

# NACHHALTIG- KEITSBERICHT 2025

Ballingslöv  
International

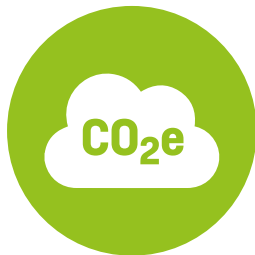


# Inhalt

4	Highlights 2025
6	Nachhaltige Geschäftsentwicklung stärkt die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit
8	Über Ballingslöv International
10	<b>Nachhaltigkeitsstrategie</b>
12	Unser Ansatz
16	Nachhaltigkeitsmanagement
18	Unsere Wertschöpfungskette
20	Ziele und Ergebnisse
22	UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs)
24	Ergebnisse 2025
26	<b>Umwelt</b>
	<b>Reduktion unserer Umweltbelastung</b>
28	Reduktion von CO <sub>2</sub> e-Emissionen
32	Förderung zirkulären Wirtschaftens
36	Biodiversität und nachhaltige Forstwirtschaft
38	<b>Soziales</b>
	<b>Das Wohlbefinden der Menschen ist uns ein Anliegen</b>
40	Gesundheit und Sicherheit
42	Mitarbeiterengagement
46	Verantwortungsvoller lokaler Akteur
48	<b>Governance</b>
	<b>Wir führen unser Unternehmen ethisch und transparent</b>
50	Transparente Kommunikation
52	Verantwortungsvoller Einkauf
54	<b>Unsere Leistungskennzahlen</b>



# Highlights 2025



# 71%

Ergebnis Scope 1 und 2 in % im Vergleich zum Basisjahr 2018. 20 % Rückgang gegenüber 2024



## Nächster Schritt bei der Messung von Emissionen über unsere eigene Geschäftstätigkeit hinaus

In diesem Jahr haben wir unsere Scope-3-Emissionen gruppenweit in enger Zusammenarbeit mit unseren wichtigsten Lieferanten berechnet. Mehr dazu auf Seite 28.

## Ein neues Product Development Council stärkt die Dynamik in der zirkulären Entwicklung

Das Ballingslöv International Group Product Development Council wurde als neues, gruppenweites Gremium eingerichtet. Die Produktentwicklung ist ein zentraler Prozess zur Integration von Nachhaltigkeit, bei dem Expertise aus der gesamten Gruppe in unserem Ansatz zur zirkulären Wertoptimierung zusammenfließt.

## Safety Stars fördern sicherere Arbeitsplätze

Eine neue Auszeichnung wurde eingeführt, um Unternehmen zu würdigen, die kontinuierlich das gesamte Jahr über hohe Sicherheitsstandards einhalten. Mehr dazu auf Seite 41.



# 100%

Einkauf von holzbasierten Produkten aus FSC-/PEFC-zertifizierten Holzrohstoffen. +2 % gegenüber 2024



# 100%

Anteil Strom aus erneuerbaren Energien am gesamten Stromverbrauch

# 96%

Anteil erneuerbarer Energien am gesamten Energieverbrauch



# 80 %

Konstant auf hohem Niveau in unserer Mitarbeiterbefragung Great Place to Work (GPTW). Der GPTW-Standard liegt bei einem Ergebnis von über 70 %



## Alle Produktentwicklungsteams im kreislauforientierten Wirtschaften eingebunden

# 3 ★ ★ ★

Safety-Star-Auszeichnungen an Unternehmen, die 365 Tage ohne Arbeitsplatzunfälle mit Abwesenheit tätig waren



# 25 %

Frauen in Führungspositionen im Vergleich zu 15 % im Jahr 2024

# 83 %

Zustimmung bei der Mitarbeiterbefragung Great Place to Work als inklusiver Arbeitsplatz im Vergleich zu 80 % im Jahr 2024

# Nachhaltige Geschäftsentwicklung stärkt die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit

2025 war eines unserer stärksten Jahre. Wir haben uns konsequent auf das Wesentliche konzentriert: attraktive Produkte und ein Kundenversprechen, das wir kompromisslos einhalten. Das ist uns gelungen trotz globaler wirtschaftlicher und politischer Unsicherheiten, einer noch nicht vollständig erhaltenen Bauindustrie und weiterhin zurückhaltender Kund:innen in unseren Märkten. Gleichzeitig hat die Gruppe ihre Marktposition weiter ausgebaut und mehrere neue Standorte in Europa eröffnet.

*„Unsere guten Ergebnisse sind ein direktes Resultat des Engagements unserer Mitarbeiter:innen. Jeden Tag schaffen sie in allen Bereichen unserer Unternehmen ein hervorragendes Kundenerlebnis. Wir investieren weiter in unsere Marktpresenz, unsere Produkte und unsere Services. Wir bleiben neugierig, lernen voneinander und handeln rasch“,*

sagt Björn Hauber, Chief Executive Officer von Ballingslöv International.

Ballingslöv International ist überzeugt: Nachhaltigkeit kann und soll Wachstum antreiben. Auch wenn sich regulatorische Rahmenbedingungen in diesem Jahr verändert haben, war Nachhaltigkeit für uns nie nur eine Frage der Compliance. Vielmehr ist sie zentraler Bestandteil unseres Geschäfts – jetzt und in Zukunft.

*„Wir denken langfristig“,*

so Hauber.

2025 war geprägt von Entschlossenheit und einem klaren Fokus auf unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Gleichzeitig haben wir unser strategisches Nachhaltigkeitsframework weiter gestärkt. Wir haben bedeutende Fortschritte bei der Messung unserer Scope-3-Emissionen erzielt, die Zirkularität in der Produktentwicklung weiter erforscht und die wichtigen Beiträge unserer sogenannten Safety Stars sichtbar gemacht, die sich tagtäglich für ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld einsetzen. Seit 2018 konnten wir unsere Scope-1- und Scope-2- sowie unsere CO<sub>2</sub>e-Emissionen um 71 % reduzieren.

*„Mit der Einführung unseres neuen Group Product Development Council haben wir die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit auf eine neue Ebene gehoben. Nachhaltigkeit als Wachstumstreiber ist fest in der Gruppe verankert. Das zeigt sich in der Arbeit des Councils, in dem kreislauforientierten Wirtschaften im Mittelpunkt steht und das Energie, Innovation und einen intensiven Austausch in unseren Produktentwicklungsteams fördert“,*

sagt Helene Davidsson, Group Sustainability Director.

Zusammenarbeit ist für uns ein Schlüssel – über Abteilungen hinweg, mit Partnern, lokalen Gemeinschaften und innerhalb unserer Branche. Sie ermöglicht es uns, soziale und ökologische Chancen zu nutzen und Herausforderungen zu bewältigen, die kein Unternehmen allein lösen kann. Auch unsere Mitarbeiter:innen sehen das so: In unserer jährlichen Befragung wird Zusammenarbeit erneut als eine unserer großen Stärken hervorgehoben. Wir sind ein Unternehmen, das von Menschen geprägt ist, und dieser Bericht zeigt viele Beispiele für gelebte Diversität und Inklusion. Wir sind überzeugt: Eine inklusive Organisation ist eine stärkere Organisation.

*„Nach meinem ersten Jahr in der Gruppe bin ich dankbar, so viele kompetente und engagierte Kolleg:innen kennengelernt zu haben. Besonders beeindruckt mich unsere starke Kultur der Zusammenarbeit, unsere Bereitschaft, Best Practices zu teilen, unser Wissensdurst und unsere Nachhaltigkeitsambitionen. Mit diesen wichtigen Grundlagen starten wir gut ins Jahr 2026. Unser Fokus liegt dabei auf der Reduktion indirekter Emissionen, auf zirkulärer Entwicklung und auf transparenter Kommunikation mit unseren Kund:innen, Lieferanten und weiteren Stakeholdern“,*

schließt Davidsson.



Björn Hauber  
Chief Executive Officer  
Ballingslöv International



Helene Davidsson  
Group Sustainability Director  
Ballingslöv International



---

**„Wir investieren weiter in unsere Marktpräsenz, unsere Produkte und unsere Services. Wir bleiben neugierig, lernen voneinander und handeln rasch.“**

Björn Hauber  
Chief Executive Officer  
Ballingslöv International

---

# Über Ballingslöv International

Wir schaffen attraktive Wohnumgebungen für alle

Ballingslöv International ist ein führender Anbieter von Küchen-, Bad- und Aufbewahrungssystemen. Wir bieten eine breite Auswahl an Produkten für Endkund:innen, die Wert auf hochwertige Materialien, Langlebigkeit, Robustheit, Sicherheit und Zirkularität legen.

Mit Hauptmärkten in Europa produzieren wir in Schweden, Dänemark, Österreich und im Vereinigten Königreich.

Die sieben Unternehmen der Gruppe betreiben jeweils eigene Marken und Organisationsstrukturen, während Ballingslöv International über eine gemeinsame Gruppenstrategie und eine einheitliche Governance verfügt. Die Gruppe ist vollständig im Besitz von Stena Adactum AB.

Ballingslöv  
International

Ballingslöv®  
DRØMME™  
KJØKKENET

kvik

pr:m  
paula rosa  
manhattan

JKE

MULTIFORM

DFI-GEISLER

DANKÜCHEN

## Ballingslöv International im Jahr 2025

# 5 Milliarden SEK

Jahresumsatz

# 7

Unternehmen der Gruppe

# 7

Produktionsstandorte

# 20

Märkte

# 1.500

Mitarbeiter:innen



# NACHHALTIG- KEITSTRATEGIE





---

**„Wir bieten ästhetisch ansprechende und langlebige Küchen, die auf eine langfristige Nutzung ausgelegt sind, und entwickeln und testen zirkuläre Lösungen unternehmensübergreifend sowie gemeinsam mit unseren Handelspartnern, Lieferanten und der Branche.“**

Helene Davidsson  
Group Sustainability Director  
Ballingslöv International

---

# Unser Ansatz

Ausgangspunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist, dass wir kontinuierlich Verantwortung für unsere Auswirkungen auf Umwelt, Menschen und Gesellschaft übernehmen. Mit unseren Produkten wollen wir auch unsere Kund:innen dazu befähigen.

*„Wir wollen die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäfts stärken. Dafür bringen wir Umweltschutz, soziales Wohlergehen und wirtschaftlichen Erfolg durch ethische und nachhaltige Geschäftspraktiken in Einklang“.*

sagt Helene Davidsson, Group Sustainability Director, Ballingslöv International.

Wir wollen unsere Nachhaltigkeitsstrategie vollständig in unsere Geschäftsstrategie und unser Governance-Modell sowie in die Steuerung jedes einzelnen Unternehmens und in unsere tägliche Arbeit integrieren. Unsere langfristige Perspektive auf nachhaltige Entwicklung stärken wir durch enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette.

Die Strategie basiert auf drei Fokusbereichen:

- **Umwelt:** wie wir unsere Umweltbelastung reduzieren
- **Soziales:** wie wir für das Wohlbefinden der Menschen sorgen
- **Governance:** wie wir unser Geschäft ethisch und transparent führen

Die drei Fokusbereiche umfassen acht strategische Initiativen (siehe unseren sogenannten Nachhaltigkeitsbaum auf der gegenüberliegenden Seite). Diese basieren auf unserer doppelten Materialitätsanalyse (DMA) sowie unseren wirksamsten Maßnahmen. Für die Initiativen definieren wir strategische Ziele, operative Hauptziele und Kennzahlen (KPIs), um den Fortschritt im Jahresverlauf zu überwachen. Die Ergebnisse finden Sie auf Seite 20, die vollständige Liste der KPIs auf Seite 55.

Unsere Wertschöpfungskette, unsere Stakeholder, unsere Risiken und die DMA sind zentrale Bestandteile unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Die zugrunde liegende Struktur und der systematische Ansatz helfen uns, Themen zu priorisieren und Nachhaltigkeit bei Ballingslöv International und in unseren Unternehmen der Gruppe zu

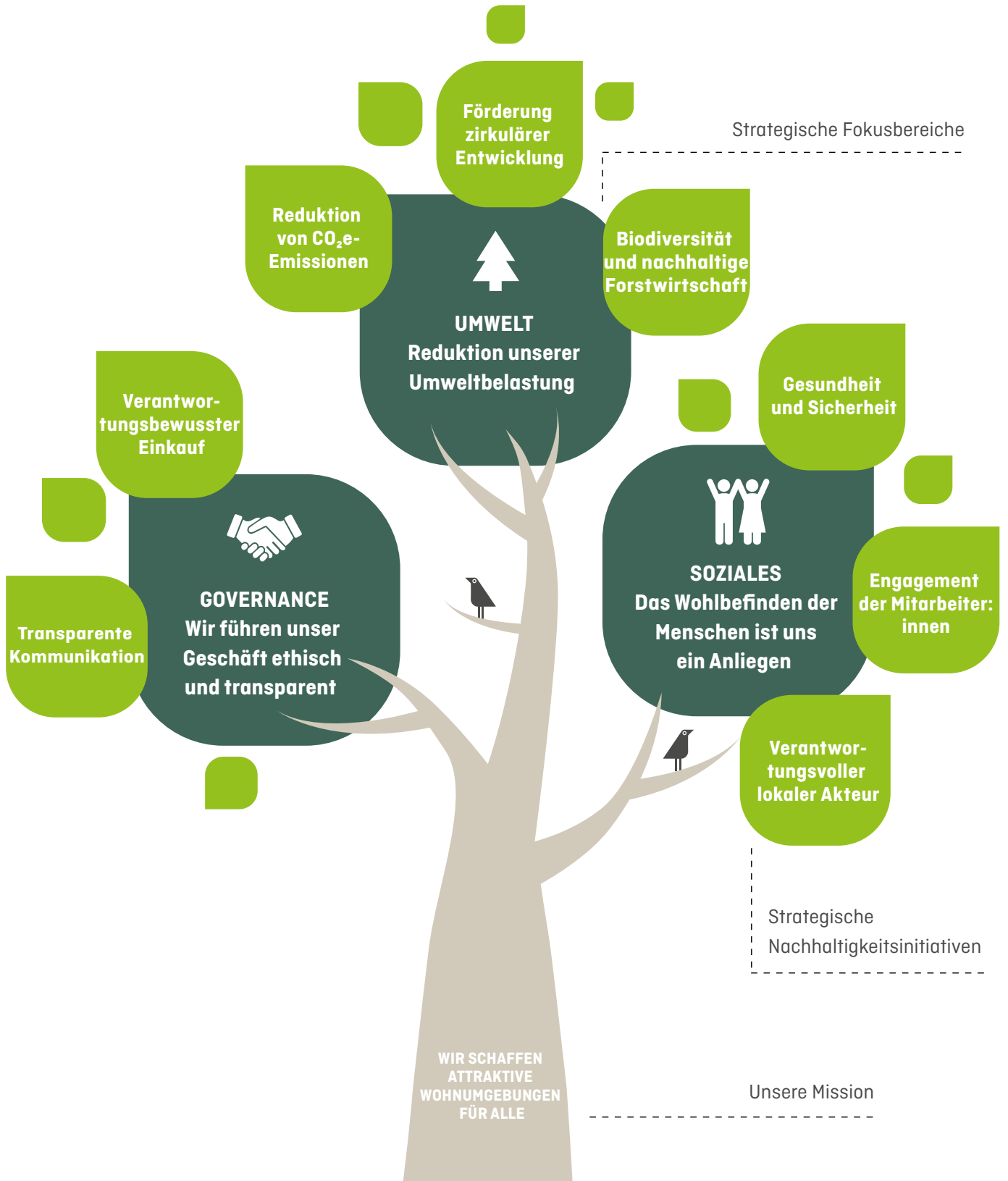
verankern. Im Jahr 2025 (und mit Blick auf 2026) haben wir begonnen, unsere Strategie zu überarbeiten, um sie besser an regulatorische Anforderungen wie die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) anzupassen. Wir sind überzeugt, dass eine Balance wichtig ist: zwischen regulatorischer Compliance und einer Strategie, die sich einfach in die Geschäftsentwicklung integrieren lässt. So schaffen wir die Grundlage, um Veränderungen in jenem Tempo umzusetzen, das für die Erreichung unserer Ziele notwendig ist.

