

Ballingslöv  
International

# BÆREDYGTIGHEDSRAPPORT 2021

MULTIFORM

kvik

Ballingslöv

DRØMME  
KJØKKENET

JKE

DFI-GEISLER

paularosa

manhattan

# VI BLIVER STÆRKERE SAMMEN



2021 blev et år, hvor pandemien fortsatte med at påvirke omverdenen og vores forretning, med flere udfordringer, men med en, for hele virksomheden, positiv "stay-home"-effekt. Vores bæredygtighedsrejse er også fortsat, og takket være vores medarbejderes engagement har vi opnået endnu bedre resultater end forventet.

*Vigtigt at handle her og nu, i både stort og småt*

Vores CO<sub>2</sub>-aftryk, scope 1 og 2 i henhold til Greenhouse Gas Protocol, faldt med 30 procent i 2021, hvilket er langt bedre end det 1,5 graders mål, der er fastsat i Paris-aftalen. Andelen af certificeret træ i vores produkter nåede næsten 100 procent, og vores medarbejderengagementsindeks steg til et nyt rekordniveau.

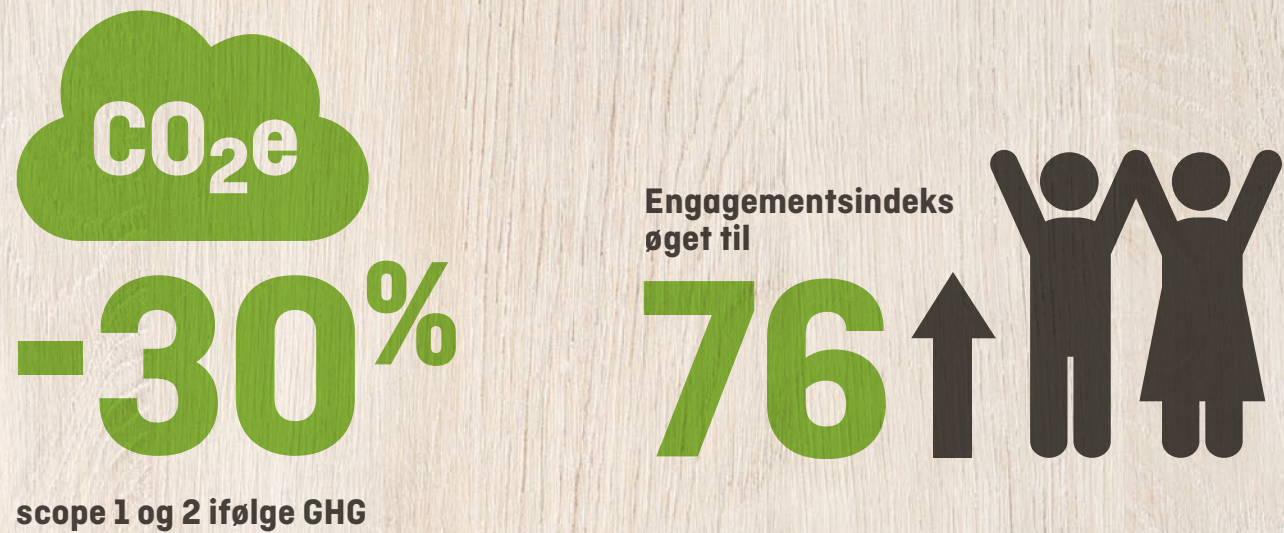
Inden for forsyningskæden tog vi næste skridt, hvor vi i løbet af året implementerede et krav- og forventningsdokument vedrørende miljø, arbejdsmiljø, medarbejdere og råmaterialer hos 135 leverandører, svarende til 76 procent af vores samlede direkte materialeindkøb.

Vi baserer vores bæredygtighedsarbejde på viden og fakta. Vi ved, at vores bæredygtighedsarbejde er en rejse, hvor målet ændrer sig over tid, men så meget desto vigtigere er det, at vi handler her og nu, både i store og små forhold. Vores medarbejdere, leverandører og kunder har alle en vigtig rolle for vores forretning og vores udvikling, hvor nøglen til succes er samarbejde og dialog. Vi ved, at vi bliver stærkere sammen.

Rejsen frem er præget af et øget fokus på cirkularitet, mangfoldighed og inklusion og at fortsætte vores ambition om at forbedre bæredygtighed gennem hele værdikæden!

Marie Webrant  
Group Finance & Sustainability Director  
Ballingslöv International

# ÅRET KORT FORTALT



lokale foreninger blev sponsoreret i løbet af året



af vores største og mellemstore leverandører har accepteret vores adfærdskodeks

# BÆREDYGTIGHED HVER DAG

Bæredygtighed er hos os hver dag. I alt, hvad vi gør. I stort og småt. Her ser du nogle af de initiativer, vi har taget i løbet af året i vores forretningsenheder.

- JKE Design
- Ballingsløv
- PaulaRosa Manhattan
- Multiform
- DFI-Geisler
- Kvik

## JAN

- **Skift til biogas** til opvarmning af fabrikken = 100 % grøn energi på hele fabrikken!
- **Bæredygtighed bliver et** stående punkt på dagsordenen på de interne ugentlige møder for at tilskynde til deltagelse og succes
- **Oprettelse af to lærepladser** på fabrikken, hele året, for at bidrage til folks uddannelse

## MAJ

- **Indstillet brugen af Styrofoam** som emballagemateriale fra en leverandør, da det gav unødvendigt affald
- **Anlagt et biodiversitetsområde** på fabrikken for at fremme biodiversiteten
- **Udskiftet emballagemateriale** til materialegenanvendelig papløsning for at forbedre ressourceudnyttelsen og cirkulere materialet flere gange

## JUNI

- **Implementeret "Too good to waste"** for at forhindre, at produkter med små skønhedsfejl kasseres – respekt for miljøet!
- **Forbedret ergonomi** for medarbejderne og øget produktionskapacitet gennem installation af en robot

## JULI

- **Overgang til 100 %** genbrugsmateriale i alle folierede køkkenlåger
- **Installation af seks ladestandere** til elbiler på produktionsanlægget for at fremme overgangen til elbiler
- **Bidraget til en bil** til et lokalt plejehjem for at forbedre ældreplejen

## OKT

- **Skift til papirtape**, når der emballeres køkkener – endnu et skridt i at fjerne al engangsplastik
- **Upcycllet endnu et restprodukt** – når der laves huller i bordpladen til vasken eller komfuret, skabes et spild af "materialet fra hullet", som nu får et nyt liv som tapasfad!
- **Skift til biogas** til opvarmning af fabrikken = 100 % grøn energi på hele fabrikken!

## NOV

- **Indledt dialog med emballageleverandør** for at etablere samarbejde omkring cirkulering af emballagematerialet for sammen at udnytte et muligt materialekredsløb
- **Udskiftet alle engangsartikler** i medarbejderkantin fra plast til træ
- **Investeret i og installeret** en ny varmekedel på fabrikken, som mindsker CO<sub>2</sub>-e-udledningen med mindst 75 %
- **Indgået aftale med Morsø Kommune** om at anlægge en DFI-Geisler-skov for at beskytte dyr og natur yderligere

## DEC

- **Mindsket madspildet** i frokostrestauranten med 75 % ved at overgå til portionsservering
- **Afsluttet brugen** af et oliefyrt og er i stedet overgået til 100 % grøn energi
- **Taget næste skridt** i at tydeliggøre produkternes klimaaftryk gennem information herom i prislisten

## FEB

- **Implementeret bæredygtighed** som et vigtigt dagligt mindset i alle afdelinger, med dialoger om hvordan og med hvad hver enkelt medarbejder kan deltage og bidrage
- **Skift af overfladebehandlingsteknologi** til en vandbaseret løsning, som reducerer VOC-emissioner (Volatile Organic Compounds) med 90 %
- **Implementering af designprincipper** for bæredygtighed

## MARTS

- **Fjernet fossil opvarmning** fra fabrikken for at nå målet "klimaneutral produktion"
- **Implementering af intern bæredygtighedstræning** hvert kvartal
- **Implementering af ny affaldshåndtering**, hvor vi har opnået 76 % materialegenanvendelse og 24 % energigenvinding og fik reduceret transporterne i forbindelse med affaldshåndtering med omkring 80 %

## APRIL

- **Lancerede den første køkkenlåge** fremstillet af genanvendt træfiber og øgede dermed andelen af genbrugsmaterialer i køkkenet yderligere, hvilket sparer på jordens ressourcer
- **Forbedret arbejdsmiljø** og bedre indendørs belysning gennem installation af nye vinduer på fabrikken
- **Installation af luftvarmeanlæg** på fabrikken, som sikrer et behageligt arbejdsklima for alle medarbejdere på en bæredygtig og fossilfri måde, hele året rundt

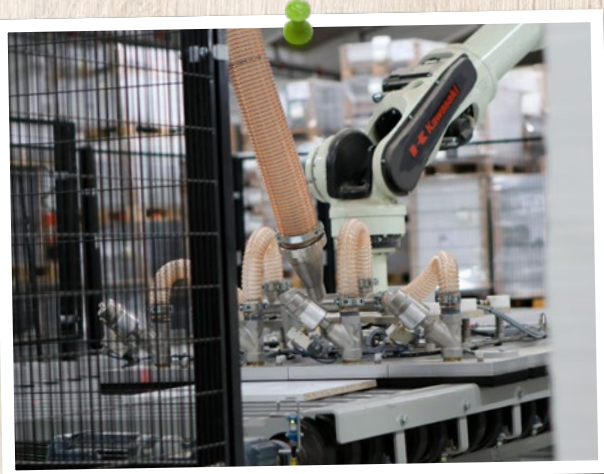
## AUG

- **Påbegyndt et energioptimeringsprojekt** for at mindske energiforbruget
- **Nedbragt tunge løft** på fabrikken ved at installere en robot, hvilket har givet bedre sikkerhed og sundhed for medarbejderne

- **Påbegyndt projektet "Et ekstra bæredygtigt valg"** sammen med studerende fra Malmö Universitet for sammen at finde nye muligheder for cirkulære køkkenløsninger

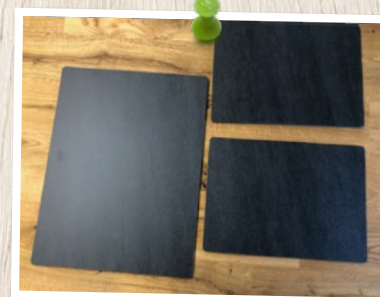
## SEPT

- **Påbegyndt udskiftningen af overfladebehandlingsteknologi** til en vandbaseret løsning, der er bedre for miljøet
- **Udvidet det interne kvalitetsforbedringsarbejde** i produktionen ved at udpege og uddanne tre kvalitetskoordinatorer



**JKE Design:** Forbedret ergonomi for medarbejderne og øget produktionskapacitet gennem installation af en robot

**DFI-Geisler:** Aftale indgået med Morsø Kommune om at anlægge en DFI-Geisler-skov for at beskytte dyr og natur yderligere



**DFI-Geisler:** Upcyclet endnu et restprodukt – når der laves huller i bordpladen til vasken eller komfuret, skabes et spild af "materialet fra hullet", som nu får et nyt liv som tapasfad!

