

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2020

VI BEHÖVER VARANDRA!



Pandemin kom, och 2020 blev ett år vi aldrig kunnat föreställa oss. Världen blev som ett pussel där inga bitar längre passade, och vi fick stanna upp och skapa nya pusselbitar. Det är en erfarenhet som inger ödmjukhet.

*Hållbarhets-
strategin blir allt
mer integrerad i
verksamheten*

Men med 2020 i backspegeln konstaterar jag att vi på Ballingslöv International, trots allt, lyckats hålla ångan uppe i vårt hållbarhetsarbete. Det beror främst på våra medarbetares hängivna arbete – stort tack! – men också på att vår hållbarhetsstrategi blir allt mer integrerad i verksamheten.

Under 2020 och 2021 riktar vi aktiviteter och investeringar mot att reducera våra klimatutsläpp så långt det är möjligt, med ambitionen att göra våra produktionsanläggningar klimatneutrala enligt GHG-protokollets Scope 1 och 2 redan 2021. Det kommer också att innebära investeringar i projekt som tar bort koldioxid från atmosfären.

Vi involverar våra leverantörer för att minska produkternas klimatavtryck, gör omställningar till fossilfritt och satsar på cirkulär design. Att hållbarhetsstrategin är en bra kompass bekräftas också, glädjande nog, av vår årliga medarbetarundersökning som visar hur mycket omtanke och engagemang det finns i vår koncern.

Vi vill mycket! Själv tror jag att bästa sättet att uppnå positiv, bestående förändring är att arbeta faktabaserat, strategiskt och målmedvetet, prioritera tålmodigt, bygga kunskap och samarbeta med andra – precis som hittills. Då etablerar vi hållbarhet i hela värdekedjan och erbjuder våra kunder hållbara val och ett hållbart köksliv!

Marie Webrant
Group Finance & Sustainability Director

ÅRET I KORTHET



100%

förnybar el



96%

certifierat trä



-39%

scope 1 och 2 enligt GHG

Ökat engagemangs-
index till

71 ↑



100%

av våra större leverantörer har
accepterat vår uppförandekod



MWh

-10%

elförbrukning

*Följ med på vår
hållbarhetsresa!*

Hållbarhet vilar på ansvar för klimat och miljö, för god affärsetik och för människors hälsa och säkerhet. Därför finns hållbarhetsperspektivet med i alla våra vägval och investeringar – i produktutveckling förstås, men också tillverkningsprocesser, transporter, kompetensutveckling och leverantörsrelationer.

Och genom detta ansvar för hållbarhet, uppstår fantastiska möjligheter – för miljön, för människor och för framtidens köksliv.

1. LEDSTJÄRNAN!

Vi skapar spännande hemmiljöer åt alla

– så uttrycker vi vår affärsidé. Med produkter från oss, kan du glädja dig åt ett hållbart val och snygg design i många år.

Läs mer om hållbarhet hemma i köket på bland andra sidorna **8-12 och 22-25**.



HÅLLBAR HELHET

4. INSPIRERA OCH UNDERLÄTTA

Du kan göra mycket för miljön i ditt dagliga köksliv, men också när du väljer detaljer i ditt kök. Dina val påverkar utseende, funktion och pris, men också klimat och miljö. Vi vet våra produkters CO₂e-avtryck och guidar dig gärna till hållbara val.

Läs mer på sidorna **8-12**.

5. MÄNNISKAN FÖRST

Det är summan av engagemanget hos medarbetarna i verksamheten som är grunden för allt vi gör. Delaktiga, kunniga och trygga människor ger av sig själva och tar hand om varandra – även när tillvaron är utmanande.

Läs mer på sidorna **30-33**.



2. FN:S GLOBALA MÅL

Förenta nationerna har satt upp ett antal mål för hållbar utveckling i världen. Vi fokuserar på de FN-mål där vi kan bidra mest.

Läs mer på sidan **16**.



3. VÅRT GRÖNA STRATEGITRÄD

I vår hållbarhetsstrategi lägger vi grunden och drar upp riktlinjerna för hur vi skapar värde för miljö, människa och samhälle.

Fördjupa dig i strategin på sidorna **18-41**.



6. STARK ETIK VISAR VÄGEN

Genuint hållbarhetsengagemang förutsätter tydliga, etiska ställningstaganden. Vi arbetar dedikerat för att främja respektfull affärsetik och värnar om medarbetarnas rättigheter.

Läs till exempel sidorna **36-38**.



OM BALLINGSLÖV INTERNATIONAL

Ballingslöv International är en koncern med sex stycken affärsenheter inom köks-, badrums- och förvaringsbranschen, alla med väletablerade varumärken kända för hög kvalitet och god design; Ballingslöv, Kvik, Multiform, JKE Design, DFI-Geisler och PaulaRosa Manhattan. Med sina 1300 medarbetare och drygt fyra miljarder kronor i omsättning är koncernen en av de större köksproducenterna i Europa. Ballingslöv Internationals verksamhet är grundad i långsiktigt hållbara lösningar, skapade med ett etiskt ansvarstagande och med strävan att optimera miljöpåverkan.

Produktionen sker vid affärsenheternas egna anläggningar i Sverige, Danmark och Storbritannien med försäljning i drygt tio länder, främst i Europa. Även de råvaror och komponenter som köps in kommer huvudsakligen från Europa medan endast en mindre del kommer från övriga världen. De sex affärsenheterna utvecklar, producerar och säljer

sina produkter i egen regi utifrån sina respektive unika erbjudanden. Det ger en bredd som innebär att koncernen kan erbjuda produkter i många prissegment, till såväl konsumenter som byggbolag och fastighetsutvecklare. Ballingslöv International är helägt av Stena Adactum AB.

OM REDOVISNINGEN

Det här är Ballingslöv Internationals andra hållbarhetsredovisning i ordningen. Den är upprättad i enlighet med bestämmelserna i ÅRL 6:e kapitlet. Redovisningen gäller för 2020 och omfattar samtliga bolag inom koncernen: Ballingslöv AB, Kvik A/S, JKE Design A/S, DFI-Geisler A/S, Multiform A/S, Dennis & Robinson Ltd samt Ballingslöv International AB.

Läs gärna mer om Ballingslöv Internationals verksamhet, historia och erbjudanden på hemsidan, www.ballingslov-international.se.

Ballingslöv International AB

Ballingslöv
International

Ballingslöv AB

Ballingslöv®
DRØMME
KJØKKENET

Kvik A/S

kvik

Dennis &
Robinson Ltd

paularosa | manhattan

JKE Design A/S

JKE

Multiform A/S

MULTIFORM

DFI-Geisler A/S

DFI-GEISLER

♡ VÅRT CIRKULÄRA
GRÖNA KÖK

♡ MITT HÅLLBARA
KÖKSLIV

♡ VÅR HÅLLBARA
VERKSAMHET



HÅLLBAR HELHET

Hos oss bultar hållbarhetshjärtat i allt vi gör – design och produktutveckling, investeringar i tillverkning och transporter, leverantörsrelationer och materialval, kompetensutveckling och ledarskap, hela vägen hem till köket hos våra kunder, där vi vill underlätta det hållbara kökslivet.

Med våra tre koncept: vårt cirkulära gröna kök, mitt hållbara köksliv och vår hållbara verksamhet säkerställer vi att hållbarhet finns med från produktion till konsument.



VÅRT CIRKULÄRA GRÖNA KÖK

Ambitionen att fullt ut integrera hållbarhet i alla våra produkter samlar vi under konceptet Vårt cirkulära gröna kök. Med cirkulärt grönt kök menar vi att kökets delar ska vara tillverkade av så mycket återvinningsbart och återvunnet material som möjligt. Dessutom ska de självklart hålla så hög kvalitet att de tål att användas både länge och väl, vara enkla att reparera och underhålla och kunna återanvändas i annat hem. När de väl gjort sitt ska de kunna materialåtervinnas helt och hållet.

På de här sidorna ser du flera exempel på hållbara, cirkulära produkter. Läs också om cirkulär design på sidorna 22-25!

RESURSEFFEKTIVITETSHIERARKI

Vi använder oss av resurseffektivitetshierarkin för att visualisera cirkulär design. Vårt fokus är att förflytta oss uppåt i hierarkin genom att förlänga våra produkters livslängd, minska resursanvändningen samt möjliggöra återanvändning och återvinning. Främst inom designfasen har metoden implementerats.



FÖREBYGGA – Använda mindre material i design och tillverkning. Förlänga produktens livslängd

ÅTERANVÄNDA – Reparera och återanvända – samma produkt men i ett annat hem eller i annan kontext

ÅTERVINNA – Återvinna material för att göra nya produkter

ENERGIUTVINNA – Förbränning som ger energi

DEPONI – Deponi eller förbränning utan energiutvinning

VI KAN VÅRA
PRODUKTERS
CO₂E-PÅVERKAN

LÅG KLIMAT- PÅVERKAN

Köket* har lägre
CO₂e-avtryck än en
flygresor tur och retur
Stockholm-Rom

BÄNKSKIVA

i laminat, certifierat
och återvunnet
råmaterial

LUCKOR

i närproducerat
certifierat trä

*vårt standardkök exklusive vitvaror och el under
användningstiden i hemmet, 20 år

LÅNGT PRODUKTLIV

Hög kvalitet som
håller i 20+ år

VITVAROR med högsta energi- klassificering

ÅTERVINNING

Trä är helt återvin-
ningsbart

KÖKSSTOMME i certifierat, återvun- net råmaterial

KÖKETS KLIMATAVTRYCK UNDER 20 ÅR

Vitvaror	50%
Förbrukad el (svensk elmix)	19%
Skåp	13%
Lådor	10%
Bänkskiva (laminat)	3%
Bortskaffande	3%
Luckor	1%
Frisidor	1%

Ballingslöv – köksserien Wood i närproducerat och certifierat trä, transporterat med biobränsle



Paula Rosa Manhattan – alla producerade träprodukter kommer från ansvarsfullt FSC®-certifierat skogsbruk



JKE - Satsar på hållbar linoleum



Kvik - Återvunnet och återvinningsbart material i köksserierna Ombra och Bordo



DFI-Geisler - Alla träbänkskivor kommer från certifierat skogsbruk



Multiform - förlänger livet på sina kök genom att förmedla begagnade kök till nya hem



MITT HÅLLBARA KÖKSLIV

I vardagen finns en mängd saker du kan göra för att leva mer hållbart i köket – utöver att göra hållbara val när du köper kök!

