

2024



LINDBAK

# BÆREKRAFTSRAPPORT

# LINDBAK



I 2024 lanserte vi i samarbeid med Cemo en ny kaffe som heter Symfoni. Kaffen er en lysbrent blanding fra Cerrado i Brasil og Nyeri i Kenya. I Brasil dyrkes kaffen av Urban-familien på gården Rio Brilhante, mens den kenyanske kaffen kommer direkte fra utvalgte vaskestasjoner og enkeltgårder. Både vi og Cemo legger stor vekt på at kaffebøndene har det gode arbeidsforhold og får riktig betalt. Derfor kjøper Cemo kaffe direkte fra kaffebøndene, uten mange mellomledd, før den fraktes til brenneriet og videre ut til våre kunder.

For hver pose symfoni kaffe som selges, planter vi et nytt kaffetre i Kenya.



## OM RAPPORTEN

Lindbak AS (Lindbak) er organisert som et aksjeselskap, og er morselskap for en landsdekkende kjedevirksomhet. Denne rapporten omfatter alle selskapene og enhetene i kjeden.

Bærekraftsrapporten 2024 er Lindbaks sjette bærekraftsrapport. Vi har tidligere rapportert både i 2019, 2020, 2021, 2022 og 2023. Rapporten omfatter bærekraftsarbeidet i Lindbak AS i hele Norge for finansåret 2024, som følger kalenderåret.

Vi rapporterer i henhold til GRI-rammeverket (GRI Standards 2021) for bærekraftsrapportering. Selskapet er i tillegg medlem i Etisk Handel Norge og rapporterer også på deres standarder for rapportering.

Ved spørsmål til bærekraftsrapporten, kontakt Jan Petter Lindbak, CEO og leder for bærekraftsarbeidet i Lindbak.

Lindbaks bærekraftsrapport for 2024 er publisert den 28.06.2025.

### SLIK FINNER DU FREM I BÆREKRAFTSRAPPORTEN VÅR

Bærekraftsrapporter som følger GRI-rammeverket, har krav om å inkludere en GRI-indeks som viser hvilke GRI-standarder vi har rapportert på. Vår GRI-indeks finner du bakerst på side 60. GRI-indikatorne det henvises til underveis finner du også nederst på venstre side.

I kapittel 3-5 (s. 26-59) kan du lese om vårt bærekraftsarbeid knyttet til våre vesentlige temaer. I starten av hvert kapittel og tema finner du målsetningene relatert til våre prioriterte bærekraftsmål.

Du finner også en del QR-koder underveis som viser til filmer og artikler med historier som bygger opp under vårt bærekraftige utviklingsarbeid. Du kan navigere deg til innholdsfortegnelsen ved å trykke på huset nederst til høyre.

God lesing!

## TIDLIGERE BÆREKRAFTSRAPPORTER

SKANN QR-KODENE



Om rapporten	3
<b>01 // NØKKELTALL</b>	
Sentrale nøkkeltall	8
<b>02 // OM LINDBAK</b>	
Om Lindbak	12
Våre produkter og tjenester	16
Virksomhetsstyring og styrets rolle	18
Vår vesentlighetsanalyse	20
Vår bærekraftsstrategi og våre målsetninger	24
<b>03 // GRØNNE VALG</b>	
<b>Sirkularitet, klima og miljø</b>	
Produktdesign, materialbruk og sirkularitet	28
Salgspraksis og produktmerking	30
Reduksjon av avfall og klimagassutslipp	32
<b>04 // LINDBAK+MEG</b>	
<b>Oss i Lindbak</b>	
Ansattes engasjement, mangfold og utvikling	38
Etterlevelse av lover og standarder for arbeidsmiljø og ansattes helse og sikkerhet	48
<b>05 // VI BRYR OSS</b>	
<b>Forretningsetikk, sikkerhet og engasjement</b>	
Forretningsetikk, leverandørkrav og menneskerettigheter	52
Datasikkerhet og personvern	56
<b>06 // GRI-INDEKS</b>	
GRI-Indeks	60

## FRA ADMINISTRERENDE DIREKTØR - Miljø og etisk handel i praksis

Samtlige av Lindbak sine strategiske forretningsområder hadde vekst i 2024 til tross for at våre bransjer hadde en negativ utvikling som følge av strammere rentepolitikk, usikkerhet hos våre kunder og færre ferdigstilte næringsbygg. Lindbak har gjennom 2024 gjennomgått den største omorganisering i selskapets historie for å posisjonere oss for fremtiden og videre vekst. Med de endringer og investeringer som er gjort, med den kundemassen vi har og den finansielle soliditeten til selskapet, ser vi lyst på årene som kommer. Vår ambisjon er å være markedsledende i Norge innen alle våre forretningsområder og vi har en stor tro på vår strategi og våre medarbeidere.

Lindbak sin ambisjon er å skape en bærekraftig fremtid på norske arbeidsplasser. Det er dette som er ledestjernen i vårt arbeid, og den skal være førende for våre beslutninger knyttet til miljø- og sosiale tiltak. Lindbak skal være Norges ledende aktør på bærekraftig utvikling innen våre bransjer og forretningsområder.

Vår visjon forplikter oss til å gjøre mer, og dette krever langsiktighet, investeringsvilje og ikke minst en kultur og kjerneverdier som understøtter målsetningen. Fokus på miljø, etisk handel og menneskerettigheter i leverandørkjeden er viktig for oss i Lindbak og er en hovedpilar i den langsiktige strategien til selskapet.

I 2024 så har vi videreutviklet våre tjenester knyttet til Smidig Kontor og Lindbak:RE. Vi har utviklet IT-applikasjoner som hjelper våre kunder ta miljømessige gode valg. Vi har vært på besøk til våre kaffeprodusenter i Afrika og Sør-Amerika for å sikre at våre partnere der har gode arbeidsforhold og vi har videreført vårt sterke fokus på vårt interne arbeid med skoloring av alle ansatte i grunnleggende prinsipper innen bærekraft og vi fortsetter å videreutdanne våre bærekraftsambassadører.

Hvert eneste år jobbet vi aktivt for å heve ambisjonsnivået i vårt bærekraftsarbeid. Eierne av Lindbak har vedtatt at selskapet skal forsøke å ha netto nullutslipp innen 2040, noe som betyr tydeligere krav til hva vi investerer i og hvordan vi jobber.

Jeg vil gjerne takke alle ansatte, kunder og samarbeidspartnere. Sammen når vi målene våre!

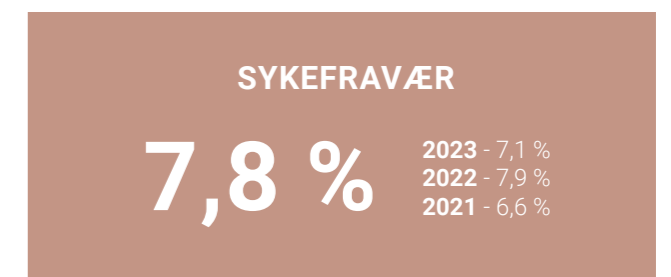
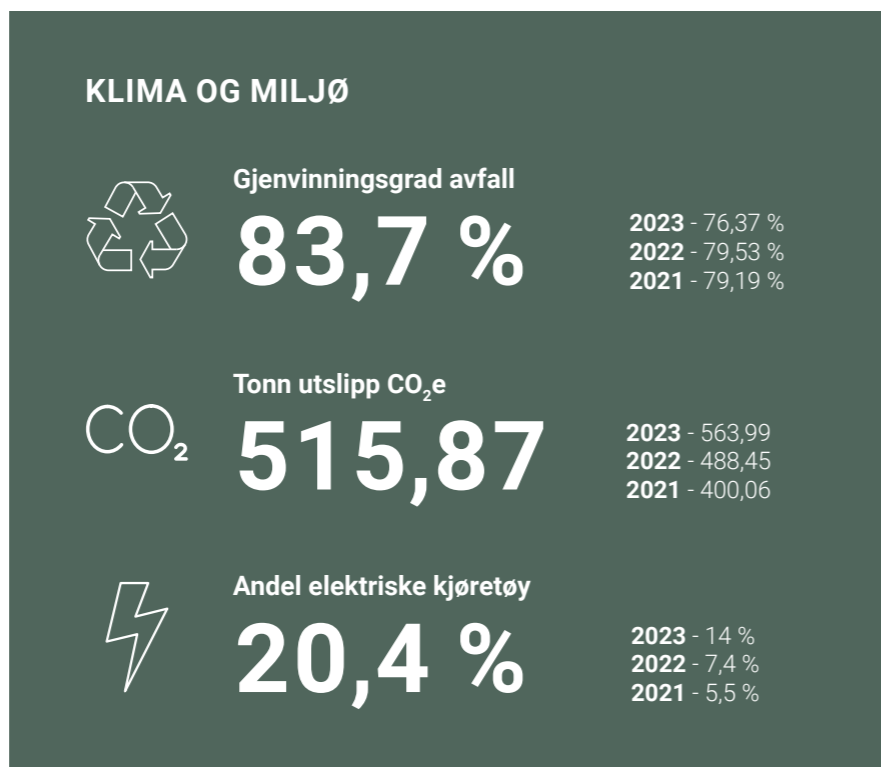
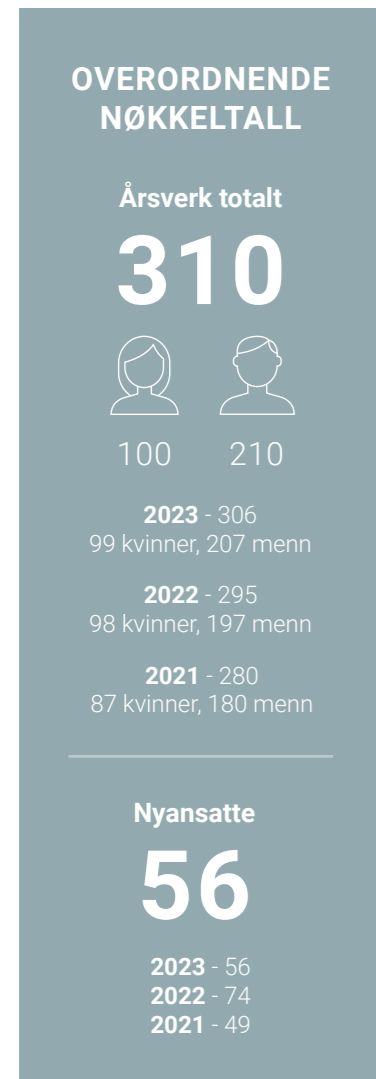
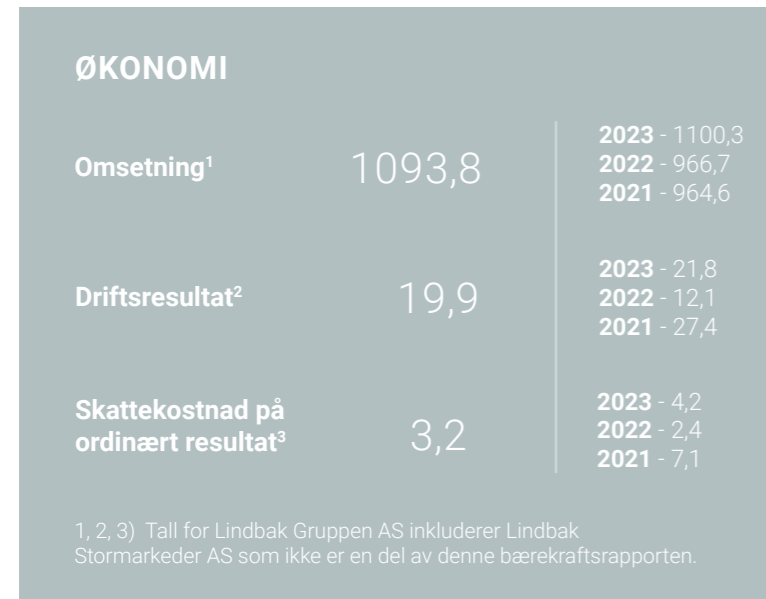


**Jan Petter Lindbak**  
Adm. dir. og leder for bærekraftsarbeidet i Lindbak

# 01



# SENTRALE NØKKELTALL



4) Månedlige kundetilfredshetsundersøkelser (KTI-målinger) der vi måler kundens relasjon til Lindbak. Skala på KTI-målingen er fra 1-10.

5) Kvartalvis & frankly pulsmålinger for å måle medarbeiderengasjementet i Lindbak. Skala på pulsmålingen er fra 1-100.

6) Ledende stillinger er avdelingsledere, fagledere og andre ledere med personalansvar.

7) Netto årslønn eksklusiv bonuser og provisjoner.

# 2

**WE MAKE IT WORK. AT WORK**  
Skann QR-koden og se vår profilfilm



Om Lindbak	12
Våre produkter og tjenester	16
Virksomhetsstyring og styrets rolle	18
Vår vesentlighetsanalyse	20
Vår bærekraftsstrategi og våre målsetninger	24

## VISJON

Vi skal skape økt trivsel og effektivitet på norske arbeidsplasser.

## FORRETNINGSIDÉ

Lindbak skal skape verdier for våre kunder gjennom å tilby rådgivning, tjenester og produkter til arbeidsplassen som bidrar til økt effektivitet og trivsel.

Det vi gjør skal være bærekraftig, det skal inspirere til nyskapning og det skal forenkle hverdagen for våre kunder.

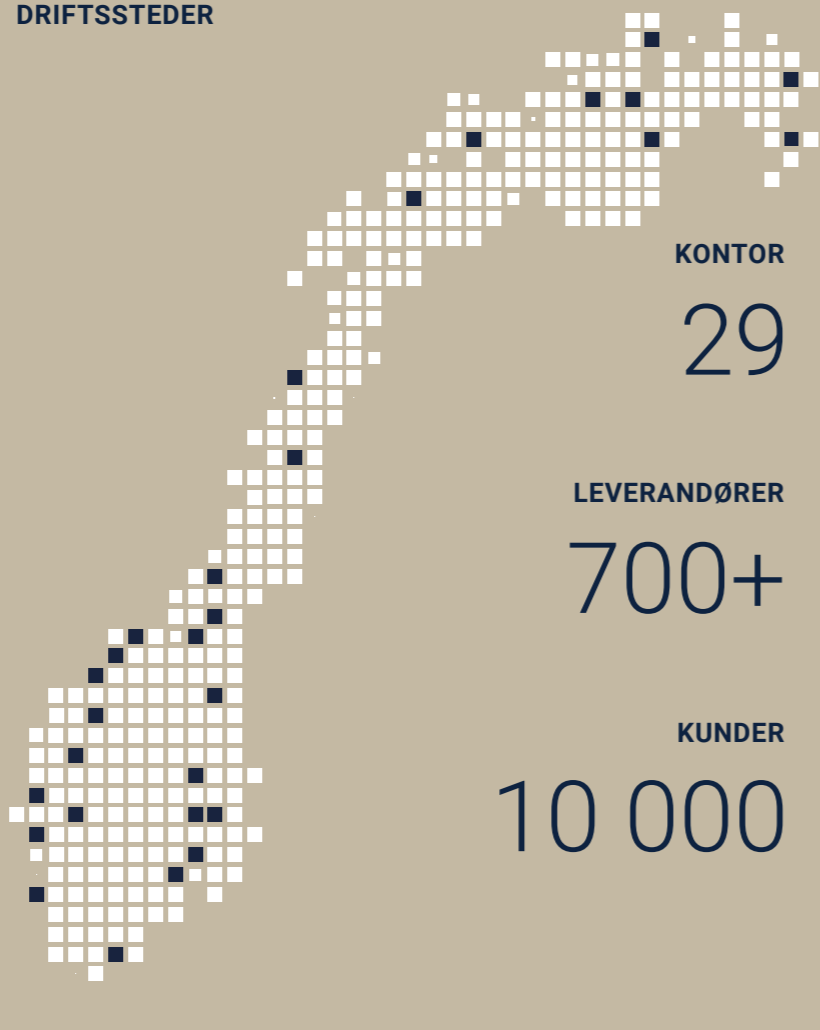
## VERDIER

- Kundefokusert
- Engasjert
- Nyskapende

## KUNDELØFTER

- Kvalitet i alle ledd
- Bærekraftig
- Enkelhet
- Smidig service

## DRIFTSSTEDER



## OM LINDBAK

Lindbak AS er et aksjeselskap og morselskap for en landsdekkende kjedevirksomhet som jobber i det norske markedet for kontormøbler, kontormaskiner, kaffe, print, kontorrekvisita, service og AV-løsninger. Lindbak tilbyr også effektivitetsøkende løsninger innen IT-drift, support, IT-sikkerhet, rådgivning og webutvikling.

Selskapet jobber med både privat og offentlig sektor, og med kunder i flere ulike bransjer. Lindbak har i overkant av 10 000 kunder, og omsetningen er fordelt på cirka 45 % offentlige kunder og 55 % private virksomheter.

Lindbak sin verdikjede inkluderer 700 leverandører fra hele verden, men hovedvekten av varekjøpet kommer fra norske leverandører, der majoriteten har fokus på lokal tilhørighet og bærekraftig produksjon. Det er Norge som er det primære markedet vårt.

Kjeden driver virksomheten fra 29 lokasjoner over hele Norge, og hovedkontoret er lokalisert i Trondheim.

Alle avdelingskontorene er sertifisert som Miljøfyrtårn, og konsernet er med i returordningen for kasserte produkter og medlem av Grønt Punkt Norge AS.

