

Ballingslöv
International

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2021

MULTIFORM

kvik

Ballingslöv

DRÖMME
KJÖKKENET

JKE

DFI-GEISLER

paularosa

manhattan

VI BLIR STARKARE TILLSAMMANS



2021 blev ett år där pandemin fortsatte att påverka omvärlden och vår verksamhet, med flertalet utmaningar, men med en, för verksamhetens helhet, positiv "stay-home"-effekt. Vår hållbarhetsresa har också fortsatt och tack vare våra medarbetares engagemang har vi nått ännu bättre resultat än förväntat.

*Viktigt att agera
här och nu, i både
stort och smått*

Vårt koldioxidavtryck, scope 1 och 2 enligt Greenhouse Gas Protocol, minskade med 30 procent under 2021, vilket är långt bättre än det 1,5 graders mål som stipuleras i Parisavtalet. Andelen certifierat trä i våra produkter nådde nästan 100 procent och vårt medarbetarengagemangsindex ökade till en ny rekordnivå.

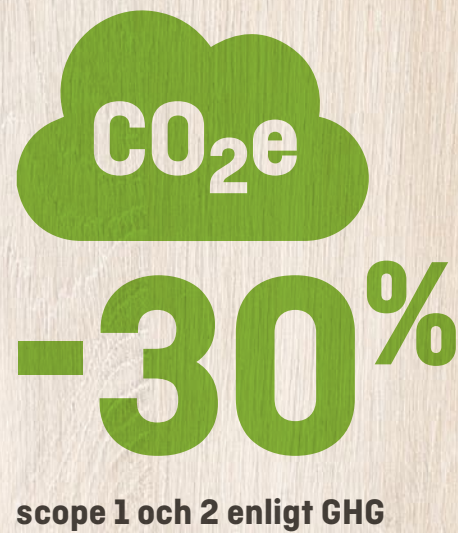
Inom leverantörskedjan togs nästa steg där vi under året implementerade ett krav- och förväntansdokument gällande miljö, arbetsmiljö, medarbetare och råmaterial, till 135 leverantörer, motsvarande 76 procent av våra totala direktmaterialinköp.

Vi baserar vårt hållbarhetsarbete på kunskap och fakta. Vi vet att vårt hållbarhetsarbete är en resa, där målet förändras över tid, men desto viktigare att vi agerar här och nu, i både stort och smått. Våra medarbetare, leverantörer och kunder har alla en viktig roll för vår verksamhet och vår utveckling, där nyckeln till framgång är samarbete och dialog. Vi vet att vi blir starkare tillsammans.

Resan framåt präglas av ett ökat fokus på cirkularitet, mångfald och inkludering samt att fortsätta vår ambition med att förbättra hållbarheten i hela värdekedjan!

Marie Webrant
Group Finance & Sustainability Director
Ballingslöv International

ÅRET I KORTHET



HÅLLBARHET VARJE DAG

Hållbarhet finns med oss varje dag. I allt vi gör. I stort som smått. Här ser du några av de initiativ vi genomfört under året, i våra affärsenheter.

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

JAN

- **Bytt till biogas** för uppvärmning av fabriken = 100 % grön energi i hela fabriken!
- **Hållbarhet blir en** stående agenda-punkt på de interna veckomötena, för att uppmuntra delaktighet och framgång
- **Tillhandahållt två lärlingsplatser** i fabriken, hela året, för att bidra till människors utbildning

MAJ

- **Upphört med frigolit** som förpackningsmaterial från en leverantör, då det utgjorde onödigt avfall
- **Anlagt ett biodiversitetsområde** vid fabriken, för att främja biologisk mångfald
- **Bytt ut förpackningsmaterial** till materialåtervinningsbar kartonglösning, för att förbättra resursutnyttjandet och cirkulera materialet fler gånger

JUNI

- **Implementerat "Too good to waste"** för att förhindra att produkter med små skönhetsfel kasseras - respekt för miljön!
- **Förbättrat ergonomin** för medarbetarna och ökat produktionskapaciteten genom installation av en robot

JULI

- **Gått över till 100 %** återvunnet material i samtliga folierade köksluckor
- **Installerat sex laddningsstationer** till elfordon vid produktionsanläggningen, för att främja övergången till elbilar
- **Bidragit till en bil** till ett lokalt vårdhem, för att förbättra äldreomsorgen

OKT

- **Bytt till papperstejp** när köken förpackas, ytterligare ett steg i att ta bort all engångsplast
- **Upcyclat ännu en restprodukt** - när det görs hål i bänkskivan för vask eller spis, skapas ett spill av "håltagnings-material" som nu får ett nytt liv, som tapasfat!
- **Bytt till biogas** för uppvärmning av fabriken = 100 % grön energi i hela fabriken!

NOV

- **Inlett dialog med emballageleverantör** för att hitta samarbete kring cirkulering av emballagematerialet, för att tillsammans ta tillvara en möjlig material-loop
- **Bytt ut samtliga engångsartiklar** i personalmatsalen från plast till trä
- **Investerat och installerat** i en ny värmepanna i fabriken, vilket reducerar CO₂e-utsläppen med minst 75 %
- **Ingått avtal med Morsø Kommun** om att anlägga en DFI-Geislerskog, för att värna ytterligare om djur och natur

DEC

- **Minskat matsvinnet** i lunchrestaurangen med 75 % genom att gå över till portionsservering
- **Avslutat användningen** av en oljebrännare och istället gått över till 100 % grön energi
- **Tagit nästa steg** i tydliggörandet av produkternas klimatavtryck, genom att lägga in informationen i produktprislistan

FEB

- **Implementerat hållbarhet** som ett viktigt dagligt mindset på samtliga avdelningar, med dialoger kring hur och med vad varje medarbetare kan vara med och bidra
- **Bytt ytbehandlingsteknik** till en vattenbaserad lösning, vilket reducerar VOC-utsläppen (Volatile Organic Compounds) med 90 %
- **Implementerat designprinciper** för hållbarhet

MARS

- **Tagit bort fossil uppvärmning** av fabriken, för att kunna nå målet "klimatneutral produktion"
- **Implementerat interna** hållbarhetsutbildningar, varje kvartal
- **Implementerat ny avfallshantering** och uppnått 76 % materialåtervinning och 24 % energiåtervinning samt reducerat transportererna kopplade till avfallstömningen med ca 80 %

APRIL

- **Lanserat den första köksluckan** gjord i återvunnen träfiber, därmed ökade andelen återvunnet material i köken ytterligare, vilket sparar på jordens resurser
- **Förbättrat arbetsmiljön** och ljuset inomhus genom installation av nya fönster i fabriken
- **Installerat luftvärmesystem** i fabriken, som säkerställer ett behagligt arbetsklimat för alla medarbetare, på ett hållbart och fossilfritt sätt, året runt

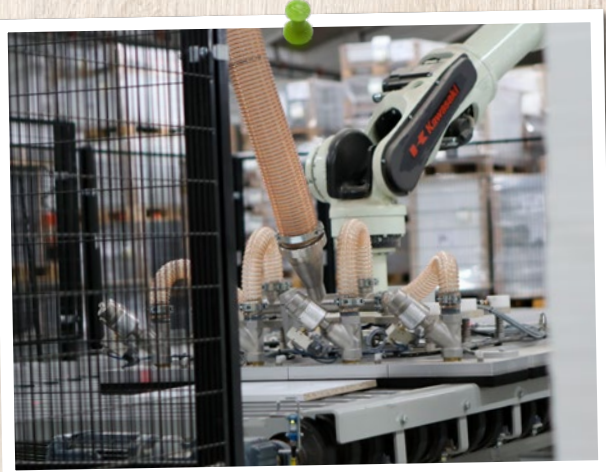
AUG

- **Påbörjat ett energioptimeringsprojekt** för att minska energianvändningen
- **Reducerat tunga lyft** i fabriken genom installation av en robot, vilket gett bättre säkerhet och hälsa för medarbetarna

- **Påbörjat projektet "Ett extra hållbart val"** tillsammans med student från Malmö universitet, för att tillsammans hitta nya möjligheter till cirkulära kökslösningar

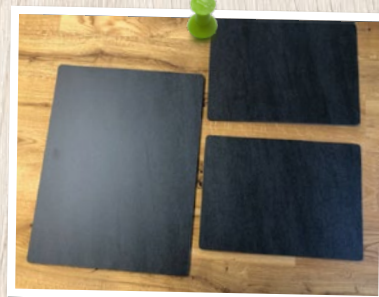
SEPT

- **Påbörjat utbytet av ytbehandlingsteknik**, till en vattenbaserad lösning som är bättre för miljön
- **Utvidgat det interna kvalitetsförbättringsarbetet** inom produktionen genom att utse och utbilda tre kvalitetskoordinatorer



JKE Design: Förbättrat ergonomin för medarbetarna och ökat produktionskapaciteten genom installation av en robot

DFI-Geisler: Ingått avtal med Morsø Kommun om att anlägga en DFI-Geislerskog, för att värna ytterligare om djur och natur



DFI-Geisler: Upcyclat ännu en restprodukt - när det görs hål i bänkskivan för vask eller spis, skapas ett spill av "håltagnings-materialet" som nu får ett nytt liv, som tapasfat!

OM BALLINGSLÖV INTERNATIONAL

Ballingslöv International är en koncern med sex affärsenheter inom köks-, badrums- och förvaringsbranschen. Våra väl-etablerade varumärken Ballingslöv, Drømmekjøkkenet, Kvik, Multiform, JKE Design, DFI-Geisler och PaulaRosa Manhattan är kända för hög kvalitet och god design. Koncernen har 1300 medarbetare, omsätter knappt fem miljarder kronor – och är därmed en av de större köksproducenterna i Europa.