100%



VÄLJ FÖRNY- BAR EL

Förnybar el har marginell CO₂e-påverkan.

UNDERHÅLL OCH REPARATION GER LÄNGRE LIV ÅT KÖKET



När du reparerar i stället för att köpa nytt är du snäll mot både vår miljö och din plånbok.

VÄLJ VITVAROR MED LÅG ENERGI- FÖRBRUKNING

Hög energiklassificering minskar miljöpåverkan genom låg elförbrukning.



Mitt kök uppfyller
drömmen om
ett hållbart kök och
ett hållbart köksliv
- varje dag!



MINIMERA, SORTERA OCH ÅTERVINN



Smarta lösningar
underlättar hållbara
rutiner till vardags.



MINSKA SVINNET – GÖR MATLÅDOR

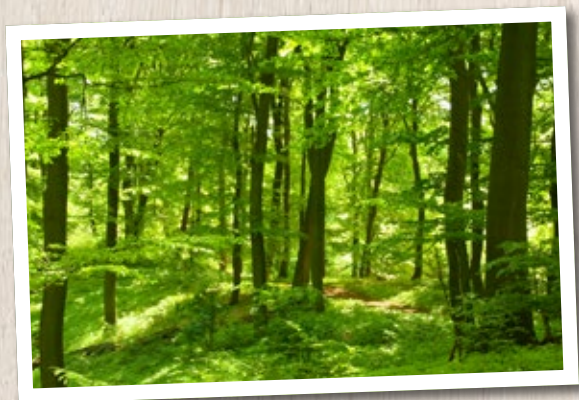
I ett bra kök är det roligt att laga mat och enkelt att
förvara den! Gör matlådor eller ställ till med restfest,
så sparar du både pengar och miljö.





VÅR HÅLLBARA VERKSAMHET

Med stort engagemang fokuserar vi på att stegvis bli allt mer hållbara i våra affärsenheter.



FULL KOLL PÅ AVTRYCKET

Vi har kartlagt våra verksamheters klimatpåverkan och vet precis vad vi ska göra för att kontinuerligt minska vårt CO₂e-avtryck. Vi siktar på klimatneutrala produktionsanläggningar redan under 2021!



FRAMÅT TILLSAMMANS

Vi utmanar, reflekterar, ser styrkan i olika personligheter och strävar efter att alla medarbetare kan nå sin fulla potential som en del i ett vinnande team.

HIT VILL VI!

Bäst i klassen, det är vår strävan i varje klass.



100%
förnybar energi



100%
återvinningsbarhet



100%
Uppförandekod*



100%
Engagemangsindex



NOLL
CO₂e **



NOLL
olyckor

* Andel leverantörer som accepterat vår uppförandekod

** Påverkan från våra egna produktionsanläggningar

I vår
verksamhet ska
alla medarbetare
kunna känna
stolthet och
arbetsglädje!







VÅR HÅLLBARHETS- STRATEGI

FN:S GLOBALA MÅL

Förenta Nationerna, FN, har satt upp 17 stycken globala mål, som i sin tur har 169 delmål, för hållbar utveckling. För oss är det naturligt att vårt hållbarhetsarbete knyter an och bidrar till att uppfylla dem. Vi har valt fyra FN-mål och fem delmål som är särskilt relevanta för oss.



MÅL 8. ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Syftet är att arbeta för en varaktig, inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt, full och produktiv sysselsättning med anständiga arbetsvillkor för alla. Målet är relevant för oss både som arbetsgivare och i våra leverantörsrelationer. Vi fokuserar på delmål 8.8, "Skydda arbetstagares rättigheter och främja trygghet och säker arbetsmiljö för alla".



MÅL 12. HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

En stor del av vårt ekologiska avtryck kommer från uttaget av råvaror till produkterna vi tillverkar. Det minskar vi genom att arbeta för cirkulära processer. Vi bidrar även genom att uppmuntra våra konsumenter till att göra hållbara val rörande produkter och till en hållbar livsstil, exempelvis genom underhåll och skötsel för att förlänga livslängden på sitt kök. Här fokuserar vi på delmål 12.5, "Minska mängden avfall markant".



MÅL 13. BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

Att bekämpa klimatförändringarna är en absolut nödvändighet för vår planet och vi prioriterar det högt i vårt hållbarhetsarbete. Även för våra kunder är det en viktig fråga och vi vill självklart infria och gärna överträffa deras förväntningar. Klimatarbetet är dessutom viktigt för oss eftersom vår verksamhet är beroende av välfungerande, livskraftiga ekosystem. Det delmål vi fokuserar på är 13.2, "Integrera åtgärder mot klimatförändringar i politik och planering".

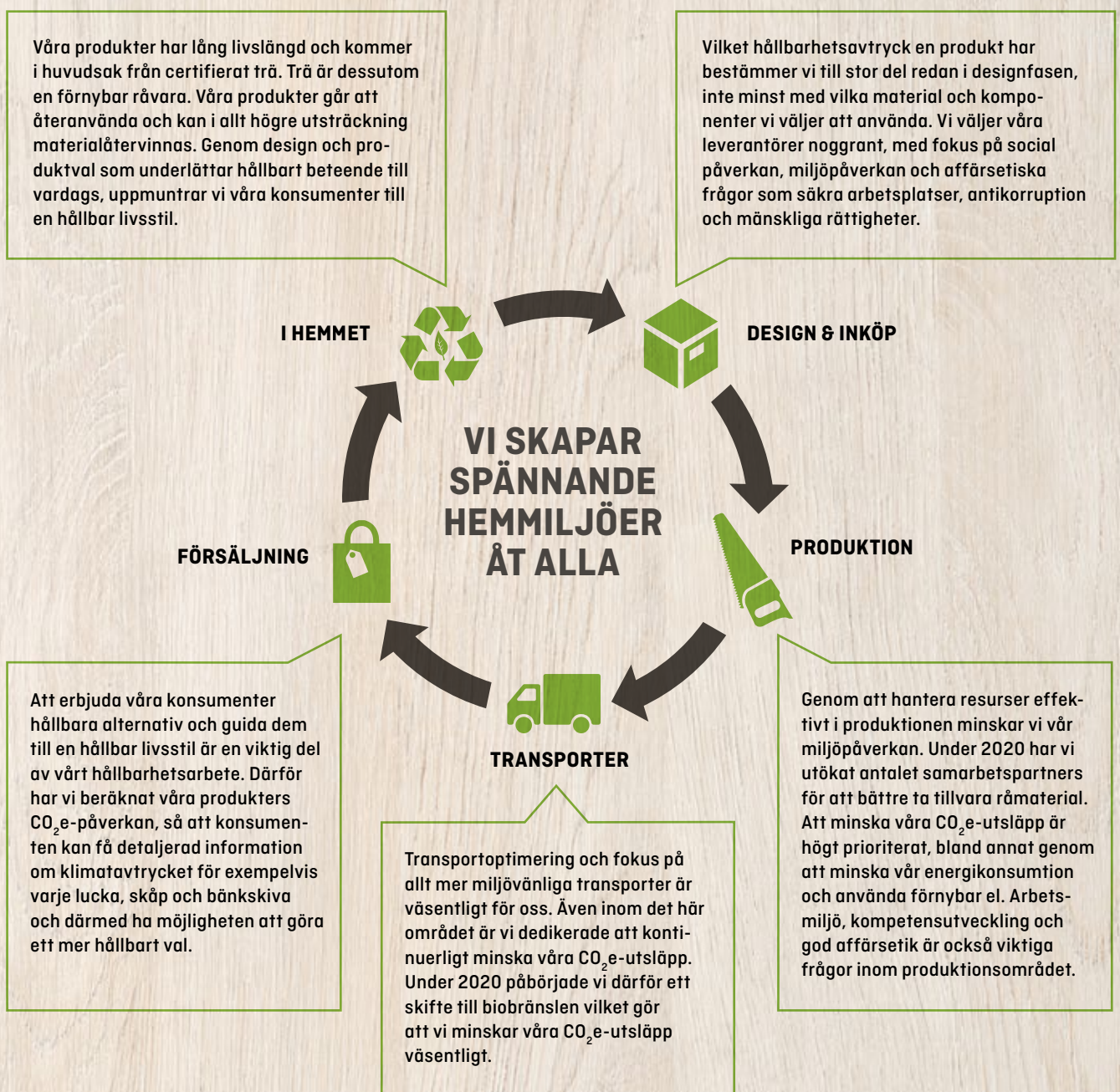


MÅL 16. FREDLIGA OCH INKLUDERANDE SAMHÄLLEN

Det här målet syftar till att skapa inkluderande samhällen utan diskriminering och orättvisor, samt att motverka oetiskt företagande och korruption. Vi vill bidra positivt till de samhällen där vi verkar, både i vår egen verksamhet och tillsammans med våra leverantörer och kunder. De delmål vi fokuserar på är 16.5, "Bekämpa korruption och mutor", och 16.B, "Främja och verkställ icke-diskriminerande politik och lagstiftning".

VÅR VÄRDEKEDJA

Värdekedjan åskådliggör de huvudområden vår verksamhet innefattar, där vi påverkar samhället och miljön på olika sätt. Vi vill göra så goda avtryck som möjligt – och självklart minska de negativa. Vi analyserar värdekedjans olika delar löpande för att kunna fokusera vårt hållbarhetsarbete där det gör allra mest nytta.



LEVANDE HÅLLBARHETS- STRATEGI

Efter noggranna analyser av vår verksamhet, vår omvärld och vår värdekedja vet vi vilken påverkan vi har och vilka risker vi behöver hantera. Därigenom vet vi vilka aktiviteter vi ska driva för att nå kontinuerliga förbättringar inom hållbarhetsområdet. Det har vi sammanfattat i vår hållbarhetsstrategi, som vi illustrerar med ett träd.

Trädets grenar symboliserar strategins tre huvudområden, som detaljeras ytterligare i totalt sju strategiska hållbarhetsinitiativ som samlat utgör de väsentligaste områdena där vi har tydligast förbättringsmöjligheter och där våra aktiviteter ger störst effekt.