## SELSKAPETS STØRRELSE OG OMFANG

Omsetning i 2024 for Lindbak AS var på 614 618 tNOK. Egenkapitalen var 113 003 tNOK og totalkapitalen 282 639 tNOK per 31.12.2024. Samlet omsetning i 2024 for hele konsernet, Lindbak Gruppen AS, var på 1 093 878 tNOK. Egenkapital og totalkapital var per 31.12.2024 på henholdsvis 143 683 tNOK og 415 511 tNOK.<sup>8</sup>

## KONSERNLEDELSEN

**Anstein Rognstad**, 44 år  
CFO / Økonomi- og driftsleder

**Børge Brattli**, 55 år  
Operativ leder kombiavdelinger

**Dag Kleven**, 63 år  
Viseadministrerende direktør

**Ingunn S. Laugen**, 48 år  
Markeds- og kommunikasjonssjef

**Jan Petter Lindbak**, 41 år  
Administrerende direktør

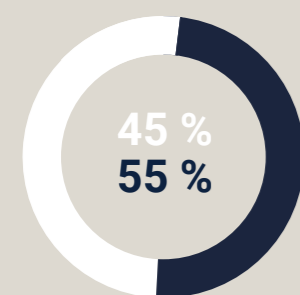
**Keir Olsen**, 43 år  
Direktør Teknologi og IT

**Mats Thorvaldsen**, 41 år  
Daglig leder Lindbak IT

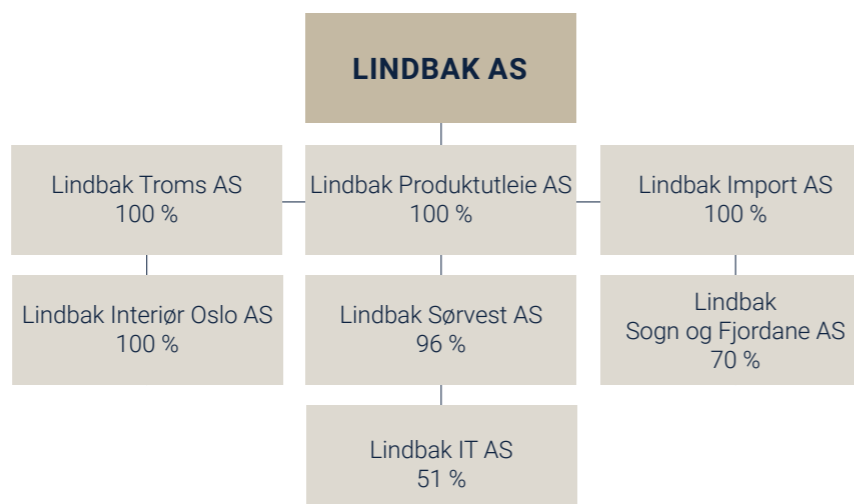
**Silje V. Færestrand**, 43 år  
Leder HR og organisasjonsutvikling (ansatt frem til 30.09.2024)

## OMSETNING PER VIRKSOMHETS-OMRÅDE:

- Offentlig sektor
- Privat sektor



## SELSKAPER OG ENHETER SOM ER INKLUDERT I RAPPORTEN



## STILLINGSTYPER 2024 fordelt på kvinner og menn per 31.12.24

ANTALL ANSATTE	2022			2023			2024		
	TOTALT	MENN	KVINNER	TOTALT	MENN	KVINNER	TOTALT	MENN	KVINNER
Antall ansatte totalt	295	197	98	306	207	99	310	210	100
Antall heltid	281	191	90	296	204	92	298	203	95
Antall deltid	14	8	6	10	3	7	12	7	5
Antall via arbeidstiltak	3	0	3	3	2	1	0	0	0
Trainee og internship	2	1	1	3	3	0	2	1	1

8) Omsetningen til Lindbak Gruppen AS inkluderer omsetning på 25,1 millioner i et datterselskap; Lindbak Stormarkeder AS. Dette selskapet er ikke en del av bærekraftsrapporteringen.

# WE MAKE IT WORK. AT WORK

**Det er vårt slagord. Det signaliserer at det er ikke produktene i seg selv som er viktige, det er effekten av det vi leverer som betyr noe. Eller sagt på en annen måte: Det er en god dag i Lindbak når vi skaper verdier for våre kunder.**

I Lindbak er vi opptatt av at vår verdiskapning skal være bærekraftig. Vi mener at framtidens vinnere vil være de aktørene som utvikler og produserer produkter og tjenester på en måte som forener globalt samfunns- og miljømessig ansvar med egen lønnsomhet. Her ønsker vi i Lindbak å være ledende.

Våre rådgivere og selgere skal sørge for at de produktene og tjenestene vi leverer faktisk fungerer og gjør nytten slik det var tenkt, uansett om det er en møbelleveranse, et møterom, en IT-løsning, en kaffeløsning eller en annen tjeneste for å øke trivsel og effektiviteten på arbeidsplassen.

Lindbak skal skape smidige arbeidsplasser gjennom å være tett på kundene og bidra til en mer bærekraftig hverdag på norske arbeidsplasser.

Skann QR-koden for å høre Jan Petter Lindbak fortelle om selskapets visjon og om våre produkter og tjenester.



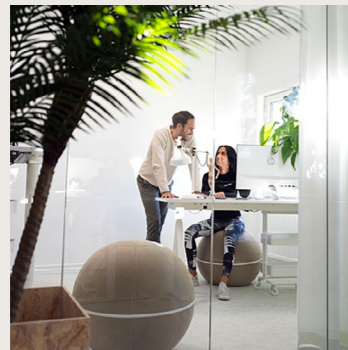
Lindbak konsernet har en større omorganisering med gjennomføringsdato 01.01.2025. Interiørvirksomheten i Lindbak AS, Lindbak Interiør Oslo AS og Lindbak Troms AS videreføres i Lindbak Interiør AS. Lindbak AS vil drive videre med navnet Lindbak Office AS. Lindbak Interiør Oslo AS og Lindbak Troms AS avvikles ifm. omorganiseringen. Morselskapet endrer navn fra LindbakGruppen AS til Lindbak AS.

FIRMANAVN	Eierandel	Omsetning	Års- resultat	Lønns- kostnader	Utbytte	Skatte- kostnad på ordinært resultat	Egen- kapital
Lindbak AS <sup>a</sup>	Morselskap	614,6	2,2	146,3	15,6	0,1	113,0
Lindbak Import AS	100 %	53,9	0,3	3,7	0	0,1	0,4
Lindbak Sørvest AS	96 %	57,5	-0,1	7,6	0	0,0	1,1
Lindbak Troms AS	100 %	118,1	6,3	19,6	0	1,8	16,3
Lindbak Sogn og Fjordane AS	70 %	17,1	-0,4	3,9	0,7	0,1	1,1
Lindbak Interiør Oslo AS	100 %	209,5	-3,5	22,5	0	-1,0	10,7
Lindbak Produktutleie AS	100 %	43,1	6,4	0	6,0	1,8	20,9
Lindbak IT AS	51 %	60,6	4,2	17,2	2,0	0,8	6,7

#### ØKONOMISK STØTTE MOTTATT I 2024

Skattefunn: 3 106 760 kr til Lindbak IT AS og 957 656 kr til Lindbak AS.

## VÅRE PRODUKTER OG FAGOMRÅDER



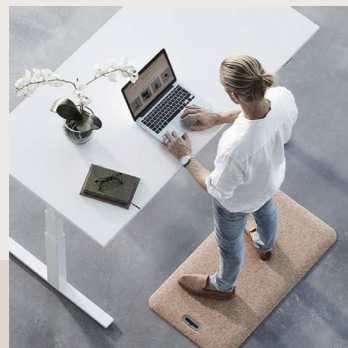
INTERIØR



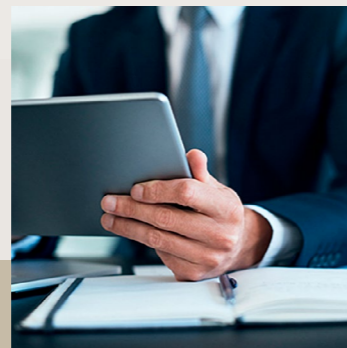
LYD OG BILDE



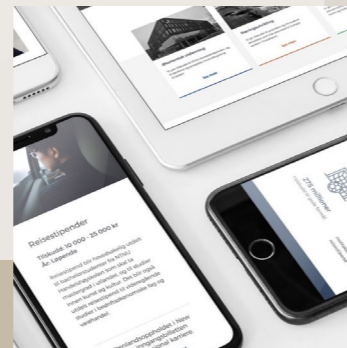
UTSKRIFTSTJENESTER



NETTHANDEL



IT-LØSNINGER



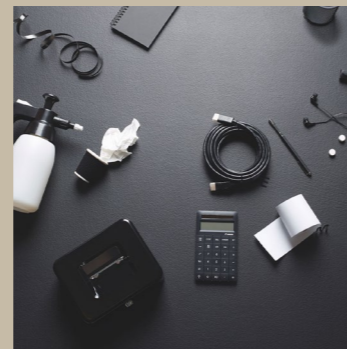
WEBUTVIKLING



KAFFE/VANN



RÅDGIVNING

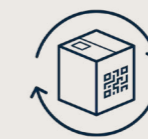


REKVISITA

## VÅR SIRKULÆRE TJENESTEPARAPLY



dokumentflyt



sirkulær rådgivning



nytt og brukt



skytjenester



gjenbruk på nett



digital arbeidsplass



kontorflytting

**SMIDIG KONTOR**



IT total



smarte kontor



IT-rådgivning



fleksibel leie



vedlikehold



## VIRKSOMHETSSTYRING OG STYRETS ROLLE

### Styrets arbeid, sammensetning og nominering

Det øverste organet i Lindbak AS (med datterselskaper) er styret i Lindbak AS. For å sikre langsiktighet og stabilitet er det viktig med god eierstyring og involvering fra styret knyttet til forretningsmodell, verdikjeder og strategier. Føringer knyttet til selskapsstrategi, bærekraft og etisk handel settes av eierne og styret i selskapet. Ledergruppen, samt bærekraftsgruppen er ansvarlig for oppfølging av strategiene og tiltakene knyttet til dette.

Bærekraftsgruppen består av utvalgte nøkkelpersonell fra konsernledelsen og mellomledernivå og har samlet sett har ansvaret for hva Lindbak skal satse på og sette søkelys på innen bærekraftig utvikling.

Styret består av en ansattrepresentant og fem representanter fra eiersiden. De forskjellige medlemmene har ikke andre verv som påvirker deres verv som styremedlemmer i Lindbak, og det foreligger ikke interessekonflikter knyttet til de eksterne representantene.

I 2024 ble det valgt nye styrever. Endringen i konsernstrukturen har fått følger for styrearbeidet og styresammensetningen i Lindbak sine selskaper. Den nye kjønnsfordelingen i styret består av 3 kvinner og 4 menn. Konsernledergruppen har en kvinneandel på 14% pr 31.12.24.

Ansattrepresentanter velges av de ansatte etter gitte kriterier anbefalt av norske myndigheter.

### Rollen til det øverste styringsorganet

Hvert tredje år legger konsernledelsen, sammen med styret og deler av den øvrige ledelsen, treårsplaner for virksomheten. Styret setter i samråd med daglig leder retningen, men det er konsernledelsen som utarbeider den faktiske strategiplanen. I disse prosessene ser vi på verdiene og forretningsideen for å sikre at kart og terreng stemmer overens. Målene knyttet til bærekraftig utvikling, herunder miljø, økonomi og sosiale forhold, utarbeides også i fellesskap med styret i selskapet. Rollen til styret er å ha tilsyn med at ledelsen ivaretar dette på best mulig måte. Treårsplanen gjaldt ut 2024, og utarbeidelse av ny treårsplan ble påbegynt høsten 2024.

### Delegering av ansvar og kollektiv kunnskap for å håndtere påvirkninger

I de strategiske vedtakene gjort av styret i selskapet er bærekraftig satt som et av de strategiske ankerene som selskapet skal styre etter. Ansvaret for å gjennomføre vedtakene er delegert til ledelsen i selskapet.

Styremøter avholdes fem ganger per år i selskapet. Klima og miljø, sosiale forhold og forretningsetiske forhold er tematikk på minst to av styremøtene i året. Selskapets ledelse har opprettet flere forskjellige grupper i organisasjonen og identifisert flere sentrale nøkkelpersoner som deltar i og jobber for å gjennomføre de beslutninger som er tatt. Styret i selskapet er ikke ansvarlig for å gjennomgå og godkjenne rapportering som gjøres innen bærekraft. Det er ledelsen i selskapet som har dette ansvaret.

### Kollektiv kunnskap i øverste styringsorgan

Styret består av medlemmer med relevant erfaring, og det forventes at medlemmene i lys av sitt verv tilegner seg kompetanse innenfor bærekraftig utvikling på

eget initiativ. I tillegg tilegnes kompetanse gjennom bærekraftsarbeidet som styret er involvert i. Styret oppfordres også til å gjennomføre de interne kursene som er utviklet av Lindbak innenfor bærekraftig utvikling, samt kurs som tilbys via partnere som f.eks. Etisk Handel Norge. Det er ikke gjort øvrige grep i regi av selskapet for å øke den kollektive kunnskapen til styret i selskapet på bærekraftig utvikling.

### Retningslinjer for godtgjørelse av styret, eiere og ledelse

Eiernes representanter i styret honoreres ikke økonomisk. Interne representanter får et honorar.

Administrerende direktør har markedsbasert fast lønn og en bonusordning basert på oppnådde økonomiske resultater for hvert kalenderår, samt fremdrift og innsats i selskapets bærekraftsarbeid. Det gjelder også andre medlemmer av konsernledelsen. Det har ikke vært gitt sign-on-bonus. Ledelsens medlemmer har seks måneders gjensidig oppsigelsestid.

Konsernledelsen har samme pensjonsordning som gjelder for alle ansatte. Konsernledelsen har enten en bonusordning som går på et år isolert sett eller en incentivavtale som går over tre år dersom selskapet når sine mål i strategiperioden. Alle incentivavtaler for lederne i selskapet har et element av økonomiske mål som må innfris. I tillegg til de økonomiske målsetningene er det mål på kunde- og medarbeidertilfredshet.

Utviklingen av de forskjellige kompensasjonsordningene som selskapet har, blir utviklet og endret løpende av konsernledelsen og lokale ledere. Selskapet søker kontinuerlig etter å ha en så balansert kompensasjonsordning som mulig.

## STYRET

### REPRESENTANTER

<b>Tore Lindbak</b> , 70 år	41 år i Lindbak i div. roller
<b>Kristian Lindbak</b> , 38 år	4 år i styret
<b>Kristofer Lindbak</b> , 39 år	4 år i styret
<b>Victoria Lindbak</b> , 37 år	Ny i styret
<b>Nina Lindbak</b> , 34 år	Ny i styret
<b>Tone Larsen</b> , 42 år	Ny i styret

### INTERN REPRESENTANT

<b>Keir Olsen</b> , 43 år	8 år i styret
---------------------------	---------------

## BÆREKRAFTSGRUPPEN

<b>Andreas Lotterud</b>	IT-rådgiver
<b>Bjørn Reidar Lehn</b>	Logistikk-sjef Trondheim
<b>Ingunn Laugen</b>	Markeds- og komm. sjef
<b>Jan Petter Lindbak</b>	Administrerende direktør
<b>Keir Olsen</b>	Direktør Teknologi og IT
<b>Simon Kahn</b>	Fagleder kaffe
<b>Silje Færestrand</b>	Leder HR og org. utvikling
<b>Simon Morseth</b>	Salgsdirektør Interiør
<b>Stine Geving</b>	Digital markedsfører og bærekraftskoordinator

# DET VESENTLIGE

Lindbak utarbeidet en vesentlighetsanalyse i henhold til rapporteringsstandarden Global Reporting Initiative (GRI) i 2020. Rådgivnings- og revisjonsselskapet BDO bisto Lindbak i dette arbeidet.

Vesentlighetsanalysen så nærmere på hvordan Lindbaks omgivelser tilnærmer seg bærekraftig utvikling og hvor Lindbak har størst mulighet til påvirkning innen dimensjonene sosiale-, økonomiske- og klima- og miljømessige forhold. Vi analyserte også hvilke forventninger Lindbaks interne og eksterne interessenter har til arbeidet. Du kan lese mer om prosessen for utarbeidelsen av analysen i bærekraftsrapporten for 2020.

## VÅRE INTERESSETER OG STATUS

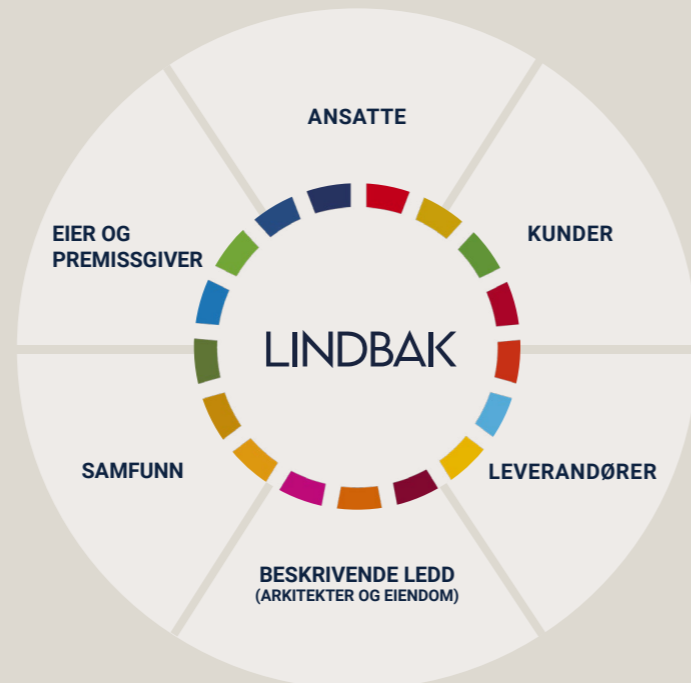
Punkter som har vært diskutert er våre viktigste kanaler for interessentdialog, krav og forventninger til Lindbaks bærekraftige utviklingsarbeid, og risikoer og muligheter innen bærekraftig utvikling som vi kan bli påvirket av. Gjennom månedlige kundeundersøkelser har vi fått tilbakemelding på kundenes oppfatning av vårt bærekraftsarbeid, og innsikt i hva de mener er vesentlige punkter der Lindbak kan gjøre en forskjell.