Dieser strategische Ansatz ermöglicht es uns, unsere wesentlichen Themen zu priorisieren, Ziele zu definieren und die Erwartungen unserer Stakeholder zu erfüllen. Gleichzeitig schaffen wir damit die Basis für Weiterentwicklung und Anpassungsfähigkeit, sodass wir auch in Zukunft attraktiv und relevant bleiben.



# Strategische Fokusbereiche und Initiativen

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie besteht aus drei Fokusbereichen und acht strategischen Initiativen.



# Unsere strategischen Fokusbereiche und Initiativen



## UMWELT Reduktion unserer Umweltbelastung

Wir wollen den Einsatz erneuerbarer und recycelter Materialien erhöhen und Abfälle reduzieren. Durch zirkuläres Design verlängern wir die Lebensdauer unserer Produkte. Gleichzeitig ersetzen wir schrittweise gefährliche Stoffe, beschaffen Materialien verantwortungsvoll, schützen die Biodiversität und reduzieren unsere direkten sowie indirekten CO<sub>2</sub>e-Emissionen.

### Reduktion von CO<sub>2</sub>e-Emissionen

Maßnahmen zur weiteren Reduktion von CO<sub>2</sub>e-Emissionen in unserer eigenen Geschäftstätigkeit sowie entlang der Wertschöpfungskette in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten.

### Förderung von Kreislaufwirtschaft

Förderung von zirkulärem Design, Ressourceneffizienz, Trennbarkeit sowie der Möglichkeit zur Wiederverwendung, Reparatur und Aufrüstung.

### Biodiversität und nachhaltige Forstwirtschaft

Bezug von Holz ausschließlich aus FSC-/PEFC-zertifizierten Quellen, Reduktion gefährlicher Chemikalien, Verbesserung des Wassermanagements sowie Verringerung von Abfällen in unserer eigenen Geschäftstätigkeit.



## SOZIALES Das Wohlbefinden der Menschen ist uns ein Anliegen

Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber streben wir ein sicheres und inklusives Arbeitsumfeld an. Unsere Unternehmen fördern gesunde Gewohnheiten, sicheres Arbeiten und eine kooperative Denkweise als verantwortungsvoller lokaler Akteur.

### Gesundheit und Sicherheit

Kontinuierlicher Fokus auf Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter:innen. Sicherheit gilt als oberste Priorität im Arbeitsalltag – stets mit geeigneter Schutzausrüstung und gelebter Sicherheitskultur.

### Engagement der Mitarbeiter:innen

Förderung eines hohen Mitarbeiterengagements, eines vielfältigen und inklusiven Arbeitsumfelds sowie einer inspirierenden und respektvollen Unternehmenskultur, in der sich Mitarbeiter:innen weiterentwickeln können.

### Verantwortungsvoller lokaler Akteur

Als wertorientiertes Unternehmen handeln wir als verantwortungsbewusster Arbeitgeber und Partner und unterstützen die lokalen Gemeinschaften.



## GOVERNANCE Wir führen unser Geschäft ethisch und transparent

Unser Ansatz basiert auf Integrität und dem Anspruch, Arbeitsrechte und Umwelt zu schützen. Wir legen Wert auf Ehrlichkeit und Teilhabe und fördern Transparenz und Fairness in all unseren Geschäftstätigkeiten sowie in unserer Kommunikation.

### Verantwortungsbewusster Einkauf

Transparente Lieferketten mit dem Ziel, Beschäftigte und Umwelt zu schützen, sowie eine enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten zur Minimierung von Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette.

### Transparente Kommunikation

Förderung der Kundenzufriedenheit und Unterstützung nachhaltiger Entscheidungen durch ehrliche und transparente Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen.



# Nachhaltigkeitsmanagement

Unsere Vision: Wir wollen eine Unternehmenskultur etablieren, die von Innovation, Chancenorientierung und einem verantwortungsvollen Mindset geprägt ist. In unserer täglichen Geschäftstätigkeit sind Konzepte wie zirkuläres Design, Ressourceneffizienz, soziale Verantwortung und Menschenrechte ebenso fester Bestandteil unserer Arbeitsweise wie die Schaffung von Kundennutzen und das Ziel, ein attraktiver Arbeitsplatz zu sein.



## Organisation und Mandat

Nachhaltigkeit bei Ballingslöv International wird auf drei Ebenen gesteuert: strategisch, taktisch und operativ. Auf strategischer Ebene geben der Verwaltungsrat und die Gruppenleitung die übergeordnete Richtung vor. Die Erwartungen des Verwaltungsrats werden an unsere sieben Unternehmen der Gruppe kommuniziert und dienen als Leitlinie für deren Arbeit.

Das Sustainability Committee unterstützt den Verwaltungsrat in zentralen Nachhaltigkeitsfragen. Es setzt sich aus einem Mitglied des Verwaltungsrats, einer Anteilseignervertreter:in, dem Group Sustainability Director sowie dem stellvertretenden Chief Executive Officer zusammen.

### Group Sustainability Council

Der Group Sustainability Director leitet die strategische Nachhaltigkeitsarbeit in der gesamten Organisation. Dazu gehört auch der Vorsitz im Group Sustainability Council, der Führungskräfte und Nachhaltigkeitsverantwortliche aus allen Unternehmen der Gruppe vereint, sowie im Diver-

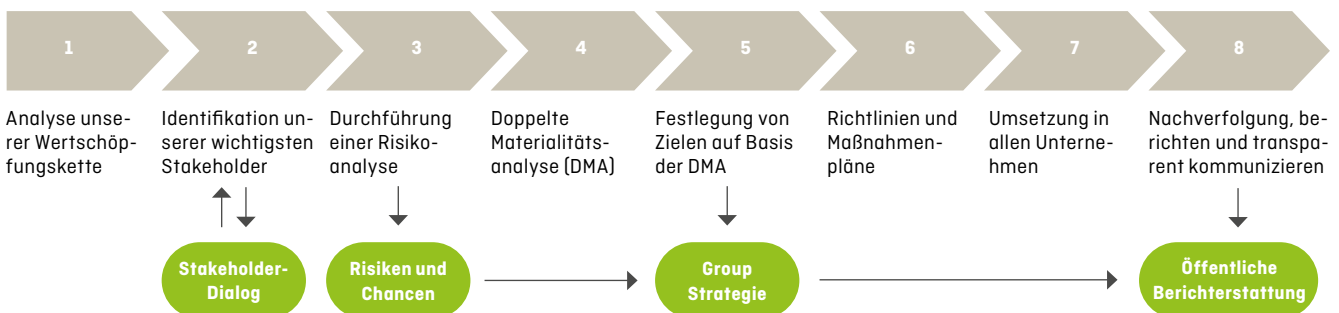
sity & Inclusion Council, das sich aus den HR-Verantwortlichen der Unternehmen zusammensetzt. Bei Bedarf werden externe Nachhaltigkeitsexpert:innen hinzugezogen.

### Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie sowie gruppenweit geltende Richtlinien und Leitlinien bilden den Rahmen und definieren die übergeordneten Prioritäten und Standards für die Nachhaltigkeitsarbeit. Jedes Unternehmen der Gruppe tritt unter seiner eigenen Marke auf und ist für die Umsetzung der Strategie in seiner täglichen Geschäftstätigkeit verantwortlich, wobei es diese bei Bedarf an lokale Gegebenheiten anpasst. Ergänzende Richtlinien innerhalb der einzelnen Unternehmen stellen die Umsetzung sowie Einhaltung lokaler Anforderungen sicher.

Der Fortschritt wird durch eine regelmäßige Berichterstattung des Group Sustainability Director an den Verwaltungsrat überwacht.

## Nachhaltigkeitssteuerungsprozess der Ballingslöv International Group



## Neues Gremium – Group Product Development

2025 haben wir unser neues Ballingslöv International Product Development Council ins Leben gerufen. Es stellt einen wichtigen Schritt für Innovation auf Gruppenebene dar, indem es Wissen und Expertise aus allen unseren Unternehmen zusammenführt.

Das Council schafft einen stärkeren, besser vernetzten Ansatz für die Produktentwicklung und unseren Weg zum kreislauforientierten Wirtschaften. Es ermöglicht uns, Materialentscheidungen und Designprinzipien noch mehr aufeinander abzustimmen, um die Lebensdauer unserer Produkte zu verlängern sowie Emissionen und Abfälle zu reduzieren. Dieses gemeinsame Forum stärkt unsere Fähigkeit, unsere gruppenweiten Verpflichtungen und regulatorischen Anforderungen zu erfüllen. Es bietet uns darüber hinaus eine neue Plattform, um zirkuläre Customer Journeys weiterzuentwickeln.

## Vorbereitung auf Berichtspflichten

Wir richten unsere Strategie und unsere Prozesse schrittweise an der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) aus. Dieser Prozess umfasst die Weiterentwicklung der Governance und der Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsarbeit und erfolgt fortlaufend, indem wir unsere Nachhaltigkeitsstruktur, unsere Ausrichtung und unsere Ziele regelmäßig überprüfen. Unser Fokus liegt darauf, eine klarere Verknüpfung zwischen Nachhaltigkeitsrisiken, doppelter Materialität, strategischen Initiativen und zentralen Leistungsindikatoren herzustellen.

## Risiken und doppelte Materialitätsanalyse (DMA)

Die Identifikation von Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umwelt-, Sozial- und Governance-Faktoren ist entscheidend für die Definition unserer Kernbereiche. Die DMA dient dazu, diese Risiken und Chancen zu identifizieren und die wichtigsten Themen entlang der Wertschöpfungskette sichtbar zu machen.

Die DMA hilft uns zu verstehen, wie sowohl Nachhaltigkeitsthemen unser Geschäft beeinflussen (finanzielle Materialität) als auch unsere Geschäftstätigkeit Auswirkungen auf Menschen und Umwelt hat (Impact-Materialität). Sie unterstützt uns dabei,

die wesentlichsten Themen für finanzielle und wirkungsbezogene Aspekte zu definieren. Finanzielle Materialität kann als Risiko oder Chance gesehen werden. Impact-Materialität kann aktuell oder potenziell sowie positiv oder negativ sein. Wir führen kontinuierliche Stakeholder-Dialoge – intern wie extern –, um die strategische Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsarbeit zu schärfen. Die Ergebnisse und Zusammenfassungen dieser Dialoge bilden die Grundlage für die DMA.

Folgende Themen identifizieren wir als besonders wesentlich für unser Geschäft:



### Umwelt

1. Eindämmung der Klimaauswirkungen
2. Anpassung an den Klimawandel
3. Energieverbrauch
4. Biodiversität und Ökosysteme
5. Kreislaufwirtschaft/Ressourcennutzung



### Soziales

6. Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter:innen
7. Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette
8. Konsument:innen und Endnutzer:innen



### Geschäftsethik und Antikorruption

9. Korruption und Bestechung

# Unsere Wertschöpfungskette

## End-of-Life-Management

Berücksichtigung der späteren Entsorgung bereits in der Designphase, um Recyclingfähigkeit, Reparierbarkeit und Wiederverwendung zu fördern. Wir gestalten unsere Produkte so, dass sie – sofern die lokale Infrastruktur dies ermöglicht – leicht recycelbar sind.

## Nutzung durch Endkund:innen

Wir arbeiten daran, die Transparenz von Umweltproduktdeklarationen zu erhöhen und unsere Produkte so zu gestalten, dass sie einfach aufgerüstet, repariert, demontiert und getrennt werden können. Wir stellen unseren Kund:innen Informationen zur Verfügung, wie sie ihre Produkte pflegen können, um deren Lebensdauer zu verlängern.

## Design und Einkauf

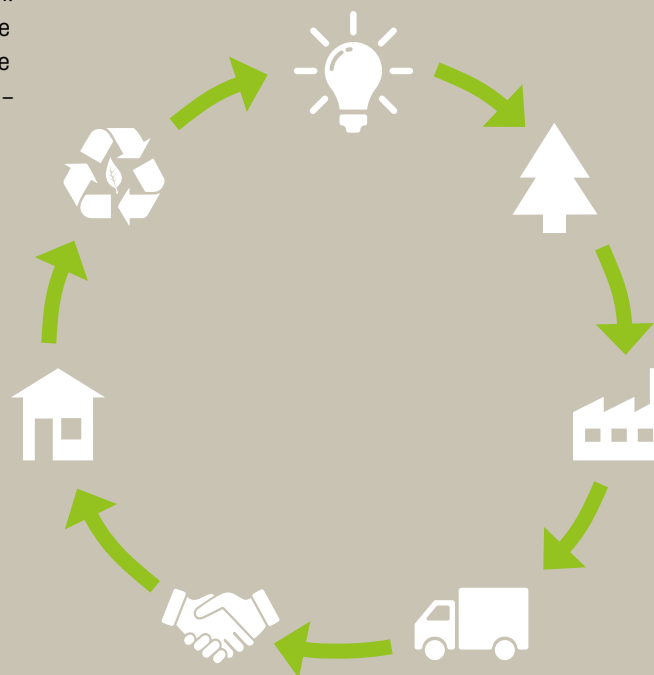
Entwicklung unserer Produkte sowie Beschaffung von Materialien und Services unter Berücksichtigung ökologischer, sozialer und ethischer Aspekte.

## Rohstoffmanagement

Auswahl von Lieferanten, die ein hohes Maß an Umwelt- und Sozialverantwortung sowie Geschäftsethik bei der Gewinnung natürlicher Ressourcen nachweisen können. Wir streben die Erhöhung des Anteils erneuerbarer und recycelter Materialien in unseren wesentlichen Materialgruppen an.

## Produktion

Reduktion von CO<sub>2</sub>e-Emissionen und Umweltbelastung, Minimierung von Ressourcenverbrauch und Abfällen, Erhöhung des Anteils erneuerbarer Rohstoffe sowie Fokus auf das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter:innen.



## Vertrieb

Stärkung einer ausgeprägten Geschäftsethik und Unterstützung unserer Kund:innen bei fundierten, ihren Bedürfnissen entsprechenden Entscheidungen.

## Transport

Priorisierung effizienter Transporte mit hoher Auslastung der Transportkapazitäten, Minimierung fossiler Energieträger und Reduktion von CO<sub>2</sub>e-Emissionen.

## Generische Produktwertschöpfungskette

Die oben dargestellte Wertschöpfungskette zeigt eine typische Produktionswertschöpfungskette in unserer Gruppe. Die Wertschöpfungsketten unserer einzelnen Unternehmen der Gruppe können davon abweichen.

Die Systemgrenzen der Wertschöpfungskette umfassen Materialien, Produkte und Services von externen Liefe-












ranten, die zum Endprodukt oder zur Dienstleistung eines Unternehmens von Ballingslöv International beitragen. Dazu zählen auch Rohstoffgewinnung, Transport, Veredelung, Verarbeitung, Nutzung sowie das End-of-Life-Management.



# Ziele und Ergebnisse

Nachfolgend finden Sie die Ziele für unsere einzelnen Fokusbereiche.

Die vollständigen Ergebnisse finden Sie auf den Seiten 54–55. Alle aktuellen Ziele gelten bis 2025. Im Laufe des Jahres 2026 werden neue Ziele mit einem Zeithorizont bis 2030 festgelegt.

