

VD HAR ORDET

Design driver hållbarhet

FREDRIK ASPLUND, VD OCH KONCERNCHEF

Att världen står inför klimatförändringar står klart för alla som följer forskningen. Planetens ekologiska system och omvärlden såväl som kunder, ägare och medarbetare ställer krav på oss som koncern att jobba för en hållbar utveckling i det stora perspektivet. För oss handlar hållbarhet om att ta ansvar för miljö, arbetsförhållanden och ekonomi. Det är grunden i vår hållbarhetsvision.

VÄRLDEN HAR ENATS

Så tidigt som 1992 antog FN:s klimatkonferens i Rio Agenda 21. Det blev startskottet för ett globalt arbete för hållbar utveckling. Men sedan har det gått trögt. Världens största ekonomier ratificerade aldrig avtalet. Detsamma gäller för Kyotoprotokollet från 1997. Först 2015 kom vändningen. COP21 i Paris resulterade i ett avtal som alla ledande nationer står bakom. Ett beslut som ser ut att medverka till den omställning som är nödvändig: de globala utsläppen av växthusgaser måste reduceras. Avtalet ratificeras under 2016 och ska gälla från 2020.

I Sverige fick regeringen i oktober 2015 en samlad utvärdering av de 16 nationella miljö kvalitetsmålen inför 2020. Enligt slutsatserna krävs ytterligare åtgärder och

styrmedel för att nå målen och en hållbar utveckling. Ett konkret förslag är en övergång till en mer cirkulär ekonomi som premierar återanvändning och reparationer.

MÖBELBRANSCHENS MILJÖKRAV

EU arbetar sedan flera år med att ta fram höga och enhetliga krav för miljömärkning av möbler. Arbetet har kommit långt och ett omfattande kriteriematerial har nu varit på remiss. EU-märkningen kommer att introduceras under 2016 och det gäller också ett ramverk för grön offentlig upphandling av möbler (GPP). I kommande kriterier ställs ökade krav på materialåtervinning och på utbytesdelar med möjligheter till reparation.

Möblers primära inverkan på miljön avgörs av:

- * Materialvalen
- * Livslängden
- * Graden av återanvändning och möjligheten till återvinning av material
- * Tillverkningsprocesser, emballering och transporter

HÅLLBARHET EN INTEGRERAD DEL AV KONCERNEN

I koncernens bolag är miljöaspekterna centrala och hållbarhet en integrerad del av design- och produktutvecklingsprocessen. Val av förnyelsebara material som trä är

GRADE

Design Johannes Foersom & Peter Hiort-Lorenzen, Lammhults, 2014
Sittskal av återvunnen polypropylene.



exempel på ett bra miljöval när det kombineras med krav på träråvara från hållbart skogsbruk. Vid val av metall-
ler är andelen återvunnet materiel av avgörande betydelse tillsammans med möjligheten att kunna återvinna när livslängden nåtts. Därför använder vi i ökande grad metaller som baseras på återvunnet material (helt eller delvis), t.ex. aluminium. Våra produkter utvecklas också i allt större grad för att kunna separera ingående material. Något som skapar förutsättningar för ett långt bruk med omsorg om miljö och människor. När det är dags kan allt enkelt materialåtervinnas eller renoveras. Genom god design och design med omtanke skapar vi nödvändiga förutsättningar för en cirkulär ekonomi.

ÖKADE KRAV MED MÖBELFAKTA

Möbelbranschen i Sverige firar 5 år med det nya Möbelfakta-systemet som tar ett samlat grepp kring miljö, kvalitet och socialt ansvarstagande. Över 40 företag och fler än 500 möbler och möbelsерier är i nuläget certifierade enligt Möbelfakta.

Utvecklingen av Möbelfakta-systemet går hela tiden framåt och från 2015 är kraven skärpta och uppdaterade inom miljö och socialt ansvarstagande. Nytt inför 2016 är också införandet av tredjepartsgranskning för att

stärka betydelsen av märkningssystemet. Koncernens bolag har tillsammans 56 möbler och möbelsерier godkända enligt Möbelfakta.

Koncernens övergripande hållbarhetsmål stödjer vår pågående omställning och bidrar till de nationella och internationella miljömålen. Från 2015 har bolagen i Sverige, Norge, Danmark och Tyskland el från förnyelsebara källor som innebär att elen är koldioxidneutral.

PRODUKTIONSLYFT GER MILJÖLYFT

Under 2015 startade koncernen arbetet med att effektivisera och modernisera tillverkningen hos Lammhults Möbel. En åtgärd som också minskar vår miljöpåverkan. En del i detta är samordningen av Ires och Lammhults Möbels produktion. Genom att samla produktionen reducerar vi energiåtgången för uppvärmning och drift. Satsningen ger också mer energieffektiva lösningar för bland annat ventilationen. En resurshushållning som visar hur miljöarbete och kostnadseffektiviseringar går hand i hand.

