



Hållbarhetsredovisning 2025

ORDER  NORDIC

INNEHÅLL

Ledningen har ordet.....	3
Året som gick.....	4
Utblick 2026.....	7
Om Order Nordic.....	8
Affärsmodell.....	9
Så här jobbar vi med hållbarhet.....	10
Hållbarhetsgruppen.....	11
Intressentdialoger.....	12
Väsentlighetsanalys.....	13
Påverkansanalys.....	14
FN:s mål för hållbar utveckling.....	16
Minska vår negativa påverkan.....	17
Öka vår positiva påverkan.....	18
Mål.....	19
Levande planet.....	22
Vår klimatpåverkan.....	23
Transporter.....	24
Tjänsteresor.....	25
Energi.....	26
Hållbara förpackningar.....	27
Avfall.....	28
Välmående människor.....	29
En trygg och säker arbetsplats.....	30
En hälsosam arbetsplats.....	31
Samhällsengagemang och stöd till ideella organisationer.....	32
Intervju med Sara Järpenberg, Giving People.....	32
Vi lär av varandra.....	33
Medarbetarna i fokus.....	34
Goda affärer.....	35
Säkra produkter.....	36
Hållbara produkter.....	37
Hållbar leverantörskedja.....	38
Champions of Sustainability.....	41
Väsentliga hållbarhetsrelaterade risker och riskhantering.....	43
Kontakt.....	47



s 4

Order Nordicdagarna 2025

I mars 2025 arrangerade vi för första gången en egen mässa där vi samlade kunder, leverantörer och partners. I det dedikerade hållbarhetsrummet möttes kunder, leverantörer och branscheexperter för att diskutera utmaningar, möjligheter och vägar framåt inom hållbar utveckling.



Våra medarbetare är vår viktigaste resurs

Läs om hur vi arbetar för att skapa en säker, trygg och hälsosam arbetsplats.

s 29

s 41



Champions of Sustainability

Vi fortsätter arbetet med målet att minska PFAS i produkter samt optimera försändelser och förpackningar för att minimera vår miljöpåverkan.



s 4

EcoVadis Gold 2026

Vårt hållbarhetsarbete resulterade i en EcoVadis Gold-rating och en placering bland de 5 procent högst rankade företagen globalt.

Agenda 2030 och de globala målen

Det här prioriterar vi för att bidra till FN:s globala mål.



En marknad i förändring

Att driva ett framgångsrikt bolag handlar om att kunna anpassa sig till en omvärld i förändring. Våra kunder möter nya förväntningar från konsumenter, ökade krav från marknaden och ett växande antal regelverk. För oss på Order Nordic innebär det att vi ständigt behöver utveckla vårt erbjudande, stärka vår kompetens och vara en partner som hjälper våra kunder att navigera i en allt mer komplex verklighet.

Under 2025 har vi fortsatt att stärka vår position på marknaden genom att kombinera affärsmässighet, innovation och långsiktighet. Frågor som rör hållbarhet, produktansvar och transparens är idag en naturlig del av affären, inte minst eftersom kunder, myndigheter och samarbetspartners ställer allt högre krav på hur företag arbetar och redovisar sitt ansvar.

Order Nordic-dagarna och hållbarhetsdialogen

Ett av årets viktigaste initiativ var Order Nordicsdagarna, där vi under två dagar samlade kunder, leverantörer och branschkollegor för att diskutera handelns utveckling, innovation och nya affärsmöjligheter. Som en del av arrangemanget skapade vi ett Hållbarhetsrum där vi bjöd in till dialog kring de frågor som påverkar vår bransch mest – från kommande lagkrav och produktansvar till cirkulära affärsmodeller och framtida kundkrav. Det stora engagemanget bekräftade värdet av att samla olika perspektiv och tillsammans hitta vägar framåt i en föränderlig marknad.

Cirkulära affärsmodeller skapar värde

Vi ser också tydligt hur cirkulära affärsmodeller får en allt större betydelse. Under året har vi fortsatt att utveckla vårt reservdelssortiment och samtidigt ökat försäljningen av reservdelar. När fler produkter kan repareras och användas längre skapas värde för både kunder och leverantörer samtidigt som resurser används mer effektivt. För oss är detta ett konkret exempel på hur kundnytta, affärsnytta och ett långsiktigt ansvarstagande kan förstärka varandra.

I januari 2026 tilldelades vi EcoVadis Gold. Utmärkelsen är ett kvitto på att vi har de strukturer, processer och arbetssätt som krävs för att möta ökade krav från kunder, myndigheter och samarbetspartners. Samtidigt är det ett resultat av det engagemang som finns i organisationen och vår ambition att ständigt utveckla verksamheten.

Det som gör mig mest optimistisk är vår förmåga att anpassa oss till förändrade förutsättningar utan att tappa fokus på det som alltid varit viktigt för oss: starka relationer, attraktiva varumärken, hög servicegrad och ett tydligt kundfokus. Tillsammans med engagerade medarbetare och långsiktiga partnerskap ger det oss en stabil grund för fortsatt utveckling.

Jag vill rikta ett varmt tack till våra medarbetare, kunder, leverantörer och samarbetspartners. Genom samarbete, förtroende och ett gemensamt fokus på att skapa värde fortsätter vi att utveckla Order Nordic och stärka vår position på marknaden.

Med en tydlig strategi, starka partnerskap och ett fortsatt fokus på kundvärde står vi väl rustade för de möjligheter som väntar.

Per Wernersson, Styrelseordförande, Order Nordic



”När fler produkter kan repareras och användas längre skapas värde för både kunder och leverantörer samtidigt som resurser används mer effektivt.”

2025 i korthet

#1 Order Nordic Dagarna

Under 2025 arrangerade vi för första gången Order Nordic Dagarna – en egen mässa planerad och genomförd helt av Order Nordic.

Evenemanget samlade kunder, leverantörer och partners och inkluderade ett dedikerat hållbarhetsrum med paneldiskussioner tillsammans med ledande röster inom hållbarhet. Ett tydligt steg i att ta en mer aktiv roll i att driva dialog och utveckling i branschen.



#3 Samarbetet med Lunds universitet och Energimyndigheten

Under året avslutades vårt samarbete med Lunds universitet inom projektet Cirkulär produktdesign för resurs- och energieffektiv hemelektronik, finansierat av Energimyndigheten. Projektets resultat publiceras under 2026 och kommer bidra med både ny kunskap och konkreta verktyg för cirkulär omställning inom hemelektronik.

#3

#2

EcoVadis Sustainability Rating

I januari 2026 tilldelades Order Nordic EcoVadis Gold och placerade sig bland de 5 procent högst rankade företagen globalt. Resultatet är ett kvitto på vårt långsiktiga och systematiska hållbarhetsarbete under 2025 och tidigare år.

Arbetet har under året fokuserat på stärkt styrning, tydligare processer och förbättrad uppföljning inom miljö, arbetsvillkor, etik och hållbara inköp. Vi vet att våra insatser är långsiktiga och strukturerade, och ser utmärkelsen som en bekräftelse på att vi fortsätter utvecklas i rätt riktning.

GOLD | Top 5%

ecovadis

Sustainability Rating

JAN 2026



#4 PFAS-fri beläggning

Under 2025 tog vi ett viktigt steg i vårt produktarbete genom att säkerställa att samtliga produkter inom våra egna varumärken nu har PFAS-fri beläggning. Arbetet är en del av vårt långsiktiga fokus på säkrare materialval och hälsa, med särskilt fokus på vår Health-serie.

#4

#5

Cirkulära affärsmodeller i praktiken

Under året ökade vi antalet produkter med tillgängliga reservdelar från 86 till 103. Samtidigt ökade försäljningen av reservdelar, vilket gör det möjligt för fler produkter att repareras och användas längre.



2025 i siffror



OMSÄTTNING

323 Mkr

ANTAL ARTIKLAR I SORTIMENT

10 206



ANTAL SKICKADE
FÖRSÄNDELSER

246 402



ANTAL
SKICKADE
PRODUKTER

1 349 332

ANTAL
LEVERANTÖRER

139

ANTAL
TILLVERKARE

47



ANTAL SÅLDA/FÖRMEDLADE
RESERVDELAR CHAMPION

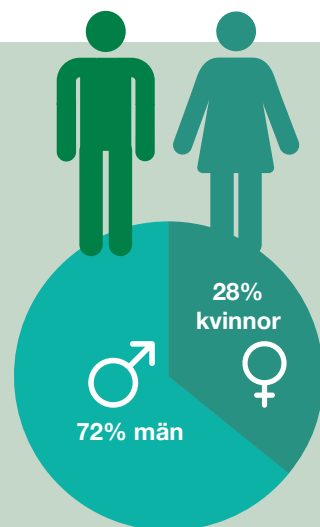
733

ANTAL SÅLDA PRODUKTER
CHAMPION

279 868

ANTAL PRODUKTER MED
RESERVDELAR

103



46 ST MEDARBETARE

33 män och 13 kvinnor

*Baserat på arbetad tid, tillsvidareanställda
och visstidsanställda*

Mot ett mer **fossilfritt** resande



Bilresor 2025

35 435 kWh
207 540 km i
tjänsten



Tågresor 2025

1721 km



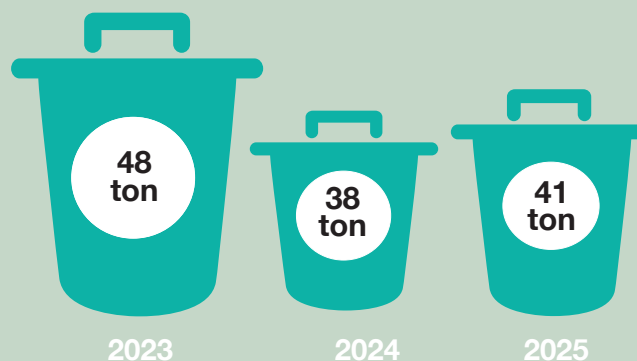
Flygresor 2025

81 883 km

95%

Av sträckan
körd på el
(59,9% år 2024)

Verksamhetsavfall



Materialåtervinning

Möjliggör att återvunnet material
kan användas istället för
jungfruligt material vid tillverkning
av nya produkter.

83%



Energiåtervinning

Möjliggör att det material, som
av olika anledningar inte går att
materialåtervinna, förbränns vilket
möjliggör att energin tas tillvara
och blir till el eller fjärrvärme.

17%



Deponi

När material varken går
att materialåtervinna eller
energiåtervinna läggs det på en
"soptipp" för slutförvar.

0,0%

Utblick 2026

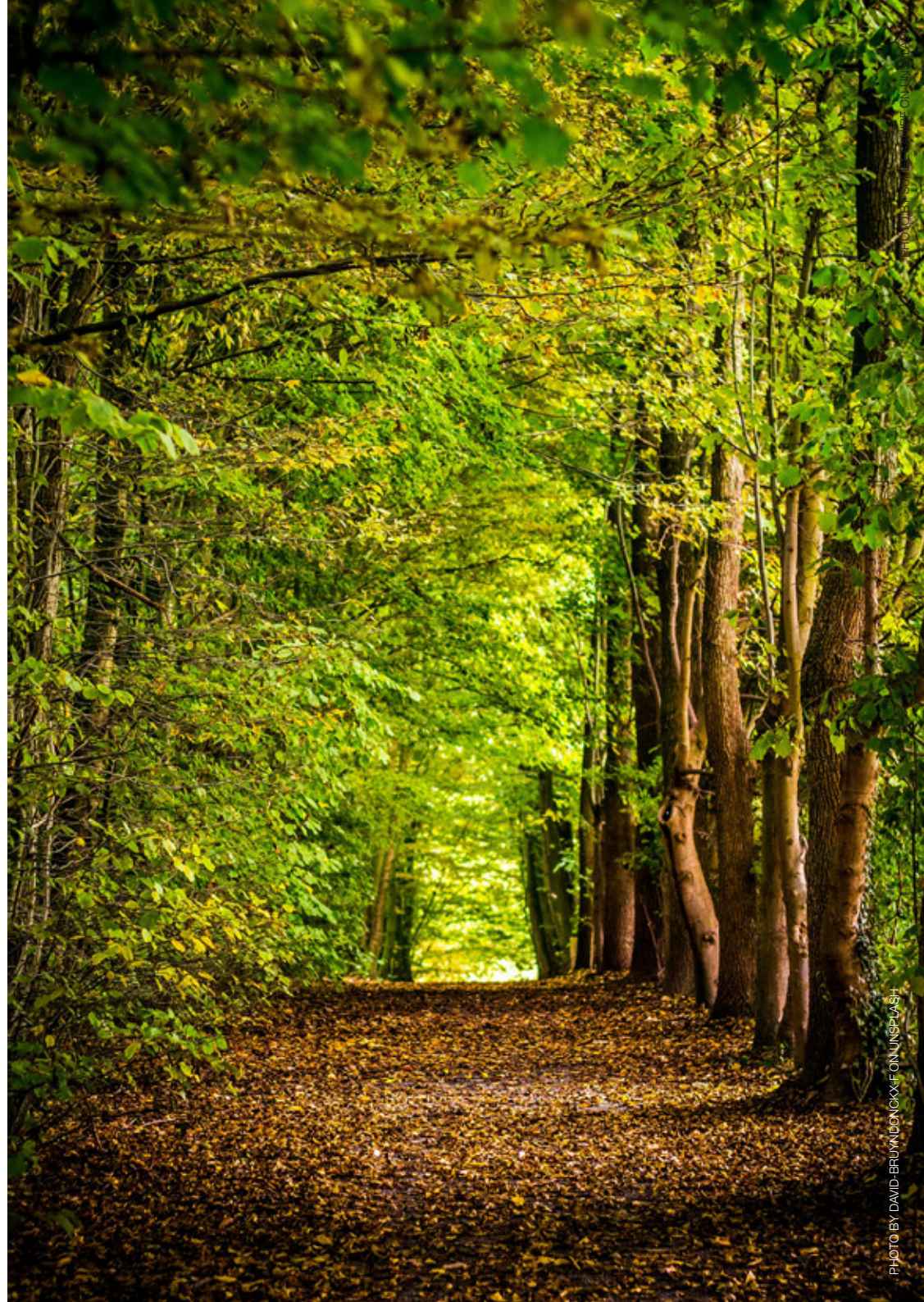
När vi blickar framåt mot 2026 gör vi det med ödmjukhet inför det arbete som redan är genomfört och med en tydlig ambition att fortsätta utvecklas. Mycket är på plats, såsom strukturer, mål och arbetssätt men hållbarhetsarbetet är inte statiskt. Det kräver kontinuerlig reflektion, lärande och förmåga att anpassa sig till en omvärld i snabb förändring.

Under de kommande åren kommer vi att fortsätta stärka vårt hållbarhetsarbete genom att bygga vidare på etablerade processer och samtidigt våga utmana invanda sätt att arbeta. Vi ser ett värde i att ställa nya frågor: Hur kan vi göra ännu större skillnad? Hur kan vi tänka mer cirkulärt, mer långsiktigt och mer inkluderande? Och hur kan vi skapa engagemang som sträcker sig bortom styrdokument och krav?

Vårt fokus framåt ligger på att ytterligare integrera hållbarhet i affären. Genom samverkan, kunskapsutbyte och ett gemensamt ansvarstagande vill vi fortsätta utveckla produkter, arbetssätt och relationer som bidrar till långsiktigt värdeskapande för både människor och miljö.

Vi ser 2026 som en möjlighet att både fördjupa och bredda vårt hållbarhetsarbete. Med fortsatt energi, nyfikenhet och ett gemensamt engagemang ska vi bygga vidare på det som fungerar och samtidigt skapa utrymme för nya idéer, perspektiv och lösningar som tar oss framåt.

