

# BÆREDYGTIGHEDS- RAPPORT 2025

Ballingslöv  
International



MULTIFORM

kvik

Ballingslöv

DRØMME  
KJØKKENET

JKE

DFI-GEISLER

pr:m  
paula rosa  
manhattan

DANKÜCHEN

# Indhold

|    |                                                                       |
|----|-----------------------------------------------------------------------|
| 4  | Højdepunkter i 2025                                                   |
| 6  | Bæredygtig forretningsudvikling styrker virksomhedens konkurrenceevne |
| 8  | Om Ballingslöv International                                          |
| 10 | <b>Bæredygtighedsstrategi</b>                                         |
| 12 | Vores tilgang                                                         |
| 16 | Bæredygtighedsledelse                                                 |
| 18 | Vores værdikæde                                                       |
| 20 | Mål og resultater                                                     |
| 22 | FN's verdensmål for bæredygtig udvikling (SDG)                        |
| 24 | Resultater 2025                                                       |
| 26 | <b>Miljø</b>                                                          |
|    | <b>Reducere vores klimapåvirkning</b>                                 |
| 28 | Reduktion af CO <sub>2</sub> e-udledning                              |
| 32 | Støtte til en cirkulær økonomi                                        |
| 36 | Biodiversitet og bæredygtigt skovbrug                                 |
| 38 | <b>Socialt ansvar</b>                                                 |
|    | <b>Fokus på menneskers trivsel</b>                                    |
| 40 | Sundhed og sikkerhed                                                  |
| 42 | Medarbejderengagement                                                 |
| 46 | En værdifuld lokal aktør                                              |
| 48 | <b>Ledelse</b>                                                        |
|    | <b>Vi driver vores virksomhed baseret på etik og gennemsigtighed</b>  |
| 50 | Gennemsigtig kommunikation                                            |
| 52 | Ansvarlige indkøb                                                     |
| 54 | <b>Vores nøgletal</b>                                                 |





# Højdepunkter i 2025



# 71 %

Resultater for scope 1 og 2 i %  
i forhold til referenceåret 2018.  
20 % reduktion fra 2024



## Vi tager næste skridt i målingen af udledninger ud over egen drift

I år har vi indledt arbejdet med at beregne vores scope 3 udledninger på tværs af gruppen i tæt samarbejde med vores vigtigste leverandører. Samtidig fortsætter vi med at reducere vores direkte udledninger med en reduktion på 20 % sammenlignet med 2024. Læs mere på side 28.

## Et nyt Product Development Council gav ny energi til cirkulær økonomi

Ballingslöv International Group Product Development Council (produktudviklingsråd) er blevet oprettet. Produktudviklingsprocessen er en central proces for integration af bæredygtighed, hvor ekspertise på tværs af koncernen samarbejder om cirkulær værdikædeoptimering. Læs mere på side 17.

## Sikkerhedsstjerner fremmer sikrere arbejdspladser

En ny pris er blevet lanceret for at anerkende virksomheder, der opfylder sikkerhedsstandarderne hele året rundt. Læs mere på side 41.



# 100 %

FSC-/PEFC-certificeret træ  
+2 % i forhold til 2024



# 100 %

Vedvarende elektricitet i forhold til  
det samlede elforbrug

# 96 %

Andelen af vedvarende  
energi i det samlede energiforbrug





# 80 %

Vi ligger konsekvent på et højt niveau i vores medarbejderundersøgelse Great Place to Work (GPTW) GPTW-standarden er en score på over 70 %



Alle produktudviklings-teams beskæftiger sig med cirkulær værdiskabelse

# 3 ★ ★ ★

Sikkerhedsstjerne-priser til tre virksomheder, der har arbejdet 365 dage uden arbejdsulykker med fravær fra arbejdet



# 25 %

Andel kvinder i ledende stillinger sammenlignet med 15 % i 2024

# 83 %

Score for at være en inkluderende arbejdsplads i Great Place to Work sammenlignet med 80 % i 2024

# Bæredygtig forretningsudvikling styrker virksomhedens konkurrenceevne

2025 var et af vores bedste år, og vi havde fortsat fokus på vores kerneområde: At sikre, at vores produkter er attraktive, og at vores løfte til kunderne overholdes uden kompromiser. Vi opnåede dette på trods af global økonomisk og politisk usikkerhed, en byggebranche, der endnu ikke er kommet sig helt, og en fortsat tilbageholdende kundefærd på alle vores markeder. I årets løb styrkede koncernen sin markedsposition ved at åbne flere nye butikker rundt om i Europa.

*"Vores gode resultater er et direkte udtryk for vores medarbejderes engagement i forhold til at levere en fremragende kundeoplevelse hver dag på tværs af alle afdelinger i vores virksomheder. Vi vil fortsat investere i vores markedsposition, produkter og tjenester – og samtidig vil vi bevare vores nysgerrighed, lære af hinanden og handle hurtigt"*

siger Björn Hauber, som er Chief Executive Officer for Ballingslöv International.

Ballingslöv International er helt overbevist om, at bæredygtighed både kan og bør være en drivkraft for virksomhedens vækst. Selvom lovgivningsmæssige rammer har oplevet mange forandringer i år, har bæredygtighed altid været – og vil fortsat være – en drivkraft for vores virksomhed, ikke blot en forpligtelse, vi skal overholde.

*"Vi engagerer os på langt sigt"*

tilføjer Björn.

Dette år har været præget af vores beslutsomhed og et stærkt fokus på vores bæredygtighedsinitiativer, og samtidig har koncernen styrket vores strategiske bæredygtighedsramme yderligere. Koncernen har skabt betydelige fremskridt i vores arbejde med at måle scope 3 udledninger, skabe kompetenceudvikling inden for produktudvikling og fremhæve de vigtige bidrag fra vores sikkerhedsstjerne-koncept, der dagligt fremmer opretholdelsen af en sikker og sund arbejdsplads for alle. For hele koncernen har vi løbende reduceret vores

scope 1- og scope 2 udledninger, samt vores CO<sub>2</sub>e-udledninger, som er blevet reduceret med 71 % siden 2018.

*"Med etableringen af vores nye Product Development Council har vi løftet det koncernoverordnede samarbejde til et nyt niveau. Koncernen deler en stærk overbevisning om, at bæredygtighed er en drivkraft for vores vækst. Et tydeligt eksempel er arbejdet med cirkulær værdiskabelse, som skaber stort engagement og innovative idéer i vores produkt- og markedsudviklingsteams"*

siger Helene Davidsson, som er Group Sustainability Director. Samarbejdet på tværs af afdelinger, med partnere, med lokalsamfund og inden for vores branche er afgørende for at kunne udnytte de sociale og miljømæssige muligheder – og for at kunne håndtere de udfordringer, som ingen organisation kan løse alene. Samarbejde fremhæves også konsekvent som en af vores styrker af vores medarbejdere i vores årlige medarbejderundersøgelse, hvor vi igen opnåede gode resultater. Vi er en virksomhed, der sætter mennesket i centrum, og i denne rapport præsenterer vi mange eksempler på mangfoldighed og inklusion. Koncernen er fuldt og fast overbevist om, at en inkluderende organisation er en stærkere organisation.

*"Når jeg ser tilbage på mit første år i koncernen, er jeg taknemmelig for at have mødt så mange dygtige og engagerede kolleger i vores virksomheder. Jeg er imponeret over vores solide samarbejdskultur, vores vilje til at dele bedste praksis, vores lyst til at lære og vores fokus på at udvide vores bæredygtighedsmål. Dette er grundlæggende styrker, der giver os et godt udgangspunkt her ved indgangen til 2026. Fremover vil vores fokus være på reduktion af indirekte udledninger, cirkulær økonomi og gennemsigtig kommunikation med vores kunder, leverandører og andre interessenter"*

afslutter Helene.



Björn Hauber  
Chief Executive Officer  
Ballingslöv International



Helene Davidsson  
Group Sustainability Director  
Ballingslöv International





---

**"Vi vil fortsat investere i vores markedsposition, produkter og tjenester – og samtidig vil vi bevare vores nysgerrighed, lære af hinanden og handle hurtigt."**

Björn Hauber  
Chief Executive Officer  
Ballingslöv International

---

# Om Ballingslöv International

Vi skaber spændende boligmiljøer for alle

Ballingslöv International er en førende leverandør af køkken-, badeværelses- og opbevaringssystemer. Vi tilbyder et bredt udvalg af forbrugerprodukter med fokus på førsteklasses materialer og lang levetid.

Vores primære markeder ligger i Europa, og vi producerer vores produkter i Sverige, Danmark, Østrig og Storbritannien.

Koncernens syv forretningsenheder har deres egne brands og hver deres organisationsstruktur, mens Ballingslöv International har en fælles koncernstrategi og fælles ledelse. Koncernen ejes 100 % af Stena Adactum AB.

Ballingslöv  
International

Ballingslöv®  
DRÖMME™  
KJÖKKENET

kvik ■

pr:m  
paula rosa  
manhattan

■ JKE

MULTIFORM

DFI-GEISLER ■

DANKÜCHEN



**Ballingslöv  
International  
i 2025**

**5 milliarder SEK**

i årlig omsætning

**7**

forretningsenheder

**7**

produktionsanlæg

**20**

markeder

**1.500**

medarbejdere





# BÆREDYGTIG- HEDSTRATEGI





---

**"Vi tilbyder smukke og holdbare køkkener, der er skabt til at holde i mange år, og vi arbejder løbende på at afprøve og udvikle cirkulære løsninger i samarbejder på tværs af vores virksomheder og med vores forhandlere, leverandører og andre i branchen."**

Helene Davidsson  
Group Sustainability Director  
Ballingslöv International

---



# Vores tilgang

Udgangspunktet for vores bæredygtighedsstrategi er, at vi hele tiden tager ansvar for vores indvirkning på miljø, mennesker og samfund, og at vi gennem vores produkter ønsker at give vores kunder mulighed for at gøre det samme.

*"Vi ønsker at styrke vores virksomheds modstanddygtighed ved at skabe balance mellem miljøbeskyttelse, social trivsel og finansiel succes gennem vores etiske og bæredygtige praksis,"*

siger Helene Davidsson, som er Group Sustainability Director, Ballingslöv International.

Vi bestræber os på at integrere vores bæredygtighedsstrategi fuldt ud i vores forretningsstrategi og ledelsesmodel, samt i ledelsen af hver forretningsenhed og i vores daglige arbejde. Vores langsigtede syn på bæredygtig udvikling underbygges gennem samarbejdet med vores partnere i hele værdikæden, så vi kan nå vores mål.

Strategien er bygget op omkring tre fokusområder:

- **Miljø:** Det vil sige, hvordan vi reducerer vores miljøpåvirkning.
- **Socialt ansvar:** Gennem vores fokus på menneskers trivsel.
- **Ledelse:** Ved at drive virksomhed baseret på etik og gennemsigtighed.

De omfatter otte strategiske initiativer (se vores bæredygtighedstræ på modsatte side), som tager udgangspunkt i vores dobbelte væsentlighedsanalyse

(DMA) og vores mest effektive tiltag. For vores strategiske initiativer fastsætter vi strategiske mål, primære driftsmål og KPI'er for at følge udviklingen i løbet af året, og du finder resultaterne på side 20 og hele listen over KPI'er på side 55.

