

BELLE ART

BÆREDYGTIGHEDSRAPPORT 2026



belle
ART EST. 1953

INDHOLD

Forord

Side 3



Verdensmål

Side 4



Det økonomiske lag

Side 8



Det sociale lag

Side 13



Det miljømæssige lag

Side 17

Forord

Hos Belle Art er vores tilgang til forretningsudvikling funderet på en langsigtet og ansvarlig strategi, hvor bæredygtighed, økonomisk lønsomhed og kontinuerlig udvikling indgår som integrerede og gensidigt afhængige elementer. Vi anerkender, at virksomheder i dag har et fundamentalt ansvar, ikke blot over for deres aktionærer, men også over for samfundet og miljøet. Denne overbevisning præger hele vores måde at drive virksomhed på og afspejles i vores daglige beslutninger, strategiske prioriteringer og engagement i bæredygtige praksisser.

Formålet med denne bæredygtighedsrapport er at skabe et dybdegående og nuanceret billede af, hvordan Belle Art arbejder målrettet med bæredygtighed gennem en helhedsorienteret forretningsmodel. Rapporten bygger på det velkendte Business Model Canvas, som vi har videreudviklet ved at integrere den tredobbelte bundlinje – økonomi, miljø og sociale værdier – som fundamentale parametre i vores værdiskabelse. Denne tilgang muliggør en systematisk vurdering af, hvordan vores aktiviteter ikke blot skaber økonomiske resultater, men også bidrager til samfundsmæssige og miljømæssige forbedringer.

Vi ser bæredygtighed som en dynamisk rejse snarere end en statisk tilstand, hvilket betyder, at vi løbende evaluerer og justerer vores indsatser for at imødekomme nye udfordringer og muligheder i et globalt perspektiv.

En væsentlig del af vores arbejde med bæredygtighed omfatter en systematisk refleksion over, hvordan vi kan bidrage til FN's 17 Verdensmål. Vi har nøje udvalgt de mål, der bedst matcher vores forretningsaktiviteter og kerneværdier, og vi har forpligtet os til at integrere disse mål som en central del af vores strategi og operationer. Denne prioritering sikrer, at vores bæredygtighedsindsats ikke kun er et internt anliggende, men også en aktiv del af den globale indsats for social retfærdighed, økonomisk udvikling og miljømæssig beskyttelse.

Denne rapport markerer starten på en struktureret og transparent proces, hvor vi gennem systematisk rapportering og måling ønsker at dokumentere vores økonomiske, sociale og miljømæssige påvirkninger. Vi ønsker at skabe en åben dialog med vores interessenter, herunder kunder, samarbejdspartnere, medarbejdere og samfundet generelt, om vores ambitioner, udfordringer og resultater inden for bæredygtighed. Vi håber, at denne rapport vil fungere som et værdifuldt redskab til at skabe klarhed om, hvor vi står i dag, og hvor vi

ønsker at bevæge os i fremtiden – med fokus på ansvarlig vækst, innovation og samfundsmæssig værdi.

Vi ser frem til at fortsætte denne rejse og invitere vores interessenter med i dialogen om, hvordan vi sammen kan bidrage til en mere bæredygtig verden.

God læselyst.

Martin Munkholm





FNs 17 Verdensmål

Verdensmålene udgør 17 konkrete mål og 169 delmål, som forpligter alle FN's 193 medlemslande til helt at afskaffe fattigdom og sult i verden, reducere uligheder, sikre god uddannelse og bedre sundhed til alle, anstændige jobs og mere bæredygtig økonomisk vækst

Verdensmålene gælder for alle lande, byer, virksomheder og individer – både rige og fattige – med højde for landenes forskellige udgangspunkt. De store udfordringer, vi står overfor i dag, som bl.a. social, økonomisk og politisk marginalisering, stigende ungdomsarbejdsløshed, ulighed, fattigdom, fødevareusikkerhed, mangel på, eller ulige adgang til grundlæggende naturressourcer, miljøforurening, klimaforandringer og ikke-lydhøre regeringer. De er alle nationale udfordringer med store regionale og globale konsekvenser, og er derfor nødvendige at løse i fællesskab