Hållbarhet får som alla andra områden sin beskärda del av modeord och trender. Vissa består andra går, men vår grundläggande inställning är att alltid upprätthålla förtroendet och tilliten för våra varumärken. Relationerna med ägare, kunder, föreskrivande led, medarbetare och leverantörer spelar därför en viktig roll i hållbarhetsarbetet. Vi är öppna och delar med oss av våra insatser. Vi berättar om produktutvecklingen, nya lösningar och exempel på samverkan.

Ambitionen för koncernens hållbarhetsarbete är glasklar: vi fortsätter att utveckla och tillverka möbler och inredningar på ett ansvarsfullt sätt som medverkar till en bättre miljö. I tillverkningen, under åren produkten används och i förlängningen genom möjligheten att reparera och återbruka. Livscykel tänkande är med från början och en förutsättning för lönsam och hållbar tillväxt.

LAMMHULTS DESIGN GROUPS HÅLLBARHETSÅD

MALMÖ 4 FEBRUARI 2016

Att inreda för framtiden ger hållbara möjligheter

Frosten gnistrar runt centralstationen när koncernens hållbarhetsråd
sammanstrålar i Malmö och stadens börshus. Överst på agendan
står frågan om hur vi som bolag kan bidra till en hållbar utveckling.
Vad har vi gjort hittills, vad kan vi åstadkomma den närmaste
framtiden och vilka hot och möjligheter väntar vår bransch?

Sven Lindberg, Supply Chain Director för Lammhults Design Group har ett stort engagemang i hållbarhetsfrågor och är den som tagit initiativ till det koncern-gemensamma rådet och leder dagens diskussion. På plats finns förutom Sven, Tilda Lagerqvist från Lammhults Möbel, Lisa Lindgren från Abstracta, Trygve Aasland från Fora From och Jesper Holmgaard från Public Interiors.

Hållbarhetsrådet är ett sätt att levandegöra frågor om miljöansvar, arbetsförhållanden och sociala villkor i koncernens bolag och dess värdekedjor. Med rådet har man också ett forum för att lära av varandra och en plattform för att lyfta frågorna till ledningsnivå.

Klimatfrågan låter sig inte lösas på en dag, men med sina regelbundna träffar medverkar rådet till att Lammhults Design Group utvecklas i en mer hållbar riktning. Steg för steg.

De rätta svaren är inte heller vad Sven, Tilda, Lisa, Trygve och Jesper förväntar sig av dagen. Snarare de många spåren, de goda exemplen och de konstruktiva förslagen.

MODER JORD MED RÄTT ATT STÄLLA KRAV

Från Malmö en februaridag 2016 vänder vi blicken mot möbelbranschen 2020. Vilka är de avgörande frågorna för koncernen och branschen de kommande åren? Diskussionen kan börja.

Den ekonomiska och försäljningsmässiga delen av hållbarhet
går inte att bortse från. Vi är både vinstdrivande företag
och samhällsmedborgare med ett ansvar.

SVEN LINDBERG, SUPPLY CHAIN DIRECTOR





Att kunna ta betalt för sitt arbete är en avgörande fråga, men det finns fler sidor. Återvinningsbarhet är ett krav som vi kan ställa i designprocessen för miljöns skull, men det skapar också effektivisering och lönar sig.

LISA LINDGREN, ABSTRACTA

Sven: Hållbarhetsbegreppet har flera aspekter. Miljö, socialt, ekonomiskt. Det finns ett brett spektrum av kravställare och intressenter på våra marknader och de har betydelse för våra möjligheter att växa hållbart och lönsamt. En intressent är Moder Jord, vad ser ni andra om vi väljer miljöperspektivet?

Tilda: De gröna utmaningarna är våra viktigaste även om vi inte får glömma vårt sociala ansvar och ofta finns ett samband, som i valet av transporter. Utvecklingen av miljömärkningarna tar allt större hänsyn till produkternas ursprung och då blir transportavstånd en faktor att räkna med.

Sven: Transporternas betydelse går inte att negligera, men i en livscykelanalys är de långväga transporternas påverkan relativt liten i jämförelse med materialval och återvinning. Vägen till grönare transporter styrs till stor del av teknikutvecklingen och av politiska beslut.

Tilda: Om jag ser till vår vardag är materialåtervinning en del vi arbetar mycket med just nu. Att bli bättre på att



återvinna det material vi använder och ta tillvara på spill är en del. Sedan blir det allt viktigare att använda återvunnet material in i kedjan också.

En stol tillverkad i återvunnen plast tar inte bara miljöhänsyn, den får också ett marknadsföringsvärde. Allt börjar i produktutvecklingen och de rätta frågorna. Vilka krav ska den här produkten leva upp till? Vilka material ska användas? Hur ser produktens livscykel ut?

Trygve: På Lammhults ligger ni långt fram och jag som norrman kan se att det finns geografiska skillnader. I Sverige har fokus på miljön varit starkare under längre tid. Det är också en generationsfråga. Jag såg nyligen en undersökning som visar att för de som är unga idag är det otänkbart att arbetsplatsen och inredningen inte skulle vara miljömässigt hållbar. För dem är det självklart att tänka miljö i alla led.

