



ROSENDAHL
DESIGN GROUP

UN GLOBAL COMPACT COMMUNICATION ON PROGRESS 2018

ROSENDAHL DESIGN GROUP A/S
CVR NR.: 52 84 31 11
SLOTSMARKEN 1, DK-2970 HØRSHOLM

INDHOLDSFORTEGNELSE

| | | | |
|-----------|--|-----------|-----------------------------------|
| 3 | FORORD | 24 | MILJØ OG KLIMA (PLANET) |
| 4 | VORES FORRETNING | 25 | Miljø og klima i RDG |
| 5 | FACTS & FIGURES | 26 | LEVERANDØRER |
| 6 | DANMARKS STØRSTE DESIGNHUS | 26 | Amfori BEPI |
| 7 | FORSYNINGSKÆDE OG RISICI | 27 | PRODUKTER |
| 9 | CSR I RDG | 28 | TRANSPORT |
| | | 28 | Transport af gods |
| | | 28 | Transport af medarbejdere |
| 10 | BRANDS | 29 | RESSOURCEFORBRUG OG AFFALD |
| 11 | Kay Bojesen | 29 | Affald |
| 12 | Rosendahl | 29 | Ressourceforbrug |
| 12 | Bjørn Wiinblad | 31 | PRODUKTSIKKERHED |
| 13 | JUNA | 31 | Egenkontrolprogram |
| 13 | Lyngby Porcelæn | 31 | Risikoanalyse for nye produkter |
| 14 | GLOBAL | | |
| 14 | Arne Jacobsen Clocks | | |
| 15 | Holmegaard | | |
| 15 | Kähler | | |
| 16 | DONATIONER OG SPONSORATER | | |
| | | | |
| 18 | MENNESKER (PEOPLE) | | |
| 19 | Menneske- og arbejdstagerrettigheder | | |
| 20 | Amfori BSCI Code of Conduct | | |
| 20 | Amfori BSCI Audit | | |
| 20 | Auditering af leverandører | | |
| 21 | Leverandørsegmentering | | |
| 21 | Transportører | | |
| 21 | Sociale forhold | | |
| 23 | ANTI-KORRUPTION | | |
| 23 | Gaver og repræsentation | | |
| 23 | Løbende indsats mod konkurrencebegrænsende aftaler | | |

FORORD



Hos Rosendahl Design Group ved vi, at vi driver en bedre forretning, hvis vi grundlæggende opfører os mere ordentligt, end vi er nødt til. Det medfører, at vi til enhver tid skal være bevidste om vores samfundsansvar som en international designvirksomhed, som arbejdsplads, samarbejdspartner og som ordregiver til leverandører i hele verden. Vores værdier, formål og ambitioner som virksomhed sætter rammen for, hvordan vi forstår og forvalter det ansvar.

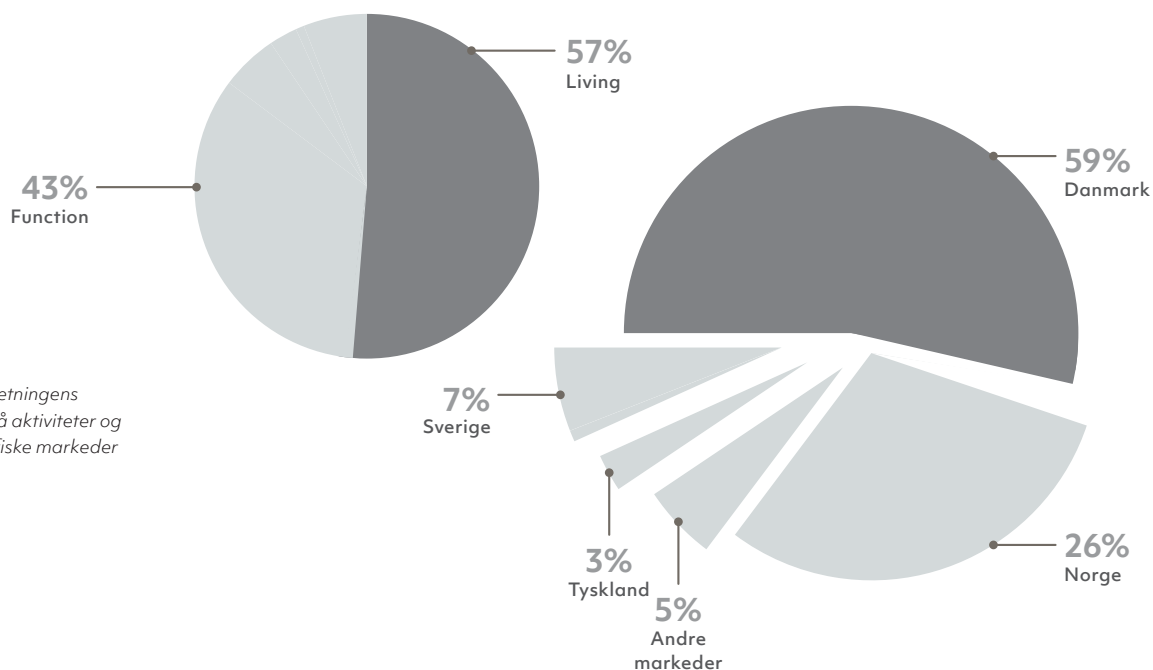
I 2018 tilsluttede Rosendahl Design Group sig UN Global Compact (UNGC). Med tilslutningen erklærer vi vores støtte til de 10 principper, som UNGC bygger på, og som omhandler menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korruption.

Vi anvender principperne som et styrende element i vores arbejde med bæredygtighed og ansvarlighed. Denne rapport udgør RDG's "Communication on Progress" (COP) til UNGC, hvor vi dokumenterer fremdriften i vores arbejde med bæredygtighed og ansvarlighed. Rapporten kan læses selvstændigt eller som et tillæg til årsrapporten 2018.

God læselyst.

Henrik Rosendahl
CEO for Rosendahl Design Group

VORES FORRETNING



Nettoomsætningens
fordeling på aktiviteter og
på geografiske markeder



Lande hvor RDG's varer produceres.

FACTS & FIGURES

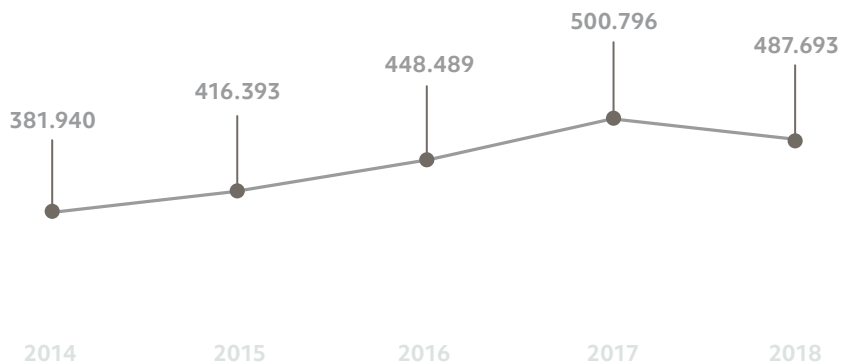
ANTAL NYLANCERINGER

2018

+200

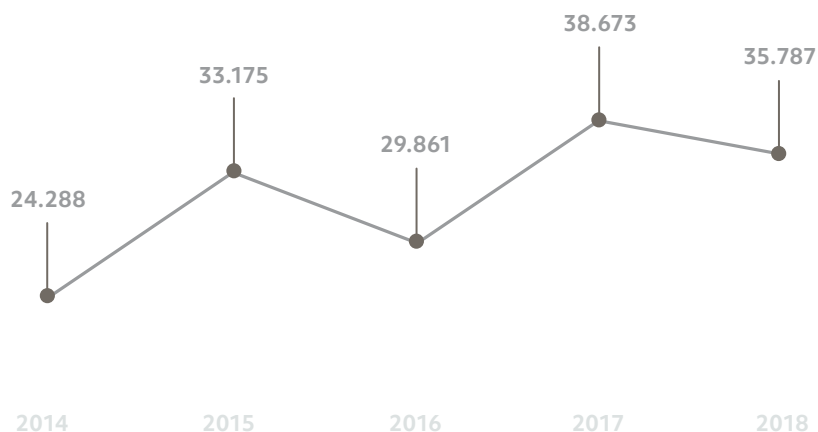
UDVIKLING I NETTOOMSÆTNING

Rosendahl Design Group A/S
2014-2018 (t.kr.)



UDVIKLING I ÅRETS RESULTAT

Rosendahl Design Group A/S
2014-2018 (t.kr.)