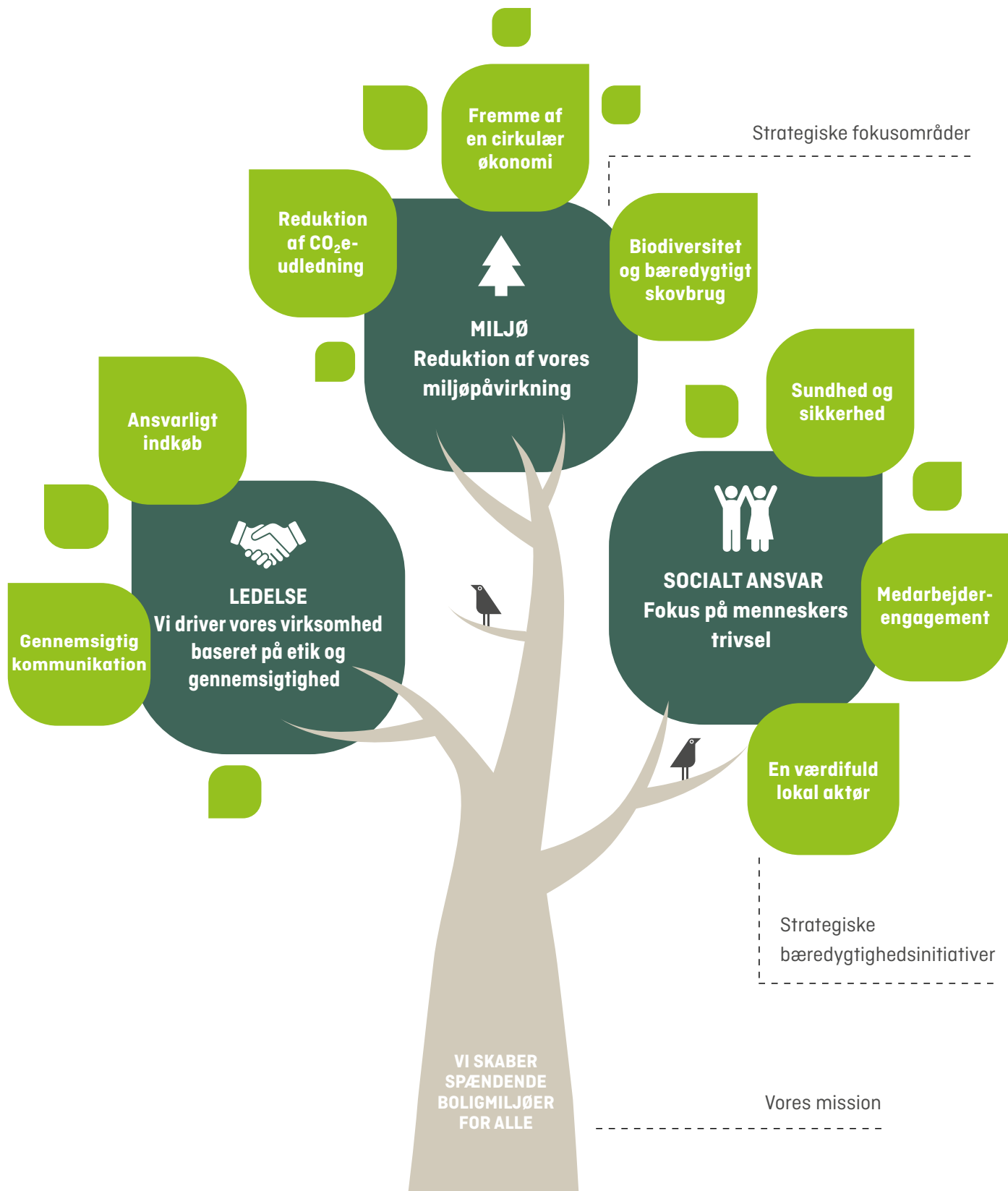
Vores værdikæde, interessenter, risici og DMA udgør bæredygtighedsstrategiens grundlag. Den underliggende struktur og den systematiske tilgang er afgørende for prioriteringen af emner og integrationen af bæredygtighed i hele Ballingslöv International og i vores forretningsenheder. I 2025 (og ind i 2026) begyndte vi at revidere vores strategi for bedre at tilpasse den til rapporteringskrav såsom direktivet om virksomheders bæredygtighedsrapportering (CSRD). Vi mener, at det er vigtigt at opretholde en god balance mellem overholdelse af lovgivningen og udformningen af vores strategi på en måde, der gør det nemt at implementere den i vores forretningsudvikling og dermed fremme forandringer i det tempo, der er nødvendigt, for at vi kan nå vores mål.

Vores strategiske tilgang gør det muligt for os at prioritere og tage fat på de områder, der har størst betydning, opstille mål og opfylde vores interessenters forventninger. Strategien giver os også mulighed for at udvikle og tilpasse os, så vi kan forblive attraktive og relevante i fremtiden.



# Strategiske fokusområder og initiativer

Vores bæredygtighedsstrategi består af tre fokusområder og otte strategiske tiltag.





## Strategiske fokusområder og initiativer



### MILJØ

#### Reducere vores klimapåvirkning

Vi stræber efter at øge brugen af vedvarende og genanvendte materialer, reducere affaldsmængden, anvende cirkulært design for at forlænge vores produkters levetid, udfase farlige stoffer, indkøbe materialer på ansvarlig vis, støtte biodiversiteten og reducere vores direkte og indirekte CO<sub>2</sub>-udledning (CO<sub>2</sub>e).

#### Reducere CO<sub>2</sub>e-udledning

Vi iværksætter tiltag for yderligere at reducere CO<sub>2</sub>e-udledningen fra egen drift og i værdikæden i samarbejde med vores leverandører.

#### Fremme en cirkulær økonomi

Fremme af cirkulært design, ressourceeffektivitet, adskillelighed samt mulighederne for genanvendelse, reparation og opgradering.

#### Biodiversitet og bæredygtigt skovbrug

Udelukkende at købe træbaserede produkter, der stammer fra FSC- eller PEFC-certificeret skovråvare, reducerer brugen af farlige kemikalier, optimerer vores vandforvaltning og reducerer mængden af affald fra egen drift.



### SOCIAL ANSVAR

#### Fokus på menneskers trivsel

Som en ansvarlig arbejdsgiver bestræber vi os på at skabe et sikkert og inkluderende arbejdsmiljø. Vores virksomheder fremmer sunde vaner, sikker adfærd og en samarbejdsorienteret holdning som en værdifuld lokal aktør.

#### Sundhed og sikkerhed

Vi har konstant fokus på medarbejdernes sundhed og sikkerhed, og vi prioriterer sikkerhed i det daglige arbejde gennem konsekvent anvendelse af passende værnemidler og en robust sikkerhedskultur.

#### Medarbejderengagement

Fremme af medarbejdernes solide engagement, en mangfoldig og inkluderende arbejdsplads samt en inspirerende og respektfuld kultur, hvor medarbejderne kan udvikle sig.

#### En værdifuld lokal aktør

Vi er en værdibaseret virksomhed, der agerer som en ansvarlig arbejdsgiver og samarbejdspartner, der støtter lokalsamfundet.



### LEDELSE

#### Vi driver vores virksomhed baseret på etik og gennemsigtighed

Vores tilgang bygger på integritet, og vi stræber altid efter at beskytte arbejdstagernes rettigheder og miljøet. Vi værdsætter ærlighed og medbestemmelse, og vi fremmer åbenhed og retfærdighed i alle vores forretningsaktiviteter og i vores kommunikation.

#### Ansvarligt indkøb

Gennemsigtige forsyningskæder, der har til formål at beskytte arbejdstagere og miljøet, og som samarbejder med leverandører for at mindske bæredygtighedsrisici i forsyningskæden.

#### Gennemsigtig kommunikation

Fremme af kundetilfredshed og støtte til bæredygtige valg gennem ærlig og gennemsigtig markedsføring og kommunikation.







# Bæredygtighedsledelse

Vores vision er at skabe en virksomhedskultur, der er drevet af innovation, muligheder og ansvarlighed. I vores daglige drift er begreber såsom cirkulært design, ressourceeffektivitet, socialt ansvar og menneskerettigheder en integreret del af vores måde at arbejde på, på lige fod med værdiskabelse for kunderne og opretholdelse af en god arbejdsplads.

## Organisation og mandat

Hos Ballingslöv International foregår bæredygtighed på tre niveauer: Strategisk, taktisk og operationelt. På det strategiske plan fastlægger bestyrelsen og direktionen den overordnede retning. Bestyrelsens forventninger formidles til vores syv forretningsenheder og danner grundlaget for deres arbejde.

Bæredygtighedsudvalget hjælper bestyrelsen i vigtige spørgsmål vedrørende bæredygtighed. Udvalget består af et bestyrelsesmedlem, en aktionærrepræsentant, en Group Sustainability Director og Deputy Chief Executive Officer.

### Bæredygtighedsrådet

Group Sustainability Director leder det strategiske arbejde med bæredygtighed i hele organisationen. Det omfatter formandskabet for koncernens bæredygtighedsråd, der samler ledelses- og bæredygtighedsrepræsentanter fra alle forretningsenheder, samt rådet for mangfoldighed

og inklusion, der består af virksomhedens HR-chefer. Der inddrages eksterne bæredygtighedseksperter, når der er behov for yderligere ekspertise.

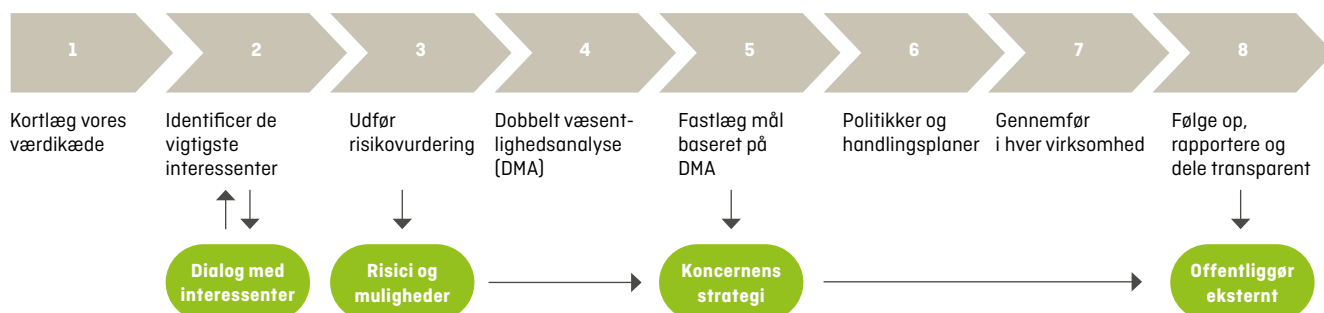
### Rammer for koncernens bæredygtighedsarbejde

Vores bæredygtighedsstrategi, samt koncernens politikker og retningslinjer, udgør rammen og fastlægger de overordnede prioriteter og standarder for arbejdet med bæredygtighed. Hver forretningsenhed opererer med sit eget brand og har ansvaret for at gennemføre strategien i den daglige drift, hvor strategien tilpasses de lokale forhold efter behov. De enkelte forretningsenheders specifikke politikker sikrer desuden effektiv implementering og overholdelse af lokale krav.

Fremskridtene følges op gennem regelmæssig rapportering fra Group Sustainability Director til bestyrelsen.



## Ballingslöv International Groups proces for bæredygtighedsstyring



## Nyt råd Group Product Development

I år startede vores nye Ballingslöv International Product Development Council. Det markerer et vigtigt skridt i koncernens samlede innovationsindsats.

Rådet skaber en mere solid og sammenhængende tilgang til produktudvikling og til vores arbejde med cirkulær værdiskabelse. Det giver os mulighed for yderligere at afstemme vores materialevalg og designprincipper for at forlænge vores produkters levetid og reducere udledninger og affald. Dette fælles forum styrker også vores evne til at opfylde både vores egne forpligtelser på koncernniveau og lovgivningen, og vi får en ny platform til udforskning af cirkulære kunderejser.

## Forberedelser til rapporteringsdirektiv

Vi tilpasser gradvist vores strategi og processer til direktivet om virksomheders bæredygtighedsrapportering (CSRD). Denne proces omfatter udvikling af styringen og retningen for vores arbejde med bæredygtighed, herunder en gennemgang af bæredygtighedsstrukturen, retningen og målene. Vi fokuserer på at skabe en tydeligere sammenhæng mellem bæredygtighedsrisici, dobbelt væsentlighed, strategiske initiativer og resultatindikatorer.

## Risici og dobbelt væsentlighedsanalyse (DMA)

Det er afgørende at identificere risici og muligheder i forbindelse med miljømæssige, sociale og ledelsesmæssige faktorer, når vi fastlægger vores fokusområder. DMA bruges til at identificere disse risici og muligheder og fremhæver de vigtigste områder i værdikæden.

DMA hjælper med at kortlægge, hvordan bæredygtighedsspørgsmål påvirker vores virksomhed (finansiel væsentlighed), og hvordan vores virksomhed påvirker mennesker og miljø (påvirkningsvæsentlighed). DMA hjælper med at identificere de væsentlige (mest relevante) emner inden for finansielle områder og påvirkningsområder.

Finansiel væsentlighed kan betragtes som en risiko eller en mulighed. Påvirkningsvæsentlighed kan betragtes som aktuel eller potentiel og som positiv eller negativ. Vi fører løbende dialog med interessenter, både internt og eksternt, for at inddrage deres synspunkter i den strategiske retning for vores bæredygtighedsindsats. Resultatet og sammenfatningen af dialogen danner grundlaget for DMA.

Vi har identificeret følgende emner som de mest væsentlige for vores virksomhed:



### Miljø

1. Begrænsning af klimapåvirkning
2. Tilpasning til klimaforandringer
3. Energiforbrug
4. Biodiversitet og økosystemer
5. Cirkulær økonomi/ressourceforbrug



### Socialt ansvar

6. Medarbejdernes arbejdsvilkår
7. Arbejdsvilkår i værdikæden
8. Forbrugere og slutbrugere



### Forretningsetik og antikorrupktion

9. Korrupktion og bestikkelse



# Vores værdikæde



## Generisk værdikæde for produkter

Ovenstående værdikæde viser, hvordan en generisk værdikæde for produkter ser ud i vores koncern. Værdikæderne for hver af vores forretningsenheder kan variere.

Værdikædens afgrænsning omfatter materialer, produkter og tjenesteydelser fra eksterne leverandører,

der indgår i det endelige produkt eller den endelige tjenesteydelse, som leveres af en virksomhed under Ballingslöv International. Dette omfatter også udvinding af råmaterialer, transport, videreudvikling, forarbejdning, anvendelse og håndtering ved udtjening.