Kernbereich	Strategische Initiative	Ziel	2025	Basisjahr
 <b>UMWELT</b> Reduktion unserer Umweltbelastung	 Reduktion von CO <sub>2</sub> e-Emissionen	Reduktion der Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 50 % Berechnung der Scope-3-Emissionen	71 % Reduktion auf 2 439* Scope berechnet	2018: 8 853 Tonnen CO <sub>2</sub> e
	 Förderung zirkulärer Entwicklung	Alle eigenen Produkte in vollständige Produktlebenszyklusanalysen einbezogen (einschließlich neuer Geschäftseinheit im Ergebnis 2025)	49 %	2023: 63 %
	 Biodiversität	Ausschließlicher Einkauf von holzbasierten Produkten aus FSC- oder PEFC-zertifizierten Holzrohstoffen	100 %	2019: 47 %
 <b>SOZIALES</b> Das Wohlbefinden der Menschen ist uns ein Anliegen	 Gesundheit und Sicherheit	Arbeitsunfälle gemessen als Lost Time Injury Frequency Rate (LTIFR), mit dem Ziel einer Annäherung an null; Anzahl der Unfälle pro Million Arbeitsstunden, mit abnehmendem Trend	10	2020
	 Engagement der Mitarbeiter:innen	Great Place to Work Engagement index: >80 % Annäherung an ein Geschlechterverhältnis von 40/60%	80 % 30/70 %	2012: 74 % 2022: Alle Mitarbeiter:innen – Frauen 29 %/Männer 71 %
	 Verantwortungsvoller lokaler Akteur	Eine soziale Impact-Aktivität pro Jahr	Mindestens eines pro Unternehmen der Gruppe	
 <b>GOVERNANCE</b> Wir führen unser Geschäft ethisch und transparent	 Verantwortungsbewusster Einkauf	Alle großen und mittelgroßen Lieferanten müssen unserem Code of Conduct zugestimmt haben. Audits bei 25 Lieferanten auf Grundlage einer durchgeführten Risikobewertung	100 % (groß) 100 % (mittel) 10	2019: 100%** 2022: 100%**
	 Transparente Kommunikation	Förderung der Kundenzufriedenheit durch ehrliches und transparentes Marketing und Kommunikation	Jährlich extern veröffentlichter Nachhaltigkeitsbericht	2019

\*Marktbasierter Wert. Standortbasiert: 4 766 Tonnen CO<sub>2</sub>e (2024); 4 225 Tonnen CO<sub>2</sub>e (2025)

\*\*Einkaufsvolumen pro Unternehmen der Gruppe von > 300 000 Euro, klassifiziert als „Large“ (2019, seit 2022: > 200 000 Euro)



# UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs)

Mithilfe des UN SDG Impact Assessment Tools haben wir sieben übergeordnete Ziele – von insgesamt 17 SDGs – sowie zehn Unterziele identifiziert, zu denen die Gruppe am wirksamsten beitragen kann.



## Ziel 3: Gesundheit und Wohlergehen

Unsere Mitarbeiter:innen stellen unser wichtigstes Kapital dar. Deshalb setzen wir auf präventive Gesundheitsmaßnahmen, arbeitsmedizinische Betreuung sowie eine konsequente Nachverfolgung bei arbeitsbedingten Erkrankungen oder Unfällen. Unser Ziel ist es, dass niemand durch arbeitsbedingte Unfälle oder Erkrankungen physisch, psychisch oder finanziell beeinträchtigt wird.

### Unterziele

- 3.4: Förderung der psychischen Gesundheit
- 3.8: Zugang zur Gesundheitsversorgung für alle
- 3.9: Reduktion von Todesfällen und Erkrankungen durch gefährliche Chemikalien

### Beispiel für Maßnahmen im Jahr 2025:

- Verbesserte Sicherheitsverfahren (mehr dazu auf Seite 40)



## Ziel 5: Geschlechtergleichstellung erreichen und Empowerment von Frauen und Mädchen

Wir streben ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in allen Funktionen, auf allen Ebenen und in allen unseren Unternehmen an. Zu unseren laufenden Maßnahmen gehören unter anderem die Zusammenarbeit mit weiblichen Vorbildern, Netzwerkaktivitäten und Mentoring-Programme sowie die Unterstützung unserer Führungskräfte hinsichtlich Diversität und inklusiver Rekrutierung.

### Unterziele

- 5.1: Beendigung aller Formen der Diskriminierung von Frauen und Mädchen weltweit
- 5.5: Sicherstellung der vollständigen und wirksamen Teilhabe von Frauen sowie gleicher Chancen auf Führungspositionen auf allen Entscheidungsebenen

### Beispiel für Maßnahmen im Jahr 2025:

- Integration von Diversität und Inklusion (D&I) in die tägliche Arbeit (mehr dazu auf Seite 43)



## Ziel 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Wir setzen uns für ein nachhaltiges, inklusives und langfristiges Wirtschaftswachstum ein sowie für produktive Beschäftigung und faire Arbeitsbedingungen für alle. Wir erkennen den gleichen Wert aller Menschen an und stellen Mitarbeitende auf Grundlage ihrer Kompetenzen ein. Davon geprägt ist sowohl unsere Rolle als Arbeitgeber als auch unsere Zusammenarbeit mit Lieferanten.

### Unterziele

- 8.8: Schutz von Arbeitsrechten und Förderung sicherer Arbeitsumgebungen

### Beispiel für Maßnahmen im Jahr 2025:

- Verbesserte Zusammenarbeit in unserer Lieferkette (mehr dazu auf Seite 52)



### Ziel 10: Weniger Ungleichheiten

Unsere Geschäftstätigkeit basiert auf dem Grundsatz der Gleichwertigkeit aller Menschen sowie auf Fairness und Respekt allen gegenüber – sowohl innerhalb der Organisation als auch entlang unserer Wertschöpfungskette. Wir streben gute Arbeitsbedingungen an und fördern die Entwicklung sowie das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter:innen und Beschäftigten in der gesamten Wertschöpfungskette.

#### Unterziele

10.3: Gewährleistung von Chancengleichheit und Verringerung von Ungleichheiten, unter anderem durch die Abschaffung diskriminierender Gesetze, Richtlinien und Praktiken sowie durch die Förderung entsprechender Maßnahmen

#### Beispiel für Maßnahmen im Jahr 2025:

- Mentoring stärkt Selbstvertrauen und Vernetzung im Sinne des persönlichen Wachstums von Mitarbeiter:innen (mehr dazu auf Seite 44)



### Ziel 12: Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster

Ein erheblicher Teil unserer Umweltbelastung entsteht durch die Gewinnung von Rohstoffen für die Herstellung unserer Produkte. Wir wollen dies reduzieren, indem wir einen zirkulären Ansatz für Materialien verfolgen. Darüber hinaus informieren wir unsere Kund:innen darüber, wie sie unsere Produkte pflegen und instand halten können.

#### Unterziele

12.5: Deutliche Verringerung des Abfallaufkommens durch Vermeidung, Reduzierung, Recycling und Wiederverwendung

#### Beispiel für Maßnahmen im Jahr 2025:

- Verstärkter Fokus auf zirkuläre Materialien (mehr dazu auf Seite 32)



### Ziel 13: Maßnahmen zum Klimaschutz

Der Klimaschutz hat für uns hohe Priorität. Er ist auch deshalb von zentraler Bedeutung, weil unser Geschäft von funktionierenden und intakten Ökosystemen abhängig ist.

#### Unterziele

13.2: Integration von Klimaschutzmaßnahmen in nationale Politik, Strategien und Planungen

#### Beispiel für Maßnahmen im Jahr 2025:

- Berechnung unserer Scope-3-Emissionen (mehr dazu auf Seite 28)



### Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

Jegliche Form von Korruption oder unethischen Verhaltens ist inakzeptabel und steht im Widerspruch zu den Werten von Ballingslöv International. Dies gilt sowohl für Korruption und unethisches Verhalten innerhalb des Unternehmens als auch im Umgang mit externen Stakeholdern – unabhängig von Umfang oder Ausrichtung.

#### Unterziele

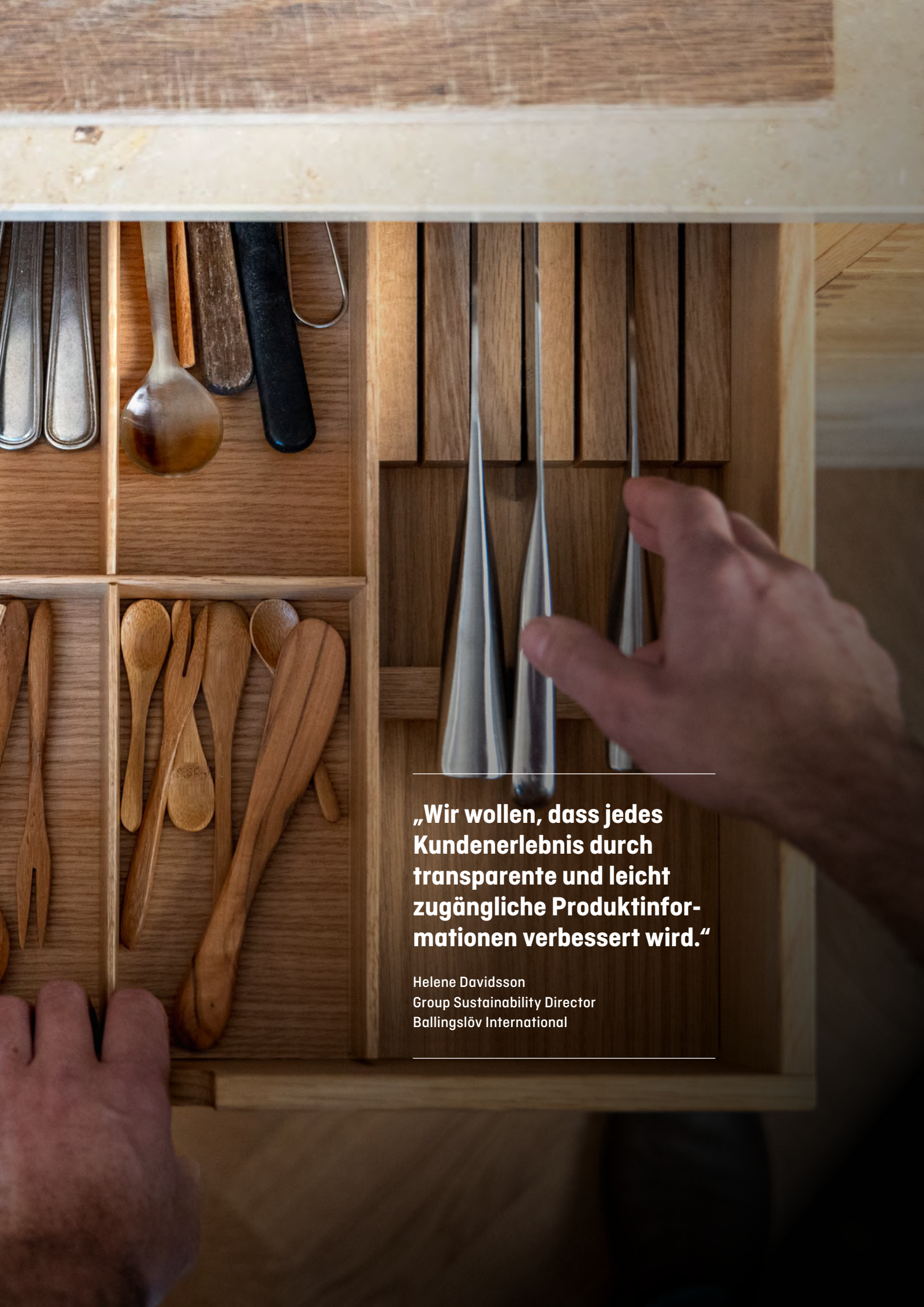
16.5: Deutliche Reduktion von Korruption und Bestechung in all ihren Formen

#### Beispiel für Maßnahmen im Jahr 2025:

- Strukturierte Lieferantenüberwachung und vertiefter Dialog im Rahmen der Lieferantenbewertung (mehr dazu auf Seite 52)

# ERGEBNISSE 2025





---

**„Wir wollen, dass jedes  
Kundenerlebnis durch  
transparente und leicht  
zugängliche Produktinfor-  
mationen verbessert wird.“**

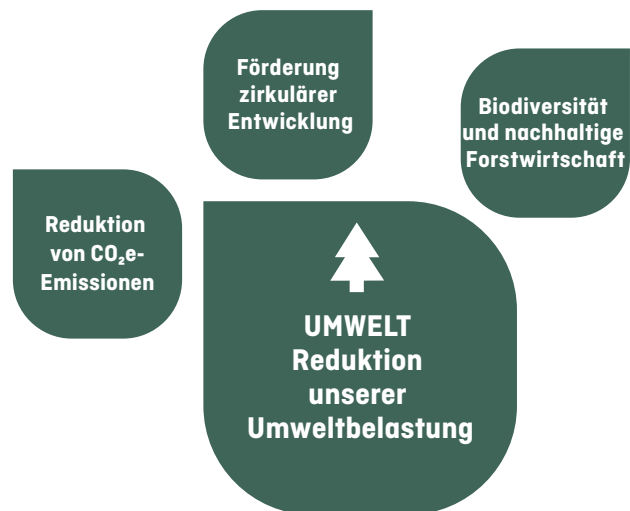
Helene Davidsson  
Group Sustainability Director  
Ballingslöv International

---

# Umwelt

## Reduktion unserer Umweltbelastung

Wir wollen unsere Umweltbelastung und unseren Klima-Fußabdruck reduzieren, indem wir fundierte und verantwortungsbewusste Materialentscheidungen treffen sowie effiziente Abläufe und Prozesse definieren. Dadurch gewinnen wir ein besseres Verständnis und mehr Kontrolle über unseren Ressourcenverbrauch und unsere Emissionen.



Durch konkrete Maßnahmen konnten wir unseren Energieverbrauch kontinuierlich reduzieren, zertifizierte Holzrohstoffe einkaufen, Lebenszyklusanalysen für unsere Produkte entwickeln und den Anteil recycelter Materialien in unseren Produkten erhöhen.

### Wesentliche Themen:

- Begrenzung der Klimaauswirkungen
- Anpassung an den Klimawandel
- Energieverbrauch
- Biodiversität und Ökosysteme
- Kreislaufwirtschaft/Ressourcennutzung

### Strategische Initiativen:

- Reduktion von CO<sub>2</sub>e-Emissionen
- Förderung zirkulärer Entwicklung
- Biodiversität und nachhaltige Forstwirtschaft

---

**„Wir suchen laufend nach Möglichkeiten, unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren. Da rund 98 % unserer Emissionen entlang der Wertschöpfungskette entstehen, liegt dort auch unser Fokus. Dazu gehören beispielsweise der ausschließliche Einkauf zertifizierten Holzes, die Erhöhung des Anteils recycelter Materialien sowie die Optimierung der von uns eingesetzten Klebstoffe und Chemikalien.“**

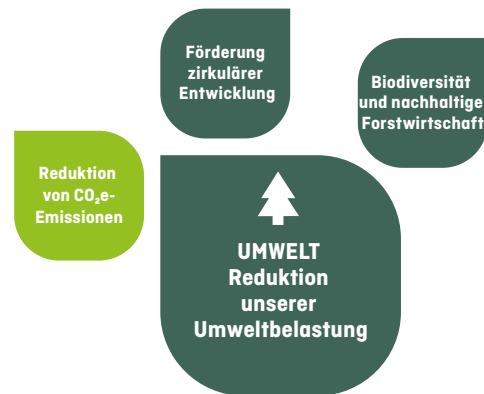


Staffan Jönsson  
Chief Sourcing Officer  
Ballingslöv International

---

# Reduktion von CO<sub>2</sub>e-Emissionen

Im Jahr 2025 betrug der Klima-Fußabdruck von Ballingslöv International für Scope 1 und 2 insgesamt 2.439 Tonnen CO<sub>2</sub>e, was einer Veränderung von 20 % gegenüber 2024 entspricht.





**Target**

**Ziele 2025**

1. CO<sub>2</sub>e < 3 950 Tonnen (-50 % gegenüber dem Basisjahr 2018), vollständige Abdeckung von Scope 1 und 2
2. Vollständige Berechnung von Scope 3

**Ergebnis 2025**

1. 2 439 Tonnen
2. Berechnung von Scope 3 abgeschlossen

In diesem Jahr haben wir zusätzlich zu den Klimabilanzen gemäß dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol für Scope 1 (unsere eigene Geschäftstätigkeit) und Scope 2 (die von uns eingekaufte und genutzte Energie) auch unsere Scope-3-Emissionen (Wertschöpfungskette) berechnet. Scope 3 macht rund 98 % unserer gesamten Emissionen aus. Deshalb ist die Kenntnis darüber ein entscheidender Schritt, um unsere indirekten Auswirkungen sowohl vorgelagert als auch nachgelagert besser zu verstehen.