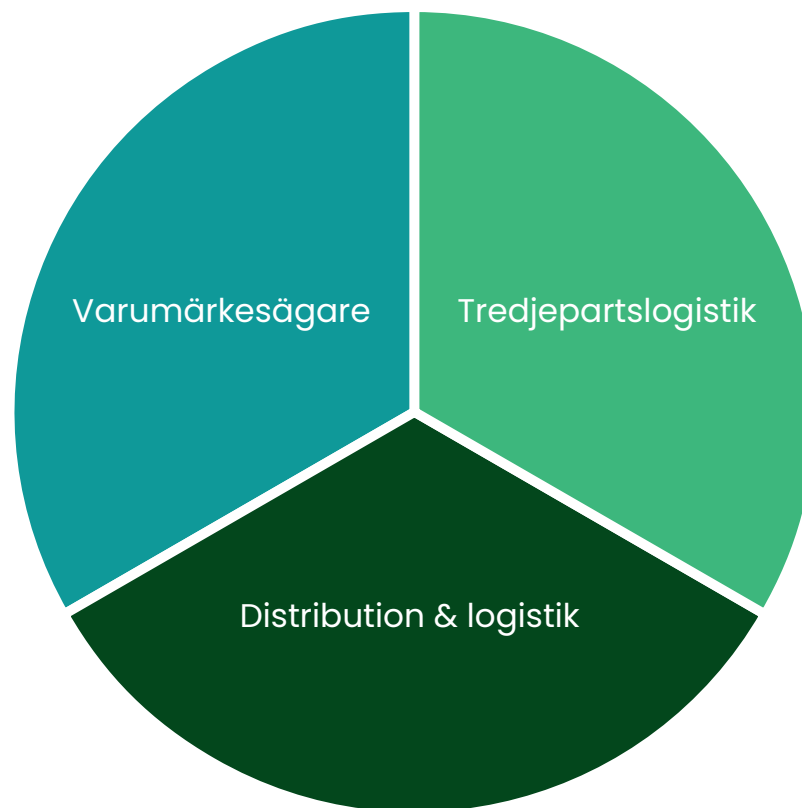
ISABELL
HALLGREN
HÅLLBARHETS-
ANSVARIG



Om Order Nordic

Allt startade 1977 på en vind i fiskebyn Domsten utanför Helsingborg, då idén till hemelektronikkedjan Resurs Radio & TV AB föds. 1980 delas Resurs Radio & TV upp i flera bolag och Order Hemelektronik ser dagens ljus. Då var affärsidén att erbjuda fullservice inom logistik och distribution av hemelektronik. Nuvarande bolagsnamn, Order Nordic AB, har funnits sedan 2011 och idag har bolaget tre inriktningar för verksamheten – distribution och logistik, varumärkesägare samt tredjepartslogistik.

Affärsmodell



Distribution och logistik

Order Nordic är en pålitlig partner och distributör av framför allt hemelektronik inom kategorierna hem & hushåll, telecom, ljud & bild och personvård. Vi säljer våra produkter med hög servicegrad och leveranssäkerhet till företag inom webbhandel och detaljhandel, såväl kedjor som fristående handlare. Vi levererar varorna till våra kunders lager och butiker, eller direkt till våra kunders kund via dropshipping, framför allt inom Sverige men även till övriga länder i Norden.

Varumärkesägare

Order Nordic är en varumärkesägare som utvecklar och distribuerar egna märkesvaror (EMV) inom kategorierna hem & hushåll, telecom, ljud & bild, personvård, tillbehör samt sport & fritid. Produktion sker hos väl valda leverantörer runt om i världen. Genom ett nära samarbete tas produkterna fram enligt uppsatta specifikationer och våra önskemål. Dessa produkter ökar vår relevans hos befintliga kunder samtidigt som vi ger den svenska konsumenten en möjlighet till kontakt och direktköp via varumärkets hemsida. Vi är medlemmar i Recipo och Näringslivets Producentansvar (NPA) för att våra kunder ska ha möjlighet att lämna emballage och uttjänta produkter för återvinning i närheten av sin bostad.

Partner för tredjepartslogistik

Order Nordic erbjuder kundanpassade lösningar inom lagerhantering och tredjepartslogistik (TPL) där vi tar över vissa eller alla logistiska funktioner åt vår kund och partner. Vi ombesörjer lagerhållning, plock, pack, distribution och returhantering så våra partners kan ägna sig helhjärtat åt sin kärnverksamhet.

Så här jobbar vi med hållbarhet

Genom vårt hållbarhetsarbete vill vi ta ansvar för både människa, planet och affär. Därför är det viktigt att hållbarhet är integrerat i det värdeskapande arbete som bedrivs i verksamheten varje dag. För att säkerställa detta har vi reviderat vår styrmodell för att tydliggöra hur ansvaret är fördelat.

VD och ledningsgrupp förvaltar styrelsens uppdrag och tar tillsammans med hållbarhetsansvarig och i samråd med hållbarhetsgruppen fram förslag på strategier, mål och nyckeltal som är relevanta utifrån företagets mest väsentliga hållbarhetsaspekter. Hållbarhetsansvarig ansvarar för att överenskomna strategier, mål och nyckeltal förankras, implementeras och följs upp.

Hållbarhetsgruppen är sammansatt för att skapa bred förankring i organisationen. Gruppens främsta uppgift är företräda organisationen och verka för hållbar utveckling inom bolaget. I praktiken innebär det att gruppen träffas kontinuerligt och stämmer av hur företaget ligger till mot uppsatta mål, att arbetet sker i enlighet med överenskomna strategier och tar fram förslag på kompletterande åtgärder.

Organisationens ansvar är att förvalta och förverkliga arbetet i enlighet med uppsatta mål och överenskomna strategier.



Vision	ETT HÅLLBART CIRKULÄRT FÖRETAGANDE		
Mission	ATT DRIVA OMSTÄLLNINGEN MOT ETT HÅLLBART CIRKULÄRT FÖRETAGANDE		
Huvud- områden	LEVANDE PLANET	VÄLMÅENDE MÄNNISKOR	GODA AFFÄRER
Fokus- områden	MILJÖ & KLIMAT HÅLLBARA PRODUKTER & FÖRPACKNINGAR	ATTRAKTIV ARBETSPLATS EN TRYGG, SÄKER OCH HÄLSOSAM ARBETSPLATS	CIRKULÄR EKONOMI HÅLLBAR LEVERANTÖRSKEDJA

Vår hållbarhetsstrategi

Think big – act bold är namnet på vår hållbarhetsstrategi. Precis som namnet indikerar så tror vi att vi både behöver tänka stort och vara modiga för att lyckas i det vi vill åstadkomma. Vår hållbarhetsvision är ett hållbart cirkulärt företagande. Visionen är en tydlig kompassriktning för vårt arbete framåt. Det är också utifrån denna vi bestämt våra fokusområden, satt våra mål, skapat vår handlingsplan och identifierat vilka möjliggörande faktorer som ska ta oss dit.



Styrdokument

Företagets uppförandekod är vårt viktigaste styrdokument och anger riktlinjerna för hur vi som företag ska bedriva vår verksamhet på ett ansvarsfullt sätt. Uppförandekoden ligger i linje med FN:s Global Compact och verkar för mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och anti-korruption.

Styrdokument, policyer & riktlinjer som har stor betydelse i vårt hållbarhetsarbete:

- Uppförandekod för medarbetare
- Uppförandekod för leverantörer
- Hållbarhetsstrategi
- Klimatstrategi
- Miljöpolicy
- Arbetsmiljöpolicy
- Personalhandbok
- Inköspolicy
- Mötes- och resepolicy
- Riktlinjer för hållbara inköp av produkter och tjänster

Hållbarhetsgruppen

Vår hållbarhetsgrupp består av representanter från hela organisationen och fungerar som en central drivkraft i företagets hållbarhetsarbete. Gruppens uppdrag är att förankra hållbarhet i hela verksamheten, skapa engagemang och identifiera åtgärder som driver utvecklingen framåt. Samtidigt har gruppen ett övergripande ansvar för att säkerställa att vårt arbete utvecklas i linje med företagets mål och värderingar.

Hållbarhetsgruppens styrka ligger i dess mångfald. Medarbetare från olika delar av verksamheten bidrar med perspektiv som berikar diskussionerna och leder till lösningar som tar hänsyn till hållbarhetens alla dimensioner – miljömässiga, sociala och ekonomiska.

Under det gångna året har arbetet i gruppen utgått från vår hållbarhetsstrategi och vår långsiktiga vision: *ett hållbart och cirkulärt företagande*. Denna strategi kommer även framöver att vara en viktig vägvisare, men vårt mål är att den fullt ut ska integreras i företagets affärsstrategi. Arbetet med denna integrering är påbörjat och kommer att fortsätta tills hållbarhet är en självklar och fullt ut integrerad del av vår affärsstrategi. Genom att förena affärsstrategi och hållbarhetsstrategi skapar vi en gemensam riktning där hållbarhet inte är ett sidospår, utan en naturlig del av vår kärnverksamhet. Det stärker vår förmåga att agera långsiktigt, minskar risken för målkonflikter och främjar helhetssyn i beslutsfattandet. Med en tydlig och integrerad strategi lägger vi grunden för ökat samarbete, samskapande och engagemang – både internt och i samverkan med våra partners och intressenter.

”Tillsammans bygger vi en kultur som gör skillnad.”

För att omsätta strategin i praktiken behöver vi verktyg som möjliggör verklig förändring. I vår hållbarhetsstrategi lyfter vi fram sex centrala möjliggörare som hjälper oss att ”få det att hända”:

- Samarbete, samskapande och partnerskap – vikten av att göra det tillsammans, att lära av varandra.
- Innovation – att vara modiga och våga prova nya lösningar.
- Öppenhet och transparens – vara ärliga, uppriktiga och dela med oss av våra erfarenheter så att andra kan lära sig av våra misstag, förstå våra utmaningar och vårt sätt att arbeta.

- Rapportering – rapportera sanningsenligt om vår utveckling och redogöra för status ”as is”.
- Kommunikation och dialog – kommunicera och dela med oss av vår kunskap och våra erfarenheter och ha en öppen dialog med alla våra intressenter för att förstå vilka förväntningar andra har på oss.
- Samhällsengagemang – att aktivt engagera oss i lokalsamhället där vi verkar, bistå med det vi kan och verka för ett inkluderande, jämlikt och jämställt samhälle.

Dessa möjliggörare fungerar som vägledande principer i vårt hållbarhetsarbete och hjälper oss att förvandla ambition till handling. Förändring sker inte av sig själv, men med rätt riktning, rätt verktyg och rätt människor ökar våra chanser att lyckas.

I hållbarhetsgruppen möts olika perspektiv, erfarenheter, åldrar och kompetenser. Denna mångfald skapar en dynamisk kraft som driver arbetet framåt med engagemang, nyfikenhet och en gemensam vilja att göra hållbarhet till en självklar del av vår vardag. Tillsammans bygger vi en kultur som gör skillnad.

Isabell Hallgren, Hållbarhetsansvarig



PHOTO BY METTE OTTOSSON

Hållbarhetsgruppen 2025 från vänster: Lillebil Hansson (Marknad), Philip Silwer (Inköp), Tomas Härstedt (Inköp), Isabell Hallgren (Hållbarhet), Johan Holmqvist (Sälj), Glen Nilsson (Inköp), Anna Persson (Ekonomi)

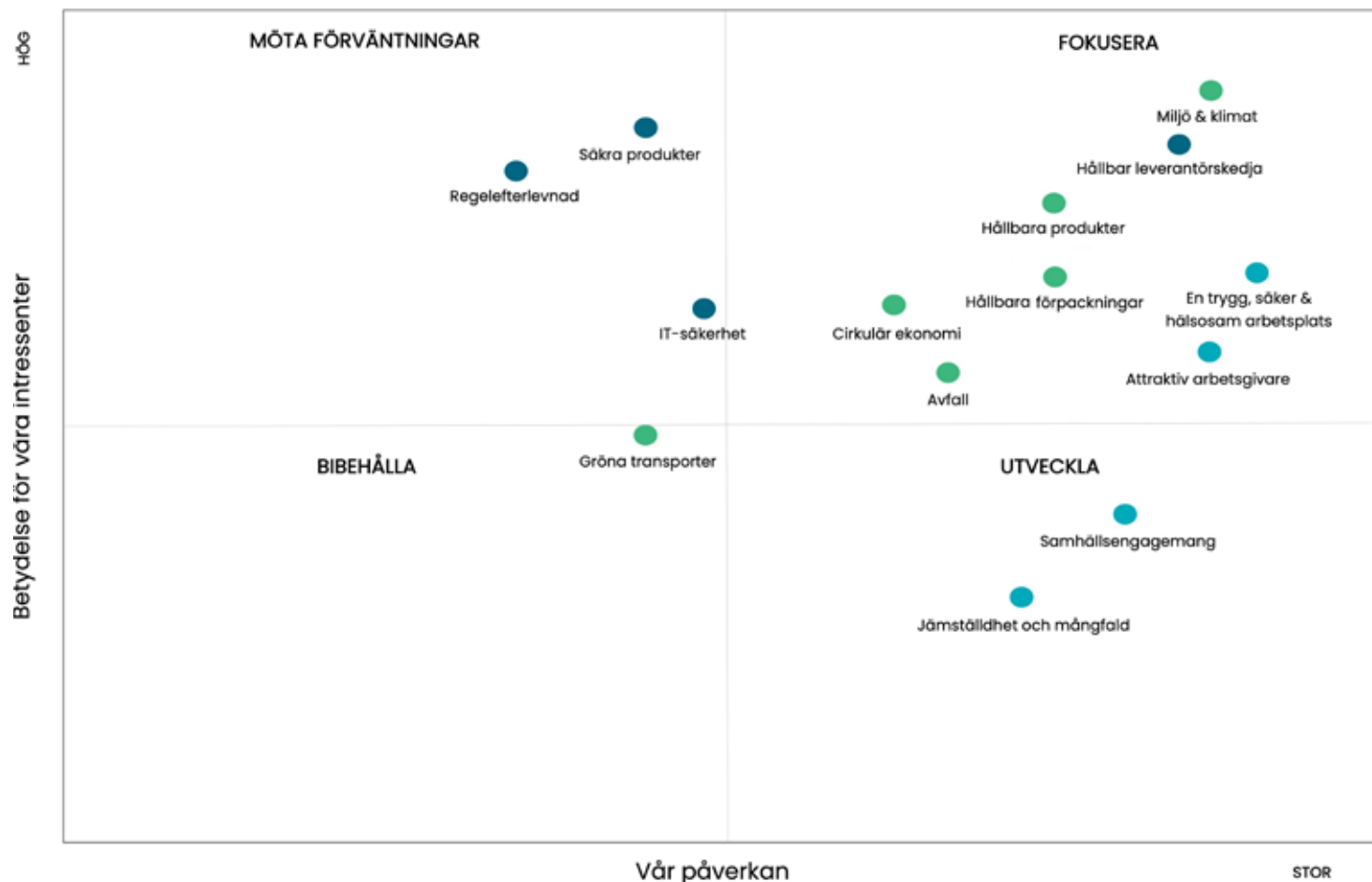
Intressentdialoger

Det finns ett antal intressenter som påverkas av och har påverkan på vår verksamhet. För att säkerställa att vi fokuserar på de hållbarhetsaspekter som är mest väsentliga för Order Nordic, både från internt och externt perspektiv, förs en kontinuerlig dialog med samtliga våra intressenter. De externa dialogerna har under året som gått i huvudsak genomförts i form av möten och samtal. De interna dialogerna har i huvudsak genomförts i form av en gemensam temadag/workshop på tema hållbarhet. De viktiga hållbarhetsfrågorna som lyftes fram under föregående års hållbarhetsundersökning är oförändrade.

Våra nyckelintressenter

Intressenter	Forum för dialog	Viktiga hållbarhetsfrågor
Kunder	Tidigare genomförda kundundersökningar visar att hållbarhet är en viktig fråga för våra kunder, samtidigt som det fortsatt ofta betraktas som en kostnadsfråga. Engagemanget är högt och hållbarhet ses som en integrerad del av framtidens affärer, där säkerhet, kvalitet och lagkrav är centrala drivkrafter. Under 2025 genomfördes ingen ny kundundersökning. I stället bjöds kunder in till "Order Nordic-dagarna", där dialog och kunskapsutbyte stod i fokus. Inom ett hållbarhetsrum hölls panelsamtal kring bland annat cirkulär ekonomi, klimat, leverantörskedjor och transporter. Även aktuella frågor som digitala produktpass diskuterades, där en framtagen prototyp användes som utgångspunkt för dialog. Samtalen bekräftade ett fortsatt starkt engagemang samt ett behov av tydliga och affärsnära hållbarhetslösningar.	• Hållbar leverantörskedja • Hållbara produkter, material & förpackningar • Redovisning av klimatavtryck per produkt • Klimatneutral verksamhet • Minskade utsläpp i värdekedjan • Cirkulär ekonomi • Minimera flygfrakt • PFAS-fria produkter
Leverantörer	Under 2025 har ingen samordnad intressentdialog eller leverantörsundersökning genomförts med våra leverantörer. De dialoger som ändå förts under året har i stor utsträckning fokuserat på hållbara produkter, materialval och förpackningar, samt frågor kopplade till en mer hållbar leverantörskedja. Även områden som spårbarhet, transparens och efterlevnad av lagkrav har varit återkommande i dialogen. Sammantaget visar dialogerna på ett ökat fokus på hållbarhetsfrågor i leverantörsledet, samtidigt som behovet av tydliga krav, uppföljning och gemensam utveckling kvarstår.	• Holistiskt perspektiv (se helheten) • Välja närproducerat • Sätta vetenskapsbaserade utsläppsminskningmål (Science Based Targets SBT) • Hållbar leverantörskedja • Säkra produkter • Hållbara produkter, material & förpackningar • Regelefterlevnad • Miljö & klimat • Samhällsengagemang
Medarbetare	I början av 2025 delade vi in medarbetarna i mindre grupper för att tillsammans ta fram årets omvärldsanalys. Genom workshops har varje grupp bidragit med värdefulla insikter om trender, möjligheter och utmaningar i vår omvärld. Syftet har varit att få in fler perspektiv, skapa engagemang och lägga en stabil grund för vårt fortsatta hållbarhetsarbete.	• Optimera energiförbrukningen och sträva efter att bli självförsörjande • Hållbara produkter, material och förpackningar • PFAS-fria produkter • Cirkulär ekonomi • Hjälpa våra kunder göra hållbara val • Minimera flygfrakt • Accelerera klimatarbetet • Klimatfinansiering • Hållbar leverantörskedja • Samhällsengagemang

Väsentlighetsanalys



För att säkerställa att vi fokuserar på rätt hållbarhetsfrågor arbetar vi strukturerat med att förstå vår omvärld och våra intressenters förväntningar. Analysen baseras på dialog, omvärldsbevakning och intern analys och utgör ett viktigt underlag för hur vi prioriterar vårt hållbarhetsarbete.