Ballingslöv Internationals verksamhet är grundad i långsiktigt hållbara lösningar. Vi är etiskt ansvarstagande och strävar efter att våra produkter utvecklas, tillverkas, transporteras, används, återanvänds och slutligen återvinns med så låg miljöpåverkan som möjligt.

Koncernens affärsmodell innebär att affärsenheterna utvecklar egna unika erbjudanden, samt producerar och säljer sina produkter i egen regi. Det innebär att koncernen har ett brett utbud, i många prissegment och produktlösningar som passar alla, från enskilda konsumenter till byggbolag och fastighetsutvecklare.

Europa är den primära marknaden och produktionen sker vid affärsenheternas egna anläggningar i Sverige, Danmark och Storbritannien. De råvaror och komponenter som köps in kommer också huvudsakligen från Europa.

Ballingslöv International ägs till 100 procent av Stena Adactum AB.

OM REDOVISNINGEN

Detta är Ballingslöv Internationals tredje hållbarhetsredovisning, vilken styrelsen är ansvarig för. Hållbarhetsredovisningen är upprättad i enlighet med bestämmelserna i ÅRL 6:e kapitlet. Redovisningen avser 2021 och omfattar koncernens samtliga bolag: 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, hållbarhetsarbete och varumärken på hemsidan: www.ballingslovinternational.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 strategiska 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

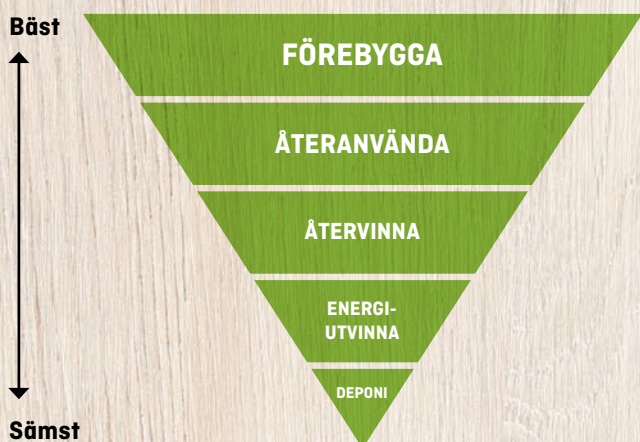
Att köken redan i sitt ursprung har så lågt klimatavtryck som möjligt är mycket viktigt. I vår strävan med vårt cirkulära gröna kök arbetar vi kontinuerligt för att minska kökets ursprungliga miljöpåverkan.

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 ett annat hem. När de väl gjort sitt ska de kunna materialåtervinnas helt och hållet.

Men minst lika viktigt är kökets ursprungliga miljöpåverkan, där materialvalen har stor betydelse, vilket illustreras på detta uppslag.

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 – Deponering eller förbränning utan energiutvinning

KÖKETS KLIMATAVTRYCK – MATERIALVALEN HAR STOR BETYDELSE

Genomförda produktlivscykelanalyser visar tydligt hur olika råmaterial, transporter och tillverkningsprocesser påverkar ett köks klimatavtryck. Mer om livscykelanalyser går att läsa om på sid 30. Här visas tre exempel på hur materialvalen påverkar kökets klimatavtryck, exklusive vitvaror och el under användningstiden 20 år i hemmet.



1,13 t

CO₂e

Målad träfiberlucka med
bänkskiva i kompositsten

Kökslucka i målad MDF,
19 mm tjock, ursprung
Polen. Bänkskiva i
kompositsten från
Spanien



0,66 t

CO₂e

Laminatlucka med
bänkskiva i laminat

Kökslucka i laminat,
19 mm tjock, material
från Italien och Tyskland.
Bänkskiva i laminat,
material från Italien
och Danmark



0,58 t

CO₂e

Massiv eklucka med
bänkskiva i laminat

Kökslucka i massiv skikt-
limmad ek, 19 mm tjock,
ursprung Sverige. Bänkskiva i laminat, material från Polen och Danmark





MITT HÅLLBARA KÖKSLIV

Det finns mycket du kan göra för att minska ditt klimatavtryck – när du väljer kök och i vardagen!

VÄLJ TRÄ

Träkök är ett extra bra val. Det är en naturlig resurs, som ger ett väldigt lågt avtryck på klimatet och är utmärkt att cirkulera och återvinna.



FÖRNYBAR EL – LÅGT KLIMATAVTRYCK

När du väljer förnybar el till ditt hem blir klimatavtrycket marginellt på den el du förbrukar. Nästa steg är att minimera elanvändningen. Det är bra för både miljön och din ekonomi.



LÅGT
klimatavtryck

FÖRLÄNG LIVSLÄNGDEN

Regelbundet underhåll och reparationer förlänger kökets livslängd, vilket sparar på jordens resurser. När sedan köket behöver en uppfräschning – gör en ny ytbehandling, byt luckor eller se om köket kan få ett andra liv i någon annans hem eller i ditt grovkök. Genom att ta vara på köket minskar du miljöpåverkan.



SORTERA MERA

Källsortering och återvinning av så många materialslag som möjligt är en viktig insats du kan göra för miljön.



MINSKA MATSVINNET

Att ta tillvara matrester och göra lunchlådor är ypperligt för att minska miljöpåverkan, liksom att förvara maten på ett klokt sätt – så att den håller längre. Exempelvis kan du vakuumpförpacka maten samt förvara grönsaker i vatten i kylan – citronerna och morötterna håller sig spänstiga betydligt längre!

RÄTT VITVAROR

Omkring 50 procent av ditt köks klimatavtryck genereras av vitvarorna. Köp därför vitvaror med hög kvalitet, som håller länge och prioritera bästa energiklass. Väljer du dessutom en ångugn känns gårdagens mat alldeles nylagad när du värmer upp den igen. Det minskar matsvinnet!

50%

av ditt köks
klimatavtryck





VÅR HÅLLBARA VERKSAMHET

Med stort engagemang blir vi alltmer hållbara –
i hela värdekedjan och i vår dagliga verksamhet!

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



*Vår hållbara
verksamhet är en
resa där vi lyckas
bättre när vi gör
det tillsammans
- där blir det lång-
siktigt hållbart!*

Hållbarhet för oss

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.

EN RESA, DÄR VI LYCKAS BÄTTRE NÄR VI GÖR DET TILLSAMMANS

Med vår hållbarhetsstrategi som ledstjärna stärker vi oss på vår hållbarhetsresa för varje dag och för varje år. Sedan 2018 har vi reducerat vårt klimatavtryck med mer än 60 procent (scope 1 och 2 enligt Greenhouse Gas Protocol). Att i än högre grad få med oss våra leverantörer på en gemensam hållbarhetsresa är något vi fokuserat på och tydliggjort under 2021. Vi ser styrkan i olika personligheter och strävar efter att alla medarbetare kan nå sin fulla potential som en del i ett vinnande team. Våra medarbetare ska kunna känna stolthet och arbetsglädje!





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.

FÖR EN HÅLLBAR FRAMTID

En hållbar helhet är en självklarhet för oss. Vi är ansvarstagande, transparenta och fokuserar på cirkulär design, hållbara råvaruinköp och att skapa kvalitetsprodukter som det går att lita på. Vi arbetar nära våra leverantörer och skapar nya och innovativa lösningar tillsammans.

Hållbarhet är en del i alla våra beslut från design och produktutveckling, hela vägen hem till våra kunder.

FN:S GLOBALA MÅL

Förenta Nationerna, FN, har i sin Agenda 2030 satt upp 17 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 viktigt 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 de råvaror som används i tillverkningen av våra produkter. Det minskar vi genom att arbeta för cirkulära processer. Vi bidrar även genom att uppmuntra våra konsumenter till att göra hållbara produktval och till en hållbar livsstil, exempelvis genom underhåll och skötsel för att förlänga livslängden på sitt kök. Vårt fokus är 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. Vi fokuserar på delmål 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 där vår verksamhet påverkar samhället och miljön på olika sätt. Vi vill göra så goda avtryck som möjligt – och 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