# OM BALLINGSLÖV INTERNATIONAL

Ballingslöv International er en koncern med seks forretningsenheder inden for køkken-, badeværelses- og opbevaringsbranchen. Vores veletablerede varemærker Ballingslöv, Drømmekjøkkenet, Kvik, Multiform, JKE Design, DFI-Geisler og PaulaRosa Manhattan er kendt for høj kvalitet og godt design. Koncernen har 1.300 medarbejdere, som omsætter for knapt 5 milliarder SEK – og er dermed en af de største køkkenproducenter i Europa.

Ballingslöv Internationals aktiviteter er baseret på langsigtede bæredygtige løsninger. Vi er etisk ansvarlige og stræber efter, at vores produkter udvikles, fremstilles, transporteres, bruges, genbruges og til sidst genanvendes med en så lav miljøpåvirkning som muligt.

Koncernens forretningsmodel betyder, at forretningsenhederne udvikler deres egne særlige tilbud og producerer og sælger deres produkter i eget regi. Det betyder, at koncernen har et bredt udvalg i mange prissegmenter og produktløsninger, der passer til alle, lige fra individuelle forbrugere til byggefirmaer og ejendomsudviklere.

Europa er det primære marked, og produktionen foregår på forretningsenhedernes egne anlæg i Sverige, Danmark og Storbritannien. De råvarer og komponenter, der udvikles, kommer også hovedsageligt fra Europa.

Ballingslöv International ejes 100 procent af Stena Adactum AB.

## OM RAPPORTEN

Dette er Ballingslöv Internationals tredje bæredygtighedsrapport, som bestyrelsen er ansvarlig for. Bæredygtighedsrapporten er udarbejdet i overensstemmelse med bestemmelserne i ÅRL 6. kapitel. Rapporten vedrører 2021 og dækker alle koncernens selskaber: 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, bæredygtighedsarbejde og varemærker på webstedet [www.ballingslovinternational.se](http://www.ballingslovinternational.se).



♡ 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 strategiske 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

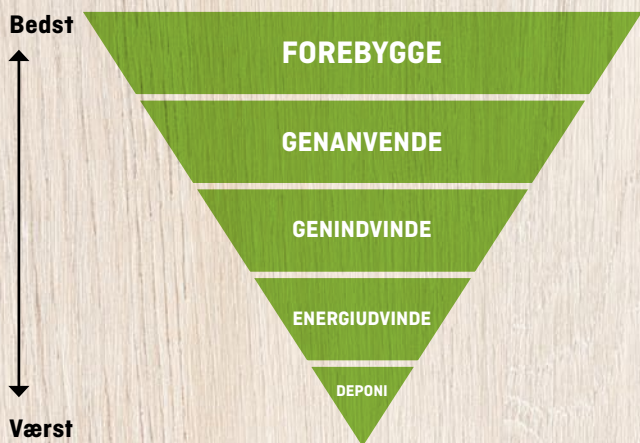
Det er meget vigtigt, at køkkenerne allerede i udgangspunktet har et så lavt klimaaftryk som muligt. I vores stræben efter vores cirkulære grønne køkken arbejder vi løbende på at mindske køkkenets oprindelige miljøbelastning.

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.

Men mindst lige så vigtig er køkkenets oprindelige miljøbelastning, hvor materialevalget har stor betydning som illustreret på denne side.

## RESSOURCEEFFEKTIVITESHIERARKI

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 brugen af ressourcer 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** – Deponering eller forbrænding uden energiudvinding

## KØKKENETS KLIMAAFTRYK – MATERIALEVALGET HAR STOR BETYDNING

Gennemførte analyser af produktlivscyklussen viser tydeligt, hvordan forskellige råmaterialer, transporter og fremstillingsprocesser påvirker et køkkens klimaaftryk. Der er yderligere oplysninger om om livscyklusanalyser på side 30. Her er tre eksempler på, hvordan materialevalget påvirker køkkenets klimaaftryk, eksklusive hårde hvidevarer og el i brugsperioden 20 år i boligen.





1,13 t

CO<sub>2</sub>e

Malet træfiberlåge med  
bordplade i kompositsten

Køkkenlåge i malet MDF,  
19 mm tyk, oprindelse  
Polen. Bordplade i kom-  
positsten fra Spanien



0,66 t

CO<sub>2</sub>e

Laminatlåge med  
bordplade i laminat

Køkkenlåge i laminat,  
19 mm tyk, materiale fra  
Italien og Tyskland. Bord-  
plade i laminat, materiale  
fra Italien og Danmark



0,58 t

CO<sub>2</sub>e

Massiv egetræslåge med  
bordplade i laminat

Køkkenlåge i massivt  
laglimet eg, 19 mm tyk,  
oprindelse Sverige. Bord-  
plade i laminat, materiale  
fra Polen og Danmark





# MIT BÆREDYGTIGE KØKKENLIV

Der er meget, du kan gøre for at mindske dit klimaaftryk – når du skal vælge køkkenet og i hverdagen!

## VÆLG TRÆ

Trækøkken er et ekstra godt valg. Det er en naturressource, som giver en meget lav påvirkning af klimaet og er fremragende til at cirkulere og genbruge.



## GRØN STRØM – LAVT KLIMAAFTRYK

Når du vælger grøn strøm til din bolig, bliver klimaaftrykket marginalt på den strøm, du forbruger. Næste skridt er at minimere elforbruget. Det er godt for både miljøet og din økonomi.



**LAVT**  
klimaaftryk

## FORLÆNG LEVETIDEN

Regelmæssig vedligeholdelse og reparationer forlænger køkkenets levetid, hvilket sparer på jordens ressourcer. Når køkkenet trænger til istandsættelse, er det en god idé at opfriske overfladerne, skifte lågerne eller se, om køkkenet kan få et nyt liv i et andet hjem eller i dit bryggers. Ved at passe på køkkenet mindsker du miljøbelastningen.



## SORTER MERE

Kildesortering og genanvendelse af så mange typer materialer som muligt er et vigtigt bidrag, du kan yde for miljøet.



## REDUCER MADSPILDET

At udnytte madrester og lave madpakker er rigtig godt for at mindske miljøbelastningen. På samme måde er det godt at opbevare maden på en fornuftig måde – så den holder længere. Du kan f.eks. vakuumpakke maden og opbevare grøntsager i vand i køleskabet – citronerne og gulerødderne holder sig friske meget længere!

## RETTE HVIDEVARER

Omkring 50 procent af dit køkkens klimaaftryk genereres af de hårde hvidevarer. Køb derfor hvidevarer af høj kvalitet, som holder længe og prioriter den bedste energiklasse. Vælger du også en dampovn, føles gårsdagens mad helt nylavet, når du varmer den op igen. Det mindsker madspildet!

# 50%

af dit køkkens  
klimaaftryk





# VORES BÆREDYGTIGE VIRKSOMHED

Med stort engagement bliver vi stadig mere bæredygtige – i hele værdikæden og i vores daglige drift!

## VI VIL HERHEN!

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



**100 %**  
vedvarende energi



**100 %**  
genanvendelighed



**100 %**  
Adfærdskodeks\*



**100**  
Engagementsindex



**NUL**  
CO<sub>2</sub>e\*\*



**NUL**  
ulykker



Vores bæredygtige forretning er en rejse, hvor vi gør det bedre, når vi gør det sammen – så bliver det bæredygtigt på langt sigt!

\* Andel af leverandører, der har accepteret vores adfærdskodeks

\*\* Påvirkning fra vores egne produktionsanlæg

## Bæredygtighed for os

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.

## EN REJSE, HVOR VI GØR DET BEDRE, NÅR VI GØR DET SAMMEN

Med vores bæredygtighedsstrategi som ledestjerne finder vi styrke på vores bæredygtighedsrejse for hver dag og for hvert år. Siden 2018 har vi reduceret vores klimaaftryk med mere end 60 procent (scope 1 og 2 i henhold til Greenhouse Gas Protocol). Vi har fokuseret på og gjort det klart i løbet af 2021, at vores leverandører skal involveres endnu mere i en fælles bæredygtighedsrejse. Vi ser styrken i forskellige personligheder og stræber efter, at alle medarbejdere kan nå deres fulde potentiale som en del af et vinderteam. Vores medarbejdere skal kunne føle stolthed og arbejdsglæde!





A photograph of a person's legs in blue denim jeans sitting on a white, shaggy fur rug. In the background, a window with a white frame is visible, and on the windowsill sits a brass lamp with a glass chimney and a decorative top. The wall is a neutral grey color.

# FOR EN BÆREDYGTIG FREM TID

En bæredygtig helhed er en selvfølge for os. Vi er ansvarlige, transparente og har fokus på cirkulært design, bæredygtige råvareindkøb og at skabe pålidelige kvalitetsprodukter. Vi arbejder tæt sammen med vores leverandører og skaber nye og innovative løsninger sammen.

Bæredygtighed er en del af alle vores beslutninger fra design og produktudvikling, hele vejen hjem til vores kunder.

# FNS GLOBALE MÅL

De Forenede Nationer, FN, har i deres Agenda 2030 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 vigtigt for os både som arbejdsgiver og i vores leverandørforhold. Vi fokuserer på delmål 8.8: "Beskytte arbejdstagernes rettigheder og fremme et trykt og sikkert arbejdsmiljø for alle".

12 ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION



## MÅL 12. BÆREDYGTIGT FORBRUG OG PRODUKTION

En stor del af vores klimaaftryk kommer fra brugen af råvarer, der anvendes i fremstillingen af vores produkter. Det mindsker vi ved at arbejde for cirkulære processer. Vi bidrager også ved at tilskynde vores forbrugere til at træffe bæredygtige produktvalg og til en bæredygtig livsstil, for eksempel ved at vedligeholde og pleje for at forlænge deres køkkens levetid. Vores fokus er delmål 12.5: "Mindske mængden af affald markant".

13 KLIMA-INDSATS



## MÅL 13. BEKÆMPE AF 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. Vi fokuserer på delmål 13.2: "Integrere foranstaltninger mod klimaforandringer i politik og planlægning".

16 FRED, RETFÆRDIGHED OG STÆRKE INSTITUTIONER



## MÅL 16. FREDELIGE OG INKLUDERENDE SAMFUND

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: "Bekæmpe korruption og bestikkelse" og 16.B: "Fremme og håndhæve ikke-diskriminerende politikker og lovgivning".



