

HÅLLBARHETSRAPPORT 2022



”The reason for being”

Vi arbetar inom skönhetsbranschen och vill att företaget ska växa för att, över tid, kunna påverka samhället i en positiv riktning gällande alla aspekter av hållbarhet. Vi ser det också som en skyldighet, ett ansvar och en ynnest att få hjälpa alla medarbetare med en inkomst inom ramen för deras anställning på Kraft Group AB. Vi gläds även åt de indirekta ringar på vattnet som vår verksamhet ger genom att kunna hjälpa kunder och deras familjer med sin försörjning.

Världen är i gungning

Inflationen är skyhögt, räntorna stiger, det är råvarubrist och drivmedel fortsätter att ligga på en hög nivå. Vi drabbas alla av det ekonomiska läget och situationen skonar varken privatpersoner eller företag. Det är i dessa lägen som vår hållbarhetsambition sätts på prov. Eller vår hängivenhet. Så enkelt det hade varit att kortsiktigt spara kostnader genom att avvakta med hållbarhetsinitiativ. Hur enkelt det hade varit att lägga arbetet på is i väntan på att den ekonomiska situationen ska förbättra sig.

Vi väljer att gå den andra vägen. Vår planet tar ingen hänsyn till att det är ekonomiskt svaga tider och det är vår skyldighet att fortsätta det arbete vi påbörjat. Vi blir duktigare och duktigare på att

mäta vårt avtryck och vi kompenserar fullt ut för den kända påverkan på miljön som vi orsakar. Vi arbetar intensivt med att ansöka om en förlängning av vår hållbarhetscertifiering genom B Corp och vi har utvecklat kartläggningen av Scope 3, dvs de indirekta utsläppen av växthusgaser som sker utanför företagets regi. Vi är inte i mål men en bra bit på väg.

Nu mer än någonsin måste vi hålla fast vid den inslagna vägen och fortsätta det miljöarbete som initierades för många år sedan. Kosta vad det kosta vill!

*Peter Elmquist,
VD Kraft Group AB*

Att hålla rätt kurs

Även om vi hade hoppats på att världen skulle lugna ner sig efter pandemin så är det ju sällan så det går till i verkligheten. Kriser avlöser varandra. De kommer och går och vår utmaning som företag är att stå starka även när det blåser som mest. Framför allt ska vi inte tappa greppet om vilken riktning vi ska röra oss i. Har man som företag en strategi som man tror på och som visat sig fungera, är det kanske som allra viktigast att hålla fast i den just under svårare tider.

Kraft Group är sedan 2018 ett certifierat B Corp-företag. Denna certifiering hjälper oss att hålla rätt kurs och att fortsätta fokusera på det vi vet är långsiktigt hållbart. B Corp-certifieringen fungerar som ett ramverk för oss och i det känner vi en enorm trygghet.

Nyligen har två medarbetare på företaget slutfört en utbildning för att bli "B Leaders". Det innebär att

vi inom företaget nu har ännu större förståelse för vad B Corp innebär och hur det kan hjälpa företag att driva sin verksamhet på ett hållbart sätt. Vi är nu dessutom utbildade i att hjälpa andra företag att ta sig igenom certifieringsprocessen. Funderar du eller ditt företag på att starta er resa mot att bli ett B Corp så tveka inte att kontakta oss, vi hjälper gärna till.

På tal om certifieringsprocessen så är det under nästa år dags för Kraft Group att för tredje gången ta sig igenom den! Återcertifiering står nämligen på schemat och det är som alltid en utmanande uppgift vi står inför. Trots det är det något vi ser fram emot eftersom vi vet att det är väl värt det i slutändan!

*Catherine Stenholm,
Hållbarhetschef Kraft Group AB*

11 varumärken
inom hudvård,
hårvård och make-up.

81,5
B Corp poäng

1,1 miljoner
sålda produkter.

(Varav 667 000 produkter
kommer från producenter som
också är B Corp certifierade).

31 år
som företag

6 olika platser

- Stockholm
- Malmö
- Lund
- Helsingborg
- Laholm
- Borås

125 mkr
i total omsättning

64
medarbetare

130:e

plats av 200 rankade
företag i Real Leaders
Impact Awards 2022.

(12:e plats inom kategorin
Personal care and wellness).

5 egna hudvårds-
salonger under
varumärket Lenhud.

23.246
utförda behandlingar
på Lenhud.

Om oss

Vi på Kraft Group är distributörer av 11 utländska varumärken inom professionell hud- och hårvård. Inom företaget driver vi även fem egna hudvårdssalonger med namnet Lenhud, och på två av dessa hittar du även frisörer.

Varumärkena som ingår i vår portfölj är:

Medik8, Bioline, Comfort Zone, Davines, Skin Regimen, PÜR, Butter London, Unite, Label.m, Marc Inbane och Addmino-18.