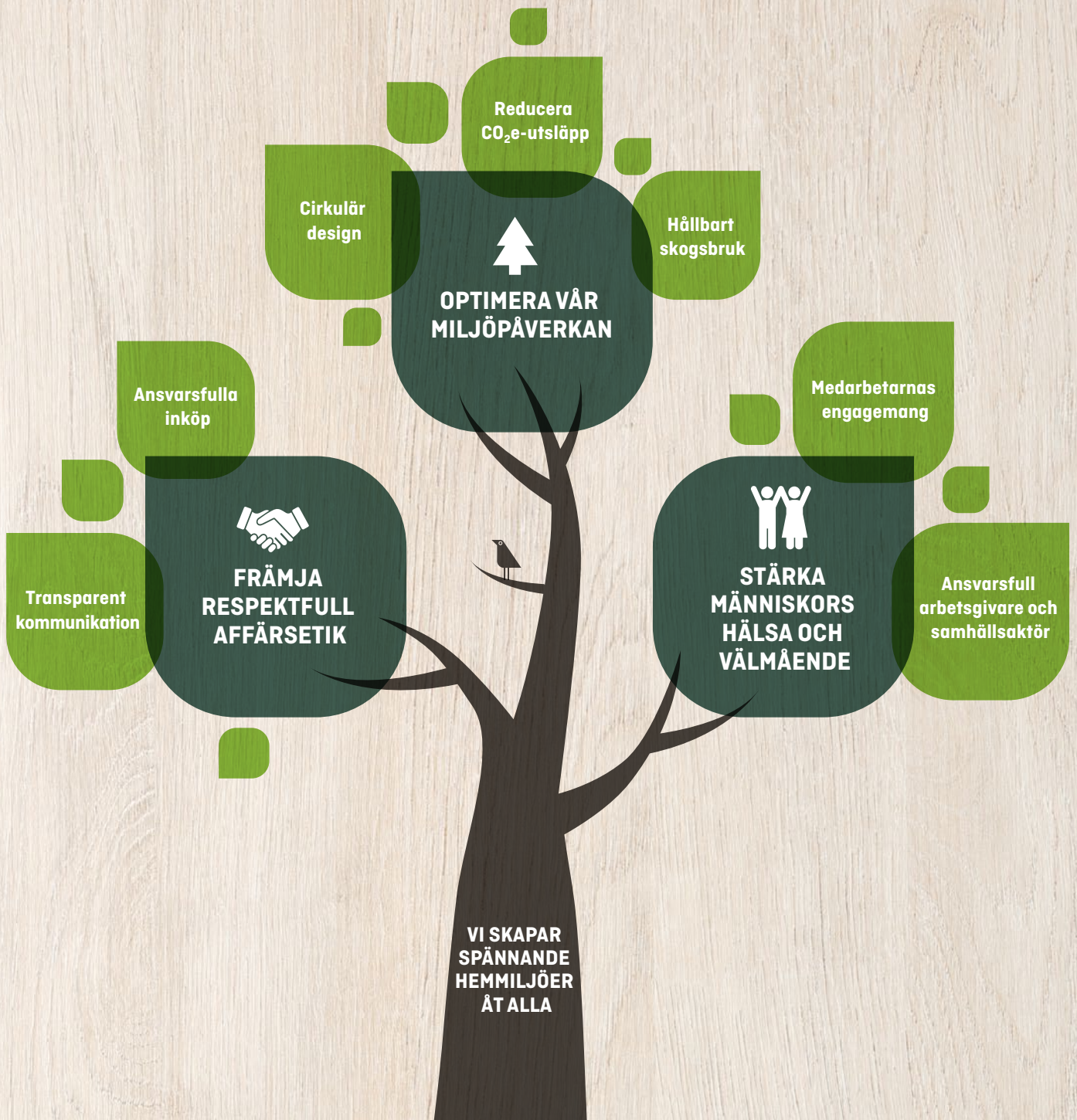
STÄRKA MÄNNISKORS HÄLSA OCH VÄLMÅENDE

- Medarbetarnas engagemang
- Ansvarsfull arbetsgivare och samhällsaktör



FRÄMJA RESPEKTFULL AFFÄRSETIK

- Ansvarsfulla inköp
- Transparent kommunikation



Vår hållbarhetsstrategi är en integrerad del av vår affärsverksamhet

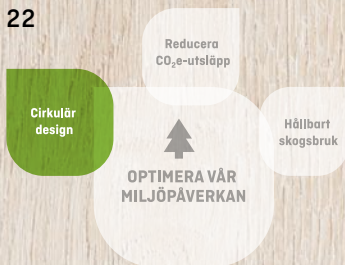


OPTIMERA VÅR MILJÖ- PÅVERKAN

Vi strävar efter att minska vårt klimatavtryck genom hela värdekedjan, med fokus på att använda 100 procent förnybar energi, öka andelen återvunnet material i våra produkter, minimera materialanvändningen, reducera kemikalier samt öka möjligheten till cirkularitet.

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





CIRKULÄR DESIGN

Cirkulär design innebär att vi redan på ritbordet planerar för att produkten både ska hålla länge och kunna återanvändas eller återvinnas i framtiden. Den cirkulära designen påverkar materialval och konstruktion. Målet är 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 2021 och 2020:

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

DESIGN OCH UTVECKLING MED HÅLLBARHET I CENTRUM



Claus Johnsen, Head of Category Management & Design på Kvik

För Kvik är hållbarhet en allt mer integrerad del av affärsidén. Under 2021 har bolaget implementerat ett antal styrande designprinciper för hållbarhet och cirkularitet.

– Vi har arbetat dedikerat med hållbarhetsfrågor under ett antal år och lärt oss mycket på resan. Den kunskapen ligger till grund för våra nya designprinciper, säger Claus Johnsen, Head of Category Management & Design på Kvik.

TILLVERKNING

En av Kviks grundläggande principer är att ett hållbart kök ska vara normen och inte något som kostar extra. Ett sätt att uppnå det är att skapa skalfördelar genom att använda samma grundkomponenter i samtliga produktlinjer. På så sätt minskas spill och kostnaderna hålls nere.

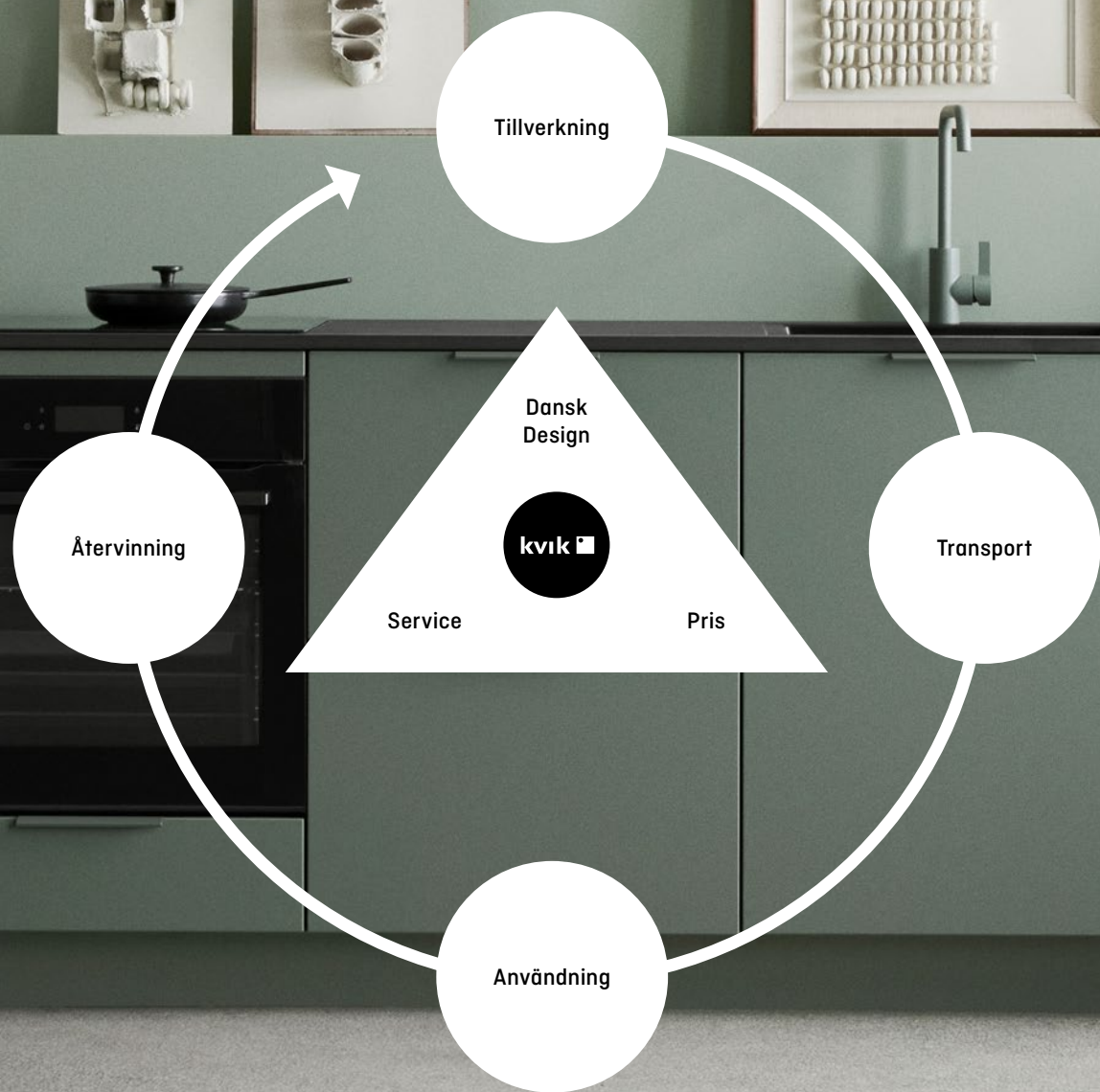
Kvik strävar dessutom efter att enbart använda hållbara och helst

återvunna material. Enligt den nya designprincipen ska allt material som köps in bestå av minst 21 procent återvunnet material. Detta för att spara på jordens resurser genom att minska uttag av nytt råmaterial.

Ett hållbart kök ska vara normen

TRANSPORT

Transportkedjan är ett annat prioriterat område. Kvik har skapat nya lösningar för platta paket, så att produkterna ska ta så liten plats som möjligt. På så sätt sparas både förpackningsmaterial, drivmedel och transportyta. Resultatet är att CO₂e-utsläppen minskar.

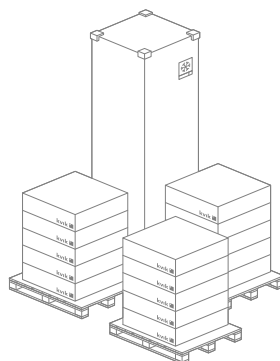


Kvik arbetar utifrån tre grundprinciper: Dansk design, en prisbild där kvalitet och hållbarhet inte ska kosta extra och tre olika servicenivåer beroende på kundernas behov. De nya designprinciperna fokuserar på tillverkning, transport, användning och återvinning.