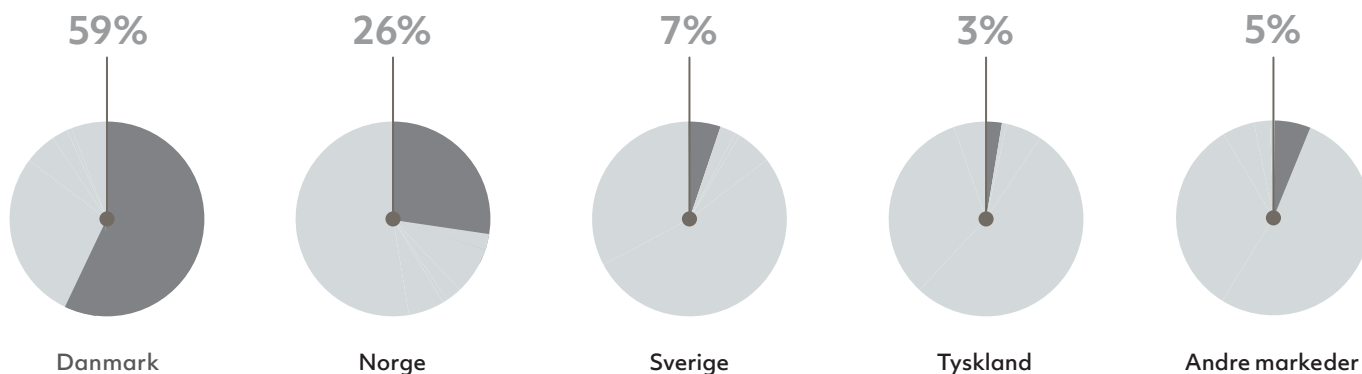
ANTAL VARENUMRE

Samlet på tværs af alle brands

+5.900

FORDELING AF SALG

Omsætning fordelt pr. land



ANTAL GRAND CRU-GLAS

Solgt til dato

21.634.258



DANMARKS STØRSTE DESIGNHUS

RDG er Danmarks største designhus med mere end 141 medarbejdere fordelt på fem lande og en årlig omsætning på knap 500M DKK. Som ejerledet og værdibaseret designvirksomhed gennem to generationer er det vores opgave at udvikle nyt og genopdage klassikere i dansk design til hjem og til bord, til salg i Skandinavien og på andre udvalgte markeder.

RDG rummer i alt ni brands; Rosendahl, Holmegaard, Kay Bojesen, GLOBAL, Bjørn Wiinblad, Arne Jacobsen Clocks, JUNA, Lyngby Porcelæn og endeligt Kähler, som blev en del af RDG-familien i 2018. Vores design skabes, og ikoniske skitser genoplives af vores egne designere og eksterne kompetencer, før de sælges gennem grossister og detailhandelsforretninger til tusindvis af slutbrugere. I 2018

har vi tilføjet endnu en række produkter til vores portefølje, der både omfatter ikoniske klassikere og nye koncepter fra vores designeres hænder. Eftersom Kähler blev føjet til vores portefølje af brands i midten af 2018 og først bliver fuldt indfaset i RDG i 2019, vil Kähler først indgå som en del af COP-rapporteringen for næste år.

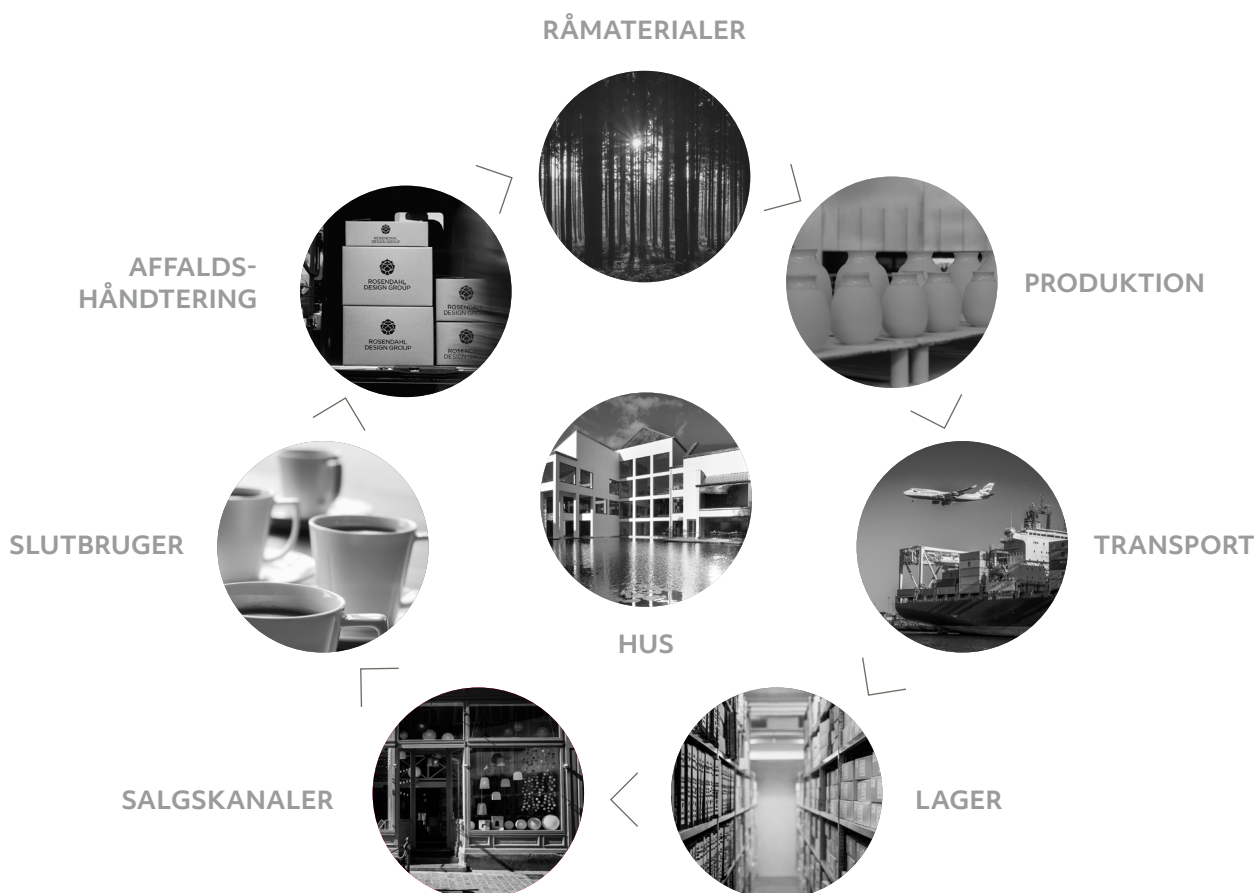
Gennem vores datterselskab, RDG Retail A/S, driver vi egen online-forretning med det primære formål at opnå indsigt og forståelse for vores slutbrugeres forbrugsmønstre. I RDG Retail A/S driver vi også egen outlet-forretning i Ringsted. RDG har ligeledes et søsterselskab i den samlede koncern, RDG Property ApS, som forestår ejendomsdrift af virksomhedens hovedsæde i Hørsholm og øvrige ejendomme i koncernen.

FORSYNINGSKÆDE OG RISICI

En central del af vores arbejde med bæredygtighed og ansvarlighed består i at kortlægge, hvilke menneskelige og miljømæssige risici vores aktiviteter er forbundet med.

Vores forsyningskæde spænder sig over store dele af verden, og vejen fra råvare til færdigt produkt er lang og indbefatter ofte forskellige processer hos forskellige leverandører. Det er processer, som åbner op for menneskelige og miljømæssige risici, og som vi kontinuerligt arbejder på at forbedre gennemsnitsigheden i.

I 2018 har vi derfor målrettet fortsat arbejdet med at kortlægge eventuelle risici i vores forsyningskæde. Formålet er dels forebyggende, dels at klarlægge på hvilke områder der er potentiale for forbedring, eksempelvis produktion, brug af råmaterialer, affaldshåndtering med videre. I figuren herunder og på næste side gives et overblik over de væsentligste risici i vores forretning, samt en henvisning til det afsnit i COP-rapporten, hvor der kan læses mere om vores politik og indsats på det pågældende område.





Jeg er stolt over at arbejde i en virksomhed, som udover at gøre hverdagen smukkere, også tager ansvar for den måde vi gør det på. Både gennem de materialer, produkterne er lavet af, samt gennem valg af leverandører, men også ned i de mindre synlige led, som ved affaldssortering, vegetardage og en grøn, bæredygtig sø. Jeg er glad for at arbejde i et hus, hvor vi behandler hinanden med respekt, og hvor der er kort til smil, selv i en hektisk hverdag.