Den övergripande väsentlighetsanalysen omfattar områdena miljö, personalfrågor, sociala förhållanden, respekt för mänskliga rättigheter samt korruption och mutor. Dessa har brutits ner i totalt 13 hållbarhetsaspekter som grupperas i våra tre huvudområden: Levande planet, Välmående människor och Goda affärer. De identifierade aspekterna speglar både vår påverkan och de områden där vi bedömer att våra intressenters förväntningar är som störst.

Väsentlighetsanalysen ligger till grund för hur vi prioriterar resurser, sätter mål och följer upp vårt hållbarhetsarbete. De aspekter som bedöms ha hög påverkan och hög betydelse för våra intressenter är de områden där vi fokuserar särskilt och där vårt arbete bedöms ha störst effekt.

Analysen uppdaterades senast under 2024 och bedöms fortsatt vara relevant för 2025, då inga väsentliga förändringar i verksamhet, riskbild eller intressenternas förväntningar har identifierats. Den används därför fortsatt som styrande underlag för vårt hållbarhetsarbete under året.

Som ett nästa steg i utvecklingen av vårt hållbarhetsarbete avser vi att vidareutveckla analysen mot en så kallad dubbel väsentlighetsanalys i linje med CSRD. Detta innebär att både vår påverkan på människor och miljö samt finansiella risker och möjligheter kopplade till hållbarhet kommer att inkluderas i ett mer heltäckande perspektiv.



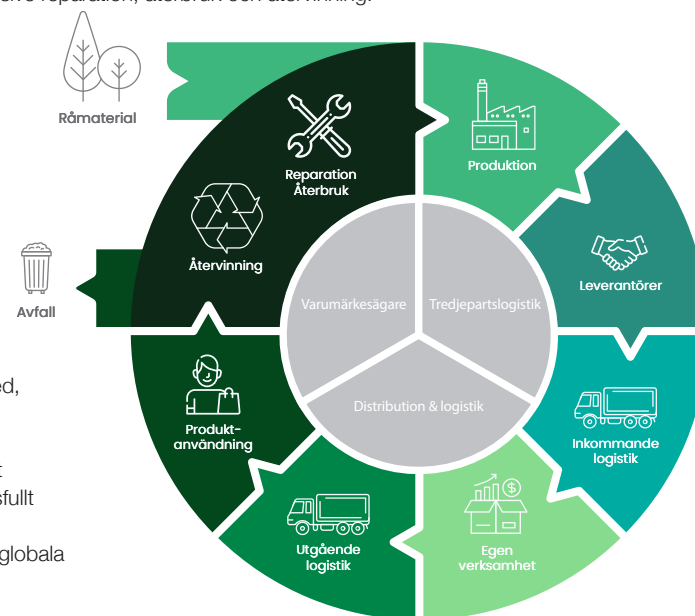
Påverkansanalys

Vi påverkar vår omgivning på olika sätt både medvetet och omedvetet. För att förstå vilken påverkan vi har som företag, både positivt och negativt, har vi gjort en påverkansanalys med utgångspunkt i vår värdekedja. Vi har också valt att göra det med avstamp i "de planetära begränsningarna" och med koppling till "FN:s mål för hållbar utveckling" (Sustainable Development Goals SDG).

Vår värdekedja

Genom att analysera vår påverkan och koppla den till vår värdekedja får vi en tydlig bild av var i verksamheten och värdekedjan vår påverkan är som störst, både positiv och negativ. Påverkansanalysen utgör ett viktigt underlag för hur vi prioriterar insatser, utvecklar arbetssätt och integrerar hållbarhet i affären. Analysen tar sin utgångspunkt i en förenklad värdekedja för Order Nordic, som sträcker sig från råmaterial och produktion till användning, återbruk och avfall. Modellen hjälper oss att förstå hur beslut i ett led kan få konsekvenser i andra delar av värdekedjan, och tydliggör vårt ansvar som varumärkesägare, distributör och samarbetspartner.

Påverkansanalysen har använts löpande under 2025 för att identifiera relevanta fokusområden, koppla hållbarhetsfrågor till rätt del av värdekedjan och stärka kopplingen mellan påverkan, risker och åtgärder. Den ligger även till grund för vår väsentlighetsanalys och vårt fortsatta arbete med att utveckla mer cirkulära erbjudanden, inklusive reparation, återbruk och återvinning.



Värdekedjan är förenklad och speglar inte alla mellanled, exempelvis återförsäljare. Samtidigt ger den en tydlig helhetsbild som möjliggör ett mer strukturerat och ansvarsfullt hållbarhetsarbete, i linje med planetens gränser och FN:s globala mål för hållbar utveckling.

Råmaterial

Ingående komponenter, material och substanser i våra produkter och förpackningar. Produktion Benämningen "produktion" används för tillverkning av våra egna varumärken (EMV) som vi marknadsför och säljer till våra kunder B2B och B2C. För dessa produkter omfattas vi av producentansvar.

Leverantörer

Benämningen "leverantörer" används för de som tillhandahåller externa varumärken (EXMV) som vi marknadsför och säljer till våra kunder.

Inkommande logistik

Transport av produkter till vårt lager.

Egen verksamhet

Där vi lagerhåller, hanterar och paketerar våra produkter för vidare distribution till våra kunder.

Utgående logistik

Transport av försändelser från vårt lager.

Produktanvändning

När produkterna används av konsumenter.

Avfall

När produkterna inte längre används (end-of-life)

De planetära gränserna

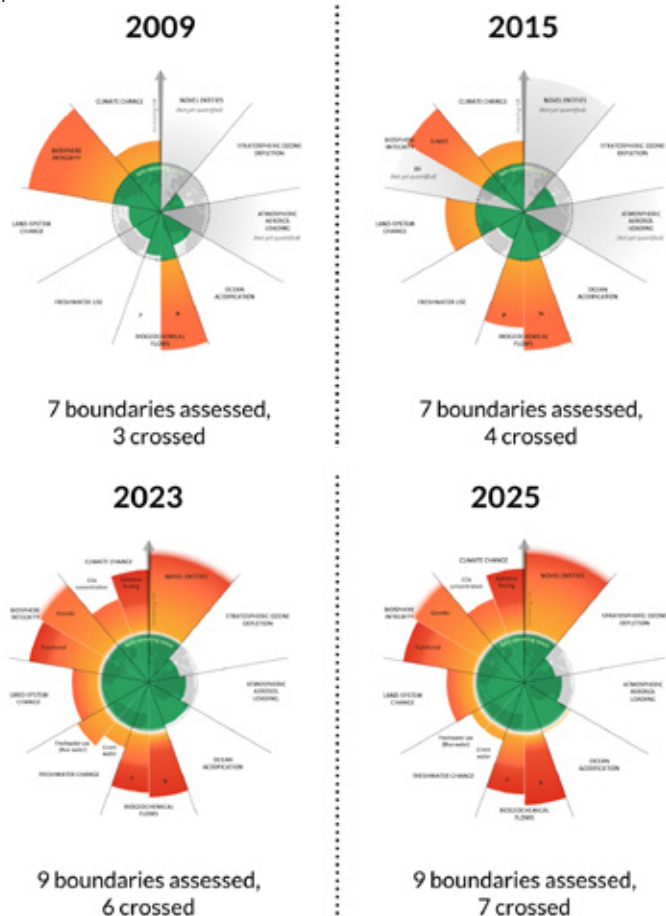
Begreppet planetära gränser används för att beskriva de ekologiska gränser som avgör vad jorden klarar av utan att dess system kollapsar. Konceptet togs fram av forskare vid Stockholm Resilience Centre, med miljövetaren och professorn Johan Rockström i spetsen.

Gränserna är indelade i nio områden som alla är avgörande för planetens stabilitet och vår fortsatta överlevnad, till exempel klimatförändringar, biologisk mångfald, markanvändning och sötvattenresurser.

Om mänskligheten håller sig inom dessa gränser bevaras jordens resiliens, men när gränserna överskrids riskerar vi att driva fram förändringar som är svåra eller omöjliga att vända, även om andra miljöinsatser görs.

Sedan konceptet lanserades har forskningen utvecklats och gränserna justerats i takt med ny kunskap. Enligt den senaste uppdateringen från 2025 visar forskningen att sju av nio planetära gränser nu har överskridits.

Vi på Order Nordic analyserar kontinuerligt vår påverkan på de planetära gränserna, både positiv och negativ, för att säkerställa att vi verkar inom ramen för vad jorden klarar av och bidra till att stärka planetens motståndskraft.



Källa bild: <https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>

*De 5 gränser där
Order Nordic har
störst påverkan:*

- Klimatförändring
- Biologisk mångfald
- Förändrad markanvändning
- Havsförsurning
- Nya kemiska substanser

FN:s mål för hållbar utveckling

Vårt arbete med FN:s globala mål för hållbar utveckling (Agenda 2030) fortsätter. Fokusområdena är oförändrade sedan föregående år, men under 2025 har vi tagit flera steg för att fördjupa och konkretisera vårt bidrag till målen.

Agenda 2030 omfattar 17 globala mål och 169 delmål, vilka antogs under 2015 av FN:s 193 medlemsländer. Målen är uppsatta för att bidra till en social, ekonomisk och miljömässigt hållbar utveckling och gäller för världens alla länder. En hållbar utveckling innebär att vi tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjlighet att tillfredsställa sina behov.

Vi har sedan ett par år tillbaka använt de globala målen som ramverk för att beskriva hur vårt arbete bidrar till uppfyllelse av dessa mål. Alla mål är viktiga och relevanta, men vi har valt att fokusera på de mål där vi antingen har en betydande negativ eller positiv påverkan. På så sätt har vi möjlighet att göra stor skillnad.

Vi tror också att vi, genom att koppla och fokusera på betydande mål, möjliggör positiva spinoff-effekter på andra mål.



Minska vår negativa påverkan



Som företag har vi ett stort ansvar att arbeta för att minska vår negativa påverkan. Utifrån vår värdekedja har vi identifierat fem globala mål där vi tydligt kan förbättra oss:

SDG 8: Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

SDG 12: Hållbar konsumtion och produktion

SDG 13: Bekämpa klimatförändringarna

SDG 14: Hav och marina resurser

SDG 15: Ekosystem och biologisk mångfald



SDG 8

Råmaterialutvinning och produktion sker idag i länder där arbetsvillkoren inte är lika bra som i Sverige. Här ser vi fortsatt behov av förbättringar, särskilt kopplat till hälsa och säkerhet, levnadslöner och arbetstider. Under 2025 har vi fortsatt dialogen med våra leverantörer för att säkerställa en mer hållbar produktion.



SDG 14:

Den globala handeln påverkar hav och marina resurser negativt, framför allt gällande utsläpp i luft och vatten men också genom undervattensbuller som påverkar djurlivet i haven. Genom att vi transporterar hem merparten av våra produkter, inom egna varumärken (EMV), sjövägen från Kina bidrar vi till detta. För att minska och lindra påverkan undersöker vi bland annat möjligheten att tillverka delar av vårt sortiment lokalt (inom EU).



SDG 12, 13 och 15:

För att nå målet om hållbar konsumtion och produktion behöver vi förändra hur produkter används och cirkulerar. Vi arbetar aktivt med att utveckla flera cirkulära tillvägagångssätt, såsom återköp, reparationer och uthyrning. I dagsläget erbjuder vi reservdelar, men arbetet med att bredda våra cirkulära erbjudanden pågår. Genom dessa initiativ minskar vi behovet av nya resurser, bevarar biologisk mångfald och reducerar klimatpåverkan.

Öka vår **positiva påverkan**



Som företag har vi stora möjligheter att inte bara minska vår negativa – utan också öka vår positiva påverkan. Utifrån vår värdekedja har vi identifierat åtta globala mål där vi tydligt kan förstärka vår positiva påverkan:

SDG 3: God hälsa och välbefinnande

SDG 4: God utbildning för alla

SDG 7: Hållbar energi för alla

SDG 8: Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

SDG 9: Hållbar industri, innovationer och infrastruktur

SDG 12: Hållbar konsumtion och produktion

SDG 13: Bekämpa klimatförändringarna

SDG 17: Genomförande och partnerskap



SDG 7

Sedan 2018 har vi använt 100 % förnybar el enligt Naturskyddsföreningens kriterier för "Bra Miljöval". Under 2024 installerades vår solcellsanläggning, och under 2025 är den i full drift. Anläggningen har en kapacitet att producera lika mycket el som vi förbrukar årligen. Som ett komplement till detta fortsätter vi att undersöka möjligheterna till batterilagring. Genom dessa åtgärder kan vi både avlasta elnätet genom produktion av egen el och bidra till elnätet när behov uppstår. På så sätt kan vi bidra till ett mer robust elnät och en ökad andel förnybar energi.



SDG 9, 12 och 13

Vi arbetar för en mer hållbar industri genom att främja effektivare resursanvändning och renare tekniker i tillverkningsledet. På sikt ser vi möjlighet att klimatfinansiera de utsläpp vi ännu inte kan minska, genom certifierade projekt som stödjer omställningen i våra leverantörsled.



SDG 3, 4 och 8

Vi bidrar till positiv påverkan genom att verka för en trygg, säker och hälsosam arbetsplats för våra anställda. Vi värdesätter och främjar även ungas möjlighet till en meningsfull, lärorik och utvecklande praktik där vi samarbetar med utbildningsväsendet för att möjliggöra detta.



SDG 17

Partnerskap är avgörande för framgång. Vi fortsätter att söka samarbete med företag, branschorganisationer och ideella aktörer, framförallt lokalt men även internationellt, för att tillsammans bidra till uppfyllelsen av de globala målen.

Mål

För att säkerställa en hållbar utveckling inom samtliga dimensioner arbetar vi med uppsatta mål utifrån våra fokusområden och huvudområden. Målen kan betraktas som ”milstolpar” eller ”delmål” i vår strävan att förverkliga vår vision. Nedan redovisas våra mål och dess utveckling utifrån våra tre huvudområden.

Levande planet					
Nr.	Mål	Slutfört	Status	Koppling till FN:s SDGs	
1	Att 100% av våra transportförpackningar och vårt förpackningsmaterial i papper är tillverkat av FSC-certifierat material	2030	100%	12. Hållbar konsumtion och produktion 13. Bekämpa klimatförändringarna 17. Genomförande och partnerskap	Uppnått!
2	Att 90% av vårt verksamhetsavfall återbrukas eller materialåtervinns	2025	83%	12. Hållbar konsumtion och produktion 13. Bekämpa klimatförändringarna 17. Genomförande och partnerskap	
3	100% av våra eget avtalade inomnordiska transporter är fossilfria 2030*	2030	TBA	13. Bekämpa klimatförändringarna 17. Genomförande och partnerskap	
4	Halverat utsläppen i vår verksamhet (Scope 1 och 2)	2027	99%	13. Bekämpa klimatförändringarna	Uppdaterad
5	Att vi ska ha minskat utsläppen i vår värdekedja (Scope 3) med 30%	2030	TBA	13. Bekämpa klimatförändringarna	
6	Att vi ska ha netto-noll utsläpp av växthusgaser i hela vår värdekedja	2045	TBA	13. Bekämpa klimatförändringarna	

*Med fossilfria transporter menar vi transporter som lever upp till kravet i Fossilfritt Sveriges Transportutmaning där drivmedlet ger en utsläppsminskning på minst 70% jämfört med fossila alternativ.