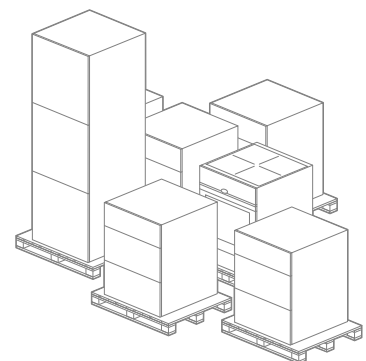
ANVÄNDNING OCH ÅTERVINNING

– Att köket ska leva länge är också en självklarhet. God kvalitet är grundstenen, men livslängden förlängs dessutom väsentligt om det är möjligt att ge köket en ansiktslyftning med hjälp av underhåll och till exempel nya beslag, handtag eller köksluckor i en annan färg. Den dagen köket ska återvinnas är det dessutom viktigt att alla material kan separeras och återvinnas på rätt sätt, avslutar Claus Johnsen.

Kvik har skapat nya lösningar för platta paket.



Kvik standard



Branchsstandard



Under året lanserades "Too good to waste": DFI-Geislers nya initiativ för att minska spill och miljöpåverkan ytterligare. Konceptet går ut på att företaget säljer bänkskivor, som sorterats bort på grund av smärre defekter eller skönhetsfel till ett rabatterat pris via sin hemsida, i stället för att kassera dem.

VIKTIGT STEG MOT MINSKAT MATERIALSPILL



Ane Vilsgaard, Hållbarhetschef på DFI-Geisler

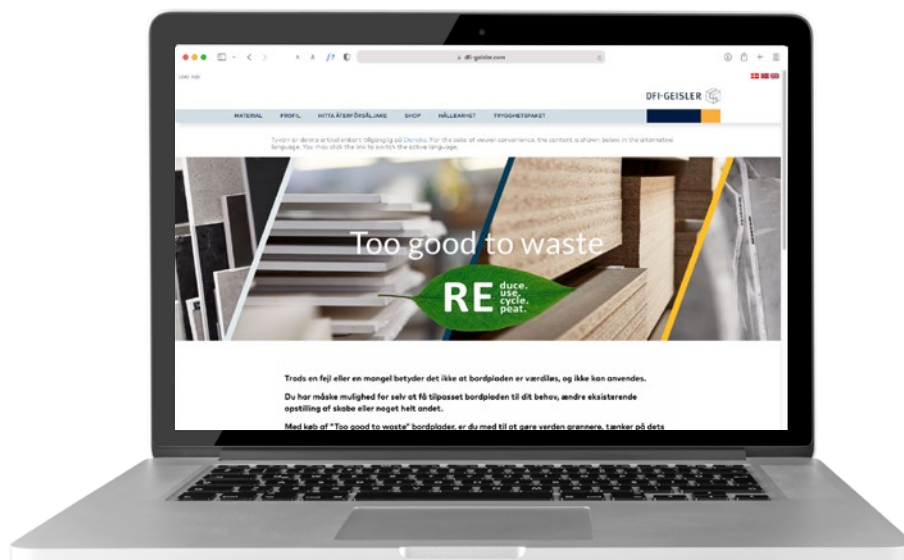
DFI-Geisler är en av Skandinavens största producenter av bänkskivor och hållbarhet är en integrerad del av affärsstrategin. Sedan "Too good to waste"-starten i juni 2021 har DFI-Geisler erbjudit drygt 50 bänkskivor via hemsidan.

– Många miljövinster skapas av insatser som kan verka små, men som sammantaget gör stor skillnad, säger hållbarhetschefen Ane Vilsgaard.

– "Too good to waste" var ett naturligt steg för oss. Att kassera fullt användbara kvalitetsprodukter som har ett mindre skönhetsfel är verk-

ligen ett slöseri med resurser. Att i stället hitta nya användningsområden och sälja bänkskivorna till ett rabatterat pris till en konsument som kan använda dem i många år framöver, ligger helt i linje med vår strävan att alla våra produkter ska ha en så lång livslängd som möjligt.

Responsen har varit mycket positiv. Kunderna uppskattar att företaget agerar ansvarsfullt och tydligt. "Too good to waste" bidrar också till att driva både stolthet och ett större internt engagemang hos medarbetarna.





Köket är 37 år gammalt, precis bytt ägare och ska nu få en uppgradering – för att hålla i minst 37 år till!

Ju längre ett kök är i bruk, desto bättre är det för miljön. Multiform har under 40 år specialiserat sig på att skapa handbyggda massiva träkök av högsta kvalitet och med tidlös design – kök för generationer.

KÖK FRÅN 1985 – FÖR GENERATIONER OCH MILJÖN



Allan Meyer, VD på Multiform

En av mina största källor till stolthet är att kunder ofta hör av sig och berättar om hur fina deras kök fortfarande är och hur väl de fortsatt fungerar, säger Multiforms VD Allan Meyer. Ibland skriver kunderna också och frågar om vi har en reservdel till ett kök som är 30 år eller äldre, vilket vi för det mesta har.

– Jag blev nyligen kontaktad av

en man i Norge, som just köpt en lägenhet med ett Multiformkök från 1985 (se bild). Han ville modernisera köket, men återanvända så mycket som möjligt och behålla de klassiska Form1-luckorna med den

unika Multiform-känslan. Det gör mig såklart oerhört glad när nya kunder ser kökets värde och tar det vidare, generation till generation, då pratar vi hållbarhet och respekt för miljön, menar Allan.





REDUCERA CO₂E-UTSLÄPP

Vi vill bidra till en grön och hållbar omställning av hela köksbranschen och ta vårt ansvar i arbetet med att begränsa utsläppen och den globala temperaturhöjningen. Sedan 2018 genomför vi årligen en noggrann mätning av våra utsläpp av växthusgaser hos samtliga affärsenheter, enligt Greenhouse Gas Protocol (GHG), för scope 1, 2 och en del av scope 3. Ambitionen är att beräkna scope 3 fullt ut framöver.

Vi har även genomfört kompletta livscykelanalyser av våra produkter och vet därför exakt var och hur miljöpåverkan uppstår och vad vi ska göra för att reducera den.

VÄGEN MOT NETTO NOLL

Långsiktiga åtgärder för att reducera CO₂e-utsläppen är viktigt, men det är ännu viktigare att agera här och nu. Vi har ställt om till 100% förnybar el och prioriterar biodrivmedel i våra transporter. Flertalet investeringar och skiften görs för allt mer fossilfri uppvärmning och ständigt minskad klimatpåverkan. Vi har minskat våra CO₂e-utsläpp med -61 procent (scope 1 och 2 enligt GHG) jämfört med 2018, vilket är väsentligt bättre än Parisavtalet och vårt 2022-mål, som ska revideras under 2022.

För att nå netto noll genomför vi fortsatt investeringar och aktiviteter som reducerar våra CO₂e-utsläpp ytterligare, så som fossilfri uppvärmning, förbättrad ytbehandling och fossilfria transporter. Dessutom investerar vi i carbon removal, i form av biokol, vilket gjorde att vi under 2021 uppnådde och passerade målet med klimatneutrala produktionsanläggningar, i fem av våra sex affärsenheter.

LEVERANTÖRSKEDJAN OCH FÖRNYBAR ENERGI LEDER TILL FRAMGÅNG

Våra leverantörers CO₂e-utsläpp är en central del i scope 3, vilket innebär att det krävs ett nära samarbete för att reducera våra produkters CO₂e-påverkan. Under året har vi tagit fram och implementerat ett antal nya upphandlingsprinciper som syftar till att med gemensamma krafter driva mot lägre miljöavtryck. Ambitionen är att reducera leverantörernas CO₂e-utsläpp med 50 procent över tid. Mer om detta finns att läsa på sid 42.



Ambition 2030:

CO₂e: < 2 350 ton (-70 % vs 2018), scope 1 och 2, enligt GHG

Mål 2022:

CO₂e: < 4 700 ton (-40 % vs 2018), scope 1 och 2

Status 2021:

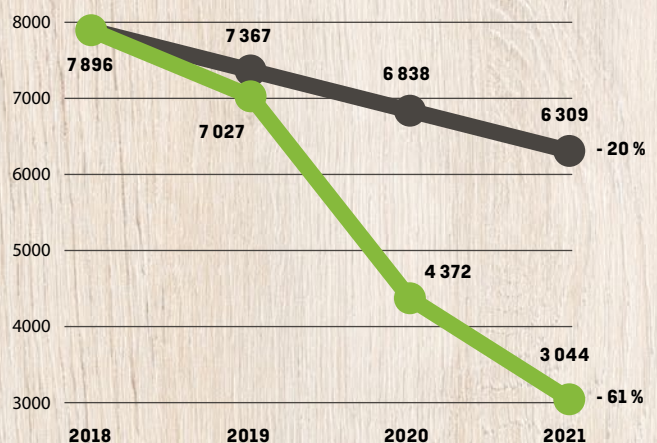
CO₂e: 3 044 ton (-61 % vs 2018), scope 1 och 2

Status 2020:

CO₂e: 4 372 ton (-45 % vs 2018), scope 1 och 2

-61% **CO₂e**

BALLINGSLÖV INTERNATIONAL GROUP CO₂E EMISSIONS SCOPE 1 & 2



● CO₂e scope 1 & 2 ● Paris agreement (1,5 degree)

Sedan 2018 har vi reducerat våra CO₂e-utsläpp med -61 procent, en fantastisk resa som till stor del beror på 100 procent förnybar el och övergång till biodrivmedel i våra egna transporter.