Den nye dagsorden anerkender således, at social, økonomisk og miljømæssig udvikling, fred, sikkerhed og internationalt samarbejde er tæt forbundne, og at det kræver en integreret indsats at opnå holdbare udviklingsresultater. Derfor er det vigtigt at vi alle hjælper til og gør en indsats

Vi har i det følgende listet de FN17 Verdensmål og ikke mindst de delmål hvor vi føler vi kan gøre en forskel. Vi har beskrevet hvad vi vil gøre, og hvornår.



VI BIDRAGER TIL AT MINDSKE FATTIGDOM

Belle Art samarbejder med organisationen Care & Fair, som har til formål at bekæmpe social ulighed ved at sikre skolegang, sundhed og ordnede arbejdsforhold for børn og deres familier – især i tæppeproducerende regioner i Indien og Pakistan. Dette partnerskab er en vigtig del af vores sociale ansvar og bidrager til at forbedre livsvilkårene for mange mennesker i nogle af verdens mest økonomisk udsatte områder. Ved at engagere os aktivt i dette arbejde, ønsker vi at være med til at skabe vedvarende, positive forandringer for hele lokalsamfund.

Gennem vores mangeårige tilknytning til EUCA – den europæiske sammenslutning af tæppeimportører – har vi støttet Care & Fairs aktiviteter i flere år. Vi har udvidet dette samarbejde gennem et fuldt medlemskab, hvilket forpligter os til et endnu mere struktureret bidrag til børns uddannelse og til at sikre menneskeværdige vilkår i produktionskæden. Vi tror på, at en forretning, der bygger på ordentlighed og gennemsigtighed, også skaber bedre relationer, produkter og langsigtet værdi – både for os og for de mennesker, vi samarbejder med.



Care & Fair er en international organisation, som arbejder med en pragmatisk tilgang: de anerkender, at børnearbejde i nogle regioner ikke umiddelbart kan elimineres på kort sigt. Derfor fokuserer de på at sikre, at børnene ikke udelukkes fra uddannelse og sundhedsydelser, selv når de deltager i produktionen. Organisationen bygger og driver skoler, klinikker og fællesskabscentre i lokalområderne, og arbejder tæt sammen med familier og lokale myndigheder for at sikre, at børn får adgang til skolegang, et trygt miljø og basale rettigheder.

Virksomheder, der er medlemmer af Care & Fair, forpligter sig til at afsætte 1 % af deres omsætning fra salg af indiske og pakistanske tæpper til støtte for

organisationens aktiviteter. Dette gælder især for de tæppe typer, som produceres i landsbyer og mindre værksteder, hvor det ofte er hele familien – herunder kvinder og børn – som bidrager til produktionen. Ved at involvere producenterne i sociale projekter og give dem ejerskab over forbedringerne, styrkes både produktionens kvalitet og de menneskelige forhold bag varerne. Hos Belle Art ser vi dette som en mulighed for at forene æstetik og etik. Vi ønsker at gøre tæppehandlen til mere end blot et køb – vi ønsker at gøre det til en fortælling om håndværk, værdighed og fælles ansvar. Vores kunder er en del af denne fortælling, og vi informerer gerne om, hvordan deres køb bidrager til konkrete forbedringer i de områder, hvor tæpperne bliver skabt. Dette skaber en meningsfuld forbindelse mellem kunden og oprindelsesstedet for det produkt, de bringer ind i deres hjem.



CARE & FAIR

Ved at sælge og formidle produkter, som delvist produceres af kvinder og børn i lande som Indien og Pakistan, kan vi – i samarbejde med Care & Fair – aktivt bidrage til fattigdomsreduktion, adgang til uddannelse og bedre levevilkår. Vores engagement gør det muligt at bruge handel som en platform for social forandring. Vi ønsker, at vores kunders køb skal være mere end en transaktion – det skal være en investering i bæredygtig udvikling og etisk produktion. Derfor arbejder vi målrettet på at integrere sociale og etiske principper i alle led af vores værdikæde og gøre ansvarlighed til en naturlig del af den æstetiske oplevelse, vi tilbyder.