# VORES VÆRDIKÆDE

Værdikæden illustrerer de hovedområder, hvor vores forretning påvirker samfundet og miljøet på forskellige måder. Vi ønsker at lave så gode aftryk som muligt – og mindske de negative. Vi analyserer løbende de forskellige dele af værdikæden for at kunne fokusere vores bæredygtighedsarbejde, hvor det gør allermost 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 CO<sub>2</sub>e-udledning
- Bæredygtigt skovbrug



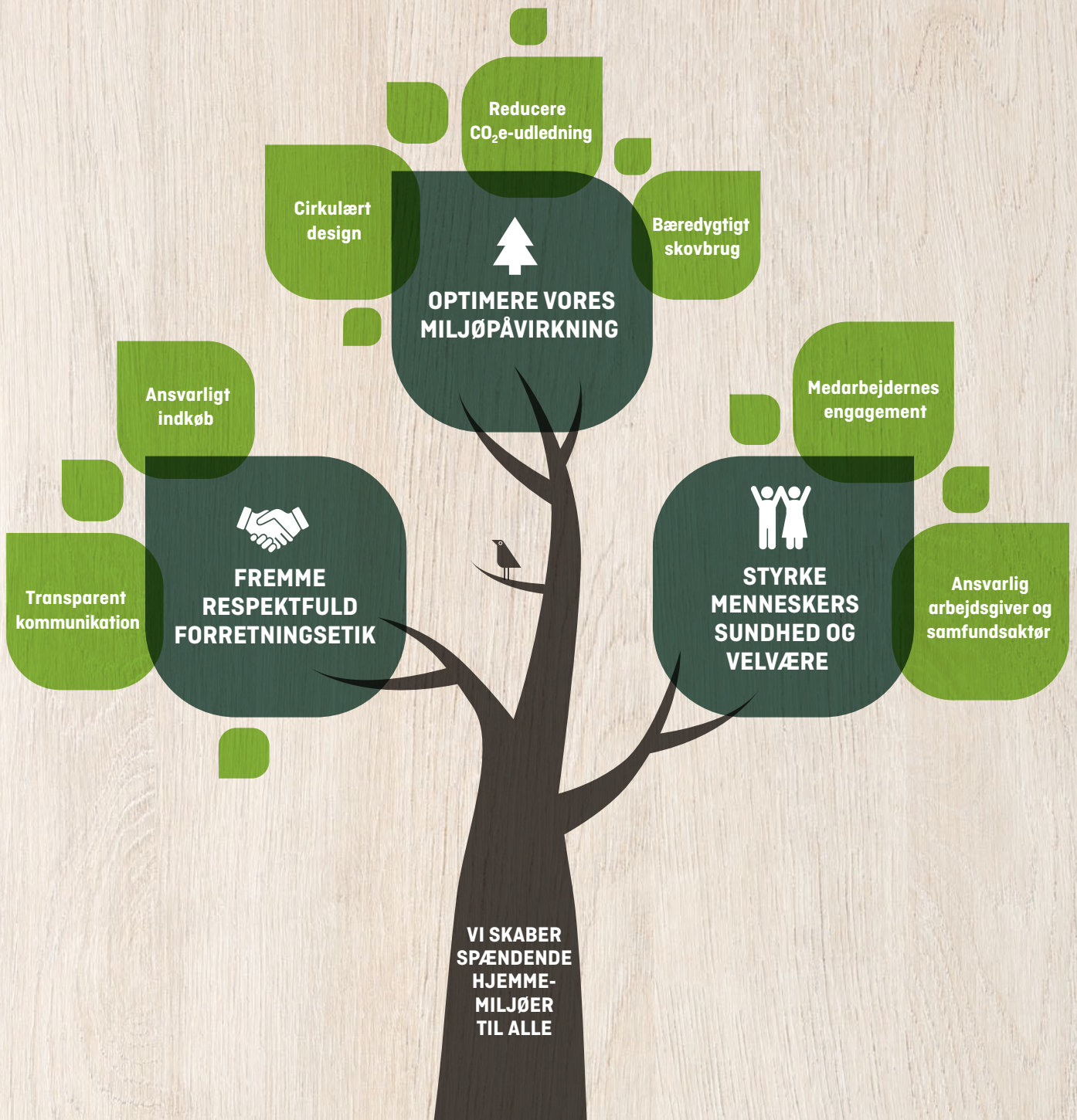
## STYRKE MENNESKERS SUNDHED OG VELVÆRE

- Medarbejdernes engagement
- Ansvarlig arbejdsgiver og samfundsaktør



## FREMME RESPEKTFULD FORRETNINGSETIK

- Ansvarligt indkøb
- Transparent kommunikation



Vores bæredygtighedsstrategi er en integreret del af vores forretningsdrift

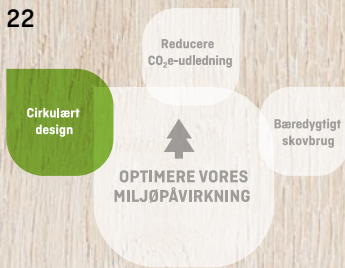


# OPTIMERE VORES MILJØ- PÅVIRKNING

Vi bestræber os på at mindske vores klimaaftryk i hele værdikæden med fokus på at bruge 100 procent vedvarende energi, øge andelen af genbrugsmaterialer i vores produkter, minimere materialeforbruget, mindske mængden af kemikalier og øge muligheden for cirkularitet.

For at optimere vores miljøpåvirkning har vi valgt tre strategiske initiativer: Cirkulært design, Reducere CO<sub>2</sub>e-udledning og Bæredygtigt skovbrug.





# CIRKULÆRT DESIGN

Cirkulært design betyder, at vi allerede på tegnebrættet planlægger, at produktet både skal holde længe og kunne genanvendes eller genindvindes i fremtiden. Det cirkulære design påvirker materialevalg og konstruktion. Målet er at øge ressourceeffektiviteten og mindske miljøpåvirkningen.



#### 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 2021 og 2020:

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

## DESIGN OG UDVIKLING MED BÆREDYGTIGHED I CENTRUM



Claus Johnsen, Head of Category Management & Design hos Kvik

**F**or Kvik er bæredygtighed en mere og mere integreret del af forretningskonceptet. I 2021 har virksomheden implementeret en række styrende designprincipper for bæredygtighed og cirkularitet.

– Vi har arbejdet dedikeret med bæredygtighedsspørgsmål i en årrække og lært meget på rejsen. Den viden er grundlaget for vores nye designprincipper, siger Claus Johnsen, Head of Category Management & Design i Kvik.

#### FREMSTILLING

Et af Kviks grundprincipper er, at et bæredygtigt køkken skal være normen og ikke noget, der koster ekstra. En måde at opnå det på er at skabe stor-driftsfordele ved at bruge de samme grundkomponenter i alle produktlinjer. På den måde mindskes spildet, og omkostningerne holdes nede.

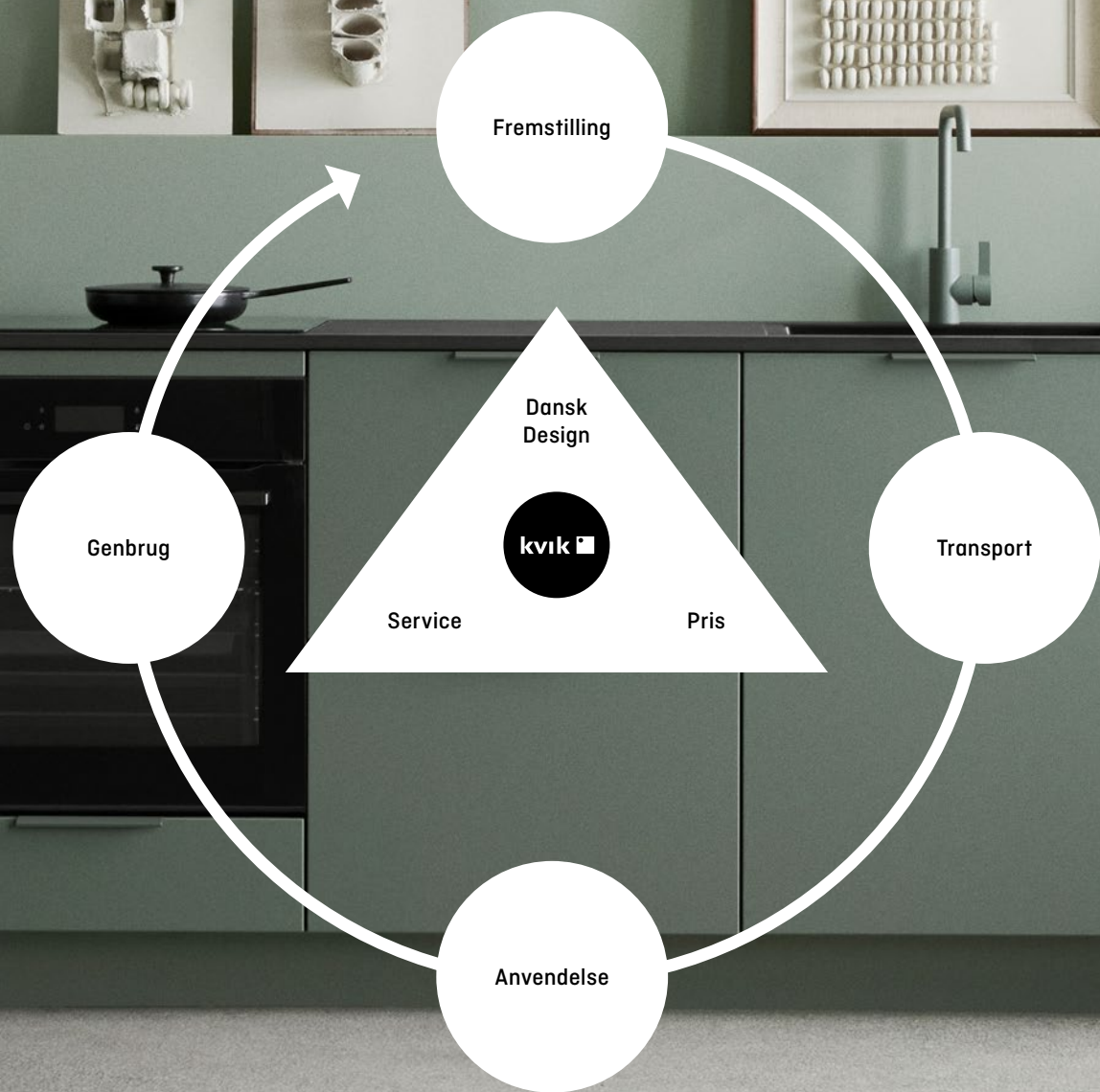
Kvik bestræber sig desuden på kun at bruge bæredygtige og helst

genbrugsmaterialer. Ifølge det nye designprincip skal alle indkøbte materialer bestå af mindst 21 procent genbrugsmateriale. Det sker for at spare på jordens ressourcer ved at mindske udvindingen af nye råstoffer.

*Et bæredygtigt køkken skal være normen*

#### TRANSPORT

Transportkæden er et andet prioriteret område. Kvik har skabt nye løsninger i form af flade pakker, så produkterne fylder så lidt som muligt. På den måde sparer man både emballagemateriale, brændstof og transportplads. Resultatet er, at CO<sub>2</sub>e-udledningen mindskes.