Välmående människor				
Nr.	Mål	Slutfört	Status	Koppling till FN:s SDGs
7	Att vi i vår årliga medarbetarenkät ska uppnå en totalpoäng på minst 9 av 10 gällande tillhandahållande av en fysiskt och psykiskt säker arbetsmiljö (8,8 av 10 för den fysiska arbetsmiljön i undersökningen 2022)	2030	9,0	3. God hälsa och välbefinnande 8. Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt
8	Att vi i vår årliga medarbetarenkät ska uppnå en totalpoäng på minst 9 av 10 gällande huruvida arbetsplatsen erbjuder möjligheter för den anställde att växa och ta nytt ansvar (6,8 av 10 i undersökningen 2024)	2030	6,8	3. God hälsa och välbefinnande 8. Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt
9	Att samtliga tillverkare som tillverkar våra egna varumärken (EMV) är anslutna till och/eller använder sig av ackrediterade sociala uppföljningssystem (BSCI, SA8000, Fair for Life, SEDEX eller liknande och som bedöms som likvärdigt).	2025	90%	8. Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt
10	Alla samtliga fabriker som tillverkar våra egna märkesvaror (EMV) ska betala ut skäliga levnadslöner till alla sina arbetare.	2026	TBA	1. Ingen fattigdom 8. Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Bättre affärer				
Nr.	Mål	Slutfört	Status	Koppling till FN:s SDGs
11	Att samtliga tillverkare och leverantörer som tillhandahåller våra fokusvarumärken ska leva upp till våra minimikrav*	2026	60%	8. Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt
12	Initiera minst två cirkulära initiativ inom produkt, förpackning eller logistik senast 2026	2026	50%	12. Hållbar konsumtion och produktion
13	Att 30% av intäkterna från vår försäljning ska vara från hållbara produkter och tjänster.	2027	TBA	12. Hållbar konsumtion och produktion
14	Att 50% av intäkterna från vår försäljning ska vara från hållbara produkter och tjänster	2030	TBA	12. Hållbar konsumtion och produktion

* Fokusvarumärken (FVM) är de 50 varumärken vi i huvudsak fokuserar på. Dessa driver inte bara mest omsättning utan genererar också störst risk.



Uppdatering av hållbarhetsmål: En väg mot realistiska och långsiktiga framsteg

I vår strävan att uppnå långsiktiga hållbarhetsmål har vi under det senaste året utvärderat och justerat några av våra ursprungliga mål för att bättre återspegla både de framsteg vi har gjort och de praktiska utmaningar vi har stött på. Målen har visat sig vara ambitiösa och i vissa fall har vi identifierat behovet av att anpassa målsättningarna för att säkerställa fortsatt meningsfull utveckling. Genom att uppdatera dessa mål säkerställer vi att vi fortfarande driver mot hållbarhet på ett realistiskt sätt, samtidigt som vi fortsätter att utmana oss själva för att nå nya höjder. Vi förklarar här de specifika anledningarna till dessa justeringar och hur vi planerar att anpassa vårt arbete för att uppnå långsiktiga framsteg.

Att halvera mängden luft i våra försändelser

Under 2022 arbetade vi aktivt med att minska mängden luft i våra försändelser, vilket resulterade i en halvering av det onödiga utrymmet i våra paket. Detta ledde till effektivare transporter och minskad miljöpåverkan. Efter denna framgång sattes ett nytt mål att återigen halvera mängden luft i försändelserna.

Vi har dock kunnat konstatera att ytterligare en halvering inte är genomförbar med nuvarande produkter, logistiklösningar och kundkrav. Den stora förbättringen som redan gjorts innebär att utrymmet för ytterligare optimering inom samma område är begränsat. Vi väljer därför att avsluta detta mål och fokusera på andra insatser där vi ser större potential till påverkan.

Att 100% av våra eget avtalade inomnordiska transporter är fossilfria

Målet att *"100% av våra eget avtalade inomnordiska transporter är fossilfria 2025"* har varit en viktig drivkraft för att minska klimatpåverkan från våra transporter och främja en mer hållbar logistiklösning. Detta mål är starkt kopplat till transportörernas möjligheter att leverera.

I takt med att vi har utvärderat de praktiska förutsättningarna och de nuvarande marknadsförhållandena har vi insett att detta mål är svårt att uppnå under de nuvarande omständigheterna.

Flera faktorer påverkar möjligheten att nå 100% fossilfria transporter inom Norden under 2025, bland annat:

- **Begränsad tillgång till fossilfria alternativ:** Även om efterfrågan på fossilfria transporter har ökat, finns det fortfarande vissa typer av transporter och sträckor där alternativ som eldrivna eller biobränslebaserade fordon inte är tillräckligt utvecklade eller tillgängliga i tillräcklig utsträckning.
- **Infrastrukturella utmaningar:** För vissa transporter inom Norden finns det fortfarande begränsad infrastruktur för laddning och underhåll av fossilfria fordon, vilket gör det svårt att upprätthålla en 100%-ig fossilfri flotta.
- **Kostnads- och tillgångsfrågor:** Det finns också ekonomiska och tillgångsrelaterade faktorer som gör att det inte alltid är möjligt att garantera att alla transporter uppfyller fossilfrihetskravet, särskilt i avlägsna områden eller vid specifika logistikbehov.
- **Transportörernas nuvarande utbud:** Våra nuvarande transportörer erbjuder i dagsläget inte fullt ut fossilfria lösningar, vilket begränsar våra möjligheter att leva upp till målet.

För att lyckas fullt ut med detta mål krävs ett bredare utbud av fossilfria transportlösningar och fortsatt utveckling inom branschen. Vi fortsätter vår dialog med transportörer och branschaktörer för att främja denna omställning – men vi är beroende av att fler transportörer gör samma resa.

Till skillnad från aktörer som äger egna fordon, har vi inte möjlighet att själva investera i till exempel eldrivna transportlösningar. Det gör det ännu viktigare för oss att hålla fast vid vårt mål och använda det som ett styrmedel – både för att ställa tydliga krav i våra upphandlingar och för att visa riktningen framåt i samarbetet med våra transportpartners.

Därför har vi valt att skjuta fram målet till 2030, så att det går hand i hand med kravet i Fossilfritt Sveriges Transportutmaning.

*”100 % av våra eget avtalade inomnordiska transporter är fossilfria 2030”**

*Med fossilfria transporter menar vi transporter som lever upp till kravet i Fossilfritt Sveriges Transportutmaning, där drivmedlet ger en utsläppsminskning på minst 70 % jämfört med fossila alternativ.

Att vi ska ha lanserat minst tre cirkulära erbjudanden

Målet att *”lansera minst tre cirkulära erbjudanden”* har varit en viktig drivkraft för vårt arbete med att integrera cirkulära principer i vår affärsmodell. Vi har gjort framsteg, och vi är stolta över att ha lanserat ett framgångsrikt cirkulärt erbjudande, nämligen reservdelar. Detta erbjudande har gett oss värdefulla insikter och erfarenheter i hur vi kan skapa och leverera cirkulära lösningar.

Dock har vi stött på några faktorer som har gjort det svårt att uppnå målet om att lansera tre erbjudanden inom den ursprungliga tidsramen:

- **Komplexitet och tid för utveckling:** Att utveckla och lansera cirkulära erbjudanden innebär ofta omfattande produktutveckling, samarbete med externa aktörer och noggrann planering av logistik och återanvändningssystem. Detta är en mer tidskrävande och komplex process än vad som ursprungligen uppskattades.
- **Resurs- och kapacitetsutmaningar:** För att lansera framgångsrika cirkulära erbjudanden krävs dedikerade resurser, både i form av tid och kompetens. Ibland har andra prioriterade projekt påverkat tillgången på nödvändiga resurser för att nå detta mål.
- **Marknadens mognad och partnerskap:** Vi har också sett att den cirkulära ekonomin är ett område som fortfarande utvecklas, och att det ibland har varit svårt att hitta rätt partners eller kunder som är redo att fullt implementera cirkulära lösningar inom våra affärsområden.

För att säkerställa att vi fortsätter att göra framsteg mot en cirkulär ekonomi men på ett mer realistiskt sätt, har vi beslutat att uppdatera vårt mål till:

”Initiera minst två cirkulära initiativ inom produkt, förpackning eller logistik senast 2026.”

Detta mål är fortfarande ambitiöst och utmanande, men det ger oss utrymme att fokusera på att starta konkreta projekt och samarbeten som banar väg för framtida cirkulära erbjudanden. Genom att fokusera på initiativ snarare än lanseringar får vi möjlighet att påbörja viktiga steg mot cirkularitet utan att vara bundna till att ha alla erbjudanden fullt lanserade.



Levande planet

A full-page background image showing a lush green forest. A large, dark tree trunk and its branches are visible on the left side, extending over a calm body of water. The water reflects the vibrant green foliage and the sunlight filtering through the leaves, creating a shimmering effect. The overall atmosphere is peaceful and natural.

Vår verksamhet är starkt beroende av den planet vi är satta att förvalta. För att bidra till en levande planet, fungerande ekosystem och ett ansvarsfullt nyttjande av naturresurser behöver vi utmana "gamla sanningar" och hitta nya lösningar. Vi tror att cirkulära affärserbudanden och tjänstefiering är en del av lösningen, men kortsiktigt handlar det i mångt och mycket om att vara resurseffektiv och göra så mycket som möjligt av så lite som möjligt, att förebygga avfall och att säkerställa att resurser som används kan användas igen och igen.

Vi behöver också minska klimatpåverkan genom hela vår värdekedja i enlighet med uppsatta mål och i takt med Parisavtalet och i linje med Sveriges klimatmål om noll nettoutsläpp till atmosfären senast 2050.

Genom att minimera uttaget av naturresurser och minska vår klimatpåverkan bidrar vi till återställandet av ekosystem och främjandet av biologisk mångfald.

Vår klimatpåverkan

Att motverka klimatförändringarna är en av de största utmaningarna i vår tid. De ökande utsläppen av växthusgaser påverkar klimatet negativt och får långtgående konsekvenser för ekosystem, biologisk mångfald och människors hälsa och trygghet. För oss är det självklart att ta ansvar – inte bara för vår egen verksamhet, utan även för våra kunder, leverantörer och andra intressenter som ser klimatfrågan som en central del av ett hållbart företagande.

Vi har en klimatstrategi för hur våra växthusgasutsläpp ska minska över tid. Strategin bygger på den kunskap och data vi har tillgång till idag, samtidigt som vi kontinuerligt arbetar för att förbättra kvaliteten och omfattningen av våra utsläppsberäkningar. Vår klimatpåverkan beräknas enligt GHG-protokollet, vilket ger oss en tydlig och strukturerad grund för uppföljning och utveckling.

Under 2025 fortsatte arbetet med att minska utsläppen i den egna verksamheten. Utsläppen inom Scope 1 minskade kraftigt jämfört med föregående år, främst till följd av omställningen till en mer fossilfri fordonsflotta där majoriteten av tjänstebilarna idag består av elbilar. Även utsläpp kopplade till bränsle- och energirelaterade aktiviteter minskade under året. Samtidigt fortsätter transporter att utgöra en betydande del av vår klimatpåverkan, särskilt uppströms transporter kopplade till inkommande gods och internationella flöden. Under året minskade utsläppen från uppströms transporter jämfört med föregående år, men området är fortsatt prioriterat i vårt klimatarbete.

Arbetet med vårt klimatbokslut och utvecklingen av våra utsläppsberäkningar pågår fortsatt. Under 2025 har vissa kategorier inte kunnat redovisas med tillräckligt tillförlitligt underlag och markeras därför som N.D. (Not Determined). Ambitionen är fortsatt att successivt förbättra datakvalitet, spårbarhet och täckningsgrad för att få en mer heltäckande bild av vår klimatpåverkan över hela värdekedjan.

Vi vill bidra till ett hållbart och klimatsmart Helsingborg

Helsingborg är en av 100 utvalda städer inom EU:s klimatarbete för att gå före i omställningen mot klimatneutralitet. Målsättningen är att stadens nettoutsläpp av växthusgaser ska vara noll senast 2030. Detta ligger väl i linje med våra egna klimatomål och ambitioner. Genom att underteckna stadens Klimatavtal vill vi bidra till det gemensamma arbetet och vara en del av utvecklingen mot ett mer hållbart och klimatsmart Helsingborg. Vi vill fortsätta att ta ansvar och genomföra åtgärder som bidrar till att minska vår klimatpåverkan över tid.



Mål

- Halverade utsläpp i vår egen verksamhet 2027.
- Successivt utöka kartläggningen av verksamhetens klimatpåverkan med målsättning att på sikt kunna ta fram ett klimatbokslut.
- Minska utsläppen i vår värdekedja med 30% till 2030.
- Netto-noll utsläpp av växthusgaser senast 2045.

Klimatbokslut

Arbetet med att vidareutveckla våra utsläppsberäkningar och ta fram ett mer heltäckande klimatbokslut fortsätter. Ett viktigt fokusområde framåt är att förbättra datainsamling och kvalitet i de kategorier där underlaget idag är begränsat eller ännu inte tillräckligt tillförlitligt.

Att successivt stärka förståelsen för vår klimatpåverkan är en viktig grund för att kunna fatta bättre beslut, prioritera rätt åtgärder och minska utsläppen över tid.



Modellen ovan beskriver GHG-protokollens utsläppskategorier i Scope 1, 2 och 3. De kategorier som syns allra tydligast har vi beräknat, de kategorier som syns relativt tydligt har vi delvis beräknat och de kategorier som är "nedsäckta" är de kategorier där vi helt saknar data eller som inte bedömts vara relevanta att beräkna. I samband med vårt framtida klimatbokslut kommer vi att redogöra för omfattningen av de utsläpp som ännu inte beräknats.

Utsläpp av växthusgaser i ton CO ₂ e	2025	2024	2023
GHG Scope 1 – direkta utsläpp från leasade bilar och köldmedia	3,0	16,5	37,5
GHG Scope 2 – Indirekta utsläpp från inköpt el, fjärrvärme och avkylning – 'market-based'	25,7	24,9	27,7
GHG Scope 3 – Andra indirekta utsläpp			
Kategori 1 Inköpta varor och tjänster	N.D*	48,6	54,6
Kategori 3 Bränsle- och energirelaterade utsläpp	2,52	9,2	14,1
Kategori 4 Uppströms transporter	168,1	222,8	151,7
Kategori 5 Avfall	0,7	0,7	0
Kategori 6 Tjänsteresor	23,35	11,6	13,2
Kategori 7 Pendlingsresor	N.D*	29	32,1
Kategori 9 Nedströms transporter	N.D*	39,3	43
CO ₂ e i ton totalt (samtliga scope)	N.D*	402,6	373,9

*= No Data

Transporter

Transporter till och från vårt lager i Helsingborg utgör en betydande del av de växthusgasutsläpp som kan kopplas till vår verksamhet. Inkommande transporter ombesörjs i stor utsträckning av våra leverantörer, medan vi själva har större möjlighet att påverka de utgående transporterna till kund.

Transporternas klimatpåverkan är betydande och ett prioriterat område i vårt hållbarhetsarbete. Utvecklingen under 2025 följer i stort verksamhetens volymer. Samtidigt fortsätter vi att arbeta för att minska påverkan genom mer effektiva transportval, ökad samordning av flöden och ett fortsatt fokus på att begränsa flygtransporter.

För utgående transporter arbetar vi aktivt tillsammans med våra logistikpartners för att minska klimatpåverkan. En del i detta arbete är att i så hög utsträckning som möjligt nyttja fossilfria alternativ, såsom eldrivna transporter, där det är praktiskt och geografiskt möjligt. Detta är ett område under utveckling, där tillgänglighet och infrastruktur fortsatt är avgörande faktorer.

Arbetet med att optimera våra förpackningar, exempelvis genom att minska volym och öka fyllnadsgrad, bidrar också till mer resurseffektiva transporter och därmed lägre klimatpåverkan per levererad enhet.

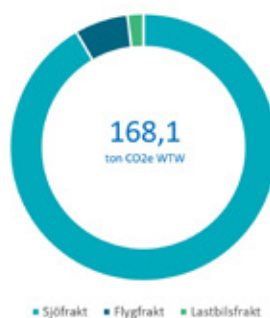
Under 2026 kommer fokus fortsatt att ligga på att minska utsläppen från transporter i absoluta termer, både för inkommande och utgående gods. Vi fortsätter även att utveckla vårt erbjudande av fossilfria transportalternativ i takt med att tillgänglighet och efterfrågan ökar.

Mål

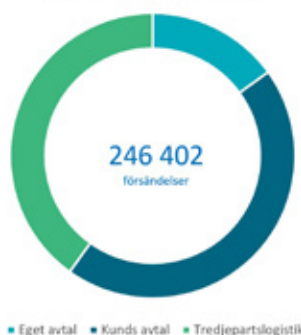
- 100% av våra eget avtalade inomnordiska transporter är fossilfria 2030*

*Med fossilfria transporter menar vi transporter som lever upp till kravet i Fossilfritt Sveriges Transportutmaning där drivmedlet ger en utsläppsminskning på minst 70% jämfört med fossila alternativ.