Sven: Det är en ny generation föreskrivare, inköpare och kunder som du beskriver.

Trygve: Just det. Visserligen finns det perifera områden där hållbarhet fortfarande inte spelar någon roll, men det är bara en tidsfråga. De marknader som kommit längst och en ny generations inträde driver på utvecklingen. Det gör också att gröna argument blir en konkurrensfördel. Med fler medvetna kunder går det att sätta ett pris på sitt hållbarhetsarbete.

Sven: Den ekonomiska och försäljningsmässiga delen av hållbarhet går inte att bortse från. Vi är både vinstdrivande företag och samhällsmedborgare med ett ansvar.

Lisa: Att kunna ta betalt för sitt arbete är en avgörande fråga, men det finns fler sidor. Återvinningsbarhet är ett krav som vi kan ställa i designprocessen för miljöns skull, men det skapar också effektivisering och lönar sig. Det är viktigt att följa produktlivscykeln och se helheten. Cirkulär ekonomi är ett nyckelbegrepp.

KONSUMENTMAKT OCH TRANSPARENS

Kunderna och användarna blir inte bara mer medvetna och ställer högre krav på hållbara alternativ, de blir också mer aktiva. Genom sociala media och olika digitala plattformar har ett maktskifte skett.

Sven: Transparensen ökar. Är vi inte öppna och ärliga med vad vi gör kommer vi att bli ifrågasatta och i värsta fall bortvalda.



Vi har satt upp en uppförandekod som ligger i linje med branschkraven och det är ett pågående arbete att utbilda personal och leverantörer så att den efterföljs. Vi följer upp kunskaperna i våra medarbetarsamtal för att säkerställa att alla har rätt kompetens.

JESPER HOLMGAARD, PUBLIC INTERIORS

Trygve: I sociala medier kan varje individ göra sin röst hörd och det kan räcka med ett kritiskt inlägg för att påverka hela opinionen mot ett företag. Vi måste vara lyhörda och ha känsla för det nya kommunikationslandskapet. Det är ett paradigmskifte.

MILJÖMÄRKT MED MARKNADSFÖRINGSVÄRDE

En följd av miljömedvetenheten och att företagens samhällsansvar ökat i betydelse, är framväxten av olika miljömärkningar. De är ett sätt både för företagen att veta vilka krav de ska leva upp till och för kunderna att enkelt bedöma om en produkt är miljöriktigt framställd.

För Lammhults Design Group är det en självklarhet att arbeta för ökad miljöhänsyn och en stor del av sortimentet är också märkt med Möbelfakta, Svanen och med spårbarhet av träåvåror till ett hållbart skogsbruk. Målet är att alla produkter ska vara märkta. En idé som togs upp i diskussionen var en företagscertifiering för ansvarsfulla möbelproducenter. Miljömärkta bolag istället för produkter.

Jesper: Inom Public Interiors har vi en del produktförsäljning och en del projektförsäljning. På projektsidan ligger utmaningen i det logistiska flödet och få kedjan att hålla ihop miljömässigt, socialt och ekonomiskt. På produktsidan är miljömärkning en direkt konkurrensfördel och något vi ska öka, men det måste gå i marknadens takt. Vi ser en trend med ökande efterfrågan på spårbart trä och då ska vi ha det i vårt erbjudande. Vi ska arbeta med hållbarhet och samtidigt vara kommersiellt gångbara.

Sven: Ett sätt att arbeta miljö- och marknadsmässigt är att se värdet av de berättelser som skapas när vi är pionjärer. Ta biblioteksprodukterna, om vi designar en bokvagn som helt och hållet är gjord av återvunnet material får vi inte bara en grön produkt. På köpet får vi en säljande berättelse.

FRÅN STRÄVAN TILL SKALL-KRAV

Offentlig sektor med gröna upphandlingar utgör en stark drivkraft för branschens hållbarhetsarbete. Tidvis går det trögt men det finns en fast beslutsamhet att ställa om till hållbart. Upphandlingarnas skall-krav blir



De gröna utmaningarna är våra viktigaste även om vi inte får glömma vårt sociala ansvar och ofta finns ett samband, som i valet av transporter. Utvecklingen av miljömärkningarna tar allt större hänsyn till produkternas ursprung och då blir transportavstånd en faktor att räkna med.

TILDA LAGERQVIST, LAMMHULTS

fler och det har en direkt inverkan på produktutvecklingen inom koncernen.

Sven: Kraven blir fler och mer komplexa. Det räcker inte längre med rätt miljömärkning man måste också visa att det finns ett tänk för hela produktlivscykeln med renoivering och återbruk av gamla möbler.

Trygve: Offentliga krav är ett tveeggat svärd. Å ena sidan ställs miljökrav, å andra sidan sätts ett pristak. Vad väger tyngst i upphandlingen? Sedan ska vi komma ihåg att 90 procent av de upphandlade byggprojekten utgörs av konstruktion och betong, inredning och möbler utgör bara 5 procent.