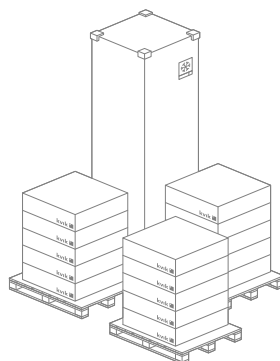


Kvik arbejder ud fra tre grundlæggende principper: Dansk design, et prisbillede, hvor kvalitet og bæredygtighed ikke skal koste ekstra, og tre forskellige serviceniveauer alt efter kundernes behov. De nye designprincipper fokuserer på fremstilling, transport, brug og genbrug.

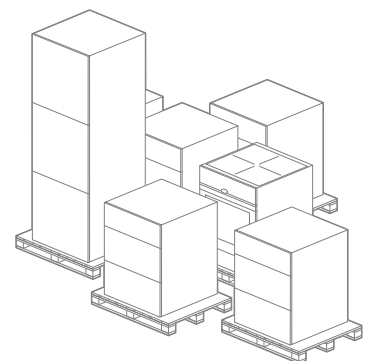
## BRUG OG GENBRUG

– At køkkenet skal leve længe er også en selvfølge. God kvalitet er grundstenen, men levetiden forlænges også markant, hvis man kan give køkkenet et ansigtsløft ved hjælp af vedligeholdelse og f.eks. nye beslag, greb eller køkkenlåger i en anden farve. Den dag køkkenet skal genbruges, er det også vigtigt, at alle materialer kan adskilles og genanvendes på den rigtige måde, slutter Claus Johnsen.

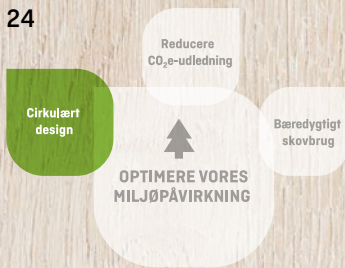
Kvik har skabt nye løsninger i form af flade pakker.



Kvik standard



Branchestandard



I løbet af året blev "Too good to waste" lanceret: DFI-Geislers nye initiativ til yderligere at mindske affald og miljøpåvirkning. Konceptet går ud på, at virksomheden sælger bordplader, som er blevet frasorteret på grund af mindre defekter eller skønhedsfejl til nedsat pris via hjemmesiden, i stedet for at kassere dem.

## VIGTIGT SKRIDT MOD MINDRE MATERIALESPILD



Ane Vilsgaard, Sustainability Manager hos DFI-Geisler

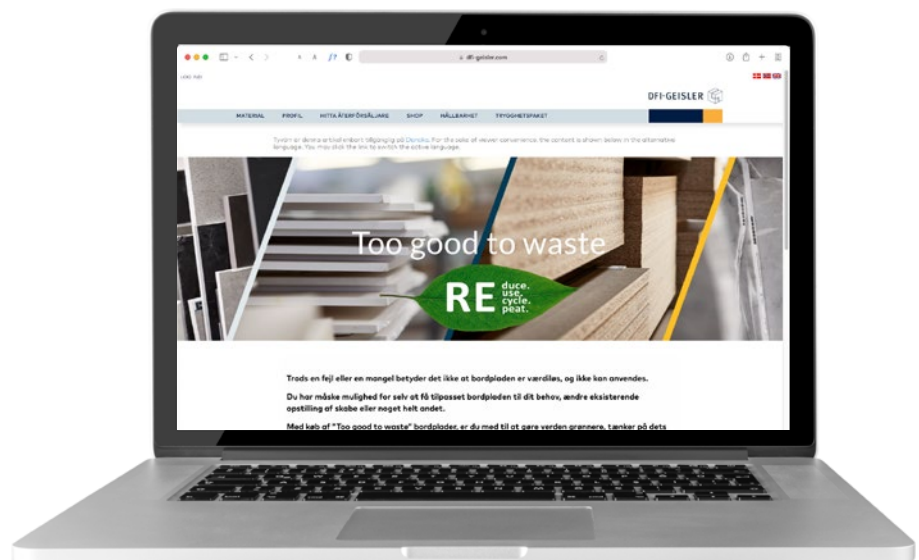
**D**FI-Geisler er en af Skandinaviens største producenter af bordplader, og bæredygtighed er en integreret del af forretningsstrategien. Siden "Too good to waste"-starten i juni 2021 har DFI-Geisler tilbudt godt 50 bordplader via hjemmesiden.

– Mange miljøfordele skabes af tiltag, der kan virke små, men som tilsammen gør en stor forskel, siger Sustainability Manager Ane Vilsgaard.

– "Too good to waste" var et naturligt skridt for os. At kassere fuldt anvendelige kvalitetsprodukter, som bare har en mindre skønhedsfejl, er

virkelig spild af ressourcer. At finde nye anvendelsesmuligheder og sælge bordpladerne til nedsat pris til en forbruger, der kan bruge dem i mange år frem, er derfor helt i tråd med vores mål om, at alle vores produkter skal have så lang levetid som muligt.

Responsen har været meget positiv. Kunderne værdsætter, at virksomheden handler ansvarligt og tydeligt. "Too good to waste" er også med til at fremkalde både stolthed og et større internt engagement blandt medarbejderne.







Køkkenet er 37 år gammelt, har netop skiftet ejer og får nu en opgradering – til at kunne holde mindst 37 år mere!

Jo længere tid et køkken er i brug, jo bedre er det for miljøet. Multiform har i 40 år specialiseret sig i at skabe håndbyggede køkkener af massivt træ af højeste kvalitet og med et tidløst design – køkkener i generationer.

## KØKKEN FRA 1985 – FOR GENERATIONER OG MILJØET



Allan Meyer, adm. direktør  
i Multiform

**E**n af mine største kilder til stolthed er, at kunder ofte henvender sig og fortæller om, hvor pæne deres køkkener stadig er, og hvor godt de stadig fungerer, siger Multiforms adm. direktør Allan Meyer. Af og til skriver kunderne også og spørger, om vi har en reservedel til et køkken, der er 30 år gammelt eller ældre – hvilket vi for det meste har.

– Jeg blev for nylig kontaktet af en

mand i Norge, som lige havde købt en lejlighed med Multiform-køkken fra 1985 (se billede). Han ville gerne modernisere køkkenet, men genanvende så meget som muligt og beholde de klassiske Form1-låger med den unikke

Multiform-fornemmelse. Det gør mig selvfølgelig enormt glad, når nye kunder ser værdien af køkkenet og fortsætter med det, generation efter generation. Så taler vi bæredygtighed og respekt for miljøet, siger Allan.





# REDUCERE CO<sub>2</sub>E-UDLEDNING

Vi ønsker at bidrage til en grøn og bæredygtig omstilling af hele køkkenbranchen og tager vores ansvar i arbejdet med at begrænse udledningerne og den globale temperaturstigning. Siden 2018 har vi årligt foretaget en nøjagtig måling af vores udledning af drivhusgasser i alle forretningsenheder i henhold til Greenhouse Gas Protocol (GHG), for scope 1, 2 og en del af scope 3. Ambitionen er at beregne scope 3 fuldt ud i fremtiden.

Vi har også gennemført komplette livscyklusanalyser (LCA'er) af vores produkter og ved derfor præcis, hvor og hvordan miljøpåvirkningen opstår, og hvad vi skal gøre for at mindske den.

## VEJEN TIL NETTO NUL

Langsigtede tiltag for at reducere CO<sub>2</sub>e-udledninger er vigtigt, men endnu vigtigere er det at handle her og nu. Vi er gået over til 100 procent grøn strøm og prioriterer biobrændstoffer i vores transporter. De fleste investeringer og omstillinger foretages for at opnå stadig mere fossilfri opvarmning og konstant mindsket klimapåvirkning. Vi har mindsket vores CO<sub>2</sub>e-udledninger med -61 procent (scope 1 og 2 ifølge GHG) sammenlignet med 2018, hvilket er væsentligt bedre end Paris-aftalen og vores 2022-mål, som skal revideres i 2022.

For at nå netto nul gennemfører vi fortsat investeringer og aktiviteter, der yderligere nedbringer vores CO<sub>2</sub>e-udledninger, bl.a fossilfri opvarmning, forbedret overfladebehandling og fossilfrie transporter. Derudover investerer vi i carbon removal i form af biokul. Det betød, at vi i 2021 nåede og overstejg målet om klimaneutrale produktionsanlæg i fem af vores seks forretningsenheder.

## LEVERANDØRKÆDEN OG VEDVARENDE ENERGI FØRER TIL SUCCES

Vores leverandørers CO<sub>2</sub>e-udledninger er en central del af scope 3. Det betyder, at der kræves tæt samarbejde, for at vi kan reducere vores produkters CO<sub>2</sub>e-påvirkning. I løbet af året har vi udviklet og implementeret en række nye indkøbsprincipper, der har til formål at arbejde i fællesskab mod lavere miljøaftryk. Ambitionen er at nedbringe leverandørernes CO<sub>2</sub>e-udledning med 50 procent over tid. Der er yderligere oplysninger om dette på side 42.



### Ambition i 2030:

CO<sub>2</sub>e: < 2.350 tons [-70 % vs 2018], scope 1 og 2, ifølge GHG

### Mål i 2022:

CO<sub>2</sub>e: < 4.700 tons [-40 % vs 2018], scope 1 og 2

### Status i 2021:

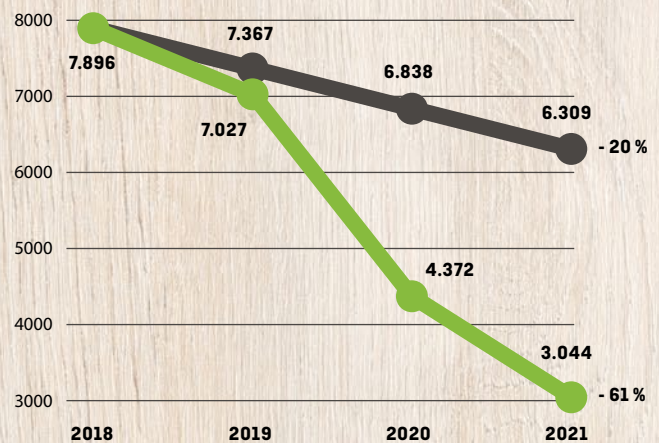
CO<sub>2</sub>e: 3.044 tons [-61 % vs 2018], scope 1 og 2

### Status i 2020:

CO<sub>2</sub>e: 4.372 tons [-45 % vs 2018], scope 1 og 2

**-61%** CO<sub>2</sub>e

## BALLINGSLÖV INTERNATIONAL GROUP CO<sub>2</sub>E-UDLEDNING SCOPE 1 & 2



● CO<sub>2</sub>e scope 1 og 2 ● Paris-aftalen (1,5 grader)

Siden 2018 har vi nedbragt vores CO<sub>2</sub>e-udledning med -61 procent, en fantastisk rejse, der i høj grad skyldes 100 procent grøn strøm og overgangen til biobrændstoffer i vores egne transporter.