Vi påbegynte arbeidet med å gjennomføre en dobbel vesentlighetsanalyse som kreves i de europeiske rapporteringsstandardene (ESRS<sup>9)</sup> under bærekraftsdirektivet (CSRD<sup>10</sup>). I denne prosessen opparbeidet bærekraftsgruppen faglig innsikt gjennom deltakelse på relevante seminarer og webinarer. Vi har også hatt dialog med rådgivnings- og revisjonsselskapet BDO for å sikre at vår tilnærming er i tråd med beste praksis. Gjennom workshops har bærekraftsambassadørene bidratt med viktig innsikt som har vært sentral i utarbeidelsen av vår dobbel vesentlighetsanalyse.

I denne fasen har vi drøftet sentrale temaer som interessentdialog, hvilke krav og forventninger ulike aktører har til Lindbaks bærekraftsarbeid, og hvordan vi kan identifisere risiko og muligheter innen bærekraftig utvikling. Vi har også vurdert funn fra kundeundersøkelser, leverandørmøter, pulsmålinger og øvrige arenaer for dialog.

I 2024 evaluerte vi vår tilnærming til vesentlighetsanalysen. I denne prosessen involverte vi bærekraftsgruppen og våre bærekraftsambassadører som er sentrale personer i selskapet innen logistikk, drift, salg, HR, innkjøp, økonomi, service og marked.

Basert på justeringer i EUs regelverk og revidert rapporteringsplikt (omnibus-pakken<sup>11</sup>), har vi valgt å sette ferdigstillingen av vår dobbel vesentlighetsanalyse på midlertidig hold. Dette gir oss tid til å bygge ytterligere kunnskap, slik at vi kan sikre at neste steg gjennomføres i tråd med de nye kravene og på en måte som gir mest mulig verdi for Lindbak og våre interessenter.



## INTERESSENTDIALOG 2024

	HVORFOR VI ENGASJERER	HVORDAN VI ENGASJERER	HVA HAR DE VÆRT OPPTATT AV I 2024	HVORDAN VI HAR RESPONDERT I 2024
<b>ANSATTE</b>	Engasjerte og kompetente ansatte innebærer en direkte og positiv effekt på vår bunnlinje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pulsmålinger</li> <li>Utviklingssamtaler</li> <li>Kompetanseutvikling</li> <li>Intranett</li> <li>Sosiale medier</li> <li>Foredrag og seminarer</li> <li>Interne kampanjer</li> <li>Workshops</li> <li>E-læring</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utvikling og kompetanseløft</li> <li>Hvordan hjelpe våre kunder til bærekraftig omstilling gjennom våre bærekraftstjenester</li> <li>Helse og sikkerhet</li> <li>Etiske retningslinjer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strukturert oppfølging av resultater og forbedringsområder fra pulsmålinger</li> <li>Et bredt tilbud om kurs og øvrig kompetanseutvikling</li> <li>Vi bryr oss - Mental helse</li> <li>Sikkerhetsmåned</li> </ul>
<b>EIERE / PREMISSGIVERE</b>	Eier og premissgivere sine råd og beslutninger er avgjørende for vår virksomhet.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Styremøter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etterlevelse av retningslinjer, standarder og beslutninger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avholdelse av styremøter</li> </ul>
<b>KUNDER</b>	<p>Kundene skal oppleve at vi skaper verdi gjennom å tilby rådgivning, tjenester og produkter som bidrar til økt effektivitet og trivsel.</p> <p>De skal oppleve at vi bistår de med å lykkes innenfor sirkulære omstillinger</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Løpende dialog med kundekontakter</li> <li>Dialogkonferanser</li> <li>Månedlige KTI - kundeundersøkelser</li> <li>Tilbudsprosesser</li> <li>Kundeleveranser</li> <li>Nettsider</li> <li>Sosiale medier</li> <li>Nyhetsbrev</li> <li>Webinarer og seminarer</li> <li>Kundeportaler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etiske retningslinjer</li> <li>Økt fokus på CO2 beregninger og klimaregnskap</li> <li>Gjenbruk og ombruk</li> <li>Personvern og datasikkerhet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tilgjengeliggjøre informasjon om tjenester, grønne valg og datasikkerhet i materiell og nettsiden</li> <li>Større fokus på å dele kunnskap via fagdager og fagarenaer, sosiale medier og nyhetsbrev</li> <li>Økt grad av rådgivning og rapportering</li> </ul>
<b>SAMFUNN</b>	Samarbeid og involvering med sentrale samfunnsaktører er viktig for å være tett på samfunns- og næringsliv. Vi skal drive en sunn forretning der vi er lokalisert, og bidra aktivt inn i det lokale samfunnet vi er en del av.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deltakelse i ulike næringsforum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>At vi erkjenner vår påvirkning som en stor næringslivsaktør og at vi opprettholder en høy etisk standard i vårt arbeid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi bidrar økonomisk lokalt til idrettslag og nasjonalt til Barnekreftforeningen og nyhetsbrev</li> </ul>
<b>BESKRIVENDE LEDD (ARKITEKTER / EIENDOM)</b>	Samarbeid og involvering med beskrivende ledd skaper gode løsninger for våre kunder	<ul style="list-style-type: none"> <li>Møter og løpende dialog</li> <li>Samarbeidsavtaler</li> <li>Frokostmøter og workshops</li> <li>Leverandørturer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samarbeid og støtte til lokalt og nasjonalt samarbeid</li> <li>Sirkulære prosesser og tjenester</li> <li>Gjenbruk og ombruk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi har gjennomført flere frokostmøter med kunnskapsløft på grønt valg og gjenbruk</li> <li>Vi har i samarbeid med produsenter arrangert studieturer med fokus på bærekraftig produksjon</li> </ul>

9) European Sustainability Reporting Standards

10) Corporate Sustainability Reporting Directive

11) Omnibus-pakken inkluderer et såkalt "stopp klokken-direktiv", som gir selskaper omfattet av CSRD fra regnskapsåret 2025 en utsettelse på to år, til regnskapsår som starter 1. januar 2027 eller senere.

BÆREKRAFTSVISJON

## VI SKAL BIDRA TIL EN BÆREKRAFTIG FRAMTID Å NORSKE ARBEIDSPLASSE



### EVALUERING AV VESENTLIGHETSANALYSE

Lindbak har en forretningsplan som innebærer salg av varer som kan påvirke negativt, kanskje særskilt på miljøaspektet. Det er også en risiko knyttet til leverandørkjedene med tanke på arbeidsforhold, rett til organisering, m.m. Vi spiller en viktig rolle på våre 29 lokasjoner for våre ansatte, kunder, leverandører og samarbeidspartnere. De viktigste temaene i interessentdialogen i 2024 har vært temaer som bærekraft etter nye EU-krav, presidentvalget i USA, gjenbruk, konsekvenser av sikkerhetsrisiko knyttet til den russiske invasjonen av Ukraina og urolighetene i Gaza.

Kundene bekrefter at de i større grad ønsker å kjøpe produkter som beviselig er mer miljøvennlige, og etterspørsel etter brukte produkter øker.

I 2024 er klimapåvirkning, sirkularitet og gjenbruk, rettferdig handel, sporbarhet og datasikkerhet temaer som mange av våre interessentgrupper har fattet økende interesse for. Vi opplever også at våre fagressurser og bærekraftsambassadører oftere inviteres inn i forum for å dele kunnskap om sirkulære tematikker og datasikkerhet. Eksempler på forum er Direktoratet for forvaltning og økonomistyring, Etisk handel Norge, Nasjonal Sikkerhetsmyndighet og lokale næringsforeninger.

Konklusjonen til bærekraftsgruppen er at vi i 2024 viderefører vesentlighetsanalysen fra 2020 med prioritet 1 og 2 fra 2022, basert på hva vi har evaluert som det vesentligste for våre interessenter, hva vi har størst mulighet til å påvirke – og funn i den foreløpige vesentlighetsanalysen. Tematikk med prioritet 1 er vektlagt i rapporteringen av vårt bærekraftsarbeid, og er delt inn i kapitlene **GRØNNE VALG**, **LINDBAK+MEG** og **VI BRYR OSS**.

### VESENTLIGHETSANALYSE

	PRIORITET 1	PRIORITET 2
LINDBAK+MEG	Ansattes engasjement, mangfold og inkludering <b>3 5 8</b>	
	Etterlevelse av lover og standarder for arbeidsmiljø <b>8</b>	
	Ansattes helse og sikkerhet <b>3 8</b>	
GRØNNE VALG	Produktdesign, materialforbruk og sirkularitet <b>9 12</b>	Reduksjon av klimagassutslipp i verdikjeden <b>13</b>
	Robusthet i forretningsmodellen <b>9</b>	Håndtering av avfall og farlig avfall <b>13</b>
	Salgspraksis og produktmerking <b>12</b>	Produktkvalitet og sikkerhet <b>12</b>
VI BRYR OSS	Menneskerettigheter og samfunnsrelasjoner <b>11 16</b>	Datasikkerhet <b>16</b>
	Forretningsetikk og konkurransefremmende atferd <b>8</b>	Kundens personvern <b>16</b>
	Leverandørkrav og oppfølging av etterlevelse <b>8</b>	

### MÅLSETNING BERØRT I VÅR VESENTLIGHETSANALYSE



# VÅR BÆREKRAFTSTRATEGI

I Lindbak er bærekraftig utvikling en sentral og integrert del av selskapets strategi. Vi som selskap er derfor nødt til å gjøre grep som bidrar til en bærekraftig utvikling, og justere forretningsmodellen på en måte som tar hensyn til og minimerer den negative påvirkningen. Eksempelvis bistår vi kundene våre med å gjenbruke produkter og tilbyr tjenester som muliggjør dette.

**Vi har forpliktet oss til å bidra til å nå FNs bærekraftsmål gjennom arbeid med følgende prioriterte bærekraftsmål:**



## ROBUSTHET I FORRETNINGSMODELLEN

Robusthet knyttet til endringer i kjøpemønstre i forretningsmodellen er avgjørende i selskapets evighetsperspektiv. Vårt mål og visjon er å skape bærekraftige arbeidsplasser for våre kunder.

Denne visjonen forplikter oss til å løpende endre forretningsmodellen, og gjennom 2024 har vi økt fokuset betraktelig på vårt tjenestespekter knyttet til bærekraftige arbeidsplasser. Vi har i 2024 ansatt en leder for tjenesteutvikling, og jobbet videre med kompetanseløft og gjennomført samlinger både for våre bærekraftsambassadører, og for resten av organisasjonen. Vår bærekraftsvisjon skal være en del av selskapets DNA, og tematikken og tiltakene er øverst på dagsorden i alle sammenhenger. Strategien til selskapet er å gå fra en ren varesalgbedrift til å levere varer og tjenester. Sentralt i denne strategien ligger vårt tjenestekonsept LINDBAK **smidig kontor**, som er tuftet på målsetningen om å skape mer effektive, trivselsøkende og bærekraftige arbeidsplasser.

For å gi kundene våre de beste rådene til å optimalisere sine kontorløsninger, er vi avhengige av innsikt i hva som er viktig for kunden og hva kunden ønsker å få ut av sitt kontor. Med våre Smarte kontor-tjenester kan vi gi kunden datadreven innsikt som danner beslutningsgrunnlag for å optimalisere bruksmønsteret på kontoret. Dersom kunden ønsker et fokus på miljø og gjenbruk, kan vi gjennom flyttetjenester, gjenbruksordninger, vedlikeholdsavtaler og tegnetjenester sørge for et miljøvennlig arbeidsmiljø. Tjenestene gir kundene innsikt knyttet til CO2-forbruk som kan brukes i beslutninger på innkjøp og i forbindelse med sine egne bærekraftsrapporter.

Som en leverandør av det helhetlige kontor kan vi bistå med IT-løsninger som bidrar med digitale samhandlingsløsninger, smidige møteromsløsninger, IT-sikkerhet og dokumentflyt. Vår jobb er å se helheten i kontoret.

# VÅRE MÅLSETNINGER OG STATUS 2024

5

## LIKESTILLING MELLOM KJØNNENE

**Resultatmål:** Styrke kvinners stilling i samfunnet

**Delmål:**

- 50 % kvinneandel i lederstillinger og 50 % i salgsroller
- Aktivt fremme kvinners rettigheter i leverandørleddet

**Tiltak:**

- Kjønnbalanse når vi rekrutterer
- Gjennom kompetansekartlegging og medarbeidersamtaler kan vi styrke mulighetene for å avdekke talenter
- Bevissthet rundt kvinners rolle i leverandørkjeden

## STATUS

Kvinneandel salg: 56 % (45 % i 2023)  
Kvinneandel lederstilling: 29 % (34 % i 2023)  
Kvinneandel konsernledelsen: 25 % (25 % i 2023)

Risikokartlegging av 25 leverandører, inkludert vurdering av risiko knyttet til kvinners rettigheter.

Sosiale møte med bl.a. kvinner hos kaffeleverandør i Kenya og Honduras, samt sømleverandør i Romania.

8

## ANSTENDIG ARBEID OG ØKONOMISK VEKST

**Resultatmål:** Oppfølging av leverandørkjeden til alle vesentlige leverandører ned til tredje nivå fra egen organisasjon

**Delmål:**

- Oppfølging av at arbeidstageres rettigheter er ivarettatt i henhold til ILO-konvensjoner
- Få leverandørkjedekart fra produsentene, og foreta risikovurdering ut ifra leverandørkjedekartene (ITUC)

**Tiltak:**

- Følge Etisk Handel Norge sin veiledning for egen innsats for etisk handel

## STATUS

Etisk handel rapportering på fjerde år. Vi har i 2024 effektivisert og digitalisert risikokartlegginger, samt gjennomført sosial dialog på interiør og kaffe (Romania, Kenya og Honduras).

Aktsomhetsvurdering av 25 leverandører i 2024 mot 20 i 2023. Fem mulige brudd funnet - to er rettet og lukket, tre resterende følges opp.

Utarbeidelse og utsending av Self-Assessment Questionnaire i 2024.

12

## ANSVARLIG FORBRUK OG PRODUKSJON

**Resultatmål:** Innen 2030 skal 80 % av de solgte produktene fra våre mest vesentlige leverandører ha registrerte CO2-ekvivalenter

**Delmål:**

- Vi skal tilby produkter fra produsenter som innfrir våre kunders krav, og utfordre våre leverandører på sertifikater, merking mv. For å dreie innkjøpsmønsteret. Målet er å øke salg av type 1-sertifiserte produkter og produkter med EPD
- Bistå kundene i å redusere utslipp gjennom ombruk og gjenbruk

**Tiltak:**

- Årlig dialog med våre vesentlige leverandører og interessenter for å styrke samarbeid om bærekraftig forretningspraksis

## STATUS

15,8 % av interiørsortimentet har CO2-data i ERP-systemet, hvorav 54,6 % med verifiserte EPD-er. Rapportering på type 1-sertifiseringer er utsatt grunnet datakvalitet.

Vi har i 2024 bistått 326 kunder på interiør med å redusere utslipp gjennom ombruk, vedlikehold og gjenbruk. Dette tilsvarer 11,9 % av våre interiørkunder.

Fysiske og digitale dialoger med alle våre vesentlige leverandører og interessenter i 2024.

13

## STOPPE KLIMAENDRINGENE

**Resultatmål:** Vi skal ha en 55 % reduksjon i klimagassutslipp innen 2030\*

**Delmål:**

- Kilowattforbruket per m2 skal reduseres med 20 % innen 2030
- Innen 2030 skal bilparken være klimavennlig (elektrisk, biodrivstoff e.l.)\*\*
- Redusere drivstofforbruket med 10 % årlig i prosent av omsetningen
- Redusere våre reiseutslipp med 20 % ila. 5 år (2024 - 2027)
- Sorteringsgrad på 90%

**Tiltak:**

- Vi skal redusere utslippene våre fra byggene våre gjennom å leie areal effektive m2 og primært leie lokaler som er energivennlige bygg\*\*\*
- Obligatorisk skolering på delmål og bærekraft via e-læringsplattformen Motimate
- Skolering av sirkulære rådgivere og bærekraftsambassadører
- Miljøledelse internt gjennom Miljøfyrtårn

## STATUS

Kilowattforbruk 49,93 tonn CO2 (57,38 tonn CO2 i 2023)

21,2 % av bilparken er elektrisk (14,3 % i 2023)

Redusert drivstofforbruk med 5 % målt i forhold til omsetning sammenlignet med 2023.

Reiseutslipp 57,26 tonn CO2 (Nullpunkt i 2024)

Sorteringsgrad 83,7 % (76,4 % i 2023)  
Sentralisering av lager på Østlandet og Midt-Norge i løpet av 2024.