OPTIMERA VÅR MILJÖPÅVERKAN

- Cirkulär design
- Reducera CO₂e-utsläpp
- Hållbart skogsbruk



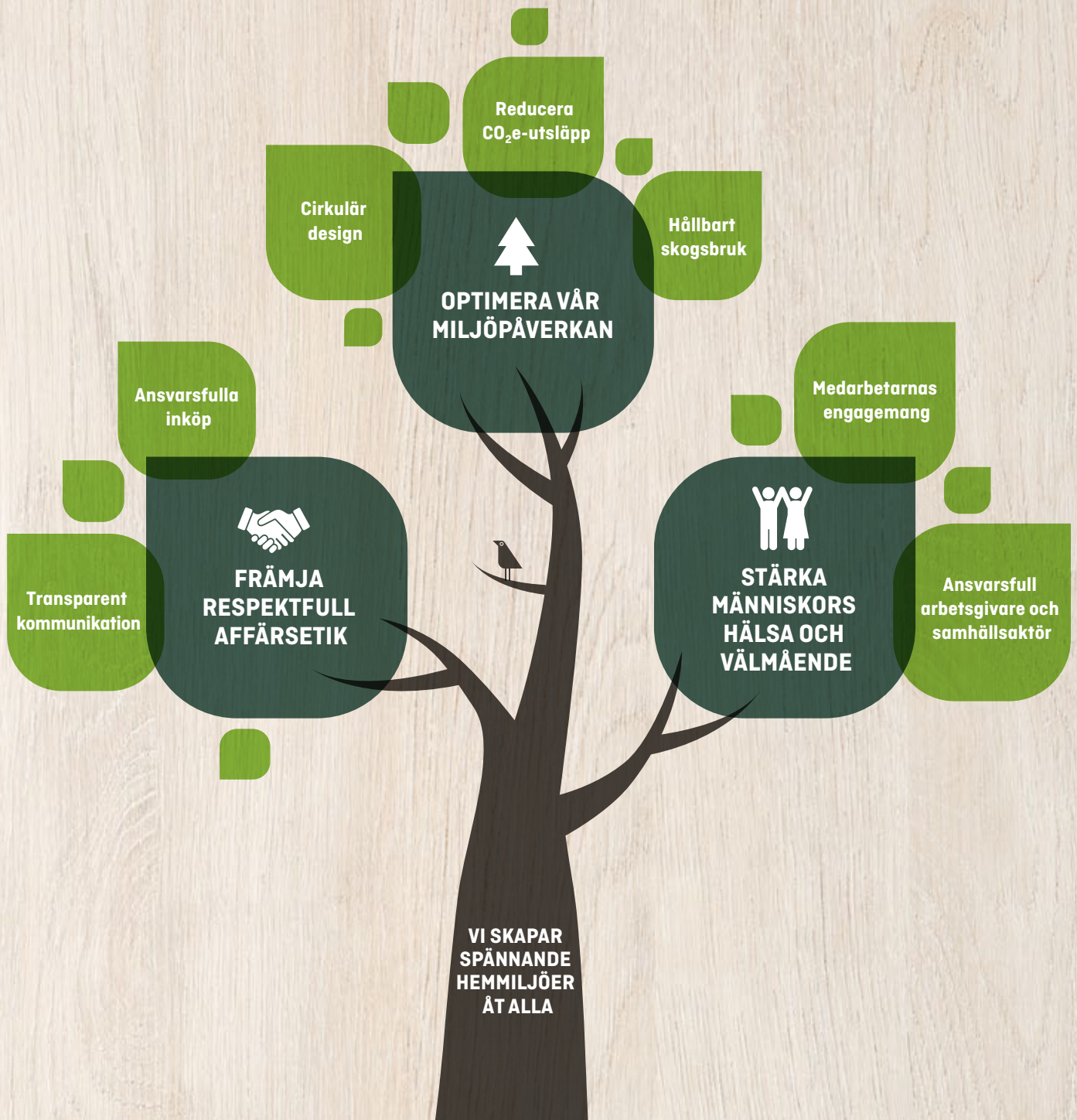
STÄRKA MÄNNISKORS HÄLSA OCH VÄLMÅENDE

- Medarbetarnas engagemang
- Ansvarsfull arbetsgivare och samhällsaktör



FRÄMJA RESPEKTFULL AFFÄRSETIK

- Ansvarsfulla inköp
- Transparent kommunikation



Vår hållbarhetsstrategi
är en integrerad del av vår
affärsverksamhet



OPTIMERA VÅR MILJÖ- PÅVERKAN

Vi strävar efter att minimera materialanvändningen, reducera kemikalierna samt öka möjligheten till cirkularitet genom till exempel återanvändning och återvinning. Att minska vårt klimatavtryck i hela värdekedjan är prioriterat.

För att optimera vår miljöpåverkan har vi valt tre strategiska initiativ: Cirkulär design, Reducera CO₂e-utsläpp och Hållbart skogsbruk.





CIRKULÄR DESIGN

Cirkulär design innebär för oss att vi redan på ritbordet planerar för att produkten ska både hålla länge och återanvändas eller återvinnas i framtiden. Den cirkulära designen påverkar såväl materialval som konstruktion och syftar till att öka resurseffektiviteten och minska miljöpåverkan.



Ambition 2030:

>95 % av våra produkter är möjliga att materialåtervinna, dvs exklusive energiåtervinning

Mål 2022:

>99 % av våra produkter är återvinningsbara, inklusive energiåtervinning

Status 2020:

>98 % av våra produkter är återvinningsbara, inklusive energiåtervinning och 98 % återvinningsbarhet av vitvarorna

Status 2019:

>98 % av våra produkter är återvinningsbara, inklusive energiåtervinning och 98 % återvinningsbarhet av vitvarorna

CIRKULÄR DESIGN – FÖR KÖKETS HELA LIV



Claus Johnsen, Head of Category Management and Design på Kvik

Under 2020 har Kvik prioriterat cirkulär design.

– För att vidta rätt åtgärder och bli mer hållbara behövde vi fördjupa vårt kunnande om de material vi använder, och dessutom lära oss mer om våra leverantörer och deras processer, berättar Claus Johnsen som är Head of Category Management and Design på Kvik.

*Vi har fördjupat
vårt kunnande*

En åtgärd vi gjort i år är att vi uteslutit vissa plastmaterial i ytskikten på skåpsluckorna, eftersom det gjorde att luckorna inte gick att materialåtervinna. Därmed är skåpsluckorna nu helt materialåtervinningsbara, men verklig materialåtervinning beror på respektive lands avfallshanteringssystem.

– Ett exempel på cirkulär design, konstaterar Claus Johnsen och tillägger att denna kunskap banar väg för fler cirkulära produkter.

Stärkt resursutnyttjande genom att såväl återvinna material samt att öka andelen återvunnet material i produkter är viktigt. Genom att material cirkuleras flera gånger minskas miljöpåverkan.

UTMANINGAR KVAR

Kviks köksserie Bordo är redan idag så gott som helt cirkulär, eftersom den både består av hög andel återvunnet material och är helt återvinningsbar. Även serien Ombra närmar sig målet med stora kliv.

– Att använda mer återvunnet material är en utveckling vi påbörjat under 2020, säger Claus Johnsen.

Kviks arbete med cirkulär design fortsätter under 2021, både vad gäller egen produktutveckling och genom utökad samarbete med sina leverantörer.



Rå minimalism möter cirkulär design i köksserien Ombra, som är hundra procent återvinningsbar och tillverkad av en hög andel återvunnet material.





Att tillverka kök som håller så hög kvalitet att de tål att flyttas från bostaden där det först installerades och leva vidare någon annanstans, är en viktig del av den resurseffektivitet Ballingslöv International strävar efter med initiativet cirkulär design. Multiforms begagnat-förmedling från 2020 är ett exempel på bättre resursutnyttjande.

MULTIFORM SATSAR PÅ SECOND HAND



Anita Barner Ibsen, Marknadschef på Multiform

Vi har under året startat vår second hand-förmedling, berättar Anita Barner Ibsen som är marknadschef på Multiform.

Multiform lanserade sin second hand-förmedling 1 juli 2020, och till en början innebär tjänsten, som är kostnadsfri, just en förmedling och inget annat.

– Det är alltså inte så att vi köper upp begagnade kök och säljer dem vidare. I stället kan människor som vill sälja sitt Multiformkök annonsera på vår hemsida och knyta kontakt med köpare.

HÖG KVALITET TILL GLÄDJE FÖR FLER

Utöver att köket får ett nytt liv och produkterna används en gång till, innebär förmedlingen att människor kan köpa ett Multiformkök för ett pris som är betydligt lägre än för ett nytt.



– Vi når en målgrupp som är ny för oss, de är yngre och mycket intresserade av att leva på ett miljömässigt hållbart sätt. Därför passar det dem bra att kunna köpa ett kvalitetskök till begagnatpris, säger Anita Barner Ibsen och fortsätter:

– Förmedlingen är en viktig del i Multiforms hållbarhetsarbete, som också ger oss en naturlig möjlighet att bygga relationer med våra kunder. Den dagen second hand-köparen vill





Ett riktigt bra kök tål att flyttas mellan olika hem och användas av flera generationer.

investera i ett nytt kök, är relationen till Multiform redan etablerad. Genom att förmedla begagnade kök sänder vi ett starkt budskap om att våra kök håller allra högsta kvalitet, både tekniskt och estetiskt.

På sikt lönar sig second hand för alla

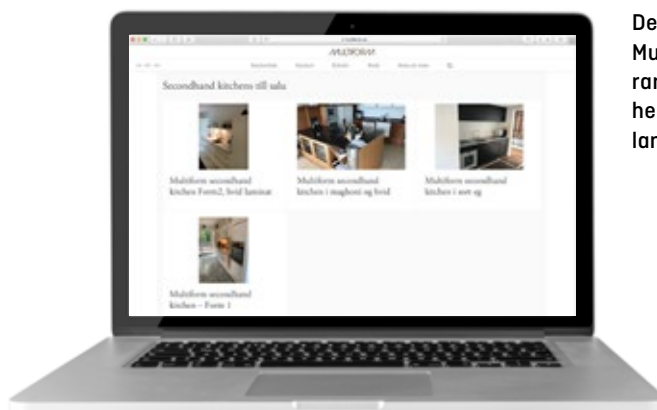
Även om second hand-verksamheten endast förmedlar kontakt i dagsläget, finns det gott om idéer för framtida utveckling.

– Det kommer att växa fram, säger Anita Barner Ibsen.

Har ni fått några reaktioner från omvärlden?

– Ja, medier från hela Danmark har hört av sig med nyfikna frågor! En del undrar om vi inte konkurrerar med oss själva på det här sättet, men det tycker vi inte alls. På sikt lönar sig second hand för alla, även oss.

– Multiforms kök är "handcrafted to last for generations", det står vi för! avslutar Anita Barner Ibsen.