I 2021 blev der foretaget en omregning af vores udledning af drivhusgasser for alle forretningsenheder, for årene 2018 - 2020, da viden og processer er blevet forbedret i årenes løb, samtidig med at mængden af tilgængelige data er vokset.

## VORES VEJ TIL CO<sub>2</sub>E-REDUKTION

For at reducere vores CO<sub>2</sub>e-udledninger prioriterer vi følgende fem områder.



- 1. Grøn strøm** – vi vælger at bruge 100 procent vedvarende elektricitet, og vi ønsker at inspirere vores leverandører, kunder og slutkunder til at træffe 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 reduceres miljøbelastningen

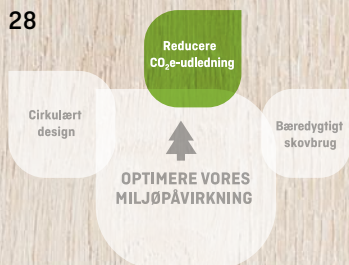


- 5. Kløge materialevalg** – vores dybe viden om livscyklusanalyse danner grundlaget for produktudvikling og udvidet leverandørsamarbejde

## CARBON REMOVAL MED LOKALT PRODUCERET BIOKUL

Vi gennemfører en række aktiviteter og investeringer for kontinuerligt at nedbringe vores CO<sub>2</sub>e-udledninger. Nogle tiltag kan foretages hurtigt, mens andre tager længere tid. Sideløbende vælger vi derfor at investere i carbon removal gennem biokul, hvor kuldioxid fjernes fra atmosfæren og tilbageføres som jordforbedringsmiddel i jorden. Det er vigtigt for os at handle her og nu. Klimaneutral produktion var vores ambition for 2021, og det opnåede vi i fem af vores seks forretningsenheder. Med klimaneutral produktion mener vi de CO<sub>2</sub>e-udledninger, som vores egen produktion medfører i scope 1 og hele scope 2 ifølge Greenhouse Gas Protocol (GHG), reduceret med certifikatet for biokulproduktion.

Certifikaterne købes af firmaet Ecoera, som har base på Skånefrøs anlæg i Hammenhög på Österlen i Skåne. Der produceres biokul gennem en kontrolleret forbrændingsproces af den biomasse, som er et restprodukt fra Skånefrøs frøproduktion. Biokul sælges derefter som jordforbedring til landbrug, haver, blomsterbede og grønne områder og bliver dermed et kulstofdræn i flere hundrede år. Den varme, der genereres ved forbrændingen, bruges til at opvarme områdets husstande. Biokul er et stabilt, rent og klimavenligt produkt, baseret på forskning, godkendt til økologisk jordbrug og certificeret af European Biochar Certificate.



Helle Fyllgraf, Marketingchef  
hos JKE Design

## FÆRRE KEMIKALIER – MINDSKET KLIMAPÅVIRKNING

**V**ed at begynde at bruge vandbaserede malinger og lakker har JKE Design sænket brugen af opløsningsmidler med 90 procent – uden at gå på kompromis med hverken kvaliteten eller produkternes levetid.

– Vi har undersøgt forskellige alternativer for at reducere kemikalieindholdet i vores malinger, og det føles rigtig godt, at vi nu har formået at finde en løsning, der giver markant

lavere miljøbelastning og CO<sub>2</sub>e-udledning, siger JKE Designs Marketingchef Helle Fyllgraf.

Skiftet med malingerne giver fordele på mange niveauer. Tidligere blev alle låger malet manuelt i forskellige sprøjtekabiner, nu er hele linjen automatiseret og har en væsentligt højere kapacitet end tidligere. Derudover er arbejdsmiljøet på fabrikken blevet bedre.



## GENNEMTÆNKTE INVESTERINGER – KLIMANEUTRAL PRODUKTION



Lee Golby, SHEQ Manager og Sustainability Lead hos Paula Rosa Manhattan

**N**yt tag på fabrikken, nyt varmesystem og nyt energimix. En kombination af gennemtænkte beslutninger og store, langsigtede investeringer gør, at Paula Rosa Manhattan nu i princippet er fuldstændig CO<sub>2</sub>e-neutral i sin egen produktion.

– Vi begyndte denne rejse i 2017, siger Lee Golby, SHEQ Manager og Sustainability Lead i virksomheden. En gennemgang af vores forretning førte til en langsigtet handlingsplan.

Paula Rosa Mannhattans fabrik ligger i en gammel lokomotivremise fra begyndelsen af det 20. århundrede, hvor isoleringen var dårlig, og opvarmningen slugte energi. I 2019 blev det 10.000 kvadratmeter store tag udskiftet, og i 2020 blev der installeret et nyt varmeanlæg, der drives af 100 procent grøn strøm.

Det sænkede produktionens CO<sub>2</sub>e-aftryk drastisk, -94 procent, og indeklimaet på fabrikken blev forbedret. Det, der står tilbage for en fuldstændig klimaneutral produktion, er 8 ton CO<sub>2</sub>e, hvilket hovedsageligt skyldes den olie, der kræves til sprinklerpumpesystemet.

Desuden er alle gasdrevne lastbiler i løbet af året blevet udskiftet med elektriske, en del af vognparken er blevet erstattet af elbiler, og ambitionen er at anvende så stor en andel biobrændstof som muligt i egne godstransporter. For at opnå dette har virksomheden for nylig investeret i et særligt tankanlæg

til biobrændstoffer. Og i samarbejde med en lokal virksomhed bliver 95 procent af alt materialeaffald brugt til energiproduktion.

– Vi har også gennemgået og optimeret vores energiforbrug. For eksempel har vi opgraderet al vores belysning til LED, hvilket sparer os omkring 150.000 kWh om året, fortæller Lee Golby. Resultatet af alle disse bestræbelser er, at vores ikke-elektriske energibehov for produktion faldt med 47 procent sammenlignet med foregående års brug.



Luftvarme- og kølesystem, Paula Rosa Manhattan.



Det er ikke helt let at beregne et køkkens klimapåvirkning. Der er meget at tage højde for: for eksempel antallet af skabe og skuffer og materialevalg til låger, fronter og bordplader. Men også hårde hvidevarer og den elsammensætning, der vælges, har stor betydning.

Ballingslöv implementerede i 2021 Sima Pro, et værktøj til beregning af klimapåvirkning, som gør det muligt for både kunder og virksomheden at beregne et køkkens CO<sub>2</sub>e-påvirkning ned til mindste detalje.

## LIVSCYKLUSANALYSER VISER VEJEN



Fredrik Nyberg, Udviklingschef hos Ballingslöv

**V**i har stor viden og arbejder faktabaseret. Det skal også afspejles i kundemødet. Derfor er det vigtigt for os at kunne give konkrete tal og på den måde tydeliggøre for kunderne, præcis hvordan deres forskellige valg påvirker køkkenets klimaaftryk, siger Fredrik Nyberg, Udviklingschef hos Ballingslöv.

På computerskærmen ligner Sima Pro et meget enkelt program, men under den brugervenlige grænseflade gemmer sig en kompleks database, der tager højde for mere end 40.000 forskellige parametre for et køkken. Når forskellige valg lægges ind i systemet, afklares klimapåvirkningen for både de respektive valg og det samlede billede.

De data, der findes i databasen, stammer fra Ballingslövs detaljerede

livscyklusanalyser af produkterne. En livscyklusanalyse bygger på fakta om produkterne og en række antagelser, såsom levetid. Ballingslöv går i sine livscyklusanalyser ud fra en levetid på 20 år for køkkener. Hvidevarerne vurderes at have en levetid på 10-15 år, hvilket betyder, at en udskiftning af hvidevarer indgår i køkkenets livscyklusanalyse. Hvidevarernes klimaaftryk er opdelt i produktion og elforbrug i løbet af deres levetid.

– De fleste kunder bliver overraskede over, at valget af hårde hvidevarer og valget af elsammensætning har så stor en CO<sub>2</sub>e-påvirkning, siger Fredrik Nyberg. Men de indser også hurtigt, at mere energieffektive hvidevarer kan give store besparelser på CO<sub>2</sub>e-udledningen og derfor påvirker





meget mere end mange andre valg. Med kloge valg kan kunderne få et køkken med lavt klimaaftryk og de får også klarhed over, præcis hvor meget de skal klimakompensere, hvis de vil have et helt klimaneutralt køkken.

## Beregn et køkkens CO<sub>2</sub>e-påvirkning ned til mindste detalje

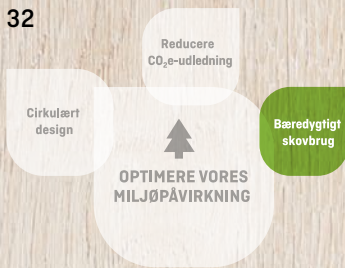
Ballingsløvs livscyklusanalyser afklarer også, hvilke områder der bør adresseres for at skabe de største miljømæssige fordele.

– Det giver os et godt kort, siger Fredrik Nyberg. Vi arbejder på at skabe en klimaneutral produktion. Ved at investere i en ny og væsentligt mere effektiv kedel på fabrikken vurderes vores CO<sub>2</sub>e-påvirkning fra opvarmningen at falde med mindst 75 procent. Vi ved også, hvor stor en del af den samlede klimapåvirkning vores egne transportere forårsager. I dag bruger vi 90 procent fossilfrit biobrændstof i vores lastbiler og arbejder hårdt på at øge den andel yderligere, hvor tilgængeligheden af forskellige tankstationer er afgørende.

I 2018 satte Ballingslöv sig som mål at nedbringe sine CO<sub>2</sub>e-udledninger med 40 procent inden udgangen af 2022, men allerede i 2021 opnåede man en reduktion på 65 procent.

Livscyklusanalyserne i henhold til ISO14040 og kuldioxidberegningen i henhold til Greenhouse Gas Protocol er en vigtig del af det arbejde. En anden succesfaktor er at udbrede viden, ansvar og initiativ i organisationen. Det sker bl.a. gennem en bæredygtighedsgruppe, som omfatter repræsentanter fra alle dele af virksomheden.

– Vi mener, det er vigtigt at tænke langsigtet, men vi vil også gerne handle kraftfuldt her og nu. Vi gør, hvad vi kan for at mindske vores påvirkning, og vi vil fortsat arbejde fremad og kigge på hvert enkelt område. På den måde bliver vi hele tiden bedre, og både vi og vores kunder vil kunne træffe de bedste valg for fremtiden, slutter Fredrik Nyberg.



# BÆREDYGTIGT SKOVBRUG

Bæredygtigt skovbrug indebærer, at skoven forvaltes og udnyttes på en sådan måde, at dens biodiversitet og foryngelsesevne bevares, så skoven 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.

Siden 2019 har det været centralt i Ballingslöv Internationals bæredygtighedsstrategi kun at købe træråmateriale og træprodukter fra bæredygtigt skovbrug med nogle de uafhængige certificeringer FSC og PEFC. Vores mål er at opnå 100 procent certificeret træ i 2022.