# Mål og resultater

Nedenfor ses målene for hvert af vores fokusområder, se side 54-55 for alle resultater. Alle nuværende mål gælder frem til 2025, og i løbet af 2026 vil vi fastsætte nye mål frem til 2030.

| Fokusområde                                                                                                                                                        | Strategisk initiativ                                                                | Mål                                                                                                                                                                                                       | 2025                                                              | Referenceår                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
|  <b>MILJØ</b><br>Reducere vores klimapåvirkning                                 |   | <b>Reduktion af scope 1- og 2 udledningerne med 50 %</b><br>Beregn scope 3 udledninger                                                                                                                    | 71% reduktion til 2.439* ton CO <sub>2</sub> e<br>Omfang beregnet | 2018. 8.853 ton CO <sub>2</sub> e                             |
|                                                                                                                                                                    |  | <b>Alle egne produkter</b> i gennemførte livscyklus-vurderinger af produkter (inklusive ny forretningsenhed for regnskabsåret 2025)                                                                       | 49 %                                                              | 2023. 63 %                                                    |
|                                                                                                                                                                    |  | Udelukkende at købe træbaserede produkter, der stammer fra FSC- eller PEFC- <b>certificeret skovråvare</b>                                                                                                | 100 %                                                             | 2019. 47 %                                                    |
|  <b>SOCIAL ANSVAR</b><br>Fokus på menneskers trivsel                            |  | <b>Arbejdsulykker</b> , målt som hyppighedsraten for ulykker med fravær (LTIFR) med målsætning om nul ulykker, antal ulykker pr. million arbejdstimer med nedadgående tendens.                            | 10                                                                | 2019                                                          |
|                                                                                                                                                                    |  | Great Place to Work- <b>engagementindeks</b> : > 80 %<br>Arbejde for ligestilling mellem kønnene 40/60 %                                                                                                  | 80 %<br>30/70 %                                                   | 2012: 74<br>2022: Alle medarbejdere: kvinder 29 % – mænd 71 % |
|                                                                                                                                                                    |  | En social aktivitet pr. år                                                                                                                                                                                | Mindst 1 pr. forretningsenhed                                     |                                                               |
|  <b>LEDELSE</b><br>Vi leder vores virksomhed baseret på etik og gennemsigtighed |  | Alle <b>store og mellemstore</b> leverandører skal have accepteret vores adfærdskodeks. Der blev gennemført <b>revisioner</b> hos 25 relevante leverandører på baggrund af en gennemført risikovurdering. | 100 % (stor)<br>100 % (mellemstor)<br>10                          | 2019. 100 %**<br>2022. 100 %**                                |
|                                                                                                                                                                    |  | <b>Fremme af</b> kunde- og forbrugertilfredshed gennem ærlig og gennemsigtig markedsføring og kommunikation                                                                                               | Den årligt offentliggjorte bæredygtighedsrapport                  | 2019                                                          |

\*Markedsbaseret værdi. Lokationsbaseret: 4.766 ton CO<sub>2</sub>e (2024), 4.225 ton CO<sub>2</sub>e (2025)

\*\*Indkøbsvolumen pr. forretningsenhed > 300.000 EUR klassificeret som Stor i 2019, siden 2022 > 200.000





# FN's verdensmål for bæredygtig udvikling (SDG)

Ved hjælp af FN's SDG Impact Assessment Tool har vi udpeget følgende syv overordnede mål – ud af de 17 verdensmål – samt ti delmål, som koncernen kan bidrage mest effektivt til.



## Mål 3: Sundhed og trivsel

Vores medarbejdere er vores vigtigste aktiv, og derfor lægger vi stor vægt på forebyggende sundhedsindsatser, arbejdsmedicinsk pleje og opfølgning på arbejdsrelaterede sygdomme eller ulykker. Vores mål er, at ingen medarbejder skal lide fysisk, psykisk eller økonomisk på grund af arbejdsulykker eller arbejdsrelateret sygdom.

## Mål

3.4: Fremme mental sundhed, 3.8: Gøre sundhedspleje tilgængelig for alle, 3.9: Reducere antallet af dødsfald og sygdomstilfælde forårsaget af farlige kemikalier.

## Et eksempel på en indsats i 2025:

- Forbedrede sikkerhedsprocedurer (læs mere på side 40).



## Mål 5. Opnå ligestilling mellem kønnene og styrke alle kvinders og pigers rettigheder og muligheder

Vi tilstræber ligestilling mellem kønnene i alle stillinger, på alle niveauer og på tværs af alle vores virksomheder. Blandt de igangværende tiltag er et samarbejde med kvindelige rollemønstre, kvindenetværk og mentorordninger samt støtte og vejledning til alle ledere om mangfoldighed og inkluderende rekruttering.

## Mål

5.1: Stoppe al diskrimination mod alle kvinder og piger overalt, og 5.5: Sikre kvinders fulde og effektive deltagelse, samt lige muligheder for lederskab, på alle beslutningsniveauer inden for det politiske, økonomiske og offentlige liv.

## Et eksempel på en indsats i 2025:

- Integreret mangfoldighed og inklusion (D&I) i det daglige arbejde (læs mere på side 43).



## Mål 8: Anstændige jobs og økonomisk vækst

Vi arbejder for en varig, inkluderende og bæredygtig økonomisk vækst samt produktiv beskæftigelse med anstændige arbejdsvilkår for alle. Vi anerkender, at alle har samme værdi, og vi ansætter folk på baggrund af deres kompetencer. Dette mål er vores retningslinje både som arbejdsgiver og i vores samarbejde med leverandører.

## Mål

8.8: Beskytte arbejdstagernes rettigheder og fremme sikre arbejdsmiljøer.

## Et eksempel på en indsats i 2025:

- Bedre samarbejde i vores forsyningskæde (læs mere på side 52).



### Mål 10: Mindre ulighed

Vores virksomhed er baseret på princippet om, at alle mennesker er lige meget værd, og vi lægger vægt på retfærdighed og respekt for alle, både internt i organisationen og i hele vores værdikæde. Vi stræber efter gode arbejdsforhold og fremmer udvikling og trivsel blandt vores medarbejdere og arbejdstagere i vores værdikæde.

### Mål

10.3: Sikring af lige muligheder og reduktion af uligheder i resultaterne, bl.a. ved at afskaffe diskriminerende love, politikker og praksis, og fremme passende lovgivning, politikker og tiltag på dette område.

### Et eksempel på en indsats i 2025:

- Mentorordninger styrker selvtilliden og skaber sammenhold, hvilket fremmer medarbejdernes udvikling (læs mere på side 44).



### Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion

En betydelig del af vores miljøaftryk stammer fra udvindingen af de råmaterialer, der anvendes til fremstilling af produkter. Vi stræber efter at reducere dette ved at anvende en cirkulær tilgang til materialer. Vi informerer også vores kunder om, hvordan de skal pleje og vedligeholde vores produkter.

### Mål

12.5: Reducere affaldsmængden markant gennem forebyggelse, reduktion og genanvendelse.

### Et eksempel på en indsats i 2025:

- Øget fokus på cirkulære materialer (læs mere på side 32).



### Mål 13. Klimaindsats

Bekæmpelse af klimaforandringer har høj prioritet. Klimatiltag er også vigtige, fordi vores virksomhed er afhængig af velfungerende og levedygtige økosystemer.

### Mål

13.2: Integrere klimatiltag i nationale politikker, strategier og planlægning.

### Et eksempel på en indsats i 2025:

- Vi har beregnet vores scope 3 udledninger (læs mere på side 28).



### Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner

Enhver form for korruption eller uetisk adfærd er uacceptabel og i strid med Ballingslöv Internationals værdier. Dette gælder både for korruption og uetisk adfærd internt i virksomheden og i forhold til eksterne interessenter, uanset størrelse eller profil.

### Mål

16.5: Reducere alle former for korruption og bestikkelse betydeligt.

### Et eksempel på en indsats i 2025:

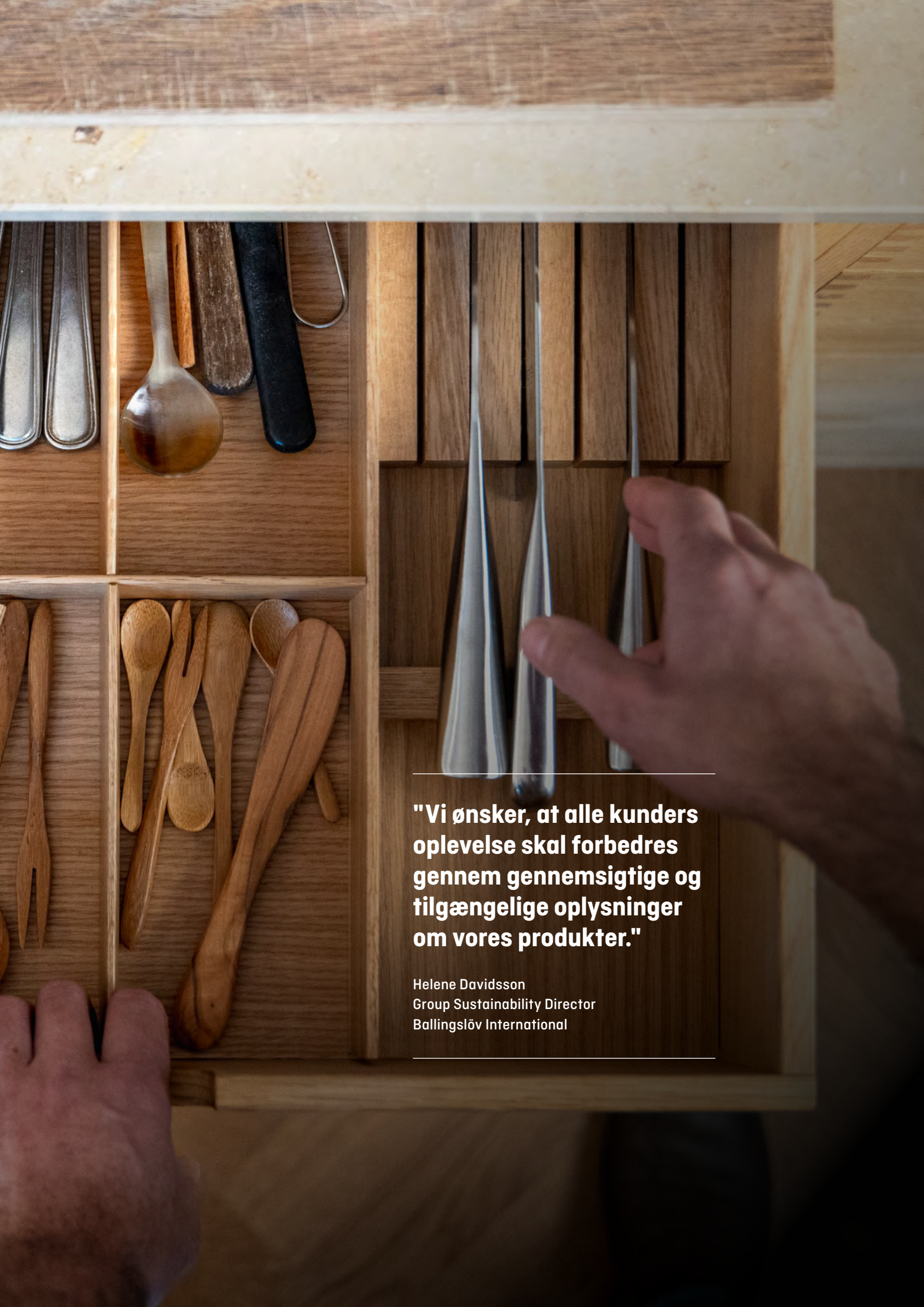
- Struktureret leverandørovervågning og dybdegående dialog i forbindelse med leverandørvurdering (læs mere på side 52).



# RESULTATER 2025







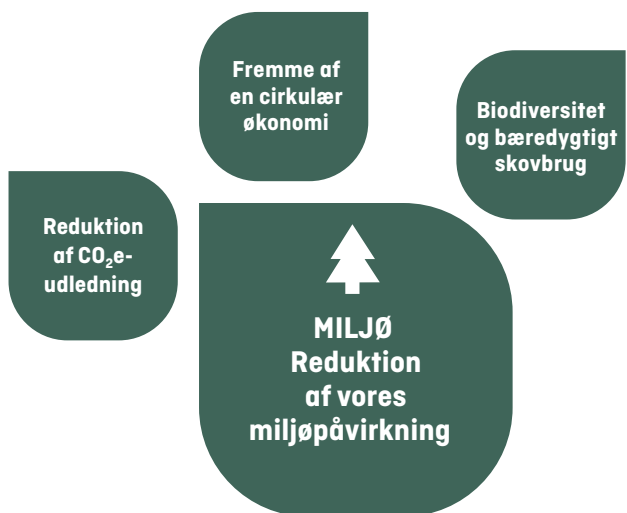
**"Vi ønsker, at alle kunders  
oplevelse skal forbedres  
gennem gennemsigtige og  
tilgængelige oplysninger  
om vores produkter."**

Helene Davidsson  
Group Sustainability Director  
Ballingslöv International

# Miljø

## Reducere vores klimapåvirkning

Vi bestræber os på at reducere vores miljøpåvirkning og klimaaftryk ved at træffe velovervejede og ansvarlige materialevalg samt gennem effektive driftsgange og processer. Dette giver os et bedre overblik over og bedre kontrol med vores ressourceforbrug og udledninger.



Gennem konkrete tiltag har vi år for år reduceret vores energiforbrug, indkøbt certificerede træråvarer, udarbejdet livscyklusanalyser for vores produkter og øget andelen af genanvendte materialer i vores produkter.

### De vigtigste emner:

- Begrænsning af klimapåvirkning
- Tilpasning til klimaforandringer
- Energiforbrug
- Biodiversitet og økosystemer
- Cirkulær økonomi/ressourceforbrug

### Strategiske tiltag:

- Reducere CO<sub>2</sub>e-udledning
- Fremme en cirkulær økonomi
- Biodiversitet og bæredygtigt skovbrug



**"Vi søger altid efter måder at reducere vores CO<sub>2</sub>e-aftryk på, og da omkring 98 % af vores udledninger stammer fra vores værdikæde, er det den, vi skal fokusere på. For eksempel ved kun at købe certificeret træ, øge andelen af genbrugsmaterialer og forbedre de limtyper og kemikalier, vi bruger."**



Staffan Jönsson  
Chief Sourcing Officer  
Ballingslöv International



# Reduktion af CO<sub>2</sub>e-udledning

I 2025 udgjorde Ballingslöv Internationals klimaaftryk 2.439 ton CO<sub>2</sub>e for scope 1 og 2, hvilket svarer til et fald på 20 % i forhold til 2024.