## Energieeffizienz

Wir verbessern unsere Energieeffizienz kontinuierlich durch Maßnahmen wie lokale Wärmeversorgungssysteme, zeiteffiziente Produktionslinien und technische Optimierungen an Gebäuden auf Basis von Energieaudits.

## Stärkung des Kohlenstoffkreislaufs durch Pflanzenkohle

Ballingslöv International arbeitet daran, Emissionen aus Produktion und Prozessen entlang unserer Wertschöpfungskette zu reduzieren. Gleichzeitig prüfen wir Möglichkeiten, verbleibende Emissionen aktiv zu minimieren.

Seit 2021 arbeiten wir mit ECO-ERA zusammen, einem als WWF Climate Solver anerkannten Unternehmen aus dem Umfeld von Chalmers Ventures. Im Jahr 2025 konnten wir durch Biochar Carbon Removal (BCR) unsere Emissionen um 181 Tonnen CO<sub>2</sub> reduzieren – das entspricht den verbleibenden Emissionen unserer fünf dänischen und schwedischen Werke im Jahr 2024.

### Was ist Pflanzenkohle?

Pflanzenkohle wird aus landwirtschaftlichen Biomasseresten hergestellt, die pelletiert und anschließend unter Sauerstoffausschluss (Pyrolyse) karbonisiert werden, wobei nutzbare Wärme entsteht. Das Ergebnis ist eine kohlenstoffreiche, stabile Substanz – Pflanzenkohle –, die den von Pflanzen aufgenommenen Kohlenstoff langfristig bindet. Wird sie in landwirtschaftliche Böden eingebracht, speichert sie Kohlenstoff dauerhaft und verhindert, dass dieser in die Atmosphäre gelangt und zum Klimawandel beiträgt. Gleichzeitig verbessert Pflanzenkohle die Bodenqualität, indem sie die Nähr-

stoffspeicherfähigkeit erhöht und eine klimaresiliente Nahrungsmittelproduktion fördert.

*„Ballingslöv International gehörte zu den ersten Unternehmen, die eine langfristige Partnerschaft mit ECOERA eingegangen sind und so zur Verbesserung der Bodenqualität in Schweden beitragen“,*

sagt Helene Davidsson, Group Sustainability Director.

## Paula Rosa Manhattan schafft Multiplikationseffekt mit Science-Based Targets

Die Arbeit zur Berichterstattung von Scope-3-Emissionen (indirekten Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette) nahm in diesem Jahr in der gesamten Gruppe deutlich an Fahrt auf. Während alle Unternehmen ihre Ausgangswerte definiert und mit der Datenerhebung begonnen haben, ist Paula Rosa Manhattan (PRM) bereits einen Schritt weiter gegangen und hat Science-Based Targets festgelegt.

Die Science-Based Targets initiative (SBTi) ist eine der international anerkanntesten Initiativen zur Festlegung und Validierung freiwilliger unternehmerischer Klimaziele auf wissenschaftlicher Grundlage. Für PRM war es naheliegend, diesen Weg einzuschlagen. Lee Golby, Sustainability and Compliance Manager bei PRM, erklärt:

*„Science-Based Targets geben uns einen klaren und glaubwürdigen Rahmen, um Emissionen entlang unserer Geschäftstätigkeit und unserer Lieferkette zu reduzieren. Sie schaffen öffentliche Rechenschaftspflicht durch messbare, zeitgebundene Ziele und unterstützen unsere Entscheidungsfindung – gleichzeitig fördern sie Effizienz und Innovation.“*

Die Validierung durch die SBTi war für PRM schon lange ein Ziel, schließlich hat ein Kunde den Prozess zusätzlich beschleunigt.

*„Zusammen mit ebendiesem Kunden als engen Geschäftspartner entwickelten wir unsere Strategie an der SBTi ausgerichtet weiter“,*

sagt Golby.

*„Wir waren bereits gut aufgestellt und hatten entsprechende Ziele definiert – daher wollten wir uns dieser Bewegung anschließen.“*

### Der Weg zum 1,5-°C-Ziel

Die Ziele sind nun festgelegt: PRM verpflichtet sich, die absoluten Treibhausgasemissionen in Scope 1 und 2 bis 2030 um 50 % zu reduzieren (Basisjahr 2023) sowie die Scope-3-Emissionen bis 2030 um 25 % zu senken. Darüber hinaus wurde ein Net-Zero-Ziel für die gesamte Wertschöpfungskette bis 2050 definiert, das auch den Einsatz von CO<sub>2</sub>-Kompensationen für verbleibende Emissionen umfasst. Golby erläutert, warum Scope-3-Emissionen so entscheidend sind:

**„Wir können nun gemeinsam mit unseren Lieferanten Ziele und Maßnahmen zur Reduktion der Scope-3-Emissionen festlegen – ergänzend zu den Emissionen aus unserer eigenen Geschäftstätigkeit.“**

*„Da rund 95 % unserer indirekten Emissionen aus der Wertschöpfungskette stammen, können wir uns ohne die Messung von Scope 3 nicht glaubwürdig am 1,5-°C-Ziel ausrichten.“*

### Ein Kaskadeneffekt

Im Rahmen der Analyse hat PRM die 50 wichtigsten Lieferanten auf Basis ihres Emissionsanteils identifiziert. Im nächsten Schritt wird PRM Workshops mit diesen Lieferanten durchführen, um Erkenntnisse zu teilen und insbesondere kleinere Lieferanten dabei zu unterstützen, ihre eigenen Maßnahmen zu starten oder zu beschleunigen.

*„So wie unser Kunde uns dazu angeregt hat, unsere Arbeit zu Scope 3 und SBTi zu anzukurbeln, werden wir nun mit unseren Lieferanten zusammenarbeiten, um sie zur Emissionsreduktion zu motivieren. Genau das macht diesen Prozess so wertvoll: Er erzeugt einen Kaskadeneffekt über die gesamte Branche hinweg.“*

Golby hat folgenden Rat für Unternehmen, die die Einführung von SBTi-Zielen in Erwägung ziehen:

*„Zunächst sollten sich alle an wissenschaftlichen Grundlagen orientieren. Für größere Unternehmen ist der Prozess komplex und nicht für jedes Unternehmen gleichermaßen geeignet, doch für uns war es äußerst hilfreich, gemeinsam mit unseren Führungskräften klare Ziele zu definieren.“*



Lee Golby  
Sustainability and Compliance Manager  
PRM

# Wie Daten unsere Produkte verbessern

Daten helfen dabei, kritische Bereiche im Lebenszyklus unserer Produkte zu identifizieren, und ermöglichen es uns, gemeinsam mit Lieferanten und Partnern entlang der Wertschöpfungskette gezielt Verbesserungen umzusetzen. Wir haben Ida Walther, Strategic Buyer bei Ballingslöv, gebeten, ihre Einschätzung zur Bedeutung von Klimadaten und verlässlichen Informationen für fundierte Einkaufsentscheidungen zu teilen.



Standardisierte Klimadaten aus Lebenszyklusanalysen (LCA) und Umweltproduktdeklarationen (EPD) sind für unsere Gruppe von zentraler Bedeutung, um Produkte im Einklang mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln. Sie helfen uns, diejenigen Bestandteile unserer Produkte mit den größten negativen Umweltauswirkungen zu identifizieren – etwa Materialien, Prozesse oder Transport – und gezielt bessere Alternativen zu finden. Dabei ist die Kenntnis über den gesamten Lebenszyklus unserer Produkte sowie unsere internen Prozesse entscheidend, um die optimale Produktionsaufstellung bestimmen, verstärkt zirkuläre Materialien einsetzen und optimierte Transportlösungen wählen zu können.

Sobald wir einen Bereich im Lebenszyklus eines Produkts identifiziert haben, der verbessert werden kann, arbeiten wir im offenen Dialog mit bestehenden Lieferanten an einer Alternative, die die Umweltbelastung des Produkts reduzieren würde.

Walther erklärt:

*„Es ist wichtig, offen zu sein und den Lieferanten zuzuhören – sie kennen ihr Produkt oder Material am besten und wissen daher oft auch eine passende Lösung. LCAs und EPDs sind für die Entscheidungsfindung essenziell, da sie den ökologischen Fußabdruck eines Produkts abbilden und die wichtigsten Einflussfaktoren sichtbar machen.“*

Sie ergänzt:

*„Diese Daten helfen mir, mich auf das Wesentliche zu konzentrieren und den Dialog mit den Lieferanten auf die relevanten Themen auszurichten. Das stärkt die Ergebnisse, die Lieferantenbeziehungen und unsere Organisation als Ganzes. Es zeigt, dass die Priorisierung von Nachhaltigkeitsparametern für alle Beteiligten effizient und wirkungsvoll ist.“*

## Drei Tipps für den Einsatz von LCAs und EPDs von Ida Walther:

1. Verwenden Sie standardisierte und vergleichbare Umweltdaten.
2. Stellen Sie Fragen – Dinge sind selten so eindeutig, wie sie auf den ersten Blick erscheinen. Bleiben Sie dran und arbeiten Sie mit gezielten Fragestellungen.
3. Bleiben Sie stets auf dem neuesten Stand, handeln Sie proaktiv und tragen Sie dazu bei, neues Wissen im Bereich Nachhaltigkeit und rund um Ihre Produkte zu generieren.

---

**„Es ist wichtig, offen zu sein und den Lieferanten zuzuhören – sie kennen ihr Produkt oder Material am besten und wissen daher oft auch eine passende Lösung.“**

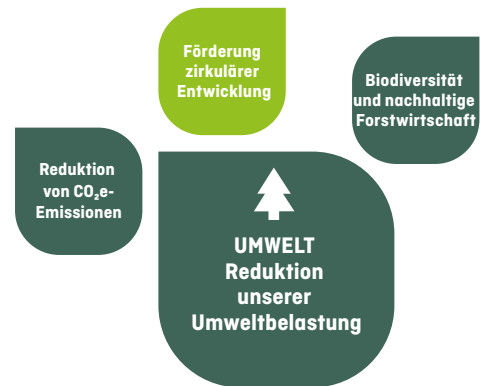


Ida Walther  
Strategic Buyer  
Ballingslöv

---

# Förderung zirkulären Wirtschaftens

Im Rahmen unserer strategischen Weiterentwicklung haben wir diesen Bereich der Strategie im Jahr 2025 vom bisherigen Fokus auf zirkuläres Design auf das umfassendere Konzept der Förderung zirkulärer Entwicklung erweitert. Zirkuläres Design bleibt ein zentrales Instrument, wird nun jedoch in einen ganzheitlicheren Ansatz eingebettet.



## Ziele 2025

1. Abfall in der eigenen Geschäftstätigkeit: Gesamtabfallmenge
2. Anteil Recycling
3. Anteil recycelbarer Produkte
4. Alle eigenen Produkte in abgeschlossenen Produktlebenszyklusanalysen

## Ergebnisse 2025

1. 10 160 Tonnen
2. 76 %
3. 93 %
4. 49 %

Kreislaufwirtschaft und Ressourcennutzung gehen Hand in Hand. Unser Anspruch ist es, zirkuläre Küchenangebote mit geringerer Umweltbelastung zu entwickeln. Unsere Produkte für den Wohnbereich sollen sicher, langlebig und einfach zu modernisieren, wiederzuverwenden oder zu recyceln sein. Wir berücksichtigen Zirkularität in allen Phasen des Produktlebenszyklus – von Materialien und Design über die Nutzungsphase bis hin zum End-of-Life. Diese grundlegenden Kriterien beeinflussen unsere Materialwahl, das Erscheinungsbild und die Konstruktion unserer Produkte. Zentrale Handlungsfelder für unser Geschäft sind zirkuläres Design, Materialwiederverwendung und Produktrecyclingfähigkeit.

## Kooperationen mit Lieferanten als Motor für unsere Weiterentwicklung

Da der Großteil der Emissionen von Ballingslöv International entlang der Wertschöpfungskette entsteht, arbeiten wir gezielt mit Lieferanten zusammen, die unsere Nachhaltigkeitsstrategie und unsere Ziele teilen.

Ein Beispiel dafür ist ILCAM, ein italienischer Hersteller von Möbelfronten, der mehrere Unternehmen der Gruppe beliefert. ILCAM passt hervorragend zu uns. Das Unternehmen teilt unseren Fokus auf verlässliche Daten und arbeitet

kontinuierlich daran, seine Umweltauswirkungen zu reduzieren. ILCAM hat für alle Produkte Lebenszyklusanalysen durchgeführt. Diese tragen nicht nur zur Weiterentwicklung des eigenen Angebots bei, sondern helfen uns auch, die Auswirkungen unserer Produkte mit ILCAM-Komponenten besser zu verstehen.

Elisa Zamó, Sustainability Manager bei ILCAM, erklärt, warum die Zusammenarbeit so erfolgreich ist:

*„Wir verfolgen ein gemeinsames Ziel, bei dem Transparenz eine zentrale Rolle spielt – eine Win-win-Situation. Das Verständnis des ökologischen Fußabdrucks unserer Produkte stärkt sowohl unsere Geschäftsbeziehung als auch unser Angebot für Ballingslöv International. Es geht nicht nur um Berechnungen und Berichterstattung, sondern darüber hinausgehend darum, was wir mit diesen Erkenntnissen machen können – immer mit Blick darauf, die Ressourceneffizienz zu steigern und Emissionen zu reduzieren.“*

## Zirkularität von Anfang bis Ende bei Kvik

Kvik berücksichtigt Zirkularität in allen Phasen des Produktlebenszyklus – von Materialien und Design über die Nutzungsphase bis hin zum End-of-Life. Diese grundlegenden Kriterien beeinflussen unsere Materialwahl, das Erscheinungsbild und die Konstruktion unserer Produkte. Wir haben als zentrale Handlungsfelder zirkuläres Design, Materialwiederverwendung und Produktrecyclingfähigkeit identifiziert.

### Es beginnt beim Entwurf

Der wichtigste Zeitpunkt, um Zirkularität zu gewährleisten, ist bereits in der Designphase. Durch die gezielte Konzentration auf Langlebigkeit, Modularität, einfache Demontage und Wiederausammenbau, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit können wir langlebige Produkte entwickeln, die sich am Ende ihrer Nutzung verantwortungsvoll entsorgen lassen.

### Erhöhter Einsatz recycelter Materialien

Wir wollen den Anteil recycelter Materialien in unseren Produkten weiter erhöhen. So haben wir beispielsweise viele unserer Küchenfronten von MDF – das häufig aus Primärrohstoffen hergestellt wird – auf Spanplatten umgestellt, die wir mit einem hohen Anteil recycelter Materialien

beziehen können. Weiters setzen wir, wo immer möglich, recycelte Kunststoffe ein. Im Jahr 2025 hat Kvik beispielsweise rund 6,5 Millionen PET-Flaschen in seinen Laminatfronten verwendet.

### Wohin mit unseren Produkten am Ende ihres Lebenszyklus?

Unser Ziel ist es, unsere Produkte so lange wie möglich im Einsatz zu halten. Wenn sie schließlich entsorgt werden müssen, gestalten wir das so einfach wie möglich, um eine verantwortungsvolle Entsorgung sowie Wiederverwendung und Recycling der Materialien zu ermöglichen. So hat Kvik beispielsweise festgestellt, dass mit PVC laminierte Küchenfronten schwer zu recyceln sind, und ist daher auf PET-Beschichtungen umgestiegen, um die Recyclingfähigkeit zu verbessern. Darüber hinaus entwickeln wir unsere Produkte so, dass Nutzer:innen einzelne Bestandteile und Materialien für das Recycling trennen können.