TYTTE HAGEN JOHNSEN

HEAD OF PRODUCT DEVELOPMENT

RÅMATERIALER S. 25, 26, 27

Der indgår mange forskellige råmaterialer i produktionen af vores knap 6.000 varenumre. Vi anvender tekstil, træ, glas og metal. Fremskaffelse af råmaterialer, som for eksempel træ og bomuld, kan være forbundet med risici for overtrædelse af menneske- og arbejdstagerrettigheder, ligesom der kan være tale miljømæssige risici, hvis råmaterialerne ikke dyrkes eller fremskaffes bæredygtigt.

PRODUKTION S. 19, 20, 23, 25, 26

Vi har leverandører i mange forskellige lande samt en stor diversitet i de materialer og fremstillingsprocesser, der indgår i produktionen af vores produkter. På den baggrund kan der være tale om risici relateret til menneske- og arbejdstagerrettigheder, miljøforhold og klimapåvirkning samt forskellige former for korrupsion.

TRANSPORT S. 19, 21, 25, 28

Vores produkter fragtes over store afstande. Fra produktion til lager, og fra lager til kunde. Hos vores transportører kan der være risiko for brud på menneske- og arbejdstagerrettigheder, ligesom der generelt ved transport er risiko for negativ miljømæssig påvirkning.

LAGER S. 29, 30

Vores primære og mest synlige risiko forbundet med vores varelager er den miljømæssige påvirkning ved mængden af affald, der genereres fra bl.a. transportemballage.

SALGSKANALER S. 23, 29

Vi sælger vores produkter på markeder, hvor konkurrencen er intens. Det er konkurrenceforhold, som eksponerer os for risici relateret til konkurrencebegrænsende aftaler, for eksempel pris aftaler, opdeling af markedet og opdeling af forsyningskilder og leverandører.

Derudover er dette område forbundet med risici for miljømæssig påvirkning i relation til affald genereret ved primær-emballage samt transportemballage.

SLUTBRUGER S. 31

Med tusindvis af varenumre fordelt på ni brands er der risiko for produktfejl og overskridelse af tilladte grænser for skadelige indholdsstoffer. I tillæg må vi tage højde for de lovgivningsmæssige krav til nye materialer, der tilføjes vores portefølje, såvel som ændringer i eksisterende lovkrav.

AFFALDSHÅNDTERING S. 29

RDG's produkter har generelt lang holdbarhed og laves til gentagen anvendelse i mange år. Sidenhen sælges mange produkter på gensalgsmarkedet, går i arv eller går i stykker og skal efterfølgende kasseres. Ukorrekt kassation udgør en risiko for negativ påvirkning af miljøet.

HUS S. 21, 22

RDG's arbejde er baseret på viden og kreativitet, og til syvende og sidst lever vi af dygtige menneskers iderigdom og ekspertise. Derfor er vi afhængige af at kunne tiltrække og fastholde de rette medarbejdere med de rette kompetencer og engagement.

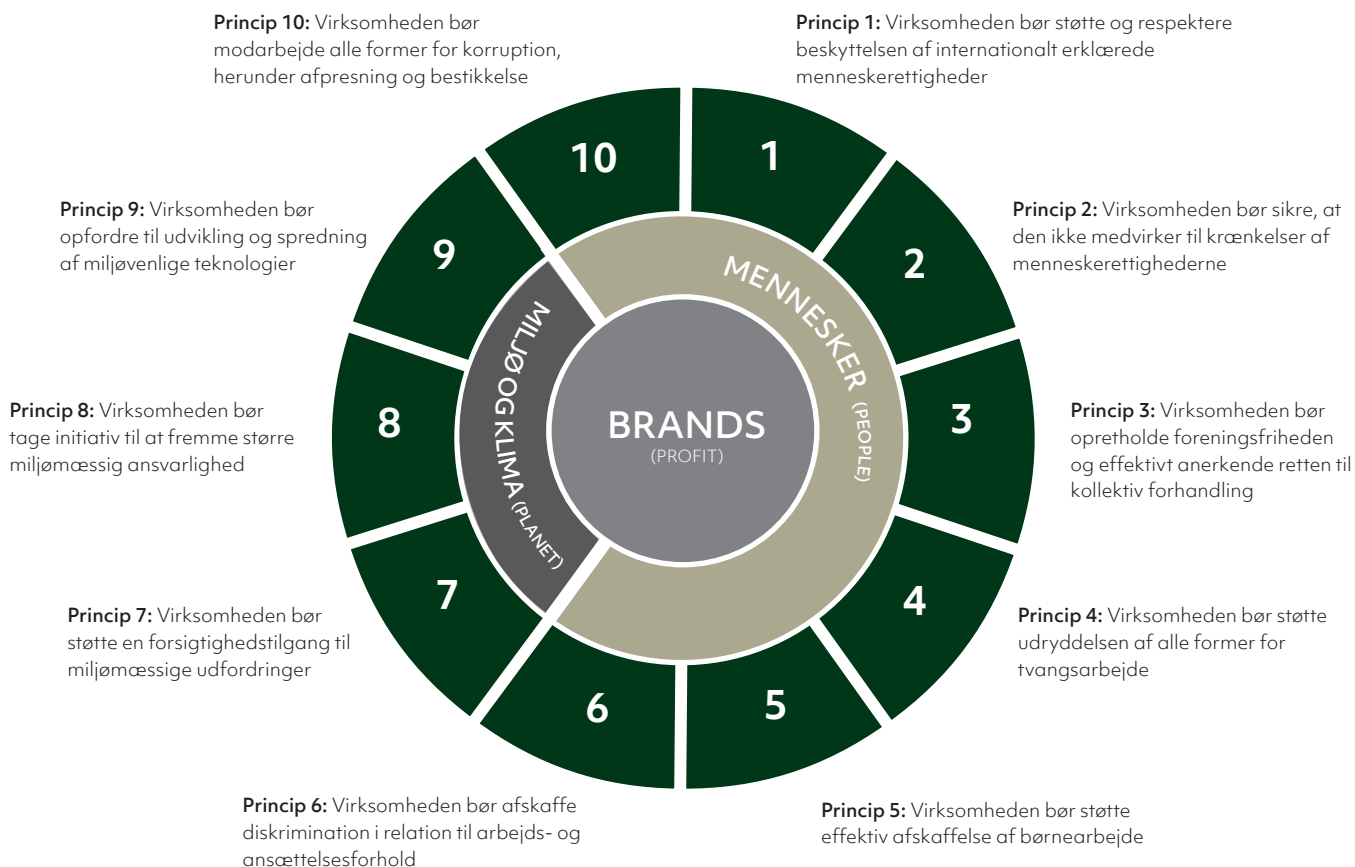
CSR I RDG

RDG's CSR-afdeling er placeret under VP for Production and Supply Chain. Vores CSR Manager varetager arbejdet med udvikling og implementering af vores CSR-indsats, der gælder såvel mennesker som miljø og klima. Sammen med direktionen følger vores CSR Manager nøje udviklingen på området. Direktionen afholder CSR-møder minimum fire gange årligt, hvor udviklingen og fremdriften diskuteres for at sikre opfølgning og opfyldelse på aftalte mål. I 2019 er der endvidere planlagt uddannelse af både direktion og medarbejderstab inden for CSR.

RDG har i 2018 arbejdet aktivt mod mere viden om FN's Verdensmål. Det næste skridt er, at vi i 2019 indarbejder relevante verdensmål i vores CSR-strategi. Derfor vil vores arbejde med

FN's Verdensmål først blive kommunikeret som en del af vores COP-rapport for 2019. Vi er medlem af UNGC, Dansk Erhverv, Forest Stewardship Council® (FSC®), OEKO-TEX® samt amfori BSCI og vil i 2019 optage medlemskab i Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH). Disse medlemskaber giver os adgang til viden, værktøjer og netværk, som tjener som værdifulde input til tilrettelæggelsen af vores egen indsats på CSR-området.

I den resterende del af COP-rapporten for 2018 beskriver vi vores politikker, handlinger og ambitioner på tværs af områderne brands, mennesker samt miljø og klima. I figuren nedenfor ses en oversigt over hvilke af principperne i UNGC, der hører til hvert af de pågældende områder.



BRANDS

Vores ni brands, og de knap 6.000 varenumre de rummer, er rygraden i vores forretning. Når vores brands vokser, så vokser vores forretning, og dermed vores muligheder for at

forvalte det ansvar vi har som international designvirksomhed. I det følgende beskriver vi hvert af vores brands og vores forventninger til dem i 2019.





KAY BOJESEN

Kay Bojesen-universet er ikke noget, man vokser fra, men vokser med. Æstetikken og materialerne er langtidsholdbare, og så har Aben og de andre figurer et særligt talent for at erobre vores hjerter, som kun et brand med personlighed kan. Produktporteføljen tæller mere end 25 figurer i forskellige størrelser og udgaver, og nye dyr fra Kay Bojesens omfattende designarkiv kommer løbende til.