Belle Art prioriterer systematisk indkøb af tæpper fremstillet af kvinder som en strategisk indsats for at styrke kvinders økonomiske uafhængighed og deres sociale status i lokalsamfundene. Dette initiativ er et væsentligt led i vores arbejde med at bekæmpe kønsbaseret diskrimination og forbedre kvinders levevilkår gennem økonomisk empowerment.

Ved at øge andelen af tæpper produceret af kvinder i vores sortiment bidrager vi til at øge kvinders anerkendelse både i familien og i samfundet bredt. Økonomisk selvstændighed giver kvinder større handlefrihed og beslutningskraft, hvilket vi understøtter ved at skabe stabile indkomstmuligheder.

Denne økonomiske styrkelse gør det muligt for kvinder at forsørge sig selv og deres børn i tilfælde af tab af ægtefælle eller andre uforudsete omstændigheder, og det bidrager samtidig til at udfordre traditionelle kønsroller og styrke kvinders position i samfundet.

Desuden har vores støtte en indirekte effekt på uddannelses- og sundhedsområderne i de produktionsområder, hvor tæpperne fremstilles. Ved at støtte kvindelige producenter investerer vi i bæredygtig social udvikling med potentiale til at forbedre levevilkårene for kommende generationer.

ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION

Virksomheden lægger stor vægt på genanvendelse og genbrug af overskydende materialer, såsom uld, som ellers ville gå til spilde eller blive destrueret. Denne tilgang reducerer ikke blot affaldsmængden, men mindsker også det samlede ressourceforbrug i produktionen.

Ved at fokusere på fremstilling af langtidsholdbare produkter, der kan bevare deres kvalitet over tid, bidrager virksomheden til at forlænge produkternes levetid og dermed reducere behovet for hyppige genanskaffelser. Desuden arbejder virksomheden målrettet på at optimere forsyningskæden og minimere spild i alle led, hvilket samlet set understøtter en mere bæredygtig og ansvarlig produktionspraksis.

Denne helhedsorienterede indsats er i tråd med internationale bæredygtighedsmål og afspejler virksomhedens engagement i at tage ansvar for miljøpåvirkningen gennem hele produktets livscyklus.





Økonomi

Her præsenterer vi hvordan vi arbejder med ansvarlig drift og udvikling i vores virksomhed.

Vi starter med at beskrive vores værditilbud og kundegrupper samt måden vi betjener dem på og hvilke indtægter det generer.

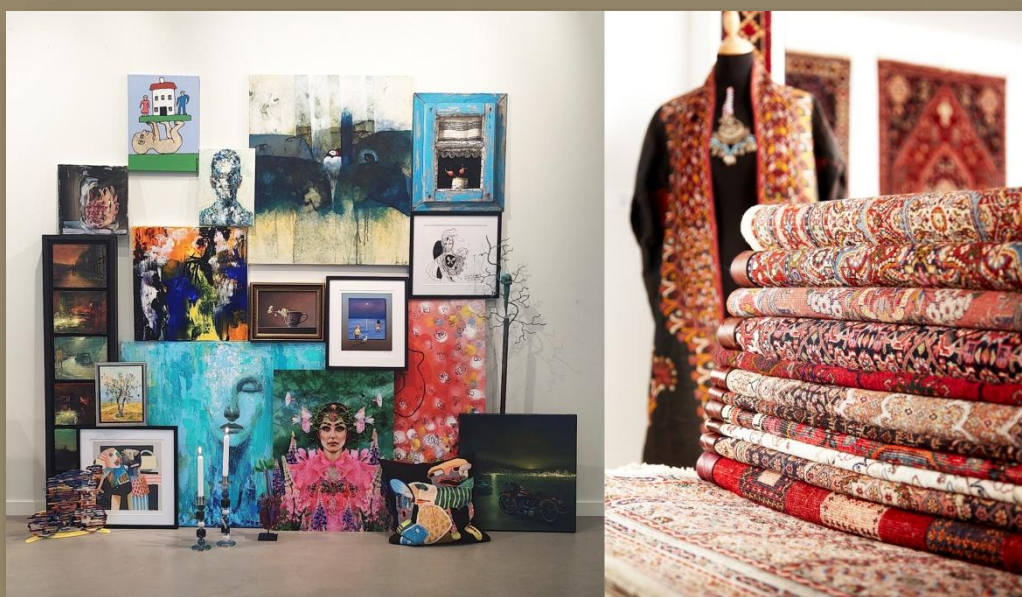
Efterfølgende beskriver vi hvilke nøgleaktiviteter vi skal gennemføre for at sikre indtægterne. Gode nøgleressourcer og stærke nøglepartnere er vigtige forudsætninger for at gennemføre virksomhedens aktiviteter. Disse beskrives nedenfor sammen med den omkostningsstruktur vi arbejder med.