Inkommande transporter 2025



Utgående försändelser 2025



CO₂e

CO₂e eller koldioxidekvivalenter är ett mått på utsläpp av växthusgaser som tar hänsyn till att olika sådana gaser har olika förmåga att bidra till växthuseffekten och global uppvärmning.

Utgående godstransporter med lastbil till kund

	2025	2024	2023
Antal försändelser i styck	246 402	243 263	266 230
CO ₂ e i ton WTW	N.D**	112,5	133,1
Trend i %	N.D**	-15,5	-24,0
CO ₂ e per försändelse i kg*	0,46	0,46	0,50

Utsläppen innefattar alla utgående godstransporter från vår verksamhet inklusive tredjepartslogistik.

* Oavsett försändelsetyp ** = No Data

Utsläpp från inkommande godstransporter från tillverkning av våra egna varumärken (EMV)

	2025	2024	2023
Sjöfrakt CO ₂ e i ton WTW	142,4	130,8	28,9
Flygfrakt CO ₂ e i ton WTW	25,7	18,8	32,6
Lastbilsfrakt CO ₂ e i ton WTW	0,0	0,0	0,0
CO ₂ e i ton totalt WTW	168,1	149,6	61,6

Utsläppen från inkommande godstransporter från tillverkare enligt emissionsrapporter från våra transportörer.

Tjänsteresor

Tjänsteresor omfattar de resor som genomförs i tjänsten, exempelvis vid kund- och leverantörsbesök. Vid planering av resor ska alltid en avvägning göras mellan restid, ekonomi och miljöpåverkan vid val av färdmedel. Detta regleras genom företagets rutin för tjänsteresor samt vår mötes- och resepolicy.

Under 2025 har utvecklingen mot en mer fossilfri fordonsflotta fortsatt. Majoriteten av våra tjänstebilar består idag av elbilar och cirka 95 % av tjänstemilen kördes på el under året. Detta har bidragit till en fortsatt minskning av utsläppen från tjänsteresor, trots att verksamhetens behov av resor kvarstår.

Utsläppen från resor med bil har minskat kraftigt de senaste åren som en följd av omställningen till eldrivna fordon. Samtidigt varierar utsläppen från flygresor mellan åren beroende på verksamhetens behov av internationella resor och leverantörsbesök.

Även framåt är ambitionen att i första hand välja mer hållbara resealternativ där det är möjligt och affärsmässigt rimligt. Omställningen av fordonsflottan är därför ett viktigt steg i arbetet med att minska klimatpåverkan från våra tjänsteresor.



PHOTO BY JUICE ON UNSPLASH

Tjänsteresor - Antal resta kilometer i tjänst

	2025	2024	2023
Resor med bil	229 281	186 799	157 584
Sträcka körd på el	217 816	111 959	107 720
Resor med flyg	76 266	33 001	31 821
Resor med tåg	1 721	10 322	8 301
Totalt	307 268	230 122	197 706

Tjänsteresor med tåg, flyg och bil – utsläpp i ton CO₂e WTW

	2025	2024	2023
Flyg	22,8	11,4	12,6
Tåg	0	0	0,1
Bil	3,9	18,8	43,6
Totalt	26,7	30,2	56,3
Trend mot föregående år i %	-11,6	-46,4	+7,9

*Utsläpp från tjänsteresor med tåg och flyg enligt uppgifter från Reed & Mackay, Carpay Fleet och Circle K

Tjänsteresor 2025



Sträcka körd på el



Mål

- Senast 2027 ska vår fordonsflotta vara helt fossilfri.

Energi

Vår energianvändning omfattar elförbrukning och fjärrvärme i våra lokaler. Under 2025 minskade elförbrukningen kraftigt jämfört med föregående år, samtidigt som fjärrvärmeförbrukningen ökade något. Den stora minskningen av elförbrukningen förklaras främst av den solcellsanläggning som installerats på fastigheten och som nu varit i drift under större delen av året.

Billaddningen har, till följd av den ökade elektrifieringen av fordonsflottan, fortsatt att öka i omfattning. Trots detta har den totala elanvändningen minskat, vilket visar på en mer resurseffektiv energianvändning och en positiv effekt från den lokala solelproduktionen.

Sedan flera år tillbaka köper vi enbart el från förnybara energikällor i enlighet med Naturskyddsföreningens kriterier för "Bra Miljöval". Elen härstammar från bland annat vattenkraft, vindkraft och solenergi.

Energiförbrukning el i kWh och koldioxidekvivalenter CO₂e i ton

	2025	2024	2023
El i Kwh	188 918	414 679	449 718
Utsläpp i ton CO ₂ e enligt Location Based Method*	1,45	4,3	5,9
Utsläpp i ton CO ₂ e enligt Market Based Method*	0	0	0
Trend mot föregående år i %	-54,4	-7,8	-2,1

**Utsläppen är beräknade enligt GHG-protokollet och redovisas enligt både Location Based- och Market Based Method. Utsläppen inkluderar både Scope 2 och 3.*

Energiförbrukning fjärrvärme i kWh och koldioxidekvivalenter CO₂e i ton

	2025	2024	2023
Fjärrvärme i Kwh	505 427	488 345	543 070
Utsläpp i ton CO ₂ e	25,78	26,9	29,9
Trend volym mot föregående år i %	+3,5	-10,1	+4,0
Trend utsläpp mot föregående år i %	-4,2	-10,0	+4,2

**Utsläpp är beräknade enligt GHG-protokollet och inkluderar både Scope 2 och 3.*

Solenergiproduktion och miljöcertifiering

Tack vare vår hyresvärd SLP – Swedish Logistic Property har fastigheten utrustats med en solcellsanläggning om 499,5 kW. Solcellsanläggningen bidrar till att minska behovet av köpt energi och stärker förutsättningarna för en mer självförsörjande och hållbar energianvändning över tid.

Fastigheten är även miljöcertifierad enligt BREEAM In-Use med betyget "Very Good". Tillsammans med vår hyresvärd fortsätter arbetet med att utveckla byggnadens energiprestanda och minska klimatpåverkan.



Sedan 2018 köper vi endast el från förnyelsebara källor och med Naturskyddsföreningens kriterier för "Bra Miljöval". Elen härstammar från vattenkraft, vindkraft, solenergi, våg- och tidvattensenergi, biomassa eller biogas.



Hållbara förpackningar

Förpackningar används både vid tillverkning av våra egna produkter och för att emballera och skydda utgående leveranser. Området är fortsatt högt prioriterat, då det har en direkt påverkan på resursanvändning, avfallsmängder och indirekt även transporternas klimatpåverkan.

Under 2025 har vi fortsatt arbetet med att öka fyllnadsgraden i våra försändelser, minska mängden luft samt reducera användningen av plast. Arbetet har gett resultat, men vi har samtidigt nått en nivå där ytterligare förbättringar är svåra att uppnå med nuvarande arbetssätt och teknik. Plastförbrukningen har ökat något jämfört med föregående år, vilket främst förklaras av en högre andel palltransporter där sträckfilm krävs för att säkra godset. Samtidigt fortsätter vi att utveckla arbetssätt för att minska volym och onödigt emballage, vilket även bidrar till effektivare transporter.

Vårt arbete utgår från avfallstrappans principer, där vi i första hand strävar efter att minska användningen av material. I nästa steg arbetar vi för att möjliggöra återanvändning av förpackningar och material, exempelvis genom interna lösningar som vår wellpapprivare. När återanvändning inte är möjlig säkerställer vi att materialen kan materialåtervinnas och bli till nya resurser. En stor del av våra pappersbaserade förpackningar är dessutom FSC-certifierade, vilket bidrar till ett ansvarsfullt skogsbruk. De lägre stegen i avfallstrappan, såsom energiutvinning och deponi, eftersträvas att undvikas i största möjliga utsträckning.

Inköpta kvantiteter per materialslag i ton

	2025	2024	2023
Wellpapp	41,0	45,8	61,2
Andel återvunnen wellpapp i %	96,9	96,9	96,7
Plast	3,6	2,8	3,8
Andel återvunnen plast i %	22,5	21,8	15,8
Totalt	44,6	48,6	65
Trend mot föregående år	-9%	-25,2%	-9,2%
Mängd material per försändelse i kg	0,31	0,33	0,41

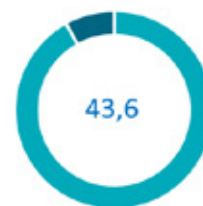
*Mängd material per försändelse innefattar inte Tredjepartslogistik (TPL)

Inköpta förbrukningsmaterial – Koldioxidkvalitativt CO₂ i ton

	2025	2024	2023
Wellpapp	38,6	33,1	44,2
Plast	9,9	7,1	10,5
Totalt	48,5	40,2	54,7
Trend mot föregående år	+20,4%	-26,4%	-15,1%

*Utsläpp för vårt inköpta material är baserat på emissionsfaktorer från DEFRA (2021)

Förpackningsmaterial i ton



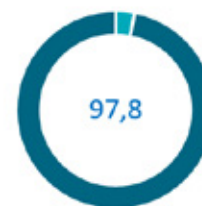
■ Papier ■ Plast

Återvunnen andel i % - plast



■ Jungfruligt ■ Återvunnet

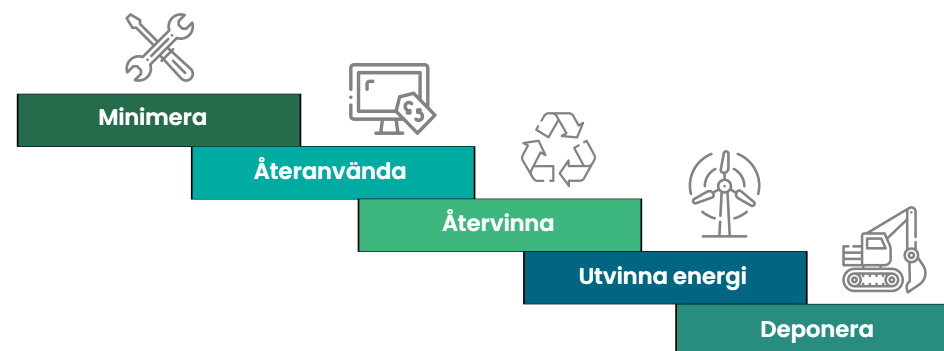
Återvunnen andel i % - papper



■ Jungfruligt ■ Återvunnet

De förpackningar vi själva sätter på marknaden omfattas av producentansvar och ska rapporteras, via en producentansvarsorganisation, till Naturvårdsverket. Den producentansvarsorganisation vi använder oss av är Näringslivets Producentansvar (NPA).

Arbetet utgör också en viktig grund för anpassning till kommande krav i PPWR.



Mål

- Att 100% av våra transportförpackningar och vårt förpackningsmaterial i papper är tillverkat av FSC-certifierat material
- Att minska mängden material per försändelse årligen
- Att öka fyllnadsgraden i våra försändelser varje år

Avfall

Vår verksamhet ger upphov till olika typer av avfall. Genom att hushålla med resurser och arbeta utifrån avfallstrappans principer strävar vi efter att minimera mängden avfall och öka graden av återbruk och återvinning. Verksamhetsavfallet sorteras i olika fraktioner för att möjliggöra en effektiv hantering och återvinning tillsammans med Stena Recycling.

Sedan flera år tillbaka följer vi upp hur stor andel av vårt avfall som materialåtervinns, energiåtervinns respektive går till deponi. Under 2025 materialåtervanns cirka 34 ton avfall, motsvarande 83 % av den totala avfallsmängden. Genom materialåtervinning kan återvunnet material användas i stället för jungfruliga råvaror vid tillverkning av nya produkter, vilket bidrar till minskad resursanvändning, lägre energiförbrukning och minskade utsläpp.

På samma sätt som vi arbetar för att minska avfallsmängder och öka återvinningen ser vi även över hur cirkulära principer kan integreras i vår verksamhet och våra produkter.

Cirkulärt initiativ

- reservdelar förlänger produkters livslängd

Som en del av vårt cirkulära arbete fortsätter vi att utveckla vårt erbjudande av reservdelar till egna varumärken såsom Champion och C3. Genom att möjliggöra reparation och underhåll kan produkter användas under längre tid, vilket bidrar till minskat avfall och ett mer resurseffektivt nyttjande av produkter och material.

Under 2025 ökade antalet produkter med tillgängliga reservdelar med samtidigt som antalet sålda och förmedlade reservdelar ökade med 13 %. Utvecklingen visar på ett fortsatt ökat intresse för att reparera och underhålla produkter i stället för att ersätta dem.

Vi ser detta som en viktig del i arbetet med att främja produkter med längre livslängd och ökad reparerbarhet, där funktion och värde kan bevaras över tid. För varje produkt som kan repareras minskar behovet av nyproduktion och därmed även användningen av ändliga resurser.

Mål

- Att 90% av vårt verksamhetsavfall återbrukas eller materialåtervinns
- Initiera minst två cirkulära initiativ inom produkt, förpackning eller logistik senast 2026



Välmående människor

PHOTO BY METTE OTTOSSON

Vi vill att människorna omkring oss ska kunna känna sig säkra, trygga och må bra. Det är en mänsklig rättighet tycker vi och något som alltid kommer att vara en prioriterad fråga för oss. Vi har ett stort socialt ansvar för våra anställda, men också för våra kunder, leverantörer och övriga intressenter som på olika sätt påverkar eller påverkas av det vi gör.

Våra medarbetare är vår allra viktigaste resurs som med sin kunskap, kompetens och sitt engagemang ger de bästa av förutsättningar för att vi ska nå framgång som företag. Det är också de som möter våra kunder och leverantörer i vardagen och som är lyhörda, serviceinriktade och lösningsorienterade. För att ge dem de bästa av förutsättningar vill vi tillhandahålla en hälsosam, attraktiv, inkluderande och hållbar arbetsplats för alla våra anställda.

Vi vill också verka för att de människor som påverkas av oss ges lika goda förutsättningar till välmående och självförverkligande som vi.

En trygg och säker arbetsplats

Att erbjuda en trygg och säker arbetsplats är en grundförutsättning för vårt arbete och vår utveckling som organisation. För att säkerställa detta bedriver vi ett systematiskt arbetsmiljöarbete där vi regelbundet undersöker arbetsmiljön, identifierar risker, vidtar åtgärder och följer upp effekterna. Ett proaktivt och riskmedvetet arbetssätt, där insatser sätts in tidigt, är avgörande för att förebygga olyckor och ohälsa.

Under 2025 hade vi, för fjärde året i rad, noll olyckor på arbetsplatsen. Det är ett resultat vi är stolta över och ett tydligt kvitto på att vårt förebyggande arbete fungerar. Samtidigt ser vi arbetsmiljöarbetet som en levande process som kräver kontinuerlig uppmärksamhet och förbättring

Förebyggande arbetsmiljöarbete i förändrade arbetsformer

Sedan 2023 omfattar våra riskbedömningar inte enbart den traditionella arbetsplatsen, utan även distansarbete och tillfälliga rörliga arbetsmiljöer. Detta är särskilt relevant för medarbetare som arbetar hemifrån eller reser i tjänsten. Under 2025 har detta arbetssätt varit fullt integrerat i vårt systematiska arbetsmiljöarbete.

Genom skyddsronder, uppföljningar och dialog i skyddskommittén säkerställer vi att även dessa arbetsmiljöer identifieras, riskbedöms och hanteras på ett strukturerat sätt. På så sätt strävar vi efter att erbjuda en trygg och säker arbetsmiljö oavsett var arbetet utförs.

Vår övergripande målsättning är att tillsammans skapa och upprätthålla en arbetsplats som är fysiskt, psykiskt och socialt hållbar, där risker för arbetsskador och arbetsrelaterad ohälsa förebyggs och där människor ges förutsättningar att utvecklas.

Psykisk ohälsa är idag den vanligaste anledningen till sjukskrivning. Psykisk ohälsa är en samlingsterm för besvär såsom oro, ångest, nedstämdhet, psykisk trötthet, svårighet att minnas och koncentrera sig, sömnsvårigheter och stressymtom.

En psykiskt säker arbetsplats

En säker arbetsplats handlar inte enbart om fysiska risker. Den omfattar även den organisatoriska och sociala arbetsmiljön. För oss innebär psykisk säkerhet att arbetsplatsen ska vara fri från diskriminering och trakasserier, präglas av jämställdhet, inkludering och respekt – och vara en miljö där människor känner sig trygga att vara sig själva.

Psykisk trygghet är också nära kopplad till arbetsglädje, delaktighet och möjligheten att påverka sitt arbete. Först när vi ser till helheten – människan, kulturen och strukturerna – kan vi skapa en arbetsplats där medarbetare trivs och mår bra.

Vi är medvetna om att psykisk säkerhet inte uppstår av sig själv. Under 2025 har vi tagit viktiga steg mot ett mer strukturerat arbete med den organisatoriska och sociala arbetsmiljön. Arbetet befinner sig fortsatt i ett utvecklingsskede, men riktningen är tydlig: att bygga långsiktiga förutsättningar för välmående, engagemang och hållbara prestationer.