Medik8[®]
BEAUTIFUL SKIN FOR LIFE

davines
sustainable beauty

[comfort zone]
conscious skin science



BIOLINE
JATÒ

EST. 1998
LEN
HUD

MARC INBANE
NATURAL TANNING SPRAY

UNITE[®]
PROFESSIONAL
SALON SYSTEM

ADDMINO-18[™]

PÜR[™]

label.m
PROFESSIONAL HAIRCARE
LONDON FASHION WEEK

butter
LONDON

/skin
regimen/

Certified



®

Corporation

Certifiering, inte bara för miljön

Kraft Group är hållbarhetscertifierade via organisationen B Corp. Certifieringen är holistisk och bygger på FN:s 17 hållbarhetsmål och har fyra tydliga fokusområden;

MILJÖ
MEDARBETARE
LEDNING
SOCIALT ENGAGEMANG

Vart tredje år behöver alla B Corps genomföra en återcertifiering för att bibehålla sin B Corp-status. Under 2021 nådde vi för andra gången upp till B Corps mycket högt ställda krav och blev därmed åter hållbarhetscertifierade

År 2024 är det dags igen och det arbetat kommer vi att påbörja under 2023.

Klimatsmart hudvårdssalong!

Vi på Lenhud brinner inte bara för hudvård, vårt arbete genomsyras också av en stark tro på vikten av hållbarhet och medmännisklighet.

På Lenhud arbetar vi dagligen hållbarhet på många olika sätt samtidigt som vi hela tiden försöker förbättra oss.

För att upprätthålla en mer miljövänlig och hållbar verksamhet upphandlar vi grön el, köper miljövänliga rengöringsmedel och arbetar med varumärken som använder FSC papper och som försöker minska på papper och plast. Vi skickar kvitton digitalt till kunder och allt material som vi använder i behandlingar källsorteras.

Även på Lenhuds marknadsavdelning har vi ett hållbart förhållningssätt, både när vi producerar analogt marknadsmaterial, där vi dragit ner på ca 50% av våra trycksaker för att i stället återanvända material under längre perioder. Vi har även i åtanke vilka behandlingar som marknadsförs och har märkt

ett ökat intresse för Ekologiska behandlingar och produkter, framför allt kunder som köper det som present.

Vi värdesätter våra medarbetare högt och ser dem som vår viktigaste tillgång. Här strävar vi efter att vara en bra arbetsgivare som tar ett socialt ansvar. Trivselfaktorn är viktig och vi satsar mycket på vår personal, allt från frisvårdsbidrag, personalbehandlingar, utbildning, kickoffer till lokala aktiviteter på salong.

På salongerna är kunden alltid i centrum, där är det naturligt med det sociala engagemanget. Vi bidrar till att ta hand om människor, att få dem och deras hud att må bra. Vi har en välkomnande atmosfär hos oss som får alla att trivas och vi välkomnar alla oavsett vem du är.

*Petra Kraft
Len Hud*

Välgörenhet

Kraft Group stödjer fortsatt BeeUrban, Look Good Feel Better, Hundstallet, Naturarvet och Help at Hand.

Under 2022 har vi skänkt och sponsrat pengar och produkter till ett motsvarande värde av 1,1 mkr till olika organisationer och välgörenhetsändamål.



help@
hand



look good **feel better**



BEE URBAN

Goodwill Project

Inom ramen för vårt sociala ansvar införde vi 2018 något som vi valde att kalla för Kraft Goodwill Project. Varje medarbetare får under en arbetsdag per år möjlighet att engagera sig i ett valfritt socialt välgörenhetsprojekt.

Projekten skiljer sig åt, men alla har en sak gemensamt; att engagera sig och hjälpa socialt utsatta grupper i samhället på olika sätt. Många av våra medarbetare har dessutom valt att fortsätta engagera sig i sina projekt även på fritiden, vilket är helt fantastiskt för alla inblandade.

Vi har många medarbetare som utnyttjar sina Goodwilldagar och bidrar på olika fantastiska sätt till vår omvärld. I år har vi valt att lyfta ett speciellt projekt som vi vill uppmärksamma lite extra.

Stockholm 12

Mitt goodwill projekt som jag engagerat mig i är en organisation som heter Stockholm 12.

Stockholm 12's övergripande mål är att få fler människor att vilja våga söka hjälp. Man vill skapa lättillgängliga attraktiva mötesplatser på nätet och i verkliga livet. Målet är också att lyfta skämskudden och få beroende och psykisk ohälsa accepterat som den folksjukdom den är. Syftet är att rädda liv och återföra personer tillbaka till samhället och ett liv i frihet. Målet är att få det stora antal mörkertal som behöver hjälp men aldrig skulle kunna tänka sig besöka vård – förens det är försent. Det är en komplicerad och svår resa att hitta frihet och balans, man behöver kontinuerligt stöd för att kunna bryta med gamla vanor. Stockholm 12 erbjuder just detta och med andra människor med samma bakgrund som föredömen.

