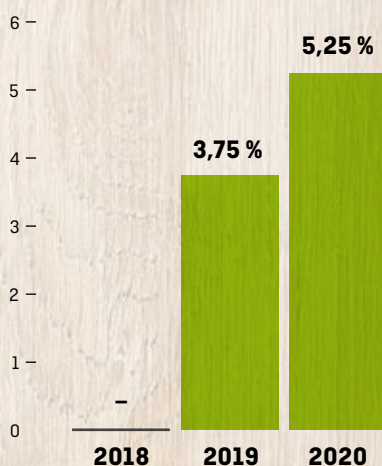
Elforbruget faldt i 2020 på grund af energireducerende foranstaltninger og produktionsstop i Storbritannien som følge af pandemien.

Andel af grøn strøm



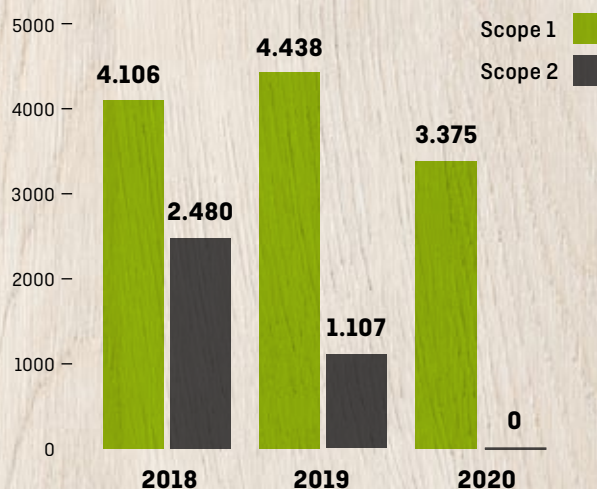
I april 2019, efter vores første CO₂e-beregning i henhold til GHG, forstod vi, hvor vigtigt det er for klimaet, at man bruger grøn strøm. Allerede 1. juli 2019 gik vi derfor over til 100 % grøn strøm.

Sygefravær



Sygefraværet steg i 2020 på grund af pandemien, hvor der blev truffet særlige foranstaltninger for at sikre medarbejdernes sundhed og minimere smittespredning.

CO₂e-udledning, tons



Vores CO₂e-udledninger faldt med 39 % i 2020, hovedsageligt på grund af 100 % grøn strøm, overgang til HVO-brændstof på egne lastbiler, reduceret mængde brændstof til opvarmning af produktionsanlæggene og overgang til biogas.

LOKALT BÆREDYGTIGHEDSARBEJDE GIVER MERE EFFEKT

Vores forretningsenheder udvikler, producerer og sælger deres produkter i eget regi ud fra deres respektive varemærker og unikke tilbud. På samme måde udføres det daglige bæredygtighedsarbejde lokalt i hver forretningsenhed, hvor alle medarbejdere er vigtige for arbejdets succes. Bæredygtighedsarbejdet ledes af en udpeget projektleder og en dedikeret bæredygtighedsgruppe med medarbejdere fra forskellige afdelinger såsom indkøb, produktudvikling, produktion, HR og marketing. Forretningsenhedernes projektledere er en del af vores centrale bæredygtighedsråd Group Sustainability Council, der drives af Ballingslöv International. Det overordnede bæredygtighedsarbejde drives og koordineres på koncernniveau af Group Finance & Sustainability Director Marie Webrant. Vi har også et netværk af eksterne specialister i bæredygtighed, som vi arbejder med inden for forskellige emner.

Vi opstiller initiativer og mål for vores bæredygtighedsarbejde både på koncernniveau og pr. forretningsenhed. Hver forretningsenhed udfører sine aktiviteter på egen hånd eller sammen med andre.