Fokusområden som vi arbetat med och kommer fortsätta att prioritera är bland annat:

- att främja en öppen, respektfull och tillitsfull kommunikation i våra team
- att uppmuntra chefer till regelbundna, reflekterande dialoger med sina medarbetare
- att skapa trygga forum där frågor, idéer och oro kan lyftas utan rädsla för negativa konsekvenser
- att stärka kunskap inom ledarskap, inkludering och psykologisk trygghet
- att identifiera och hantera organisatoriska riskfaktorer såsom stress, otydliga roller och bristande inflytande



Mål

- Noll olyckor på arbetsplatsen (långsiktigt och återkommande mål).

En hälsosam arbetsplats

Vi vill tillsammans med våra medarbetare skapa de bästa förutsättningarna för att vara en hälsosam, attraktiv, inkluderande och hållbar arbetsplats. Våra medarbetare är vår allra viktigaste resurs – det är deras kunskap, kompetens och engagemang som ger oss kraft att nå affärsmässig framgång. Därför är det avgörande att utgå från medarbetarnas behov och ge dem möjlighet att påverka sin egen arbetssituation i största möjliga utsträckning.

En hälsosam arbetsplats för oss innebär också att se hela människan – att värna om hälsa och välmående både på och utanför arbetstid, fysiskt, psykiskt och socialt. Välmående människor känner sig trygga, sedda, uppskattade och glada. Vi tror att glädje och välmående stärker både individen och organisationen och bidrar till en mer positiv och hållbar arbetsmiljö.

För att skapa rätt förutsättningar har vi genomfört flera insatser för att främja hälsa och välmående, såsom hälsofrämjande trivselaktiviteter, temadagar om mental hållbarhet och en enklare hantering av friskvårdsbidrag via Epassi. Vi erbjuder möjlighet att leasa förmånscykel för att främja ett aktivt och hållbart vardagsliv. Även om det inte finns några garantier för välmående, tror vi att dessa insatser gör skillnad.

Vid den senaste medarbetarundersökningen framkom en positiv utveckling i upplevd hälsa och trivsel. Även om vi ännu inte nått vårt långsiktiga mål, utgör resultatet en stabil grund för fortsatt arbete.

Tillsammans skapar vi en arbetsplats där människor kan trivas, må bra och utvecklas över tid.



Medvetna val och kraften av tillsammans

Att göra medvetna val som person, grupp och organisation innebär att skapa en medvetenhet kring hur vi kan påverka våra situationer, istället för att låta omständigheter styra. Vi har tidigare lyft frågor som hur engagemang, öppenhet och motivation kan skapa nya möjligheter, och hur kraften av tillsammans kan göra



verklig skillnad. Vid en tidigare temadag, ledd av Stellan Nordahl från Emprogage, diskuterade vi hur viktigt det är att stötta och samarbeta, att positivitet och negativitet smittar, och att tydlig kommunikation och samsyn skapar kraft och riktning. Inspirationen och kunskapen från den dagen lever vidare och vi fortsätter att diskutera dessa viktiga frågor i vårt arbete framåt.

Mål

- Att vi i vår medarbetarenkät ska uppnå en totalpoäng på minst 9 av 10 gällande tillhandahållande av en fysiskt och psykiskt säker arbetsmiljö 2030.
- Att vi i vår medarbetarenkät ska uppnå en totalpoäng på minst 9 av 10 gällande huruvida arbetsplatsen erbjuder möjligheter för den anställde att växa och ta nytt ansvar 2030.

*eNPS: Employee Net Promoter Score (eNPS) är en metod som mäter hur villiga medarbetare är att rekommendera sin arbetsplats till andra. Resultatet baseras på svaren i vår årliga medarbetarenkät. 2023 var motsvarande siffra 14.

Samhällsengagemang och stöd till ideella organisationer

Som företag vill vi på Order Nordic bidra till en bättre värld – inte bara genom vårt hållbarhetsarbete, utan också genom att stödja organisationer som gör skillnad för människor i utsatta situationer.



PHOTO BY GIVING PEOPLE

Under 2025 har vi valt att fokusera vårt samhällsengagemang till ett samarbete med Giving People, en organisation vars arbete ligger oss varmt om hjärtat. Giving Peoples vision är att inget barn i Sverige ska behöva leva i utanförskap eller fattigdom.

Genom deras julkampanj "Jul för alla" har vi bidragit med gåvor till familjer som annars inte haft möjlighet att fira jul. Det är en insats vi är stolta över – och som vi hoppas har bidragit till lite mer värme och glädje i en tid som betyder mycket för många.

Som en del av årets hållbarhetsrapport har vi pratat med Sara Järpenberg, Administrativ chef på Giving People, om deras arbete och hur samarbeten med företag som vårt kan göra skillnad.

Läs mer om Giving People och deras viktiga arbete på: givingpeople.se/

Intervju med Sara Järpenberg, Administrativ chef på Giving People

Berätta om Giving Peoples arbete.

– Giving People är en rikstäckande hjälporganisation som varje år stöttar tusentals barnfamiljer i akuta situationer. Organisationen fungerar som en förmedlingsplattform där givare dagligen matchas med familjer i behov av hjälp i sin vardag. I Sverige lever över 276 000 barn i barnfattigdom, vårt arbete bidrar till att minska deras ekonomiska utsatthet.



Vilka behov ser ni växa mest bland familjer i Sverige?

– Höjda priser på livsmedel har ökat det akuta behovet av mat för dagen, blöjor och andra basala hygienartiklar. Behoven styrs även av årstider och övergångar i temperatur då barnen behöver kläder och skor till och från samt i skolan.

Vad betyder det för er att företag som Order Nordic engagerar sig i ert arbete?

– När företag engagerar sig kan vi hjälpa fler. Tack vare företagets resurser kan vi ge både mer och bredare stöd till familjer som behöver det. Genom våra samarbeten sprids också engagemanget vidare – fler privatpersoner nås, fler väljer att bidra, och tillsammans skapar vi ringar på vattnet som fortsätter växa.

Vilka mål eller projekt har ni framåt som ni tycker känns extra viktiga?

– Under året har vi tagit upp kampen mot den sociala utsattheten bland barn och unga. Inget barn ska behöva känna sig ensam, via Giving People kan man nu även söka vänner. Detta är ett nytt fokus som vi kommer fortsätta jobba aktivt med.

Hur kan företag som vårt bidra på bästa sätt, utöver ekonomiskt stöd?

– Precis som privatpersoner kan företag göra en konkret skillnad tillsammans med Giving People – genom att själva åka ut till familjer med hjälp, eller skicka produkter ur sitt sortiment direkt till dem som behöver det mest.

Vad ger dig mest hopp i ditt arbete?

– Att varje dag läsa de rader av tacksamhet som skickas in av de familjer vi hjälper. Vi gör verkligen skillnad varje dag!

Vi lär av varandra

Lärande är en central drivkraft i vår utveckling som företag.

Genom samarbete med skolor och utbildningsinstitutioner skapar vi strukturer för kunskapsutbyte, där studenter och medarbetare möts i praktik, examensarbeten och gemensamma projekt. Nya perspektiv och aktuell forskning bidrar till att utmana etablerade arbetssätt och stärka vårt hållbarhetsarbete. Det gemensamma lärandet gör oss bättre förberedda för framtida krav och möjligheter.

Skolor och utbildningar vi arbetat med under året:

Lunds universitet och Lunds Tekniska Högskola

Under 2024–2025 genomförde vi tillsammans med Lunds universitet projektet "Cirkulär produktdesign för resurs- och energieffektiv hemelektronik", finansierat av Energimyndigheten. Med Order Nordic som fallstudie undersöktes hur produktdesign, organisation och affärsmodeller kan stödja övergången till en cirkulär ekonomi inom hemelektronik.

Projektet resulterade i både fördjupad kunskap och konkreta verktyg, bland annat ett digitalt självskattnings- och beslutsstödsverktyg för cirkulär omställning samt designkoncept som visade upp till tredubblad cirkularitet jämfört med befintliga produkter. Slutrapporten publiceras under 2026 och utgör ett viktigt underlag för vårt fortsatta hållbarhetsarbete.



IHM Business School

Sedan några år samarbetar vi med IHM Business School i Malmö och erbjuder studenter vid deras utbildningar att göra praktik (LIA - Lärande i Arbete) hos oss. I huvudsak är det studenter från utbildningen E-Commerce Logistics som sökt sig till oss men vi har även öppnat upp för andra utbildningar och kompetenser inom marknadsföring och försäljning.



Under våren 2025 hade vi förmånen att ha Cathrine Hult hos oss:

Cathrine Hult:

Jag går utbildningen E-commerce Manager, som handlar om hur man driver, utvecklar och optimerar en e-handelsverksamhet. Utbildningen kombinerar digital marknadsföring, affärsutveckling och ekonomi för att ge en bred förståelse för hur företag arbetar med försäljning online och hur man skapar en framgångsrik e-handel.

Under utbildningen lär jag mig bland annat om digital marknadsföring genom sociala medier, SEO, Google Ads och e-postmarknadsföring. Jag får även kunskap om olika e-handelssystem och hur man arbetar med webbshoppar för att skapa en bra kundupplevelse och öka försäljningen. Utbildningen innehåller också företagsekonomi, där man arbetar med budgetering, bokföring och ekonomisk planering, samt affärsjuridik där man lär sig om lagar och regler inom e-handel, exempelvis GDPR, konsumenträtt och avtal.

Dessutom ingår projektledning, vilket innebär att man lär sig planera, leda och genomföra olika projekt inom digital handel och marknadsföring. Vi arbetar även med analys och statistik för att kunna förstå kundbeteenden och förbättra försäljningsresultat. Logistik och lagerhantering är också en viktig del av utbildningen eftersom leveranser och returer är centrala inom e-handel.

Utbildningen är både praktisk och teoretisk och förbereder mig för att kunna arbeta med att utveckla och driva e-handel i olika typer av företag.



Vilka erfarenheter och kunskap har du främst fått genom att arbeta på ON?

Jag fått värdefull erfarenhet inom e-handel och digital utveckling. Framför allt när jag deltog i ett större multishop-projekt där flera varumärken samlades i en gemensam backend. Det gav mig en större förståelse för hur komplexa e-handelsmiljöer fungerar och hur viktigt det är med struktur, samarbete och planering i större projekt.

Det jag framför allt tar med mig från tiden på OrderNordic är kombinationen av praktisk kunskap och erfarenheten av att få vara en del av ett engagerat och fantastiskt team. Jag har utvecklats både professionellt och personligt genom att arbeta nära kollegor med bred kompetens och fått en djupare förståelse för hur ett framgångsrikt e-handelsföretag arbetar i praktiken.

Vilken kunskap från utbildningen kunde du använda för att lära ON något nytt?

Genom min utbildning har jag kunnat bidra med flera nya perspektiv och arbetssätt till OrderNordic, framför allt inom digital analys och optimering. Jag har bland annat kunnat introducera olika verktyg och enkla metoder för att genomföra marknadsundersökningar och samla in värdefulla insikter om målgrupper och kundbeteenden.

Eftersom jag kommit in utifrån och ännu inte hunnit bli "färgad" av företagets invanda arbetssätt har jag också kunnat bidra med nya idéer och ett mer objektiva perspektiv kring optimering och utveckling. Det har gjort att jag kunnat se förbättringsmöjligheter och komma med förslag på förändringar som kanske inte alltid är lika tydliga för personer som arbetat länge inom företaget.

Medarbetarna i fokus

Möt kollegorna Erica Berggren och Glen Nilsson som delar med sig av sina perspektiv på hållbarhet:

Erica:

Jag heter Erica, är 39 år och har jobbat på Order Nordic i snart 19 år. Under åren har jag samlat på mig mycket erfarenhet, och idag arbetar jag på lagret med bland annat godsmottagning.

Min roll handlar om att ta emot varor som kommer in, kontrollera att allt stämmer och säkerställa att kvaliteten är rätt innan det skickas vidare i flödet. Jag ser mig som en viktig första länk i kedjan för vår lagerdel: att det blir rätt från början gör stor skillnad längre fram, både för mina kollegor men även för kunderna.



Vad motiverar dig mest i vårt hållbarhetsarbete?

Att vi alla kan göra skillnad i det dagliga jobbet. Små saker, som att minska avfall eller återanvända emballage, gör stor skillnad i längden. Att kunderna är nöjda och vill handla av oss igen.

Hur tycker du att hållbarhet märks i din vardag på jobbet?

Framför allt i hur vi hanterar förpackningar och avfall, och hur vi försöker minska svinn och onödiga transporter.

Hur kan vi som kollegor inspirera varandra till mer hållbara val?

Genom att dela bra idéer och påminna varandra i vardagen. När man ser någon annan ta ansvar smittar det ofta av sig.

Hur tror du att våra kunder ser på hållbarhet idag och hur påverkar det ditt arbete?

Kunderna bryr sig mer och mer. Det gör att jag vill hantera varorna med extra omsorg – så att allt vi skickar ut håller hög kvalitet och känns genomtänkt.

Hur skulle du beskriva Order Nordics hållbarhetsresa med tre ord?

Engagerad, framåtblickande och konkret.

Glen:

Jag är 49 år och bor i Ängelholm med mitt "tjejjgäng" – fru, tre döttrar och en hund.

Har jobbat hela mitt vuxna liv med inköp och produktutveckling. Det är andra gången jag arbetar på Order Nordic och numera är jag Kategorichef för SDA/MDA. På fritiden handlar det mest om familj, hus och sport (numera mest från TV-soffan). Resor ligger mig varmt om hjärtat, och just nu planerar jag och min fru en tågluff i södra Europa.



Vad motiverar dig mest i vårt hållbarhetsarbete?

Att vi faktiskt kan göra skillnad. Inte bara genom våra egna produkter utan även genom att påverka andra företag. Det skapar ringar på vattnet. Även om vi är små i det stora hela kan vi inspirera fler. Målet är att vara en ambassadör – så följer förhoppningsvis fler efter.

Hur tycker du att hållbarhet märks i din vardag på jobbet?

När jag kom tillbaka för fyra år sedan blev jag imponerad över hur aktivt Order Nordic jobbar med hållbarhet. Order Nordic hade en hållbarhetsansvarig redan på plats, man gjorde hållbarhetsrapport, man jobbade aktivt med målbilder för att ligga i framkant med hållbarhet. Det finns i bakhuvudet hela tiden – i inköp, val av produkter, transporter och förpackningar. Vi pratar mycket om det, jämför oss med andra och lär oss längs vägen. Det viktigaste är att det finns "top of mind" när vi tar beslut.

Hur kan vi som kollegor inspirera varandra till mer hållbara val?

Genom att prata om det, ifrågasätta gamla vanor och testa nya sätt. Vanan är ofta det svåraste att bryta. Ibland räcker en fråga från en kollega för att tänka om. Vi behöver hjälpas åt och våga utmana.

Hur tror du att våra kunder ser på hållbarhet idag och hur påverkar det ditt arbete?

Vi vet ju redan idag att hållbarhet är väldigt viktigt för våra kunder. Detta är bra för det innebär att vi måste vara proaktiva och försöka förekomma så vi redan kanske börjat jobba med frågorna och kanske till och med har en plan färdig. Sen kan det skilja sig otroligt mycket från kund till kund men eftersom vi har en bred kundbas så måste vi som företag vara beredda på allt. Så för oss gäller det att alltid vara uppdaterade; en kund jobbar med miljövänliga transporter, en annan har höga krav på miljövänliga förpackningar etc. Så vi älskar företag som ligger långt framme i sitt hållbarhetsarbete för då vet vi att vi gör något rätt, tillsammans!

Hur skulle du beskriva Order Nordics hållbarhetsresa med tre ord?

Framåtdrivande – Målmedveten – Långsiktig

Goda affärer

En god affär är en hållbar affär.

För oss innebär det att den goda affären är den affär som inte ger avkall på vare sig människa, planet eller ekonomi.

Det är den ansvarsfulla affären utan förlovare. Vi vill växa som bolag, men för att kunna göra det behöver vi frikoppla ekonomisk tillväxt från utarmandet av jordens resurser och samtidigt erbjuda våra kunder det de önskar och behöver.

Den goda affären innebär också att vi behöver kunna erbjuda mer hållbara produkter, som är ansvarsfullt tillverkade och som är säkra att använda- vare sig det är produkter som säljs eller tillhandahålls på annat sätt.

Det tjänar alla på.