Natürlich verfügt jeder Markt über eine eigene Infrastruktur für die Abfallwirtschaft. Das beeinflusst, wie und ob unsere Produkte recycelt werden können. Für Dänemark wissen wir beispielsweise, dass Spanplatten, die zu einem Recyclinghof gebracht werden, von unserem Hauptlieferanten wieder eingesammelt und recycelt werden.

**„Es ist ein weitverbreitetes Missverständnis, dass sich Zirkularität nur auf das Lebensende eines Produkts und dessen Recycling bezieht. Für uns geht es vielmehr darum, diese Phase möglichst lange hinauszuzögern – indem wir langlebige Produkte entwickeln, die sich leicht reparieren, modernisieren und weiterverkaufen lassen.“**



Claus Johnsen  
Category Management Director  
Kvik





## DanKüchen – auf Langlebigkeit ausgelegt

Ein zentraler Bestandteil der Designphilosophie von DanKüchen ist es, Küchen mit langer Lebensdauer zu entwickeln. Ihre Langlebigkeit trägt dazu bei, Ressourcenverbrauch und Abfall zu reduzieren, und unterstützt somit zirkuläres Wirtschaften.

*„Wir sind überzeugt, dass Küchen kurzlebige Trends überdauern sollten“,*

sagt Franz Drack, Director Marketing, Communication and Product bei DanKüchen. Er ergänzt:

*„Wir setzen seit jeher auf klassische Materialien und Designs, die nicht aus der Mode kommen, sowie auf hochwertige Materialien, die dem täglichen Gebrauch standhalten. Gleichzeitig wollen wir unseren Kund:innen ermöglichen, ihre Küchen zu erneuern – etwa durch neue Fronten, Arbeitsplatten oder Griffe –, ohne alles ersetzen zu müssen. Außerdem sorgen wir dafür, dass Ersatzteile leicht verfügbar sind, sodass Kund:innen ihre Küchen auch Jahre nach dem Kauf noch reparieren und modernisieren können.“*

### Wiederverwenden – und wieder und wieder

Eine einfache Demontage gewinnt bei DanKüchen zunehmend an Bedeutung.

*„Wir stellen sicher, dass immer mehr unserer Küchen ohne Beschädigung zerlegt werden können. Das erleichtert sowohl die Aufbereitung als auch die Rückgewinnung von Materialien bzw. das Recycling am Ende des Lebenszyklus.“*

Die Design-for-Disassembly-Ansätze des Unternehmens ermöglichen es zudem, Küchen beim Umzug mitzunehmen, an neue Eigentümer:innen weiterzugeben oder einzelne Komponenten weiterzuverwenden.

### Bereit für das nächste Zuhause

Was wäre ein besserer Beleg für Langlebigkeit und Wiederverwendbarkeit als der florierende Gebrauchtmrkt für Küchen von DanKüchen? Drack erklärt:

*„Wenn 10–15 Jahre alte Küchen von DanKüchen regelmäßig für 30–40 % ihres ursprünglichen Preises verkauft werden, zeugt das von ihrem tatsächlichen Werterhalt. Der Gebrauchtmrkt schafft keine Konkurrenz, sondern bestätigt unser Angebot und bietet neuen Kund:innen ein überzeugendes Wertversprechen – indem unsere Küchen als langfristige Investition angesehen werden.“*

Und die Entwicklung dauert an: Derzeit prüft das Unternehmen unter anderem Materialkennzeichnungen zur besseren Recyclingfähigkeit, den Einsatz biobasierter Materialien, Upcycling-Ansätze wie auch die Machbarkeit eines Rücknahmeprogramms.



Franz Drack  
Marketing, Communication  
& Product Director  
DanKüchen



## Die Küche der Zukunft bei JKE

2025 hat JKE ein Forschungsprojekt gestartet, um zirkuläre und insbesondere biologisch abbaubare Materialien für Küchen zu identifizieren. In Zusammenarbeit mit einem Industriedesigner wurden Materialien untersucht, die hohe Umweltstandards erfüllen, ohne Kompromisse bei Design, Qualität oder Funktionalität einzugehen.

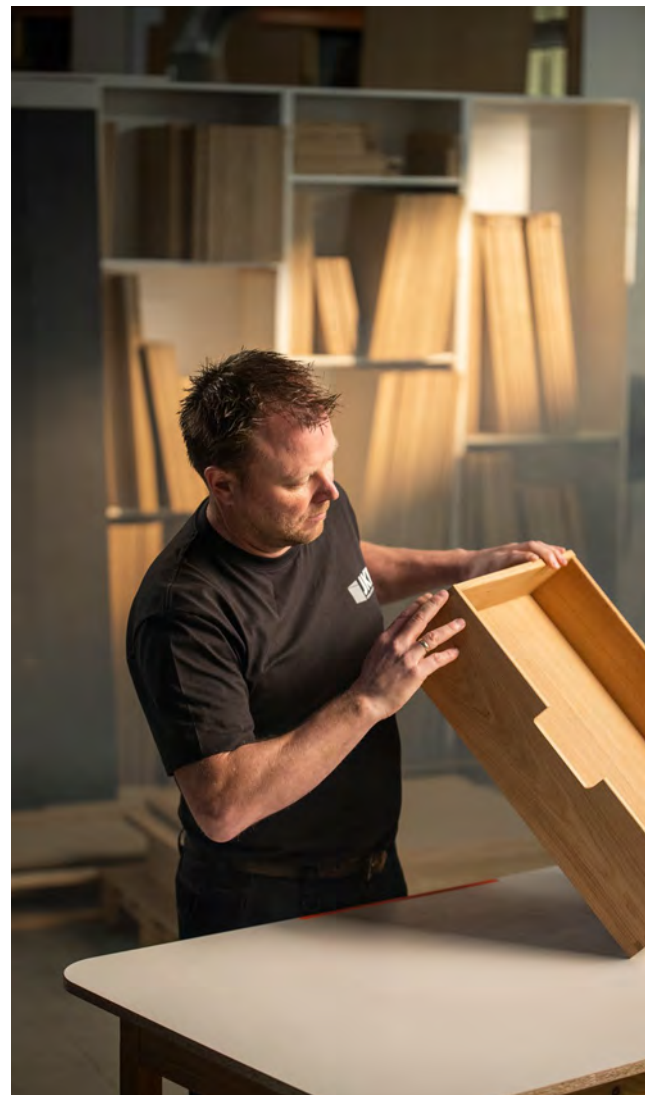
Die bisherigen Ergebnisse sind vielversprechend, insbesondere für Materialien auf Basis von Pflanzenfasern und Myzel (Pilzstrukturen), die zu 100 % biologisch abbaubar sind. Das Forschungsteam experimentierte zudem mit der Wiederverwendung von Materialien aus ausrangierten Möbeln und Bodenbelägen sowie mit Produktionsverschnitt.

Die nächsten Schritte umfassen Tests zur Festigkeit und Langlebigkeit. Ziel ist es, bis 2027 erste neue Materialien in die Produktentwicklung zu integrieren.

*„Wir sehen darin den Beginn einer neuen Ära in der Designgeschichte von JKE – einer Ära, in der zirkuläres Design von Anfang an mitgedacht wird und Nachhaltigkeit, Design und Funktionalität Hand in Hand gehen.“*



Helle Fyllgraf  
Marketing Director  
JKE



# Biodiversität und nachhaltige Forstwirtschaft

Ballingslöv International hat durch die Verwendung von Holz als Rohstoff sowie in Holzprodukten einen indirekten Einfluss auf die Biodiversität.



## Ziele 2025

1. Ausschließlicher Einkauf von holzbasierten Produkten aus zertifizierten Holzrohstoffen
2. Reduzierte Lösungsmittel-Emissionen in Tonnen

## Ziele 2025

1. 100 % Holzfaserausgang aus FSC- oder PEFC-zertifizierten Quellen
2. 23,65 Tonnen Lösungsmittel-Emissionen

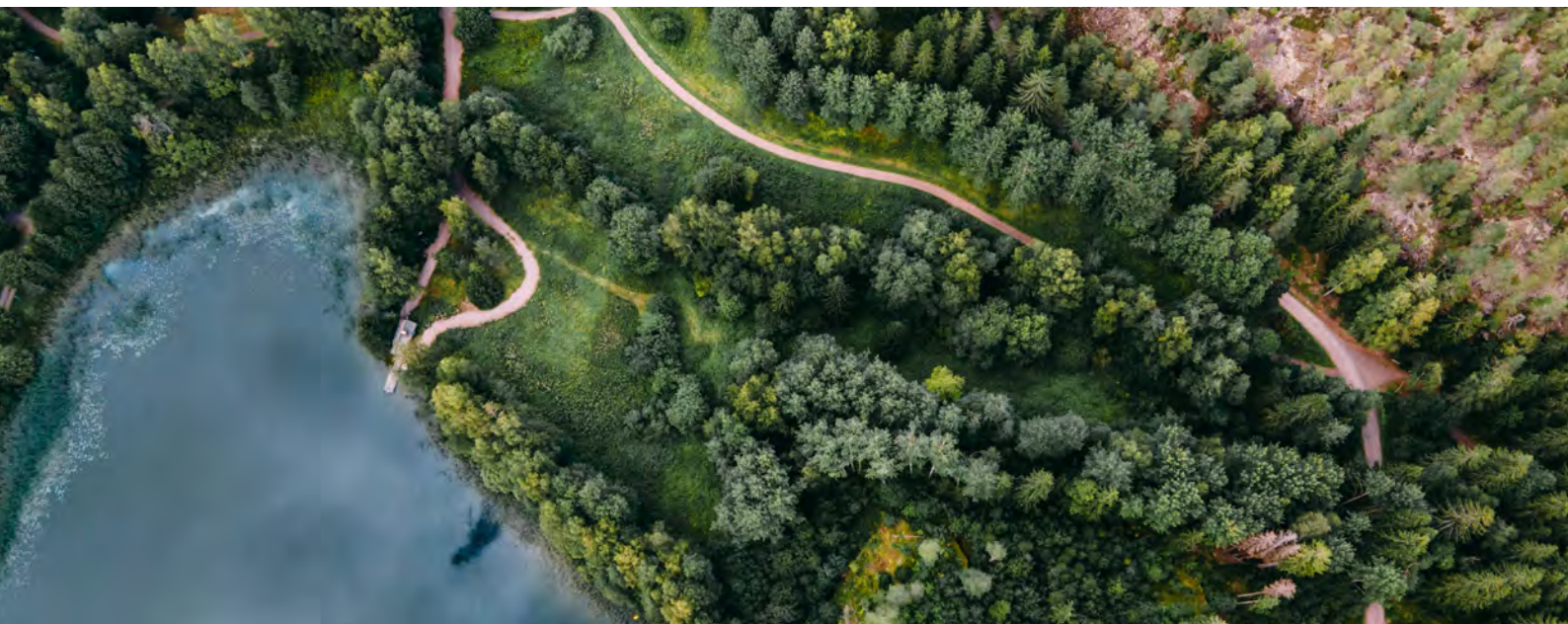
Seit 2019 verfolgt die Gruppe das Ziel, dass alle holzbasierten Produkte aus FSC\*- oder PEFC\*\*-zertifizierten Holzrohstoffen stammen. Wir verlangen von unseren Lieferanten die Einhaltung bestimmter Standards, um die Belastung der Wälder, aus denen unsere Rohstoffe stammen, zu minimieren.

Zertifizierungen stellen sicher, dass Bäume verantwortungsvoll gefällt und Wälder nachhaltig bewirtschaftet werden, um Entwaldung und Waldschädigung zu vermeiden und dafür zu sorgen, dass Arbeitsbedingungen sicher sind, Pflanzen- und Tierarten geschützt und faire Löhne gezahlt sowie lokale Gemeinschaften einbezogen und respektiert werden.

Im Jahr 2025 stammten 100 % der von uns eingekauften holzbasierten Produkte aus FSC- oder PEFC-zertifizierten Holzrohstoffen und kamen überwiegend aus Italien, Deutschland, Dänemark, Österreich und Schweden.

Der umfassende regulatorische Rahmen der EU zur Reduzierung von Biodiversitätsverlust, Klimaauswirkungen, Wasserverschmutzung und Bodenerosion spielt ebenfalls eine wichtige Rolle in unserem Umgang mit Holz als Rohstoff. Sowohl die Nature Restoration Regulation als auch die kommende Deforestation Regulation sind relevant für unsere Beschaffung von Holz und könnten sich in den kommenden Jahren auf die Verfügbarkeit auswirken. Wir beobachten die regulatorischen Entwicklungen kontinuierlich.

\*FSC – Forest Stewardship Council \*\*PEFC – Programme for the Endorsement of Forest Certification



## Mit Holz arbeiten: Beschaffung unseres wichtigsten Rohstoffs

Holz ist vielseitig, stabil, langlebig und leicht zu reparieren und wiederzuverwenden. Es gilt als erneuerbarer Rohstoff, da Bäume nachgepflanzt und wieder nachwachsen können. Wirklich erneuerbar ist es jedoch nur, wenn Wälder verantwortungsvoll wieder aufgeforstet und regeneriert werden.

Holz ist der wichtigste Rohstoff, den die Ballingslöv International Group für Rahmen, Fronten und Arbeitsplatten verwendet. Daher ist eine verantwortungsvolle Materialbeschaffung wesentlich. Dazu zählt beispielsweise die Sicherstellung, dass die Einschlagsraten das Wachstum nicht übersteigen, Primärwälder erhalten bleiben, Ökosysteme und Biodiversität geschützt und lokale Gemeinschaften respektiert werden. Staffan Jönsson, Chief Sourcing Officer bei Ballingslöv International, erläutert:

*„Da wir selbst keine Wälder besitzen oder bewirtschaften, arbeiten wir ausschließlich mit Lieferanten zusammen, die unsere Werte teilen. Wir verfolgen einen langfristigen Ansatz in unseren Lieferantenbeziehungen, der dazu beiträgt, verantwortungsvolle forstwirtschaftliche Praktiken zu fördern. Im Jahr 2019 haben wir uns verpflichtet, ausschließlich holzbasierte Produkte aus FSC- oder PEFC-*

*zertifizierten Holzrohstoffen zu beziehen. Zertifizierungen sind ein wichtiger Weg, um sicherzustellen, dass die von uns eingekauften Holzrohstoffe verantwortungsvoll angebaut und geerntet werden – sowohl im Hinblick auf Biodiversität und Ökosysteme als auch aus sozialer und ethischer Perspektive.“*

Die Entscheidung, unser gesamtes Holz aus Europa zu beziehen, stärkt zudem die Rückverfolgbarkeit und den Zugang zu zertifizierten Wäldern und reduziert das Risiko, Rohstoffe, die in Verbindung mit Waldzerstörung stehen, zu beziehen.

Neben externen Maßnahmen wie FSC tragen auch unsere eigenen Prozesse, einschließlich unseres Code of Conduct, dazu bei, stabile Beziehungen zu unseren Holzlieferanten aufzubauen und sicherzustellen, dass sie langfristig mit unseren Werten und Anforderungen im Einklang stehen.



Staffan Jönsson  
Chief Sourcing Officer  
Ballingslöv International

## Reinvestition in lokale Wälder

Dänemark hat sich zum Ziel gesetzt, in den kommenden zwei Jahrzehnten 1 Milliarde Bäume zu pflanzen und 10 % der landwirtschaftlichen Flächen in Wälder und natürliche Lebensräume umzuwandeln. Multiform beteiligt sich an dieser Initiative, um zur Erreichung dieses Ziels beizutragen.



Die Kommune Kibæk pflanzt in Zusammenarbeit mit der Organisation Growing Trees Network rund 71.000 neue Bäume in Følør Skov und Følør Folkeskov und legt im Zuge dessen Spazierwege an. Zu Beginn der Zusammenarbeit im Jahr 2025 spendete Multiform 500 Bäume, um das Projekt Følør Folkeskov zu starten. Seit 2026 verpflichtet sich Multiform, einen Baum pro verkaufter Küche zu spenden.