Under 2021 genomfördes en omräkning av våra utsläpp av växthusgaser, för samtliga affärsenheter, för åren 2018 – 2020, eftersom kunskapen och processen förbättrats genom åren samt att mängden tillgänglig data ökat.

VÅR VÄG TILL CO₂E-REDUKTION

För att reducera våra CO₂e-utsläpp prioriterar vi följande fem områden:



- 1. Förnybar el** – vi väljer att använda 100 procent förnybar el och vi vill inspirera våra leverantörer, kunder och slutkunder att göra 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 således reduceras miljöpåverkan



- 5. Kloka materialval** – vår djupa livscykelanalytiskunskap sätter grunden för produktutveckling och utökade leverantörssamarbeten

CARBON REMOVAL MED LOKALT PRODUCERAD BOKOL

Vi genomför en mängd aktiviteter och investeringar för att kontinuerligt minska våra CO₂e-utsläpp. Vissa åtgärder kan göras snabbt och vissa tar längre tid. Parallellt väljer vi därför att investera i carbon removal genom biokol, där koldioxid tas bort från atmosfären och återförs som jordförbättrare i jorden. Att agera här och nu är viktigt för oss. Klimatneutral produktion var vår ambition för 2021 och det uppnådde vi i fem av våra sex affärsenheter. Med klimatneutral produktion menar vi de CO₂e-utsläpp som vår egen produktion medför i scope 1 samt hela scope 2 enligt Greenhouse Gas Protocol, reducerat med certifikat för biokolstillverkning.

Certifikaten köps av företaget Ecoera, som har sin bas på Skånefrös anläggning i Hammenhög på Österlen i Skåne. Där tillverkas biokol genom en kontrollerad förbränningsprocess av den biomassa som är en restprodukt från Skånefrös utsädesproduktion. Biokolet säljs sedan som markförbättring till jordbruk, trädgårdar, rabatter och grönytor och blir på så vis en kolsänka i flera hundra år. Värmen som genereras vid förbränningen används för att värma traktens hushåll. Biokolet är en stabil, ren och klimatsmart produkt, baserad på forskning, godkänd för ekologisk odling och certifierat av European Biochar Certificate.



Helle Fyllgraf, Marknadschef på JKE Design

FÄRRE KEMIKALIER – MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

Genom att börja använda vattenbaserade färger och lack har JKE Design sänkt sin användning av lösningsmedel med 90 procent – utan att kompromissa med vare sig kvalitén eller produkternas livslängd.

– Vi har undersökt olika alternativ för att minska kemikalieinnehållet i våra färger och det känns verkligen bra att vi nu lyckats hitta en lösning

som ger betydligt lägre miljöpåverkan och CO₂e-utsläpp, berättar JKE Designs marknadschef Helle Fyllgraf.

Färgbytet skapar vinster på många plan. Tidigare målades alla luckor manuellt i olika sprutkabiner, nu är hela linjen automatiserad och har en betydligt högre kapacitet än tidigare. Dessutom har arbetsmiljön i fabriken förbättrats.



GENOMTÄNKTA INVESTERINGAR – KLIMATNEUTRAL PRODUKTION



Lee Golby, SHEQ Manager & Sustainability Lead på Paula Rosa Manhattan

Nytt tak på fabriken, ett nytt uppvärmningssystem och en ny energimix. En kombination av genomtänkta beslut och stora, långsiktiga investeringar innebär att Paula Rosa Manhattan nu är i princip helt koldioxidneutrala i sin egen produktion.

– Vi började den här resan 2017, berättar Lee Golby, SHEQ Manager & Sustainability Lead på företaget. En genomlysning av vår verksamhet

ledde fram till en långsiktig handlingsplan.

Paula Rosa Mannhattans fabrik är belägen i ett gammalt lokstall från 1900-talets början, där isoleringen var dålig och uppvärmningen slukade energi. 2019 byttes det 10 000 kvadratmeter stora taket och under 2020 installerades ett nytt värmesystem som drivs av 100 procent förnybar el.

Därmed sänktes produktionens CO₂e-avtryck drastiskt, -94 procent och inomhusklimatet i fabriken förbättrades. Det som kvarstår för helt klimatneutral produktion är 8 ton CO₂e, som i huvudsak beror på den olja som krävs till sprinklerpumpsystemet.

Vidare under året har alla gasdrivna truckar bytts ut till eldrivna, en del av fordonsflottan har bytts ut mot elbilar och strävan är att använda så stor andel biobränsle som möjligt i de egna godstransporterna. För att uppnå detta har företaget nyligen investerat i en särskild tankanläggning för

biobränsle. Och i samarbete med ett lokalt företag används 95 procent av allt materialspill till energiproduktion.

– Vi har dessutom gått igenom och optimerat vår energianvändning. Till exempel har vi uppgraderat all vår belysning till LED, vilket sparar oss cirka 150 000 kWh per år, berättar Lee Golby. Resultatet av alla de här insatserna är att vårt icke-elektriska energibehov för produktion minskade med 47 procent jämfört med föregående års användning.



Luftvärme- och kylsystem, Paula Rosa Manhattan.



Att beräkna ett köks klimatpåverkan är inte helt enkelt. Det är mycket att ta hänsyn till: exempelvis antal stommar och lådor och materialval till luckor, fronter och bänkskivor. Men även de vitvaror och den elmix som väljs har stor betydelse.

Under 2021 implementerade Ballingslöv Sima Pro, ett verktyg för beräkning av klimatpåverkan, som gör det möjligt för både kunderna och företaget att beräkna ett köks CO₂e-påverkan, ner i minsta detalj.

LIVSCYKELANALYSER VISAR VÄGEN



Fredrik Nyberg, Utvecklingschef på Ballingslöv

Vi har hög kunskap och arbetar faktabaserat. Det ska också framgå i kundmötet. Därför är det viktigt för oss att kunna ge konkreta siffror och på så sätt tydliggöra för kunderna exakt hur deras olika val påverkar kökets klimatavtryck, säger Fredrik Nyberg, utvecklingschef på Ballingslöv.

På datorskärmen ser Sima Pro ut som ett väldigt enkelt program, men under det användarvänliga gränssnittet döljer sig en komplex databas som tar hänsyn till mer än 40 000 olika parametrar för ett kök. När olika val läggs in i systemet tydliggörs klimatpåverkan för såväl respektive val som totalt.

Den data som finns i databasen kommer från Ballingslövs detaljerade

livscykelanalyser på produkterna. En livscykelanalys bygger på fakta kring produkterna samt ett antal antaganden, så som tex livslängd. Ballingslöv utgår i sina livscykelanalyser från en livslängd på 20 år för köken. Vitvarorna beräknas ha en livslängd på 10-15 år, vilket innebär att ett byte av vitvaror är inkluderat i kökets livscykelanalys. Vitvarornas klimatavtryck delas upp i tillverkning och elförbrukning under livstiden.

– De flesta kunderna blir förvånade över att val av vitvaror och val av elmix har så stor CO₂e-påverkan, säger Fredrik Nyberg. Men de inser också snabbt att en mer energieffektiv vitvara kan ge stora CO₂e-utsläppsbesparingar och därför påverkar mycket mer än många övriga val. Med kloka





val kan kunderna få ett kök med lågt klimatavtryck och de får också reda på exakt hur mycket de ska klimatkompensera om de vill få ett helt klimatneutralt kök.

Beräkna ett köks CO₂e-påverkan, ner i minsta detalj

I Ballingslövs livscykelanalyser tydliggörs också vilka områden som bör åtgärdas för att skapa störst miljövinster.

– Det ger oss en bra karta, säger Fredrik Nyberg. Vi arbetar för att

skapa en klimatneutral produktion. Med investering i en ny och betydligt mer effektiv värmepanna i fabriken beräknas vår CO₂e-påverkan ifrån uppvärmningen minska med åtminstone 75 procent. Vi vet också hur stor del av den totala klimatpåverkan våra egna transporter ger upphov till. Vi använder idag 90 procent fossilfritt biobränsle i våra lastbilar och arbetar hårt för att öka den andelen ytterligare, där tillgången på olika tankstationer är avgörande.

2018 satte Ballingslöv målet att minska sina CO₂e-utsläpp med 40 procent till utgången av 2022, men redan 2021 uppnåddes 65 procents reduktion. Livscykelanalyserna enligt ISO14040 och koldioxidberäkningen enligt Greenhouse Gas Protocol är

en viktig del i det arbetet. En annan framgångsfaktor är att sprida kunskap, ansvar och initiativ i organisationen, vilket delvis görs genom en hållbarhetsgrupp där representanter från alla delar av företaget ingår.

– Vi tycker att det är viktigt att tänka långsiktigt men vill också agera kraftfullt här och nu. Vi gör vad vi kan för att minska vår påverkan och vi kommer att fortsätta arbeta framåt och beta av område efter område. På så sätt blir vi ständigt bättre och både vi och våra kunder kommer att kunna göra de bästa valen för framtiden, avslutar Fredrik Nyberg.



HÅLLBART SKOGSBRUK

Hållbart skogsbruk innebär att skogen förvaltas och nyttjas på ett sådant sätt att dess biologiska mångfald och förnyingskapacitet bevaras, så att skogen förblir vital och produktiv, utan att skada andra ekosystem. Då kan skogen fortsätta att fylla viktiga ekologiska, ekonomiska och sociala funktioner både lokalt och globalt.

Sedan 2019 är det centralt i Ballingslöv Internationals hållbarhetsstrategi att endast köpa träråvara och träprodukter från hållbart skogsbruk, med någon av de oberoende certifieringarna FSC och PEFC. Vårt mål är att uppnå 100 procent certifierat trä under 2022.