Udbyttet bliver en samlet oversigt over det økonomiske fundament i vores virksomhed, som også kan kaldes vores forretningsplan.



TÆPPER, KUNST OG RELATEREDE SERVICES

Belle Art tilbyder langtidsholdbare forbrugsgoder og specialiserede ydelser med udgangspunkt i salg og formidling af kunst og håndknyttede orientalske tæpper. Hertil kommer vores omfattende serviceportefølje, der inkluderer professionel vask, rensning, reparation og restaurering. Vores produkter og ydelser har ofte affektionsværdi og rækker over flere generationer. Derfor baserer vi vores forretning på langsigtede relationer med både kunder, kunstnere og partnere.



Vores tæpper produceres af materialer i absolut topklasse og har ofte en holdbarhed på op til 50 år eller mere, hvilket gør dem til både funktionelle og kulturelle investeringer. Med tre generationers erfaring som kunst- og tæppeforhandlere besidder vi dybdegående viden og ekspertise, der gør os i stand til at yde ærlig, præcis og personlig rådgivning. Vi foretager også vurderinger og tilbyder vurderingsbesøg enten i galleriet eller hos kunden. Derudover giver vi kunder mulighed for at benytte deres eksisterende kunstværker eller tæpper som delbetaling i en bytteordning, hvilket gør det lettere at foretage nyanskaffelser med minimal økonomisk barriere. Det gamle restaureres, sælges igen og får nyt liv.

KVALITETSBEVIDSTE PRIVATPERSONER OG VIRKSOMHEDER

Vores primære kundesegment omfatter privatpersoner i aldersgruppen 50–80 år samt virksomheder i forskellige størrelser, som værdsætter æstetik, originalitet og langtidsholdbare løsninger. De private kunder har ofte et ønske om at forskønne deres hjem, skabe personlighed i indretningen og investere i

noget, der kan bringe glæde i mange år. Vores erhvervskunder søger typisk at forbedre arbejds- og mødemiljøer, vise deres værdier gennem kunst og understøtte virksomhedens identitet visuelt. Kendetegnende for vores kundebase er, at de har en middel til høj indkomst, er økonomisk ansvarlige og har overskud til at tænke langsigtet. Vi tilbyder udlån af kunstværker og tæpper, så kunderne kan teste produkterne i deres egne omgivelser før køb. Denne fleksibilitet fungerer også som indirekte markedsføring, idet potentielle nye kunder bliver eksponeret for vores produkter i autentiske miljøer. Udlån til virksomheder skaber desuden synergi mellem produktoplevelse og netværksbaseret synlighed.