Den som vill sälja sitt Multiformkök annonserar gratis på Multiforms hemsida. Tjänsten lanserades i juli 2020.



REDUCERA CO₂E-UTSLÄPP

Vi har alla ett ansvar i arbetet med att begränsa utsläppen och den globala temperaturhöjningen. För att förstå våra CO₂e-utsläpp påbörjade vi 2018 en utförlig mätning av våra utsläpp av växthusgaser, hos samtliga affärsenheter. Vi vill bidra till en grön och hållbar omställning av hela köksbranschen.

Genom att vi gjort kompletta livscykelanalyser (LCA:er) av våra produkter (produkternas fulla scope 1, 2 och 3) vet vi exakt var och hur miljöpåverkan uppstår och därmed vad vi ska göra för att reducera den. Dessutom har vi genomfört CO₂e-beräkning enligt Greenhouse Gas Protocol för tredje året i rad, för scope 1, 2 och en del av scope 3. Ambitionen är att beräkna scope 3 fullt ut framöver.

Med det samlade faktaunderlag vi har, ser vi att vi får reducerat våra CO₂e-utsläpp effektivast genom att prioritera konkreta åtgärder som att gå över till fossilfri elektricitet och uppvärmning samt fossilfria transporter.

VÄGEN MOT NETTO NOLL

Långsiktiga åtgärder för att reducera CO₂e-utsläppen är viktigt, men ännu viktigare är det att agera här och nu. Därför är det vår ambition att uppnå klimatneutrala produktionsanläggningar redan 2021! Vi har redan minskat våra CO₂e-utsläpp med 49 procent (scope 1 och 2) jämfört med 2018. För att nå netto noll genomför vi investeringar och aktiviteter som reducerar våra CO₂e-utsläpp ytterligare. Därefter kommer vi att investera i så kallad carbon removal, i form av biokol. Carbon removal innebär att koldioxid tas bort från atmosfären.

LEVERANTÖRSKEDJAN OCH FÖRNYBAR ENERGI LEDER TILL FRAMGÅNG

Våra leverantörers CO₂e-utsläpp är en central del i scope 3, vilket innebär att det krävs nära samarbete för att lyckas reducera våra produkters CO₂e-påverkan. Därför har vi inlett fördjupade dialoger med våra leverantörer, och gjort analyser av deras hållbarhetsarbete och CO₂e-påverkan, under 2020. Arbetet fortsätter under 2021 med ambitionen att reducera leverantörernas CO₂e-utsläpp med 50 procent, över tid.

Produktlivscykelanalyserna visar tydligt att den enskilt mest betydelsefulla åtgärden som våra kunder och konsumenterna kan göra, är att till 100 procent välja förnybar el och energi. Kvik, som via sitt franchisekoncept har butiker i Norden samt i Nederländerna, Belgien, Frankrike, Spanien och Thailand har hittills uppnått en butiksandel på mer än 85 procent som använder 100 procent förnybar el.



Ambition 2030:

CO₂e < 2 000 ton (-70 % vs 2018),
scope 1 och 2, enligt GHG

Mål 2022:

CO₂e < 4 000 ton (-40 % vs 2018),
scope 1 och 2

Status 2020:

CO₂e: 3 375 ton (-49 % vs 2018),
scope 1 och 2

Status 2019:

CO₂e: 5 545 ton (-16 % vs 2018),
scope 1 och 2

VÅR VÄG TILL CO₂E-REDUKTION

För att reducera våra CO₂e-utsläpp markant, prioriterar vi följande fem områden.

- 1. Förnybar el** – vi väljer att använda 100 procent förnybar el, vilket innebär minimalt med CO₂e-utsläpp. Vi strävar efter att våra leverantörer, kunder och konsumenterna gör samma val
- 2. Förnybar uppvärmning** – vi investerar för att uppvärmningen av våra produktionsanläggningar ska ske på ett så klimatneutralt sätt som möjligt
- 3. Fossilfria transporter** – vi följer transportutvecklingen och väljer i möjligaste mån fossilfria transporter
- 4. Hög kvalitet** – våra produkter håller länge och kan användas om och om igen, vilket minskar behovet av att tillverka nya produkter och sålades reduceras miljöpåverkan
- 5. Kloka materialval** – vår djupa LCA-kunskap sätter grunden för produktutveckling och utökade leverantörssamarbeten

STORA SATSNINGAR FÖR MINSKAD KLIMATPÅVERKAN



Henric Fransson, VD Ballingslöv



Erik Pråmell, Transportchef på Ballingslöv

För att kunna prioritera rätt aktiviteter för att reducera sina egna CO₂e-utsläpp, genomförde Ballingslöv en CO₂e-beräkning enligt Green House Gas Protocol, scope 1 och 2, i början av 2020. Resultatet pekade tydligt ut två områden att fokusera på: uppvärmningen av fastigheterna, 64 000 kvadratmeter i Ballingslöv, och transporterna med företagets 22 lastbilar.

– Vi kommer att byta ut värme-pannan, under 2021. Uppskattningsvis kommer det att minska CO₂e-utsläppen från uppvärmningen med minst 75 procent, berättar Henric Fransson som är vd på Ballingslöv.

– På sikt vill vi kunna reducera CO₂e-utsläppen från uppvärmningen helt och hållet. Att arbeta med hållbarhetsfrågorna, inte minst då

klimatavtrycket, är viktigt för oss. Utan det är vi inte relevanta på marknaden långsiktigt, säger han.

Vidare är det viktigt att reducera den negativa miljöpåverkan som transporter har.

– Vi äger våra lastbilar och har därmed goda möjligheter att ställa om och prioritera biodrivmedel. För oss, liksom för samhället i stort, är det viktigt här och nu med fortsatt utbyggnad av fossilfria bränslestationer, säger Henric Fransson.

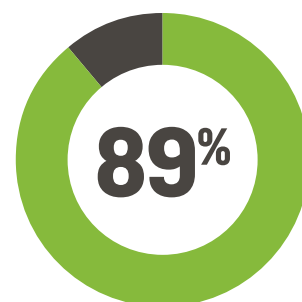
– När vi under 2020 behövde byta fem av våra lastbilar passade vi på att prioritera hållbarhetsaspekten. Därför blev det lastbilar som vi kan köra på RME, ett biobränsle som man gör av raps, säger Erik Pråmell, transportchef på Ballingslöv, och fortsätter:

– Vi bestämde oss också för att börja köra resterande lastbilar på HVO, en förnybar biodiesel som gör att utsläppen minskar radikalt.

Satsningen har inneburit att andelen biobränsle i företagets utgående transporter ökat från 3 procent 2019 till 31 procent för 2020.

– Under sista kvartalet 2020 nådde vi 89 procent!

– Hundra procent går inte att nå på kort sikt, eftersom det fortfarande är begränsat med tankstationer med RME och HVO. Det innebär att vi ibland måste tanka en mindre mängd vanlig diesel för att kunna köra hem efter en leverans. Vi planerar alla våra transporter för att kunna maximera körningen på biobränsle, vilket förutsätter dedikerat av engagemang och vilja hos våra chaufförer. De gör ett jättejobb med att minska våra utsläpp, understryker Erik Pråmell.



Andelen biobränsle i företagets utgående transporter har ökat från 3 procent 2019 till 31 procent för 2020. Under sista kvartalet 2020 var andelen 89 procent!

GREENHOUSE GAS PROTOCOL

GHG-protokollet utvecklades av World Resources Institute (WRI) och World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) som en global standard för mätning, hantering och rapportering av växthus-

gasutsläpp. Protokollet omfattar de sex växthusgaser som identifierats i Kyotoprotokollet. Dessa räknas om till och redovisas i koldioxidekvivalenter (CO₂e). GHG-protokollet delar upp utsläppet i scope 1, 2 och 3:

Scope 1 – Direkta utsläpp från egna eller kontrollerade källor

Scope 2 – Indirekta utsläpp som uppstår vid produktion av inköpt energi

Scope 3 – Indirekta utsläpp som uppstår uppströms och nedströms i värdekedjan



HÅLLBART SKOGSBRUK

Med hållbart skogsbruk menas förvaltning och nyttjande av skog och skogsmark på ett sådant sätt och i en sådan takt att dess biologiska mångfald, produktivitet, föryngringskapacitet, vitalitet och förmåga att både nu och i framtiden fylla viktiga ekologiska, ekonomiska och sociala funktioner på lokal, nationell och global nivå bevaras, utan att andra ekosystem skadas.



Ambition 2030:

100 % certifierat trä i våra produkter

Mål 2022:

100 % certifierat trä i våra produkter

Status 2020:

96 % certifierat trä i våra produkter

Status 2019:

47 % certifierat trä i våra produkter

CERTIFIERAT TRÄ VÄXER STADIGT



Lars-Erik Fabricius Nielsen,
Inköpschef på DFI-Geisler

Människans sätt att bruka skogen är en av vår tids stora, globala utmaningar. Det räcker nämligen inte att träråvaran i sig är hållbar, själva skogsbruket måste också vara det. Hållbart skogsbruk innebär att man förvaltar och nyttjar skogen på ett sådant sätt att man bevarar dess biologiska mångfald och föryngringskapacitet så att den förblir vital och produktiv, utan att skada andra ekosystem. Då kan den fortsätta att fylla viktiga ekologiska, ekonomiska och sociala funktioner både lokalt och globalt.

Därför är det centralt i Ballingslöv Internationals hållbarhetsstrategi att köpa träråvara och träprodukter från certifierat hållbart skogsbruk, närmare bestämt skogsbruk med de oberoende certifieringarna FSC och PEFC.

DFI-Geisler går steget längre

DFI-Geisler som tillverkar bänkskivor och köper mycket träråvara började gå över till certifierat trä redan 2010 och har kommit långt sedan dess. Företaget tillverkar kring 90 000 bänkskivor årligen, varav cirka 83 procent består av träråvara och resten av sten och andra material. Inköpschef Lars-Erik Fabricius Nielsen berättar:

– Utöver massivt trä är alla laminat och spånskivor som vi köper in FSC-certifierade.

– Vi startade den här resan för att det var viktigt för DFI-Geisler att erbjuda miljövänliga och hållbara bänkskivor, något många av våra kunder har uppskattat mycket. Att vi nu också kan leverera certifierade laminatbänkskivor är ett viktigt steg på vägen mot hållbarhet, säger han och fortsätter:



– Vi har alla ett ansvar när det gäller vår planet. Skogsbruket har stor betydelse för de globala klimatförändringarna, där vi vill säkerställa hållbart skogsbruk.