Vi lancerede otte nyheder under Kay Bojesen-brandet i 2018, hvor det var mini-aben i teak, som var årets højdespringer og blev virksomhedens bedst solgte produkt overhovedet med over 100.000 mini-aber, der i dag smiler i danske og udenlandske hjem. På 10 år har Rosendahl Design Group øget salget af den ikoniske abe med mere end 1.000 procent, og Kay Bojesen-brandet er nu det største brand i Rosendahl Design Group.

Det var også i 2018 vi blev medlem af FSC og kunne præsentere de første FSC-certificerede produkter. FSC er en international non-profit mærkningsordning til træ og papir. FSC-certificeringen betyder, at træet, der indgår i fremstillingen af produktet, er skovet på en måde, der tager hensyn til både naturen og de sociale forhold i de skove, som træet kommer fra.

Vi har store forventninger til Kay Bojesen i 2019, som fortsat vil høre til et af de største brands i vores portefølje i det kommende år.



ROSENDAHL

Siden 1984 har Rosendahl gjort hverdagens øjeblikke smukkere med konsekvent, funktionelt design og et let afkodeligt formsprog. Rosendahl er et ungt brand med mod og stor forståelse for, hvordan mennesker lever - lige nu og her. Med produkter fra klassisk køkkenudstyr til smuk borddækning har funktionalitet og tilgængelighed i både form og pris været definerende for et af Skandinaviens mest populære livsstilsbrands.

I 2018 sendte vi i alt 71 Rosendahl-nyheder på markedet. Det er dog en Rosendahl-klassiker, som er det mest solgte produkt i året; nemlig Grand Cru-vandglasset. I de kommende sæsoner vil vi lancere nye koncepter, som supplerer de eksisterende serier, og bestræber os i design og markedsføring på at styrke Rosendahls position i forbrugernes bevidsthed.



BJØRN WIINBLAD

I mere end 50 år var Bjørn Wiinblad en af Danmarks mest produktive kunstnere og anerkendt for sin særlige, humoristiske streg, maksimalistiske stil og sine fantastiske farver. Siden 2014 har Rosendahl Design Group haft rettighederne til det enorme designarkiv, der omfatter alt fra tekstiler til keramik, glas og porcelæn. I 2018 var det især nye lanceringer, der trak salget på Bjørn Wiinblad frem. Dog er der stadig affektion hos forbrugerne til porcelænsprodukterne i vores cut-out serie med blandt andet vaser og stager, og Flowerhead-lysligten blev det mest solgte Bjørn Wiinblad-produkt i 2018.

I de kommende år lancerer vi produkter, som i endnu højere grad tager udgangspunkt i Bjørn Wiinblads originale værker. Som internationalt anerkendt kunstner med en stor fanskare uden for Danmark er det fortsat vores forventning, at særligt Bjørn Wiinblad vil bidrage positivt til omsætningen og markedspenetrationen uden for Danmark og Norge fremover.

JUNA

JUNA er et nordisk tekstilbrand med stærke rødder i Danmark og inspiration fra det danske landskab. I mere end 45 år har JUNA leveret danskdesignet tekstil i høj kvalitet til kæder og kunder.

I 2018 indgik JUNA et samarbejde med kokken Jesper Vollmer om en serie køkkentekstiler ved navn RÅ, som især er målrettet den mandlige forbruger. Forklædet i RÅ-serien blev den bedst sælgende nyhed i JUNA-brandet i 2018.

Vi har store forventninger til JUNA de kommende år og vil med større fokus på brug af bæredygtige og økologiske materialer arbejde for at bringe JUNA tættere ind i flere danskeres bevidsthed, når de skal vælge tekstiler med høj designmæssig kvalitet og et bæredygtigt aftryk. I tråd med JUNAs bæredygtige DNA vil vi fremover arbejde endnu mere målrettet med at udvikle serier med designs, som griber udover sæsonerne.



LYNGBY PORCELÆN

Håndlavet design siden 1936. Lyngby Porcelæn har solide historiske rødder og har i mere end 80 år været kendt for elegant og innovativt, dansk design og enkel, stilren brugskunst. Den klassiske porcelænsfabrik har sat et massivt aftryk på dansk porcelænsproduktion og blev føjet til RDG's brandportefølje i 2016.

Siden da har vi lanceret en lang række nyheder og udbygget blandt andet Rhombe-stellet, der er designet med inspiration fra et gammelt stel fra arkivet på Porcelænsfabrikken Danmark, Lyngby. Salget af Rhombe-stellet er kommet godt i gang i 2018, og det er vores målsætning at videreudvikle serien og udbrede distributionen markant.

GLOBAL

Siden 1983 har Komin Yamadas GLOBAL-knive kombineret moderne design med traditionelt japansk håndværk, kvalitet og ergonomi. Produktporteføljen, der i Danmark tæller mere end 45 knive og en lang række køkkenredskaber, er kendetegnet ved unikt stål, en særlig slibning og produktion uden samlinger, der gør knivene mere hygiejniske. Rosendahl Design Group har haft distributionsretten til GLOBAL-knive i Danmark, Norge og Finland siden 1991.

I 2018 lancerede vi 15 nyheder, heraf en række af eget design under GLOBAL-navnet, hvor et salt-og pebersæt blev den bedst sælgende nyhed. Som følge af særligt øget salg til det norske marked er GLOBAL-brandet vokset i 2018. I de kommende år vil vi fortsætte arbejdet med den re-branding af GLOBAL, som blev sat i søen i 2018, og hvis effekt vi allerede kan se på de sociale medier og i vores webshop.



ARNE JACOBSEN CLOCKS

I mere end 80 år har Arne Jacobsens tidløse arkitektur og design vakt opsigt og anerkendelse verden over. Siden 2008 har Rosendahl Design Group haft globale rettigheder til produktion og distribution af Arne Jacobsens ikoniske væg-og bordure. Urene, der forhandles i både Nordeuropa og Japan, er primært baseret på Arne Jacobsens tre originale vægure; ROMAN til Århus Rådhus (1942), CITY HALL til Rødovre Rådhus (1956) og BANKERS til Danmarks Nationalbank (1971). Alle ure produceres stadig i fuld overensstemmelse med mesterarkitektens originaler.

Vi sendte i alt tre nyheder fra Arne Jacobsen Clocks på markedet i 2018. I 2018 lagde vi også grundlaget for en større tilstedeværelse på de sociale medier for Arne Jacobsen Clocks-brandet. Vi forventer vækst i brandet for 2019 i kraft af øget eksportsalg og generelt større fokus på markedsføring.



HOLMEGAARD

Holmegaard er et lige så aktuelt brand i dag, som det var, da Holmegaard Glasværk åbnede dørene i Næstved i 1825. Det er æstetisk, relevant og legende – skabt til brug og dekoration, bundet sammen af organisk formsprog og godt håndværk med respekt for historien. I dag spænder produktporteføljen fra vaser og glas til lanterner og julepynt. Rosendahl Design Group overtog Holmegaard i 2008 og har siden budt velkommen til både nye og etablerede designere, som har udviklet nye produkter og genfortolket klassikere i det mere end 190 år gamle designarkiv. I 2018 lancerede vi i alt 24 nyheder i Holmegaard, og især Holmegaard juleserien er stadig populær. Årets mest solgte produkt var fortsat den mellemste klare lanterne i Design with Light-serien.

I 2019 har vi store forventninger til Holmegaard, og særligt til to af de større forårsnyheder, lyslygte-serien Flow og den smukke Cado-vase, som er lanceret i samarbejde med den japanske kunstner Fumie Shibata. Vi ser derudover frem til at relancere STUB-glasset, som prydede mange middagsborde i det danske hjem i 70'erne.

KÄHLER

Siden Herman A. Kähler grundlagde sit keramikværksted i Næstved i 1839, er Kähler blevet et synonym for dansk keramikdesign i absolut topklasse med design, der har gået sin sejrsgang verden rundt - til stadighed med respekt for historien, fokus på håndværket og i moderne tid med det klassiske "HAK"-logo i bunden af alle værker.

Rosendahl Design Group overtog Kähler i 2018, og dermed er den hæderkronede keramikvirksomhed vores nyeste tilføjelse til brandporteføljen. I 2018 har det været Hammershøi-serien, der har solgt bedst. Vi har store forventninger til Kähler i 2019, hvor vi får brandet fuldt integreret i vores forretning og har allerede flere spændende produktnyheder på tegnebrættet.



DONATIONER OG SPONSORATER



KAY BOJESEN DENMARK OG ABERNE I ZOO

Med brandet Kay Bojesen Denmark har vi fået en enestående mulighed for at være sponsor for aberne i Zoo København.

Kay Bojesen var selv en barnlig voksen med en helt særlig evne til at tale til legebarnet i os alle. Hans berømte abe kom til verden i 1951, og lige siden har den - og resten af hans forunderlige dyrefamilie - forbundet børn og voksne i leg og historier, der har sat tiden i stå og sendt drømme på langfart. Den magi, der opstår i selskab med virkelighedens abe i Zoo, gør præcis det samme: Forener børn og voksne i et univers af oplevelser og historier, der lader tiden stå stille et kort sekund.