## Mål for 2025

1. CO<sub>2</sub>e < 3.950 ton (-50 % i forhold til referenceåret 2018), fuld scope 1 og 2
2. Fuld beregning af scope 3

## Resultat 2025

1. 2.439 ton
2. Beregning af scope 3 afsluttet

Ud over klimaberegningerne i henhold til drivhusgasprotokollen (GHG) for scope 1 (egen drift) og scope 2 (den energi, vi køber og bruger) har vi i år også beregnet vores scope 3 udledninger (værdikæden). Scope 3 udgør omkring 98 % af vores samlede udledninger, så dette er et vigtigt skridt for os i bestræbelserne på at forstå vores indirekte påvirkning både opstrøms og nedstrøms.

## Energieffektivitet

Vi fortsætter med at forbedre energieffektiviteten gennem tiltag såsom lokale varmforsyningssystemer, tidsoptimerede produktionslinjer og forbedringer af bygningsteknikken på baggrund af anbefalingerne fra energisynet.

## Styrkelse af kulstofkredsløbet med biokul

Ballingslöv International arbejder målrettet på at reducere udledningerne fra produktionen og processerne i vores værdikæde, men vi er også meget interesserede i at undersøge mulighederne for at fjerne de udledninger, der endnu ikke er blevet reduceret.

Siden 2021 har vi samarbejdet med ECOERA, et firma, der er opstået gennem Chalmers Ventures og er anerkendt som en WWF Climate Solver. I 2025 fjernede vi 181 ton CO<sub>2</sub>e ved hjælp af biochar-kulstoffjernelse (BCR), hvilket svarer til de resterende udledninger fra vores fem danske og svenske fabrikker i 2024.

### Hvad er biokul?

Biokul fremstilles af restprodukter fra landbrugsbiomasse, som først presses til piller og derefter karboniseres i et iltfattigt miljø (pyrolyse), hvorved der frigives genanvendelig varme. Resultatet er et kulstofrigt, stabilt stof – biokul – som herefter stabiliserer den kuldioxid, som planterne optager. Når stoffet fordeles på landbrugsjord i Sverige, binder det kulstof i en stabil form for at forhindre, at kulstoffet frigives til atmosfæren og bidrager til klimaforandringerne. Biokul

forbedrer også jordsundheden ved at øge dens evne til at binde næringsstoffer og fremme en klimaresistent fødevareproduktion.

*"Ballingslöv International var en af de første virksomheder, der indgik et langsigtet samarbejde med ECOERA, hvor vi kan bidrage til at styrke jordsundheden i Sverige,"*

siger Helene Davidsson, Group Sustainability Director.



## Paula Rosa Manhattan skaber en dominoeffekt med videnskabeligt baserede mål

I år er vi for alvor gået i gang med at indberette scope 3 udledninger – indirekte drivhusgasudledninger i værdikæden – på tværs af koncernen. Mens alle virksomheder har fastlagt deres udgangspunkter og er begyndt at indsamle data, har Paula Rosa Manhattan (PRM) taget næste skridt ved at opstille videnskabeligt baserede mål.

Science Based Targets-initiativet (SBTi) er et af de mest anerkendte initiativer til fastsættelse og validering af frivillige klimamål for virksomheder i overensstemmelse med videnskaben. For PRM var SBTi et oplagt valg. Lee Golby, Sustainability and Compliance Manager hos PRM, forklarer:

*"Videnskabeligt baserede mål giver os en klar og troværdig ramme til reduktion af udledningerne i hele vores virksomhed og forsyningskæde. "De sikrer, at vi offentligt står til ansvar gennem målbare og tidsbestemte forpligtelser, og de er med til at styre beslutningerne, hvilket fremmer effektivitet og innovation."*

SBTi-validering har altid været PRM's mål, men én kunde var med til at fremskynde processen.

*"Med en klar forretningsmæssig begrundelse for at samarbejde tæt med en af vores kunder udviklede vi vores strategi og tilpassede den til SBTi,"*

fortæller Lee.

*"Vi stod allerede stærkt med fastlagte mål, så vi var ivrige efter at slutte os til bevægelsen."*

### Vejen mod 1,5°C

Målene er nu fastsat, idet PRM forpligter sig til en absolut reduktion af drivhusgasudledninger i scope 1 og 2 på 50 % inden 2030 (med 2023 som referenceår) og en reduktion på 25 % i scope 3 inden 2030. De har desuden sat sig et mål om at blive CO<sub>2</sub>e-neutrale i hele værdikæden inden 2050, hvilket vil omfatte CO<sub>2</sub>e-kompensation for de resterende udledninger. Lee forklarer, hvorfor scope 3 udledninger er så afgørende:

*"Da omkring 95 % af vores indirekte udledninger stammer fra vores værdikæde, kan vi ikke på*

---

**"Vi kan nu sætte mål og indføre tiltag til reduktion af scope 3 udledninger i samarbejde med vores leverandører og også se på vores egne driftsrelaterede udledninger."**

---

*troværdig vis følge 1,5°C-målet uden at måle scope 3 udledningerne."*

### En dominoeffekt

PRM's analyse identificerede 50 hovedleverandører på baggrund af udledningskvoter. På næste trin vil PRM afholde workshops med disse leverandører for at dele resultaterne og støtte dem – især de mindre leverandører – i at påbegynde eller fremskynde deres egen udvikling.

*"Ligesom vores kunder har opfordret os til at fremskynde vores arbejde med scope 3 udledninger og SBTi-målene, vil vi nu samarbejde med vores leverandører for at tilskynde dem til at reducere deres udledninger. Det er netop det, der er så fantastisk ved denne proces: Den skaber en dominoeffekt i hele branchen."*

Her er Lees råd til virksomheder, der overvejer at opstille SBTi-mål:

*"Først og fremmest bør alle følge videnskabens anbefalinger. Dette er en kompleks proces for større virksomheder, som måske ikke passer til alle virksomheder, men for os har det været en stor hjælp at udarbejde klare mål sammen med vores virksomhedsledere."*



Lee Golby  
Sustainability and Compliance Manager  
PRM

# Sådan hjælper data os med at forbedre vores produkter

Data kan hjælpe med at identificere problemområder i vores produkters livscyklus og give os mulighed for at samarbejde med leverandører og partnere i værdikæden om at forbedre disse områder. Vi bad Ida Walther, som er Strategic Purchaser hos Ballingslöv, om at dele sine indsigter om betydningen af miljødata og korrekte oplysninger for at opnå bedre gennemtænkte indkøbsprocesser.



Standardiserede miljødata fra livscyklusanalyser (LCA) og miljøvaredeklarationer (EPD) er afgørende for, at vores koncern kan fremstille produkter med fokus på vores bæredygtighedsstrategi. De hjælper os med at identificere de dele af vores produkter, der har den største negative miljøpåvirkning – for eksempel et materiale, en proces eller transport – og finde bedre alternativer. Vi skal have et indgående kendskab til vores produkts livscyklus og vores egne processer for at kunne finde frem til den bedste produktionsopsætning, anvende mere cirkulære materialer og vælge optimerede transportløsninger.

Når vi har identificeret en del af et produkts livscyklus, der kan forbedres, arbejder vi tæt sammen og i en åben dialog med vores nuværende leverandører for at vurdere, om de kan tilbyde et alternativ, der reducerer produktets klimapåvirkning. Ida forklarer:

*"Det er vigtigt at være åben og lytte til leverandørerne, for de kender deres produkt eller materiale bedst, så de har sandsynligvis en løsning. LCA'er og EPD'er er afgørende i beslutningsprocessen, da de kortlægger produktets miljøaftryk og fremhæver de mest kritiske aspekter."*

Ida fortsætter:

*"De hjælper mig med at fokusere på det vigtigste og koncentrere mig om dialogerne med leverandører, der er relevante for disse aspekter. Dette styrker resultaterne, leverandørrelationerne og vores organisation som helhed. Det viser, at det er en god og effektiv løsning for alle parter at prioritere bæredygtighedsparametrene."*

## Idas tre bedste tips til brug af LCA'er og EPD'er:

1. Brug standardiserede og sammenlignelige miljødata.
2. Stil masser af spørgsmål; tingene er ikke så dårlige eller gode, som de ser ud til. Bliv ved med at lede efter svar, og forbered nogle gode spørgsmål.
3. Hold dig opdateret, vær proaktiv, og bidrag til at udvikle ny viden inden for bæredygtighed og dine produkter.



---

**"Det er vigtigt at være åben  
og lytte til leverandørerne, for  
de kender deres produkt eller  
materiale bedst, så de har  
sandsynligvis en løsning."**

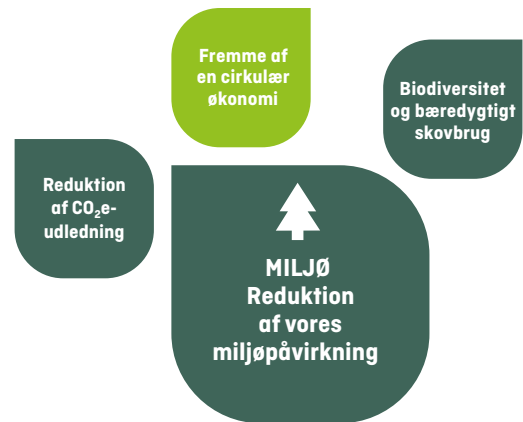


Ida Walther  
Strategic Purchaser  
Ballingslöv International

---

# Støtte til en cirkulær økonomi

Som led i vores strategiske udvikling i 2025 har vi opdateret dette område af strategien fra "cirkulært design" til det bredere begreb "støtte til en cirkulær økonomi". Cirkulært design er stadig et vigtigt redskab, men vi har nu et mere helhedsorienteret syn på det.



## Mål for 2025

1. Affald fra egen drift: Samlet affaldsmængde
2. Andel til genbrug
3. Andel genanvendelige produkter
4. Alle egne produkter i gennemførte livscyklusvurderinger af produkter

## Resultater 2025

1. 10.160 ton
2. 76 %
3. 93 %
4. 49 %

Den cirkulære økonomi og ressourceforvaltning går hånd i hånd. Vores ambition er at udvikle bæredygtige køkkenløsninger med mindre klimapåvirkning. Vores produkter til hjemmet skal være sikre, holdbare og lette at opgradere, genanvende eller genbruge. Vi tager højde for cirkulær økonomi i alle faser af vores produkters livscyklus lige fra materialer og design til brugsfasen og bortskaffelse. Disse grundlæggende kriterier har indflydelse på vores valg af materialer, udseende og konstruktion. Vores virksomheds hovedfokusområder er cirkulært design, materialegenanvendelse og produkternes genanvendelighed.

## Samarbejder med leverandører, der skaber fremskridt

Da størstedelen af Ballingslöv Internationals udledninger stammer fra vores værdikæde, tilstræber vi at samarbejde med leverandører, der deler og styrker vores bæredygtighedsstrategi og -mål.

Et eksempel er ILCAM, en italiensk producent af møbelfronter, der leverer til flere af Ballingslöv Internationals virksomheder. ILCAM passer perfekt til os, da vi deler en passion for nøjagtige data, og fordi

de konstant arbejder på at reducere deres klimapåvirkning. ILCAM har gennemført livscyklusanalyser for alle sine produkter, hvilket ikke blot hjælper dem med at forbedre deres sortiment, men også giver os et bedre indblik i klimapåvirkningen fra de produkter, der indeholder deres komponenter.

Elisa Zamó, Sustainability Director hos ILCAM, forklarer, hvorfor vores samarbejde er så vellykket:

*"Vi har et fælles mål, hvor gennemsigtighed er afgørende. Det er en win-win-situation! Når vi forstår vores produkters miljøaftryk, styrkes vores forretningsforhold og vores tilbud til Ballingslöv International. Det er tydeligt, at det ikke kun handler om beregninger og rapportering, men om, hvad vi gør med disse tal, og vi har altid fokus på ressourceeffektivitet og reduktion af udledninger."*



## Cirkulær økonomi fra start til slut med Kvik

Kvik tager højde for cirkulær økonomi i alle faser af vores produkters livscyklus lige fra materialer og design til brugsfasen og bortskaffelse. Ud fra disse grundlæggende kriterier vælger vi materialer, udseende og konstruktion. Vi har identificeret cirkulært design, materialegenanvendelse og produkternes genanvendelighed som centrale områder.

### Det starter ved tegnebrættet

Det afgørende tidspunkt i forhold til at sikre produktets cirkulære karakter er i designfasen. Ved at indarbejde holdbarhed, modularitet, nem adskillelse og samling, reparerbarhed og genanvendelighed i vores design kan vi levere holdbare produkter, som er nemme at bortskaffe på en ansvarlig måde, når de ikke længere kan bruges.

### Øget andel af genbrugsmaterialer

Vi bestræber os på at øge andelen af genbrugsmaterialer i vores produkter. Vi har for eksempel skiftet mange af vores køkkenfronter fra MDF – som ofte fremstilles af nyt råmateriale – til spånplader, som vi kan købe med et højt indhold af genbrugsmaterialer. Vi bruger også

genbrugsplast, hvor det er muligt, og i 2025 anvendte Kvik for eksempel omkring 6,5 millioner PET-flasker til sine folie fronter.