71,7 % gjennomføringsgrad Motimate (84% i 2023)

100 % rapportering Miljøfyrtårn

## HVA BETYR SMIDIG KONTOR FOR OSS?

I vårt tjenestekonsept LINDBAK **smidig kontor**, er det et sterkt bærekraftsfokus som ligger til grunn. I praksis betyr dette at vi hele tiden skal søke etter å minske både eget og kundenes miljøavtrykk.

Våre tjenester og vår metodikk gir kundene full frihet til å tilpasse antall kontor plasser og annet utstyr, på en enkel måte. Målet er legge til rette for at det skal være enkelt å gjøre gode miljøvalg i alle anskaffelser.

Skann QR-koden for å lese mer om våre **smidig kontor**-tjenester.



# 03

LINDBAK  
REF

## SIRKULARITET, KLIMA OG MILJØ

Produktdesign, materialbruk og sirkularitet	28
Salgspraksis og produktmerking	30
Reduksjon av avfall og klimagassutslipp	32



SMIDIG KONTOR

## VÅRE MÅLSETNINGER



**Resultatmål:** Innen 2030 skal 80 % av de solgte produktene fra våre mest vesentlige leverandører ha registrerte CO2-ekvivalenter

### Delmål:

- Vi skal tilby produkter fra produsenter som innfrir våre kunders krav, og utfordre våre leverandører på sertifikater, merking mv. For å dreie innkjøpsmønsteret. Målet er å øke salg av type 1 sertifiserte produkter og produkter med EPD.
- Bistå kundene i å redusere utslipp gjennom ombruk og gjenbruk

### Tiltak:

- Årlig dialog med våre vesentlige leverandører og interessenter for å styrke samarbeid om bærekraftig forretningspraksis



Lindbak vil bidra, både direkte og gjennom påvirkning av våre interessenter, til å redusere utslipp for at temperaturøkningene begrenses i tråd med Parisavtalens mål. Dette følger iblant annet opp gjennom:

- Obligatorisk e-læringsmoduler på bærekraft i Motimate
- Skolering av sirkulære rådgivere og bærekraftsambassadører på alle våre lokasjoner

## PRODUKTDESIGN, MATERIALBRUK OG SIRKULARITET

**Bærekraftsmål 12 «Ansvarlig produksjon og forbruk» er et av Lindbaks prioriterte bærekraftsmål. Vi skal bidra til at kundene tar grønnere og smartere valg.**

### HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

Lindbaks arbeid og mål med å sikre ansvarlig forbruk og produksjon er noe av de viktigste direkte bidragene vi kan gjøre. Både interne og eksterne interessenter har i interessentdialog av 2024, gitt tilbakemelding om at dette arbeidet øker i viktighet fremover. Vi ser i 2024 et økt behov for å kunne tallfeste klimaavtrykk på innkjøp av varer og tjenester, og den nye veilederen til DFØ<sup>12</sup> om klimavennlige og sirkulære innkjøp underbygger viktigheten av å legge til rette for dette. Vi ser at klimaavtrykk knyttet til bruk av digitale tjenester og utstyr også har blitt mer etterspurt det siste året.

Lindbak ønsker å ta en aktiv rolle i å bidra til en større grad av gjenbruk og sirkularitet av produktene til kontoret. Dette gjelder alle produkter til kontoret som ikke er en forbruksvare, som for eksempel kaffebønner og toner til kopimaskiner. Dersom Lindbak som en toneangivende aktør innen kontoret ikke klarer å legge til rette for økt grad av sirkularitet, vil ikke Lindbak gjøre sitt for å bidra til en mer bærekraftig utvikling. Manglende evne til å levere på dette området kan også resultere i at vi ikke velges som partner og rådgiver hos våre kunder. Dette kan i verste fall medføre finansielle konsekvenser for Lindbak.

Riktige valg knyttet til design, materialer og bruk av tjenester og løsninger knyttet til gjenbruk er avgjørende for å gå fra en lineær forretningsmodell til en sirkulær modell. Dette er en definert målsetning i bærekraftstrategien vår.

### VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

Visjonen til Lindbak er å skape arbeidsplasser som bidrar til effektivitet og trivsel hos kundene våre. Denne trivselen og effektiviteten skal igjen bidra til mer fornøyde kollegaer og økt produktivitet. Videre sier vår bærekraftsvisjon at vi skal bidra til å skape en bærekraftig framtid på norske arbeidsplasser.

Dette er en visjon som forplikter og som er rotfestet i konsernets strategiske retningslinjer og tiltak. For Lindbak vil det si at det blant annet

12) Direktoratet for forvaltning og økonomistyring

er lagt retningslinjer knyttet til kompetanseheving, salg av sirkulære tjenester og valg av iboende mer miljøvennlige produkter.

Lindbak har som ambisjon om å tilby tjenester som understøtter bærekraftsvisjonen og strategien. I 2024 har vi jobbet aktivt med mange av våre kunder med tjenester som bidrar til at deres innkjøp er mer sirkulære og grønne. Lindbaks nye leder for tjenesteutvikling har gjennomført både digitale og fysiske samlinger med ansatte, hvor konkrete kundecaser og behov knyttet til sirkularitet, gjenbruk og grønne innkjøp har blitt diskutert.

Vi har i 2024 gjennomført flere møbelregistreringsprosjekter med formål om å bistå med en oversikt over hva kundene allerede har av møbler. I den forbindelse lanserte vi vår egenutviklede møbelregistreringsapp.

I 2024 har vi doblet antall sirkulære IT-tjenester, inkludert løsninger for kjøp og salg av brukt IT-utstyr og fleksible leiemodeller for PC-er. Vi har tidoblet antallet brukte enheter solgt, og antall leide PC-er har økt med ca. 109 % sammenlignet med 2023. Samlet har våre IT-tjenester og praksis gitt en estimert miljøgevinst på 17 tonn CO2.

### MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

Lindbak måler i dag ikke effekten av vårt arbeid knyttet til vareproduksjon, materialbruk eller bruk av tjenester og systemer annet enn at vi jobber for å øke andel tjenester knyttet til Smidig kontor.

Vi har i 2024 bistått 326 kunder på interiør med å redusere utslipp gjennom ombruk, vedlikehold og gjenbruk. Dette tilsvarer 11,9 % av alle våre interiørkunder.

Parallelt med at produsentene våre klarer å gi oss bedre dokumentasjon på materialbruk og CO2-avtrykk, jobber vi aktivt med å digitalisere data som gjør at vi kan styre etter enda flere måleparametere. Vi har rapportert på type 1 og CO2-avtrykk for utvalgte kunder i 2024, og sikret bedre datakvalitet i ERP-systemet vårt. Vi har fortsatt en vei å gå før vi har god nok datakvalitet til å rapportere på alt salg. Dette arbeidet fortsetter videre i 2025.

### KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

Basert på arbeidet med Smidig kontor-tjenester og den generelle kompetanseplanen til medarbeiderne i selskapet, har Lindbak utviklet egne kurs som medarbeidere skal gjennomgå så vel som interne fagforum for utveksling av erfaring og kunnskap.

I tillegg gjennomføres det temaspesifikke kompetanseløft på de forskjellige tjenestene med jevne mellomrom for å løfte det interne kompetansenivået.

Våre kunder og samarbeidspartnere blir løpende informert om våre tjenester og vårt fokus på materialbruk og sirkularitet gjennom kundemøter, kundeseminar og fagdager, sosiale medier og utsendelse av våre bærekraftsrapporter.



sirkulær rådgivning



Med vår tjeneste **sirkulær rådgivning** hjelper vi norske bedrifter med å forlenge levetiden på sitt eksisterende inventar og optimalisere bruken av tilgjengelige ressurser. Vi starter med å kartlegge det kunden har, vurderer tilstanden på produktene, og gir konkrete anbefalinger for hvordan de kan øke kvaliteten og utnytte arealet sitt bedre.

**Skann QR-koden for å se film om hvordan vi hjelper norske bedrifter med å bli mer sirkulære.**



BRATTØRKAIA 15 TRONDHEIM



Da E.C. Dahls Eiendom ønsket å fornye kantinen i kontorbygget Brattørkaia 15, søkte de en helhetlig leveranse fra én aktør – fra konsept og planlegging til ferdigstillelse. Målet var å bevare arkitektens opprinnelige visjon samtidig som det ble skapt en lun og funksjonell møteplass for byggets brukere.

Gjenbruk og vedlikehold av eksisterende møbler, kombinert med nye elementer i naturlige materialer, resulterte i en harmonisk løsning som forener det gamle og det nye. Skann QR-koden for å lese mer om prosjektet.

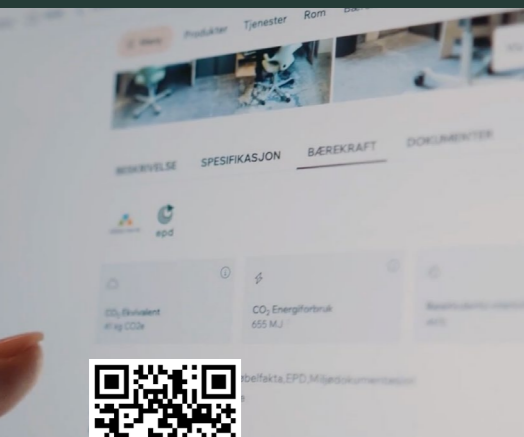


## GRØNT VALG

TYPE 1 CERTIFISERTE PRODUKTER

Vår ambisjon er å gjøre det enkelt å handle bærekraftig. Lindbak har klassifisert produkter med miljøsertisering av type 1 som et GRØNT VALG.

Merker med type 1-dokumentasjon er Svanemerket, EU Ecolabel, Blå Engel eller Möbelfakta. Mer informasjon om GRØNT VALG og type 1 dokumentasjon finner du på [Lindbak.no](https://lindbak.no).



I 2024 lanserte vi vår nye nettside og nettbutikk. Som en del av prosessen har vi tilgjengeliggjort «GRØNT VALG»-tag på relevante produkter i nettbutikken, slik at det blir enklere for våre kunder å finne dette alternative.

I tillegg har vi gjort gyldige miljøsertifikater og EPD-deklarasjoner tilgjengelige på produktene som har dette.

## SALGSPRAKSIS OG PRODUKTMERKING

### HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

Bærekraft for oss i Lindbak handler om å legge til rette for miljøvennlige valg, gjennom å arbeide for at produkter og tjenester vi tilbyr skal føre til stadig mindre fotavtrykk fra virksomheten vår.

Troverdig miljødokumentasjon og tilhørende standarder skal gjøre innkjøpere og forbrukere i stand til å ta miljøvennlige valg tryggere, raskere og smartere. De skal også gi produsentene og leverandørene kompass å navigere etter for best mulig å innrette sine virksomheter i bærekraftig retning.

Historisk har det vært utfordrende og tidkrevende å få nok oversikt og kunnskap om hva som er de mest miljøvennlige valgene. Her ønsker Lindbak å være en veiviser som gjennom kunnskapsdeling og tilgjengelig og brukervennlig produktmerking løfter både kunder, leverandører og våre samarbeidspartnere mot mer bærekraftige innkjøp.

### VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

For å sikre at de nye produktene vi selger er så miljøvennlige som mulig jobbet vi i 2024 videre med å klassifisere, sortere alle produktene og produkttypene etter EPD-verdier. EPD (Environmental Product Declaration) er en måte å standardisere og systematisere tall for ulike miljø- og klimaparametere på en objektiv måte, slik som CO2-ekvivalenter, energiforbruk, resirkulerte og resirkulerbare materialer. Tallene brukes til å gi en forståelse av hvilken miljøbelastning et produkt gir. Deklarasjonen er iht. ISO 14025 standard.

Vi jobber videre aktivt med prosesser sammen med våre største leverandører og EPD Norge for å sørge for at enda flere produkter får EPD-er. Oversikten med snittverdier for hver interiørkategori som vi utarbeidet i 2022 for Sirkulære rådgivere benyttes aktivt for utregning på de produktene ennå ikke har EPD-verdier. Dette for å kunne gi kundene våre et bedre beslutnings- og rapporteringsgrunnlag.

I tillegg til fokus på EPD-deklarte produkter jobber vi parallelt med å øke andelen solgte produkter med miljømerker som kvalifiseres som type 1. Disse merkene er Svanemerket, EU Ecolabel, Svensk möbelfakta og Blå Engel. Felles for disse merkene er at de utvikles iht. Standarden ISO 14024. Vi har laget samlebenevnelser GRØNT VALG for type 1-merker for å gjøre det enda enklere å navigere for alle som er involvert i innkjøpsprosesser.

Som rapportert på tidligere mangler det en samlet bransjeoversikt over alle EPD-deklarte og type 1-merkede produkter. Vi ser at våre bransjer generelt kan bli bedre på å tilgjengeliggjøre og oppdatere denne dataen på en måte som automatiserer og forenkler prosessen med å rapportere tallverdier. Det er derfor en meget tidkrevende prosess å digitalisere produktbasen, og å sikre kvalifisert og troverdig rapportering.

En intern arbeidsgruppe har i hele 2024 jobbet videre med å innhente og digitalisere miljødokumentasjon fra leverandører til vår produktinformasjonsbase og ERP-system.

Vi jobber mot at forbrukerne enkelt skal finne produkter med EPD-deklarasjoner og type 1-miljødokumentasjon via vår nettside. I 2024 har vi tilgjengeliggjort EPD-verdier, og gyldig dokumentasjon på EPD-deklarte og type 1-sertifiserte produkter.

Gjennom Smidig kontor-tjenestene **Nytt og brukt** og **Gjenbruk på nett**, har kundene våre mulighet til å handle brukte møbler via [Lindbak.no](https://lindbak.no). Våre gjenbruksprodukter har varemerket Lindbak:RE og ble tilgjengeliggjort på våre nettsider i 2021. I 2024 har vi utviklet egne kategorier for brukte produkter og innført en tydelig gjenbruk-tag som gjør det enklere å finne de brukte alternativene. Videre kjøp direkte i nettbutikken eller reservasjon av produkt. I tillegg har vi en dobling i salget av brukte PC-er. Sammen gjør vi det enda enklere å handle brukt.

Vi har også krav om at alle kaffeingredienser skal være klimanøytrale så vel som etisk forsvarlig produsert, og vi selger kun kaffeutstyr med energilabel AA. Dette opplyser vi om både på tilbudsbrev, produktkataloger og på nettside.

### MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

Vi har satt oss som mål å tilby produkter fra produsenter som innfrir våre kunders krav. Dette innebærer blant annet å utfordre våre leverandører på sertifikater, merking mv. for å dreie innkjøpsmønsteret. Spesielt ønsker vi å øke andelen solgte produkter med type 1-sertifisering og produkter som har EPD-deklarasjoner.

Vi har i 2024 arbeidet med å forbedre datakvaliteten i vårt ERP-system, slik at vi i større grad kan måle og følge opp parameterne. I 2024 var 15,8 % av vårt interiørsortiment registrert med CO2-ekvivalent i vårt ERP-system. Av disse hadde 54,6 % data basert på verifiserte EPD-er, mens resterende er basert på estimerte CO2-ekvivalent. Pga. for dårlig datakvalitet har vi derimot måttet avvende årlig rapportering på andel salg av type 1 sertifiserte produkter.

### KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

Det ble i 2024 gjennomført interne allmøter med tematikk som EPD-deklarasjoner, grønne valg og Lindbak:RE, og bærekraftig IT. Vi markerte lanseringen av vår digitale løsning RE:gister med mål om å gi oversikt, innsikt og kontroll over møbler om inventar. Kunnskapen ble løftet internt i ulike lokale forum fysisk og digital. Samt videre i kundemøter, interessentseminar, sosiale medier og nyhetsbrev.

Vi har også delt kunnskap om grønne produktvalg i ulike lokale forum og for andre bransjeaktører som bl.a. EPD Norge. Vi markerte videre Green Friday 29. november som et alternativ til Black Friday der vi oppfordret kundene våre til å handle mer sirkulært.



I 2024 har vi lansert vår egen møbelregistreringsapp, for å bistå våre kunder med kartlegging av brukte møbler på en enda enklere måte.

Ambisjonen er å bidra til at gjenbruk og ombruk blir en naturlig del av innkjøpsprosessen til våre kunder og samarbeidspartnere.

Skann QR-kode for å se film om RE:gister.





En konkret handlingsplan knyttet til avfallshåndtering har gitt stor effekt på sorteringsgraden for lageret i Trondheim.

2024 - 95,0 % sorteringsgrad  
2023 - 88,6 % sorteringsgrad

**LINDBAKS  
SENTRALLAGER,  
MIDT-NORGE**



#### VÅRE MÅLSETNINGER

Lindbak vil vi bidra, både direkte og gjennom påvirkning av våre interessenter, til å redusere utslipp for at temperaturøkningene begrenses i tråd med Parisavtalens mål.

Dette følger vi blant annet opp gjennom:

- Kilowattforbruket per m2 skal reduseres med 20% innen 2030
- Innen 2030 skal bilparken være klimavennlig (elektrisk, biodrivstoff e.l.)<sup>13</sup>
- Redusere drivstofforbruket med 10 % årlig i prosent av omsetningen
- Redusere våre reiseutslipp med 20 % ila. 5 år (2024 - 2027)
- Sorteringsgrad på 90%

## REDUKSJON AV AVFALL OG KLIMAGASSUTSLIPP

### HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

Bærekraftsmål 13 «Stoppe klimaendringene» er et av Lindbaks prioriterte bærekraftsmål. Både interne og eksterne interessenter mener at Lindbaks arbeid med å redusere klimaavtrykkene er et av de viktigste miljømessige bidragene vi gjør. Vi erkjenner at de produktene vi selger, transporten og avfallet som dette kreerer, og vår egen kontordrift og reisevirksomhet medfører økte klimagassutslipp og avfallsmengder. Våre kunder setter stadig høyere krav til hvordan vi jobber med å redusere klimaavtrykket. Vi ser en trend til at innkjøpere i større grad ønsker å rapportere på CO2-avtrykkene til produkter, tjenester, transport, bruk og avfall, såvel som CO2-besparelser via gjenbruk.