Vi har dessutom gått ett steg längre, allt träbaserat material vi köper är antingen FSC- eller PEFC-certifierat. Det gäller pallar, papper, kartong, med mera, avslutar Lars-Erik Fabricius Nielsen.

OM CERTIFIERINGARNA

FSC

Forest Stewardship Council är en oberoende medlemsorganisation som verkar för ett miljömässigt, socialt och ekonomiskt livskraftigt bruk av världens skogar.

PEFC

Programme for the Endorsement of Forest Certification garanterar att PEFC-certifierade skogar sköts enligt det europeiska samarbetet Forest Europe's kriterier för hållbart naturvårdsanpassat skogsbruk.



STÄRKA MÄNNISKORS HÄLSA OCH VÄLMÅENDE

Vi strävar efter att göra det möjligt för våra anställda att nå sin fulla potential, som en del i ett vinnande team, i en säker och hälsosam arbetsmiljö. Att vara "A great place to work" och ta vårt ansvar som en viktig arbetsgivare och vara en god samhällsaktör är mycket viktigt för oss.

För att stärka människors hälsa och välmående har vi valt två strategiska initiativ: Medarbetarnas engagemang och Ansvarsfull arbetsgivare och samhällsaktör.



STÄRKA
MÄNNISKORS
HÄLSA OCH
VÄLMÅENDEAnsvarsfull
arbetsgivare och
samhällsaktör

MEDARBETARNAS ENGAGEMANG

Våra medarbetares engagemang är helt avgörande för att lyckas med vår affärsidé "Vi skapar spännande hemmiljöer åt alla". För att få medarbetarnas engagemang fokuserar vi på ansvarsfullt ledarskap, liksom byggandet av en inspirerande och respektfull företagskultur där ledarskapet präglas av samarbete, målstyrning och en genuin vilja att få våra medarbetare att stärkas och utvecklas, som en del i ett vinnande team. En hälsosam och säker arbetsmiljö är en självklarhet och lika viktigt är jämlikhet och rättvisa samt jämställdhetsfrågor, exempelvis fördelningen mellan män, kvinnor och bakgrund i syfte att nå en bra balans.

**Ambition 2030:**

Engagemangsindex GPTW: > 80

Mål 2022:

Engagemangsindex GPTW: > 80

Status 2020:

Engagemangsindex GPTW: 71

Status 2019:

Engagemangsindex GPTW: 70

TILLSAMMANS PÅ DISTANS



Isabella Wärvik, HR-chef
på Ballingslöv

Coronapandemin har inneburit hemarbete i en omfattning vi aldrig upplevt tidigare, vilket fört med sig både utmaningar och möjligheter. Att inte träffas i verkliga livet påverkar människors känsla av tillhörighet, gemenskap och engagemang – viktiga sociala aspekter av arbetet som lätt blir lidande när de naturliga kontaktytorna faller bort. Isabella Wärvik som är HR-chef på Ballingslöv menar att det gäller att hitta sätt att kompensera:

- De som fått ställa om till att jobba mestadels hemifrån har alla gått över till digitala former för morgonsamlingar och avstämningar, men också mer utpräglade sociala funktioner som fika-pauser, korridorsnack och After Work.
- Och vi upprättade snabbt en

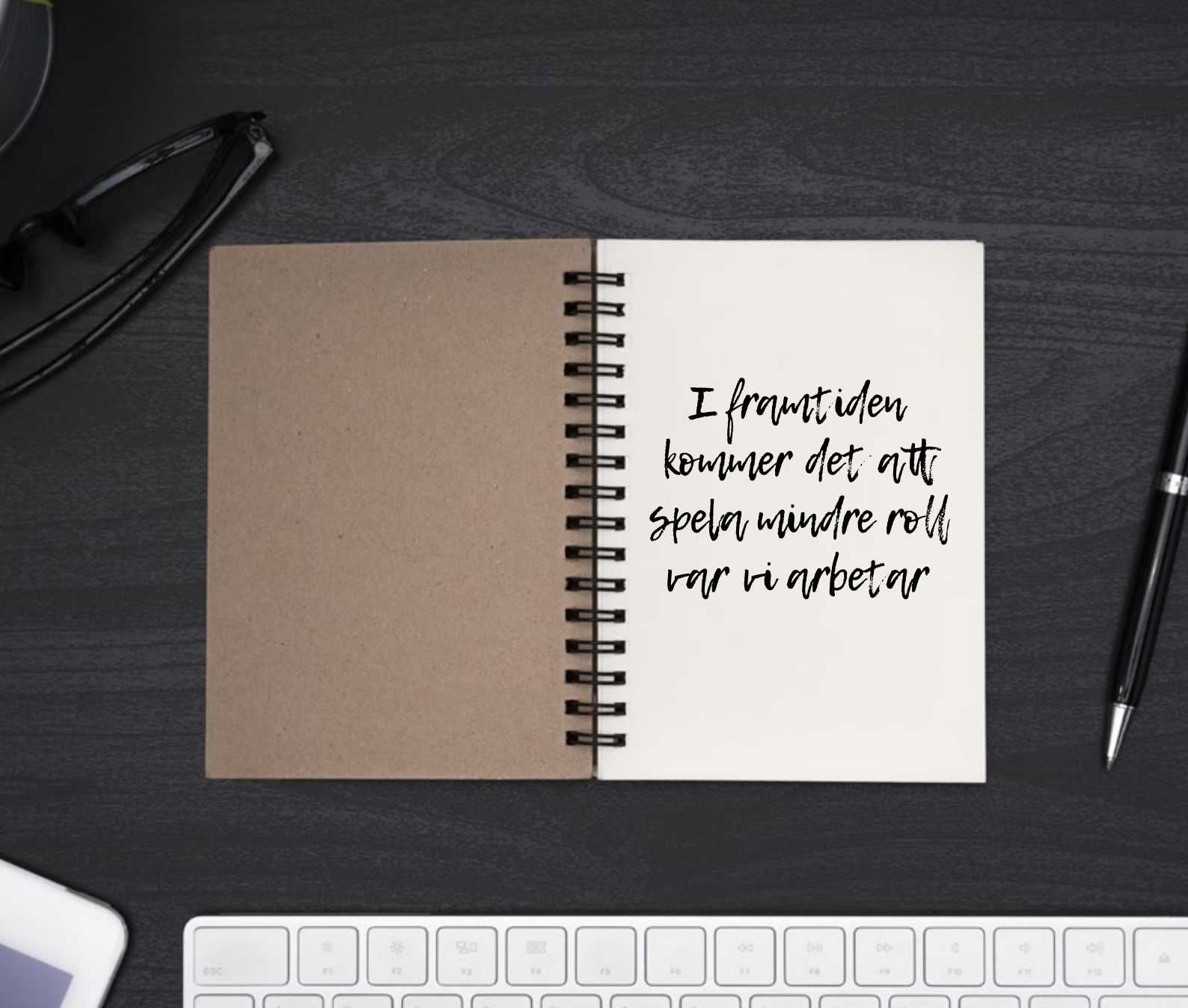
coronasida på vårt intranät med regelverk, information, råd och tips. Vi har även tillhandahållit stöd från psykolog om det behövts.

– Praktiska utmaningar som rör till exempel ergonomi och dylikt på arbetsplatsen har vi också fått lösa efter hand. De erfarenheter vi får med oss från den här tiden kommer att förändra hur vi organiserar oss kring arbetet i framtiden, berättar Isabella Wärvik.

MÅNGA MÖJLIGHETER

I en framtid där hemarbetet inte är påtvingat utan frivilligt, finns det många goda möjligheter att ta tillvara, det visar erfarenheten från pandemin.

- Ett exempel är att vardagspendlandet minskar, många tycker det är skönt att slippa resorna och



I framtiden
kommer det att
spela mindre roll
var vi arbetar

det minskar också miljöbelastningen. En annan sak är större flexibilitet mellan arbetet och fritiden, säger Isabella Wärvik och utvecklar:

– I framtiden kommer det att spela mindre roll var vi arbetar, och mellan vilka klockslag. I stället blir fokus att vi levererar ett gott arbete i rätt tid. Vi kommer att bli bättre på att veta vad som lämpar sig för distansarbete och när vi behöver träffas. Det innebär att det blir ännu viktigare med ett vältränat ledarskap med chefer som är både exekutiva och empatiska. Organisationen kommer att fokusera på mål, välmående och att odla gemenskap och tillit, avslutar hon.

GREAT PLACE TO WORK

Ballingslöv International genomför årligen medarbetarundersökningen Great Place to Work (GPTW) där alla anställda i koncernen ombeds att delta. Cirka tiotusen organisationer i 90 länder runt om i världen genomför samma undersökning, vilket ger bra möjligheter att jämföra sig med andra och med branschgenomsnittet på undersökningens fem områden: trovärdighet, Respekt, Rättvisa, Stolthet och Kamratskap. Resultaten ställs samman på avdelnings-, bolags- och koncernnivå.

Andelen som deltog i vår undersökning 2020 var 87 procent, jämföra med 88 procent året innan. Det sammanfattande resultatet nådde 71 procent jämfört med 70 procent föregående år. Mot bakgrund av att undersökningen genomfördes mitt under pandemin är det glädjande både att deltagande var högt och att resultatet förbättrades. Resultatet har analyserats och åtgärdsplaner utarbetats, vilka kommer genomföras under den kommande perioden.

ANSVARSFULL ARBETSGIVARE OCH SAMHÄLLSAKTÖR

För oss är det ytterst viktigt att agera ansvarsfullt gentemot såväl våra medarbetare som de lokala samhällena och globalt. Vi är stora arbetsgivare på mindre orter, vilket gör att vi har en betydelsefull roll vad gäller arbetstillfällena och samhällsmässiga aspekter.



Ambition 2030:

Minst ett initiativ med positiv social påverkan, per affärsenhet och år

Mål 2022:

Minst ett initiativ med positiv social påverkan, per affärsenhet och år

Status 2020:

Samtliga affärsenheter har haft ett flertal initiativ, dock påverkade av pandemin, därav främst praktik- och lärlingsplatser

Status 2019:

Samtliga affärsenheter har haft ett flertal initiativ, såsom praktikplatser, lärlingsplatser, hjälp till utsatta och minskad nedskräpning

VIKTIGAST I PANDEMIN – ATT BRY SIG OM



Eric Prescott, VD på PaulaRosa Manhattan

Pandemin har påverkat oss alla, i olika grad och omfattning.