Under 2021 uppnåddes 99 procent, vilket är en dryg fördubbling under två års tid då andelen var 47 procent år 2019. För att uppnå 100 procent kvarstår i huvudsak en trälucka, en kantlist samt några mindre snickeridetaljer, i främst två av våra affärsenheter. Ambitionen är självklart att 2022-målet ska uppnås!



99%
certifierat trä



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



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.



Ambition 2030:

100 % certifierat trä i våra produkter

Mål 2022:

100 % certifierat trä i våra produkter

Status 2021:

99 % certifierat trä i våra produkter

Status 2020:

96 % certifierat trä i våra produkter





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 ett "Great Place to Work", ta vårt ansvar som en viktig arbetsgivare och samtidigt 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 skapa internt engagemang fokuserar vi på ansvarsfullt ledarskap och att skapa 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.

Ökat engagemangs-
index till

76



**Great
Place
To
Work®**

GREAT PLACE TO WORK

Ballingslöv International genomför årligen medarbetarundersökningen Great Place to Work (GPTW) där alla anställda i koncernen ombeds att delta. Cirka 10 000 organisationer i 106 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 2021 var 89 procent, att jämföra med 87 procent året innan. Det sammanlagda resultatet nådde index 76 år 2021, jämfört med 71 föregående år.



Ambition 2030:

Engagemangsindex GPTW: > 80

Mål 2022:

Engagemangsindex GPTW: > 80

Status 2021:

Engagemangsindex GPTW: 76

Status 2020:

Engagemangsindex GPTW: 71

Kviks medarbetare har sagt sitt. Med ett förtroendeindex på höga 90 är företaget verkligen ett Great Place to Work. Hemligheten är ett långsiktigt och metodiskt arbete med tydliga förväntningar på både ledare och medarbetare samt en stark företagskultur.

METODISKT HR-ARBETE SKAPAR HÖGT MEDARBETARENGAGEMANG



Allan Nørgaard, HR & Academy Director på Kvik

På Kviks huvudkontor arbetar 280 personer varav 100 tjänstemän. Kärnvärdet är One Team och det satsas helhjärtat på att skapa och växa en kultur som höjer både medarbetarengagemang och delaktighet.

– Kvik har en platt organisation där beslutsvägarna är raka och snabba. Vi vill skapa en kultur som präglas av prestigelöshet, tillit och transparens, säger HR & Academy Director Allan Nørgaard.

På Kvik ses medarbetarundersökningen Great Place to Work (GPTW) som ett strategiskt redskap. Resultaten följs upp kontinuerligt. Man arbetar dels på övergripande nivå med prioriteringar för hela företaget, dels med olika avdelningar. Beroende på resultat i medarbetarundersökningen placeras ett fokusområde i röd, gul eller grön kategori.

– Om något är i den röda kategorin innebär det att index är under 80. Ledaren ska då göra en handlingsplan, som ska stämmas av med HR och implementeras inom 60 dagar. Gul kategori har ett index på 80-90, där upprättas också handlingsplaner

som ska implementeras och följas upp under året, berättar Allan Nørgaard.

Men det räcker inte där. Handlingsplaner upprättas även för gröna områden. Allan Nørgaard påpekar att resan aldrig tar slut och att det övergripande målet är ständig förbättring. Förslag och åsikter kommer in från alla olika avdelningar och nivåer i organisationen. Goda exempel och lyckade initiativ delas mellan avdelningar och alla ledare arbetar

*Goda exempel
och lyckade
initiativ delas*

tillsammans i workshops och i olika grupper för att utbyta erfarenheter och lära av varandra.

Ledarskap är en hög prioritering för Kvik. Medarbetarna ska känna sig delaktiga i de beslut som fattas och

få information på ett enkelt sätt. Ledarna ska vara öppna, tillgängliga och snabbt kunna svara på frågor. Regelbundna frågestunder och stormöten hålls och under året har KvikInside, en ny digital plattform för att ytterligare förbättra den interna kommunikationen, lanserats.

– Pandemin har varit en utmaning för oss, precis som för så många andra företag. Vi har arbetat med olika sociala initiativ online, framför allt för vår administrativa personal som ofta suttit hemma och arbetat. Personalföreningen KvikOp har till exempel drivit sociala aktiviteter och träning på distans med mycket goda resultat. Medarbetarengagemanget inom den kategorin har faktiskt stigit under året.

– Vi är nöjda med GPTW-resultatet men ser också ett par tydliga förbättringsområden, tex har vi expanderat och vuxit ur våra lokaler. Det speglas i nöjdhetsindex och därför vidtar vi nu åtgärder för att förbättra situationen, avslutar Allan Nørgaard.





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 och det innebär 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 2021:

Samtliga affärsenheter i Sverige och Danmark har haft ett flertal initiativ, där några anges på detta uppslag

Status 2020:

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

UTBILDNING & FORSKNING – VÅR FRAMTID



DFI-Geisler sponsrade under året den lokala stenhuggarutbildningen med stensivor.



42

42 studenter har under året haft en praktikplats eller feriearbete hos oss.



Att bidra till att "knäcka" cancer är viktigt för oss, exempelvis engagerar DFI-Geisler sig i det danska initiativet Knæk Cancer, som samlar in pengar till den danska Cancerfonden. Ballinsglöv stödjer Barncancerfonden genom Team Rynkeby, ett europeiskt välgörenhetsprojekt som sedan 2002 samlat in mer än 340 miljoner kronor. JKE Design stödjer såväl den danska Cancerfondens arbete mot bröstcancer som den danska Barncancerfonden.

AKTIVA & HÅLLBARA SAMHÄLLEN



22

"Nolltolerans mot mobbing" – ett initiativ som stöts av Ballingslöv.

JKE Design har under året anställt två personer samt skapat arbetstillfällen för 20 personer med fysiska eller psykiska funktionsnedsättningar.

51

Våra affärsenheter stöttar sammanlagt 51 lokala föreningar i sina respektive närområden, med stort fokus på barn och ungdom. Sponsring sker till såväl musik och kultur som till olika idrotter, exempelvis hockey, handboll, fotboll, gymnastik och golf.

En del bredare initiativ stöts också, Kvik är t ex en av huvudsponsorerna för Hernings ishockeylag Blue Fox och JKE Design sponsrar det nordjyska rallycrosslaget Team Rømer.

KLIMAT & MILJÖ



33k

DFI-Geisler har beslutat att värna ytterligare om den lokala miljön på Mors i Danmark och påbörjat projektet med att plantera 33 500 träd – DFI-Geisler-skogen.



JKE Design har anlagt ett 20 000 kvm stort biodiversitetsområde, vid sin fabrik, för att främja biologisk mångfald i närmiljön.



FRÄMJA RESPEKTFULL AFFÄRSETIK

Att främja respektfull affärsetik innebär 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. Vår uppförandekod är en central del, liksom fördjupade dialoger och det under året implementerade dokumentet avseende hållbarhetsförväntningar och materialkrav i leverantörsledet.

GENOMTÄNKT ARBETE ÖVER TID

Koncernens övergripande leverantörskrav för ansvarsfullt inköp deklarerades i vår uppförandekod, som publicerades första gången 2014 och som är en integrerad del av våra leverantörsavtal. Målet till 2022 är att alla större leverantörer, dvs leverantörer med en inköpsvolym per affärsenhet över 300 TEUR, ska ha accepterat vår uppförandekod och ambitionen till 2030 är alla medelstora leverantörer, dvs inköpsvolym per affärsenhet över 200 TEUR. Glädjande nådde vi 2030 ambitionen redan i år.

Som ett naturligt steg i vårt hållbarhetsarbete inledde vi fördjupade hållbarhetsdialoger med våra huvudleverantörer under 2019, vilket kompletterades med en hållbarhetsenkät under 2020. Ett ytterligare steg i hållbarhetsarbetet togs 2021, då vi sammanfattade våra mer detaljerade hållbarhets- och materialkrav i ett dokument "Sustainability- and Material Requirements" (SMR), vilket går att läsa mer om på nästa uppslag.

2019

2019 inledde vi fördjupade hållbarhetsdialoger med våra huvudleverantörer. Målet var att identifiera gemensamma lösningar för ökad hållbarhet.

2020

2020 skickade vi ut vår första hållbarhetsenkät med fokusområdena; goda arbetsförhållanden, ökad cirkularitet och minskad CO₂e-påverkan.

Avseende 2020 svarade 134 av våra leverantörer, motsvarande 76 % av våra totala direktmaterialinköp, på vår hållbarhetsenkät.

2021

Under 2021 arbetade vi fram och implementerade vårt "Sustainability- and Material Requirements"-dokument (SMR-dokument). I det beskrivs Ballingslöv Internationals förväntningar gällande miljö, arbetsmiljö, hälsa och säkerhet samt val av råmaterial.

SMR-dokumentet är utskickat till 135 av våra huvudleverantörer, motsvarande 76 % av våra totala direktmaterialinköp. Hittills har 110 leverantörer, motsvarande 74 % av våra totala direktmaterialinköp, signerat dokumentet.

Avseende 2021 svarade 124 av våra viktiga leverantörer, motsvarande 75 % av våra totala direktmaterialinköp, på vår hållbarhetsenkät.



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 2021:

100 % av våra större och medelstora leverantörer har accepterat vår uppförandekod

Status 2020:

100 % av våra större leverantörer har accepterat vår uppförandekod

*Inköpsvolym per affärsenhet
>200 TEUR

**Inköpsvolym per affärsenhet
>300 TEUR



REDUCE CO₂ 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

**Ansvarsfulla
inköp**

Genom att implementera det detaljerade hållbarhets- och materialkravsdokumentet "Sustainability- and Material Requirements" (SMR) förtydligar vi de krav och förväntningar vi har på våra leverantörer avseende såväl miljö och arbetsmiljö som medarbetare och råmaterial.