I 2021 blev 99 procent opnået, hvilket er mere end en fordobling over en toårig periode, hvor andelen var 47 procent i 2019. For at opnå 100 procent står der hovedsageligt en trælåge, en kantliste og nogle mindre tømrerdetaljer tilbage, primært i to af vores forretningsenheder. Ambitionen er naturligvis, at 2022-målet bliver nået!

 **99%**  
certificeret træ



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



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.



**Ambition i 2030:**  
100 % certificeret træ i vores produkter

**Mål i 2022:**  
100 % certificeret træ i vores produkter

**Status i 2021:**  
99 % certificeret træ i vores produkter

**Status i 2020:**  
96 % certificeret træ i vores produkter







# 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", tage vores ansvar på os som en vigtig arbejdsgiver og samtidig 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  
VELVÆREAnsvarlig  
arbejdsgiver og  
samfundsaktør

# MEDARBEJDERNES ENGAGEMENT

Vores medarbejderes engagement er helt afgørende for at lykkes med vores forretningsidé "Vi skaber spændende hjemmemiljøer til alle". For at skabe internt 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 ligestillings-spørgsmål, såsom fordelingen mellem mænd, kvinder og baggrund for at opnå en god balance.

Engagementsindeks  
øget til

# 76



**Great  
Place  
To  
Work®**

## 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 10.000 organisationer i 106 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. 89 procent deltog i vores undersøgelse i 2021 mod 87 procent året før. Det samlede resultat nåede indeks 76 i 2021 sammenlignet med indeks 71 året før.



**Ambition i 2030:**

Engagementsindeks GPTW: > 80

**Mål i 2022:**

Engagementsindeks GPTW: > 80

**Status i 2021:**

Engagementsindeks GPTW: 76

**Status i 2020:**

Engagementsindeks GPTW: 71

Kviks medarbejdere har talt. Med et tillidsindeks på hele 90 er virksomheden virkelig et Great Place to Work. Hemmeligheden er et langsigtet og metodisk arbejde med klare forventninger til både ledere og medarbejdere samt en stærk virksomhedskultur.

## METODISK HR-ARBEJDE SKABER ET HØJT NIVEAU AF MEDARBEJDERENGAGEMENT



Allan Nørgaard, HR & Academy Director hos Kvik

**P**å Kviks hovedkontor arbejder der 280 personer, heraf 100 funktionærer. Kerneværdien er One Team, og der satses helhjertet på at skabe og udvikle en kultur, der øger både medarbejdernes engagement og deltagelse.

– Kvik har en flad organisation, hvor beslutningsvejene er ligetil og hurtige. Vi ønsker at skabe en kultur, der er præget af tillid, transparens og lav prestige, siger HR og Academy Director Allan Nørgaard.

Hos Kvik ses medarbejderundersøgelsen Great Place to Work (GPTW) som et strategisk værktøj. Der følges løbende op på resultaterne. Man arbejder dels på et overordnet plan med prioriteringer for hele virksomheden, dels med forskellige afdelinger. Afhængigt af resultaterne af medarbejderundersøgelsen placeres et fokusområde i kategorien rød, gul eller grøn.

– Hvis noget er i den røde kategori, betyder det, at indekset er under 80. Lederen skal herefter udarbejde en handlingsplan, som skal afstemmes med HR og implementeres inden for 60 dage. Gul kategori har et indeks på 80-90, hvor der også udarbejdes

handlingsplaner, der skal implementeres og følges op på i løbet af året, siger Allan Nørgaard.

Men det stopper ikke der. Der udarbejdes også handlingsplaner for grønne områder. Allan Nørgaard peger på, at rejsen aldrig slutter, og at det overordnede mål er løbende forbedring. Forslag og meninger kommer ind fra alle forskellige afdelinger og niveauer i organisationen. Gode eksempler og vellykkede initiativer bliver delt mellem afdelinger, og alle

*Gode eksempler  
og vellykkede  
initiativer  
bliver delt*

ledere arbejder sammen i workshops og i forskellige grupper for at udveksle erfaringer og lære af hinanden.

Ledelse har høj prioritet for Kvik. Medarbejderne skal føle sig involveret

i de beslutninger, der træffes, og modtage information på en enkel måde. Lederne skal være åbne, tilgængelige og kunne besvare spørgsmål hurtigt. Der afholdes jævnligt spørgerunder og større møder, og i løbet af året har man lanceret KvikInside, en ny digital platform for yderligere at forbedre den interne kommunikation.

– Pandemien har været en udfordring for os, ligesom for så mange andre virksomheder. Vi har arbejdet med forskellige sociale tiltag online, især for vores administrative medarbejdere, der ofte har siddet hjemme og arbejdet. Personaleforeningen KvikOp har eksempelvis haft sociale aktiviteter og fjerntilrettelse med rigtig gode resultater. Medarbejderengagementet i den kategori er faktisk steget i løbet af året.

– Vi er tilfredse med GPTW-resultatet, men ser også nogle tydelige forbedringsområder, for eksempel har vi ekspanderet og er vokset ud af vores lokaler. Det afspejler sig i tilfredshedsindekset, og derfor tager vi nu skridt til at forbedre situationen, slutter Allan Nørgaard.



STYRKE  
MENNESKERS  
SUNDHED OG  
VELVÆREAnsvarlig  
arbejdsgiver og  
samfundsaktør

# 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, og det 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 2021:**

Alle forretningsenheder i Sverige og Danmark har haft en række initiativer, hvoraf nogle af dem er nævnt på denne side.

**Status i 2020:**

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

## UDDANNELSE OG FORSKNING – VORES FREMTID



**DFI-Geisler sponsorerede** i løbet af året den lokale stenhuggeruddannelse med stenplader.



# 42

**42 elever har i løbet af året** haft praktikplads eller feriearbejde hos os.



**Det er vigtigt for os at bidrage til at "knække" cancer**, for eksempel er DFI-Geisler engageret i det danske initiativ Knæk Cancer, som samler penge ind til Kræftens Bekæmpelse. Ballingslöv støtter Børnecancerfonden gennem Team Rynkeby, et europæisk velgørhedsprojekt, der siden 2002 har indsamlet mere end 340 millioner SEK. JKE Design støtter både Kræftens Bekæmpelses arbejde mod brystkræft og Børnecancerfonden.

## AKTIVE OG BÆREDYGTIGE SAMFUND



# 22

**"Nultolerance mod mobning"** – et initiativ, der støttes af Ballingslöv.

**I løbet af året har JKE Design** ansat to personer og skabt job til 20 personer med fysiske eller mentale handicap.

# 51

**Vores forretningsenheder støtter** i alt 51 lokalforeninger i deres respektive lokalområder med stort fokus på børn og unge. Der finder sponsorering sted til musik og kultur samt til forskellige sportsgrene, f.eks. hockey, håndbold, fodbold, gymnastik og golf.

En del bredere initiativer støttes også, Kvik er f.eks. en af hovedsponsorerne for Hernings ishockeyhold Blue Fox, og JKE Design sponsorerer det nordjyske rallycrosshold Team Rømer.

## KLIMA OG MILJØ



**DFI-Geisler har besluttet at** værne yderligere om det lokale miljø på Mors og har påbegyndt projektet med at plante 33.500 træer – DFI-Geisler-skoven.



**JKE Design har anlagt** et 20.000 kvm biodiversitetsområde ved sin fabrik for at fremme biodiversiteten i det lokale miljø.



# FREMME RESPEKTFULD FORRETNINGS- ETIK

At fremme respektfuld forretningsetik betyder, at vi værner om medarbejdernes rettigheder, tilskynder til ærlighed og deltagelse og arbejder på at bekæmpe diskrimination, bestikkelse, korrupsion 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, miljø og samfund. Vores adfærdskodeks er en central del på samme måde som dybe dialoger og det i løbet af året implementerede dokument vedrørende bæredygtighedsforventninger og materialekrav i leverandørledet.

## GENNEMTÆNKT ARBEJDE OVER TID

Koncernens overordnede leverandørkrav til ansvarlige indkøb er beskrevet i vores adfærdskodeks, som først blev offentliggjort i 2014, og som er en integreret del af vores leverandøraftaler. Målet for 2022 er, at alle større leverandører, dvs. leverandører med en indkøbsvolumen pr. forretningsenhed på over 300.000 EUR, skal have accepteret vores adfærdskodeks, og ambitionen for 2030 er alle mellemstore leverandører, dvs. med en indkøbsvolumen pr. forretningsenhed på over 200.000 EUR. Heldigvis nåede vi 2030-ambitionen allerede i år.

Som et naturligt skridt i vores bæredygtighedsarbejde indledte vi indgående bæredygtigheds-dialoger med vores hovedleverandører i 2019, som blev suppleret med en bæredygtighedsundersøgelse i 2020. Et yderligere skridt i bæredygtighedsarbejdet blev taget i 2021, hvor vi sammenfattede vores mere detaljerede bæredygtigheds- og materialekrav i et dokument "Sustainability and Material Requirements" (SMR), som man kan læse mere om på næste side.

### 2019

**I 2019 indledte vi** indgående bæredygtighedsdialoger med vores hovedleverandører. Målet var at identificere fælles løsninger for øget bæredygtighed.

### 2020

**I 2020 udsendte vi** vores første bæredygtighedsundersøgelse med fokusområderne: Gode arbejdsforhold, øget cirkularitet og mindsket CO<sub>2</sub>e-påvirkning.

**Med hensyn til 2020 svarede** 134 af vores leverandører – svarende til 76 % af vores samlede direkte materialeindkøb – på vores bæredygtighedsundersøgelse.

### 2021

**I 2021 har vi** udarbejdet og implementeret vores "Sustainability and Material Requirements"-dokument (SMR-dokument). I det beskrives Ballingslöv Internationals forventninger til miljø, arbejdsmiljø, sundhed og sikkerhed samt valg af råmaterialer.

**SMR-dokumentet** er blevet sendt ud til 135 af vores hovedleverandører, svarende til 76 % af vores samlede direkte materialeindkøb. Til dato har 110 leverandører, svarende til 74 % af vores samlede direkte materialeindkøb, underskrevet dokumentet.

**Med hensyn til 2021 svarede** 124 af vores vigtige leverandører – svarende til 75 % af vores samlede direkte materialeindkøb – på vores bæredygtighedsundersøgelse.



#### 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 2021:

100 % af vores større og mellemstore leverandører har accepteret vores adfærdskodeks

#### Status i 2020:

100 % af vores største leverandører har accepteret vores adfærdskodeks

\*Indkøbsvolumen pr. forretningsenhed > 200.000 EUR

\*\*Indkøbsvolumen pr. forretningsenhed > 300.000 EUR



## REDUCE CO<sub>2</sub> EMISSIONS

- Fossil free electricity
- Fossil free transportation
- Climate footprint of the products (LCA and/or EPD)

## PRODUCT CIRCULARITY

- Non-virgin raw material

## SUSTAINABLE FORESTRY

- Certification FSC  
or PEFC

## HEALTH & SAFETY

- Lost Time Injury Frequency Index



Ansvarligt  
indkøb

Ved at implementere det detaljerede bæredygtigheds- og materialekravsdokument "Sustainability and Material Requirements" (SMR) tydeliggør vi de krav og forventninger, vi har til vores leverandører vedrørende såvel miljø og arbejdsmiljø som medarbejdere og råmaterialer.