SEPARERA MERA

Om miljömärkning är den mest brännande frågan i dagsläget, ser hållbarhetsrådet att återvinning och möjligheten att separera en produkt i sina beståndsdelar, blir nästa stora område i hållbarhetsarbetet.

Tilda: Framöver kommer möjligheten att återvinna hela produkten att vara mer avgörande än miljömärkningen. En produkt måste gå att ta isär och återvinna material för material. Vi är inte där ännu, men det behöver inte vara så krångligt att åstadkomma. Med ett sådant tänk går det också att förlänga en produkts livslängd. Istället för att slänga en tio år gammal stol kan kunden beställa en ny rygg om den är sliten och ha kvar stolen tio år till.

Lisa: Märkningen blir en hygienfaktor. Det är det vi gör utöver märkningens krav som får ett värde. Tänk om vi kan kommunicera att våra produkter ingår i ett återvinningskretslopp och göra separerbarhet till kundargument.

Tilda: Just det, vi ska inte marknadsföra Möbelfakta eller Svanen, utan vad vi inom Lammhults Design Group gör och hur vi differentierar oss i relation till andra inom branschen.

Sven: Om vi dröjer lite vid återvinning och separerbarhet är filosofin med en cirkulär ekonomi något som kommer starkt. Fler kunder vill veta om vi kan ta hand om möblerna när de blivit gamla. Omklädsel är något vi erbjuder för att ge ett nytt liv.

Lisa: Där ligger vi långt framme med vår designfilosofi. Gör vi riktigt bra och tidlösa möbler får de ett värde på andrahandsmarknaden. Det är hållbart.



De marknader som kommit längst och en ny generations inträde driver på utvecklingen. Det gör också att gröna argument blir en konkurrensfördel. Med fler medvetna kunder går det att sätta ett pris på sitt hållbarhetsarbete.

TRYGVE AASLAND, FORA FORM

Under 2016 kommer EU att publicera en enhetlig standard för miljömärkning av möbler. Då blir det ännu viktigare att gå före och göra egna insatser. Att bara uppfylla kraven är branschpraxis, för att leda utvecklingen krävs mer.

Lisa med flera i gruppen pekar på att kunders medvetna val av produkter i ökande grad kommer att ske baserat på produktens Carbon Footprint. Faktiska miljöprestanda kommer att vägleda.

Sven: Livscykelbaserade nyckeltal som Carbon Footprint vägleder såväl produktutveckling som kunders val i framtiden. Fora Form som börjat tillämpa detta har nu redovisat sina första möbler på den norska EPD-sajten. Detta är framtidens redskap för att minimera klimatpåverkan. Klimatfrågan är den avgörande miljöfrågan.

HÅLLBARHET ÄR MER ÄN MILJÖ

När Lamhults Design Group arbetar med hållbarhet är det utifrån tre perspektiv: miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet.

Området social hållbarhet är en utmaning som växer i betydelse för möbelbranschen. Mode- och textilbranschen har länge varit under lupp för förhållanden i tillverkningsländerna. Den uppmärksamheten får fler branscher räkna med, inte minst möbler.

Jesper: Vi har satt upp en uppförandekod som ligger i linje med branschkraven och det är ett pågående arbete att utbilda personal och leverantörer så att den efterföljs. Vi följer upp kunskaperna i våra medarbetarsamtal för att säkerställa att alla har rätt kompetens.

Ingen vet hur morgondagens lösningar ser ut.
Innovation och medveten design är dock två av nycklarna
som leder till hållbara lösningar och lönsam tillväxt.



Sven: Det är en utmaning att bidra till jämställdhet och rättvisa bortom de mest grundläggande kraven som barnarbete. Världen är inte rättvis och flera organisationer i länder som Kambodja och Bangladesh pratar hellre om en lön att leva på än minimilöner.

Trygve: Vi är nog med att ta ett socialt ansvar lokalt där vi är verksamma.

NYTTAN MED HÅLLBARHETSREDOVISNING

Lammhults Design Group redovisar sitt hållbarhetsarbete enligt GRI och har gjort så i flera år. Förutom att det nu är ett krav, så ger redovisningen en kontroll och kontinuitet i arbetet.

Lisa: Viktigast med GRI är kontrollen. Det är först efter några år som vi vet vad som är rimliga mål och har kunskap om var vi befinner oss och insikt i vad vi kan åstadkomma. Redovisningen ger en referensram och utgångspunkt.

Tilda: Ja, tack vare hållbarhetsredovisningen har vi fått in hållbarhet som en fråga i produktutvecklingen mycket tidigare. Jag är med i arbetsgrupperna och får in hållbarhetsmål och kan ställa krav redan på ritstadiet. Vi testar produkterna och arbetar med miljömärkningar. Medvetenheten hos alla medarbetare har ökat och jag har hört montörer fråga "ska den här sitsen verkligen sitta på den här stolen, är inte den Möbelfakta?"

Förutom det uppföljande arbetet med GRI arbetar koncernen med de aktuella ledningsstandarderna som ISO 14001 och ISO 26000 för att leda arbetet och leva upp till kraven.