EN HÅLLBAR FÖRSÖRJNINGSKEDJA – EN GEMENSAM RESA



Staffan Jönsson, Chief Sourcing
Officer på Ballingslöv International

Sustainability- and Material Requirements (SMR)-dokumentet bygger på Ballingslöv International Groups hållbarhetsstrategi. Syftet är att få med våra leverantörer på vår hållbarhetsresa, där vi tillsammans kan göra stor skillnad.

– Under hösten utbildades 135 av våra större leverantörer, motsvarande 76 procent av våra direktmaterialinköp, i de krav som beskrivs i SMR-dokumentet och samtidigt presenterades vår hållbarhetsstrategi. Leverantörerna har ombetts att signera SMR-dokumentet och succesivt kommer det att bli en integrerad del av leverantörsavtalen, säger Staffan Jönsson, Chief Sourcing Officer på Ballingslöv International.

– Målsättningen med SMR-dokumentet är att fördjupa partnerskapet med våra leverantörer och gemensamt driva mot samma mål och på så sätt skapa bättre förutsättningar för en långsiktigt hållbar försörjningskedja. Vi har valt en väg som bygger på samarbete snarare än statisk kravställning. Det här är en process vi måste ta steg för steg. Till att

börja med vill vi att leverantörerna redovisar sitt nuläge och därefter vill vi se kontinuerliga förbättringar. Exempelvis vill vi att elförbrukningen drivs mot 100 procent fossilfritt, all träråvara ska komma från certifierad skog och vi vill också se en tydligt ökad andel återvunnet material i våra inköpta komponenter, berättar Staffan Jönsson.

*Tillsammans
gör vi skillnad*

Mer än 99 procent av alla inköp av direktmaterial kommer från europeiska leverantörer och där bedömer Ballingslöv International risken för överträdelser mot mänskliga rättigheter och arbetsmiljö som låg. Under 2022 kommer vi att på nytt analysera och uppdatera riskbedömningen av våra leverantörer av direktmaterial och utifrån detta besluta om relevanta aktiviteter framöver.

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 CO₂e 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 CO₂e emissions

Fossil free electricity

One step to reduce the CO₂e-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 CO₂e-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 CO₂e-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 CO₂e-impact (see appendix 1).

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.

ÖPPET, ÄRLIGT OCH FAKTABASERAT



Ane Vilsgaard, Hållbarhetschef på
DFI-Geisler



Martin Lundell, Marknadschef på
Ballingslöv

Alla affärsenheter inom Ballingslöv International-koncernen kommunicerar öppet, ärligt och faktabaserat om sin verksamhet och sina produkter. Två av våra affärsenheter som tagit den faktabaserade vägen ända ut till kund är Ballingslöv och DFI-Geisler.

– De produktlivscykelanalyser vi genomfört utgör grunden, säger Ane Vilsgaard, hållbarhetschef på DFI-Geisler. De är viktiga ur två perspektiv, för oss internt som underlag i förbättringsarbetet med produktens miljöpåverkan och externt till våra kunder och slutkonsumenter, där de ser hur deras materialval påverkar klimatavtrycket.

Strävan är att hela tiden bli både bättre och tydligare. Vid sidan om



livscykelanalyserna har Ballingslöv under året satsat stort på sin interna kommunikation.

– Långsiktig framgång skapas när alla drar åt samma håll, säger marknadschefen Martin Lundell. Alla anställda i Ballingslöv har under året utbildats i företagets värdegrund genom projektet "Rätt för mig – Respekt för andra". Vi har en kontinuerlig och levande dialog kring hur vi agerar, våra kärnvärden och hur vi ser på kund och leveransförhållanden. Det är viktigt att vi hela tiden uppmuntrar en konstruktiv feedback-kultur där vi pratar med varandra och lyfter upp och välkomnar diskussioner kring problem och utmaningar, i stället för att dölja dem.

Alla medarbetare ska ha tillgång till

rätt information när de behöver den. Här är ett fungerande och lättnavigerade intranät en framgångsfaktor.

*Vi har en
kontinuerlig
och levande
dialog kring
hur vi agerar*

Ballingslöv har under året påbörjat arbetet med en ny struktur som ska göra den interna kommunikationen både bättre och mer träffsäker.

– Även våra återförsäljare utbildas och informeras kontinuerligt i företagets värdegrund och i ett anpassat format av "Rätt för mig – Respekt för andra"-projektet, berättar Martin Lundell.

Vid sida om hemsida, intranät, nyhetsbrev och återförsäljarkommunikation är sociala medier en annan viktig kanal. DFI-Geisler har till exempel under året gjort tre videos om hållbarhet som fått stor spridning och uppskattats av både kunder, medarbetare och återförsäljare.

– Att äga sin historia och vara öppen med kunskap och fakta i alla led är viktigt. Vi vill visa att vi lever som vi lär och att det vi säger är äkta, avslutar Ane Vilsgaard.

VD-ORD



För oss är hållbarhet en strategisk prioritering för långsiktig lönsam tillväxt. Vi har aktiviteter inom hela värdekedjan, går mot 100 procent förnybar energi i våra produktionsanläggningar och under året nådde vi nettonollutsläpp av växthusgaser i fem av våra sex affärsenheter, scope 1 produktion och scope 2.

*Hållbarhet
är en strategisk
prioritering*

Våra produkter kommer i huvudsak från en förnybar källa, är materialåtervinningsbara, har hög kvalitet och lång livslängd – med detta som utgångspunkt, har vi redan kommit en bra bit på vår hållbarhetsresa, men vi har fortfarande flera områden där vi kan förbättra oss, vilket vi är ödmjuka inför.

Vi värnar om en respektfull affärskultur, med ansvarsfullt ledarskap och omtanke om varandra. Att ytterligare stärka våra medarbetares hälsa och välmående är något vi kommer att arbeta med under 2022.

Vi arbetar faktabaserat, målmedvetet och långsiktigt. Hållbarhetsstrategin är inarbetad och vi leder arbetet genom goda exempel och våra medarbetares engagemang är avgörande för vår framgång.

Att erbjuda hållbara produkter och guida våra kunder till hållbara val och ett hållbart köksliv, är både ett ansvar och en möjlighet som vi kommer att fortsätta driva!

Björn Hauber,
Koncernchef Ballingslöv International





VÅRA RESULTATINDIKATORER

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 2021, med 2019 - 2020 års värden som referens. Notera till exempel vår fortsatta minskning av CO₂e-utsläpp, att andelen förnybar el fortsatt var 100 procent och att andelen certifierat trä i våra produkter nästan var 100 procent, på god väg mot vår målsättning.

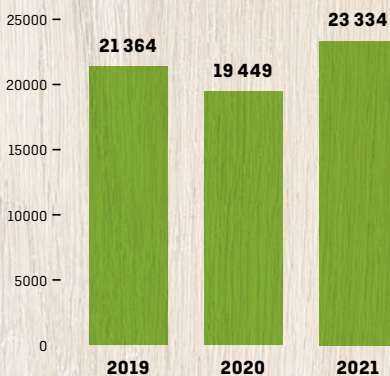
Tyvärr har sjukfrånvaron fortsatt på en relativt hög nivå under 2021, vilket beror på den globala pandemin som likt 2020 dominerat året.

Utöver resultatindikatorerna nedan, är vår årliga medarbetarundersökning Great Place to Work, GPTW, ett viktigt verktyg för oss. Undersökningen innehåller fem områden: 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 stärks medarbetarnas integritet och risken för oetiskt beteende minskar.

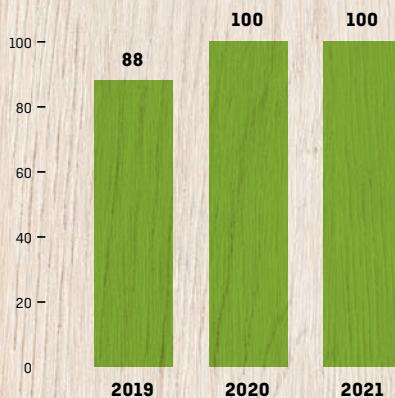
	2019	2020	2021
 OPTIMERA VÅR MILJÖPÅVERKAN			
Andel återvinningsbara produkter, %	98	98	98
CO ₂ e-utsläpp (Scope 1), ton *	5 921	4 372	3 044
CO ₂ e-utsläpp (Scope 2), ton *	1 107	0	0
Utsläpp av lösningsmedel, ton	32	31	27
Energiförbrukning el, MWh	21 364	19 449	23 334
varav förnybart, %**	88	100	100
Andel certifierat trä, %	47	96	99
 STÄRKA MÄNNISKORS HÄLSA OCH VÄLMÅENDE			
Antal olyckor med frånvaro (24 timmar eller mer)	21	24	30
Sjukfrånvaro, % (Genomsnitt hos affärsenheter, exkl. tjänstemän)	3,75	5,25	6,68
Könsfördelning styrelse (Ballingslöv Int)	33 % KVINNOR 67 % MÄN	33 % KVINNOR 67 % MÄN	33 % KVINNOR 67 % MÄN
Könsfördelning ledningsgrupp (Ballingslöv Int)	14 % KVINNOR 86 % MÄN	17 % KVINNOR 83 % MÄN	17 % KVINNOR 83 % MÄN
Könsfördelning ledningsgrupper dotterbolag	27 % KVINNOR 73 % MÄN	25 % KVINNOR 75 % MÄN	26 % KVINNOR 74 % MÄN
Könsfördelning totalt samtliga medarbetare	27 % KVINNOR 73 % MÄN	26 % KVINNOR 74 % MÄN	26 % KVINNOR 74 % MÄN
Engagemangsindex GPTW	70	71	76
Svarsfrekvens GPTW, %	88	87	89
 FRÄMJA RESPEKTFULL AFFÄRSETIK			
Andel medarbetare som accepterat vår uppförandekod, %	100	100	100
Andel större leverantörer som accepterat vår uppförandekod, %	100	100	100
Andel medelstora leverantörer som accepterat vår uppförandekod, %	-	-	100

* Under 2021 genomfördes en omräkning av CO₂e-utsläppen för åren 2018-2020, då processen förbättrats och mängden tillgänglig data ökat.