## EN BÆREDYGTIG FORSYNINGSKÆDE – EN FÆLLES REJSE



Staffan Jönsson, Chief Sourcing  
Officer hos Ballingslöv International

**D**okumentet Sustainability and Material Requirements (SMR) bygger på Ballingslöv International Groups bæredygtighedsstrategi. Formålet er at få vores leverandører med på vores bæredygtighedsrejse, hvor vi sammen kan gøre en stor forskel.

– I løbet af efteråret blev 135 af vores store leverandører, svarende til 76 procent af vores direkte materialeindkøb, uddannet i de krav, der er beskrevet i SMR-dokumentet, og samtidig blev vores bæredygtighedsstrategi præsenteret. Leverandørerne er blevet bedt om at underskrive SMR-dokumentet, og det vil efterhånden blive en integreret del af leverandøraftalerne, siger Staffan Jönsson, Chief Sourcing Officer hos Ballingslöv International.

– Målet med SMR-dokumentet er at uddybe partnerskabet med vores leverandører og i fællesskab arbejde hen mod de samme mål og dermed skabe bedre forudsætninger for en langsigtet bæredygtig forsyningskæde. Vi har valgt en vej, der bygger på samarbejde og ikke på statiske krav. Det er en proces, vi skal tage skridt for

skridt. Til at begynde med ønsker vi, at leverandørerne rapporterer deres nuværende situation, og derefter vil vi se løbende forbedringer. For eksempel ønsker vi, at elforbruget skal gøres 100 procent fossilfrit, alle træråmaterialer skal komme fra certificeret skov, og vi ønsker også at se en klart øget andel af genbrugsmateriale i vores indkøbte komponenter, siger Staffan Jönsson.

*Sammen gør  
vi en forskel*

Mere end 99 procent af alle indkøb af direkte materialer kommer fra europæiske leverandører, og der vurderer Ballingslöv International risikoen for overtrædelser af menneskerettigheder og arbejdsmiljø som lav. I 2022 vil vi igen analysere og opdatere risikovurderingen af vores leverandører af direkte materialer og på denne baggrund tage stilling til relevante aktiviteter i fremtiden.

## Sustainability- and Material Requirements (SMR)

### Our Supply Chain Sustainability focus areas

We want you to join our sustainability ambition and want you to focus on the following six key areas that are important to us:

- Reduce CO<sub>2</sub>e emissions
  - Fossil free electricity
  - Fossil free transportation
  - Climate footprint of the products (LCA and/or EPD)
- Product Circularity
  - Non-virgin raw material
- Sustainable Forestry
  - Certification FSC or PEFC
- Health & Safety
  - Lost Time Injury Frequency Index

### Detailing the Supply Chain Sustainability focus areas

#### Reduce CO<sub>2</sub>e emissions

##### **Fossil free electricity**

One step to reduce the CO<sub>2</sub>e-impact is to use fossil free electricity (solar, wind, hydropower, biofuel and nuclear power).

Our expectation is that you measure and increase the share of fossil free electricity / total use of electricity. The target is to reach 100% fossil free electricity from all our suppliers.

##### **Fossil free transportation**

To reduce the CO<sub>2</sub>e-impact from transportation we strive to optimise the efficiency and to increase the usage of fossil free freight methods and fuels.

The target is to reach 100% fossil free transportation from all our suppliers.

##### **Climate footprint of the products (LCA and/or EPD)**

A method to know your products climate and CO<sub>2</sub>e-impact is Life-Cycle Assessment. We encourage that all your product groups are analysed and documented accordingly.

Our target is to have EPD's (Environmental Product Declaration) or LCA's (Life-Cycle Assessment) on all our bought in products.

Selection of materials is essential for the CO<sub>2</sub>e-impact (see appendix 1).

# 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.

## ÅBENT, ÆRLIGT OG FAKTABASERET



Ane Vilsgaard, Sustainability Manager  
hos DFI-Geisler



Martin Lundell, Marketingchef  
hos Ballingslöv

**A**lle forretningsenheder i Ballingslöv International-koncernen kommunikerer åbent, ærligt og faktabaseret om deres aktiviteter og produkter. To af vores forretningsenheder, der har taget den faktabaserede vej hele vejen til kunden, er Ballingslöv og DFI-Geisler.

– De produktlivscyklusanalyser, vi har gennemført, udgør grundlaget, siger Ane Vilsgaard, Sustainability Manager hos DFI-Geisler. De er vigtige ud fra to perspektiver: For os internt som grundlag i forbedringsarbejdet med produkternes miljøpåvirkning og eksternt over for vores kunder og slutforbrugere, hvor de kan se, hvordan deres materialevalg påvirker klimaaftrykket.

Målet er hele tiden at blive både bedre og tydeligere. Udover livscyklus-



lusanalyserne har Ballingslöv i løbet af året satset stort på den interne kommunikation.

– Langsigtet succes skabes, når alle trækker i samme retning, siger Marketingchef Martin Lundell. Alle medarbejdere i Ballingslöv er i løbet af året blevet uddannet i virksomhedens værdier gennem projektet "Rigtigt for mig – Respekt for andre". Vi har en løbende og levende dialog om, hvordan vi agerer, vores kerneværdier og hvordan vi ser på kunde- og leveranceforholdene. Det er vigtigt, at vi hele tiden tilskynder til en konstruktiv feedbackkultur, hvor vi taler med hinanden og rejser diskussioner om problemer og udfordringer og hilser dem velkommen i stedet for at skjule dem.

Alle medarbejdere skal have adgang til de rigtige oplysninger, når de har brug for det. Her er et velfungerende og

*Vi har en  
løbende og  
levende dialog  
om, hvordan  
vi agerer*

neft overskueligt intranet en succesfaktor. Ballingslöv påbegyndte i løbet af året arbejdet med en ny struktur, der skal gøre den interne kommunikation

både bedre og mere præcis.

– Vores forhandlere bliver også løbende uddannet og informeret i virksomhedens værdier i et tilpasset format af projektet "Rigtigt for mig – Respekt for andre", siger Martin Lundell.

Ud over hjemmeside, intranet, nyhedsbreve og forhandlerkommunikation er sociale medier en anden vigtig kanal. I løbet af året har DFI-Geisler for eksempel lavet tre videoer om bæredygtighed, som er nået langt ud og er blevet værdsat af både kunder, medarbejdere og forhandlere.

– Det er vigtigt at eje sin historie og være åben med viden og fakta på alle niveauer. Vi vil gerne vise, at vi lever, i takt med at vi lærer, og at det, vi siger, er sandt, slutter Ane Vilsgaard.

# DIREKTØRENS ORD



For os er bæredygtighed en strategisk prioritet for langsigtet rentabel vækst. Vi har aktiviteter i hele værdikæden, vi bevæger os mod 100 procent vedvarende energi i vores produktionsanlæg, og i løbet af året nåede vi nettonuludledning af drivhusgasser i fem af vores seks forretningsenheder, scope 1 produktion og scope 2.

*Bæredygtighed  
er en strategisk  
prioritet*

Vores produkter kommer hovedsageligt fra en vedvarende kilde, materialerne i dem er genanvendelige, har høj kvalitet og lang levetid – med dette som udgangspunkt er vi allerede nået et godt stykke på vores bæredygtighedsrejse, men der er stadig flere områder, hvor vi kan forbedre os, og det er vi ydmyge over for.

Vi værner om en respektfuld forretningskultur med ansvarlig ledelse og omsorg for hinanden. En yderligere styrkelse af vores medarbejders sundhed og velvære er noget, vi kommer til at arbejde på i 2022.

Vi arbejder faktabaseret, målrettet og langsigtet. Bæredygtighedsstrategien er fastlagt, vi leder arbejdet gennem gode eksempler, og vores medarbejders engagement er afgørende for vores succes.

At tilbyde bæredygtige produkter og guide vores kunder til bæredygtige valg og et bæredygtigt køkkenliv er både et ansvar og en mulighed, som vi vil fortsætte med at arbejde på!

Björn Hauber,  
Koncernchef Ballingslöv International





# VORES RESULTATINDIKATORER

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 2021 med værdierne fra 2019-2020 som reference. Bemærk for eksempel vores fortsatte reduktion af CO<sub>2</sub>e-udledning, at andelen af grøn strøm forblev 100 procent, og at andelen af certificeret træ i vores produkter var næsten 100 procent. Vi er godt på vej mod vores mål.

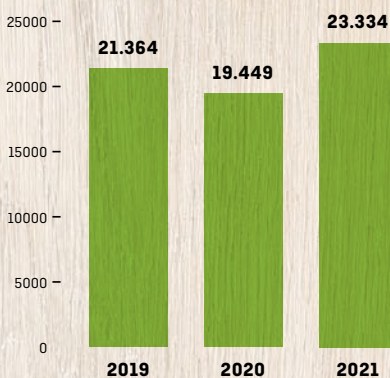
Desværre har sygefraværet fortsat ligget på et relativt højt niveau i 2021, hvilket skyldes den altoverskyggende globale pandemi, som har domineret året ligesom i 2020.

Ud over resultatindikatorerne nedenfor er vores årlige medarbejderundersøgelse Great Place to Work, GPTW, et vigtigt redskab for os. Undersøgelsen indeholder 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 styrkes medarbejdernes integritet, og risikoen for uetisk adfærd mindskes.