Vi vil bidra både direkte og indirekte ved å tenke bærekraft i alt vi gjør, og vi har en klar målsetning om å redusere de påvirkningene vi har i hele verdikjeden. Vi skal stille høye krav til våre samarbeidspartnere ift. til deres strategier og retningslinjer knyttet til hvordan de jobber med klimagassutslipp og avfallshåndtering. Dette er viktige parameter ved valg av leverandører.

### VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

Styret og ledelsen i selskapet har satt tydelige retningslinjer på at det interne klimaavtrykket skal reduseres. Vi har definert konkrete målsetninger knyttet til forbruksreduksjon av drivstoff i Scope 1, energisparende tiltak i Scope 2, og reduksjon i reisevirksomhet og forbedring i gjenvinningsgrad på avfall i Scope 3. I tillegg er det lagt tydelige retningslinjer ut mot salgsledere og organisasjonen at vi skal velge å selge de produktene som gir minst negativ miljøpåvirkning.

Med 29 lokasjoner i hele Norge har vi et ansvar for å minimere klimaavtrykkene i byggene vi leier eller eier. Vi fikk i 2024 seks nye elektriske vare- og lastebiler, noe som har bidratt til redusert drivstofforbruk til tross for stor vekst. Vi ser derfor et synkende drivstofforbruk i Scope 1 på 15,9 tonn CO2 totalt, tilsvarende en reduksjon på 5,55 % sammenlignet med året før.

I 2024 konsoliderte vi vår lagerdrift på Østlandet ved å etablere et nytt sentrallager på 2 500 m<sup>2</sup> på Sofiemyr i Oslo. Det nye lageret er tilrettelagt for effektiv logistikk med flere kjøreporter og lastetramper som gjør det mulig for alle typer kjøretøy og lastebiler å levere og hente varer på en smidig måte. Lageret betjener nå våre avdelinger i hele Østlandsregionen. Et moderne lagersystem, forbedret vareflyt og tettere koordinering mellom avdelinger og fagområder har bidratt til økt effektivitet i logistikken og redusert antall utkjøringer.

### MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

Lindbak har brukt definisjonene for Scope 1 til 3 fra Greenhouse Gas Corporate Standard (GHG-protokollen) ved utarbeidelsen av klimaregnskapet for 2024.

Vi ser at klimautslipp fra vår bilpark utgjør en stor del av vår direkte utslippspåvirkning og et viktig mål er å derfor å redusere andelen fossildrevne kjøretøy i vår bilpark. I 2024 fikk vi levert flere forskjellige typer elektriske varebiler og ser en positiv trend med drivstoffreduksjon hos de aller fleste avdelingene. Mest merkbart er det hos avdelingene som har fått levert elektriske varebiler med påbyggsskap og lift. Dette har ført til at andelen nullutslippskjøretøy i selskapet har økt fra 14,3 % i 2023 til 21,2 % i 2024. I store byer<sup>13</sup> har tallet gått fra 34,2 % til 33,3%. Samtidig ser vi en økning i kundeaktivitet og omsetning i 2024, noe som også gjenspeiles i en moderat økning i Scope 3 knyttet til kilometergodtgjørelse. Dette utgjør 101,80 tonn CO2 av de totale utslippene som er en økning på 2,69 tonn fra 2023.

Vi har satt oss som mål at kilowattforbruket per kvadratmeter skal reduseres med 20% innen 2030. Vi har en økning i forbruket av elektrisitet i 2024 som dels skyldes lading av elektriske varebiler ved våre avdelinger, men som også har andre naturlige årsaker som vekst og tilkomst av flere avdelinger samt at vi har hatt en kald vintersesong. Samtidig har endringer i utslippsfaktoren for elektrisitet ført til lavere klimagassutslipp per kilowatttime, noe som demper den totale miljøpåvirkningen. Vi har satt oss som mål at vi innen 2030 skal ha en gjenvinningsgrad på 90%. Hovedandelen avfall kommer fra papir, papp, kartong, EE-avfall og treavfall. Vi ser at handlingsplanen knyttet til vårt klima- og miljøarbeid har gitt positive resultater, spesielt knyttet til kildesorteringsgrad. Ved vårt lager i Trondheim har sorteringsgraden økt fra 88,6% i 2023 til 95% i 2024. Nasjonalt har vi forbedret oss fra 76,4% i 2023 til 83,7% i 2024. Selv om utviklingen går i riktig retning, erkjenner vi at vi fortsatt har et stykke igjen før målet nås. Vi vil derfor evaluere tiltak på avdelingsnivå for å identifisere forbedringsområder og sikre videre fremgang.

### KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

Effektene av våre tiltak og vårt arbeid fremkommer årlig i vår bærekraftsrapport. Dette er også tema til diskusjon på våre bærekraftsambassadørmøter og i avdelingsvise gjennomganger rundt miljøinnsats relatert til Miljøfyrtårn-ordningen.



**LINDBAK SENTRALLAGER,  
ØSTLANDET**

I 2024 konsoliderte vi vår lagerdrift på Østlandet ved å etablere et nytt sentrallager på 2 500 m<sup>2</sup> på Sofiemyr i Oslo.

Her har vi stor plass til lagring av brukte møbler som benyttes av alle våre avdelinger i Østlandsregionen. Et moderne lagersystem, forbedret vareflyt og tettere koordinering mellom avdelinger og fagområder har bidratt til økt effektivitet i logistikken og redusert antall utkjøringer og CO2-avtrykk.



### RAPPORTERINGSANDEL:

2024 - 100 %  
2023 - 100 %  
2022 - 100 %



1812 m<sup>2</sup> plantet skog  
145 t. forventet CO2 fangst

Klimakompensert for 145 t  
(12 t mer enn 2023)

## KLIMAUTSLIPP

CO<sub>2</sub>E/MILLION NOK

2024  
**0,48 tonn**

2023  
**0,55 tonn**

2022  
**0,51 tonn**

2021  
**0,42 tonn**



- 1 DIREKTE UTSLIPP
- 2 INDIREKTE UTSLIPP
- 3 ANDRE INDIREKTE UTSLIPP

### FORHOLDSTALL

Utslipp (Scope 1, 2 og 3)/ omsetning. Lindbak har brukt definisjonene for Scope 1 til 3 fra Greenhouse Gas Corporate Standard ved utarbeidelsen av klimaregnskapet for 2024.

Kriteriene er offentlig tilgjengelig på [ghgprotocol.org](http://ghgprotocol.org).

## KLIMAREGNSKAP

Beregnet i tonn CO<sub>2</sub>e

	2021	2022	2023	2024
<b>SCOPE 1</b>	<b>281,49</b>	<b>300,77</b>	<b>287,07</b>	<b>271,13</b>
Direkte utslipp				
Drivstoff beregnet per kjøretøy <sup>14</sup>				
Bensin beregnet fra kjøpte liter (årlig) <sup>14</sup>	24,88	24,51	24,02	30,82
Diesel beregnet fra kjøpte liter (årlig) <sup>14</sup>	256,61	276,26	263,04	240,31

	2021	2022	2023	2024
<b>SCOPE 2</b>	<b>53,14</b>	<b>44,97</b>	<b>57,38</b>	<b>49,93</b>
Indirekte utslipp (lokasjonsbasert)				
Elektrisitet <sup>15</sup>	11,56	16,48	29,84	24,84
Fjernvarme <sup>15</sup>	41,52	28,34	27,29	24,17
Fjernkjøling <sup>15</sup>	0,06	0,06		
Elektrisitet (Personbil/Varebil) <sup>16</sup>	0,008	0,091	0,254	0,92

	2021	2022	2023	2024
<b>SCOPE 3</b>	<b>64,42</b>	<b>142,72</b>	<b>219,55</b>	<b>194,81</b>
Andre utslipp				
Km-godtgjørelse fossile kjøretøy <sup>17</sup>	20,68	31,02	99,11	101,80
Flyreiser <sup>18</sup>	20,65	83,33	92,84	57,26
Utgående og inngående frakt, underleverandører <sup>19</sup>	6,04	3,32	3,60	10,33
Restavfall til forbrenning <sup>20</sup>	1,20	0,76	1,51	1,18
Restavfall til ettersortering <sup>20</sup>	0,29	2,73	1,42	0,55
Organisk avfall (matavfall mm) <sup>20</sup>	0,03	0,03	0,03	0,03
Treavfall <sup>20</sup>	1,48	2,70	2,15	2,17
Papir, papp og kartong <sup>20</sup>	9,71	11,89	12,07	10,68
Metall (ikke emballasje) <sup>20</sup>	0,17	0,43	0,59	0,8
Glass (ikke emballasje) <sup>20</sup>		0,01	0,01	0,01
Glass- og metallemballasje <sup>20</sup>		0,01		
Plast <sup>20</sup>	0,50	0,52	0,35	0,57
Møbler og inventar <sup>20</sup>	0,02			
EE-avfall <sup>20</sup>	4,64	5,95	5,86	9,39
Masser og uorganisk materiale <sup>20</sup>				
Batterier <sup>20</sup>				
Farlig avfall <sup>20</sup>	0,01	0,02	0,02	0,03

<b>SUM SCOPE 1, 2 OG 3</b>	<b>400,06</b>	<b>488,45</b>	<b>563,99</b>	<b>515,87</b>
----------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------

## AVFALL

**551,68**

TONN TOTALT

2023 - 541,75 tonn  
2022 - 546,04 tonn  
2021 - 401,27 tonn



**16,02 %**

RESTAVFALL

88,38 TONN

2023 - 23,50 %  
2022 - 20,34 %  
2021 - 17,28 %



**83,71 %**

GJENVUNNET AVFALL

461,82 TONN

2023 - 76,37 %  
2022 - 79,53 %  
2021 - 82,60 %



**0,27 %**

FARLIG AVFALL

1,47 TONN

2023 - 0,13 %  
2022 - 0,13 %  
2021 - 0,12 %

AMBISJON:

**GRØNN  
TRANSPORT  
INNEN  
2030**

Andel elektriske kjøretøy totalt

**21,2 %**

48,3 % ØKNING FRA 2023

Andel elektriske kjøretøy i storbyer<sup>13</sup>

**33,3 %**

2023 - 34,2 %

**6,0 %**

REDUKSJON

I DIREKTE UTSLIPP FRA 2023 TIL 2024 TOTALT I LINDBAK

14. Drivstoff beregnet etter faktisk kjøpte liter med omregningsfaktor fra Miljøfyrtårn. Historiske tall er endret i forhold til faktorendringer hos Miljøfyrtårn.
15. Forbruk per lokasjon med omregningsfaktor fra Miljøfyrtårn. Lokasjonsbasert beregning. Historiske tall er endret i forhold til faktorendringer hos Miljøfyrtårn.
16. Forbruk av elektrisitet til person- og varebiler ved eksterne ladestasjoner. Omregningsfaktor fra Miljøfyrtårn. Historiske tall er endret i forhold til faktorendringer hos Miljøfyrtårn.
17. Kilometergodtgjørelse for ansattes tjenestereiser er hentet fra lønssystemet og beregnet etter Miljøfyrtårns utslippsfaktor.
18. Aggregert fra kilo CO<sub>2</sub> per flyreise fra TRAVELNET Reisevarehuset.
19. Utgående og innkommende frakt fra Bring og Schenker som står for hovedmengden av transport. Basert på rapporter fra transportørene med deres CO<sub>2</sub> beregning som underlag.
20. Avfall per lokasjon er hentet fra Lindbaks Miljøfyrtårn-rapportering. Historiske tall er endret i forhold til faktorendringer hos Miljøfyrtårn.



04

## OSS I LINDBAK

Ansattes engasjement,  
mangfold og utvikling

38

Etterlevelse av lover og  
standarder for arbeidsmiljø  
og ansattes helse og sikkerhet

48

## VÅRE MÅLSETNINGER



Lindbak har fortsatt en undervekt av kvinner i organisasjonen. Vi jobber derfor aktivt med å øke kvinneandelen i selskapet og særskilt i ledende posisjoner.

Vi har en målsetning om 50 % kvinneandel i lederstillinger og 50 % i salgroller.

*«Det er summen av den enkelte medarbeiders gode prestasjoner som bringer oss fremover»*



Magnus Alban Mehmeti er selger og master barista ved Lindbak Trondheim. Han deler sin lidenskap og ekspertise gjennom Lindbak sin kaffeskole, hvor han formidler kunnskap til våre kunder. Skann QR-koden for å lære mer.

# ANSATTES ENGASJEMENT, MANGFOLD OG INKLUDERING

## HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

Engasjerte ansatte innebærer en direkte og positiv effekt på vår bunnlinje. Ansatte trenger å føle seg sett og hørt, føle at jobben er meningsfull og at deres bidrag blir anerkjent. En av de viktigste faktorene for ansattes trivsel er relasjonen de har til nærmeste leder. Så gjennom å styrke lederkompetansen styrker vi også ansattes engasjement.

For at Lindbak skal utvikle seg trenger vi et mangfold av ansatte. En av våre kjerneverdier er NYTENKENDE, og skal vi ha tilgang til å finne nye løsninger på våre utfordringer kan ikke alle tenke likt. Ved å ansette personer med ulik bakgrunn; kulturelt, aldersmessig, kjønnsmessig med mer, får vi en større bredde som tjener selskapet vårt positivt. Vi skal evne å ivareta mangfoldet gjennom at kulturen i selskapet utvikler seg sammen med de ansatte.

Kompetanseheving og utvikling er viktig for at de ansatte forblir engasjert og inspirert, og er et viktig fundament for at selskapet utvikler seg videre og forsterker vår markedsposisjon og vårt arbeid med å nå våre bærekraftsmål.

Likestilling er ikke bare en grunnleggende menneskerettighet, men et nødvendig grunnlag for en fredelig, velstående og bærekraftig verden iht. FNs bærekraftsmål nr. 5. Vi har tro på at størst mulig likestilling mellom kjønnene også vil ha stor betydning for arbeidsmiljøet og bidra til større lønnsomhet i selskapet.

Samtidig er noen av våre stillingstyper i hovedsak dominert av menn. Dette gjelder spesielt innenfor teknisk service, IT og logistikk. Dette er en utfordring for Norge generelt, og vi alene kan ikke påvirke hvem som søker seg til tekniske utdannelse. Vårt mål til kjønnsbalanse er derfor i hovedsak knyttet til salg og ledelse.

## VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

Vi mener at bedriftens styrke ligger i de menneskene som jobber her. Det er vårt mål at alle skal få bruke sine skapende evner til det beste for bedriften og for egen utvikling. Vi tror at utfoldelse, trivsel, fellesskap og meningsfylte oppgaver er viktige drivkrefter hos den enkelte. Vi legger derfor opp til delegering av ansvar og myndighet slik at alle får størst mulig selvstendighet i arbeidet. Vi vil at alle skal føle tilfredsstillelse over å være ansatt i Lindbak og føle at de har oppnådd noe ved dagens slutt. Arbeidsrelevant kompetanseheving og individuell videreutvikling skal stimuleres, og vi legger vekt på intern rekruttering og karriereutvikling.

Det skal være like muligheter for ansettelse, utvikling og avansement, uansett bakgrunn. Betingelsene skal være konkurransedyktige og det skal være gode og trygge arbeidsforhold. Vi skal ha gode forsikringsordninger for alle, og alle medarbeidere skal kunne foreslå forbedringer og fremme konstruktiv kritikk. Vi skal ha kompetente ledere, som opptrer i tråd med våre verdier og lederprinsipper.

Tilbakemeldingskultur står sentralt i vår strategi. Å kunne gi og få tilbakemeldinger, skaper trivsel og utvikling når vi er trygge på hverandre. Vi har også fokus på regelmessige 1:1-samtaler mellom leder og ansatt. 1:1-samtalene er uformelle samtaler som skal fremme ansattes engasjement og styrke relasjonen og tilbakemeldingskulturen mellom leder og den ansatte.



LINDBAK + Meg



### Motiverte og engasjerte medarbeidere

- Kultur og langsiktige verdier
- Trygghet og soliditet
- Kommunikasjon og inkludering
- Personlig utvikling



### Kunnskapsrike medarbeidere

- Service og kundefokus
- Forretningsforståelse
- Riktig faglig kompetanse knyttet til rolle
- Ha kjennskap til prosesser hos produsenter / samarbeidspartner



### Friske medarbeidere

- Balanse mellom arbeid og fritid
- Inkluderende og mangfoldig arbeidsmiljø, godt tilrettelagt for å løse arbeidsoppgavene
- Klimaundersøkelse og medarbeidertilfredshet

Vi samarbeider med arbeidsinkluderingsbedriften Prima, gjennom å engasjere arbeidskraft fra dem og sirkulære prosjekter. Da Prima skulle flytte til nye lokaler bisto vi dem med sirkulær rådgivning og prosjektledelse, med rådgivning på hva som kunne gjenbrukes, hva de burde supplere, og også hva vi visste andre kunder av oss hadde til overs og som de da kunne gi videre til et godt formål. SAMMEN skaper vi en mer bærekraftig framtid.

Skann QR-koden for å se video.