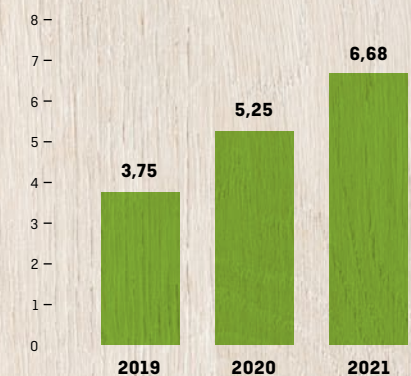
** Fr.o.m. andra halvåret 2019 är all el förnybar.

ENERGIFÖRBRUKNING EL, MWH

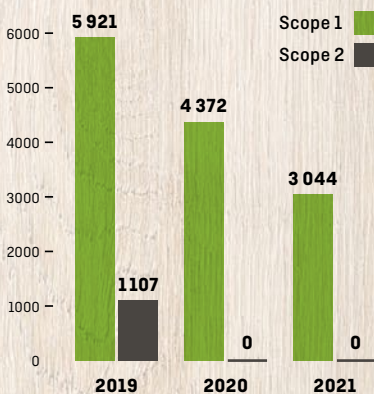
Elförbrukningen ökade 2021 pga försäljningstillväxten som innebar att produktionen var igång väsentligt fler timmar samt även pga övergången till fossilfria lösningar som är elbaserade. Nedgången 2020 berodde i huvudsak på produktionsnedstängning i UK pga pandemin.

ANDEL FÖRNYBAR EL, %

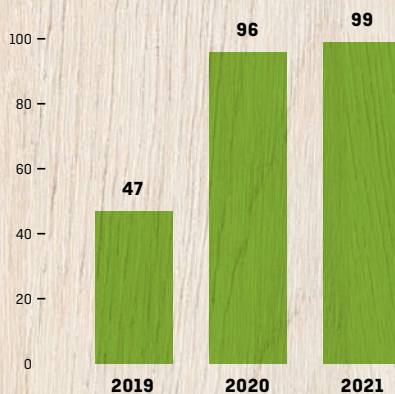
I april 2019, efter vår första CO₂e-beräkning enligt Greenhouse Gas Protocol (GHG), förstod vi hur väsentligt det är för klimatet med användning av förnybar el. Redan 1 juli 2019 gick vi därför över till 100 % förnybar el.

SJUKFRÅNVARO, %

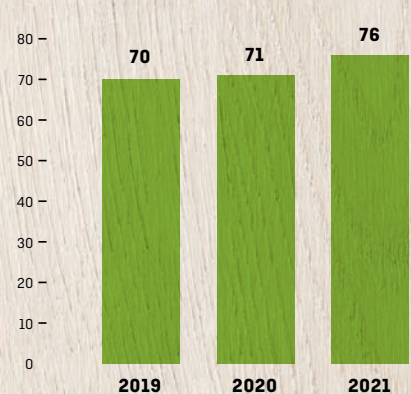
Sjukfrånvaron ökade under både 2020 och 2021 pga pandemin och dess restriktioner. Särskilda åtgärder vidtogs för att i bästa mån säkerställa de anställdas hälsa och minimera smittspridningen.

CO₂e-UTSLÄPP, TON*

Våra CO₂e-utsläpp minskade under 2021 med 30 %, främst pga HVO-bränsle på egna lastbilar men även pga skifte till fossilfri uppvärmning av produktionsanläggningarna. Sedan 2018 har våra CO₂e-utsläpp minskat med 61 %.

ANDEL CERTIFIERAT TRÄ, %

Vi lyckades nästan nå vårt 2022-mål om 100 % tack vare dedikerat arbete, men inte helt. Kvarstår gör några få komponenter.

ENGAGEMANGSINDEX GPTW

Engagemangsindex höjdes under 2021 till den nya rekordnivån 76. Ökningen beror främst på de kontinuerliga förbättringsinitiativ som bedrivits i många år.

DUBBEL VÄSENTLIGHETSANALYS

Vår verksamhet har en påverkan på vår omvärld, liksom omvärlden har en påverkan på oss, utifrån miljö, samhälle och socialt. Genom en dubbel väsentlighetsanalys belyser vi de två perspektiven, där vi kommit fram till de mest väsentliga områdena efter noggranna analyser.

FÖR BALLINGSLÖV INTERNATIONAL GROUP PÅVERKAR VÅR VERKSAMHET OMVÄRLDEN FRÄMST GENOM:

- CO₂e-utsläpp – då klimatet påverkas negativt av CO₂e-utsläpp är det högst väsentligt att vi kontinuerligt minskar vår klimatpåverkan, läs mer på sidan 26 om vår CO₂e-resa
- Resurser – att värna om jordens resurser är en självklarhet. De fem områden vi har störst påverkan på och arbetar med är; att säkerställa hållbart skogsbruk, användning av förnybar energi, kontinuerligt öka andelen återvunnet material i våra produkter samt säkerställa lång livslängd och klok återanvändning och återvinning av våra produkter, läs mer om hur vi arbetar med detta på sidorna 8, 22, 27 och 32
- Landsbygd – då vi är stora arbetsgivare på mindre orter har vi en betydelsefull roll för samhällets utveckling och i att skapa arbetstillfällen, läs mer på sidan 38
- Hälsa och säkerhet – att säkerställa våra medarbetares hälsa och säkerhet är otvivelaktigt ytterst väsentligt och en av de viktigaste prioriteringarna, för mer information se sidorna 50 och 54
- Affärsetik – att främja en respektfull och rättvis affärsetik inom hela vår värdekedja är i vårt yttersta intresse och avgörande för långsiktigt hållbara verksamheter och affärsrelationer, läs mer på sidorna 42 och 46

OMVÄRLDEN PÅVERKAR BALLINGSLÖV INTERNATIONAL GROUP FRÄMST GENOM:

- Klimatförändringar – extremväder, till följd av klimatförändringar, kan få omfattande konsekvenser för hela vår värdekedja, utifrån såväl medarbetares hälsa som leveransstörningar och kostnadsökningar. Även regulatoriska förändringar, i syfte att minska klimatförändringar, kan försvåra vår klimatpositiva omställning och få stora ekonomiska konsekvenser
- Resurser – brist på råmaterial till våra produkter innebär i det korta perspektivet utmaningar att uppfylla våra kundlöften. I det längre perspektivet behövs produktdesign och materialval analyseras, i kombination med ökad materialcirkularitet för att säkerställa tillgång på de resurser som behövs
- Pandemi – konsekvenserna av pandemin är många, men det vi sett 2021 är framför allt brist på råvaror, höjda inköpspriser, leveransförseeningar och brist på arbetskraft pga sjukdom och karantänsregler, men det finns även positiva effekter såsom digital omställning, förbättrad riskhantering och till viss del underlättande av medarbetarnas vardag
- Lagkrav – förändrade lagkrav avseende slutprodukter, materialinnehåll och redovisning innebär att förutsättningarna för att bedriva verksamhet förändras, vilket ställer krav på föränderlighet och kompetens
- Affärsetik – incidenter i värdekedjan, till följd av bristande processer för affärsetik, riskerar att ge negativa konsekvenser för våra varumärken



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 miljöaspekter, 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 och 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 leverantörskedjan	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.

TYDLIG STYRNING SÄKERSTÄLLER RESULTAT

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, såsom inköp, produktutveckling, produktion, HR och marknad. Affärsenheternas projektledare ingår i koncernens 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 koncern-direktiv 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. Vår koncernövergripande miljöpolicy utgör en viktig del av det miljömässiga hållbarhetsarbetet i koncernen och den implementerades i alla affärsenheter under 2020.

Vår viktigaste policy vid sidan av miljöpolicyen, är vår uppförandekod. Den fungerar 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.

I december 2021 implementerade Ballingslöv International en ny visseblåsarpolicy och ett nytt, slutet och anonymiserat system för visseblåsning. I och med detta stärks och formaliseras visseblåsarprocessen ytterligare. Visseblåsar-systemet tillhandahålls av en oberoende och extern tredje part. Vår långsiktiga framgång bygger vi på våra etiska riktlinjer, där samtliga medarbetare, kunder, leverantörer och samarbetspartners har en viktig roll. Under 2021 inkom inga visseblåsarärenden.

REVISORNS YTTRANDE

Till bolagsstämman i Ballingslöv International AB,
org.nr 556556-2807

UPPDRAG OCH ANSVARFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2021 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

GRANSKNINGENS INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning

jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

UTTALANDE

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Malmö den 20 april 2022
PricewaterhouseCoopers AB

Johan Rippe
Auktoriserad revisor

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® | DRØMME™
KJØKKENET

JKE | DFI-GEISLER | paularosa | manhattan

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