Rammerne for vores bæredygtighedsarbejde består af koncerndirektiver og de politikker, der findes både på koncernniveau og lokalt i hver forretningsenhed. Alle forretningsenheder følger lokal lovgivning for miljø og arbejdsmiljø. De to forretningsenheder, der har godkendelsespligtige aktiviteter, er miljøcertificerede i henhold til ISO 14001. I 2020 vedtog Ballingslöv International en koncerndækkende miljøpolitik, som er en vigtig del af det miljømæssige bæredygtighedsarbejde i koncernen, og som også er blevet implementeret i alle forretningsenheder i løbet af året.

Vores vigtigste politik ud over miljøpolitikken er vores adfærdskodeks. Den skal fungere som et kompas i det daglige arbejde for alle i koncernen. Forretningsenhederne uddanner og fører dialog om adfærdskodekset med alle medarbejdere, og alle nye medarbejdere underskriver adfærdskodekset, når ansættelsen begynder. Via vores whistleblower-funktion kan medarbejdere trygt fremhæve uregelmæssigheder, diskrimination eller andre overtrædelser, som de har mistanke om, oplever eller er vidne til. Der blev ikke indberettet nogen sager via vores whistleblower-funktion i 2020.



RISIKOANALYSEN VISER VEJEN

Vi gennemfører løbende risikoanalyser på både strategiske og operationelle områder. Eksempelvis foretager vi årlige analyser af alle produktionsanlæg i koncernen med hensyn til sundhed og sikkerhed og brand. Vi gennemfører også risikoanalyser af vores leverandører, som bl.a. omfatter arbejdsforhold og etik.

Hvert år udføres der en risikoanalyse i forhold til bæredygtighed for både koncernen og den enkelte forretningsenhed. Den skal identificere, hvilke

bæredygtighedsrisici der findes, og hvilke risici der har størst påvirkning. Risikoanalysen omfatter miljøaspekter, arbejdsforhold og sociale spørgsmål såsom menneskerettigheder og forretningsetik. Ud fra bedømmelsen har vi udviklet fire forskellige metoder til at håndtere risiciene: Acceptere, mindske, undgå og flytte. Med udgangspunkt i analysen gennemføres der derefter aktiviteter for at afhjælpe specifikke risici.

RISIKO	KOMMENTAR	AFHJÆLPNING
Miljøaspekter		
Udledning til vand, luft og jord	Risikoen vurderes som mellemhøj, da eventuelle mangler kan have negative konsekvenser for miljøet.	Kontinuerlig kontrol, handling og opfølgning. Overvågning af nye metoder til at mindske risikoen.
Udledning af drivhusgasser	Risikoen anses for at være mellemhøj, da udledning af drivhusgasser har en miljøpåvirkning.	Kontinuerlige målinger, aktiviteter og opfølgninger for at reducere udledningerne.
Arbejdsforhold og sociale spørgsmål		
Mangelfulde arbejdsforhold i vores produktionsanlæg	Risikoen anses for at være mellemhøj, da eventuelle mangler kan have store sundhedsmæssige konsekvenser.	Fortsat arbejde for at sikre, at alle anlæg opfylder kravene til sikre arbejdspladser.
Forretningsetik		
Manglende forretningsetik i leverandørkæden	Risikoen vurderes som mellemhøj, da mangler kan have alvorlige konsekvenser for vores forretninger.	Sikre, at leverandørerne er informerede om og accepterer vores adfærdskodeks. Gennemføre grundige revisioner af leverandørerne og sikre, at adfærdskodekset overholdes.

I denne bæredygtighedsrapport kan du læse om grundlaget for Ballingslöv Internationals bæredygtighedsarbejde, om bæredygtighedsstrategien, der guider os år for år, om hvad vi har opnået inden for bæredygtighed i det forløbne år, og om hvad vi satser på fremadrettet.



Ballingslöv International

MULTIFORM | kvik ■ Ballingslöv* DRÖMME™
KJÖKKENET

JKE DFI-GEISLER ■ paularosa | manhattan

Ballingslöv International AB | Jungmansgatan 12, 211 11 Malmö
Telefon +46 (0) 40 627 08 00 | ballingslovinternational.se