PRIMA TRONDHEIM



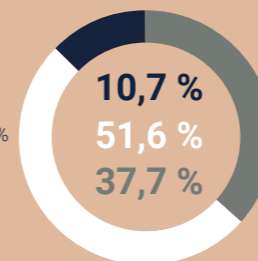
TABELLER  
**LIKESTILLING OG MANGFOLD I LINDBAK**

**LEDENDE STILLINGER - Fordeling alder og kjønn**

	2022		2023		2024	
	Antall	%	Antall	%	Antall	%
Under 30 år	0	0	0	0	2	100 %
30-50 år	19	58 %	14	42 %	19	73 %
Over 50 år	17	80 %	4	20 %	12	60 %

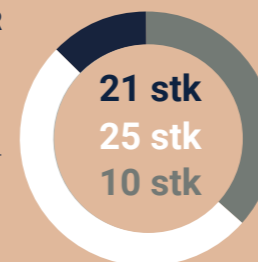
**ALLE ANSATTE**

- Ansatte under 30 år - %
- Ansatte mellom 30-50 år - %
- Ansatte over 50 år - %



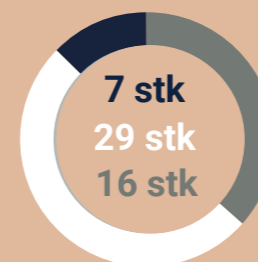
**NYANSATTE - ALDER**

- Nyansatte under 30 år
- Nyansatte mellom 30-50 år
- Nyansatte over 50 år



**TURNOVER - ALDER**

- Turnover under 30 år
- Turnover mellom 30-50 år
- Turnover over 50 år



**NYANSATTE - FORDELING KJØNN**

	2022		2023		2024	
	Antall	%	Antall	%	Antall	%
Under 30 år	12	75 %	4	25 %	11	73 %
30-50 år	26	58 %	19	42 %	20	67 %
Over 50 år	9	69 %	4	31 %	6	55 %

**TURNOVER - FORDELING KJØNN**

	2022		2023		2024	
	Antall	%	Antall	%	Antall	%
Under 30 år	2	64 %	1	33 %	6	67 %
30-50 år	21	64 %	12	36 %	15	60 %
Over 50 år	7	64 %	4	36 %	8	73 %

«I Lindbak definerer vi mangfold som sammensetninger av synlige og usynlige ulikheter»

LIKESTILLING

Kvinner i ledende stillinger

29,0 %

2023 - 34,0 %  
2022 - 35,6 %  
2021 - 34,0 %  
2020 - 30,8 %

Indeks - kvinners lønn i % av menns lønn<sup>7</sup>

97,4 %

2023 - 102,7 %  
2022 - 102,3 %  
2021 - 104,5 %  
2020 - 102,6 %

7) Gjennomsnittlig brutto årslønn eksklusiv bonuser og provisjoner.

Vår ambisjon er å ha stort mangfold og likestilling blant både ansatte og i ledelsen, og det øverste ansvaret for dette ligger hos adm. dir. i selskapet. De siste årene har vi jobbet målrettet med å øke kvinneandelen og vi har kommet langt i arbeidet med å sørge for likelønn i alle ledd i organisasjonen. Vi har også mulighet til å påvirke våre underleverandører og samarbeidspartnere gjennom å etterspørre hvordan de jobber med mangfold og inkludering.

Lindbaks definisjon av mangfold:

**I Lindbak definerer vi mangfold som sammensetninger av synlige og usynlige ulikheter.**

Budskapet kommuniseres gjennom e-læringsmoduler som "Verdien av Mangfold" og "Mangfoldsledelse". Vi sørger også for objektive rekrutteringsprosesser med bruk av testverktøy og caseoppgaver for å muliggjøre likestilling, mangfold og en rettferdig prosess.

Gjennom bærekraftsarbeidet vårt jobber vi i Lindbak kontinuerlig for å være en inkluderende arbeidsplass fri for alle typer diskriminering. Vi tror på at Lindbak blir et bedre sted å jobbe når vi investerer i mangfold og fokuserer på at ansatte opplever å bli inkludert og føler at de hører til. Vi som et nasjonalt selskap er nødt til å være vårt ansvar bevisst og vise ydmykhet og respekt til alle uavhengig av bakgrunn. Det er kun gjennom dette vi kan utøve reell mangfoldsledelse.

**MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT**

Den årlige medarbeidersamtalen i HRM-verktøyet Simpleyer, og et økt fokus på viktigheten av tilbakemeldinger har sikret en markant økning i gjennomføringsprosent på medarbeidersamtaler de siste par årene. I 2024 var svarprosenten på 71,7 %.

Lindbak måler og rapporterer på likestilling og ser på kjønnsbalansen når vi rekrutterer. Rekruttering av kvinner har likevel vært utfordrende i en tid der vi har opplevd stor vekst på fagområdet Kaffe, som foreløpig er en bransje som domineres av menn. Samtidig har vi sett en økning i salg hvor kvinneandelen har økt fra 45,5 % i 2023 til 56,3 % i 2024. Økning skyldes blant annet flere nyansettelser innen fagområdet interiør, et område som tradisjonelt har høy kvinneandel. Et av tiltakene er å fokusere mer målrettet på de enkelte fagområdene, og ikke bare overordnet på konsernnivå.

Antall kvinner i ledende stilling ble redusert med én i 2024. I samme periode ble det ansatt en noe høyere andel menn enn kvinner, noe som bidro til at kvinneandelen gikk ned fra 34 % i 2023 til 32 % i 2024. Det er en utfordring å finne kvinnelige ledere i en mannsdominert bransje, så her trenger vi å evaluere hva andre aktører med større kvinneandel har gjort. Det er også viktig å prioritere videre arbeid med intern karriereutvikling, og at vi gjennom kompetansekartlegging og medarbeidersamtaler avdekker interesse og motivasjon for fremtidig lederansvar.

TABELLER  
LIKESTILLING OG MANGFOLD I LINDBAK

**KVINNEANDEL**

	2022	2023	2024
Kvinner i % av antall ansatte	33,2 %	32,5 %	32,3 %
Kvinner i ledende stillinger av % totale lederstillinger <sup>4</sup>	35,6 %	34,0 %	29,0 %
Kvinner i konsernledelsen	22,2 %	25,0 %	25,0 %

6) Ledende stillinger er avdelingsledere, fagledere og andre ledere med personalansvar.

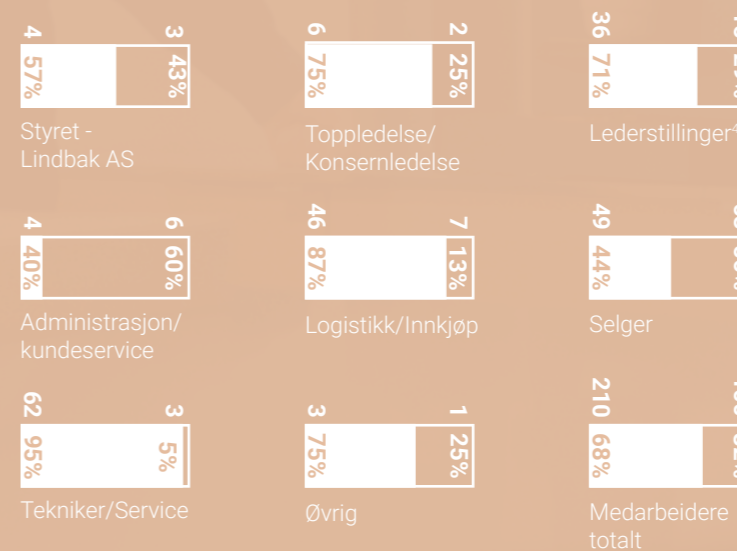
**BRUTTO ÅRSLØNN FOR KVINNER I % AV MENN I %**

	2022	2023	2024
Medarbeidere <sup>12</sup>	104,0 %	103,8 %	94,5 %
Ledere	114,4 %	106,2 %	108,8 %
Toppledere	93,3 %	93,4 %	89,1 %
Alle	102,3 %	102,7 %	97,4 %

12) Inkl. selgere, teknikere og logistikkmedarbeidere.

**STILLINGSTYPER 2024 - Fordelt på menn og kvinner**

■ Menn □ Kvinner



Tabell rundet av til nærmeste hele tall.

**KJØNNSFORDELING**  
ALLE ANSATTE



100 210  
32,3 % 67,7 %

**KJØNNSFORDELING**  
SALG



63 49  
56,3 % 43,8 %

**KJØNNSFORDELING**  
BÆREKRAFTSAMBASSADØRER



13 8  
62 % 38 %

## PULSMÅLING

I 2022 innførte vi **&frankly pulsmåling** for å måle medarbeiderengasjement i Lindbak. Skala på pulsmålingen er fra 1-100.

Med fire målinger i året kan vi raskere fange opp endringer i organisasjonen og iverksette tiltak.

Gjennomsnittlig PULS-score

81

2023 - 80

Vil anbefale min leder til andre

84

2023 - 83

Jeg føler meg verdsatt på jobb

76

2023 - 74

Det er sterk lagånd på arbeidsplassen vår nå

78

2023 - 76

Mange av tiltakene vi gjør for å sørge for engasjement, mangfold og inkludering er ikke nødvendigvis lett å tallfeste eller måle. Et av de målbare tiltakene er kvartalsvise pulsmålinger for å måle ansattengasjement. Gjennom 2024 hadde vi pulsmålinger med 15 faste spørsmål for å måle ansattengasjement. Her måler vi engasjement i sanntid gjennom syv drivere: Retning, utvikling, stolthet, bekreftelse, samarbeid og tilfredshet. Vårt mål er 85, og det krever at vi jobber strukturert og planmessig med dette over tid. Pulsmålingen hadde i 2023 en positiv utvikling i hvor fornøyd de ansatte er med lederen sin. Dette tallet har holdt seg stabilt gjennom 2024 (84).

I snitt ser vi at kvinner har litt høyere score enn menn på pulsmålingene. Det er ikke et mål i seg selv, men indikerer samtidig at kvinner er svært engasjerte på vår arbeidsplass.

### KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

Alle avdelingsledere gjennomgår resultatene fra pulsmålingen på avdelingsmøtene sine for å diskutere tiltak med de ansatte. Både hva de skal fortsette med for å beholde gode scorere, men også hva man skal endre på for å bli bedre. Gjennom verktøyet for pulsmåling er det også mulig å sende inn anonyme kommentarer dersom noen ikke ønsker å dele sine tilbakemeldinger i plenum.

Ansattes engasjement, inkludering og mangfold er faste innholdselementer på allmøter, i bærekraftsarbeidet og i strategien vår. Ansatte kan videre lese om våre mål og vårt arbeid på intranett og i personal- og kulturhåndbok.

Dette er også et fokusområde i onboarding av nyansatte. Vi har to kurs i Motimate om mangfold, og gjennom **Lindbak+meg** ønsker vi videre å kommunisere eksternt og i egne kanaler om hvordan det er å jobbe i Lindbak. Vi deler resultat fra våre pulsmålinger hvert kvartal via interne allmøter og lokale avdelingsmøter.

### Utviklingssamtaler fordelt i prosent på stilling og kjønn

	2022	2023	2024
Toppledelse/konsernledelse	100 %	86 %	83 %
Lederstilling	74 %	98 %	94 %
Administrasjon & kundeservice	100 %	100 %	100 %
Øvrig	75 %	0 %	0 %
Logistikk/Innkjøp	78 %	76 %	80 %
Selger	88 %	89 %	89 %
Tekniker/Service/IT	89 %	84 %	87 %
Kvinner	92 %	91 %	93 %
Menn	82 %	88 %	84 %



I 2024 deltok Lindbak på **Sykle til jobben** som arrangeres av Bedriftsidretten med fokus på folkehelse og sosial bærekraft.

«I motbakke går det bare oppover.»

- Ronny Solbakken Skråmestø

På **Sykle til jobben** kampanjen kunne alle ansatte i Lindbak være med å konkurrere lagvis mot hverandre. Videre samle poeng for all fysisk aktivitet som gåturer, løping, sykling m.m.

Ronny Solbakken Skråmestø er salgskonsulent i Bergen og mener arrangementet var med på å bidra til en bedre hverdag:

«Som ett konkurranse-menneske jeg er, så ble jeg motivert til å trene hver dag og pushe ekstra aktiviteter for å få mer poeng.

Jeg spiller en del padeltennis og ble motivert til å være med på nettværksbygging på padelbanen, som ga gevinst både med salg og samtidig aktivitet for meg. Det ble fort 5-6 dager i padelhallen, samt turer i fjellet eller løpeturer. Ved å ha fokus på økt aktivitet, så er det vinn-vinn for både arbeidsgiver og på hjemmefronten. En blir mere opplagt, motivert og humøret blir bedre. Det er deilig å trigge konkurranseinstinktet og se muligheter i alt. Det er som jeg bruker å si til alt - I motbakke går det bare oppover.»

||

Etter to dager med spennende, lærerikt og inspirerende innhold, sitter jeg igjen med både faglig påfyll og mange gode sosiale opplevelser. Programmet var veldig bra lagt opp og har gjort meg enda mer bevisst på hvordan jeg kan bidra til bedre samarbeid, både med kollegaer og andre.

Disse dagene har gjort meg svært stolt og mer motivert for å være en del av Lindbak, og jeg gleder meg til å være med å utvikle selskapet videre. Jeg er utrolig takknemlig for muligheten og inspirert av det fellesskapet og engasjementet som det er i Lindbak.

- Deltaker Kremmerskolen

Gjennomført årlig utviklingssamtaler i % av antall ansatte

71,7 %

2023 - 87,7 %  
2022 - 82,5 %  
2021 - 82,5 %  
2020 - 56,6 %

## UTVIKLING OG KOMPETANSE HOS MEDARBEIDERE I LINDBAK

### LEDERUTVIKLING

I 2024 kjørte vi lederutviklingskurs for ledere i Lindbak. Lederne innen interiørfagområdet deltok blant annet i et kurs holdt av en ekstern partner med fokus på utvikling av modig lederskap. Lederutviklingen gjorde deltakerne mer bevisst på hvordan man leder med tydelighet, empati og mot, og hvordan man skaper trygge rom for tilbakemeldinger, håndterer ulikheter og bygger tillit i teamet.

### FAGSPESIFIKK KOMPETANSEHEVING

Våre ansatte deltar på relevante fagseminarer og messer med våre leverandører og samarbeidspartnere. I 2024 arrangerte vi en fagreise til verdens største messe for AV og systemintegrasjon. Målet var å utforske og hente innsikt i de nyeste trendene innen digital arbeidsplass, hybrid arbeidshverdag, teknologi, løsninger og applikasjoner. I tillegg gjennomførte vi det vi kalte «Norgesturné Kaffe», hvor vår fagleder for kaffe og representant fra vår største kaffeleverandør, besøkte avdelingene våre og holdt intern opplæring. Fokuset var rettet mot viktigheten av etisk handel og direkte handel med kaffebonden for å styrke forståelsen av verdikjeden og bærekraftige valg innen kaffe.

### DIGITALT ONBOARDINGSPROGRAM FOR NYANSATTE

Alle nyansatte i Lindbak deltar på nasjonal digital onboarding. Dette innebærer syv digitale sesjoner på Teams med de ulike lederne av våre fagområder og stabsfunksjoner. Her har vi en blanding av faglig innhold og gruppediskusjoner. I tillegg til å bli kjent med våre verdier, kultur, organisasjon, produkter og tjenester, blir de nyansatte kjent med hverandre på tvers av geografisk tilhørighet og fagområder.

### BÆREKRAFTSKOMPETANSE FOR ALLE ANSATTE

Bærekraft er viktig i Lindbak, og vi har flere tiltak for kompetanseheving på dette. En gang i måneden har vi et faglig tema relatert til bærekraft på våre digitale allmøter. I tillegg har vi flere e-læringskurs i Motimate som omhandler bærekraft. Kursene lages av flere ulike ressurspersoner i selskapet som deler av sin spisskompetanse med resten av organisasjonen. I digital onboarding er en av sesjonene dedikert til bærekraft og Smidig Kontor tjenester i sin helhet.

Vi har lokale bærekraftsambassadører som deltar på workshops sammen, og som har ansvaret for å spre kunnskap videre til sine kollegaer lokalt. Gjennom å lære bort lærer man selv enda mer. I 2024 gjennomførte vi blant annet en workshop hvor vi identifiserte hvilke bærekraftsområder som bør prioriteres for å skape størst mulig effekt – både for miljøet og for virksomhetens lønnsomhet. Dette arbeidet ga et verdifullt bidrag til utviklingen av vår doble vesentlighetsanalyse.

Bærekraftsambassadørene skal gjennomføre alle kurs i Motimate knyttet til bærekraft og sirkulære tjenester, og bidrar i evalueringsarbeidet med å forbedre kursene. De har også tatt i bruk modulen kompetansekartlegging i Simployer, slik at vi kan se hvilke kompetanseområder som kollektivt bør løftes.

### KOMPETANSEHEVING FOR SALGSKONSULENTER

I Lindbak har vi en egen «Kremmerskole» hvor alle selgere som har vært gjennom digital onboarding blir invitert til å delta på en todagers samling ved vårt hovedkontor i Trondheim. Everything DISC-verktøyet, som ble gjennomført av alle ledere i 2022, er nå innført som en del av Kremmerskolen. I 2024 har alle nye ledere og selgere fått sin egen Everything DISC profil som bevisstgjør egne styrker og utviklingsmuligheter som selger, samt innsikt i hva som virker inn på gode team internt.

Som ny leder for Service har Rikke Sørlie Langø deltatt på nyansattprogram og kremmerskolen sammen med andre nye ansatte i Lindbak.