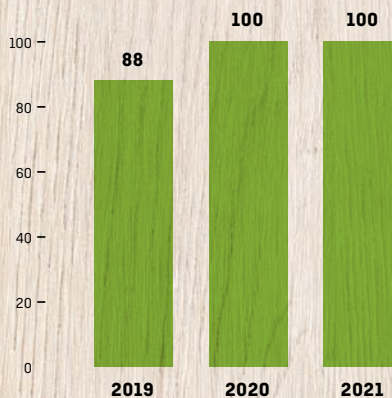
	2019	2020	2021
 <b>OPTIMERE VORES MILJØPÅVIRKNING</b>			
Andel af produkter, der kan genindvindes, %	98	98	98
CO <sub>2</sub> e-udledning (scope 1), tons *	5.921	4.372	3.044
CO <sub>2</sub> e-udledning (scope 2), tons *	1.107	0	0
Udledning af opløsningsmidler, tons	32	31	27
Energiforbrug el, MWh	21.364	19.449	23.334
heraf vedvarende, %**	88	100	100
Andel af certificeret træ, %	47	96	99
 <b>STYRKE MENNESKERS SUNDHED OG VELVÆRE</b>			
Antal ulykker med fravær (24 timer eller mere)	21	24	30
Sygefravær, % (gennemsnit i forretningsenheder, ekskl. funktionærer)	3,75	5,25	6,68
Kønsfordeling i bestyrelse (Ballingslöv Int)	33 % KVINDER 67 % MÆND	33 % KVINDER 67 % MÆND	33 % KVINDER 67 % MÆND
Kønsfordeling i ledergruppe (Ballingslöv Int)	14 % KVINDER 86 % MÆND	17 % KVINDER 83 % MÆND	17 % KVINDER 83 % MÆND
Kønsfordeling i ledergrupper i datterselskaber	27 % KVINDER 73 % MÆND	25 % KVINDER 75 % MÆND	26 % KVINDER 74 % MÆND
Kønsfordeling blandt alle medarbejdere	27 % KVINDER 73 % MÆND	26 % KVINDER 74 % MÆND	26 % KVINDER 74 % MÆND
Engagementsindeks GPTW	70	71	76
Svarprocent GPTW, %	88	87	89
 <b>FREMME RESPEKTFULD FORRETNINGSETIK</b>			
Andel af medarbejdere, der har accepteret vores adfærdskodeks, %	100	100	100
Andel af vores største leverandører, der har accepteret vores adfærdskodeks, %	100	100	100
Andel af vores mellemstore leverandører, der har accepteret vores adfærdskodeks, %	-	-	100

\* I 2021 blev der foretaget en omregning af CO<sub>2</sub>e-udledningerne for årene 2018-2020, hvor processen blev forbedret og mængden af tilgængelige data steg.

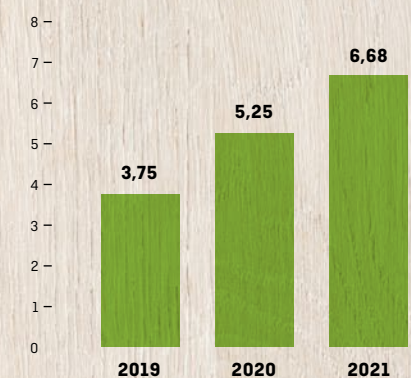
\*\* Fra og med andet halvår 2019 er al strøm grøn.

**ENERGIFORBRUG EL, MWH**

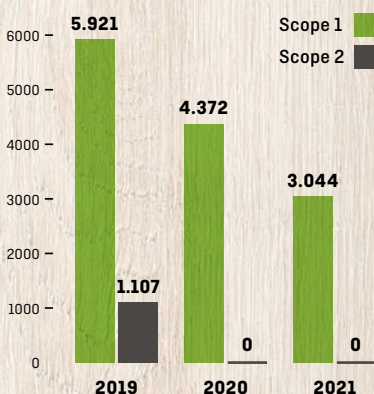
Elforbruget steg i 2021 på grund af salgsvæksten, hvilket betød, at produktionen kørte markant flere timer. Det øgede forbrug skyldtes også overgangen til fossilfrie løsninger, som er elbaserede. Nedgangen i 2020 skyldtes primært en nedlukning af produktionen i Storbritannien på grund af pandemien.

**ANDEL AF GRØN STRØM, %**

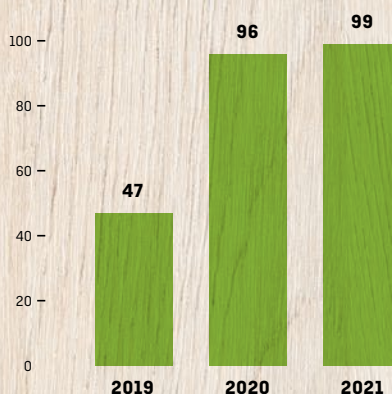
I april 2019, efter vores første CO<sub>2</sub>e-beregning i henhold til Greenhouse Gas Protocol (GHG), forstod vi, hvor vigtigt det er for klimaet, at man bruger grøn strøm. Allerede 1. juli 2019 gik vi derfor over til 100 % grøn strøm.

**SYGEFRAVÆR, %**

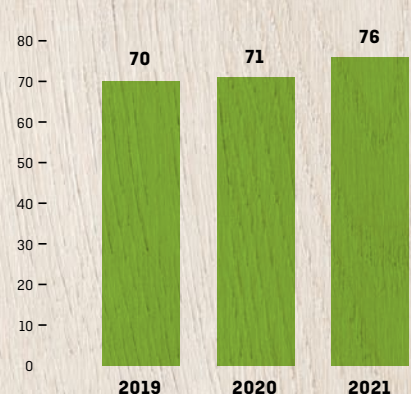
Sygefraværet steg i både 2020 og 2021 på grund af pandemien og dens restriktioner. Der blev truffet særlige foranstaltninger for at sikre medarbejdernes sundhed og minimere smittespredningen.

**CO<sub>2</sub>E-UDLEDNING, TONS\***

Vores CO<sub>2</sub>e-udledninger faldt med 30 % i 2021, primært på grund af HVO-brændstof på vores egne lastbiler, men også på grund af skiftet til fossilfri opvarmning af produktionsfaciliteterne. Siden 2018 er vores CO<sub>2</sub>e-udledninger faldet med 61 %.

**ANDEL AF CERTIFICERET TRÆ, %**

Det lykkedes næsten at nå vores 2022-mål på 100 % takket være dedikeret arbejde, men ikke helt. Tilbage står at lave nogle få komponenter.

**ENGAGEMENTSINDEKS GPTW**

Engagementsindekset blev hævet i 2021 til det nye rekordniveau 76. Stigningen skyldes primært de løbende forbedrings tiltag, der er blevet gennemført i mange år.

# DOBBELT VÆSENTLIGHEDSANALYSE

Vores forretning påvirker vores omgivelser, ligesom omverdenen påvirker os med udgangspunkt i miljø, samfund og socialt. Gennem en dobbelt væsentlighedsanalyse belyser vi de to perspektiver, hvor vi efter nøje analyser er nået frem til de væsentligste områder.

## **FOR BALLINGSLÖV INTERNATIONAL GROUP PÅVIRKER VORES AKTIVITETER OMVERDENEN PRIMÆRT GENNEM:**

- CO<sub>2</sub>e-udledninger – da klimaet påvirkes negativt af CO<sub>2</sub>e-udledninger, er det meget vigtigt, at vi løbende mindsker vores klimapåvirkning, læs mere på side 26 om vores CO<sub>2</sub>e-rejse
- Ressourcer – at beskytte jordens ressourcer er en selvfølge. De fem områder vi påvirker mest og arbejder med er: at sikre bæredygtigt skovbrug, bruge vedvarende energi, løbende øge andelen af genbrugsmaterialer i vores produkter og sikre lang levetid og klogt genbrug og genanvendelse af vores produkter. Læs mere om, hvordan vi arbejder med dette på side 8, 22, 27 og 32
- Landdistrikter – da vi er store arbejdsgivere i mindre byer, har vi en vigtig rolle i samfundets udvikling og i at skabe arbejdspladser, læs mere på side 38
- Sundhed og sikkerhed – at sikre vores medarbejders sundhed og sikkerhed er helt klart meget vigtigt og en af de vigtigste prioriteter. Se side 50 og 54 for mere information
- Forretningsetik – at fremme en respektfuld og retfærdig forretningsetik i hele vores værdikæde er i vores yderste interesse og afgørende for langsigtede bæredygtige aktiviteter og forretningsrelationer, læs mere på side 42 og 46

## **OMVERDENEN PÅVIRKER BALLINGSLÖV INTERNATIONAL GROUP PRIMÆRT GENNEM:**

- Klimaforandringer – ekstremt vejr som følge af klimaforandringerne kan få vidtrækkende konsekvenser for hele vores værdikæde, ud fra såvel medarbejdernes sundhed som leveringsforstyrrelser og omkostningsstigninger. Ændringer i lovgivningen for at mindske klimaforandringerne kan også gøre vores klimapositive omstilling vanskeligere og få store økonomiske konsekvenser
- Ressourcer – mangel på råmaterialer til vores produkter giver os på kort sigt udfordringer med at opfylde vores kundeløfter. I det længere perspektiv skal produktdesign og materialevalg analyseres i kombination med øget materialecirkularitet for at sikre adgang til de nødvendige ressourcer
- Pandemi – konsekvenserne af pandemien er mange, men det, vi har set i 2021, er først og fremmest mangel på råvarer, øgede indkøbspriser, leveringsforsinkelser og mangel på arbejdskraft på grund af sygdom og karantæne-regler, men der er også positive effekter såsom digital omstilling, forbedret risikostyring og til en vis grad forenkling af medarbejdernes hverdag
- Lovkrav – ændrede lovkrav til slutprodukter, materialeindhold og regnskab betyder, at forudsætningerne for at drive forretning ændrer sig. Det stiller krav til forandringsparathed og kompetence
- Forretningsetik – hændelser i værdikæden på grund af manglende processer for forretningsetik risikerer at give negative konsekvenser for vores varemærker



# 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
<b>Miljøaspekter</b>		
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.
<b>Arbejdsforhold og sociale spørgsmål</b>		
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.
<b>Forretningsetik</b>		
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.

# TIDLIG STYRING SIKRER RESULTATER

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. Vores miljøpolitik for hele koncernen er en vigtig del af det miljømæssige bæredygtighedsarbejde i koncernen, og den blev implementeret i alle forretningsenheder i løbet af 2020.

Vores vigtigste politik ud over miljøpolitikken er vores adfærdskodeks. Det virker 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.

I december 2021 implementerede Ballingslöv International en ny whistleblowerpolitik og et nyt, lukket og anonymiseret whistleblowersystem. Dette styrker og formaliserer whistleblowerprocessen yderligere. Whistleblower-systemet leveres af en uafhængig og ekstern tredjepart. Vi bygger vores langsigtede succes på vores etiske retningslinjer, hvor alle medarbejdere, kunder, leverandører og samarbejdspartnere spiller en vigtig rolle. I 2021 blev der ikke modtaget nogen whistleblowersager.

## REVISORS UDTALELSE

Til den ordinære generalforsamling i Ballingslöv International AB, CVR-nr. 556556-2807

### OPGAVER OG ANSVARFORDDELING

Bestyrelsen er ansvarlig for bæredygtighedsrapporten for 2021 og for, at den er udarbejdet i overensstemmelse med regnskabsloven.

### REVISIONENS FOKUS OG OMFANG

Vores revision har fundet sted i overensstemmelse med FARs anbefaling RevR 12 Revisors udtalelse om den lovpligtige bæredygtighedsrapport. Det betyder, at vores revision af bæredygtighedsrapporten har et andet fokus og et væsentligt

mindre omfang sammenlignet med det fokus og omfang, som en revision i henhold til International Standards on Auditing og god revisionspraksis i Sverige har. Vi mener, at denne revision giver os et tilstrækkeligt grundlag for vores erklæring.

### ERKLÆRING

Der er udarbejdet en bæredygtighedsrapport.

Malmø, 20. april 2022  
PriceWaterhouseCoopers AB

Johan Rippe  
Statsautoriseret revisor

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