Sven: Vi har tagit steget och gjort hållbarhet till en naturlig del av ledningssystemen. Det visar att vi strävar mot att infria kundernas och miljöns krav.

Jesper: Samtidigt är vi en internationell koncern och det är en utmaning att hitta ett system och en märkning som passa alla. I Norden fungerar Svanen och Möbelfakta, medan FSC-certifiering är global

DAGS ATT RUNDA AV OCH SKRIDA TILL VERKET

Hållbarhetsrådets diskussion går mot sitt slut för den här gången, men arbetet i vardagen ute i bolagen fortsätter med oförminskad kraft. Innan delegaterna återvänder till Lammhult, Oslo och Holsted, sammanfattar de sina tankar från dagen – och för framtiden.

Lisa: Att tänka hållbarhet från början är absolut viktigast för mig. Vill jag ha en stor del återvunnet material och en produkt som går att återvinna i nästa steg, måste jag planera för det. Jag skulle önska ett digitalt verktyg för att lättare utvärdera miljöpåverkan tidigt i processen.

Tilda: Tänka lång livslängd och komponenter istället för produkter. Återigen möjligheten att kunna separera delar för att återvinna eller renovera. För något år sedan väckte vi på Lammhults Möbel liv i en äldre produkt, vi gav den en uppfräschning och återlanserade den. Det visar att vi arbetar långsiktigt och hållbart.

Jesper: Vi har också en viktig pedagogisk uppgift. Kunderna vet inte alltid vad som är miljömässigt bra. Där kan vi hjälpa dem på vägen.

Trygve: Vi har kunder som hör av sig 20 år senare och vill köpa reservdelar eller en ny likadan möbel. Det är ett bevis på vår höga kvalitet och tidlösa design.

Jesper: Produkter som kan användas år ut och år in är hållbarhet. En fungerande begagnatmarknad är kanske det bästa exemplet på återbruk och hållbar design.

Sven: Kanske vi ska bli bättre på att erbjuda renoveringar som en del av erbjudandet? Cirkulära affärsmodeller och möbelflöden är en framtidsfråga. Vidare arbete med redovisning av produkters klimatavtryck ger mätbarhet och kommer att bidra till affärsutveckling och klimatnytta.

Miljömärkningar, medvetna kunder, tidlös design, cirkulär ekonomi, separerbarhet – det är några begrepp som hänger kvar i luften när hållbarhetsrådet lämnar Malmös börshus och ger sig iväg för att ta tag i fler hållbara utmaningar.

Innovation och medveten design är två av nycklarna som leder till hållbara lösningar och lönsam tillväxt.





Styrning och strategi

HÅLLBARHETSREDOVISNING FÖR ÅR 2015

Hållbarhetsarbetet är väl integrerat i bolagens kärnprocesser och affärsutveckling. Policies och uppförandekoder är godkända av styrelsen och de ger klara riktlinjer och ställer krav.

Utgångspunkterna för styrdokumenterna är riktlinjerna i FN Global Compacts 10 principer om mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och korruption, samt den vägledande standarden ISO 26000.

INTRESSENTDIALOG OCH VÄSENTLIGHETSANALYS.

En intressentanalys har genomförts. Där identifieras totalt 16 intressenter. De viktigaste intressentgrupperna finns vi i och runt våra värdekedjor. Det är aktieägare, kunder, medarbetare, leverantörer och partners samt samhället i form av myndigheter, utbildningsväsen, media och de lokala samhällen där vi bedriver verksamhet. För miljöaspekterna har de nationella miljömålen som är antagna av Sverige Riksdag betraktats som intressent i samband med väsentlighetsanalysen.

En uppdaterad väsentlighetsanalys avseende miljöaspekter har genomförts under året. De mest väsentliga ur såväl företagets som intressenters perspektiv framgår nedan och kan i grunden sammanfattas med "Livscykel-tänkande".

LAMMHULTS DESIGN GROUPS ÖVERGRIPANDE HÅLLBARHETSMÅL

Lammhults Design Group arbetar efter fyra övergripande hållbarhetsmål för att nå en hållbar affärs- och samhällsutveckling samt ständig förbättring.

1. Se till att Lammhults Design Groups kärnvärden, sociala och miljömässiga principer erkänns och integreras i varje företags verksamhet
2. Se till att vi arbetar med socialt och miljömässigt ansvarsfulla leverantörer
3. Öka andelen hållbar träråvara i våra produkter och stödja hållbart skogsbruk
4. Minska miljöpåverkan av våra produkter och tjänster

VÅRT SOCIALA ANSVARSTAGANDE

Medarbetare

Medarbetarnas kompetens och förmåga att utveckla och tillverka produkter och lösningar för goda och stimulerande miljöer för arbete, lärande, möten och samvaro, är kärnan i koncernens verksamhet. Därför strävar vi efter goda arbetsplatser och en stimulerande arbetsmiljö präglad av engagemang och delaktighet. Utvecklingen av såväl ledarskap som medarbetarskap är central. Ett viktigt verktyg är de regelbundna medarbetarsamtal som ligger till grund för varje medarbetares utveckling.