Helt i tråd med Kay Bojesens ånd om at fejre legebarnet i os alle og slippe fantasien løs er vi stolte af vores samarbejde med Zoo København om sponsoratet af havens aber.



BJØRN WIINBLADS "DET BLÅ HUS"

Bjørn Wiinblad ejede mange huse og lejligheder i Danmark og Europa, men hans hjerte bankede for Det Blå Hus i Kgs. Lyngby. Det Blå Hus blev hans hjem og værksted indtil hans død i 2006.

Et af Bjørn Wiinblads højeste ønsker var at gøre Det Blå Hus til et arbejdende museum for unge kunstnere. Huset trænger dog til en kærlig hånd for at kunne indfri denne drøm. For hvert Bjørn Wiinblad-produkt der sælges, doneres der derfor et beløb til renovering og vedligeholdelse af Det Blå Hus i håbet om, at det en dag bliver muligt at indfri multikunstnerens drøm om at gøre huset til et arbejdende museum.



DET KONGELIGE TEATER

Som sponsor af Det Kgl. Teater leverer vi Grand Cru service fra Rosendahl til både Operaen, Gammel Scene og Skuespilhusets restauranter og barer. Igennem Rosendahl-brandet ønsker vi at styrke kulturlivet og det liv, der skaber rammen om kulturen. Derfor er vi med dette sponsorat særligt stolte over at være med til at sætte dansk design på menukortet.



KAREN BLIXEN MUSEET RUNGSTEDLUND

Rosendahl-brandet har med julepyntserien Karen Blixens Jul været officiel sponsor for Karen Blixen Museet på Rungstedlund siden 2007 med ønsket om at medvirke til at bevare og formidle arven efter den verdensberømte forfatterinde. For hvert solgt stykke julepynt fra kollektionen går et beløb til finansiering af nye udstillinger på museet, særudstillinger samt arrangementer som oplæsninger, litterære samtaler mm.



KNÆK CANCER

Gennem Rosendahl og Holmegaard har RDG gennem en årrække støttet Knæk Cancer med årligt 100.000 kr.



PINK CUP

Siden 2010 har vi støttet kampen mod brystkræft gennem Pink Cup - Danmarks største golfturnering for kvinder med sine mere end 5.500 deltagere fra 124 klubber. Siden Pink Cups start i 2003 har Rosendahl Design Group støttet landsfinalen med præmier til dem, der går aktivt ind i kampen mod brystkræft.

MENNESKER

Vores samfundsansvar vedrører både de mennesker, som arbejder hos RDG, og de mennesker, som er forbundet til vores forretning gennem vores globale forsyningskæde.

Vi vil være en arbejdsplads, hvor vores medarbejdere trives og udvikles, og vi vil fremme respektfulde relationer og godt samarbejde med vores samarbejdspartnere – uanset hvor i verden de befinder sig.



MENNESKE- OG ARBEJDSTAGERRETTIGHEDER

RDG samarbejder med leverandører i mange forskellige lande. Vi ønsker at samarbejde med leverandører, hvor de ansatte arbejder under forhold, der som minimum lever op til leverandørlandets mindstekrav samt internationalt gældende regler, og hvor leverandøren arbejder med løbende forbedringer. Vores holdning er, at produktionen hos RDG's leverandører aldrig må ske under forhold, som er i strid med menneskerettighederne.

Som medlem af UNGC har vi forpligtet os til at støtte principperne vedrørende menneske- og arbejdstagerrettigheder, herunder princip nr. 1, 2, 3, 4, 5 og 6:

- **Princip 1:** Virksomheden bør støtte og respektere beskyttelsen af internationalt erklærede menneskerettigheder
- **Princip 2:** Virksomheden bør sikre, at den ikke medvirker til krænkelser af menneskerettighederne
- **Princip 3:** Virksomheden bør opretholde foreningsfriheden og effektivt anerkende retten til kollektiv forhandling
- **Princip 4:** Virksomheden bør støtte udryddelsen af alle former for tvangsarbejde
- **Princip 5:** Virksomheden bør støtte effektiv afskaffelse af børnearbejde
- **Princip 6:** Virksomheden bør afskaffe diskrimination i relation til arbejds- og ansættelsesforhold





Member of amfori, the leading business
association for open and sustainable trade.
We take part in amfori BSCI.
For more information visit www.amfori.org

I tillæg til vores støtte til UNGC's principper er vi medlem af Business Social Compliance Initiative (BSCI). BSCI er en medlemsorganisation for virksomheder og brancheorganisationer, som baserer deres arbejde i leverandørkæden på et kodeks, det såkaldte 'amfori BSCI Code of Conduct'.

AMFORI BSCI CODE OF CONDUCT

Amfori BSCI Code of Conduct indeholder 11 principper. Principperne omfatter blandt andet forbud mod børnearbejde, tvangsarbejde, korrupsion og diskrimination samt krav til at sikre arbejdsforhold, medarbejdernes ret til at organisere sig samt rimelige arbejdstider og lønforhold. BSCI er et anerkendt rammeværktøj, som bruges af over 2.000 virksomheder i mere end 40 lande. Det hjælper os med at stille krav til vores samarbejdspartnere og til at fremme et konstruktivt samarbejde for at højne standarden de steder, hvor det er nødvendigt.

I 2018 har vi gennemført en omfattende undersøgelse af hele vores leverandørkæde for at sikre, at alle har underskrevet amfori BSCI Code of Conduct (inklusive transportører). Vores ambition på området er følgende:

- Vores leverandører skal, som en del af deres kontrakt med RDG, også underskrive BSCI Code of Conduct.

AMFORI BSCI AUDIT

I tillæg til amfori BSCI Code of Conduct anvender RDG amfori BSCI Supplier Audits. Amfori BSCI Supplier Audits hjælper os med kontinuerligt at forbedre gennemsigtigheden i de mange processer, der finder sted i vores globale forsyningskæde. I 2018 har vi rettet kontakt til alle leverandører i amfori BSCI-risikolande med oplysning om vores medlemskab af BSCI samt opfordring til BSCI-auditering eller anden 3-parts audit. Hos de leverandører, hvor vi i kraft af vores BSCI-medlemskab, har primært ansvar for gennemførelse af BSCI audits, har vi ligeledes foretaget opfølgning med krav om remedieringsplaner. Vores ambition på området er følgende:

- Alle RDG's leverandører skal gennemgå et eksternt audit

Ved en amfori BSCI-audit kan der opnås resultater fra A-E, hvor E er "Unacceptable". Vi accepterer derfor niveauerne A-D efter en udført audit, men opfordrer til, at leverandøren arbejder med at opnå mindst resultatet C ved andet audit.

RDG lægger generelt vægt på et tæt samarbejde med vores leverandører og på at understøtte løbende forbedringer. Det gør vi gennem dialog og opfølgning på de planer, vi udarbejder med leverandøren (remediation plans) for at sikre, at de pågældende problematikker håndteres.

LEVERANDØRSEGMENTERING¹

For at skabe overblik og prioritering af indsatser i vores leverandørkæde segmenterer vi systematisk vores leverandører på baggrund af amfori BSCI's globale kortlægning af risikolande. Vores ambition på området er følgende:

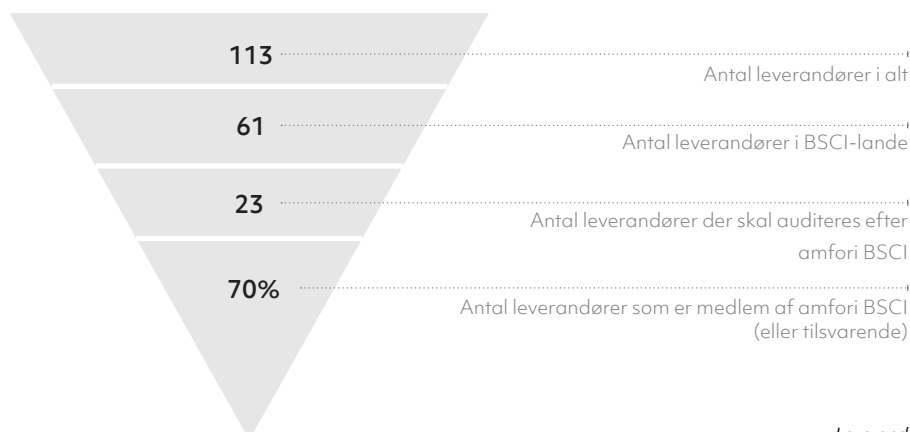
- Alle nuværende leverandører, der er placeret i BSCI-risikolande, skal være auditeret efter amfori BSCI (eller tilsvarende standarder/certificeringer, som for eksempel Sedex eller SA8000) inden udgangen af 2020.
- Alle nye leverandører i BSCI-risikolande skal inden opstart af samarbejde være auditeret efter BSCI (eller tilsvarende fx Sedex eller SA8000).