*„Bäume und Holz sind ein natürlicher Bestandteil unseres Geschäfts, unseres Designs und unseres Handwerks und von zentraler Bedeutung für einen gesunden Planeten. Die Investition in Følør Skov und Følør Folkeskov in der Nähe unseres Produktionsstandorts zeigt unser langfristiges Engagement, etwas zurückzugeben.“*



Allan Meyer  
Managing Director  
Multiform



# Soziales

## Das Wohlbefinden der Menschen ist uns ein Anliegen

Unsere sozialen Auswirkungen betreffen in erster Linie unsere eigenen Mitarbeiter:innen, die Beschäftigten in unserer Wertschöpfungskette, lokale Gemeinschaften sowie die Nutzer:innen unserer Produkte. Wir legen besonderen Wert auf Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen, Kompetenzentwicklung, Geschlechtergleichstellung, Diversität und Inklusion, Antidiskriminierung sowie Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette.




Wir wollen, dass Ballingslöv International ein attraktiver Arbeitsplatz für alle ist. Wir übernehmen Verantwortung über unsere Rolle als Arbeitgeber hinaus, indem wir an unseren Produktionsstandorten eine positive Rolle in den Gemeinden einnehmen und uns für sichere, zuverlässige und ergonomische Produkte einsetzen.

### Wesentliche Themen:

- Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter:innen
- Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette
- Konsument:innen und Endnutzer:innen

### Strategische Initiativen:

- Gesundheit und Sicherheit
- Engagement der Mitarbeiter:innen
- Verantwortungsvoller lokaler Akteur



**„Unser langfristiges Engagement für Sicherheit und Wohlbefinden basiert auf einer klaren Vision: null Verletzungen, keine arbeitsbedingten Erkrankungen und eine Kultur, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Durch kontinuierliche Investitionen in sicherere Prozesse und gesündere Arbeitsplätze ermöglichen wir es unseren Teams, ihr Bestes zu geben.“**



Taina Ekström  
Chief Production Officer  
Ballingslöv International

# Gesundheit und Sicherheit

Gesundheit und Sicherheit sind seit jeher zentraler und prioritärer Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit. 2025 haben wir diese Bedeutung weiter hervorgehoben, indem wir beide Werte als eigenständige strategische Initiative aufgenommen haben.



**„Wir haben mechanische Hebehilfen und andere technische Lösungen eingeführt, um schwere manuelle Tätigkeiten zu reduzieren und sowohl Unfälle als auch langfristige arbeitsbedingte Erkrankungen zu vermeiden.“**



Chris Larsen  
Chief Operation Officer  
Kvik

Die Gruppe verfolgt einen präventiven und strukturierten Ansatz zur Stärkung der Gesundheit der Mitarbeiter:innen, zur Reduzierung von Risiken und zur Vermeidung arbeitsbedingter Verletzungen und Unfälle. Die Sicherheitsleistung wird anhand von vier zentralen KPIs überwacht: Unfälle mit Ausfalltagen, Unfälle ohne Ausfalltage, Vorfälle und Risikobeobachtungen. Diese werden monatlich überprüft und durch sechs gruppenweite Sicherheitsstandards unterstützt, die sicheres Verhalten sowie den korrekten Umgang mit Werkzeugen, Gabelstaplern und persönlicher Schutzausrüstung vorgeben. Unser zentrales Ziel ist, dass niemand bei der Arbeit verletzt wird oder erkrankt.

Die Holzverarbeitungs- und Küchenindustrie ist mit spezifischen Risiken verbunden, insbesondere Handverletzungen durch Werkzeuge sowie Fußverletzungen durch herabfallende Teile und schweres Heben. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, haben wir in den Jahren 2024–25 ergonomische Verbesserungen umgesetzt. Mechanische Hebehilfen und andere technische Lösungen wurden eingeführt, um schwere manuelle Tätigkeiten zu reduzieren und sowohl Unfälle als auch langfristige arbeitsbedingte Erkrankungen zu vermeiden. Zudem haben wir unsere Arbeitsplätze ergonomisch verbessert, um Rückenbeschwerden vorzubeugen.



## Die Safety Stars

In diesem Jahr hat die Gruppe die Auszeichnung Safety Star eingeführt. Unternehmen erhalten eine Trophäe, wenn sie über 365 aufeinanderfolgende Tage hinweg keine Arbeitsunfälle und keine Ausfallzeiten verzeichnen (Zero LTI). Diese Auszeichnung trägt dazu bei, eine positive Sicherheitskultur zu stärken und kontinuierliche Verbesserungen im Arbeitsalltag zu fördern.

Im Jahr 2025 haben drei Unternehmen – DFI-Geisler, Multiform und Paula Rosa Manhattan – die Anforderungen für einen Safety Star erfüllt und wurden im Rahmen einer gruppenweiten Konferenz durch den Chief Production Officer ausgezeichnet.



**„Der Safety Star ist das Ergebnis kontinuierlicher Förderung einer starken Sicherheitskultur und einer Null-Unfall-Vision. Wir nutzen jede Gelegenheit aktiv, um Sicherheit und ein gesundes Arbeitsumfeld hervorzuheben. Die Einführung des Safety-First-Gedankens hat maßgeblich dazu beigetragen, wie wir in unserer täglichen Arbeit denken und handeln.“**


Taina Ekström  
Chief Production Officer  
Ballingslöv International



# Mitarbeiter- engagement

Alle Mitarbeiter:innen von Ballingslöv International sollen sich sicher, geschützt und einbezogen fühlen. Wie alle Unternehmen mit Produktionsstätten in verschiedenen Ländern erkennen wir kulturelle Unterschiede an. Was uns verbindet, ist unser gemeinsames Bestreben, uns selbst, einander und unsere Umwelt zu respektieren.





Target

**Ziel 2025**

1. 80 % in unserer Mitarbeiterbefragung – wir sind ein Great Place to Work (GPTW)
2. Ein inklusiver Arbeitsplatz für alle – 100 % im GPTW
3. Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis mit 40–60 % bei allen Mitarbeiter:innen; Ziel ist eine 50/50-Verteilung in Führungspositionen

**Ergebnisse 2025**

1. 80 % in der Mitarbeiterbefragung (Great Place to Work ist ein Wert über 70 %)
2. 83 % unserer Mitarbeiter:innen empfinden uns als inklusiven Arbeitsplatz
3. 30 % Frauen und 70 % Männer

**„Das Tool hilft dabei, Kompetenzen hervorzuheben und gleichzeitig bewusste wie unbewusste Vorurteile zu vermeiden.“**



Joanna Bergström  
HR Director  
Ballingslöv

Zum 15. Mal in Folge haben wir das Engagement unserer Mitarbeiter:innen mit der Great-Place-to-Work-(GPTW)-Befragung gemessen. Die Befragung liefert ein umfassendes und differenziertes Bild davon, wie die Mitarbeiter:innen uns als Arbeitgeber wahrnehmen und wie sie ihre Arbeitssituation einschätzen.

Die Gruppe insgesamt erzielte erneut einen hohen Wert im Great-Place-to-Work-Index von über 80 % (ein „Great Place to Work“ wird definiert als ein Wert von über 70 %). Wir schließen daraus, dass unsere Unternehmen gut funktionierende Arbeitsplätze sind, mit denen ein starkes Gefühl von Stolz, Inklusion und Wohlbefinden verbunden wird.

## Diversität und Inklusion

Diversität, Fairness und Inklusion schaffen einen echten Mehrwert. Sie helfen uns, die Fähigkeiten, Talente und Erfahrungen aller Mitarbeiter:innen zu nutzen. Durch die aktive Auseinandersetzung mit Diversität und Inklusion erreichen wir ein höheres Engagement, gesteigertes Wohlbefinden und damit bessere Produkte sowie in Folge ein stärkeres Unternehmen.

Marktanalysen aus unseren europäischen Märkten zeigen, dass die Entscheidungsgewalt beim Kauf von Küchen überwiegend bei Frauen liegt. Studien belegen zudem, dass geschlechterausgewogene Führungsteams im Hinblick auf Wachstum erfolgreicher sind als ihre Wettbewerber. Vor diesem Hintergrund priorisieren wir ab 2026 und darüber hinaus die Geschlechterbalance in unseren Führungspositionen, da wir hierin eine Chance für langfristiges Wachstum sehen.

In den vergangenen drei Jahren führten wir innerhalb der Gruppe ein umfassendes Sensibilisierungsprogramm durch, das sich in verbesserten Ergebnissen unserer Mitarbeiterbefragung widerspiegelt. Die gewonnenen Erkenntnisse haben beispielsweise dazu geführt, dass Ballingslöv ein KI-gestütztes Tool für den Auswahlprozess von Kandidat:innen eingeführt hat. Dieses Tool hilft dabei, Kompetenzen hervorzuheben und gleichzeitig bewusste wie unbewusste Vorurteile zu vermeiden.

## Kvik heißt alle willkommen

Kvik legt Wert darauf, einen inklusiven Arbeitsplatz zu schaffen, in dem Vielfalt als Stärke gesehen wird. Die dahingehende Entwicklung kann über Dashboards verfolgt werden, die Einblicke in zentrale Kennzahlen wie Geschlechterverteilung, Altersstruktur und weitere Indikatoren für Inklusion geben.

Um Dynamik und Fortschritt aufrechtzuerhalten, führt das Unternehmen Sensibilisierungsschulungen zu Diversität und Inklusion durch. Dazu gehört auch, den Code of Conduct umzusetzen und zu verankern. Diese Initiativen unterstützen eine Kultur, in der Respekt, Chancengleichheit und verantwortungsvolles Verhalten zentrale Werte sind. Auf Basis der letzten Great-Place-to-Work-Befragung identifizierte Kvik eine unterrepräsentierte Gruppe von Mitarbeiter:innen, die beim Wohlbefinden tendenziell niedrigere Werte aufweist. Um dem entgegenzusteuern, setzt das Unternehmen gezielte Maßnahmen um, um das inklusive Erleben zu stärken und dafür zu sorgen, dass sich alle Mitarbeiter:innen wertgeschätzt fühlen und über den gleichen Zugang zu Entwicklungsmöglichkeiten verfügen.

### Integration in den Alltag

Es ist wichtig, dass Führungskräfte die Bedeutung von Diversität und Inklusion (D&I) sowohl für das Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen als auch für den Geschäftserfolg verstehen. Sie sollten Vorurteile erkennen und abbauen können, damit Entscheidungen auf einer objektiven und fairen Grundlage getroffen werden. Gleichzeitig übernehmen sie Verantwortung für entsprechende Maßnahmen und setzen Initiativen zur Förderung einer inklusiven Kultur um.

Um Führungskräfte in dieser Hinsicht zu unterstützen, bietet Kvik Sensibilisierungsschulungen und Workshops an, die Wissen über Vorurteile und Inklusion vermitteln. Außerdem gibt es praktische Werkzeuge und Leitlinien, um diese Prinzipien in die Praxis umzusetzen. Ergänzend sorgen kontinuierlicher Austausch und Nachverfolgung für die notwendige Unterstützung. Dieser Ansatz trägt dazu bei, dass D&I nicht nur ein strategisches Ziel bleibt, sondern ein selbstverständlicher Bestandteil der täglichen Führung und Zusammenarbeit wird.

### Geschäftlicher Nutzen

*„Vielfältige Teams bringen ein breiteres Spektrum an Perspektiven, Erfahrungen und Ideen ein, wovon wir sowohl in der Problemlösung als auch in der Entscheidungsfindung profitieren.“*

Wenn Diversität priorisiert wird, erhalten unterschiedliche Stimmen Raum. Dadurch wird ein innovativeres und dynamischeres Umfeld geschaffen. D&I trägt darüber hinaus dazu bei, qualifizierte Fachkräfte zu rekrutieren sowie die Bedürfnisse einer breiten und vielfältigen Kundschaft zu erkennen und zu erfüllen. Dies verschafft Kvik einen klaren Wettbewerbsvorteil und unterstützt den langfristigen Geschäftserfolg.

**„Vielfältige Teams bringen ein breiteres Spektrum an Perspektiven, Erfahrungen und Ideen ein, wovon wir sowohl in der Problemlösung als auch in der Entscheidungsfindung profitieren.“**



Pia Vels Bruhn  
Senior HR Consultant  
Kvik

### Drei Top-Tipps für systematische Diversitäts- und Inklusionsarbeit von Pia Vels Bruhn

1. Um einen wirksamen und systematischen Ansatz für Diversität und Inklusion zu entwickeln, ist es wesentlich, dass Führungskräfte einbezogen und Diversität und Inklusion zu einem selbstverständlichen Bestandteil des Arbeitsalltags gemacht werden.
2. Definieren Sie wenige, aber klar formulierte Ziele. Das schafft Orientierung und hilft, konkrete Ergebnisse zu erzielen, anstatt Ressourcen zu vergeuden.
3. Erstellen Sie einen klaren Zeitplan mit Meilensteinen, um Struktur, Fortschritt und Nachvollziehbarkeit sicherzustellen.

## PRM: Mentoring stärkt Selbstvertrauen und Vernetzung

Mit dem Anspruch, Wissen aktiv zu teilen, hat Paula Rosa Manhattan (PRM) seinen Learning Hub – eine Plattform für Onboarding und Schulungen – um ein neues Mentoring-Modul erweitert. Mitarbeiter:innen können sich entweder als Mentor:innen bewerben und ihre Erfahrung sowie ihr Wissen weitergeben oder als Mentees, um sich in einem gewünschten Bereich weiterzuentwickeln.

*„Möglichkeiten zur Weiterentwicklung müssen nicht immer mit großen Gesten und hohen Investitionen verbunden sein – sie können auch einfach darin bestehen, Zeit zu investieren und Wissen zu teilen“,*

erklärt Elise Moss, HR Business Partner bei Paula Rosa Manhattan.

### Passende Matches

„Es kam zu erfolgreichen und überraschenden Matches“, sagt Moss. „Die Tandems hätten ohne diese Initiative wahrscheinlich nie zusammengefunden.“ Eine Mentee aus dem Bereich Vermessung konnte beispielsweise von der Sustainability Managerin von PRM Wissen zu Netzwerkaufbau und Sichtbarkeit gewinnen, während eine junge Mitarbeiterin mit einer erfahrenen weiblichen Führungskraft für ein Coaching zur Stärkung des Selbstvertrauens verknüpft wurde.

Beide Seiten profitieren von den Vorteilen: Mentees erhalten Unterstützung und Einblicke, während Mentor:innen ihre Führungskompetenzen stärken. Gemeinsam tragen sie dazu bei, eine Kultur der Zusammenarbeit, Entwicklung und Zugehörigkeit bei PRM zu fördern.

**„Möglichkeiten zur Weiterentwicklung müssen nicht immer mit großen Gesten und hohen Investitionen verbunden sein – sie können auch einfach darin bestehen, Zeit zu investieren und Wissen zu teilen.“**



Elise Moss  
HR Business Partner  
Paula Rosa Manhattan

## Well-being Ambassadors bei DFI-Geisler

Nach Veränderungen im Arbeitsleben während der COVID-19-Pandemie stellte DFI-Geisler in seiner jährlichen Mitarbeiterbefragung einen Rückgang beim Wohlbefinden und beim Gemeinschaftsgefühl fest. Um dem entgegenzuwirken, hat jedes Team eine:n Well-being Ambassador benannt, der oder die das Wohlbefinden im Team unterstützt und Aktivitäten initiiert, um Zusammenhalt und Zusammenarbeit zu verbessern. Die Ambassadors treffen sich zweimal jährlich mit dem CEO, um Erkenntnisse auszutauschen und die Zusammenarbeit zwischen den Teams zu stärken.