PaulaRosa Mannhattans medarbetare arbetar huvudsakligen i tillverkningen i fabriken, med installationer ute hos kund eller i kontorsmiljö, vilket kräver parallella strategier för att möta pandemin.

– Sedan i mars 2020 har alla som kan arbeta hemifrån gjort det, allt för att minimera smittorisken och skydda de medarbetare som arbetar i vår

fabrik och inte kan arbeta hemifrån, berättar Eric Prescott som är vd på PaulaRosa Manhattan.

PRAKTISKA LÖSNINGAR

Många av de utmaningar som uppstod med arbetet hemifrån var av praktisk natur och kunde lösas tämligen snabbt och effektivt:

– Vi har sett till att våra medarbetare har fått ergonomiska skrivbord och stolar, utrustning som klarar videomöten och eventuellt annat som krävs för att kunna arbeta effektivt, säger Eric Prescott och berättar om hur man använt olika digitala hjälpmedel för att återskapa åtminstone en del av det sociala samspel som



Medarbetarna på PaulaRosa Mannhattans fabrik i Lancing hjälper till att hålla smittan i schack genom att testa sig för Covid-19 varje vecka.



Alla som har möjlighet har jobbat hemifrån under coronapandemin, som drabbat Storbritannien mycket hårt. Medarbetare som måste jobba på plats skyddar varandra genom social distans, munskydd och dagliga temperaturmätningar.

finns naturligt på arbetsplatsen:

- Vi tillbringar mycket tid i video-samtal med varandra, och vi har börjat använda olika appar där vi kan kommunicera med varandra, sprida nyheter och dela information. Alla har apparna i telefonen, även de personer som varit permitterade. Vi vill inte att någon ska känna sig övergiven för att vi befinner oss i social lockdown, säger han och fortsätter:

- Vi gör trevliga saker som att organisera digital fika och vi har skickat hem små gåvor vid högtider. Det är ett sätt att bevara känslan av gemenskap. Men vi har också utbildat chefer till att upptäcka om någon mår dåligt av isolering och stress och att ta tag i det. I vanliga fall kan vi gå åt sidan, ta en kopp te och prata. Nu måste vi göra detta på ett mer organiserat sätt.

PaulaRosa Manhattan erbjuder också alla medarbetare appen Life-Works, där den som vill kan kontakta terapeuter att prata konfidentiellt med.

TESTER OCH DISTANS I FABRIKEN

I tillverkningen, som ju är helt nödvändig för företagets affärer, finns inget val – här måste arbetet ske på plats.

- Vi är färre än vanligt, för det första. Sedan har vi gjort en del praktiska förändringar i lokalerna, till exempel organiserat personalmatsalen så att alla ska kunna hålla tillräckligt avstånd från varandra. Och alla arbetar med munskydd på, berättar Eric Prescott.

- Men det kanske viktigaste vi gör för att hindra smittspridning är testningen. Var och en testas för covid-19 en gång i veckan, och temperaturtestas

varje dag när de kommer till jobbet. Vi är också mycket strikta med att hålla isär våra medarbetare från exempelvis externa chaufförer som kommer från hela Europa med leveranser.

Den kanske mest utsatta gruppen är medarbetarna i de arbetslag som reser runt till byggplatser i hela landet och de som gör underhållsarbeten i bostäder, utvecklar han.

- Vi anstränger oss extra för att säkra rätt skyddsutrustning för den gruppen. Det är också viktigt att kommunicera med kunden för att garantera att våra medarbetare kan arbeta säkert.

- Allt sammantaget har arbetet med personlig säkerhet fungerat mycket bra tack vare det engagemang och ansvar alla medarbetare visat.



FRÄMJA RESPEKTFULL AFFÄRSETIK

Att främja respektfull affärsetik betyder för oss att vi värnar om medarbetarnas rättigheter, uppmuntrar ärlighet och delaktighet samt arbetar för att motverka diskriminering, mutor, korruption och barnarbete. Vi arbetar kontinuerligt med att säkerställa vår interna affärsetik och fokus ligger på beteenden som gör att vi agerar korrekt.

För att främja respektfull affärsetik har vi valt två strategiska initiativ: Ansvarsfulla inköp och Transparent kommunikation.



ANSVARSFULLA INKÖP

Att säkerställa ansvarsfulla inköp är mycket viktigt för oss. Vi fokuserar på en transparent och hållbar försörjningskedja avseende såväl medarbetare som miljö och samhälle.

Vi har analyserat vår värdekedja för att identifiera risker för bristande arbetsförhållanden, brott mot mänskliga rättigheter samt korruption. Vår uppförandekod är en central del i säkerställandet av ansvarsfulla inköp och respektfull affärsetik. Sedan 2019 har vi fört fördjupade dialoger med våra leverantörer och genomfört en årlig hållbarhetsenkät, för att få kunskap om våra leverantörers hållbarhetsarbete, där vi främst fokuserar på goda arbetsförhållanden, ökad cirkularitet och minskad CO₂e-påverkan.



Ambition 2030:

Samtliga medelstora* leverantörer ska ha accepterat vår uppförandekod
Revision utförd på samtliga relevanta leverantörer utifrån genomförd riskbedömning

Mål 2022:

Samtliga större** leverantörer ska ha accepterat vår uppförandekod
Revision utförd på 20 relevanta leverantörer utifrån genomförd riskbedömning

Status 2020:

100 % av våra större leverantörer har accepterat vår uppförandekod

Status 2019:

100 % av våra större leverantörer har accepterat vår uppförandekod

*Inköpsvolym per affärsenhet
>200 TEUR

**Inköpsvolym per affärsenhet
>300 TEUR

DIALOG FÖR STÄRKT AFFÄRSETIK



Staffan Jönsson, koncernens
Chief Sourcing Officer

Eftersom mer än 98 procent av leverantörerna, med drygt 99 procent av inköpsvolymen, finns i Europa, är riskerna för bristande arbetsförhållanden, brott mot mänskliga rättigheter och korruption hos leverantörerna relativt låga.

– Men vi vill vara pådrivande när det gäller hållbarhet och affärsetik och lyfter därför aktivt hållbarhetsfrågorna med våra leverantörer, berättar Staffan Jönsson som är koncernens Chief Sourcing Officer.

– Mycket av arbetet med att säkerställa och sprida god affärsetik i försörjningskedjan bygger på vår uppförandekod, men även på riskanalyser, säger han.

FÖRDJUPAD DIALOG

Ett ytterligare steg i hållbarhetsarbetet togs 2019 då en hållbarhetsenkät skickades ut till våra direktmaterialleverantörer. För 2020 besvarades enkäten av 134 leverantörer, vilka står för drygt 87 procent av koncernens direktmaterialinköp. Motsvarande siffror för 2019 var 114 leverantörer som stod för 85 procent av direktmaterialinköpen.

– Hållbarhetsenkäten är viktig för

att vi ska kunna följa våra leverantörers hållbarhetsarbete, och de fördjupade hållbarhetsdialogerna är ett viktigt sätt att delge vår hållbarhetsstrategi och stötta leverantörerna i vår gemensamma hållbarhetsresa, fortsätter Staffan Jönsson.

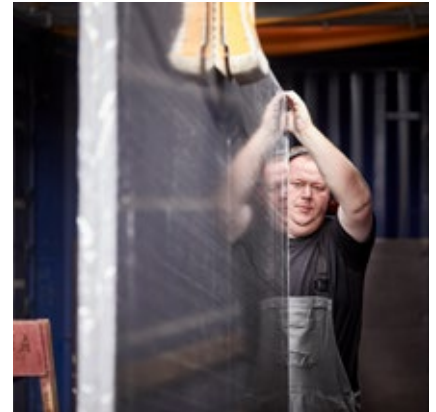
Resultatet av 2020 års enkät visar att fler leverantörer mäter sina CO₂e-utsläpp, men också att det finns osäkerhet kring definitioner och scope.

– Glädjande är dock att allt fler leverantörer prioriterar fossilfri energi. Den viktade andelen totalt direktmaterial som producerats med fossilfri energi uppnår 46 procent för 2020, en väsentlig ökning sedan 2019 då andelen var 29 procent, säger han.

– Vi följer också andelen återvunnet material i våra produkter och även här ser vi en ökning 2020 jämfört med 2019. Vi vill, tillsammans med våra leverantörer, göra hela försörjningskedjan mer hållbar, avslutar Staffan Jönsson.

Vatten är en av våra viktigaste naturresurser. Därför bestämde sig DFI-Geisler för att minska vattenförbrukningen i stembänksproduktionen.

- Under 2020 har vi investerat i en anläggning som reducerar förbrukningen med hela 70 procent, säger Jesper Sørensen som är produktionschef på DFI-Geisler.



VATTENBESPARING ATT VARA STOLT ÖVER



Jesper Sørensen, Produktionschef på DFI-Geisler

DFI-Geisler tillverkar högkvalitativa bänkskivor i många olika material, bland dem laminat, trä och sten. Det är produktion av stembänkskivor som förbrukar mycket vatten, för verktygen som skär och slipar stembänkskivorna utsätts för kraftig friktion och måste därför ständigt kylas med vatten. Kylvattnet måste vara rent för att resultatet ska bli bra, och vattnet som rinner bort är fullt av stenpartiklar. Eftersom företaget tillverkar drygt 20 000 bänkskivor i sten varje år, förbrukas mycket vatten – nästan 16 000 kubikmeter, före installationen av den nya anläggningen:

- Lösningen blev att leda kylvattnet till en särskild tank där alla stenpartiklar sjunker till botten. Det rena vattnet leds sedan tillbaka till produktionen där det kan kyla maskiner om och om igen. Metoden har minskat vår vattenförbrukning med 70 procent, säger Jesper Sørensen. Att återvinna allt vatten i produktionen är önskvärt men tyvärr inte möjligt.

- En del vatten hamnar oundvikligen på golv och på arbetsytor, men vi nöjer oss inte med 70 procent, målet är 80. För att nå det tittar vi bland annat på möjligheten att samla upp regnvatten och använda det i processen, säger Jesper.