Organisationsutveckling pågår inom bolagen. Under året har arbetssätt fortsatt att utvecklas för större delaktighet, inflytande och engagemang bland medarbetare.

Lammhults Design Group värdesätter etik, mångfald och jämlikhet. Vi vill att vår personalsammansättning ska spegla vår omvärld och våra kunder. Antalet anställda under 2015 uppgick till 352 personer fördelade på 57 procent män och 43 procent kvinnor för hela koncernen. Personalomsättningen på egen begäran uppgick till 8 procent.

Den totala sjukfrånvaron uppgick till 4,5 procent varav korttidsfrånvaron till 1,9 procent.

Leverantörer

Till stor del används lokala leverantörer inom respektive land där bolagen är verksamma. Leverantörerna levererar material, komponenter, halvfabrikat eller färdiga artiklar. För koncernen som helhet står lokala leverantörer för 66 procent av inköpsvärdet under 2015. Av koncernens externa inköp av material och komponenter svarade leverantörer i Norden för 53 procent, övriga Väst-europa för 27 procent, Östeuropa för 17 procent, medan inköpen i Asien (Kina) svarade för 3 procent. Totalt står 124 st leverantörer för 80 procent av direkt material.

Kompetens, kvalitet, leveranstid och kostnad samt etiska, sociala och miljömässiga aspekter är de främsta kriterierna för valet av leverantör.

Möbelfaktas krav för socialt ansvarstagande i leverantörsledet har skärpts och ett än mer systematiskt arbete med kartläggning, riskanalys och uppföljning är etablerat.

Anti-korruption och mänskliga rättigheter

Riskanalys för brott mot bolagets uppförandekod som avser mutor och brott mot lagar och förordningar har ti-

digare genomförts för bolagen i gruppen. Riskanalysen omfattar också risk för otillbörliga gåvor eller andra tilltag som sker för personlig vinning eller till förmån för någon annan part och inte för bolagets bästa. Under 2017 förväntas den nya standarden ISO 37001 för ett systematiskt ledningsarbete mot korruption att bli lanserad. Riskanalys avseende brott mot mänskliga rättigheter, föreningsfrihet, barnarbete och tvångsarbete har tidigare genomförts. För gruppens bolag med egen produktion i Norden och med 97 procent av leverantörsbasen inom Europa, där rättigheter och föreningsfrihet är skyddad genom lag bedöms inte någon större risk föreligga. För några av bolagen finns leverantörer i Kina. Här bedöms risk föreligga varför det sedan tidigare har vidtagits åtgärder som följs upp genom fabriksbesök och inspektioner.

VÅRT SAMHÄLLENGAGEMANG

Flera av koncernens bolag har etablerade samarbeten med skolor och lärosäten för studiebesök, praktikplatser och examensarbeten. Dessa samarbeten är av stort värde och berör vår affärsverksamhet och framtida utveckling. Det finns flera goda exempel på dessa nätverks betydelse för såväl rekrytering som utveckling av produkter och tjänster. Under 2014 inleddes ett uppmärksammat samarbete mellan Lammhults Möbel och designskolorna Malmsten Furniture Studies/Linköpings universitet Beckmans Designhögskola och Bergens Kunst og Designhøgskole. Vid Möbelmässan i Stockholm i februari 2015 utsågs 5 elever som nu har fått möjligheten att arbeta med Lammhults utvecklingsavdelning under ett år. Några exempel på möbler visades på Stockholm Furniture Fair i februari 2016. En ny generation av kreativa formgivare gör avtryck och bygger framtida samarbeten.

BETYDANDE MILJÖASPEKT	FOKUSOMRÅDEN FÖR AKTIVITETER OCH HANDLINGSPLANER
Begränsad klimatpåverkan	Design för lång produktlivslängd, reducera energianvändning, öka andelen förnyelsebara råvaror, öka andelen av återvunna material samt utforma produkter för ökad återvinning och utbytbarhet.
Levande skogar	Säkerställa köp av träråvara från hållbart skogsbruk
Giftfri miljö	Reducera kemikalieanvändning genom att infria Möbelfaktas och Svanens kriterier

VÅRT MILJÖANSVAR

Produktutveckling och design för ett långt liv och med genomtänkta material och lösningar som kan bytas ut eller förnyas skapar förutsättningar för en cirkulär ekonomi. Livscykeltankandet är i grunden en aspekt av designprocessen. Här finns såväl utmaningar som möjligheter! En helt avgörande framtidsfråga är klimatutmaningen. Därför fokuserar koncernen på materialval, resursutnyttjandet och att medverka till att reducera vår klimatbelastning som framgår nedan.

Produktionsenheterna i Sverige och Norge värms med biobaserad fjärrvärme och elanvändningen i Sverige, Danmark och Tyskland är helt baserad på elkraft från förnyelsebara källor (vattenkraft och vindkraft). Från mars 2015 använder även Fora Form i Norge miljöcertifierad el. Fora Form i Norge har dessutom halverat sin elförbrukning genom produktionseffektivisering där all produktion sedan början av 2015 är samlad på ett ställe. Elanvändningen i koncernen som helhet har reducerats med 18 procent jämfört med föregående år för jämförbara enheter.