**„Das führte zu einem allgemeinen besseren Verständnis für die jeweiligen Funktionen, verbesserte die Zusammenarbeit und stärkte insgesamt das Gemeinschaftsgefühl.“**



Jens Nedersee  
Finance Manager  
DFI-Geisler





# Verantwortungsvoller lokaler Akteur

Neben unserer Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiter:innen wollen wir auch einen positiven Beitrag für die lokalen Gemeinschaften leisten, in denen wir aktiv sind. Unsere Unternehmen sind häufig bedeutende Arbeitgeber in kleineren Städten und Gemeinden, wo wir eine wichtige Rolle am Arbeitsmarkt, im Lebensumfeld und in der lokalen Entwicklung einnehmen.



**Ziel 2025**  
Eine Aktivität mit sozialer Wirkung pro Jahr

**Ergebnis 2025**  
Mindestens eine pro Geschäftseinheit



Wir wollen ein verlässlicher lokaler Partner sein, indem wir lokale Vereine und Initiativen unterstützen sowie Praktika und Sommerjobs für junge Menschen anbieten, die erst in den Arbeitsmarkt eintreten. So hat Ballingslöv in diesem Jahr beispielsweise mit lokalen Schulen zusammengearbeitet, um mehr junge Menschen für technische Berufe zu gewinnen. Das geschah unter anderem durch die Aufnahme von Praktikant:innen und durch Beratungsangebote an Schulen über die Kompetenzen zukünftiger Mitarbeiter:innen.

Ein weiteres Beispiel ist die Teilnahme der Ballingslöv International Group an der diesjährigen Project Planet Sustainable Business Challenge gemeinsam mit einer lokalen naturwissenschaftlichen Oberstufenklasse. Zusammen mit Unternehmen aus verschiedenen Branchen und Akteuren aus dem öffentlichen und privaten Sektor wurden Schüler:innen eingeladen, ihre nachhaltigen Geschäftsideen zu präsentieren. Sie erhielten Feedback und konnten ihre Konzepte so weiterentwickeln.

**„Wir spielen eine wichtige Rolle dabei, jungen Menschen Perspektiven aufzuzeigen und neue Talente zu fördern.“**



Helene Davidsson  
Group Sustainability Director  
Ballingslöv International



## DanKüchen: Mit Lehrlingsausbildung die Belegschaft der Zukunft aufbauen

Viele erfahrene Mitarbeiter:innen von DanKüchen stehen kurz vor dem Ruhestand – darin erkannte das HR-Team eine Chance: Was wäre, wenn diese langjährigen Kolleg:innen ihr Wissen und ihre Fähigkeiten an die nächste Generation weitergeben könnten?

*„Bei DanKüchen sind wir überzeugt, dass der Erfolg eines Unternehmens bei den Menschen beginnt. Deshalb haben wir im Jahr 2025 ein Lehrlingsprogramm im Rahmen des österreichischen System der beruflichen Aus- und Weiterbildung gestartet.“*

sagt Heike Schatz, Head of HR bei DanKüchen.

### Eine doppelte Chance

Über drei Jahre hinweg verbinden die Lehrlinge praktische Erfahrungen im Unternehmen mit theoretischer Ausbildung in der Schule. Sie arbeiten eng mit unseren Mitarbeiter:innen zusammen, um praktische Fähigkeiten und Selbstvertrauen zu erlangen und so einen Grundstein für eine nachhaltige berufliche Laufbahn zu legen. Die Auszubildenden können zwischen drei Ausbildungswegen wählen:

- Bürokaufmann/-frau
- Betriebslogistikaufmann/-frau
- Holztechniker:in

Die Vorteile dieser Initiative wirken in beide Richtungen, wie Schatz beschreibt:

*„Für die Lehrlinge ist dieses Programm eine Möglichkeit der Weiterentwicklung und des Lernens, um in einem unterstützenden Umfeld eine Zukunft aufzubauen. Für unser Unternehmen schafft es einen stabilen Talentpool, fördert die Weitergabe von Wissen und Handwerk und stärkt unsere Position als verlässlicher, langfristiger Arbeitgeber. Gleichzeitig trägt die Lehrlingsinitiative zu einer stärkeren lokalen Arbeitskraftbasis bei.“*

Es entsteht ein doppelter Nutzen – für die lokale Gemeinschaft und für DanKüchen. Durch die Investition in junge Menschen vor Ort sichert DanKüchen die Fähigkeiten, die Motivation und das Know-how für die Zukunft. Gleichzeitig entstehen Beschäftigungsmöglichkeiten und Wissen wird weitergegeben..



Heike Schatz  
Head of HR  
DANKÜCHEN

# Governance

## Wir führen unser Unternehmen ethisch und transparent

Ballingslöv International verfolgt einen wertebasierten Führungsansatz in der Unternehmensführung. Durch die Integration unserer Werte in alle Bereiche unserer Geschäftstätigkeit arbeiten wir aktiv daran, eine verantwortungsvolle und wirksame Governance sicherzustellen. Transparenz in unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung ist dabei ein zentraler Bestandteil, um Vertrauen zu schaffen, Verantwortung zu übernehmen und Fortschritte nachzuverfolgen.



Die Gruppe trifft Entscheidungen und übernimmt Verantwortung auf Grundlage klarer Strukturen, Richtlinien und Führungsprinzipien. Wir bauen gute Beziehungen zu allen Akteuren in unserer Wertschöpfungskette auf und pflegen diese aktiv. Dabei streben wir an, die verschiedenen Werte durch Initiativen wie unseren Code of Conduct, Lieferantenvereinbarungen und transparente Kommunikation in Einklang zu bringen.

Es ist für uns ausschlaggebend, dass sich unsere Mitarbeiter:innen sicher fühlen und fair behandelt werden. Wir bemühen uns, Verantwortung für unsere Umweltbelastung zu übernehmen, und lehnen alle Formen von Bestechung, Korruption und anderem betrügerischen Verhalten ab.

### Wesentliches Thema:

- Korruption und Bestechung

### Strategische Initiativen:

- Verantwortungsvolle Beschaffung
- Transparente Kommunikation



**„Die Förderung einer verantwortungsvollen Geschäftsethik bedeutet, dass wir nicht nur vollständig gesetzeskonform handeln, sondern auch langfristig proaktiv Integrität, Fairness und Respekt in allen Beziehungen – intern wie extern – wahren.“**



Magnus Hegdal  
Deputy Chief Executive Officer  
und Chief Finance Officer  
Ballingslöv International

# Transparente Kommunikation

Eine klare, ehrliche und transparente Kommunikation – sowohl intern als auch extern – ist entscheidend, um gute Beziehungen zu unseren Stakeholdern aufrechtzuerhalten und Vertrauen aufzubauen. Wir leisten einen Beitrag, indem wir Wissen teilen und das Bewusstsein für die ESG-Leistung unserer Produkte stärken, sodass unsere Kund:innen fundiertere Entscheidungen treffen können.



## Ziel 2025

Förderung der Zufriedenheit von Kund:innen und Konsument:innen durch ehrliche und transparente Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen

## Ergebnis 2025

Extern veröffentlichter Nachhaltigkeitsbericht

Wir wollen Kund:innen und Nutzer:innen einen umfassenden Überblick über unsere Produkte ermöglichen. Wir teilen unser Wissen über die ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen mit Kund:innen und anderen Stakeholdern. Datenqualität und Rückverfolgbarkeit sind zentrale Voraussetzungen für unsere transparente Kommunikation, unser jährlicher Nachhaltigkeitsbericht liefert Fakten und Best Practices.

Durch ein besseres Verständnis der Produktlebenszyklen und eine verbesserte Datenqualität wollen wir Kund:innen und Nutzer:innen ausführliche Informationen über den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte liefern. Lebenszyklusanalysen (LCA) schaffen Vergleichbarkeit zwischen Produkten und Lieferanten. Sie geben außerdem ein klares Bild davon, wo weitere Emissionsreduktionen notwendig sind, und liefern Erkenntnisse zu Materialien und Produktionsmethoden.



## Kvik und Ballingslöv unterstützen ihre Kund:innen bei fundierten Entscheidungen

In der gesamten Gruppe erleichtern wir unseren Kund:innen den Zugang zu Informationen über die Klima- und Umweltauswirkungen ihrer Küchen. Kvik und Ballingslöv berichten im Folgenden über ihre Fortschritte in diesem Jahr.

### Produkt-Fußabdruck im Angebot

Im Jahr 2025 hat Kvik Umwelt-Fußabdruckdaten in seine Küchenangebote integriert. Die Daten basieren auf Lebenszyklusanalysen (LCA) und Umweltproduktdeklarationen (EPD).

*„Neben den Kosten sehen Kund:innen auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen, den Anteil an recyceltem Holz und die Anzahl der verwendeten recycelten Plastikflaschen im gewählten Design“.*

erklärt Claus Johnsen, Category Management Director bei Kvik.

Diese Initiative trägt dazu bei, Klimadaten auf eine Ebene mit finanziellen Informationen zu stellen, und ermöglicht es Kund:innen, ihre Bestellung anzupassen, um beispielsweise den Anteil recycelter Materialien zu erhöhen.

### Ein Pass für mehr Transparenz

Die Entwicklung von Digital Product Passports (DPPs) stellt einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Transparenz dar. Kvik führte im Jahr 2025 die erste Generation von DPPs ein.

*„Als wir hörten, dass DPPs in einigen Jahren verpflichtend werden, fanden wir das eine lobenswerte Initiative und entschieden uns, eine erste Version zu entwickeln und umzusetzen“.*

sagt Johnsen.

Die Idee ist, dass Kund:innen einen QR-Code auf dem Produkt scannen und so Informationen zu Materialien, zum Fußabdruck sowie zu Reparatur- und Lebensdauerverlängerungsmöglichkeiten aufrufen können.

DPPs sind derzeit für die Möbelreihe Kvik Living verfügbar und werden in Kürze auf weitere Produkte sowie auf andere Bereiche der Gruppe ausgeweitet.

### Vergleichbarkeit von Ergebnissen

Unsere Unternehmen können Daten in Angeboten und über QR-Codes bereitstellen – doch wie können Kund:innen diese Informationen vergleichen und darauf basierend Entscheidungen treffen? Und wie lässt sich beurtei-

len, ob ein Wert gut oder schlecht ist? Derzeit gibt es keinen Branchenstandard für den Vergleich von Umweltdaten von Produkten, sodass Fachkenntnisse erforderlich sind, um eine EPD richtig einordnen zu können.

Für Fredrik Nyberg, Head of Development bei Ballingslöv, liegt ein wesentlicher Vorteil darin, diese Gespräche direkt am Point of Sale zu führen:

*„Wir schulen unsere Vertriebspartner, damit sie die Umweltdaten verstehen und Kund:innen deren Bedeutung erklären können. Wir ermutigen unsere Vertriebsteamer, das Gespräch aktiv zu suchen und nachzufragen, ob Kund:innen mehr über die Umweltauswirkungen des Produkts erfahren möchten.“*

Diese Gespräche tragen dazu bei, Bewusstsein und Interesse zu schaffen und unser Engagement für Transparenz zu unterstreichen.



Claus Johnsen  
Category Management Director  
Kvik



Fredrik Nyberg  
Head of Development  
Ballingslöv



# Verantwortungsvoller Einkauf

Wir setzen für unsere Lieferanten dieselben hohen Nachhaltigkeitsstandards an wie für uns selbst. Unser Ansatz umfasst, strategisches Denken und verantwortungsvolle Priorisierung bei allen Unternehmen und Organisationen zu fördern, mit denen wir zusammenarbeiten.

Verantwortungsbewusster Einkauf

Transparente Kommunikation

**GOVERNANCE**  
Wir führen unser Geschäft ethisch und transparent



#### Ziele 2025

1. 100 % aller großen (Lieferanten/BU-Volumen > 200 TEUR) und mittleren Lieferanten (Lieferanten/BU-Volumen > 150 TEUR) haben den BI Code of Conduct unterzeichnet
2. Audit der 25 relevantesten Lieferanten auf Basis der durchgeführten Risikobewertung bis 2025, zehn Audits jährlich

#### Ergebnisse 2025

1. 100 %
2. 10 audits

Für uns ist es wichtig, transparente, risikobasierte Dialoge zu den Themen Mitarbeiter:innen, Umwelt und Gesellschaft zu führen. Unsere Lieferantenbewertung, unser Code of Conduct sowie detaillierte Nachhaltigkeits- und Materialanforderungen bilden die Grundlage für langfristige und verlässliche Partnerschaften. Strukturiertes Lieferantenmonitoring und vertiefter dialog spielen dabei ebenfalls eine zentrale Rolle. Im Berichtsjahr wurden keine Vorfälle oder Verdachtsfälle von Regelverstößen gemeldet.

## Aufbau belastbarer und verantwortungsvoller Lieferantenbeziehungen

Wir sind auf unser umfangreiches Lieferantennetzwerk angewiesen, um Produkte, Materialien, Ressourcen und Dienstleistungen bereitzustellen, die mit unseren Unternehmenswerten im Einklang stehen – damit wir Produkte anbieten können, die das Vertrauen unserer Kund:innen verdienen.

*„Wir wollen unsere Lieferanten dabei unterstützen, Nachhaltigkeit zu priorisieren – nicht, indem wir sie zu etwas drängen, wovon sie nicht überzeugt sind, sondern indem wir sie dabei unterstützen, das weiterzuentwickeln, wofür sie bereits brennen.“*

indent Jönsson, Chief Sourcing Officer, Ballingslöv International

### Zusammenarbeit zur Beschleunigung von Veränderungen

Wir sind überzeugt, dass wir durch Zusammenarbeit Veränderungen vorantreiben können, und arbeiten am Aufbau langfristiger und bedeutungsvoller Partnerschaften. Auf diese Weise können wir Vertrauen schaffen und Kooperationen entwickeln, in denen sowohl Ballingslöv International als auch unsere Lieferanten ihre Geschäftstätigkeit kontinuierlich verbessern und Fortschritte in der Nachhaltigkeit erzielen.

Staffan Jönsson, Chief Sourcing Officer bei Ballingslöv International, ergänzt:

*„Wir verfolgen in all unserem Tun eine langfristige Perspektive. Wenn man über längere Zeit mit jemandem*



*zusammenarbeiten möchte, muss man Vertrauen aufbauen und verantwortungsvoll handeln. Nur so können gute Ergebnisse erzielt werden.“*

### Klare Auswahlrichtlinien

Im Jahr 2018 legten wir das Ziel fest, dass alle Lieferanten mit einem Einkaufsvolumen von über 200.000 Euro pro Unternehmen unseren Code of Conduct unterzeichnen müssen. Dieses Ziel wurde verschärft, indem wir den Grenzwert auf 150.000 Euro pro Unternehmen gesenkt haben. Das gilt sowohl für direkte als auch für indirekte Materialien. Mit anderen Worten: Es spielt keine Rolle, ob es sich um ein Produkt oder eine Dienstleistung handelt. Der Code of Conduct ist bei Vertragsabschluss unabhängig von der Größe des Lieferanten immer ein verpflichtender Bestandteil. Somit verfügen wir über mehr als 500 unterzeichnete Dokumente, von denen viele auch unterhalb der Schwelle von 150.000 Euro liegen.

Unsere Sustainability and Material Requirements (SMR) gelten für Lieferanten von direkten Materialien, also Materialien, die in der Produktion verwendet werden. Die SMR beschreiben unsere Nachhaltigkeitsstrategie sowie Mindestanforderungen an Lieferanten. Mehr als 200 mittelgroße Lieferanten (das heißt mit einem Einkaufsvolumen über 150.000 Euro) haben die Sustainability and Material Requirements unterzeichnet. Unser Code of Conduct wird von allen neuen Lieferanten für direktes und indirektes Material unterzeichnet.

### Risikobewertung mit EcoVadis

Bei der Auswahl neuer Lieferanten sowie im Rahmen der laufenden Bewertung bestehender Vereinbarungen nutzt

die Gruppe EcoVadis IQ Plus. Dieses digitale Tool bewertet Risiken in der Lieferkette in den Bereichen Umwelt, Arbeitsbedingungen, Ethik und nachhaltige Beschaffung für alle Lieferanten. Nachhaltigkeitsrisiken werden zusammen mit dem Einkaufsvolumen gewichtet.