TABELL  
ANTALL TIMER TRENING

TYPE OG OMFANG	ANSATTGRUPPER (medarbeider, leder eller alle)	2022 Timer eller antall totalt	2023 Timer eller antall totalt	2024 Timer eller antall totalt
E-læring	Medarbeidere	798	720	445
Kremmerskole	Medarbeidere	405	720	390
Lærlinger	Medarbeidere	2 stk	3 stk	0 stk
Praksisplass og Internship		320		392
Interne kurs i sirkulær omstilling	Alle	535	1140	726
Fagsamlinger, -messer, -dager	Alle	2826	5538	2507
Nyansattprogram	Alle	1000	700	700
Mellomlederprogram	Ledere	1146	600	420
Eksterne kurs og sertifiseringer	Medarbeidere	368	120	97,5

# ETTERLEVELSE AV LOVER OG STANDARDER FOR ARBEIDSMILJØ OG ANSATTES HELSE OG SIKKERHET

HMS er et lederansvar på alle nivå i organisasjonen, HMS-relaterte problemer løses løpende på lavest mulig nivå. Den enkelte leder har ansvar for oppfølging og gjennomføring av HMS-tiltak.

## HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

Det er en selvfølge at alle ansatte skal ha en trygg og sikker arbeidsplass hos Lindbak. Etterlevelse av arbeidsmiljøloven og andre lover og standarder har alltid vært viktig for oss. Temaet er vesentlig for Lindbak fordi vi ønsker å være en god og attraktiv arbeidsgiver som ivaretar fysisk og mental helse for våre ansatte. I en prosjektbasert bransje som vår, blir det i perioder behov for å leie inn midlertidig ansatte og tilkallingsvikarer. Dette henger sammen med at en stor andel av prosjekter leveres like før jul. I tillegg trenger vi sommervikarer ved ferieavvikling for de ansatte på logistikk. Når bransjen er preget av sesongbaserte svingninger gjelder det å se på mulige positive påvirkninger denne utfordringen gir. Samarbeid med aktører innen arbeidsmarkedstiltak er en måte vi kan snu en negativ påvirkning til en positiv.

## VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

Lindbak har gode innarbeidede HMS-rutiner, verneombud og arbeidsmiljøutvalg. Vi har personalhåndbok og følger norsk arbeidsmiljølov.

Ergonomisk riktige arbeidsplasser, trivsels-skapende omgivelser, og velferdsordninger som kantine, er for Lindbak viktige faktorer for å skape en ramme for trivsel, sikkerhet og effektivitet. Gjennom sensorteknologi har det blitt mulig å måle det fysiske arbeidsmiljøet og vi setter interne medarbeiderundersøkelser på trivsel høyt (puls målinger).

I Lindbak oppfordrer vi medarbeidere som får kunnskap om kritikkverdige forhold i bedriften til å varsle om det. Vi har et arbeidsmiljøutvalg, hovedverneombud og egne verneombud på alle større lokasjoner. Varsling kan skje til overordnet, til øverste ledelse, arbeidsmiljøutvalget eller til selskapets revisor.

HMS-avvik kan være:

- Personskader
- Materielle skader
- Skader på miljø
- Nestenulykker
- Brann
- Brudd på lover/forskrifter/retningslinjer

Skjema for HMS-avvik ligger på vårt intranett.

Vi opplever at det ikke meldes inn mange avvik og dette er et område vi har ønsket å få større forståelse for. Vi ønsker også å innføre en digitalisering av avvikshåndteringen slik at ansatte har direkte tilgang fra sin mobil når de er ute på prosjekter hos kunde.

Selskapets pensjonsordninger tilfredsstiller kravene i lov om obligatorisk tjenestepensjon. Pensjoner er finansiert gjennom innbetalinger til forsikringsselskap. Alle ansatte deltar også i omfattende personalforsikringsordninger. Lindbak har gruppelevsforssikring, yrkesskadeforsikring, fritidsskadeforsikring, reiseforsikring og bedriftsgruppeliv. Det fastsettes og rapporteres på mål om sykefravær, uføre, personskader eller nestenulykker.

## MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

Lindbak har i generasjoner hatt fokus på å være en redelig arbeidsgiver. Vi bruker pulsmålinger til å måle om folk trives og kan anbefale Lindbak som arbeidsgiver. Lindbak har opplevd en sterk vekst i antall ansatte over flere år, vi har fått kontorer på stadig flere lokasjoner, og dette har skapt et behov for å formalisere og systematisere oppfølgingen av de ansatte. Gjennom å digitalisere HR og innføre HRM-systemet Simployer har vi fått bedre innsikt i arbeidsstokken vår. Blant annet hvem som er fast ansatt, hvem jobber deltid og hvem er innleid. Dette gjør det enklere å skaffe et øyeblikksbilde av organisasjonen i sanntid.

Vi opplevde en økning i sykefraværet fra 7,1 % i 2023 til 7,8 % i 2024. Et av tiltakene som ble gjennomført var å utarbeide en guide for ledere for oppfølging av sykemeldte ansatte.

## KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

Bærekraftsrapporten er en naturlig kanal for kommunikasjon og rapportering, så vel som gjennom AMU internt. Internt er HR en støttespiller for både ledere og ansatte i å navigere i landskapet rundt arbeidsmiljølov og ansattes rettigheter og plikter. Informasjon til de ansatte kommuniseres på vårt intranett og gjennom vår Personalhåndbok og kulturhåndbok. Vi har også egne e-læringskurs om HMS i Lindbak.

TABELL  
HELSE OG SIKKERHET

	2022	2023	2024
Korttidsfravær	1,9 %	1,7 %	1,5 %
Langtidsfravær	5,8 %	5,1 %	5,9 %
Fravær på grunn av syke barn	0,2 %	0,3 %	0,4 %
<b>Summert sykefravær i % av disponible timer</b>	<b>7,9 %</b>	<b>7,1 %</b>	<b>7,8 %</b>

Edvin Knoph jobbet som vikar i 2023. Da vi hadde behov for fast ansettelse i 2024, var vi glade for at Edvin ønsket å komme tilbake. Han ble ansatt som fast regnskapsmedarbeider, og arbeidsmiljøet var en viktig årsak til at han valgte å søke fast stilling.

TABELL  
FORELDREPERMISJON

Foreldrepermisjon - antall måneder	2022			2023			2024		
	TOTALT	MENN	KVINNER	TOTALT	MENN	KVINNER	TOTALT	MENN	KVINNER
Medarbeider	61,1	21,9	39,3	50,8	13,7	37,1	66,5	18,1	48,4
Ledere				13,2	7,5	5,7	2,6	2,6	
Toppledere				2,3	3,2				
Totalt	61,1	21,9	39,2	67,2	24,4	42,9	69,1	20,7	48,4
<b>Foreldrepermisjon - antall ansatte</b>									
Antall personer	16	9	7	19	11	8	19	10	9
Hvem kom tilbake				18	10	8	17	9	8
Hvem er her fortsatt etter 12 md.	Alle			16			14	7	7



**FORRETNINGSETIKK,  
SIKKERHET OG  
ENGASJEMENT**

Forretningsetikk, leverandørkontroll  
og menneskerettigheter 52

Datasikkerhet og personvern 56

### VÅRE MÅLSETNINGER

Lindbak jobber med oppfølging av leverandørkjeden ned til tredje nivå fra egen organisasjon gjennom:

- Å følge Etisk Handel Norge sin veiledning for egen innsats for etisk handel
- Oppfølging av at arbeidstagers rettigheter er ivaretatt i henhold til ILO-konvensjoner
- Få leverandørkjedekart fra produsentene, og foreta risikovurdering ut ifra leverandørkjedekartene (ITUC)

## FORRETNINGSETIKK, LEVERANDØRKLING OG MENNESKERETTIGHETER

### HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

Gjennom et kontinuerlig søkelys på forretningsetikk og sammenfallende konkurransefremmende adferd, vil Lindbak ha en positiv påvirkning både direkte i markedet og i lokalsamfunnene Lindbak er representert i. Det gjelder også indirekte gjennom hvordan vi påvirker våre partnere og setter krav til leverandørkjeden. Som forhandler har vi indirekte påvirkning, og vi vurderer at manglende rapportering av leverandørkjedekart og svar på våre forespørsler er å anse som en vesentlig risiko.

Vår negative påvirkning kan være at noen av produktene vi selger kan ha komponenter produsert et sted hvor arbeidstagers rettigheter ikke er i tråd med våre retningslinjer. Vårt fokus på tematikken påvirker i riktig retning.

### VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

Lindbak har som målsetting at vårt selskap skal kjennetegnes ved høy etisk standard og et godt omdømme. For å lykkes med dette har vi utarbeidet etiske retningslinjer som skal bidra til bevisstgjøring og etterlevelse av disse skal være godt kjent i organisasjonen. FN sitt særorgan ILO og konvensjonene disse utarbeider, danner grunnlaget for våre etiske retningslinjer, som er nedtegnet i vår personalhåndbok. Retningslinjene integreres fortløpende og er førende i alt strategiarbeid, styrearbeid og i operasjonelle møter. Alle ansatte får kursing i tematikken via kursportalen vår, og det er også et tema på onboardingprogrammet til nyansatte.

Det er viktig for Lindbak at også våre samarbeidspartnere og produsenter er kjent med de etiske retningslinjene som gjelder for oss. Hver produsent må årlig, eller når våre kunder krever det, bekrefte at de etiske retningslinjene er fulgt. Vi setter også søkelys på at våre underleverandører agerer i tråd med våre retningslinjer og våre leverandører må dermed årlig fylle ut egenerklæringskjema for at vi kan sikre dette. Lindbak foretar i tillegg årlige undersøkelser i leverandørkjeden til produsentene for å avdekke om det foreligger brudd på menneskerettigheter og arbeidstakerrettigheter hos produsenten eller hos produsentens underleverandører.

Lindbak har utviklet en egen Code of Conduct<sup>21</sup> for bærekraftig forretningspraksis. Denne angir prinsipper på 13 ulike områder som våre leverandører må følge. Disse prinsippene er nedfelt som en av våre etiske retningslinjer og ligger tilgjengelig på våre nettsider.

### RISIKOANALYSER

Lindbak foretar risikoanalyser i leverandørkjeden for å undersøke hvilke vilkår for arbeidstakerrettigheter og/eller fare for barnarbeid og tvangsarbeid som foreligger. Risikoanalysen bygger på ulike undersøkelser og indekser som måler ulike lands innsats i forhold til etisk arbeid. Indekser som benyttes til å vurdere risiko er indekser for slavearbeid, barnarbeid, diskriminering og korrupsjon. Herunder International Trade Union Confederations (ITCU) globale undersøkelser, som blant annet gir indikasjoner på hvor gode ulike lands myndigheter er på å respektere ILOs åtte kjernekonvensjoner. I 2024 har vi økt antall risikovurderinger av produsenter og produkter fra 20 til 25.



Som en del av vårt engasjement for etisk handel har vi i 2024 vært på reise til Honduras og besøkt kaffefarmer, kooperativer og vaskestasjoner med tilknytning til produksjonen av kaffe fra vår kaffeleverandør Cemo. Reisen har gitt oss førstehåndsinnsikt i de lokale forholdene og utfordringene i kaffeproduksjonsprosessen. Gjennom denne direkte interaksjonen har vi hatt muligheten til å engasjere oss aktivt med lokale interessenter.

På bilde er Alejandro Aguilar og familien hans. På 1950 meters høyde, nær landsbyen San Andrés, dyrker Alejandro kaffe med lidenskap og omtanke. Gården ligger på en solrik høyde med utsikt mot vulkaner i horisonten - en plass hvor naturen inspirerer kaffen vi har kalt Midnattssol. Skann QR-koden for å lese mer.

HONDURAS



Lindbak ble medlem av Etisk Handel Norge (EHN) i 2020. EHN validerer våre egne etiske retningslinjer, og retningslinjene vi formidler til våre samarbeidspartnere og produsentene.

Våre etiske retningslinjer finner du på [Lindbak.no](https://lindbak.no) på norsk og engelsk.

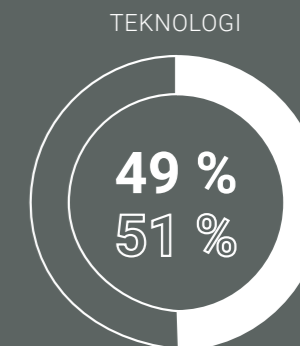
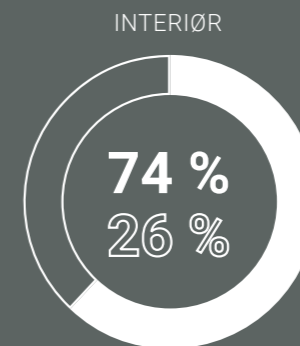
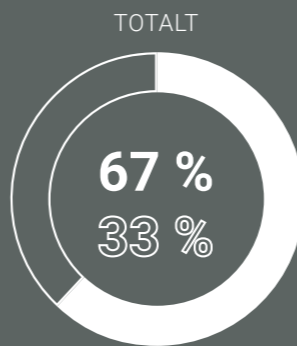


Skann QR-koden for å lese vår Etisk handel-rapport 2024.

### FORDELING AV KJØP FRA NORSKE OG INTERNASJONALE LEVERANDØRER

■ NO □ INT

I beregningene for 2020-2024 er det kun brukt data fra leverandører med kjøp over 1 mill. NOK, fordelt i prosent mellom norske og internasjonale leverandører.



2023 - 64 % norske / 36 % internasjonale  
2022 - 59 % norske / 41 % internasjonale  
2021 - 59 % norske / 41 % internasjonale  
2020 - 51 % norske / 49 % internasjonale

2023 - 68 % norske / 32 % internasjonale  
2022 - 68 % norske / 32 % internasjonale  
2021 - 67 % norske / 33 % internasjonale  
2020 - 62 % norske / 38 % internasjonale

2023 - 49 % norske / 51 % internasjonale  
2022 - 24 % norske / 76 % internasjonale  
2021 - 15 % norske / 85 % internasjonale  
2020 - 7 % norske / 93 % internasjonale

21) Code of Conduct: Et sett med regler som skisserer normer, regler og ansvar eller riktig praksis.

## Identifiserte land innenfor relevante områder med høy produksjon og/eller høy risiko:

### KAFFE

Kenya, Burundi, Brasil, Kongo, Colombia, Etiopia, Guatemala, Honduras, Indonesia, India, Malawi, Mexico, Nicaragua, Peru, Papua Ny-Guinea, Rwanda, El Salvador, Kenya, Tanzania, Uganda, Vietnam

### INTERIØR

Sverige, Tyskland, Polen, Litauen, Romania

### TEKNOLOGI

Italia, Japan, Thailand, Taiwan, Kina

Ved å vurdere indeksene og sammenligne med leverandørkjedekartenes aktører, kan vi registrere de produsentene som ligger i land med fare for brudd på rettigheter. Produktene gis så en score ut ifra poengscore i indeksene. Hvis en produsent har produkter hvor det er en vesentlig fare for brudd på rettigheter vil denne produsenten få rettet en forespørsel om redegjørelse for forholdene. Hvis redegjørelsen ikke viser tilfredsstillende forhold, vil produsenten bli gitt en frist for å dokumentere at forholdene utbedres, eller rapporteres tilfredsstillende. Hvis tilfredsstillende dokumentasjon eller retting av forhold ikke utbedres, vil produktet eller i verste fall produsenten til slutt tas ut av vår portefølje. I forbindelse med rapporteringen til Etisk Handel Norge screener vi våre leverandører på sosiale kriterium.

### INTERIØR

Interiør er det største forretningsområdet hos Lindbak. Hos tre av våre produsenter har vi identifisert risikoer knyttet til generell kontroll over egen leverandørkjede, samt forhold relatert til kollektive forhandlinger, diskriminering og korrupsjons i produksjonslandet for spesifikke komponenter. Vi har sendt forespørsler til produsentene mot slutten av 2024, og har planlagt en lokal revisjon hos en av dem i begynnelsen av 2025.

### TEKSTIL

Tekstilbransjen er en bransje som anses som risikofylt med tanke på leverandørkjedene. Lindbak har over tid bygget opp et nært samarbeid med en søm- og tekstilleverandør i Romania. I 2023 besøkte vi leverandøren og initierte flere viktige forbedringer. Som følge av dette besøket gikk leverandøren bort fra midlertidige timeansettelser og innførte faste ansettelser for sine medarbeidere. Det ble også etablert en anonym forslagskasse på arbeidsplassen for å sikre at de ansatte kunne komme med innspill på en trygg måte. For å styrke leverandørens økonomiske forpliktelser og sikre stabilitet for de ansatte, doblet vi samtidig oppdragsmengden.

I 2024 fulgte vi opp samarbeidet med et nytt besøk, denne gangen med hovedfokus på levelønn. Målet var å sikre at alle ansatte mottar en lønn som ligger over minstelønn, samt å evaluere og videreutvikle tilleggsgoder og velferdsordninger. Som et resultat av dialogen tilbyr leverandøren nå en lønn som ligger over den gjeldende minstelønnen i Romania. I tillegg får arbeidstakerne et månedlig matkort som kan brukes til innkjøp av dagligvarer, samt en busstransportgodtgjørelse som inkluderes i pensjonsgrunnlaget. De ansatte mottar også en ekstra påskjønnelse fire ganger i året, tilpasset høytider og merkedager. Ferieordningen er forbedret fra lovpålagte 21 dager til 24 dager, noe som reflekterer høy ansiennitet blant den ansatte.