Siden 1980'erne har Rode & Rode, nu R2 Group Holding A/S, anvendt ægte tæpper som de har købt i Belle

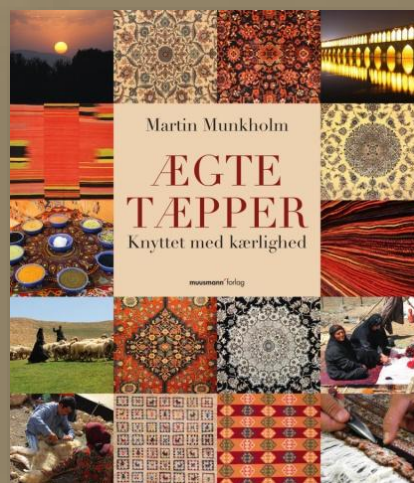
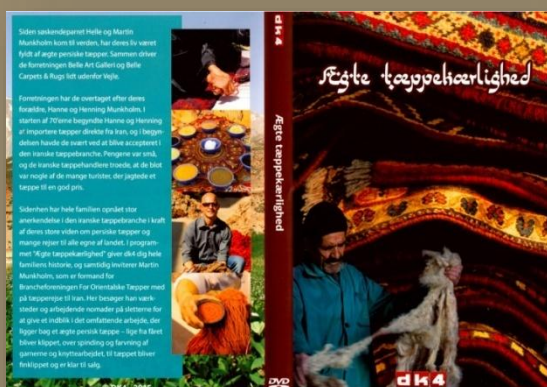


DISKRET OG MÅLRETTET KUNDEKommunikation

Vi kommunikerer med vores kunder gennem udvalgte kanaler som sociale medier, direkte nyhedsbreve og personlig kontakt – alt sammen efter samtykke. Vi kontakter lejlighedsvis kunder via e-mail eller telefon, når vi har særlige produkter, som matcher deres tidligere køb eller udtrykte præferencer. Denne opsøgende tilgang er diskret og værdidrevet. For at styrke relationen og den samlede kundeoplevelse ønsker vi fremadrettet at implementere mere strukturerede CRM-løsninger, der muliggør opfølgning, segmentering og tilpasset kommunikation. En forbedret systematik vil desuden give os mulighed for at øge kundeloyaliteten og frekvensen af gensalg.

TILLIDSBASEREDE, LANGVARIGE RELATIONER

Vores relationer til kunder bygger på tillid, høj faglighed og en oprigtig interesse for at forstå og imødekomme deres behov. Mange nye kunder kommer til gennem vidensdeling, herunder bøger, videoer, foredrag og dokumentarfilm, som formidler indsigt i både vores produkter og håndværket bag. Derudover fungerer vores hjemmeside, webshop og annoncer i aviser som indgangsportaler. Vi inviterer kunder til galleribesøg, men tilbyder også hjemmebesøg og erhvervsbesøg, hvilket øger vores fleksibilitet og nærvær. Relationerne styrkes yderligere gennem en bevidst indsats for at yde personlig og situationsbestemt service. Mange kunder vender tilbage gennem årene og introducerer deres børn og børnebørn for os, hvilket bekræfter vores position som en flergenerationsforretning.



SALG, FORMIDLING OG SERVICE

Vi anbefaler kontant handel men tilbyder også leje, leasing og afbetaling. Vi tjener penge på at sælge kunst for kunstnere, samt kunst og tæpper for private og virksomheder, og får vores provision for det. Vi tjener også penge på at købe og sælge kunst og orientalske tæpper. Endelig tjener vi penge på services som vask, rens, reparation og restaurering af både kunst og tæpper. Vi tilbyder et højt kvalitets- og serviceniveau til en fair pris. Vi ønsker at øge omsætningen og arbejder på forskellige tiltag for at opnå dette.

VI LEVER AF NETVÆRK

Kun ved at have et stort netværk kan det lade sig gøre at hjælpe kunderne. Med et stort netværk af kunstnere og kunstsamlere kan vi hjælpe kunderne med at finde den kunst de søger. Vi har selv ca. 2000 kunstværker i vores webshop. Ved at have et stort netværk af kolleger inden for tæppebranchen, kan vi finde de tæpper kunderne søger. Vi har ca. 2000 tæpper på lager og ca. 7000 på fjernlager. Med kontakt til dygtige folk i branchen kan vi levere den servicering af kunst og tæpper, som kunderne har behov for. Det hele har afsæt i erfaring, viden og netværk. Vi sælger de fleste af vores varer og services ved direkte personlig kontakt, men arbejder på at øge onlinedelen markant i nær fremtid. Betalingen foregår med kontant, kort, Mobilepay eller bankoverførsel og stort set altid straksafregning. Vi skal øge vores omsætning med 20 - 30% for at gøre forretningen rentabel.