### Håndtering af vores produkter ved udtjening

Vores mål er at sikre, at vores produkter holder så længe som muligt. Når de skal bortskaffes, gør vi dog ansvarlig bortskaffelse så nemt som muligt, så materialerne kan genanvendes og genbruges. Kvik har for eksempel konstateret, at køkkenfronter med PVC-laminat er svære at genanvende, og derfor er de gået over til PVC-folie for at forbedre genanvendeligheden. Vi udvikler også produkter på en måde, så brugerne kan adskille og sortere dele og materialer til genbrug.

Hvert marked har naturligvis sin egen infrastruktur til affaldshåndtering, hvilket har betydning for, hvordan og om vores produkter kan genbruges. For eksempel ved vi, at når man afleverer spånplader på en genbrugsstation i Danmark, er det vores største leverandør af spånplader, der henter og genanvender dem.

**"Det er en udbredt misforståelse, at cirkulær økonomi kun handler om produktets livscyklus og genbrug. For os handler det om at undgå den fase så længe som muligt ved at fremstille holdbare produkter, der er nemme at reparere, renovere og videresælge."**



Claus Johnsen  
Category Management Director  
Kvik





## Designet til at holde længe med DANKÜCHEN

En af hjørnesteenene i DANKÜCHENs designfilosofi er at skabe køkkener, der holder. Deres lange levetid er med til at reducere ressourceforbruget og affaldsmængden og bidrager til en cirkulær økonomi.

*"Vi mener, at køkkener skal være mere end blot flygtige trends,"*

siger Franz Drack, Product Development, Marketing and Communication Director hos DANKÜCHEN. Han fortsætter:

*"Vi har altid valgt klassiske materialer og designs, der aldrig går af mode, samt materialer af høj kvalitet, der kan holde til daglig brug. Og nu vil vi også give kunderne mulighed for at opdatere deres køkkener med fronter, bordplader eller håndtag uden at skulle udskifte hele køkkenet. Vi gør det også nemt at skaffe udskiftningsdele, så kunderne kan reparere og opgradere deres produkter mange år efter købet."*

### Genanvend, genanvend, genanvend

Nem adskillelse prioriteres også højere hos DANKÜCHEN.

*"Vi sørger for, at et stigende antal af vores køkkener er nemme at skille ad uden at beskadigede materialerne. Derved bliver det nemmere at renovere køkkenet og at genvinde eller genanvende materialerne, når køkkenet er udtjent."*

Virksomhedens retningslinjer for et adskillelsesvenligt design betyder også, at ejere kan tage deres køkken med til et nyt hjem, give det videre til en ny ejer eller genanvende dele af køkkenet.

### Klar til det næste hjem

Findes der noget bedre bevis på holdbarhed og genanvendelighed end det blomstrende marked for brugte DANKÜCHEN-køkkener? Franz forklarer hvorfor:

*"Når 10-15 år gamle DANKÜCHEN-køkkener konsekvent sælges til 30-40 % af deres oprindelige pris, er det et bevis på, at de virkelig bevarer deres værdi. Brugtvaremarkedet skaber ikke konkurrence, men det bekræfter vores værdi og tilbyder overbevisende værdi til nye kunder, der ser vores køkkener som en langsigtet investering."*

Historien slutter ikke her. Virksomheden arbejder i øjeblikket på mærkning af materialer for at lette genanvendelsen, undersøger biobaserede materialer, udvikler upcycling, vurderer mulighederne for et returneringsprogram og meget andet.



Franz Drack  
Product Development, Marketing  
and Communication Director  
DANKÜCHEN





## Fremtidens køkken med JKE

I år har JKE iværksat et forskningsprojekt med det formål at finde frem til cirkulære materialer – især biologisk nedbrydelige – til køkkener. I samarbejde med en industriel designer undersøgte de materialer, der opfylder strenge miljøkrav uden at gå på kompromis med design, kvalitet eller funktionalitet.

Indtil videre har forskningen vist lovende resultater for materialer baseret på plantefibre og mycelium (svampe), som er 100 % biologisk nedbrydelige. Forskerholdet har også eksperimenteret med at genanvende materialer fra kasserede møbler og gulvbelægning samt restmaterialer fra produktionen.

De næste skridt omfatter test af styrke og holdbarhed, og et af teamets mål er at indføre nye materialer inden 2027.

*"Vi ser dette som begyndelsen på en ny æra i JKE's designhistorie – en æra, hvor cirkulært design er integreret fra starten, og hvor bæredygtighed, design og funktionalitet går hånd i hånd."*

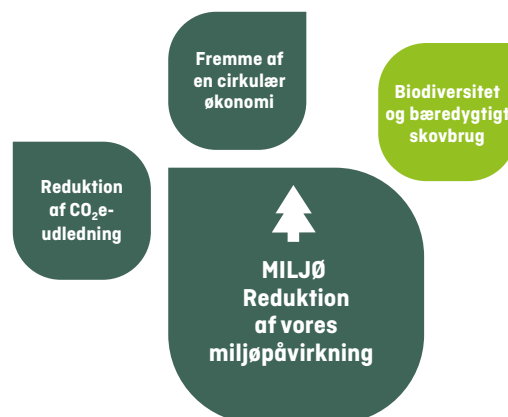


Helle Fyllgraf  
Marketing Director  
JKE



# Biodiversitet og bæredygtigt skovbrug

Ballingslöv International har en indirekte indvirkning på biodiversiteten gennem vores brug af træ som råmateriale og i træprodukter.



## Mål for 2025

1. Udelukkende at købe træbaserede produkter, der stammer fra FSC- eller PEFC-certificeret skovråvare
2. Reducerede udledninger af opløsningsmidler i ton

## Resultater 2025

1. 100 % FSC- eller PFC-certificeret træ
2. 23,6 ton udledninger af opløsningsmidler

Siden 2019 har koncernens mål været, at alle træbaserede produkter skal stamme fra certificeret skovråvare certificeret efter FSC\* eller PEFC\*\*. Vi stiller krav til vores leverandører for at minimere vores belastning af de skove, hvor vores råmaterialer hentes. Certificering er en garanti for, at træer fældes og skove forvaltes på en ansvarlig måde for at forhindre skovrydning og skovforringelse, at plante- og dyrearter beskyttes, at arbejdstagerne er i sikkerhed og modtager rimelige lønninger, og at lokalsamfundene inddrages og respekteres.

I 2025 stammer 100 % af indkøbet af træbaserede produkter fra certificeret skovråvare i henhold til FSC- eller PEFC-standarderne og kom primært fra Italien, Tyskland, Danmark, Østrig og Sverige.

EU's omfattende lovgivningsramme, der skal reducere tab af biodiversitet, klimapåvirkning, vandforurening og jorderosion, udgør også en væsentlig del af vores tilgang til brugen af træ som råmateriale. Naturgenopretningsforordningen og den kommende afskovningsforordning har begge betydning for, hvordan vi indkøber træ, og de kan påvirke udbuddet i de kommende år. Vi følger nøje med i udviklingen i lovgivningen.

\*FSC – Forest Stewardship Council

\*\*PEFC – Programme for the Endorsement of Forest Certification





## Arbejde med træ: Indkøb af vores vigtigste råmateriale

Træ er alsidigt, stabilt, holdbart og let at reparere og genanvende. Det betragtes som et vedvarende materiale, da træer kan genplantes og vokse igen. Det er dog kun virkelig vedvarende, når skovene genplantes og genopbygges på en ansvarlig måde.

Træ er det primære råmateriale, som Ballingslöv International-koncernen anvender til vores rammer, fronter og bordplader. Derfor vil vi sikre, at vi indkøber det på en ansvarlig måde. For eksempel ved at sikre, at fældningen ikke overstiger tilvæksten, at gamle skove bevares, at økosystemer og biodiversitet beskyttes, og at lokalsamfund respekteres. Staffan Jönsson, Chief Sourcing Officer hos Ballingslöv International, uddyber:

*"Da vi ikke selv ejer eller forvalter skove, samarbejder vi udelukkende med leverandører, der har samme værdier, som vi har. Vi lægger vægt på langsigtede partnerskaber med vores leverandører for at fremme bæredygtige skovbrugsmetoder."*

*"Siden 2019 har vi forpligtet os til alene at indkøbe træbaserede produkter fra FSC- eller PEFC-certificeret skovråvare. Certificering er en effektiv måde at sikre, at det træ, vi køber, er blevet dyrket og fældet på en ansvarlig måde, både hvad angår biodiversitet og økosystemer og set ud fra et socialt og etisk perspektiv."*

Beslutningen om kun at indkøbe vores træ fra Europa bidrager også til at styrke sporbarheden og adgangen til certificerede skove, hvilket reducerer risikoen for at indkøbe råmaterialer, der er forbundet med skovrydning.

Ud over eksterne tiltag såsom FSC bidrager vores egne processer, herunder adfærdskodeksen, også til at opbygge sunde relationer til vores træleverandører og sikre, at de på langt sigt lever op til vores værdier og krav.



Staffan Jönsson  
Chief Sourcing Officer  
Ballingslöv International

## Geninvestering i lokale skove

Danmark har et nationalt mål om at plante 1 milliard træer og omdanne 10 % af landets landbrugsarealer til skove og naturområder i løbet af de næste to årtier. Multiform har sluttet sig til indsatsen for at hjælpe med at nå landets mål.



Kibæk Kommune planter i samarbejde med organisationen Growing Trees Network omkring 71.000 nye træer i Følør Skov og Følør Folkeskov og anlægger samtidig vandrestier. Da samarbejdet blev indledt i 2025, donerede Multiform 500 træer for at sætte gang i Følør Folkeskov-projektet. Fra 2026 forpligter Multiform sig til at donere ét træ for hvert solgt køkken.

*"Træer og træ er en naturlig del af vores virksomhed, vores design og vores håndværk og af afgørende betydning for en sund planet. Vores investering i Følør Skov og Følør Folkeskov, der ligger tæt på vores produktionsanlæg, er et udtryk for vores langsigtede engagement i at give noget tilbage."*



Allan Meyer  
Managing Director  
Multiform



# Socialt ansvar

## Fokus på menneskers trivsel

Vores sociale indflydelse omfatter vores egne medarbejdere, arbejdstagere i vores værdikæde, lokalsamfundene og brugerne af vores produkter. Vi lægger vægt på medarbejdernes sundhed, sikkerhed og trivsel, kompetenceudvikling, ligestilling mellem kønnene, mangfoldighed og inklusion, bekæmpelse af diskrimination samt arbejdsforholdene i vores forsyningskæde.



Vi ønsker, at Ballingslöv International skal være et godt sted at arbejde for alle. Vi tager ansvar ud over vores arbejdspladser ved at være en positiv drivkraft og aktør i de lokalsamfund, hvor vores produktionsanlæg ligger, og vi bestræber os på at sikre, at vores produkter er sikre, pålidelige og ergonomiske.

### De vigtigste emner:

- Medarbejdernes arbejdsvilkår
- Arbejdsforholdene i værdikæden
- Forbrugere og slutbrugere

### Strategiske tiltag:

- Sundhed og sikkerhed
- Medarbejderengagement
- En værdifuld lokal aktør



A man with grey hair and a beard, wearing a black t-shirt, is smiling and looking down at a notebook held by a woman. The woman has long blonde hair and is wearing a black top and blue jeans. She is also smiling and looking at the notebook. The background is a blurred indoor setting with wooden shelves.

---

**"Vores langsigtede engagement i sikkerhed og trivsel bygger på en klar vision: Nul ulykker, nul arbejdsrelaterede sygdomme og en kultur, der sætter mennesket i centrum. Gennem løbende investeringer i sikrere processer og sundere arbejdspladser sørger vi for, at vores medarbejdere kan yde deres bedste."**



Taina Ekström  
Chief Production Officer  
Ballingslöv International

---

# Sundhed og sikkerhed

Sundhed og sikkerhed har altid været en afgørende og højt prioriteret del af vores virksomhed. I løbet af 2025 understregede vi denne prioritet yderligere ved at gøre den til et selvstændigt strategisk initiativ.



**"Vi har indført mekaniske løftehjælpemidler og andre tekniske løsninger for at reducere tung manuel håndtering og bidrage til at forebygge både akutte ulykker og langvarige arbejdsrelaterede lidelser."**



Chris Larsen  
Chief Operations Officer  
Kvik

Koncernen følger en forebyggende og struktureret tilgang til at styrke medarbejdernes sundhed, reducere risici og forebygge arbejdsskader og ulykker. Vi overvåger sikkerhedsresultaterne ved hjælp af fire centrale nøgletal: Arbejdsskader med fravær, arbejdsskader uden fravær, hændelser og risikoobservationer. De gennemgås hver måned og understøttes af seks koncernomspændende sikkerhedsstandards, der fastlægger retningslinjer for sikker adfærd og korrekt brug af værktøj, gaffeltrucks og personlige værnemidler. Vores vigtigste mål er, at ingen skal komme til skade eller blive syg på arbejdspladsen.

Træbearbejdnings- og køkkenindustrien er udsat for særlige risici, herunder især håndskader forårsaget af værktøj og fodskader som følge af dele, der falder ned, samt tunge løft. For at imødegå disse udfordringer har vi gennemført ergonomiske forbedringer i løbet af 2025. Der er indført mekaniske løftehjælpemidler og andre tekniske løsninger for at reducere tung manuel håndtering og bidrage til at forebygge både akutte ulykker og langvarige arbejdsrelaterede lidelser. Vi har også udvidet vores viden om ergonomisk indretning af arbejdspladser for at forebygge rygproblemer.