### KAFFE

Distribusjon av kaffe har en særlig stor risiko knyttet til seg, og hovedvekten av ingrediensene produseres i Mellom-Amerika, Sør-Amerika, Afrika og Kina. Vi har fortsatt arbeidet med å vurdere fare på brudd med tanke på kaffeingredienser som vi startet på i 2021, og har utvidet vårt arbeid med risikovurderinger på leverandørkjedekart for dette segmentet ytterligere i 2024. All kaffe vi tilbyr i 2024 er enten utelukkende tredjepartssertifisert kaffe hvor 100 % av innholdet er sertifisert, eller 100 % sporbar med godkjent risikoanalyse av leverandørkjeden.

Basert på erfaringene fra sosial dialog og leverandørbesøk i leverandørkjeden til vår samarbeidspartner Cemo i Kenya i 2023, samt videre oppfølging i 2024, har vi iverksatt flere tiltak for å styrke forholdene for kaffebøndene. I samarbeid med vår lokale kontaktperson i Kenya har vi utviklet en opplæringsplan for bærekraftig jordbruk, med særlig vekt på riktig beskjæring av kaffetrær og tiltak for å sikre høyere og mer stabil kaffeproduksjon.

Under besøket i 2023 avdekket vi at mange kaffebønder hadde mistet store deler av avlingene sine på grunn av ekstremvær og klimaendringer etter innhøstingen. For å imøtekomme denne utfordringen, valgte vi i tett samarbeid med vår lokale agronom ut nye, robuste kaffesorter som både tåler klimaendringer bedre og sikrer høy smaks kvalitet, noe som er avgjørende for å opprettholde kaffens økonomiske verdi for bøndene. Som en del av dette arbeidet lanserte vi i 2024 en ny kaffesort hvor vi for hver solgt pose kaffe planter ett nytt kaffetre hos våre kaffebønder i Kenya. I løpet av 2024 plantet vi 3 500 robuste kaffetrær, og vi planlegger å videreføre og utvide denne satsingen i 2025, med en forventning om en betydelig økning i antallet trær som plantes.

### MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

Eventuell mulig negativ påvirkning som oppdages gjennom evaluering av leverandørkjedene, formidles til produsentene det gjelder. Gjennom årlige rapporteringer til Etisk Handel Norge (EHN) blir vårt forbedringsarbeid synliggjort og offentliggjort på EHN sin hjemmeside. Hvis negative forhold ikke utbedres er det nødvendig å gjøre sanksjoner i form av utestengelse av produktet til feilen er rettet. Hvis det er stor risiko for negativ påvirkning, vil vi også sette produktet i karantene inntil avklaring foreligger. Effekten av vårt arbeid er at negativ påvirkning utbedres, reduseres eller elimineres. Det vil alltid være vår intensjon å utvikle og forbedre, og ikke utestenge. En permanent utestengelse er et tiltak som ikke er utviklende, og det bør være siste utvei. Alvorlighetsgraden vil uansett måtte vurderes.

Fem forhold hos våre produsenter ble funnet kritikkverdige i 2024 basert på risiko- og aktsomhetsvurderinger av 25 av våre største leverandører. To av disse er rettet og lukket, mens de tre siste fortsatt er under utredning. Utvalgte leverandører utgjør 80 % av vår omsetning. Våre offentlige kunder velger hvilke produkter og produsenter som skal omfattes av analysen.

Vi opplever en økt grad av sikkerhet på at arbeidet vårt med å redusere negativ påvirkning fungerer. Bakgrunnen for dette er utarbeidelse av en konkret handlingsplan knyttet til etisk handel rapportering, og at vi har økt antall produsenter og produkter vi undersøker. Vi har sett at det å sette enkeltprodukter i karantene har ført til positive endringer i leverandørkjedene, noe som har redusert faren for negativ påvirkning. Ved å innføre sosial dialog som et virkemiddel, mener vi at vi i enda større grad kan sikre innsikt og sannsynliggjøre en reduksjon i negativ påvirkning i leverandørkjedene.

### KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

Rettferdig handel og etikk er tematikk som vi kvartalsvis setter søkelys mot på våre interne allmøter. Alle nyansatte gjennomfører også et Motimate-kurs som omhandler etiske retningslinjer. Det gjennomføres også temaspesifikke kompetanseløft med jevne mellomrom for å løfte det interne kompetansenivået rundt etisk handel. Her har representanter fra Etisk handel og utvalgte leverandører i 2024 bidratt med positiv kunnskapsdeling. Våre kunder og samarbeidspartnere blir løpende informert gjennom presentasjoner, sosiale medier og utsendelser av våre bærekraftsrapporter.

Våre bærekraftsrapporter er også lagt inn som link i våre etiske retningslinjer, etter anbefaling fra EHN. Disse formidles også gjennom våre nettsider. Våre etiske retningslinjer for leverandører ligger tilgjengelig på Lindbak.no og er førende for alle samarbeidspartnere.



### ROMANIA

Lindbak har hatt et mangeårig samarbeid med vår søm- og tekstilleverandør i Romania. Hvert år reiser Erik Spjøtvold, vår fagansvarlige på tekstil, på besøk for å sikre at arbeids- og miljøforhold er i tråd med våre krav. I 2024 deltok også logistikksjef Bjørn Reidar Lehn på besøket.



### KENYA

I 2024 lanserte vi i samarbeid med Cemo en ny kaffe som heter Symfoni. Kaffen er en lysbrent blanding fra Cerrado i Brasil og Nyeri i Kenya. Vi deler Cemo sitt fokus på gode arbeidsforhold og rettferdig betaling til kaffebøndene, og besøkte gårdene i Nyeri for å følge opp dette. For hver solgte pose Symfoni planter vi et nytt kaffetre i Kenya. På reisen vår fikk vi se noen av trærne – totalt ble det plantet 3500 stk i 2024.



Sertifiseringer som tillates på kaffe er Rainforest Alliance (RA), Fairtrade (FT) og Cocoa Horizons.

Rainforest Alliance-sertifisering på kaffeprodukter betyr at kaffen er dyrket på en bærekraftig måte som støtter miljøet, bøndenes velferd og lokalsamfunnets utvikling.

Fairtrade krever i tillegg betaling av Fairtrade-premie (sosial premie) av kaffekjøperne til produsent, kooperativer eller plantasjearbeidere for investering i lokal sosial utvikling, og de samarbeider med nasjonale myndigheter og partnere for å bygge skoler.

Les mer om kaffesertifiseringer på [Lindbak.no](https://lindbak.no).

## VÅRE KUNDER SKAL HA EN SMIDIG OG BEKYMRINGSFRI IT-HVERDAG

## DATASIKKERHET OG PERSONVERN

### HVORFOR TEMAET ER VESENTLIG

Lindbak IT sitt mål er at alle våre kunder skal ha en smidig IT-hverdag. Dette inkluderer blant annet sikkerhet rundt IT-bruk. Informasjonssikkerhet er enda viktigere i dagens samfunn enn det noen gang har vært.

Med et rekordhøyt nivå av cyberangrep, er det avgjørende å ha en standardisert og effektiv måte å identifisere og kontrollere de risikoene og truslene som kan skje. Risikoer og trusler som kan oppstå er stadig i endring, og vi jobber kontinuerlig med forbedring og læring innen informasjonssikkerhet.

### VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

I 2024 oppnådde vi resertifisering etter ISO/IEC 27001-standarden for ledelsessystemer innen informasjonssikkerhet. Gjennom denne prosessen har våre rutiner og systemer for håndtering av informasjon blitt nøye gjennomgått og godkjent av Scandinavian Certification. Sertifiseringen gir både oss og våre kunder en ekstra trygghet for at informasjon behandles på en sikker og profesjonell måte.

ISO 27001 regnes som den mest etablerte og anerkjente standarden for styring av informasjonssikkerhet. Den gir en helhetlig ramme for hvordan virksomheter bør sikre data og digitale ressurser etter beste praksis.

Videre i 2024 har vi styrket vårt engasjement i «cyberklynga» til Norwegian Cybersecurity Cluster (NCC), et nettverk som fremmer innovasjon og kompetanse innen cybersikkerhet. Gjennom samarbeid med NCC og andre aktører har vi styrket vår faglige ekspertise. I partnerskap med Eidsiva har vi utviklet nye sikkerhetsløsninger som blant annet overvåker brukernavn og passord for å forhindre misbruk, og som raskt kan isolere infiserte enheter fra nettverket dersom et dataangrep skulle oppstå.

### MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

I 2024 foreligger det ingen registrerte vesentlige klager eller innsigelser relatert til datasikkerhet eller personvern fra leverandører eller øvrige samarbeidspartnere. Videre har konsernets interne revisjoner ikke avdekket hendelser knyttet til datalekkasjer, tyveri eller tap av informasjon fra konsernets systemer.

### KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

Alle ansatte har blitt informert og fått kunnskap om standarden både på allmøte og e-post, samt signert en egenerklæring. Informasjon er også kommunisert via lindbak.no og i våre sosiale medier kanaler.



### FAGDAG OM SIKKERHET

Våren 2024 arrangerte vi nok engang fagdagen **SIKKERHETSNETT**. Tematikk for dagen var blant annet IT-sikkerhet og beredskapstjenester, personvern, Smarte kontor og bærekraftig IT.



I 2024 arrangerte vi flere frokostseminarer med temaet «**Sikker og ansvarlig bruk av kunstig intelligens**». Seminarene ga deltakerne innsikt, praktiske eksempler og konkrete anbefalinger for vellykket implementering og bruk av KI i virksomheter.



Skann QR-kode for å lese mer.

# GRI-INDEX

# 06



# GRI-INDEKS

	Side	Utelatelser	Kommentar
<b>GRI 2: OVERORDNEDE OPPLYSNINGER 2021</b>			
<b>ORGANISASJONEN OG DENS RAPPORTERINGSPRAKSISER</b>			
2-1 Organisasjonsdetaljer	12-13		
2-2 Enheter inkludert i organisasjonens bærekraftsrapportering	12-14		
2-3 Rapporteringsperiode, frekvens og kontaktpunkt	3		01.01.2024 - 31.12.2024. Årlig. Siste rapport juni 2024.
2-4 Endring av informasjon			Ingen endringer, men flere og samme tall er hentet fra Miljøfyrtårn-rapporteringen for å forenkle datainnsamlingen
2-5 Ekstern attestasjon			Ingen ekstern revisjon. Gjøres ifm. regnskapsåret når vi er pliktig.
<b>AKTIVITETER OG ANSATTE</b>			
2-6 Aktiviteter, verdikjede og andre forretningsforbindelser	12-15, 16-17		
2-7 Ansatte	13		
2-8 Arbeidere som ikke er ansatte	48		
<b>VIRKSOMHETSSTYRING</b>			
2-9 Styringsstruktur og sammensetning	18-19		
2-10 Nominering og utvelgelse av høyeste styringsorgan	18		
2-11 Leder for det øverste styringsorganet	18		
2-12 Rollen til det øverste styringsorganet i å føre tilsyn med håndteringen av påvirkninger	18		
2-13 Delegering av ansvar for å håndtere påvirkninger	18		
2-14 Rollen til det øverste styringsorganet i bærekraftsrapporteringen	3, 18		
2-15 Interessekonflikter	18		
2-16 Kommunikasjon av kritiske bekymringer	18		
2-17 Kollektiv kunnskap hos det høyeste styringsorgan	18-19		
2-18 Evaluering av ytelsen til høyeste styringsorgan		Utelatt å svare på siden Lindbak ikke har formell prosess om evaluering i dag.	
2-19 Godtgjørelsespolitikk	19		
2-20 Prosess for å fastsette godtgjørelse	19		i. Det er ingen kompensasjonskomité i selskapet. ii. Innspill fra forskjellige interessenter blir hensyntatt gjennom dialog med ansattrepresentant, lokale ledere og løpende ansattdialog. iii. Ingen godtgjørelseskonsulenter.
2-21 Årlig total kompensasjonsgrad	19		a. 988 489 kr var forskjellen mellom den høyest betalte og median lønn i selskapet regnet i årslønn. b. 5,1 %. Den høyest lønnede fikk 8,1 % økning, median var 3 %. c. En liste med alle ansatte og månedslønn er benyttet for å finne høyeste lønn og medianlønn.

	Side	Utelatelser	Kommentar
<b>GRI 2: OVERORDNEDE OPPLYSNINGER 2016</b>			
<b>STRATEGI, RETNINGSLINJER OG PRAKSISER</b>			
2-22 Erklæring om bærekraftig utvikling strategi fra øverste beslutningstaker	5		
2-23 Forpliktelser til retningslinjer	28-33, 38-39, 44, 48-49, 52-55		
2-24 Innbygging av forpliktelser til retningslinjer	28-33, 38-39, 44, 48-49, 52-55		
2-25 Prosesser for å utbedre negativ påvirkning	28-33, 38-39, 44, 48-49, 52-55		
2-26 Mekanismer for å søke råd og vekke bekymring	20-21, 48-49, 52-55		
2-27 Overholdelse av lover og forskrifter	54		Ingen hendelser.
2-28 Medlemsforeninger	13, 32, 52		Etisk Handel Norge, Trefadder.
<b>INTERESSEENGASJEMENT</b>			
2-29 Tilnærming til interessentengasjement	20-21		
2-30 Tariffavtaler			a. 26 personer. 8,3 % b. Lindbak beslutter hvilke betingelser som kollektivt gjelder de andre ansatte. Vi baserer oss ikke på avtaler fra andre organisasjoner.

## OM LINDBAK

3-1 Prosessen for å bestemme vesentlige temaer	20-21		Mer informasjon finner du i bærekraftsrapporten fra 2020.
3-2 Liste over vesentlige temaer	23		Mer informasjon finner du i bærekraftsrapporten fra 2020.
3-3 Ledelsen av vesentlige temaer	24		
<b>GRI 201 ØKONOMISK PRESTASJON 2016</b>			
201-1 Direkte økonomisk verdi generert og distribuert	14		
201-2 Økonomiske virkninger, risikoer og muligheter ved klimaendringer	24		
201-4 Økonomisk støtte fra myndigheter	14		Skattefunn: 3 106 760 kr til Lindbak IT AS og 957 656 kr til Lindbak AS.

## GRØNNE VALG: SIRKULARITET, MILJØ OG KLIMA

<b>GRI 3 VESENTLIGE TEMAER 2021</b>			
3-3 Ledelsen av vesentlige temaer	28-33		
<b>GRI 305: UTSLIPP 2016</b>			
305-1 Direkte (scope 1) klimagassutslipp	34-35		
305-2 Energi indirekte (scope 2) klimagassutslipp	34-35		
305-3 Andre indirekte utslipp av klimagasser	34-35		

	Side	Utelatelser	Kommentar
<b>GRI 306: AVFALL 2020</b>			
306-1 Avfallsgenerering og betydelige avfallsrelaterte påvirkninger	34-35		
306-3 Avfall generert	34-35		
<b>GRI 417: SALGS PRAKSIS OG PRODUKT MERKING</b>			
417-1 Krav til produkt- og tjenesteinformasjon og merking	30-31		
<b>LINDBAK+MEG: OSS I LINDBAK</b>			
<b>GRI 3 VESENTLIGE TEMAER 2021</b>			
3-3 Ledelsen av vesentlige temaer	38-39, 44, 46-47, 48-49		
<b>GRI 401 ANSETTELSE 2016</b>			
401-1 Nyansettelser og utskifting av personale	40-41		
401-2 Fordeler gitt til fulltidsansatte som ikke deltidsansatte tar del i	48		Ingen spesielle fordeler til fulltidsansatte. Alle ansatte mottar like fordeler.
401-3 Foreldre/Foreldrepremisjon	49		e. Har vist til antall ansatte, ikke regnet ut rate.
<b>GRI 404: OPPLÆRING OG UTDANNING 2016</b>			
404-1 Gjennomsnittlig opplæringstid per år per ansatt	47	Har kun rapportert et totalt antall timer for alle ansatte fordelt på ulike stillingskategorier.	
404-2 Programmer for ansattes kompetanseheving og omstilling	46-47		
404-3 Andel ansatte som får regelmessige prestasjons- og karriereutviklingsvurderinger	44-45		
<b>GRI 405: MANGFOLD OG LIKE MULIGHETER 2016</b>			
405-1 Mangfold i styringsorganer og blant ansatte	42-43		
405-2 Forholdet mellom grunnlønn og godtgjørelse av kvinner i forhold til menn	42-43		
<b>VI BRYR OSS: FORETNINGSETIKK, MENNESKERETTIGHETER OG SIKKERHET OG ENGASJEMENT</b>			
<b>GRI 3 VESENTLIGE TEMAER 2021</b>			
3-3 Ledelsen av vesentlige temaer	52, 54-55, 57		
<b>GRI 204: INNKJØPSPRAKSIS 2016</b>			
204-1 Andel innkjøp fra lokale leverandører	53		
<b>GRI 408: BARNEARBEID 2016</b>			
408-1 Enheter og leverandører med risiko for barnearbeid	52		
<b>GRI 414 SOSIALE VURDERINGER BLANT LEVERANDØRER 2016</b>			
414-1 Nye leverandører som er vurdert med sosiale kriterer	54-55		
414-2 Negativ sosial påvirkning i leverandørkjeden og handling tatt	54-55		
<b>GRI 418: PERSONVERN 2016</b>			
418-1 Bekreftede klager vedrørende brudd på kundens personvern og tap av kundedata	56-57		



Via QR-koder som ruter inn til digitale produktpass, kan brukerne enklere følge livsløpet til produktet. Ved å forlenge levetiden på hvert produkt som kjøpes inn, kan vi sammen bidra vi til en mer bærekraftig framtid på wwnorske arbeidsplasser.

# WISSA



**Vi skal bidra til en  
bærekraftig framtid på  
norske arbeidsplasser**

WE MAKE IT WORK. AT WORK