Große Einkaufsvolumina und strategische Lieferanten werden als höheres Risiko eingestuft, während kleinere Einkaufsvolumina und nicht kritische Lieferanten ein geringeres Risiko darstellen. Daraus ergibt sich ein theoretisches Risikoprofil für jeden Lieferanten, das als Grundlage für das weitere Vorgehen in der Bewertung dient.

Lieferanten mit höherem Risiko sowie solche, die für unsere Geschäftstätigkeit strategisch besonders relevant sind, müssen anschließend eine vertiefte EcoVadis-Bewertung durchlaufen. Falls sich ein Lieferant gegen eine EcoVadis-Bewertung entscheidet, verlangen wir stattdessen ein physisches Audit, ein sogenanntes Supplier Social Audit, um die Einhaltung unseres Code of Conduct sicherzustellen.

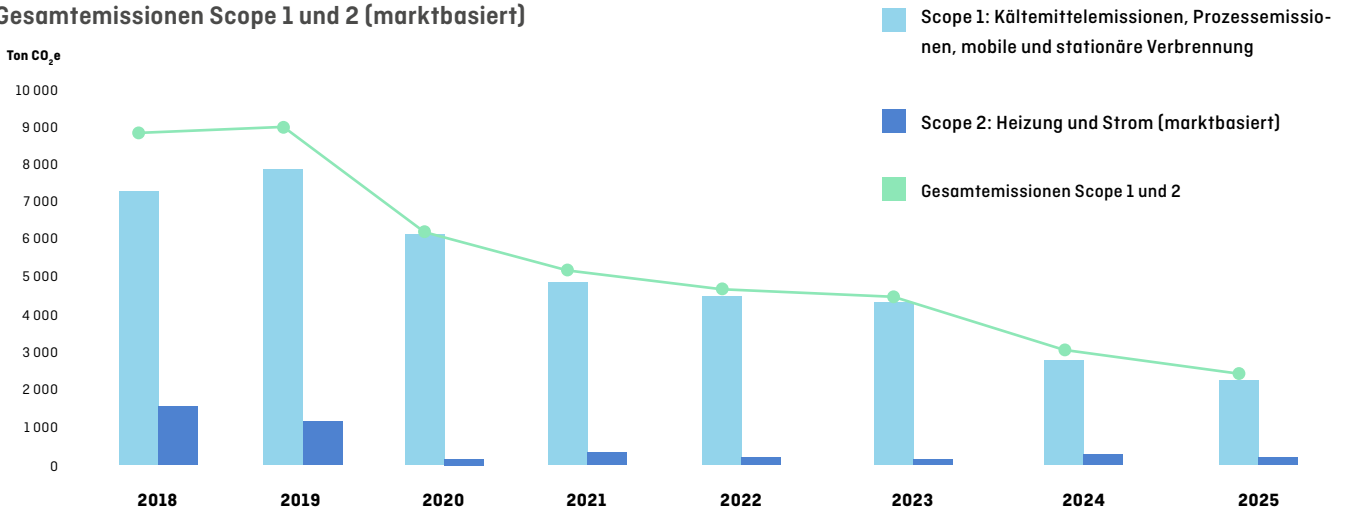
Alle Audits werden von einem unabhängigen Drittanbieter durchgeführt, der Zertifizierungsstelle SGS, Société Générale de Surveillance SA, oder alternativ von BV (Bureau Veritas).



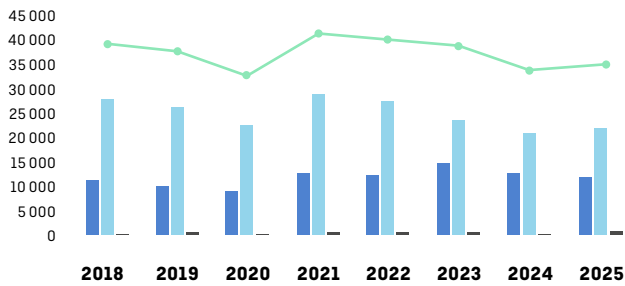
Staffan Jönsson  
Chief Sourcing Officer  
Ballingslöv International

# Unsere Leistungskennzahlen

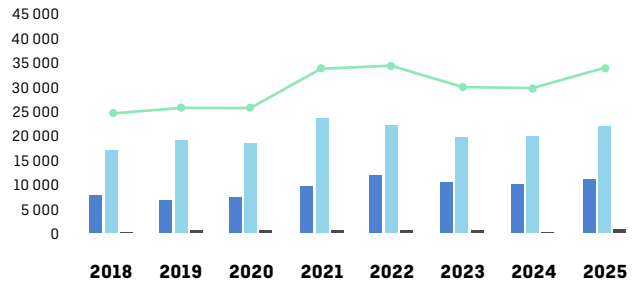
Gesamtemissionen Scope 1 und 2 (marktbasierend)



Gesamtenergieverbrauch [MWh]



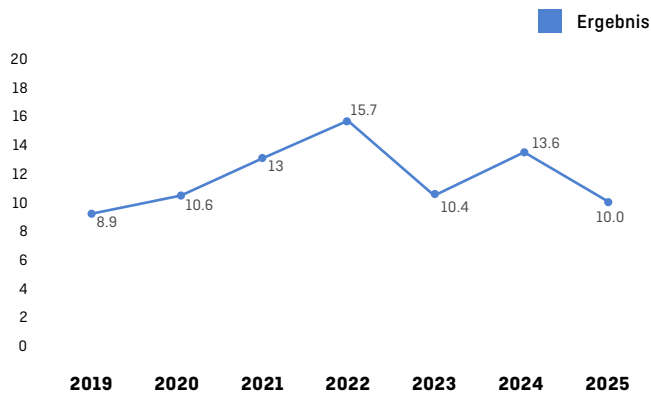
Gesamtverbrauch erneuerbarer Energie [MWh]



Konsequenter Fortschritt in Richtung unserer Ziele durch jährliche zentrale Maßnahmen

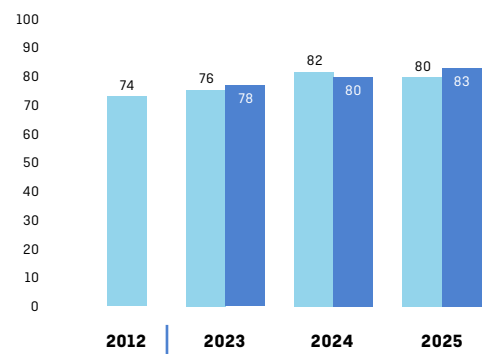
■ Stationäre Verbrennung ■ Eingekaufte Fernwärme ■ Eingekaufter Strom ■ Gesamt

Unfallhäufigkeitsrate mit Ausfalltagen (LTIFR)



Erhöhtes Produktionsvolumen 2022, Erwerb eines neuen Unternehmens Ende 2023

Mitarbeiterengagement- und Inklusionsindex (Great Place to Work)



■ Der Mitarbeiterengagement-Index bleibt auf einem konstant hohen Niveau

■ Inklusion ist seit 2023 Teil von GPTW

	Ziel	KPI	Basisjahr	2024	2025	Ziel 2030
<b>🌳 UMWELT – Reduktion unserer Umweltbelastung</b>						
CO <sub>2</sub> e-Emissionen reduzieren <sup>1</sup>	CO <sub>2</sub> e-Emissionen reduzieren	Gesamtemissionen, Tonnen CO <sub>2</sub> e	8 853 2018	3 038 <sup>2</sup>	2 439 <sup>2</sup>	
		Energieverbrauch, MWh	38 518 <sup>3</sup> 2023	33 474 <sup>3</sup>	34 928 <sup>3</sup>	Energieverbrauch, 32 500 MWh <sup>3</sup>
		Stromverbrauch, MWh	26 906 2022	20 593	21 995	Stromverbrauch <17 400 MWh
		Anteil erneuerbarer Energie, %	85 % 2022	89 %	96 %	100 %
		Anteil erneuerbaren Stroms, %	82 % 2022	96 %	100 %	100 %
	Vollständige Berechnung von Scope 3				Abgeschlossen	
Kreislaufwirtschaft unterstützen	Abfall in der eigenen Geschäftstätigkeit	Gesamtabfallmenge	2024	10 850 Tonnen	10.160 Tonnen	
		Recyclinganteil, %	2024	76 %	76 %	
		Anteil recycelbarer Produkte	98 % 2022	98 %	93 %	100 %
	Alle eigenen Produkte in abgeschlossenen Produktlebenszyklusanalysen		63 % 2023	81 %	49 %	Alle eigenen Produkte in abgeschlossenen Produktlebenszyklusanalysen
Biodiversität und nachhaltige Forstwirtschaft	Ausschließlicher Einkauf von holzbasierten Produkten aus FSC- oder PEFC-zertifizierten Holzrohstoffen	Anteil zertifizierten Holzes, Rohstoff oder Produkt	47 % 2019	98 %	100 %	100 %
	Reduzierte Lösungsmittel-Emissionen in Tonnen	Gesamtemissionen an Lösungsmitteln, Tonnen	26 Tonnen 2020	18	23	<3
<b>👥 SOZIALES – DAS WOHLBEFINDEN DER MENSCHEN IST UNS EIN ANLIEGEN</b>						
Gesundheit und Sicherheit	Arbeitsunfälle	LTIFR (Unfallhäufigkeitsrate mit Ausfalltagen)	8,9 2019	13,6	10	Unfallvision Richtung null, Ziel: rückläufiger Trend
		Unfälle mit Ausfallzeit (24 Stunden oder mehr)	21 2019	37	24	Unfallvision Richtung null, Ziel: rückläufiger Trend
		Dauerhafte Beeinträchtigung	0 2019	0	0	0
		Sicherheitsbeobachtungen	Anzahl	323 2021	559	470
Mitarbeiterengagement	Mitarbeiterbefragung Great Place to Work (GPTW)	% der Befragung	74 2012	82	80	>80 %
	Inklusion im GPTW ergänzt	aller Mitarbeiter:innen bei spezifischer Frage	78 2023	80	83	100 %
	Geschlechtergleichstellung	Geschlechterverteilung %, alle Mitarbeiter:innen	29/71 2022	26/74	30/70	Alle Mitarbeiter:innen: 40–60 %
		Geschlechterverteilung %, Managementteams	15/85 2022	15/85	25/75	Alle Führungskräfte: 40–60 %
		Verteilung über die Alterskategorien <sup>4</sup>		5 von 5 2023	3 von 5	5 von 5
	Führungskräfte vs. Mitarbeiter:innen		3 von 5 2023	4 von 5	3 von 5	Mindestens 10 % in allen 5 Altersgruppen
Verantwortungsvoller lokaler Akteur	Eine Aktivität mit sozialer Wirkung pro Jahr		1 2023	1	1	1 Aktivität mit sozialer Wirkung pro Jahr
<b>🤝 GOVERNANCE – WIR FÜHREN UNSER UNTERNEHMEN ETHISCH UND TRANSPARENT</b>						
Verantwortungsvoll ausgewählte Lieferanten	Verantwortungsvoll ausgewählte Lieferanten	% der mittleren und großen Lieferanten <sup>1</sup> mit unterzeichnetem BI Code of Conduct <sup>5</sup>	2019	100 %	100 %	100 % aller direkten und indirekten Materiallieferanten (Lieferanten/BU-Volumen >100 TEUR)
	Audit der 25 relevantesten Lieferanten	Anzahl durchgeführter Audits		10	10	10 Audits jährlich
	Einweisung aller Mitarbeiter:innen in den BI Code of Conduct	Anteil der Mitarbeiter:innen mit unterzeichnetem CoC, %	100 % 2022	100 %	100 %	100 %
Transparente Kommunikation	Förderung der Zufriedenheit von Kund:innen und Konsument:innen durch ehrliche und transparente Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen			Jährlich veröffentlichter Nachhaltigkeitsbericht	Jährlich veröffentlichter Nachhaltigkeitsbericht	Jährlich veröffentlichter Nachhaltigkeitsbericht

<sup>1</sup>Aktualisierte Ergebnisse aus Vorjahren: Scope-1-, Scope-2- und Energiedaten aufgrund von Methodikänderungen gemäß Greenhouse Gas Protocol sowie CSRD- und ESRS-Konformität

<sup>2</sup>Marktbasierter Wert. Standortbasiert: 4 766 Tonnen CO<sub>2</sub>e (2024); 4 225 Tonnen CO<sub>2</sub>e (2025)

<sup>3</sup>Ohne Brennstoffe

<sup>4</sup>< 29, 30–39, 40–49, 50–59, 60+ 10 %/Kategorie

<sup>5</sup>BU-Volumen >150 TEUR; >200 TEUR große Lieferanten

### Über diesen Bericht

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung für 2025 stellt den gesetzlich vorgeschriebenen Teil des Lageberichts der Ballingslöv International Aktiebolag, Org.-Nr. 556556-2807, dar. Sie wird jährlich in allen Sprachen der Konzerngesellschaften veröffentlicht.

Der Umfang der Nachhaltigkeitsberichterstattung entspricht dem der finanziellen Jahresberichterstattung und umfasst alle vollständig im Besitz der Gruppe befindlichen Gesellschaften: Ballingslöv AB, Kvik A/S, JKE Design A/S, DFI-Geisler A/S, Multiform A/S, Dennis & Robinson Ltd (PRM) und DanKüchen GmbH für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2025.

Alle in diesem Bericht dargestellten nachhaltigkeitsbezogenen Daten basieren auf der Nachhaltigkeitsstrategie von Ballingslöv International sowie auf der doppelten Mate-

rialitätsanalyse in Kombination mit den Zielen der Gruppe.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung und die doppelte Materialitätsanalyse wurden so gestaltet, dass sie dem Format der kommenden Berichtspflichten entsprechen, erfüllen jedoch noch nicht vollständig die Anforderungen der CSRD oder der ESRS.

Dieser Bericht wurde von den externen Prüfern des Unternehmens gemäß der Empfehlung RevR 12 des schwedischen Berufsverbands FAR („Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten“) geprüft, siehe Prüfungsvermerk. Die letztendliche Verantwortung für die Prüfung und Genehmigung des Nachhaltigkeitsberichts liegt jedoch beim Vorstand der Ballingslöv International AB.

### Prüfungsvermerk zur gesetzlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung

An die Hauptversammlung der Ballingslöv International AB, Org.-Nr. 556556-2807

#### Auftrag und Verantwortungsverteilung

Der Vorstand ist verantwortlich für die Nachhaltigkeitsberichterstattung für das Jahr 2025 sowie dafür, dass diese in Übereinstimmung mit dem schwedischen Jahresabschlussgesetz in der Fassung erstellt wurde, die vor dem 1. Juli 2024 galt.

#### Ausrichtung und Umfang der Prüfung

Unsere Prüfung erfolgte gemäß der Empfehlung RevR 12 des schwedischen Berufsverbands FAR („Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten“). Dies bedeutet, dass unsere Prüfung der Nachhaltigkeitsberichterstattung eine andere Ausrichtung und einen wesentlich

geringeren Umfang hat als eine Abschlussprüfung nach den International Standards on Auditing sowie nach allgemein anerkannten Prüfungsgrundsätzen in Schweden. Wir sind der Auffassung, dass diese Prüfung eine ausreichende Grundlage für unsere Stellungnahme bietet.

#### Stellungnahme

Eine Nachhaltigkeitsberichterstattung wurde erstellt.

Göteborg, an dem Tag, der aus unserer elektronischen Signatur hervorgeht

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB  
Johan Rippe  
Zugelassener Wirtschaftsprüfer





In diesem Nachhaltigkeitsbericht erfahren Sie mehr über die Grundlagen der Nachhaltigkeitsarbeit von Ballingslöv International, über die Nachhaltigkeitsstrategie, die uns von Jahr zu Jahr leitet, darüber, was wir im vergangenen Jahr im Bereich Nachhaltigkeit erreicht haben – und worauf wir künftig unseren Fokus legen werden. Viel Freude beim Lesen!