## Sikkerhedsstjernerne

I år indførte koncernen prisen Safety Star/ Sikkerhedsstjerner. Arbejdsulykker med fravær i 365 sammenhængende dage (Zero LTI). Denne anerkendelse bidrager til at fremme en positiv sikkerhedskultur og skabe løbende forbedringer i den daglige praksis.

I 2025 opnåede de tre virksomheder DFI-Geisler, Multiform og Paula Rosa Manhattan en stjerne og blev hædret af Chief Production Officer under en koncernkonference.



**"Sikkerhedsstjernerne er resultatet af mange års indsats for at fremme en robust sikkerhedskultur og en vision om nul ulykker. Vi benytter aktivt enhver lejlighed til at lægge vægt på sikker adfærd og et sundt miljø. Indførelsen af en tankegang, hvor sikkerheden kommer i første række, har spillet en afgørende rolle for den måde, vi tænker og handler på i vores daglige arbejde."**

Taina Ekström  
Chief Production Officer  
Ballingslöv International



# Medarbejder-engagement

Alle medarbejdere hos Ballingslöv International skal føle sig trygge, sikre og inkluderede. Ligesom alle virksomheder med produktion i forskellige lande er vi opmærksomme på de kulturelle forskelle på vores produktionssteder. Det, vi har til fælles, er vores fælles vilje til at respektere os selv, hinanden og vores omgivelser.



## Mål for 2025

1. Medarbejderundersøgelsen Great Place to Work (GPTW).
2. Inklusion tilføjet i GPTW.
3. Ligestilling mellem kønnene for alle medarbejdere.

## Resultater 2025

1. 80 % Medarbejderundersøgelsen, [Great Place to Work er mere end 70 %].
2. 83 % af vores medarbejdere mener, at vi er en inkluderende arbejdsplads.
3. 30 % kvinder og 70 % mænd.

**"Værktøjet hjælper med at fremhæve kompetencer og undgår samtidig både bevidste og ubevidste fordomme."**



Joanna Bergström  
HR Director  
Ballingslöv



For 15 år i træk har vi målt medarbejderengagementet ved hjælp af medarbejderundersøgelsen Great Place to Work (GPTW). Undersøgelsen giver et omfattende og dybdegående billede af medarbejdernes opfattelse af os som arbejdsgiver og af deres ansættelsesforhold.

Koncernen som helhed opnåede igen en høj score på det samlede Great Place to Work-indeks, hvor over 80 % gav en positiv vurdering ("Great Place to Work" defineres som en score på over 70 %). Vi konkluderer, at vores forretningsenheder er velfungerende arbejdspladser, hvor der hersker en stærk følelse af stolthed, inklusion og trivsel for alle.

## Mangfoldighed og inklusion

Vi er klar over, at mangfoldighed, retfærdighed og inklusion har stor betydning, når det gælder om at udnytte alle medarbejders kompetencer, talenter og erfaringer. Ved aktivt at sætte fokus på mangfoldighed og inklusion opnår vi større engagement, øget trivsel og dermed bedre produkter og en stærkere virksomhed.

En markedsanalyse af vores europæiske markeder viser, at det primært er kvinderne, der træffer beslutningerne, når der skal købes køkken. Undersøgelser viser desuden, at ledelsesgrupper med en ligelig kønsfordeling klarer sig bedre end konkurrenterne, hvad angår vækst. For at tage højde for begge disse indsigter prioriterer vi ligestilling mellem kønnene i vores ledelse i 2026 og fremover, da vi er klar over, at dette er en mulighed for langsigtet vækst.

I løbet af de seneste tre år har vi gennemført et omfattende oplysningsprogram i koncernen, hvilket afspejles i de forbedrede resultater fra vores medarbejderundersøgelse. Disse indsigter har for eksempel fået Ballingslöv til at indføre et AI-værktøj til at understøtte virksomhedens kandidatudvælgelsesproces. Værktøjet hjælper med at fremhæve kompetencer og undgå både bevidste og ubevidste fordomme.



## Alle skal føle sig velkommen hos Kvik

Kvik lægger stor vægt på at skabe en inkluderende arbejdsplads, hvor mangfoldighed er en styrke. De overvåger udviklingen via dashboards, der tilbyder indsigter i centrale parametre såsom kønsfordeling, alder og andre inklusionsindikatorer.

For at fastholde fremdriften og fremskridtene gennemfører virksomheden kurser i mangfoldighed og inklusion, herunder implementering og forankring af adfærdskodeksen. Disse tiltag fremmer en kultur, hvor respekt, lige muligheder og ansvarlig adfærd er centrale værdier. På baggrund af den seneste Great Place to Work-undersøgelse har Kvik identificeret en underrepræsenteret gruppe af medarbejdere, der generelt scorer lavere på trivsel. For at løse dette problem vil der blive iværksat målrettede tiltag, der skal styrke den inkluderende arbejdsplads, så alle medarbejdere føler sig værdsatte og har lige adgang til udviklingsmuligheder.

### Integration i hverdagen

Det er vigtigt, at lederne forstår, hvor vigtig mangfoldighed og inklusion (D&I) er for både medarbejdernes trivsel og virksomhedens succes. De skal kunne identificere og håndtere fordomme, så beslutninger træffes på et objektivt og retfærdigt grundlag, og de skal tage ansvar for indsatsen, herunder gennemførelse af tiltag, der fremmer en inkluderende kultur.

For at støtte ledere i denne opgave tilbyder Kvik bevidstgørelseskurser og workshops, der tilbyder viden om fordomme og inklusion, samt praktiske værktøjer og retningslinjer til at omsætte principperne til praksis. Desuden sikrer løbende sparring og opfølgning, at lederne får den nødvendige støtte. Denne tilgang



bidrager til, at mangfoldighed og inklusion ikke blot bliver et strategisk mål, men en naturlig del af den daglige ledelse og det daglige samarbejde.

### Fordele for virksomheden

*"Mangfoldige teams bidrager med et bredere spektrum af perspektiver, erfaringer og idéer, hvilket styrker både problemløsningen og beslutningstagningen."*

Når mangfoldighed prioriteres, får forskellige stemmer en platform, hvilket skaber et mere innovativt og dynamisk miljø. D&I bidrager også til at tiltrække de bedste talenter og styrker samtidig evnen til at forstå og imødekomme behovene hos en bred og mangfoldig kundekreds. Dette giver Kvik en klar konkurrencemæssig fordel og bidrager til virksomhedens succes på lang sigt.

## "Mangfoldige teams bidrager med et bredere spektrum af perspektiver, erfaringer og idéer, hvilket styrker både problemløsningen og beslutningstagningen."



Pia Vels Bruhn  
Senior HR Consultant  
Kvik

### Pias tre bedste tips til et systematisk arbejde med mangfoldighed og inklusion

1. For at udvikle en engagerende og systematisk tilgang til mangfoldighed og inklusion er det afgørende, at lederne inddrages, og at de gør mangfoldighed og inklusion til en naturlig del af hverdagen på arbejdspladsen.
2. Fastlæg nogle få, men klart definerede mål. Dette definerer en retning og hjælper dig med at opnå konkrete resultater i stedet for at sprede ressourcerne.
3. Udarbejd en overskuelig tidsplan med milepæle for at skabe struktur, fremdrift og mulighed for opfølgning.

## Mentorordninger styrker selvtilliden og skaber sammenhold hos PRM

Med fokus på vidensdeling har Paula Rosa Manhattan (PRM) udvidet sin Learning Hub – en platform til onboarding og uddannelse – med et nyt mentormodul. Medarbejderne kan ansøge om at blive matchet som mentorer, hvor de stiller deres erfaring og kompetencer til rådighed, eller som mentees for at tilegne sig viden inden for et område, hvor de ønsker at udvikle sig.

*"Vækstmuligheder behøver ikke at handle om store tiltag og store investeringer; de kan også handle om at tage sig tid og dele sin ekspertise,"*

forklarer Elise Moss, HR Business Partner hos Paula Rosa Manhattan.

### Den perfekte kombination

"Samarbejdet har været både vellykket og overraskende," siger Elise. "Disse par ville sandsynligvis ikke have arbejdet sammen, hvis det ikke havde været for dette initiativ." En mentee fra landopmålingsafdelingen har fået viden om netværk og synlighed fra PRM's Sustainability Manager, mens en ung medarbejder blev sat sammen med en af virksomhedens kvindelige ledere for at få hjælp til at styrke sin selvtillid.

Initiativet er til gavn for begge parter: Mentees får støtte og indsigt, mens mentorer styrker deres lederegenskaber. Sammen bidrager de til at skabe en kultur præget af samarbejde, udvikling og tilhørsforhold i hele PRM.

**"Vækstmuligheder behøver ikke at handle om store tiltag og store investeringer; de kan også handle om at tage sig tid og dele sin ekspertise."**



Elise Moss  
HR Business Partner  
Paula Rosa Manhattan

## Trivselsambassadører hos DFI-Geisler

Som følge af ændringerne i arbejdslivet under COVID-19-pandemien konstaterede DFI-Geisler i sin årlige medarbejderundersøgelse et fald i trivsel og fællesskabsfølelse. For at løse dette problem begyndte hvert team at udpege en trivselsambassadør, der arbejder for teamets trivsel og iværksætter aktiviteter, der styrker sammenholdet og samarbejdet. Ambassadørerne mødes med den administrerende direktør to gange om året for at udveksle erfaringer og styrke samarbejdet på tværs af teamene.

**"Det har givet os en bedre generel forståelse af hinandens arbejdsopgaver, styrket samarbejdet og skabt en stærkere fællesskabsfølelse generelt."**



Jens Nedersee  
Finance Manager  
DFI-Geisler







# En værdifuld lokal aktør

Ud over vores ansvar over for vores medarbejdere bestræber vi os på at skabe positive resultater for de lokalsamfund, hvor vi driver forretning. Vores virksomheder er ofte store arbejdsgivere i mindre byer, hvor vi kan bidrage til arbejdsmarkedet, livskvaliteten og den lokale udvikling.



Vi ønsker at være en værdifuld lokal partner ved at støtte lokale foreninger og lokalsamfundsinitiativer og ved at tilbyde praktikpladser og sommerjob til unge, der skal ud på arbejdsmarkedet. I år har Ballingslöv for eksempel samarbejdet med lokale skoler om at tiltrække flere unge til tekniske erhverv gennem tiltag som at tage imod praktikanter og rådgive skolerne om, hvad der skal til for at give de kommende medarbejdere den nødvendige viden.

Et andet eksempel var Ballingslöv International-koncernens deltagelse i dette års Project Planet Sustainable Business Challenge sammen med et lokal naturvidenskabeligt gymnasium. I samarbejde med virksomheder fra forskellige brancher og fra både den offentlige og den private sektor inviterede vi de studerende til at præsentere deres bæredygtige forretningsidéer for os og gav dem feedback, der kunne hjælpe dem med at videreudvikle deres koncepter.

**"Vi spiller en vigtig rolle i forhold til at give unge mennesker nye perspektiver og skabe muligheder for nye talenter."**



Helene Davidsson  
Group Sustainability Director  
Ballingslöv International







## Opbygning af fremtidens arbejdsstyrke gennem lærlingeuddannelser hos DANKÜCHEN

Da mange af de erfarne medarbejdere hos DANKÜCHEN nærmer sig pensionsalderen, så HR-teamet en mulighed. Hvad nu, hvis disse erfarne kolleger nemt kunne videregive deres viden og færdigheder til næste generation?

*"Hos DANKÜCHEN tror vi på, at stærke virksomheder starter med menneskene. Derfor iværksatte vi i 2025 et lærlingeuddannelsesprogram i samarbejde med det lokale nationale erhvervsuddannelsessystem i Øststrig."*

Siger Heike Schatz, Head of HR hos DANKÜCHEN.

### En dobbelt mulighed

I løbet af tre år kombinerer lærlingene praktisk erfaring i virksomheden med teoretisk undervisning i skolen. De arbejder side om side med de ansatte for at tilegne sig praktiske færdigheder, selvtillid og et solidt grundlag for en meningsfuld karriere. Eleverne kan vælge mellem tre forløb:

- Kontoradministrator
- Logistikadministrator
- Trætekniker

Begge parter kan nyde godt af dette tiltag, som Heike beskriver:

*"For lærlingene er dette program en mulighed for at udvikle sig, lære noget nyt og skabe sig en fremtid i et støttende miljø. For vores virksomhed skaber det en stabil talentbase, fremmer kontinuitet i viden og håndværk og styrker vores omdømme som en pålidelig arbejdsgiver, der satser på langsigtede ansættelsesforhold. Desuden bidrager det til en forbedret lokal arbejdsstyrke."*

Det er en dobbelt fordel for lokalsamfundet og DANKÜCHEN. Ved at investere i de unge i lokalsamfundet i dag sikrer DANKÜCHEN sig de kompetencer, den passion og den ekspertise, der vil opretholde en robust virksomhed i mange generationer fremover, samtidig med at man sikrer jobmuligheder og vidensoverførsel.