Beroende är ett av de största samhällsproblemen idag och har i den senaste större utredningen visat att det kostar samhället långt över 150 miljarder årligen och att 12 % av Sveriges befolkning har ett problem med alkohol eller droger. Bland unga

vuxna 16-29 år har 20% svåra problem med sitt psykiska mående.

De som kommit lite längre i sin tillfrisknandeprocess behöver också ett socialt sammanhang och det finns inte heller idag. Målgruppen är alltså inte de 90% som behöver akut vård, utan alla andra som behöver en annan typ av socialt stöd. Man vill skapa en mötesplats som inte funnits tidigare som ska vara attraktiv och lättillgänglig för alla.

Min roll i detta är samtal och stötta dessa individer genom vägledning via 12-stegsbehandling - som sponsor men även som en kontakt för anhöriga och stöd för dom. Jag är även ute på sjukhus och institutioner - som häkten, behandlingshem och avgiftningsavdelningar där jag pratar om lösningen till beroendeproblematiken. Detta är oerhört givande och utöver goodwill dagen varje år så lägger jag 5-10 timmar i veckan i detta projekt. Det är något som jag fortsätter med.

Aziz Laarif

Projekt: NetZero 2030

När man talar om "NetZero", eller klimatneutralitet finns det olika standarder att tillämpa. The Greenhouse Gas Protocol (GHG-protokollet) är den mest etablerade standarden för att beräkna och rapportera utsläpp av växthusgaser och är den standard vi har valt att använda oss av. Det är ett transparent sätt att redovisa sina utsläpp på och gör det enkelt att jämföra med andra verksamheters utsläpp. Växthusgaserna räknas om till CO2 ekvivalenter och det betyder att man när man uttrycker sin påverkan av en viss växthusgas i koldioxidekvivalenter anger hur mycket koldioxid det motsvarar för att ge samma verkan på klimatet. GHG-protokollet delas upp i tre områden:

SCOPE 1: Direkt utsläpp från företaget, till exempel av egenägda fordon.

SCOPE 2: Indirekta utsläpp från elektricitet, alltså förbrukning av el, fjärrvärme och fjärrkyla.

SCOPE 3: Indirekta utsläpp som sker utanför verksamhetens gränser.

Dessa delas upp i två områden; uppströms (upstream) och nedströms (downstream). Exempel på uppströms kan tex vara anställdas pendling, affärsresor mm. Exempel på nedströms kan t ex vara logistik, avfallshantering mm.

Vägen till klimatneutralitet

Under 2021 inledde Kraft Group ett samarbete med miljökonsultbolaget Atmoz Consulting AB (tidigare Tricorona Climate Partner AB) för att mäta vår klimatpåverkan. För verksamhetsåret 2022 har vi inkluderat Scope 1 och Scope 2 samt adderat ytterligare en kategori till Scope 3 jämför med föregående år. Detta innebär att det således inte är möjligt att jämföra vår klimatpåverkan mellan år 2021 och år 2022 med varandra.

Inkluderade kategorier för Scope 3 2022:

- Anställdas pendling
- Avfall
- Bränsle- och energirelaterade aktiviteter
- Köpta varor
- Slutbehandling av sålda produkter
- Uppstörms transport och distribution
- Tjänsteresor (ny för 2022)

Vår påverkan och våra resultat kan du läsa om i Atmoz fullständiga klimatredovisningsrapport. Tanken är att vi under de kommande åren, fram till 2030, ska utöka gränsdragningen samt addera nya kategorier inom Scope 3 att mäta, redovisa och slutligen även minska. Målet är att år 2030 ha fullständig kontroll på vår CO₂-belastning, och därmed även kunna bli ett klimatneutralt företag. Fram till dess har vi valt att klimatkompensera för vår årliga klimatpåverkan. Projektet vi valt att stötta går att läsa om på nästa sida.

Mer info här:

Atmoz Consulting AB

Klimatrapporten

Storskaligt solenergiprojekt

När vi tittar på vilka hållbarhetsprojekt vi ska stödja i vår ambition att kompensera för den miljöpåverkan som vårt företag har, tittar vi efter projekt som vi känner ger ett konkret värde för mottagaren av stödet.

I år valde vi projektet Bhadla Solar. Detta är ett solenergiprojekt som inte bara skapar stora miljövinster i ett extremt hårt drabbat område i Indien, utan som även skapar arbetstillfällen. Detta är otroligt viktigt, eftersom det hjälper till att lyfta människor ur fattigdom. Företaget har 33 anställda i detta projekt och det genererar 492 miljoner ton CO2e per år i minskad klimatpåverkan.