Säkra produkter

Att produkter som sätts på den europeiska marknaden är säkra att använda är ett grundläggande krav och ett ansvar vi tar på största allvar. Som tillverkare och distributör ansvarar vi för att våra produkter uppfyller gällande lagstiftning och kan användas på ett tryggt sätt av konsumenter. Produktsäkerhetslagen utgör den övergripande ramen när produktspecifik lagstiftning saknas, och för oss som verkar inom hemelektronik är kraven både omfattande och centrala. Under 2025 har vi fortsatt att arbeta systematiskt med produktbedömning, testning och uppföljning för att säkerställa att våra produkter lever upp till högt ställda krav på säkerhet, kvalitet och regelefterlevnad. I vissa fall väljer vi att gå längre än lagens minimikrav för att minska risker och stärka konsumentskyddet.

CE-märkning

Merparten av vårt sortiment omfattas av krav på CE-märkning. Det innebär att vi som tillverkare och distributör ansvarar för att produkterna uppfyller tillämpliga EU-direktiv inom säkerhet, hälsa och miljö. CE-märkningen är ingen extern certifiering, utan en självdeklaration som visar att produkten uppfyller gällande krav och kan cirkulera fritt på EU-marknaden. Under 2025 har vi fortsatt att arbeta enligt fastställda interna rutiner för att säkerställa att alla CE-märkta produkter uppfyller tillämplig lagstiftning. Dessa rutiner omfattar dokumentation, teknisk granskning och uppföljning i samarbete med våra leverantörer.

Kemikalier

Våra produkter omfattas av flera kemikalielaterade regelverk. Kemikalier är i många fall nödvändiga för att uppnå funktion, kvalitet och hållbarhet, men måste användas på ett kontrollerat och ansvarsfullt sätt. Lagstiftningen styr vilka ämnen som får förekomma och i vilka halter. Under 2025 har vi fortsatt vårt arbete med efterlevnad av bland annat REACH-förordningen, RoHS-direktivet, POPs-förordningen samt regelverket för Food Contact Materials. Arbetet syftar till att minska risker för både människa och miljö, samtidigt som produktens funktion och livslängd säkerställs.

Användning & Utbildning

Kompetens är en avgörande faktor för hög produktsäkerhet. Samtliga medarbetare inom vår inköpsorganisation är utbildade i produktsäkerhetsfrågor för att säkerställa att inköpsbeslut fattas på ett korrekt, ansvarsfullt och regelrätt sätt. Bruksanvisningar och säkerhetsföreskrifter ska finnas tillgängliga på ett språk som är lätt att förstå i det land där produkten säljs. För våra egna varumärken produceras manualer som standard på svenska, danska, norska, finska och engelska. Under 2025 har vi utökat språkomfattningen ytterligare genom att även inkludera tyska och polska, för att bättre möta marknadens och målgruppernas behov. Målgrupp och användningsområde är avgörande faktorer för hur produkter ska utformas, märkas och instrueras, och detta beaktas löpande i produktutveckling och inköp.

Leverantörsbedömning

Ett säkert produktsortiment förutsätter ett nära och strukturerat samarbete med våra leverantörer. Under 2025 har vi fortsatt att systematiskt utvärdera leverantörer utifrån deras förmåga att uppfylla krav på produktsäkerhet, regelefterlevnad och hållbarhetsarbete. Samma krav och bedömningsprinciper tillämpas både på befintliga och nya leverantörer. Genom löpande uppföljning och dialog arbetar vi för att säkerställa att våra leverantörer inte bara uppfyller lagkrav, utan även är rustade för kommande krav och förväntningar.



Hållbara produkter

Vår bransch har länge dominerats av linjära affärsmodeller, där produkter tillverkas, används under en begränsad tid och därefter kasseras. Detta har bidragit till ett resursineffektivt system där värdefulla material går förlorade. Som tillverkare och distributör har vi ett tydligt ansvar i denna utveckling och vi ser det som vår uppgift att bidra till förändring. Vårt fokus ligger på att successivt öka andelen mer hållbara och cirkulära produkter i vårt sortiment. För att säkerställa att arbetet är konsekvent och långsiktigt styrt arbetar vi utifrån tydliga riktlinjer som vägleder våra inköpsbeslut, produktval och leverantörsarbeten.

Riktlinjer för inköp av hållbara produkter och tjänster – Medvetna val

Kraven på företags ansvarstagande inom hållbarhet ökar kontinuerligt, både genom lagstiftning och genom förväntningar från kunder och andra intressenter. Våra riktlinjer för hållbara inköp av produkter och tjänster, som togs fram under 2024, har under 2025 varit en integrerad del av vårt inköps- och leverantörsarbete.

Riktlinjerna bygger på tre övergripande principer som hjälper oss att fatta mer medvetna beslut:

- **Hållbarhetscertifieringar och standarder:** Vi prioriterar leverantörer som är certifierade enligt erkända hållbarhetsstandarder såsom ISO 14001 för miljöledningssystem, TCO certifiering för elektronik eller FSC-certifiering för ansvarsfull skogsförvaltning. Genom att välja dessa leverantörer säkerställer vi att våra inköp är i linje med våra hållbarhetsmål och värderingar.
- **Transparens och öppenhet:** Vi värdesätter leverantörer som arbetar öppet med sin hållbarhetsprestanda och är villiga att dela relevant information. Genom dialog och samarbete kan vi gemensamt identifiera förbättringsområden och driva utvecklingen mot mer hållbara lösningar i leveranskedjan.
- **Innovation och kreativitet:** Vi prioriterar leverantörer som aktivt arbetar med att utveckla nya lösningar för ökad hållbarhet, exempelvis genom materialval, produktutformning eller cirkulära arbetssätt. I våra leverantörsbedömningar vägs hållbarhet in som en viktig del av helhetsbedömningen.

Fokusområden i produktutveckling och sortiment

Med utgångspunkt i våra riktlinjer har vi under 2025 fortsatt att rikta våra insatser mot områden där vi bedömer att vi kan göra störst skillnad. Det innebär att vi fokuserar på att:

- öka användningen av återvunnet material och material med lägre miljöpåverkan
- minska plastanvändning och ersätta plast där funktion och kvalitet tillåter
- möjliggöra reparation, reservdelstillgång och återbruk för att förlänga produkters livslängd
- ge konsumenter tydligare vägledning kring skötsel, användning och underhåll
- arbeta för längre produktlivslängd som ett sätt att minska behovet av nyproduktion
- erbjuda produkter fria från PFAS och andra särskilt miljö- och hälsoskadliga ämnen

Våra egna varumärken visar vägen

Våra egna varumärken spelar en central roll i vårt arbete med mer hållbara och cirkulära produkter. Med stöd i våra riktlinjer har vi fortsatt att utveckla sortimentet för att bättre möta både regulatoriska krav och kundernas förväntningar. Sedan lanseringen av reservdelar för Champion 2023 har detta arbetssätt etablerats som en självklar del i utvecklingen av nya produkter inom varumärket. Under 2025 har vi även fortsatt att stegvis införa motsvarande lösningar för C3, med målet att fler produkter ska kunna repareras och användas under längre tid. Parallellt har vi arbetat med att minska plastanvändning och optimera förpackningar genom att reducera luft, ta bort onödiga material och fokusera på funktionella lösningar. Dessa åtgärder bidrar till minskad resursanvändning och effektivare transporter. Arbetet med hållbara produkter är långsiktigt och i ständig utveckling. Genom våra egna varumärken kan vi testa, lära och successivt höja ambitionsnivån – med målet att erbjuda produkter som håller längre och belastar miljön mindre.



Mål

- Initiera minst två cirkulära initiativ inom produkt, förpackning eller logistik senast 2026.

Hållbar leverantörskedja

För oss innebär en hållbar leverantörskedja att alla aktörer tar ansvar och aktivt arbetar för att minska negativ och öka positiv påverkan på både människor och miljö. Några av våra viktigaste verktyg för att uppnå detta är vår uppförandekod för leverantörer samt kontroller och riskbedömningar.

Genom vår uppförandekod ställer vi krav på att våra leverantörer och tillverkare förbinder sig att följa våra riktlinjer. De ska även säkerställa att samtliga fabriker som är involverade i tillverkningen av produkter till oss följer uppförandekoden, oavsett om leverantören äger fabriken eller inte. För att säkerställa efterlevnad genomförs löpande riskbedömningar och kontroller.

Vi har interna riktlinjer för hur vi arbetar med riskvärdering och uppföljning. Arbetssättet skiljer sig något åt beroende på om det gäller tillverkare eller leverantörer. Med tillverkare avses de fabriker som producerar våra egna varumärken (EMV), medan leverantörer avser aktörer som tillhandahåller externa varumärken (EXMV).

Vid etablering av nya samarbeten genomförs alltid en riskbedömning, och vi inleder endast samarbete med aktörer som uppfyller eller överträffar våra minimikrav.

Vi har ett fortsatt fokus på att samtliga tillverkare och leverantörer ska ansluta sig till vår uppförandekod. Under 2025 hade 91 % av våra tillverkare och leverantörer gjort detta. Under året har vi även vidareutvecklat vår leverantörsbedömning genom att anpassa enkäten så att den bättre speglar skillnaderna mellan tillverkare och leverantörer.

Arbetet framåt fokuserar på att successivt stärka uppföljningen och skapa en ännu tydligare struktur i vårt leverantörsled. Vi ser även ett behov av att fortsätta utveckla dialogen med våra leverantörer i hållbarhetsfrågor samt att öka transparensen i hur vi följer upp och utvärderar vårt arbete.

Tillverkare – Egna Varumärken (EMV)

Som en del av vårt arbete med att säkerställa ett hållbart leverantörsled är vi medlemmar i Amfori. Genom medlemskapet har vi ökade möjligheter att följa upp, påverka och bidra till en positiv utveckling hos våra tillverkare. Eftersom merparten av våra tillverkare också är anslutna till Amfori möjliggörs ett mer effektivt arbetssätt, där en gemensam revision (audit) per år i många fall är tillräcklig. Detta frigör tid för våra tillverkare att arbeta med förbättringsåtgärder snarare än att hantera upprepade inspektioner med liknande resultat.

I linje med våra interna riktlinjer för riskvärdering och uppföljning arbetar vi löpande med att följa upp iakttagelser från genomförda revisioner, särskilt de inom bedömningsnivå C till E. Dessa kräver att tillverkaren analyserar rotorsaker och tar fram åtgärdsplaner för att åtgärda identifierade brister. Vi fortsätter även att stötta och följa upp de tillverkare som ännu inte har färdigställt eller implementerat sina åtgärdsplaner. Under året har inga avvikelser av nolltoleranskaraktär rapporterats.

Vårt arbete har successivt utvecklats från att främst omfatta sociala aspekter till att även inkludera miljömässig prestanda. Detta sker bland annat genom Amforis initiativ BEPI, vilket ger oss bättre förutsättningar att följa och utvärdera tillverkarnas miljöarbete.

Arbetet framåt fokuserar på att fortsatt stärka uppföljningen och säkerställa att identifierade förbättringsåtgärder genomförs.



Member of amfori, the leading global business association for open and sustainable trade.
For more information visit www.amfori.org



Bedömningsnivåer och åtgärder utifrån en Amfori BSCI Audit:

A	- Väldigt bra - Inget behov av uppföljning
B	- Bra - Inget behov av uppföljning
C	- Acceptabelt - Åtgärdsplan och komplettering inom 60 dagar
D	- Otillräckligt - Åtgärdsplan och komplettering inom 60 dagar
E	- Oacceptabelt - Uppföljning, åtgärdsplan och komplettering inom 60 dagar
NTA	- Nolltoleransavvikelse - Omedelbar åtgärd krävs

Riskenivåer utifrån Amfori BEPI Risk Assessment:

L	- Låg risk - Indikerar att risken för negativ miljöpåverkan är väldigt låg
ML	- Medellåg risk - Indikerar att det finns en risk för negativ miljöpåverkan men att den inte är så stor
MH	- Medelhög risk - Indikerar att det finns en överhängande risk för negativ miljöpåverkan
H	- Hög risk - Indikerar att det finns en risk att nuvarande praxis inte räcker för att undvika negativ miljöpåverkan
VH	- Väldigt hög risk - Indikerar att det finns en risk att nuvarande praxis inte räcker för att undvika negativ miljöpåverkan

Som komplement till genomförda Audits får våra tillverkare årligen besvara en självskattningsenkät med frågor om verksamhetsstyrning, miljöledning och socialt ansvar (läs mer om enkäten under rubriken leverantörer). Bedömningen från denna enkät tillsammans med bedömningen i Amfori ger oss en väldigt bra och heltäckande bild av potentiella risker och förbättringsmöjligheter i vår leverantörskedja.

Leverantörer - Externa Varumärken (EXMV)

Som en del av vårt arbete med att säkerställa ett hållbart leverantörsled genomför vi även riskbedömning och uppföljning av de leverantörer som tillhandahåller externa varumärken. Detta sker återkommande, där leverantörerna får besvara en självskattningsenkät med frågor inom områden som verksamhetsstyrning, miljöledning och socialt ansvar. De ombeds även att styrka sina svar genom att bifoga relevanta dokument, såsom certifikat, policyer och handlingsplaner.

Leverantörsbedömningen utgör ett första steg i att säkerställa att leverantören uppfyller våra minimikrav. De svar som lämnas poängsätts och värderas utifrån relevans och betydelse. Resultatet analyseras i sin helhet, och eventuella brister identifieras, kommuniceras och följs upp. Leverantören ges möjlighet att vidta korrigerande åtgärder och uppdatera sin information.

Leverantörsenkäten hanteras via vår hållbarhetsplattform, tillhandahållen av Position Green. Plattformen har uppdaterats för att möjliggöra en inledande automatisk riskbedömning baserad på olika riskindex, exempelvis kopplat till mänskliga rättigheter. Risknivån påverkas bland annat av geografisk kontext, leverantörens storlek samt den bransch de verkar inom, vilket ger ett mer nyanserat underlag för vidare uppföljning.



Bedömningsnivåer för leverantörer:

Under minimi-nivå	Indikerar att tillverkaren eller leverantören inte lever upp till våra krav och att där finns brister som behöver åtgärdas
Minimi-nivå	Indikerar att tillverkaren eller leverantören gör vad som krävs men att där finns anledning till förbättrande åtgärder
Bra standard	Indikerar att tillverkaren eller leverantören har god kontroll men att där fortfarande kan finnas utrymme till förbättrande åtgärder
Excellent	Indikerar att tillverkaren eller leverantören har mycket god kontroll

Mål

- Att samtliga våra fokusvarumärken (FVM) ska leva upp till våra minimikrav.
- Att samtliga tillverkare som tillverkar våra egna varumärken (EMV) är anslutna till och/eller använder sig av ackrediterade sociala uppföljningssystem (BSCI, SA8000, Fair for Life, SEDEX eller liknande och som bedöms som likvärdigt).
- Att samtliga fabriker som tillverkar våra egna varumärken (EMV) ska betala ut skäliga levnadslöner till alla sina arbetare senast 2026.

	2025			2024		
Uppförandekod för leverantörer <i>Supplier Code of Conduct</i> 	91%	100%	78	96%	100%	141
	Av våra produktleverantörer* har antagit vår uppförandekod eller uppvisat att de följer en uppförandekod som minst motsvarar vår	Mål att samtliga våra produktleverantörer ska ha antagit vår uppförandekod 2025	Leverantörer*	Av våra produktleverantörer* har antagit vår uppförandekod eller uppvisat att de följer en uppförandekod som minst motsvarar vår	Mål att samtliga våra produktleverantörer ska ha antagit vår uppförandekod 2024	Leverantörer*
Tillverkare anslutna till Amfori <i>Manufacturers</i> 	94%	100%	47	89,7%	100%	35
	Av de tillverkare som tillverkar våra egna varumärken är medlemmar i Amfori	Av våra tillverkare är lokaliserade i Kina	Tillverkare**	Av de tillverkare som tillverkar våra egna varumärken är medlemmar i Amfori	Av våra tillverkare är lokaliserade i Kina	Tillverkare**
Fabriksinspektioner <i>Factory Audits</i> 	32	99	47	37	121	35
	Fabriksinspektioner genomfördes under 2025	lakttagelser med bedömningsnivå C-E där korrigerande åtgärder krävs	Tillverkare**	Fabriksinspektioner genomfördes under 2023	lakttagelser med bedömningsnivå C-E där korrigerande åtgärder krävs	Tillverkare**
Nolltoleransavvikelser <i>Zero Tolerance</i> 	0			0		
	Inga nolltoleransavvikelser rapporterades in under 2025			Inga nolltoleransavvikelser rapporterades in under 2024		

*Produktleverantörer innefattar alla tillverkare och leverantörer som vi köper produkter av

**Tillverkare är de fabriker som tillverkar våra egna varumärken (EMV)

Champions of Sustainability



Hållbarhet har länge varit en prioritet för våra egna varumärken Champion och C3. Vi har fortsatt att utveckla vårt cirkulära erbjudande genom att utöka sortimentet av reservdelar, och vi ser fortfarande en tydlig ökning i försäljningen vilket är ett kvitto på att fler vill förlänga livslängden på sina produkter.