PRODUKTER, FAGLIGHED, NETVÆRK OG LOGISTIK

Vores vigtigste ressourcer inkluderer det sortiment, vi råder over – herunder kunstværker og tæpper – samt den ekspertise og erfaring, vi har oparbejdet over generationer. Hertil kommer et solidt netværk af både leverandører, samarbejdspartnere og kunder, der bidrager til et levende og dynamisk økosystem. Vi er afhængige af adgang til kvalificerede fagfolk, der kan håndtere vask, reparation og restaurering, samt en logistik, der muliggør sikker og effektiv transport og håndtering. Der er betydeligt potentiale i at effektivisere vores processer via digitalisering og brug af moderne teknologier – både på lagerstyring, kundekommunikation og ordrehåndtering.

Vores specialist Mansour reparerer ægte tæpper



LANGSIGTEDE OG TILLIDSFULDE SAMARBEJDER

Vi samarbejder med producenter og opkøbere, primært i Mellemøsten og Europa, som sikrer os adgang til de bedste håndlavede tæpper. Vores relationer til kunstnere, samlere og kolleger i galleribranchen er afgørende for, at vi kan tilbyde et aktuelt og inspirerende udvalg. Dertil har vi dygtige specialister, der står for rensning, reparation, indramning og generel bevaring. Vi værdsætter langsigtede samarbejder med høj grad af gensidig tillid, men vi er samtidig åbne for nye forbindelser, som ofte opstår gennem netværk og uformelle møder. Mange af vores mest værdifulde relationer er startet som tilfældige møder, men har udviklet sig til vigtige partnerskaber over tid.

KVALITET SOM STRATEGISK OG ETISK INVESTERING

Vores tilgang til omkostninger er præget af et strategisk fokus på kvalitet. Vi vælger bevidst at arbejde med partnere, der leverer høj faglighed – også selvom det medfører højere omkostninger. Erfaring har vist os, at besparelser på kvalitet resulterer i dårligere kundeoplevelser og tab af tillid. Derfor prioriterer vi fair aflønning, gensidig respekt og samarbejder, hvor alle parter får værdi. Vi sammenligner det ofte med andre højt kvalificerede ydelser, hvor den laveste pris sjældent er den bedste løsning. Samtidig arbejder vi systematisk med at holde udgifterne under kontrol og sikre, at alle investeringer skaber langsigtet værdi. Vi mener, at langsigtet kvalitet er mere bæredygtigt – både økonomisk, etisk og i forhold til kundeloyalitet.





Vores virksomhed

Grundlaget for arbejdet med det sociale lag er vores værdigrundlag og vision. Det bygger videre på de verdensmål vi allerede har valgt.

De sociale fordele fokuserer på vores indsats for en bedre verden både for kunder og det omgivende samfund.

Vores sociale påvirkning handler om de nære ting i forhold til organisering, medarbejdere og lokalmiljøet.



BELLE ART FUNGERER SOM EN VIGTIG AKTØR I SIT LOKALSAMFUND OG UDVISER ET OMFATTENDE OG MÅLRETTET SOCIALT ENGAGEMENT.