Mer info om projektet här



Vår klimatpåverkan

SCOPE:1

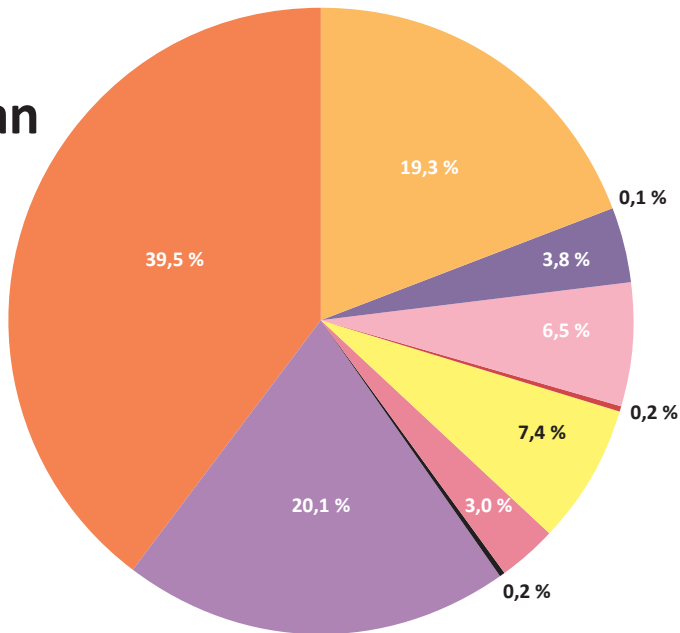
- Fordon 19,3 %

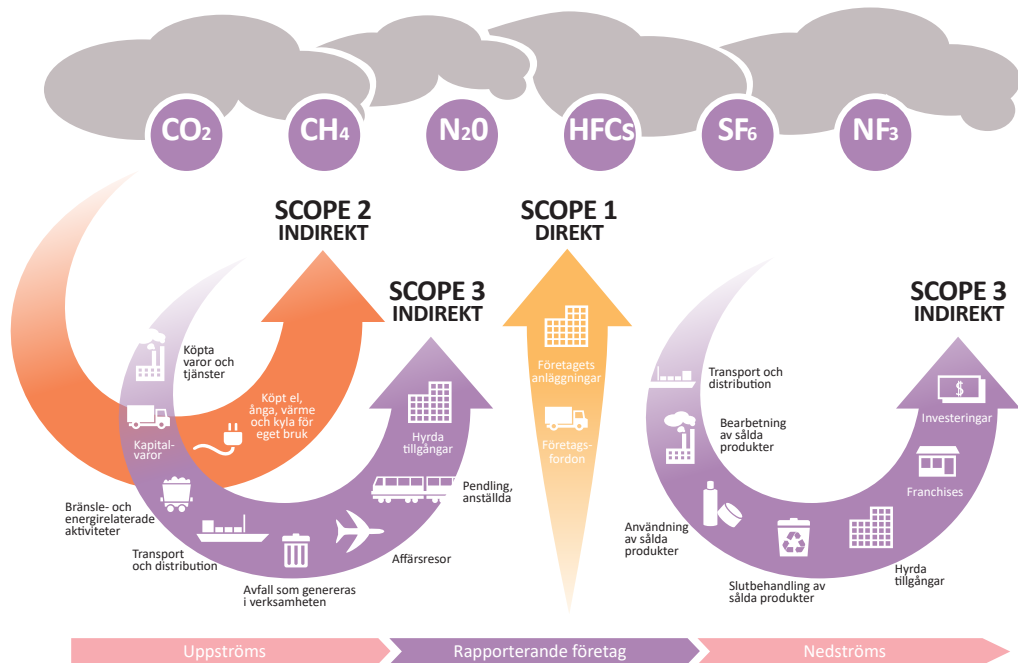
SCOPE:2

- Elektricitet 0,1 %
- Fjärrvärme 3,8 %

SCOPE:3

- Anställdas pendling 6,5 %
- Avfall 0,2 %
- Bränsle- och energirelaterade aktiviteter 7,4 %
- Köpta varor 3,0 %
- Slutbehandling av sålda varor 0,2 %
- Tjänsteresor 20,1 %
- Uppströms transport och distribution 39,5 %





Besök gärna någon av våra inspirationskällor:

world.davines.com
bcorporation.net
atmozconsulting.se



Kraft Group grundades 1991 och består idag av 64 medarbetare, med en omsättning på cirka 125 miljoner kr.

Kalendegatan 25, 211 35 Malmö. Kungsgatan 84, 112 27 Stockholm
040-23 20 90, info@jkraft.se, kraftgroup.se