Under året har vi även stärkt vårt arbete med produkturval och leverantörsutvärdering för att säkerställa att våra produkter uppfyller både höga kvalitetskrav och hållbarhetsmål.

Ett viktigt steg i vår hållbarhetsresa är att alla produkter inom våra egna varumärken nu har PFAS-fri beläggning. Det markerar en viktig milstolpe i vårt arbete mot noll PFAS i matkontakttytor, och vi fortsätter att följa utvecklingen inom material och lagstiftning för att ligga i framkant. På nästa sida kan du läsa mer om vårt arbete hittills – och våra planer framåt för att fortsätta minska vår miljöpåverkan.



Champion – Produkter med PFAS-fri beläggning

Vi är väldigt glada och stolta över att kunna erbjuda våra kunder ett helt sortiment av produkter med PFAS-fri beläggning. När vi gick in i 2025 hade vi totalt fem produkter med PFAS-fri beläggning, vilket i sig är en fin bedrift och något vi är mycket nöjda med. När vi nu har gått in i 2026 har sortimentet utökats till tolv produkter, med fler på väg under året.

Vi erbjuder produkter inom kategorierna airfryer, riskokare, mjölkskummare, popcornmaskin, våffeljärn, grillar, muffin- och donut makers samt glasskopa. Varje produktgrupp och leverantör innebär en ny utmaning i att utbilda fabriken kring PFAS och att hitta en beläggning som fungerar väl för respektive produkttyp och samtidigt är fri från PFAS. Detta är dessvärre inte självklart, även när beläggningen exempelvis är keramisk, vilket ibland antas. Vi testar alla våra beläggningar avseende förekomst av fluor ned till ett mätvärde på 50 mg/kg. Denna metod har rekommenderats av RISE, då fluor förekommer i alla PFAS-ämnen och mätvärdet är en etablerad EU-standard för att avgöra om ett material kan anses vara PFAS-fritt.

Champion – Reservdelar

Vår satsning på reservdelar fortsätter att utvecklas positivt. Under 2024 skickade vi ut 736 reservdelar, vilket är en ökning med 13% jämfört med föregående år. Detta är särskilt positivt då vi året innan redan hade en ökning på 55%.

Då vi i dagsläget enbart har möjlighet att sälja direkt till konsumenter i Sverige via vår hemsida, champion.se, har vi under 2025 etablerat ett samarbete med en partner som gör det möjligt att nå kunder i hela Norden och även Europa vid behov.

Vi har valt att arbeta med en partner för att undvika att reservdelar sprids över flera lager och riskerar att bli liggande. Vår ambition är att de reservdelar som tillverkas också ska komma till användning, för att undvika överproduktion. Självklart stöttar vi även våra återförsäljare med reservdelar när en slutkonsument efterfrågar en specifik del.

C3 – Reservdelar och förpackningar

Till skillnad från Champion säljs vissa reservdelar, främst slitdelar, redan i butik. Merparten av de reservdelar vi erbjuder säljs dock enbart direkt till slutkonsument via C3.se.

Under 2025 såldes 1 068 reservdelar direkt till slutkonsument och 19 315 reservdelar till återförsäljare. Under året har vi även använt Champions hemsida för att sälja reservdelar för C3, vilket kan ha upplevts som otydligt för vissa kunder, men samtidigt möjliggjort att vi kunnat leverera reservdelar till hela den svenska marknaden.

Vi har även tagit steget att etablera en partner som kan distribuera reservdelar i Norden och Europa. Precis som för Champion är vår ambition att de reservdelar som tillverkas också ska komma till användning, för att undvika överproduktion. Självklart stöttar vi även återförsäljare med reservdelar vid efterfrågan från slutkonsument.

En stor andel av dessa reservdelar utgörs av knoppar som behöver bytas ut i takt med att de slits. I dagsläget är knoppen tillverkad i plast, då materialet inte blir lika varmt. Handtag och greppytor måste förbli svala vid användning, vilket exempelvis utesluter material som glas. Vi arbetar kontinuerligt med att identifiera alternativa material som kan ersätta plasten, utan att kompromissa med produktens funktion eller perkolatorns klassiska design.

Under 2024 tog vi bort plasten i förpackningen som knopparna levereras i, vilket även möjliggjorde en minskning av förpackningens storlek. Den nya förpackningen är 42 % mindre och väger 59 % mindre. Under 2025 har detta resulterat i en minskning av plastanvändningen med 45 kg och pappanvändningen med 41 kg.

Hållbarhet är en integrerad del av vårt dagliga arbete och genomsyrar hela vår verksamhet – från produktutveckling och inköp till logistik och leverans till slutkund. Vi arbetar löpande och systematiskt för att säkerställa att våra produkter uppfyller högt ställda krav på kvalitet, säkerhet och funktion, samtidigt som de ska vara tillgängliga och prisvärda för våra kunder. Genom kontinuerliga tester, kvalitetskontroller och uppföljningar strävar vi efter att våra produkter ska vara trygga att använda och leva upp till gällande regelverk och branschstandarder.

Parallellt med detta arbete har vi ett tydligt fokus på att använda resurser på ett mer effektivt sätt. Ett viktigt område i detta arbete är våra förpackningar. Under året har vi sett över utformningen av våra förpackningar och genomfört åtgärder för att minska deras volym där det varit möjligt, utan att kompromissa med produktskydd eller kundupplevelse. Genom att anpassa förpackningarnas storlek efter produktens faktiska behov minskar vi mängden onödigt material och bidrar till mer effektiva transporter.

Mindre och mer ändamålsenliga förpackningar innebär att vi kan skeppa mindre luft, vilket i sin tur leder till färre transporter eller bättre utnyttjande av transportutrymmet. Detta gäller både vid leveranser från fabrik till lager och i sista ledet, när produkterna skickas vidare till slutkund. På så sätt minskar vi vår indirekta klimatpåverkan samtidigt som vi skapar ett mer resurseffektivt och kostnadsmedvetet flöde genom hela värdekedjan.

Vi ser detta som ett pågående förbättringsarbete där varje justering, stor som liten, är ett steg i rätt riktning. Genom att kombinera säkra och vältestade produkter med smartare förpackningslösningar vill vi fortsätta utveckla vår verksamhet på ett ansvarsfullt sätt – till nytta för både våra kunder, vår verksamhet och miljön.

Text:
TOMAS HÄRSTEDT
& PHILIP SILWER



Väsentliga hållbarhetsrelaterade risker och riskhantering

För att ta ansvar för hela vår affär arbetar vi strukturerat med att identifiera, bedöma och hantera väsentliga hållbarhetsrisker i vår verksamhet och värdekedja. Riskhantering är en integrerad del av vår affärsstyrning och en förutsättning för långsiktig stabilitet, förtroende och värdeskapande. I en omvärld som präglas av snabba förändringar, ökade regulatoriska krav och höjda förväntningar från kunder, medarbetare och andra intressenter, är förmågan att tidigt identifiera och hantera risker avgörande. Genom löpande omvärldsbevakning och systematisk uppföljning av identifierade risker kan vi vidta förebyggande åtgärder, minska negativa konsekvenser och samtidigt fänga möjligheter som stärker vår verksamhet. De väsentliga hållbarhetsrisker som presenteras nedan speglar de områden där vi bedömer att vår påverkan, våra risker och vårt ansvar är som störst, och där ett aktivt och långsiktigt arbete är avgörande.

Väsentliga hållbarhetsrisker	Beskrivning av väsentliga hållbarhetsrisker	Hållbarhetsaspekter och kopplingar till SDG
<i>Miljö</i>		
Risk för negativ klimatpåverkan och förlust av biologisk mångfald Order Nordics verksamhet och värdekedja medför utsläpp av växthusgaser som bidrar till klimatförändringar. Klimatförändringar och förlust av biologisk mångfald kan i sin tur påverka ekosystem, samhällen och Order Nordics långsiktiga affär negativt.	Vi följer systematiskt upp växthusgasutsläpp kopplade till vår verksamhet och värdekedja och arbetar enligt fastställda klimatmål. Under 2025 har arbetet varit integrerat i ordinarie verksamhetsstyrning och omfattar energieffektivisering, elektrifiering av tjänstebilsflottan, ökad användning av återbruk samt utveckling av mer hållbara produkter och affärsmodeller. Genom minskat behov av nyproducerade resurser bidrar vi även till minskat tryck på ekosystem och biologisk mångfald.	• Miljö & klimat • Gröna transporter • Cirkulär ekonomi • Hållbara produkter & förpackningar • Avfall • SDG 12 Hållbar konsumtion och produktion • SDG 13 Bekämpa klimatförändringarna • SDG 14 Hav och marina resurser • SDG 15 Ekosystem och biologisk mångfald
Risk för miljöpåverkan från produkter och förpackningar Produkter och förpackningar medför miljöpåverkan genom resursanvändning, utsläpp och avfall under hela livscykeln. Bristande hantering kan leda till negativ påverkan på klimat, ekosystem och biologisk mångfald samt påverka Order Nordics varumärke och affär.	Vi arbetar strukturerat med producentansvar genom medlemskap i Recipo och NPA för att säkerställa korrekt insamling och återvinning av förpackningar och elavfall. Under 2025 har arbetet fortsatt med fokus på minskad användning av jungfruliga material, ökad andel återvunnet material samt förbättrade och optimerade förpackningslösningar. Parallellt utvärderar vi möjligheter att ta ett ökat ansvar för insamling och återanvändning av produkter och material i slutet av livscykeln.	• Miljö & klimat • Hållbara produkter & förpackningar • Cirkulär ekonomi • Avfall • SDG 12 Hållbar konsumtion och produktion • SDG 13 Bekämpa klimatförändringarna • SDG 15 Ekosystem och biologisk mångfald
<i>Personal</i>		
Risk för ohälsa hos personalen Order Nordics verksamhet är beroende av att kunna attrahera och behålla kompetenta medarbetare. Fysisk och psykisk ohälsa kan leda till ökad sjukfrånvaro, minskad arbetsförmåga och risk för kompetensförlust.	Vi arbetar förebyggande med arbetsmiljö, ergonomi och friskvård inom ramen för vårt systematiska arbetsmiljöarbete. Under 2025 har arbetet fortsatt med tillgång till företagshälsovård, friskvårdsbidrag och hälsofrämjande aktiviteter. Arbetet syftar till att långsiktigt säkerställa en hälsosam, inkluderande och attraktiv arbetsplats.	• En säker, trygg och hälsosam arbetsplats • Attraktiv arbetsgivare • Jämställdhet och mångfald • SDG 3 God hälsa och välbefinnande • SDG 4 God utbildning för alla • SDG 5 Jämställdhet • SDG 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Väsentliga hållbarhetsrisker	Beskrivning av väsentliga hållbarhetsrisker	Hållbarhetsaspekter och kopplingar till SDG
<i>Personal</i>		
Risk för arbetsplatsolyckor Vissa delar av verksamheten, särskilt lagerverksamheten, innebär förhöjd risk för arbetsplatsolyckor. Olyckor kan orsaka personskador, produktionsstörningar och ökade kostnader.	Order Nordic har en nollvision för arbetsplatsolyckor och bedriver ett systematiskt arbetsmiljöarbete. Under 2025 har vi fortsatt att följa upp incidenter och tillbud, genomföra riskbedömningar och skyddsronder samt utbilda medarbetare. Ergonomiska riskbedömningar i lagerverksamheten har lett till konkreta förbättringsåtgärder. Ett digitalt rapporteringsverktyg används för att tidigt identifiera och förebygga risker.	• En säker, trygg och hälsosam arbetsplats • Attraktiv arbetsgivare • Jämställdhet och mångfald • SDG 3 God hälsa och välbefinnande • SDG 4 God utbildning för alla • SDG 5 Jämställdhet • SDG 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt
<i>Sociala förhållanden</i>		
Risk för dataintrång Order Nordics verksamhet är starkt beroende av fungerande IT-system. Dataintrång, driftstörningar eller bristande hantering av personuppgifter kan leda till informationsförlust, förtroendeskada och ekonomiska konsekvenser	Vi arbetar kontinuerligt med att stärka IT- och informationssäkerheten genom tekniska och organisatoriska åtgärder. Under 2025 har arbetet omfattat systemunderhåll, säkerhetsuppdateringar och efterlevnad av dataskyddslagstiftning samt interna riktlinjer. Arbetet sker i nära samarbete med externa IT-partners.	• IT-säkerhet • SDG 9 Hållbar industri, innovationer och infrastruktur
Risk för att produktutbudet inte håller rätt säkerhetsnivå Brister i produktsäkerhet kan leda till personskador, produktåterkallelser, ekonomiska konsekvenser och minskat förtroende för Order Nordic och bolagets varumärken.	Vi säkerställer att samtliga produkter uppfyller tillämplig lagstiftning och säkerhetskrav, inklusive EU:s Produktsäkerhetsförordning (GPSR). Under 2025 har detta arbete bedrivits genom kravställning i avtal, teknisk dokumentation, tester hos leverantörer och via ackrediterade laboratorier. I flera fall arbetar vi proaktivt för att ligga steget före lagkrav, exempelvis genom tidig utfasning av särskilt riskfyllda ämnen. För våra egna varumärken finns kompletta tekniska filer innehållande testrapporter, intyg som försäkrar att produkten uppfyller de krav som ställs i relevanta EU-direktiv samt övrig väsentlig dokumentation. Produkterna testas via ackrediterade testlaboratorier. För externa varumärken hanteras säkerhetsfrågorna i avtal med leverantörerna där vi ställer krav på att produkterna uppfyller tillämpliga lagkrav i Europa och Sverige. Leverantörerna ska kunna uppvisa motsvarande dokument som finns för våra egna varumärken.	• Säkra produkter • Regelefterlevnad • Hållbara produkter och förpackningar • SDG 12 Hållbar konsumtion och produktion

Väsentliga hållbarhetsrisker	Beskrivning av väsentliga hållbarhetsrisker	Hållbarhetsaspekter och kopplingar till SDG
<i>Respekt för mänskliga rättigheter</i>		
Risk för brott mot mänskliga rättigheter i leverantörskedjan Inköp från globala leverantörskedjor innebär risk för bristande efterlevnad av mänskliga rättigheter, vilket kan påverka Order Nordics anseende, leveranssäkerhet och affär.	Vi arbetar strukturerat med leverantörsuppföljning genom vår Uppförandekod. Under 2025 har uppföljning även skett via Amfori, revisioner och självskattningsenkäter i vår hållbarhetsplattform Position Green. Identifierade risker följs upp genom dialog och krav på förbättringsåtgärder.	• Hållbar leverantörskedja • En säker, trygg och hälsosam arbetsplats • SDG 3 Hälsa och välbefinnande • SDG 4 God utbildning för alla • SDG 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt • SDG 16 Fredliga och inkluderande samhällen
<i>Korruption och mutor</i>		
Risk för bristande regelefterlevnad Otillbörligt agerande eller bristande efterlevnad av lagar och interna riktlinjer kan leda till juridiska konsekvenser och skada Order Nordics förtroende.	Risken hanteras genom vår Uppförandekod för medarbetare. Under 2025 har utbildning och uppföljning av efterlevnad genomförts löpande. En etablerad visselblåsarfunktion möjliggör anonym rapportering av misstänkta oegentligheter.	• Regelefterlevnad • Hållbar leverantörskedja • SDG 4 God utbildning för alla • SDG 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt • SDG 16 Fredliga och inkluderande samhällen
Risk för korruption i leverantörskedjan Korruption i leverantörsledet kan leda till ökade kostnader, affärsrisker och minskat förtroende.	Vi tillämpar nolltolerans mot mutor och korruption i leverantörskedjan. Under 2025 har efterlevnaden följts upp genom Uppförandekod för leverantörer, audits via Amfori för leverantörer av egna varumärken, revisioner och självskattningsenkäter via Position Green för leverantörer av externa varumärken. Identifierade avvikelser hanteras genom dialog och förbättringsåtgärder.	• Hållbar leverantörskedja • En säker, trygg och hälsosam arbetsplats • SDG 3 Hälsa och välbefinnande • SDG 4 God utbildning för alla • SDG 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt • SDG 16 Fredliga och inkluderande samhällen



Kontakt

Om hållbarhetsredovisningen

Hållbarhetsredovisningen avser räkenskapsåret 2025 och omfattar Order Nordic AB, org.nr. 556203-0451, och är upprättad i enlighet med bestämmelserna i ÅRL 6 kap 10-12 §§. Rapportering av Order Nordics hållbarhetsarbete sker en gång per år med kalenderår som rapporteringsperiod.

Har ni frågor kring hållbarhetsredovisningen, vänligen kontakta:

Anneli Strandberg, Hållbarhetsansvarig

anneli.strandberg@order.se • +46 (0)42 25 23 03