Prioriteringen af leverandører til BSCI-audits sker på baggrund af følgende kriterier:

1. Vores indkøbsvolumen og heraf afledte mulighed for indflydelse hos leverandøren
2. Særlige forhold (f.eks. lokalitet, væsentlighed eller særlige risici)

Leverandører, som falder ind under følgende kriterier, er kernen i vores produktion. Vi har derfor en særlig interesse i at følge dem nøje og i tæt samarbejde forbedre eventuelle udfordringer. Vores indsats tager sit udgangspunkt i leverandører i første led og agents leverandører i første led. Det vil sige, samarbejdspartnere med hvem vi har en direkte relation og dermed større mulighed for at påvirke.

¹RDG-leverandører omfattet af denne politik er leverandører af fysiske produkter inklusive produktrelateret POS (fx pap, papir, plast), men ikke leverandører af møbler, lamper og udstyr mm. til udstilling og messer.



Leverandører til RDG pr. 31/12/2018

Vi beder dog alle vores leverandører om at fremlægge oplysninger om deres underleverandører (andet led), da det bidrager til større gennemsigtighed i hele værdikæden. Derfor er vores ambition følgende:

- Inden udgangen af 2020 skal alle leverandører til RDG have afgivet oplysninger om deres underleverandører (andet led).

TRANSPORTØRER

Vi har ligeledes fokus på menneske- og arbejdstagerrettigheder hos RDG's transportører. Derfor anmoder vi alle vores primære transportører af varer til og fra lager om at underskrive amfori BSCI Code of Conduct.

SOCIALE FORHOLD

Som et kreativt hus er engagerede og passionerede medarbejdere vores vigtigste ressource. Vores ambition er at skabe en arbejdsplads med fokus på trivsel og udvikling af den enkeltes talent. Derfor er det afgørende for os at være en arbejdsplads med psykiske og fysiske rammer, der gør

det muligt – og som både fastholder og tiltrækker de bedste medarbejdere.

Vi tilbyder blandt andet vores medarbejdere kantineordning med økologisk, sund og varieret mad, fitnessrum, løbeklub, yoga, massør og frisør. Gennem efteruddannelse og kurser sætter vi løbende fokus på faglige og personlige udfordringer, og der har i 2018 været afholdt kurser i at give og modtage feedback fra kolleger og samarbejdspartnere samt gå-hjem-møder om bl.a. robusthed i dagligdagen. I 2018 har vi fortsat arbejdet med vores lederudviklingsprogram. Fokus for uddannelsesprogrammet er ledelse, da vi ved, at ledelse er uhyre afgørende for medarbejdertrivsel – uanset om man leder andre eller leder sig selv i sin hverdag. Arbejdet har blandt andet omfattet implementering af et nyt rammeværktøj for værdibaseret MUS, udvikling af en værktøjskasse for god ledelse i RDG samt gennemførelse af trivsels- og ledermålinger i hele organisationen.

I 2018 påbegyndte vi udvidelsen af vores hovedkontor, så vi også fysisk kan tilbyde vores medarbejdere de bedste



rammer at udføre deres arbejde i. Byggeriet vil stå færdigt i sidste halvdel af 2019. I 2019 vil vi som følge af trivselsmålingen også igangsætte aktiviteter, der skal støtte op om vores ambition, herunder samarbejde på tværs, feedbackkultur, øget balance i hverdagen samt fokus på nedbringelse af stress.

Som en del af vores 2020-strategi har vi på trivsels- og udviklingsområdet følgende målsætninger:

- Årlig lederudvikling med resultat i top 10%
- Årlig trivselsmåling med resultat i top 10%
- Udviklingsplaner og -forløb i gang for alle medarbejdere

| | 2017 | 2018 |
|-------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Antal medarbejdere | 132 | 141 |
| Gennemsnitsanciennitet | 4,5 år | 4,5 år |
| Gennemsnitsalder | n/a | 43 år |
| Sammensætning | 95 kvinder 37 mænd | 99 kvinder 42 mænd |
| | 12 kvinder og 8 mænd i ledelse | 12 kvinder og 8 mænd i ledelse |
| | 4 kvinder og 3 mænd i direktion | 4 kvinder og 2 mænd i direktion |
| Sygefravær | 2,12% | 2,37% |

Medarbejdersammensætningen i RDG



Jeg er stolt af at være en del af en virksomhed med et stærkt socialt sammenhold.

JESPER FORNÆS CHRISTOFFERSEN
QUALITY MANAGER

ANTI-KORRUPTION

Som medlem af UNGC understøtter vi også princippet vedrørende anti-korruption:

- **Princip 10:** Virksomheden bør modarbejde alle former for korruption, herunder afpresning og bestikkelse

RDG tager afstand fra enhver form for korruption og bestikkelse.

GAVER OG REPRÆSENTATION

Det er RDG's holdning, at ansatte gerne må modtage og give gaver til for eksempel leverandører og kunder, så længe det ikke kan skabe tvivl om medarbejderens loyalitet overfor RDG. Vi mener også, at deltagelse i visse typer events kan være opbyggende og/eller vedligeholdende for relationer, og derfor vil være i RDG's interesse. RDG's gavepolitik opstiller regler for, hvornår og under hvilke betingelser ansatte kan tilbyde gaver og repræsentation, samt hvornår og under hvilke betingelser der kan modtages gaver og repræsentation fra kunder og leverandører.

POLITIK FOR BESTIKKELSE

RDG's politik for bestikkelse er enkel. RDG har nul-tolerance overfor alle former for direkte og indirekte bestikkelse. Ansatte i RDG må ikke tilbyde eller modtage ulovlige eller uretmæssige pengegaver eller andre former for betaling eller goder for at opnå forretningsmæssige eller private fordele. RDG's holdning er den samme, når det gælder vores

samarbejdspartnere, som heller ikke må modtage eller yde eller på anden måde være involveret i bestikkelse.

LØBENDE INDSATS IMOD

KONKURRENCEBEGRÆSENDE AFTALER

I RDG går vi ind for fri konkurrence og accepterer under ingen omstændigheder ulovlige prisaftaler eller andre konkurrencebegrænsende aftaler. Vores holdning omfatter, men er ikke begrænset til; prisaftaler, opdeling af forsyningskilder og leverandører samt aftaler om eventuelle tillægsydelse, der skal indgå i en kontrakt.

I overensstemmelse med konkurrencelovgivningen vil det til enhver tid være forhandlerne selv samt udviklingen i markedet, der skal afgøre hvordan, hvor og til hvilken pris RDG's varer sælges.

RDG udsteder udelukkende vejledende udsalgspriser, og vi underviser vores sælgere i overholdelse af den til enhver tid gældende konkurrencelovgivning.

I 2018 har vi udsendt brev internt og eksternt med vejledning om brug af bloggere.

Heller ikke i 2018 har der været rapporteret tilfælde af korruption eller bestikkelse i RDG, og vi vil i 2019 fortsat have fokus på at fastholde vores gældende politikker og indsats.

MILJØ OG KLIMA

Vi driver en værdibaseret, international designvirksomhed med fokus på ansvarlighed og bæredygtighed. Det betyder blandt andet, at vi arbejder for, at produktionen af vores varer ikke belaster miljøet over tilladte grænser eller er til unødigt miljømæssig skade i de områder, hvor produktionen foregår.

RDG råder over tusindvis af varenumre, som er fremstillet af mange forskellige materialer og vores forsyningskæde spænder sig over store dele af verden. Vi arbejder kontinuerligt på at forbedre gennemsigtigheden i vores forsyningskæde og blandt vores leverandører.

Vi har følgende ambitioner på området:

- Medlemskab af og engagement i UNGC med en omfattende COP-rapportering, som afspejler vores indsats.
- Alle elementer i vores forsyningskæde er i overensstemmelse med nærmere definerede mål for miljø og klima.

Antal produkter med
OEKO-TEX

88%

Antal produkter i træ
(katalog 2018):

90

Antal produkter med
FSC i 2018:

16



Forbrugerne skal føle sig stolte over at have vores produkter i deres hjem og føle, at de giver glæde og værdi i deres hverdag. Vi er stolte af vores design, og fordi vi altid stræber efter at skabe de smukkeste produkter. Samtidig er der kvalitet i vores produkter, i vores samarbejde internt og eksternt - og det giver kvalitet i hverdagen for mig.