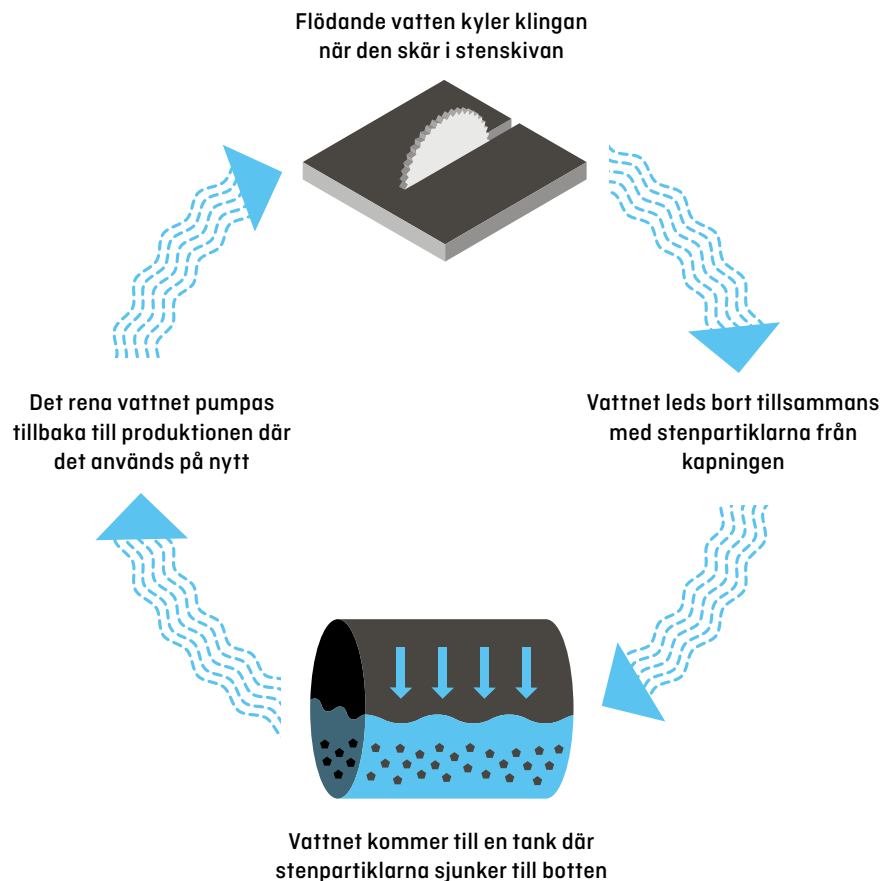
HÅLLBARHET VÄGER TUNGT

Enligt DFI-Geisler lönar sig investeringen i vattenåtervinning inte bara miljömässigt utan också ekonomiskt, och det från driftsättningens första

dag som var i juni 2020 – men det var hållbarhetsvinsten som drev satsningen på vattenåtervinning.

- Ja, helt klart. Ekonomiskt räknar vi hem investeringen på ett år, men motivet var inte att tjäna pengar. Hållbar produktion är långsiktigt mycket viktigt, säger Jesper Sørensen.

- Vattnet vi återanvänder motsvarar årsförbrukningen i hundra vanliga hushåll. Det är något alla i företaget kan berätta om och vara stolta över, avslutar han.



TRANSPARENT KOMMUNIKATION

Med transparent kommunikation menar vi att vi ska fortsätta kommunicera på ett ärligt och transparent sätt, såväl internt som externt, och vi ska ta vårt ansvar för att dela kunskap och medvetenhet gällande hållbara val. Vi vill skapa förutsättningar för ett hållbart vardagsliv, här och nu samt för kommande generationer, oavsett relation till oss – medarbetare, samarbetspartner, leverantör, kund, samhällsmedborgare eller annan intressent.

ÖPPENHET BYGGER FÖRTROENDE



Helle Fyllgraf, Marknads-
direktör på JKE Design

Hos JKE Design arbetar man med ledord som ärlighet och öppenhet i all kommunikation, både internt på företaget och externt till kunder och andra intressenter. Helle Fyllgraf, som är marknadsdirektör på JKE Design, berättar:

– Vi kommunicerar ärligt, autentiskt och faktabaserat om produkterna, verksamheten och om hållbarhetsfrågor. Den kommersiella kommunikationen stöttar vi med PR-insatser för att nå ut bredare och vi använder ofta video för att tilltala fler.

– Samma sak gäller internt. Vi använder nyhetsbrev, bildskärmar, personalmöten och mycket annat. Under pandemin har vi skickat veck-

obrev för att hålla alla uppdaterade. Visst kan det vara en extra utmaning att förmedla negativa nyheter, men vi kommunicerar öppet och allsidigt även när det är utmanande.

DIREKTKONTAKT MELLAN KUNDER

JKE Design har genom åren satsat mycket på att kommunicera om sina produkter och tjänster med hjälp av kundberättelser, där kunder berättar om sin kontakt med JKE Design.

– Det är ett modernt och trovärdigt sätt att kommunicera, människor litar inte så mycket på reklambudskap utan vill ha information från verkliga historier och riktiga människor. Berättelserna är äkta, kunderna ställer upp utan ersätt-



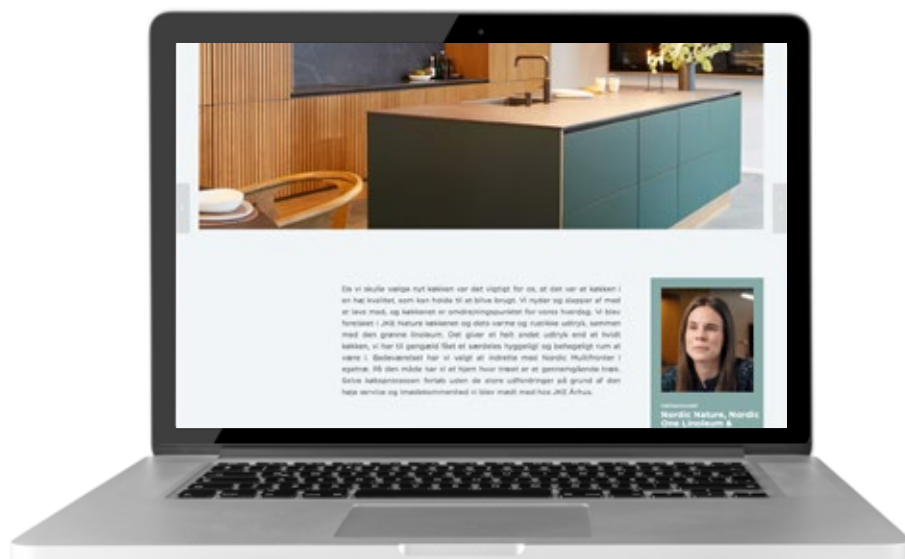
Kundberättelser från verkliga livet är en viktig del av JKE Designs kommunikation, som bygger på trovärdighet. Kunderna som deltar berättar med egna ord om sin köpresa och sitt kök.

ning och berättar med egna ord, säger Helle Fyllgraf och fortsätter:

– Vi har också startat onlineplattformen KitchenOwners, där kunder och eventuellt blivande kunder kan få direktkontakt med varandra. Den öppenheten visar att vi tror på våra produkter och ger oss trovärdighet.

Kundberättelserna och öppenheten ger eko även internt, konstaterar Helle Fyllgraf:

– Medarbetarna känner stolthet när de tar del av kundernas berättelser och ser det goda resultatet av sitt eget arbete. De är också stolta över att arbeta för ett varumärke med substans och över hur långt vi kommit på vår hållbarhetsresa.



Plattformen KitchenOwners är ett sätt för JKE Design att visa att man tror på sina produkter: här kan människor som funderar på att köpa kök ställa frågor direkt till tidigare kunder.

VD-ORD



Nu har du läst Ballingslöv Internationals hållbarhetsredovisning för 2020 och jag hoppas att du fått med dig mycket matnyttigt. Om du läst för att du är kund hos oss hoppas jag att du känner dig trygg och nöjd med ditt val och att du gärna återkommer. Om du läser som leverantör, har du

Att guida våra kunder till hållbara val och ett hållbart köksliv är för oss både ett ansvar och en möjlighet!

gjort valet att följa med på vår hållbarhetsresa, vilket gläder mig mycket – och är du medarbetare, hoppas jag att du känner samma stolthet som jag över det fina hållbarhetsarbete du varit en del av under 2020, detta annorlunda år.

Att vi gör tydliga framsteg inom hållbarhetsområdet har vi många människors dedikerade engagemang att tacka för, men det är också en logisk följd av vår inarbetade hållbarhetsstrategi. Den är en kompass vi har med oss i vårt dagliga arbete, där den gör hållbarhetsperspektivet till en naturlig del. Vi har naturligtvis höga hållbarhetsambitioner på lång sikt, men det är resultaten vi uppnår här och nu som gör mig trygg – vi menar allvar med hållbarhetsarbetet! Den här rapporten innehåller flera goda exempel på det.

Jag konstaterar med tillförsikt att det finns ett stort engagemang inför framtiden – med ökat fokus på cirkulär verksamhet och klimatneutrala produktionsanläggningar redan det kommande året. Hållbarhetsarbetet fortsätter med oförminskad styrka mot nya möjligheter och nya mål. Att guida våra kunder till hållbara val och ett hållbart köksliv är både ett ansvar och en möjlighet!

Björn Hauber,
Koncernchef Ballingslöv International



SÅ MÄTER VI RESULTATEN

På koncernnivå har Ballingslöv International valt ett antal resultatindikatorer, det vill säga en rad mätetal i olika kategorier som vi uppdaterar, analyserar och jämför år från år. Tabellen nedan visar resultatindikatorerna för 2020, med 2018 och 2019 års värden som referens. Notera till exempel att vår energiförbrukning minskade, samtidigt som andelen förnybar energi fortsatt var hundra procent. Andelen trä från certifierat skogsbruk i vår produktion har också ökat, helt enligt ambitionen.

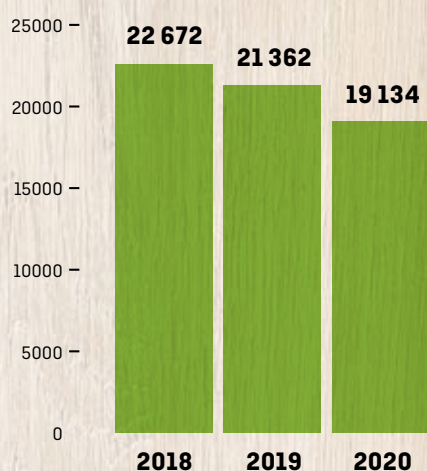
Tyvärr har sjukfrånvaron gått åt fel håll under 2020, vilket beror på den globala pandemin som dominerat året.