Heike Schatz  
Head of HR  
DANKÜCHEN

# Ledelse

## Vi driver vores virksomhed baseret på etik og gennemsigtighed

Hos Ballingsløv International tager vores selskabsledelse udgangspunkt i værdibaseret lederskab. Ved at integrere vores værdier i hele virksomheden arbejder vi aktivt for at sikre en ansvarlig og velfungerende selskabsledelse, hvor gennemsigtighed i vores bæredygtighedsrapportering er et centralt element for tillid, ansvarlighed og opfølgning



Koncernen træffer beslutninger og tager ansvar ved at anvende klare strukturer og politikker og en tydelig ledelsesadfærd. Vi opbygger og vedligeholder gode relationer til alle aktører i vores forsyningskæde og stræber efter at skabe fælles værdier gennem initiativer såsom vores adfærdskodeks, leverandøraftaler og gennemsigtig kommunikation.

Det er afgørende for os, at vores medarbejdere føler sig trygge og bliver behandlet retfærdigt. Vi bestræber os på at tage ansvar for vores klimapåvirkning og tager afstand fra alle former for bestikkelse, korruption og anden svigagtig adfærd.

### Det væsentligste emne:

- Korruption og bestikkelse

### Strategiske tiltag:

- Ansvarligt indkøb
- Gennemsigtig kommunikation





**"At fremme en respektfuld  
forretningsetik betyder, at vi ikke  
blot overholder alle lovkrav, men  
også aktivt værner om integritet,  
retfærdighed og respekt i alle  
vores relationer – både internt og  
eksternt – set fra et langsigtet  
perspektiv."**



Magnus Hegdal  
Deputy Chief Executive Officer  
and Chief Financial Officer  
Ballingslöv International

# Gennemsigtig kommunikation

At kommunikere klart, ærligt og åbent – både internt og eksternt – er afgørende for at kunne opretholde gode relationer til interessenterne og opbygge tillid. Vi bidrager til at formidle viden og øge bevidstheden om vores produkters ESG-præstationer, så vores kunder kan træffe bedre og mere velinformerede valg.





**Mål**

**Mål for 2025**

1. Fremme af kunde- og forbrugertilfredshed gennem ærlig og gennemsigtig markedsføring og kommunikation

**Resultat 2025**

1. Eksternt offentliggjort bæredygtighedsrapport

Vi ønsker at give kunder og brugere mulighed for at få et fuldstændigt overblik over vores produkter. Vi deler vores viden om vores produkters og tjenesters miljöpåvirkning og sociale indflydelse i forhold til kunder og andre interessenter.

Datakvalitet og -sporbarhed er afgørende for vores gennemsigtige kommunikation, og vores årlige bæredygtighedsrapport indeholder fakta og inspiration til bedste praksis.

Ved at forstå produktlivscyklusser og forbedre datakvaliteten ønsker vi at give kunder og brugere et fuldstændigt overblik over vores produkters miljøaftryk. Livscyklusvurderinger (LCA) gør det muligt at sammenligne produkter og leverandører. De giver også et klart billede af, hvor vi skal gennemføre yderligere udeltningsreduktioner, og de tilbyder indsigter i materialer og produktionsmetoder.





## Kvik og Ballingslöv hjælper deres kunder med at træffe velinformerede valg

I hele koncernen gør vi det lettere for kunderne at få adgang til oplysninger om deres køkkeners indvirkning på klimaet og miljøet. Nedenfor fortæller Kvik og Ballingslöv om deres fremskridt i år.

### Produktets klimaaftryk med i tilbuddet

I 2025 indførte Kvik oplysninger om klimaaftryk som en del af deres køkkentilbud. Kvik baserede dataene på livscyklusanalyser (LCA) og miljøvaredeklarationer (EPD).

*"Ud over prisen kan kunderne også se CO<sub>2</sub>e-udledningen, andelen af genbrugstræ og antallet af genbrugte plastflasker, der er blevet anvendt i det design, de har valgt,"*

forklarer Claus Johnsen, Category Management Director hos Kvik. Dette tiltag bidrager til at sætte miljødata på lige fod med finansielle oplysninger og giver kunderne mulighed for at justere deres ordrer, for eksempel for at øge andelen af genbrugsmaterialer.

### Vejen til gennemsigtighed

Udviklingen af digitale produktpas (DPP'er) markerer endnu et vigtigt skridt i retning af større gennemsigtighed for kunderne, og Kvik implementerede den første generation af DPP'er i 2025.

*"Da vi hørte, at DPP'er ville blive obligatoriske om et par år, syntes vi, det lød som et rigtig godt tiltag, så vi besluttede at udvikle og implementere en første version,"*

siger Claus. Tanken er, at kunderne scanner en QR-kode på et produkt for at få oplysninger om materialerne, produktets klimaaftryk samt hvordan man reparerer det og forlænger dets levetid.

DPP'er er nu tilgængelige for Kvik Living-møbelserien og vil snart blive udbredt til andre produkter samt i andre dele af koncernen.

### Vi gør resultaterne sammenlignelige

Vores virksomheder kan altså offentliggøre data i tilbud og via QR-koder, men hvordan kan kunderne sammenligne og træffe beslutninger på baggrund af disse oplysninger, og hvordan ved de, om tallet er godt eller dårligt? I øjeblikket findes der ingen branchestandard for sammenligning af produkters miljødata, så man skal have en vis ekspertise for at kunne "gennemskue" en EPD.

For Fredrik Nyberg, Head of Development hos Ballingslöv, er der en stor fordel ved at snakke om dette emne i butikken.

*"Vi uddanner vores forhandlere i at forstå miljødataene, så de kan forklare kunderne, hvad de betyder. Vi opfordrer salgsteams til at tage initiativ til en samtale med kunden og spørge, om de gerne vil vide mere om produktets klimapåvirkning."*

Disse samtaler bidrager til at skabe bevidsthed og nysgerrighed og viser vores engagement i åbenhed.



Claus Johnsen  
Category Management Director  
Kvik



Fredrik Nyberg  
Head of Development  
Ballingslöv AB



# Ansvarlige indkøb

Vi stiller de samme høje bæredygtighedskrav til vores leverandører, som vi gør til os selv. Vores tilgang går ud på at tilskynde til strategisk tænkning og ansvarlig prioritering hos alle de virksomheder og organisationer, vi samarbejder med.



## Mål for 2025

1. 100 % af alle store leverandører (indkøbsvolumen pr. forretningsenhed > 200 KEUR) har underskrevet vores adfærdskodeks
2. 100 % af alle mellemstore leverandører (indkøbsvolumen pr. forretningsenhed > 150 KEUR) har underskrevet vores adfærdskodeks
3. Revision af 25 leverandører baseret på gennemførte risikovurderinger, svarende til 10 revisioner pr. år

## Resultater 2025

1. 100 %
2. 100 %
3. 10 revisioner

Det er vigtigt for os at skabe en åben og risikobaseret dialog om medarbejdere, miljø og samfund. Vores leverandørvurdering, adfærdskodeks og detaljerede bæredygtigheds- og materialekrav danner grundlaget for langsigtede og solide partnerskaber. En struktureret leverandørovervågning og en indgående dialog spiller også en afgørende rolle.

Der blev ikke indberettet nogen hændelser eller mistanke om manglende overholdelse i løbet af året.

## Opbygning af robuste og ansvarlige leverandørrelationer

Vi er afhængige af vores omfattende netværk af leverandører, der leverer produkter, materialer, ressourcer og tjenester, som lever op til vores virksomhedsværdier, så vi kan tilbyde produkter, som vores kunder kan stole på.

*"Vi ønsker at hjælpe vores leverandører med at prioritere bæredygtighed. Ikke ved at presse dem til at gøre noget, de ikke tror på, men ved at støtte dem i det, de allerede brænder for."*

Staffan Jönsson, Chief Sourcing Officer, Ballingslöv International

### Samarbejde til fremme af forandring

Vi tror på, at vi kan fremskynde forandringer gennem samarbejde, og vi stræber efter at opbygge varige og meningsfulde partnerskaber. På den måde kan vi opbygge tillid og udvikle samarbejder, hvor både Ballingslöv International og vores leverandører løbende kan forbedre forretningen og gøre fremskridt inden for bæredygtighed. Staffan Jönsson, Chief Sourcing Officer, Ballingslöv International, uddyber:

*"Vi har et langsigtet perspektiv i alt, hvad vi gør. Hvis man ønsker at samarbejde med nogen over længere tid, er man nødt til at opbygge tillid og handle ansvarligt. Sådan opnår man gode resultater."*





### En streng udvælgelsespolitik

I 2018 satte vi os som mål, at alle leverandører med en indkøbsværdi på over 200.000 euro pr. forretningsenhed skal underskrive vores adfærdskodeks. Vi har skærpet kravene ved at sænke minimumsgrænsen for, at leverandører skal underskrive vores adfærdskodeks, til 150.000 euro pr. forretningsenhed. Målet gælder både direkte og indirekte materiale, så det er ligegyldigt, om der er tale om en vare eller en tjeneste. Adfærdskodeksen vedlægges som et obligatorisk bilag, hver gang vi indgår en kontrakt, uanset leverandørens størrelse. Derfor har vi over 500 underskrevne dokumenter, hvoraf mange også ligger under grænsen på 150.000 euro.

Vores bæredygtigheds- og materialekrav (SMR) gælder for leverandører af direkte materialer, dvs. materialer, der anvendes i produktionen. SMR-dokumentet beskriver vores bæredygtighedsstrategi og de minimumskrav, der stilles til leverandører. Over 200 mellemstore leverandører (dvs. med en omsætning på over 150.000 euro) har underskrevet bæredygtigheds- og materialekravene. Vores adfærdskodeks kræves underskrevet af samtlige nye leverandører af direkte og indirekte materialer.

### Risikovurdering med EcoVadis

Ved valg af nye leverandører samt risikovurdering af eksisterende leverandører anvender koncernen EcoVadis IQ Plus. Dette digitale værktøj vurderer risici

i forsyningskæden inden for miljø, arbejdsforhold, etik og bæredygtige indkøb hos alle leverandører. Bæredygtighedsrisici vægtes sammen med indkøbsvolumen og leverandørkategori. Store indkøb og strategiske leverandører betragtes som en højere risiko, mens mindre indkøb og ikke-kritiske leverandører udgør en lavere risiko. Samlet set har vi en teoretisk risikoprofil for leverandøren, som danner grundlag for, hvordan vi går videre med vurderingen.

Virksomheder med højere risiko, samt virksomheder, der er strategisk vigtige for vores drift, skal derefter gennemføre en mere grundig EcoVadis-evaluering. I tilfælde, hvor en leverandør vælger ikke at gennemføre EcoVadis-evalueringen, kræver vi en fysisk revision, kendt som en "supplier social audit", for at sikre, at vores adfærdskodeks overholdes.

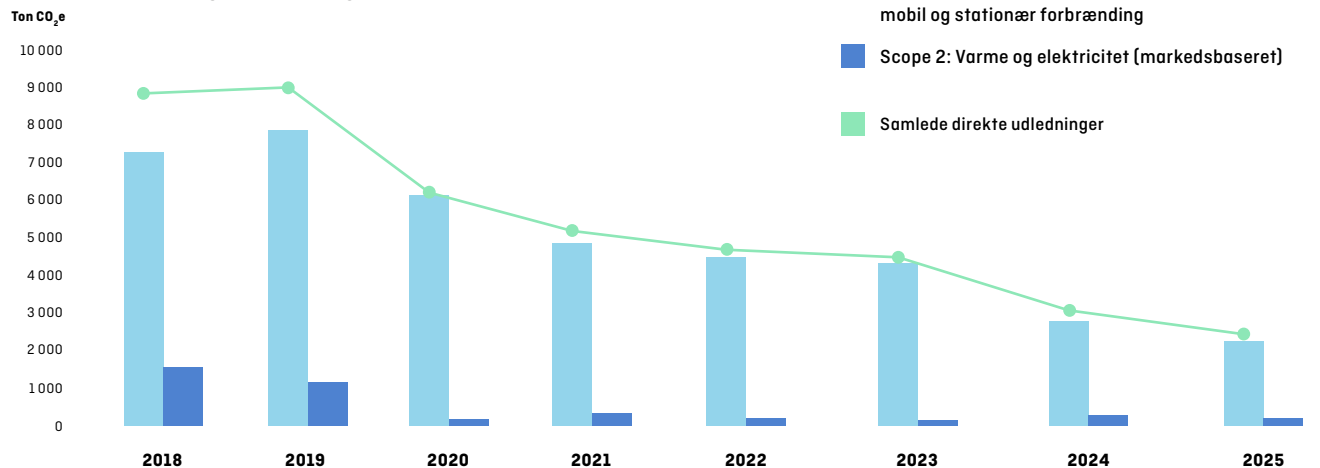
Alle revisioner udføres af en uafhængig tredjeparts-leverandør, certificeringsorganet SGS (Société Générale de Surveillance SA) alternativt af BV (Bureau Veritas).