Under 2016 kommer energiförbrukningen att ytterligare reduceras genom de strukturåtgärder som genomförs under året med flytt av produktionen för Ire till Lammhults och genom ytterligare energieffektiviseringar som investeringar i ny ventilation och utbyte av gammal be-

lysning. För samtliga bolag har den totala energiförbrukningen reducerats med 13 procent i jämförelse med 2014. Sammantaget står förnyelsebara källor för 84 procent av koncernens totala energibehov avseende all el och värme.

Koncernens bolag har reducerat CO₂-emissionen från uppvärmning och el med 41 procent jämfört med föregående år genom effektiviseringar och övergång till miljöcertifierad el.

Förpackningsmaterial utgörs främst av förnyelsebara råvaror som wellpapp och trä. Även plast används. Andelen förnyelsebart förpackningsmaterial uppgick 2015 till 96 procent.

Materialåtervinning är den dominerande metoden för avfallshantering, vilket är viktigt för ett hållbart samhälle. Av totalt avfall uppgick materialåtervinningen till 64 procent under året.

För att kunna Möbelfakta-märka eller Svanen-märka en möbel krävs att trä- och träbaserat material är spårbart och kommer från lagligt skogsbruk. Flera volymprodukter är Svanen- och Möbelfaktagodkända. Antalet Möbelfaktagodkända produkter har ökat under året med ytterligare 23 produkter och uppgår nu totalt till 56 produkter/serier. Arbetet fortsätter för att erhålla ytterligare miljömärkningar som Svanen och Möbelfakta under 2016. Det gäller både nya produkter som befintligt sortiment.

ANDEL INKÖP FRÅN LOKALA LEVERANTÖRER

Abstracta AB (Sverige)	69%
Lammhults Möbel AB (Sverige)	71%
Ire Möbel AB (Sverige)	75%
Fora Form AS (Norge)	69%
Lammhults Biblioteksdesign AB (Sverige)	50%
Lammhults Biblioteksdesign A/S (Danmark)	39%
Schulz Speyer Bibliothekstechnik AG (Tyskland)	82%
TOTALT	66%

REDOVISNING FRAMGÅR AV TABELLEN PÅ SIDAN 35.

Uppgifterna för CO₂-redovisning baseras på uppgifter från leverantörerna av el och fjärrvärme samt utsläpp från uppvärmning med naturgas och olja. Uppgifter för CO₂-emission från transporter redovisas inte då endast ett begränsat antal leverantörer i nuläget kan lämna en emissionsredovisning. Vad gäller transporterna följer vi våra speditörers utveckling avseende övergång till mer miljövänliga motorer (EURO-klasser).

MATERIALANVÄNDNING & ENERGIFÖRBRUKNING

FABRIKSANLÄGGNINGAR	ABSTRACT AB SVERIGE	FORA FORM AS NORGE	IRE MÖBEL AB SVERIGE	LAMMHULTS MÖBEL AB SVERIGE	LAMMHULTS BIBLIOTEKSDSIGN AB SVERIGE	LAMMHULTS BIBLIOTEKSDSIGN A/S DANMARK	SCHULZ SPEYER BIBLIOTHEKSTECHNIK AG TYSKLAND	SUMMA 2015	SUMMA 2014	INDEX
FÖRPACKNINGSMATERIAL										
Well (kg)	113 759	54 523	15 898	96 283	11 411	2 376	3 300	297 550	309 870	96 %
Plast (kg)	1 761	923	2 407	3 791	1 355	2 586	771	13 594	10 057	135 %
Trä (kg)	8 163	0	0	15 000	1 125	17 820	0	42 108	48 287	87 %
ENERGI										
Olja (kWh)	0	0	0	0	0	0	154 056	154 056	199 510	77 %
Natargas (kWh)	274 478	0	0	0	0	765 490	0	1 039 968	1 236 884	84 %
El (kWh)	748 190	373 985	242 437	955 539	174 000	171 405	36 760	2 702 316	3 290 663	82 %
Fjärrvärme (kWh)	1 302 940	480 890	487 400	1 256 000	214 000	0	0	3 741 320	4 015 620	93 %
CO ₂ -emission från upp- värmning och el (kg)	116 643	23 540	123	33 912	6 079	159 687	50 304	390 288	658 361	59 %
AVFALL										
Farligt avfall (kg)	2 454	20	0	20 284	0	0	0	22 758	19 059	119 %
Deponi (kg)	8 500	0	0	372	0	0	0	8 872	16 360	54 %
Materialåtervinning av stål (kg)	21 900	9 700	0	76 960	0	28 840	0	137 400	99 720	138 %
av aluminium (kg)	4 180	0	0	1 650	0	0	0	5 830	1 020	572 %
Materialåtervinning av trä (kg)	60 920	25 490	0	48 600	4 740	0	12 450	152 200	139 060	109 %
Materialåtervinning av plast (kg)	2 550	1 221	0	3 050	0	1 110	0	7 931	8 156	97 %
Materialåtervinning av well (kg)	14 560	0	1 920	29 630	3 350	2 480	0	51 940	66 024	79 %
Materialåtervinning av papper (kg)	1 980	10 989	480	4 770	400	0	10 730	29 349	13 727	214 %
Brännbart avfall (Energiåtervinning) (kg)	116 840	11 920	8 780	30 870	3 640	8 350	8 540	188 940	121 930	155 %
NYCKELTAL										
Andel avfall för material- återvinning	45 %	80 %	21 %	76 %	70 %	80 %	73 %	64 %	68 %	
Andel förnyelsebara material av förpacknings- material	99 %	98 %	87 %	97 %	90 %	89 %	81 %	96 %	97 %	