Utöver resultatindikatorerna nedan, är vår årliga medarbetarundersökning Great Place to Work, GPTW, ett viktigt verktyg för oss. Undersökningen innehåller de fem områdena Trovärdighet, Respekt, Rättvisa, Stolthet och Kamratskap, som bland annat ger oss, tydliga signaler om hur vi lyckas i vårt arbete med affärsetiska frågor, inte minst vår strävan att odla en rättvis och öppen företagskultur där alla medarbetare respekteras och lyssnas till. Genom att främja organisatorisk rättvisa stärker vi medarbetarnas integritet och risken för oetiskt beteende minskar.

	2018	2019	2020
 OPTIMERA VÅR MILJÖPÅVERKAN			
Andel återvinningsbara produkter, %	-	98	98
CO ₂ e-utsläpp (Scope 1), ton	4 106	4 438	3 375
CO ₂ e-utsläpp (Scope 2), ton	2 480	1 107	0
Utsläpp av lösningsmedel, ton	28	32	31
Energiförbrukning el, MWh	22 672	21 362	19 134
varav förnybart, %*	75	88	100
Andel certifierat trä, %	-	47	96
 STÄRKA MÄNNISKORS HÄLSA OCH VÄLMÅENDE			
Antal olyckor med frånvaro (24 timmar eller mer)	24	21	24
Sjukfrånvaro, % (Genomsnitt hos affärsenheter, exkl. tjänstemän)	-	3,75	5,25
Könsfördelning styrelse (Ballingslöv Int)	29 % KVINNOR 71 % MÄN	33 % KVINNOR 67 % MÄN	33 % KVINNOR 67 % MÄN
Könsfördelning ledningsgrupp (Ballingslöv Int)	0 % KVINNOR 100 % MÄN	14 % KVINNOR 86 % MÄN	17 % KVINNOR 83 % MÄN
Könsfördelning ledningsgrupper dotterbolag	22 % KVINNOR 78 % MÄN	27 % KVINNOR 73 % MÄN	27 % KVINNOR 73 % MÄN
Könsfördelning totalt samtliga medarbetare	27 % KVINNOR 73 % MÄN	27 % KVINNOR 73 % MÄN	26 % KVINNOR 74 % MÄN
Engagemangsindex GPTW	68	70	71
Svarsfrekvens GPTW, %	86	88	87
 FRÄMJA RESPEKTFULL AFFÄRSETIK			
Andel medarbetare som accepterat vår uppförandekod, %	100	100	100
Andel större leverantörer som accepterat vår uppförandekod, %	95	100	100

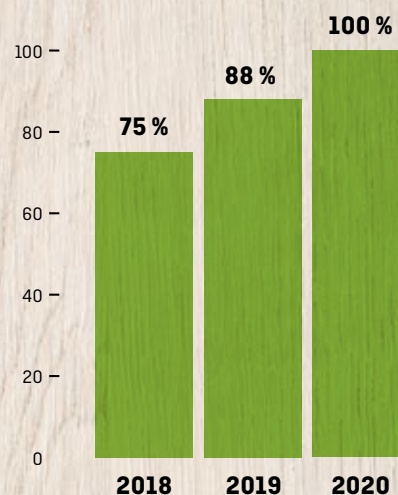
* från och med andra halvåret 2019 är all el förnybar.

Energiförbrukning el, MWh



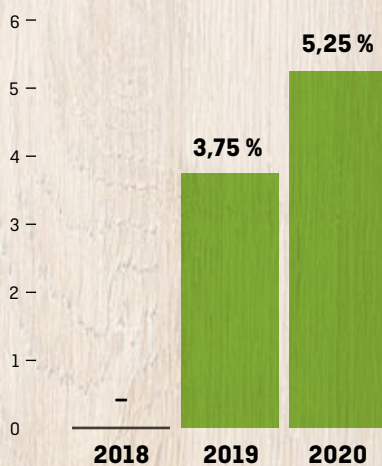
Elförbrukningen minskade under 2020 pga energireducerande åtgärder samt produktionsnedstängning i UK pga pandemin.

Andel förnybar el



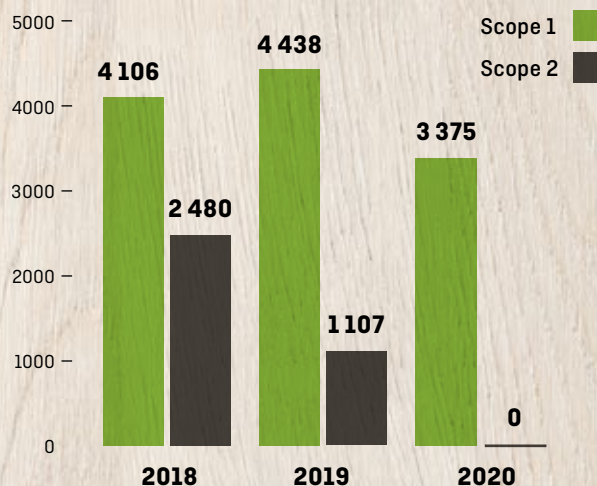
I april 2019, efter vår första CO₂e-beräkning enligt GHG, förstod vi hur väsentligt det är för klimatet med användning av förnybar el. Redan 1 juli 2019 gick vi därför över till 100% förnybar el.

Sjukfrånvaro



Sjukfrånvaron ökade under 2020 pga pandemin, där särskilda åtgärder vidtogs för att i bästa mån säkerställa de anställdas hälsa och minimera smittspridning.

CO₂e-utsläpp, ton



Våra CO₂e-utsläpp minskade under 2020 med 39%, främst pga 100% förnybar el, övergång till HVO-bränsle på egna lastbilar, reducerad mängd bränsle för uppvärmning av produktionsanläggningarna och övergång till biogas.

LOKALT HÅLLBARHETS- ARBETE GER MER EFFEKT

Våra sex affärsenheter utvecklar, producerar och säljer sina produkter i egen regi utifrån sina respektive varumärken och unika erbjudanden. På samma sätt bedrivs det dagliga hållbarhetsarbetet lokalt i respektive affärsenhet, där samtliga medarbetare är viktiga för arbetets framgång. Hållbarhetsarbetet leds av en utsedd projektledare och en dedikerad hållbarhetsgrupp med medarbetare från olika avdelningar, så som inköp, produktutveckling, produktion, HR och marknad. Affärsenheternas projektledare ingår i vårt centrala hållbarhetsråd Group Sustainability Council, som drivs av Ballingslöv International. Det övergripande hållbarhetsarbetet drivs och samordnas på koncernnivå av Group Finance & Sustainability Director Marie Webrant. Vi har även ett nätverk av externa specialister inom hållbarhetsområdet som vi samarbetar med i olika frågor.

Initiativ och mål för vårt hållbarhetsarbete sätter vi både på koncernnivå och per affärsenhet. Varje affärsenhet driver sina aktiviteter på egen hand eller tillsammans med andra.

Ramverket för vårt hållbarhetsarbete består av koncerndirektiv och de policyer som finns på såväl koncernnivå som lokalt i varje affärsenhet. Samtliga affärsenheter följer lokal lagstiftning för miljö och arbetsmiljö. De två affärsenheter som har tillståndspliktig verksamhet är miljöcertifierade enligt ISO 14001. 2020 antog Ballingslöv International en koncernövergripande miljöpolicy, som utgör en viktig del för det miljömässiga hållbarhetsarbetet i koncernen, och som också har implementerats i alla affärsenheter under året.

Vår viktigaste policy vid sidan av miljöpolicyen, är vår uppförandekod. Den ska fungera som en kompass i det dagliga arbetet för alla i koncernen. Affärsenheterna utbildar och för dialog om uppförandekoden med alla medarbetare och alla nya medarbetare signerar uppförandekoden när anställningen börjar. Via vår visselblåsarfunktion kan medarbetare tryggt lyfta eventuella oegentligheter, diskriminering eller andra kränkningar som de misstänker, upplever eller bevitnar. Inga ärenden rapporterades via vår visselblåsarfunktion under 2020.



RISKANALYSEN VISAR VÄGEN

Vi genomför löpande riskanalyser inom såväl strategiska som operationella områden. Exempelvis gör vi årliga analyser av samtliga produktionsanläggningar inom koncernen med avseende på hälsa och säkerhet samt brand. Vi genomför även riskanalyser av våra leverantörer, där bland annat arbetsförhållanden och etik inkluderas.

Årligen genomförs en riskanalys, utifrån hållbarhet, för såväl koncernen som respektive affärsenhet, för att

identifiera vilka hållbarhetsrisker som finns och vilka risker som har störst påverkan. Riskanalysen inkluderar miljö-aspekter, arbetsförhållanden och sociala frågor såsom mänskliga rättigheter och affärsetik. Utifrån bedömningen har vi tagit fram fyra olika metoder för att hantera riskerna: acceptera, minska, undvika och förflytta. Baserat på analysen genomförs därefter aktiviteter för att åtgärda specifika risker.

RISK	KOMMENTAR	ÅTGÄRD
Miljöaspekter		
Utsläpp till vatten, luft och mark	Risken bedöms som medelhög då eventuella brister kan ge negativa konsekvenser för miljön.	Kontinuerliga kontroller, åtgärder och uppföljningar. Bevakning av nya metoder för att minska risken.
Utsläpp av växthusgaser	Risken anses vara medelhög då utsläpp av växthusgaser har en miljöpåverkan.	Kontinuerliga mätningar, aktiviteter och uppföljningar för att minska utsläppen.
Arbetsförhållanden & sociala frågor		
Bristande arbetsförhållanden i våra produktionsanläggningar	Risken anses vara medelhög eftersom eventuella brister kan ge stora hälsorelaterade konsekvenser.	Fortsatt arbete för att säkerställa att alla anläggningar lever upp till krav på säkra arbetsplatser.
Affärsetik		
Bristande affärsetik i leverantörs-kedjan	Risken bedöms som medelhög då brister kan ge allvarliga konsekvenser för våra affärer.	Säkerställa att leverantörer tar del av och accepterar vår uppförandekod. Genomförande av fördjupade leverantörsrevisioner och säkerställande att koden efterlevs.

I den här hållbarhetsrapporten kan du läsa om grunderna för Ballingslöv Internationals hållbarhetsarbete, om hållbarhetsstrategin som vägleder oss år från år, om vad vi åstadkommit på hållbarhetsområdet under det gångna året och om vad vi satsar på framåt.



**Ballingslöv
International**

MULTIFORM | kvik ■ Ballingslöv* DRÖMME™
KJØKKENET

JKE DFI-GEISLER ■ paularosa | manhattan

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