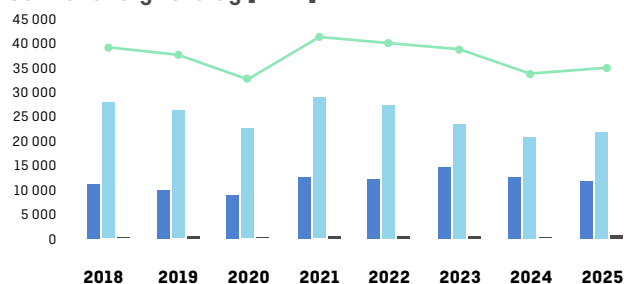
Staffan Jönsson  
Chief Sourcing Officer  
Ballingslöv International

# Vores nøgletal

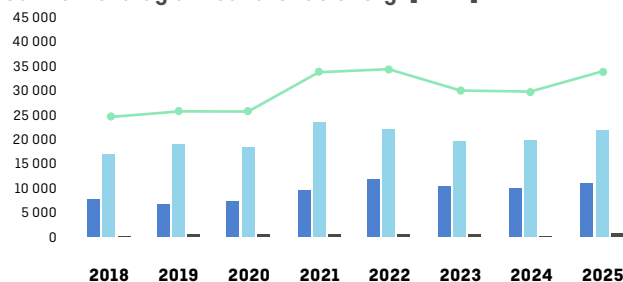
## Samlede scope 1- og 2-udledninger (markedsbaseret)



## Samlet energiforbrug [MWh]



## Samlet forbrug af vedvarende energi [MWh]



En vedvarende udvikling i retning af vores mål gennem årlige nøgleinitiativer med stor effekt

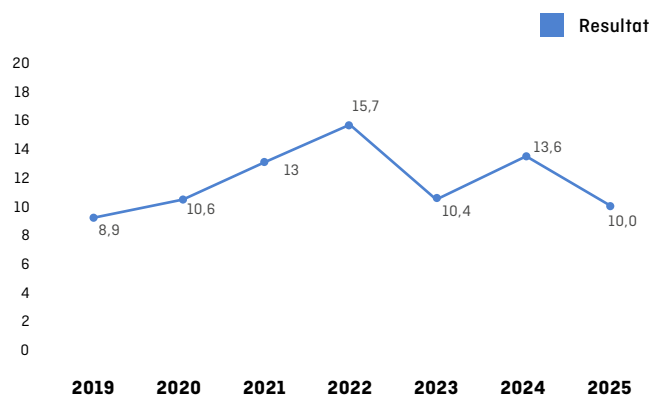
Stationær forbrænding

Indkøbt fjernvarme

Indkøbt elektricitet

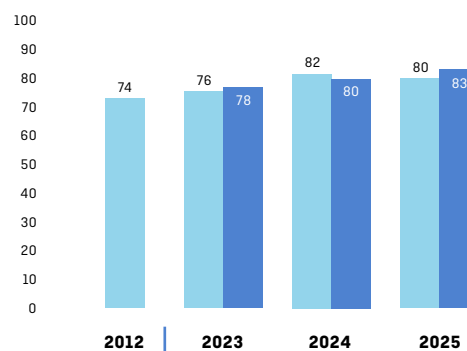
I alt

## Antal arbejdsulykker med fravær (pr. én million arbejdstimer, LTIFR)



Øget produktionsvolumen i 2022, opkøb af et ny virksomhed i slutningen af 2023

## Medarbejderengagementindeks og inklusionsindeks (at være en god arbejdsplads)



Indekset for medarbejdernes engagement ligger fortsat på et konstant højt niveau

Inklusion er en del af GPTW siden 2023



|                                                                           | Mål                                                                                                  | KPI                                                                                            | Udgangspunkt/<br>referenceår | 2024                                       | 2025                                       | Mål for 2030                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 🌳 MILJØ – Reducere vores klimapåvirkning                                  |                                                                                                      |                                                                                                |                              |                                            |                                            |                                                                                                                                |
| Reduktion af CO <sub>2</sub> e-udledning <sup>1</sup>                     | Reducere CO <sub>2</sub> e-udledning                                                                 | Samlede udledninger, ton CO <sub>2</sub> e                                                     | 8.853 2018                   | 3.038 <sup>2</sup>                         | 2.439 <sup>2</sup>                         |                                                                                                                                |
|                                                                           |                                                                                                      | Energiforbrug, MWh                                                                             | 38.518 <sup>3</sup> 2023     | 33.474 <sup>3</sup>                        | 34.928 <sup>3</sup>                        | Energiforbrug MWh 32.500 <sup>3</sup>                                                                                          |
|                                                                           |                                                                                                      | Elforbrug, MWh                                                                                 | 26.906 2022                  | 20.593                                     | 21.995                                     | Elforbrug < 17.400 MWh                                                                                                         |
|                                                                           |                                                                                                      | Andel af vedvarende energi, %                                                                  | 85 % 2022                    | 89 %                                       | 96 %                                       | 100 %                                                                                                                          |
|                                                                           |                                                                                                      | Andel af vedvarende elektricitet, %                                                            | 82 % 2022                    | 96 %                                       | 100 %                                      | 100 %                                                                                                                          |
|                                                                           | Beregn samlet scope 3                                                                                |                                                                                                |                              |                                            | Afsluttet                                  |                                                                                                                                |
| Støtte til en cirkulær økonomi                                            | Affald fra egen drift                                                                                | Samlet affaldsmængde                                                                           | 2024                         | 10.850 ton                                 | 10.160 ton                                 |                                                                                                                                |
|                                                                           |                                                                                                      | Andel til genbrug, %                                                                           | 2024                         | 76 %                                       | 76 %                                       |                                                                                                                                |
|                                                                           |                                                                                                      | Andel genanvendelige produkter                                                                 | 98 % 2022                    | 98 %                                       | 93 %                                       | 100 %                                                                                                                          |
|                                                                           | Alle egne produkter i gennemførte livscyklusvurderinger af produkter                                 | Andel af egne livscyklusvurderinger (inklusive ny forretningsenhed)                            | 63 % 2023                    | 81 %                                       | 49 %                                       | Alle egne produkter i gennemførte livscyklusvurderinger af produkter                                                           |
| Biodiversitet og velforvaltede skove                                      | Udelukkende at købe træbaserede produkter, der stammer fra FSC- eller PEFC-certificeret skovråvare   | Andel af certificeret træ, råmateriale eller produkt.                                          | 47 % 2019                    | 98 %                                       | 100 %                                      | 100 %                                                                                                                          |
|                                                                           | Reducerede udledninger af opløsningsmidler i ton.                                                    | Samlet opløsningsmiddeludledning, ton                                                          | 26 ton 2020                  | 18                                         | 23                                         | < 3                                                                                                                            |
| 👥 SOCIALT ANSVAR – Fokus på menneskers trivsel                            |                                                                                                      |                                                                                                |                              |                                            |                                            |                                                                                                                                |
| Sundhed og sikkerhed                                                      | Arbejdsulykker                                                                                       | Antal arbejdsulykker pr. én million arbejdstimer, dvs. Lost Time Injury Frequency Rate (LTIFR) | 8,9 2019                     | 13,6                                       | 10,0                                       | På vej mod nul-visionen, målet er en nedadgående tendens                                                                       |
|                                                                           |                                                                                                      | Ulykker med tabt arbejdstid (24 timer eller mere)                                              | 21 2019                      | 37                                         | 24                                         | På vej mod nul-visionen, målet er en nedadgående tendens                                                                       |
|                                                                           |                                                                                                      | Permanent funktionsnedsættelse                                                                 | 0 2019                       | 0                                          | 0                                          | 0                                                                                                                              |
|                                                                           | Risikoobservationer                                                                                  | Antal                                                                                          | 323 2021                     | 559                                        | 470                                        | > 500                                                                                                                          |
| Medarbejder-engagement                                                    | Medarbejderundersøgelsen Great Place to Work (GPTW).                                                 | Top of mind being a great place to work, %                                                     | 74 2012                      | 82                                         | 80                                         | > 80 %                                                                                                                         |
|                                                                           | Inklusion tilføjet i GPTW                                                                            | % af alle medarbejdere for et bestemt spørgsmål                                                | 78 2023                      | 80                                         | 83                                         | 100 %                                                                                                                          |
|                                                                           | Ligestilling mellem kønnene                                                                          | Kønsfordeling i %, alle medarbejdere                                                           | 29/71 2022                   | 26/74                                      | 30/70                                      | Alle medarbejdere: 40-60 %                                                                                                     |
|                                                                           |                                                                                                      | Kønsfordeling i %, ledelsesgrupper                                                             | 15/85 2022                   | 15/85                                      | 25/75                                      | Alle ledere: 40-60 %                                                                                                           |
|                                                                           | Aldersspredning i aldersgrupper <sup>4</sup>                                                         |                                                                                                | 5 af 5 2023                  | 3 af 5                                     | 5 af 5                                     | Mindst 10 % i alle 5 aldersgrupper                                                                                             |
|                                                                           | Leder vs. medarbejder                                                                                |                                                                                                | 3 af 5 2023                  | 4 af 5                                     | 3 af 5                                     | Mindst 10 % i alle 5 aldersgrupper                                                                                             |
| En værdifuld lokal aktør                                                  | En social aktivitet pr. år                                                                           |                                                                                                | 1 2023                       | 1                                          | 1                                          | 1 social aktivitet pr. år                                                                                                      |
| 🤝 LEDELSE – Vi driver vores virksomhed baseret på etik og gennemsigtighed |                                                                                                      |                                                                                                |                              |                                            |                                            |                                                                                                                                |
| Ansvarligt indkøb                                                         | Leverandører med ansvarligt indkøb                                                                   | % af mellemstore og store leverandører <sup>5</sup> , der har underskrevet BI's adfærdskodeks  | 2019                         | 100 %                                      | 100 %                                      | 100 % af alle direkte og indirekte materialeleverandører (leverandører/forretningsenhed med en omsætning på over 100.000 euro) |
|                                                                           | Revision af de 25 mest relevante leverandører                                                        | Antal gennemførte revisioner                                                                   |                              | 10                                         | 10                                         | 10 revisioner om året                                                                                                          |
|                                                                           | Virksomhedens adfærdskodeks gælder for alle medarbejdere                                             | Andel, % af medarbejderne, der har underskrevet adfærdskodeksen                                | 100 % 2022                   | 100 %                                      | 100 %                                      | 100 %                                                                                                                          |
| Gennemsigtig kommunikation                                                | Fremme af kunde- og forbrugertilfredshed gennem ærlig og gennemsigtig markedsføring og kommunikation |                                                                                                |                              | Offentliggjort årlig bæredygtighedsrapport | Offentliggjort årlig bæredygtighedsrapport | Offentliggjort årlig bæredygtighedsrapport                                                                                     |

<sup>1</sup>Opdaterede resultater fra tidligere år: Scope 1-, scope 2- og energidata som følge af metodologiske ændringer i overensstemmelse med drivhusgasprotokollen, CSRD og ESRs

<sup>2</sup>Markedsbaseret værdi. Lokationsbaseret: 4.766 ton CO<sub>2</sub>e (2024), 4.225 ton CO<sub>2</sub>e (2025)

<sup>3</sup>Ekskl. brændstoffer

<sup>4</sup>< 29, 30-39, 40-49, 50-59, over 60 10 % pr. kategori

<sup>5</sup>Leverandører med en omsætning på over 150.000 euro, over 200.000 euro

## Om denne rapport

Bæredygtighedsrapporten for 2025 udgør den lovpligtige del af årsberetningen for Ballingslöv International Aktieaffärsenheter, org.nr. 556556-2807. Hver år udgives den på alle forretningsenhedernes sprog i koncernen.

Bæredygtighedsrapportens omfang svarer til årsregnskabet og omfatter alle koncernens fuldt ejede forretningsenheder: Ballingslöv AB, Kvik A/S, JKE Design A/S, DFI-Geisler A/S, Multiform A/S, Dennis & Robinson Ltd (PRM) og DanKüchen GmbH i perioden 1. januar - 31. december 2025.

Alle bæredygtighedsrelaterede data, der præsenteres i denne rapport, stammer fra Ballingslöv Internationals bæredygtighedsstrategi og den dobbelte

væsentlighedsvurdering i kombination med koncernens mål.

Bæredygtighedsrapporten og den dobbelte væsentlighedsvurdering er blevet udformet, så de følger formatet for de kommende rapporteringskrav, men opfylder endnu ikke fuldt ud kravene i CSRD eller ESRS.

Denne rapport er blevet gennemgået af selskabets eksterne revisorer i overensstemmelse med FARs anbefaling RevR 12 Revisorens udtalelse om den lovpligtige bæredygtighedsrapport; se revisorens udtalelse. Det er dog bestyrelsen for Ballingslöv International AB, der i sidste ende har ansvaret for at gennemgå og godkende bæredygtighedsrapporten.

---

## Revisorens erklæring om den lovpligtige bæredygtighedsrapport

Til generalforsamlingen i Ballingslöv International AB, org.nr. 556556-2807

### Opgaver og ansvarsfordeling

Det er bestyrelsen, der har ansvaret for bæredygtighedsrapporten for 2025 og for, at den er udarbejdet i henhold til årsregnskabsloven ifølge ordlyden, der var gældende før den 1. juli 2024.

### Gennemgangens målsætning og omfang

Vores gennemgang er baseret på FARs anbefaling RevR 12 Revisorens udtalelse om den lovpligtige bæredygtighedsrapport. Det betyder, at vores gennemgang af bæredygtighedsrapporten har en anden målsætning og et væsentligt mindre omfang sammenlignet med

den målsætning og det omfang, der kendetegner en revision i henhold til International Standards on Auditing og almindeligt anerkendte revisionsstandarder i Sverige. Vi mener, at denne gennemgang giver os tilstrækkeligt grundlag for vores udtalelse.

### Udtalelse

En bæredygtighedsrapport er blevet udarbejdet.

Göteborg, den dato, som fremgår af vores elektroniske underskrift, Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Johan Rippe  
Autoriseret revisor







I denne bæredygtighedsrapport kan man læse om grundlaget for Ballingslöv Internationals arbejde med bæredygtighed, den bæredygtighedsstrategi, der er vores retningslinje for, hvilke resultater vi har opnået inden for bæredygtighed i det forløbne år, og hvad vi vil fokusere på fremover. God læselyst!