TINE CASPER
DESIGN & TEAM MANAGER

I 2018 har vi arbejdet målrettet for at indfri vores ambitioner på området for miljø og klima. På et strategisk plan har vi gennemført en større bæredygtighedsundersøgelse af hele vores forretningsmodel (se figur på side 8). Vi har i 2018 også brugt ressourcer på at kortlægge CO₂-aftrykket for transport fra produktion, affaldstyper- og mængder samt vores eget forbrug af el, vand, varme og gas.

Gennem stikprøver og kontrolbesøg har vi ført løbende kontrol med, at vores agenter og leverandører lever op til kravene i vores CoC såvel som den til enhver tid gældende nationale lovgivning. Vi har tilsluttet os amfori BEPI, som der kan læses mere om i afsnittet nedenfor.

Gennem vores medlemskab af UNGC har vi ligeledes forpligtet os til at efterleve følgende principper på området for miljø og klima:

- **Princip 7:** Virksomheden bør støtte en forsigtighedstilgang til miljømæssige udfordringer
- **Princip 8:** Virksomheden bør tage initiativ til at fremme større miljømæssig ansvarlighed
- **Princip 9:** Virksomheden bør opfordre til udvikling og spredning af miljøvenlige teknologier

MILJØ OG KLIMA I RDG

Processerne, der er involveret i vores produkters vej fra råvare til slutbruger, skal understøtte et bæredygtigt miljø for lokalområderne og de mennesker, som bor og arbejder i dem. RDG vil ikke bidrage til direkte eller indirekte at belaste miljøet over tilladte grænser.

Vores indsats på området vedrører alle dele af den cirkulære værdikæde (se figur på side 7), som vores produkter gennemgår – fra fremskaffelse af råmaterialer, til produktion, transport til lager, salg, brug, bortskaffelse og eventuel genanvendelse.



Member of amfori, the leading business association for open and sustainable trade.
We take part in amfori BEPI.
For more information visit www.amfori.org

LEVERANDØRER

På tværs af vores globale værdikæde vil RDG være med til at løfte standarden blandt vores leverandører, så vi mindsker vores miljømæssige aftryk. Det betyder, at vi som princip hellere vil gå i konstruktiv dialog med vores agenter og leverandører om eventuelt problematiske forhold end straks at forlade samarbejdet.

Vi vil opsige vores samarbejde med en leverandør, hvis den pågældende tydeligt ikke ønsker at udbedre forholdene eller gentagende gange ikke overholder aftale(r) herom med RDG.

Ved særligt grove tilfælde af bevidst miljømæssig skade, vil vi straks opsige samarbejdet med den pågældende leverandør, selvom overtrædelsen ikke nødvendigvis er i strid med det pågældende lands lovgivning på området.

Også på miljø- og klimaområdet foretager vi en leverandørsegmentering, som danner udgangspunkt for en systematisk indsats og håndtering af dialogen med vores agenter og leverandører

AMFORI BEPI

Amfori Business Environmental Performance Initiative (BEPI) er et redskab, som har til formål at fremme forbedringer i leverandørkæden indenfor 11 miljøområder, lige fra energiforbrug, over drivhusgasser til kemikaliestyling. Ved hjælp af værktøjerne i BEPI fastlægger vi de vigtigste miljømæssige fokusområder, hvilket tillader os at arbejde mere målrettet med konkrete miljøforbedringer.

Det vigtigste værktøj i BEPI er det såkaldte Self Assessment Questionnaire (SAQ), som bruges til at evaluere en leverandørs miljømæssige standard. Med SAQ har vi dermed et anerkendt system for evaluering, opfølgning og udbedring på eventuelle miljømæssige problematikker.

Vi har i 2018 igangsat processen hos den første leverandør. Vores ambition er, at:

- To RDG-leverandører i 2019 skal udarbejde en amfori BEPI SAQ.

Udvælgelsen af de næste to leverandører er ikke begrænset af, om leverandøren producerer i et amfori BSCI-risikoland, men vil blive valgt blandt alle vores leverandører.

PRODUKTER

Træ er en vigtig råvare for RDG, da det er råmaterialet i mange af vores produkter, emballager samt diverse Point of Sales-materiale (POS).

For at kunne beskytte og bevare skoven som ressource er det en vigtig prioritet for RDG, at vi løbende arbejder med at gøre vores eget ressourceforbrug mere bæredygtigt. Vores ambition er derfor:

- Al træ anvendt i vores produkter skal inden udgangen af 2020 være FSC-certificeret og/eller komme fra ansvarlige og bæredygtige kilder².

- Al papir, pap og karton anvendt i vores primæremballage skal løbende udskiftes til at være FSC-certificeret og/eller komme fra ansvarlige og bæredygtige kilder^{3,4}.

Vi anvender primært træsorterne bøg, eg, ahorn, valnød og teak. Teak kommer udelukkende fra plantager som er FSC-certificerede plantager. Materialer som bambus og kork er også omfattet af denne politik.

CASE: LILLE ABE

Den lille abe fra Kay Bojesen blev i 2018 certificeret hos FSC, der er en international non-profit mærkningsordning til træ og papir. FSC-certificeringen betyder, at træet, der indgår i fremstillingen af produktet, er skovet på en måde, der tager hensyn til både naturen og de sociale forhold i de skove, som træet kommer fra.

Kay Bojesen blev i 2018 nomineret til Mad og Boligs Ærespris, der uddeles til brands, som arbejder med bæredygtig produktion og samtidig satser på nyt design.

Kay Bojesen-produkter i sortiment hos Åhléns i Sverige har markeret Kay Bojesen som "bra val", som overfor forbrugere markerer, at produktet er bæredygtigt.



²Vi accepterer også PEFC i tilfælde hvor det ikke er muligt at indkøbe FSC-certificeret træ i den rette kvalitet

³Vi accepterer også PEFC i tilfælde hvor det ikke er muligt at indkøbe FSC-certificeret træ i den rette kvalitet

⁴FSC 100 %, FSC MIX og FSC RECYCLED

TRANSPORT

TRANSPORT AF GODS

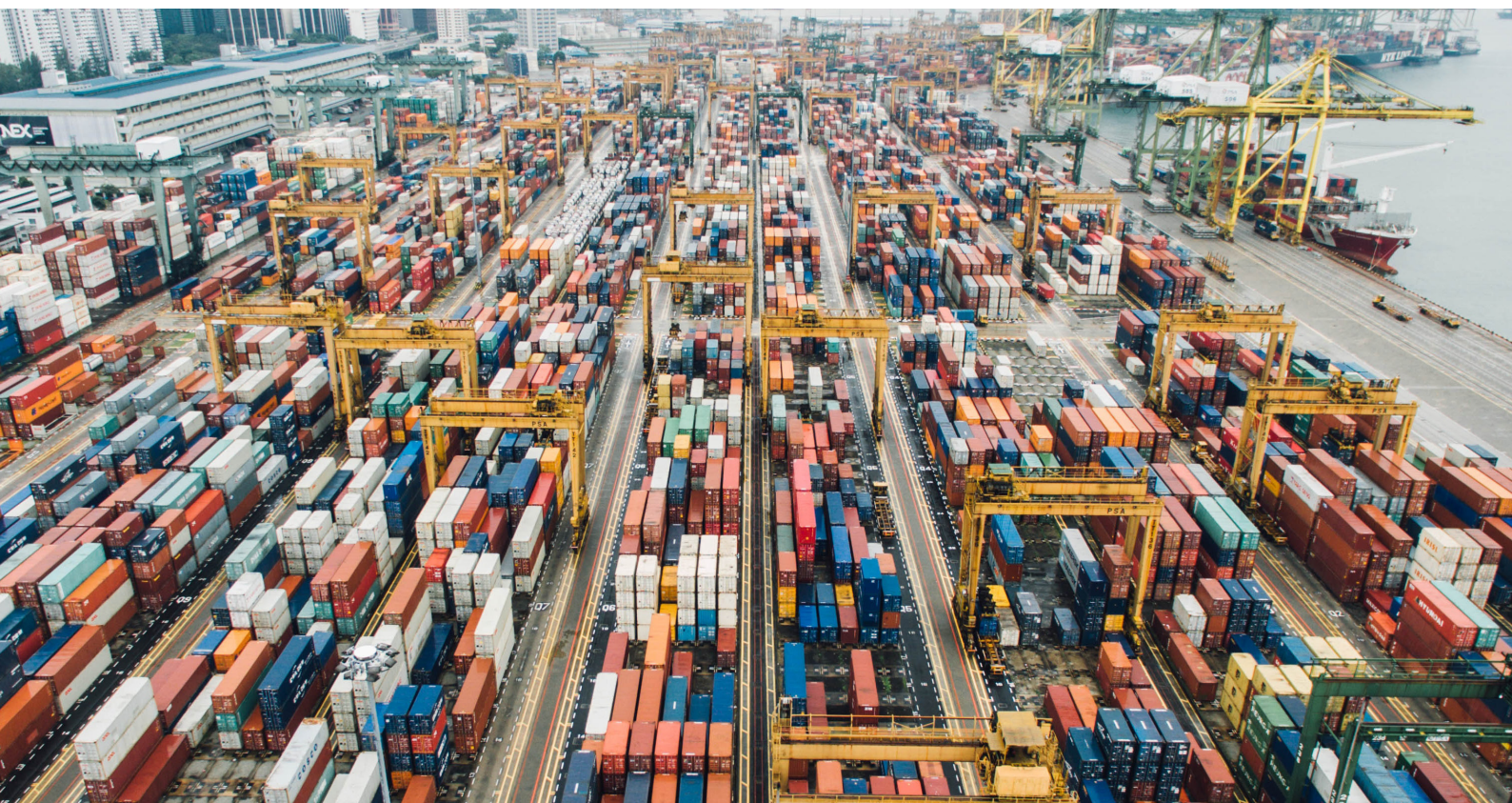
Vores varer transporteres ofte over lange afstande. Vi transporterer varer både med skib, fly, lastbil og tog og har i 2018 kortlagt vores CO₂-bidrag i forbindelse med transport af varer fra produktion. De primære transportmidler for vores produktion er skib og lastbil, og alle aftaler om flyfragt af produktion skal godkendes inden bestilling. Vores ambition på området er:

- Vi vil i 2019 undersøge mulighederne for nedbringelse af mængden af flyfragt.
- Gennem dialog med transportører vil vi i 2019 undersøge mulighederne for besparelser af brændstof.

TRANSPORT AF MEDARBEJDERE

Da vi har kontorer, produktion og salg i mange lande, er det ofte nødvendigt for vores medarbejdere at flyve, da der ikke er tilstrækkelige alternativer. Det er dog alligevel værd at afsøge muligheden for minimering af flyrejser. Vores ambition på området er:

- Vi vil i 2019 undersøge vores forbrug og vores muligheder for minimering af rejseaktivitet med fly.



RESSOURCEFORBRUG OG AFFALD

AFFALD

Som virksomhed er det uomgængeligt, at vi både internt og eksternt genererer affald. Det er ikke desto mindre vores ambition at nedbringe vores affaldsmængder.

Vi har mange forsendelser til vores hus i Hørsholm, herunder blandt andet materialeprøver, produktionsprøver, udstillingsmateriel, indkøb til arrangementer samt varer til kantinen. De fleste af vores aktiviteter medfører affald i form af enten emballage eller madaffald.

Derfor har vi i 2018 kortlagt både affaldsmængder og -typer i virksomheden og etableret et nyt og større affaldsrum, som gør det muligt at sortere i vores mange fraktioner af affald. De omfatter gips, porcelæn, gennemsigtig plast, pap og organisk affald. I forbindelse med etableringen af affaldsrummet har vi informeret alle medarbejdere om de udvidede sorteringsmuligheder.

I 2018 har vi ligeledes formuleret vores ambitioner på området, som skal bidrage til at minimere vores affaldsmængder:

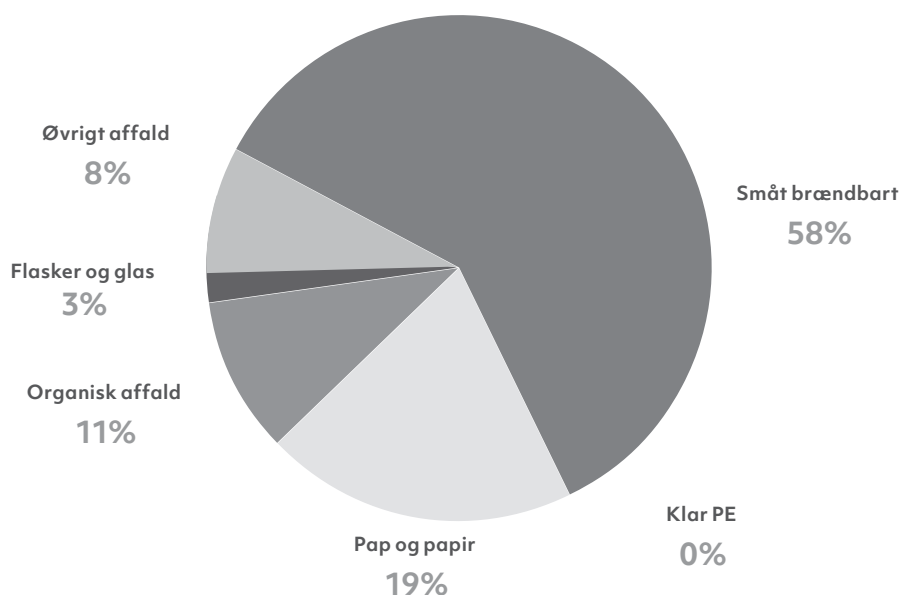
- Vi vil i 2019 undersøge mulighederne for nedbringelse af vores forbrug af transportemballage, herunder fyldmaterialer.
- Vi vil i 2019 løbende monitorere vores affaldsmængder på egne lokationer og igangsætte aktiviteter til nedbringelse af affaldsmængder. Vi vil særligt have fokus på minimering af mængden af småt brændbart/restaffald samt deponi.

RESSOURCEFORBRUG

Vi ønsker generelt at bidrage til et lavere forbrug af ressourcer, som for eksempel el, vand, varme og gas. Det kræver, at vi løbende har overblik over, hvor og hvordan vores ressourceforbrug kan reduceres – både på egne lokationer og hos de samarbejdspartnere, hvor vi har direkte indflydelse på forbruget, som for eksempel vores lagerlokation. Derfor er vores ambition for området følgende:

- Vi vil løbende afsøge, hvordan vi kan fremme et mere bæredygtigt forbrug af el, vand, varme og gas.

AFFALD HØRSHOLM: 40 TON



Afskaffelsesmulighederne for elektroniske produkter, som kan være særligt miljøskadelige, er omfattet af de europæiske "Waste from Electrical and Electronic Equipment"- (WEEE)-regler og er dokumenteret via indlægsseddel og piktogrammer på vores produkter.

CASE: VORES OUTSOURCEDE LAGER

Vores lager er outsourcet til en underleverandør, der varetager lagerdrift og kvalitetskontrol. RDG har stor indflydelse på omfanget og karakteren af ressourceforbruget på vores lagerlokation. Derfor har vi 2018 arbejdet med at kortlægge og indsamle oplysninger om vores energiforbrug, ressourceforbrug og affald på vores lager





PRODUKTSIKKERHED

RDG vil vi ikke acceptere andet end 100% gennemsigthed fra vores leverandører om, hvilke stoffer vores produkter indeholder. Det siger sig selv, at vi i hverken produkter eller emballage vil acceptere fremkomst af stoffer, der kan være sundhedsskadelige for slutbrugeren. Alle vores produkter overholder kravene i REACH, som er EU's fælles kemikalielovgivning.

Vi arbejder løbende på at certificere vores tekstilprodukter hos OEKO-TEX. OEKO-TEX er en tekstilmærkning, der skal sikre forbrugerne mod at blive udsat for sundhedsskadelige stoffer, som bl.a. kan give anledning til hudirritation.

Certificeringen opnås ved at tekstilerne undersøges for indhold af kemikalier. Kravene til opnåelse af OEKO-TEX®-certificeringen er strengere end selve lovgivningen og justeres løbende i samspil med nye forskningsresultater. 88% af vores tekstilprodukter er certificeret hos OEKO-TEX.



EGENKONTROLPROGRAM

Vores egenkontrolprogram bygger på dansk og europæisk lovgivning og er baseret på principperne i den internationalt anerkendte "Hazard Analysis and Critical Control Points"-metode (HACCP). Egenkontrolprogrammet beskriver de arbejdsgange og de faste skriftlige procedurer, som vi følger og dokumenterer for at sikre fødevarer sikkerheden.

For alle produkter til fødevarerkontakt, fremstillet af eksempelvis plastik, porcelæn, metal og glas, er vi underlagt dansk og europæisk lovgivning, der kræver, at vi udarbejder overensstemmelseserklæringer og dokumenterer, at vores produkter lever op til gældende lovgivning. Ved ændring af produktionsforhold eller materiale i et eksisterende produkt vil produktet blive testet og dokumenteret på ny.

Vores egenkontrolprogram er dækkende for alle virksomhedens aktiviteter og på alle egne lokationer.

RISIKOANALYSE FOR NYE PRODUKTER

Inden nye produkter bliver godkendt til produktion udføres en grundig risikoanalyse med overvejelser om produktion, test, materiale, brugssituation og kassation.



ROSENDAHL
DESIGN GROUP

UDGIVET AF Rosendahl Design Group A/S
DESIGN, LAYOUT OG KORREKTUR Geelmuyden Kiese