OM REDOVISNINGEN

Hållbarhetsredovisningen är inspirerad av Global Reporting Initiatives riktlinjer G4. Ekonomiska och sociala indikatorer omfattar hela koncernen. För miljöaspekter ingår samtliga produktions- och distributionsenheter. Säljbolagen har marginell inverkan på miljöindikatorerna. Underleverantörers fabrikers miljöpåverkan omfattas inte av redovisningen.

Som bilaga till redovisningen finns en GRI-korsreferenstabell i elektronisk form på www.lammhultsdesigngroup.com

FÖRDELNING AV EKONOMISKT VÄRDE PER INTRESSENT

Hållbarhet och hållbar utveckling för oss är att skapa ekonomiska värden i form av lönsam tillväxt där socialt och miljömässigt ansvarstagande är integrerat i vår verksamhet. Vi eftersträvar att skapa ekonomiska värden för ägare, anställda och andra intressenter. Vi ska bidra till en positiv samhällsutveckling och investera med ett klokt och långsiktigt perspektiv.

SKAPAT OCH FÖRDELAT EKONOMISKT VÄRDE

Direkt tillskapat ekonomiskt värde	2015
Intäkter	733,1
Totalt direkt tillskapat ekonomiskt värde	733,1
Fördelat ekonomiskt värde	
Rörelsekostnader, varav merparten till våra leverantörer	492,6
Löner och ersättningar till anställda	174,8
Betalningar till finansiärer, netto	0,1
Sociala avgifter till den offentliga sektorn	31,9
Betalningar till den offentliga sektorn i form av skatter	6,9
Totalt fördelat ekonomiskt värde	706,3
Netto ekonomiskt värde	26,8
Utdelning till ägarna	14,8
Behålls i verksamheterna	12,0

PERSONALOMSÄTTNING I ANTAL PER ÅLDERSGRUPP

		ÅLDERSINTERVALL					TOTALT
		< 30 ÅR	31–40 ÅR	41–50 ÅR	51–60 ÅR	> 61 ÅR	
2015	Börjat	12	9	7	2	0	30
2015	Slutat	10	4	15	7	10	46
2014	Börjat	7	13	6	1	0	27
2014	Slutat	9	6	9	10	2	36

NÄRVARO OCH SJUKFRÅNVARO I SVERIGE, NORGE, DANMARK OCH TYSKLAND

	2015	2014
Arbetad tid	95,5 %	96,3 %
Sjukfrånvaro < 14 dagar	1,9 %	2,0 %
Sjukfrånvaro > 14 dagar	2,5 %	1,7 %

ÅLDERSFÖRDELNING AV ANSTÄLLDA I KONCERNEN

		ÅLDERSINTERVALL					TOTALT
		< 30 ÅR	31–40 ÅR	41–50 ÅR	51–60 ÅR	> 61 ÅR	
2015	Antal	53	69	105	86	40	352
2014	Antal	44	78	108	88	35	353

ANTAL ANSTÄLLDA PER REGION

2015	MÄN	KVINNOR	TOTALT	2014	MÄN	KVINNOR	TOTALT
Sverige	116	77	193	Sverige	117	75	192
Norge	36	24	60	Norge	36	26	62
Danmark	16	27	43	Danmark	15	27	42
Tyskland	21	12	33	Tyskland	23	11	34
Övriga länder	13	10	23	Övriga länder	14	9	23
TOTALT	202	150	352	TOTALT	205	148	353

PERSONALOMSÄTTNING I ANTAL PER KÖN OCH REGION

2015	MÄN	KVINNOR	TOTALT	OMS-%	2014	MÄN	KVINNOR	TOTALT	OMS-%
Sverige	14	5	19	10 %	Sverige	16	5	21	11 %
Norge	5	8	13	22 %	Norge	0	0	0	0 %
Danmark	6	4	10	23 %	Danmark	6	6	12	29 %
Tyskland	1	2	3	9 %	Tyskland	0	1	1	3 %
Övriga länder	0	1	1	4 %	Övriga länder	1	1	2	9 %
	26 (57 %)	20 (43 %)	46	13 %		23 (64 %)	13 (36 %)	36	10 %