Som en kulturel institution og populært udflugtsmål har vi en bred vifte af aktiviteter og partnerskaber, der understøtter både lokal trivsel og global ansvarlighed. Vores samarbejde med kommunen, lokale aktører som idrætsforeninger, erhvervsnetværk og den lokale købmand er med til at styrke den sociale sammenhængskraft og det økonomiske grundlag i nærområdet. Vores sociale værdiskabelse manifesterer sig i både direkte og indirekte former: Vi organiserer og støtter fundraisingaktiviteter – eksempelvis gennem velgørenhedsauktioner til fordel for Kræftens Bekæmpelse – og har ydet nødhjælp til ofre for internationale katastrofer, såsom jordskælvet i Bam, Iran. På globalt plan støtter vi NGO'en Care & Fair, som arbejder for bedre levevilkår og skolegang blandt tæppevævere og deres familier i lande som Indien og Pakistan. Herigennem er vi med til at bekæmpe børnearbejde og sikre bedre fremtidsmuligheder i udsatte områder.

Vi insisterer på at gøre kunst og kultur tilgængelig for alle. Derfor arrangerer vi jævnligt gratis kulturelle events såsom koncerter, kunstudstillinger og åbent hus-arrangementer. Disse aktiviteter har ikke kun en underholdende eller æstetisk funktion – de fungerer som inkluderende og demokratiske platforme for deltagelse, dialog og refleksion. Vi skaber et rum, hvor borgere, kunstnere og aktører fra forskellige samfundslag mødes, og hvor der opstår ny inspiration og forståelse. På den måde bliver Belle Art både en kulturel katalysator og et samlingspunkt, der styrker identitet og fællesskab på tværs af sociale skel.



BELLE ART LEVERER LIVSKVALITET

Belle Art leverer livskvalitet til sine kunder og gæster. Det giver nemlig god livskvalitet at omgive sig med god kunst og smukke tæpper som holder gennem flere generationer og publikum bruger os som udflugtsmål hvor de nyder at møde kunstnere og andre kreative personer hos os. Vi deler ud af vores viden og erfaringer, så vores kunder undgår negative oplevelser med produkterne.

LANDSDÆKKENDE OG LOKALT VERDENSKENDT

Belle Art er en gammel virksomhed som er grundlagt i 1953. Derfor er vi lokalt verdenskendt og vi har en høj og intens aktivitet i 50 - 60 km. radius. Vi har kunder i hele Danmark og kører eksempelvis på Sjællandstur ca. en gang hver måned i to dage og servicerer vores kunder. Vores kunder kommer også til os fra hele landet. Vi har kunder i resten af Skandinavien og i Tyskland, men det er en mindre procentdel af vores samlede omsætning der kommer derfra.

KULTURELT SAMLINGSPUNKT

Vi fungerer som en slags kulturel institution og udflugtsmål for mange gæster i en radius på ca. 50 - 60 km. Med afholdelse af koncerter, kunst-feriseringer og åbent hus-arrangementer, som publikum kan besøge ganske gratis. Vi inviterer jævnligt kunstnere til at medvirke i vores åbent hus-arrangementer og vise deres kunst frem. Dette betaler de ikke for, men det gør besøget hos os mere interessant.

LOKAL STØTTE OG SPONSORRATER SAMT HJÆLP TIL SELVHJÆLP I MELLEMLØSTEN

Vi sponsorerer den lokale købmand, den lokale idrætsforening og de lokale erhvervsforeninger. Vi giver sponsorgaver til mange forskellige arrangementer i hele området mellem Horsens, Vejle og Juelsminde. Vi støtter Red Barnet og Kræftens Bekæmpelse samt Care & Fair på internationalt niveau. Via vores handel med nomadefolk i Mellemøsten yder vi hjælp til selvhjælp med råd og vejledning og vi donerer altid et beløb til de fattige, når vi besøger Iran.

Støtter småsamfund

Ved at øge vores handel med tæpper fra fattige områder som Indien og Afghanistan, bidrager vi til at reducere økonomisk ulighed. Vi støtter småsamfund og skaber muligheder for økonomisk vækst blandt lokalsamfund.



LIGEVÆRDIGHED OG FÆLLES BESLUTNINGER

Når vi træffer beslutninger i ledelsen, som har indvirkning på medarbejdernes arbejdsforhold, så er de som oftest med til at træffe beslutningerne herom selv. Vi holder et ugentligt fællesmøde over en kop kaffe og et rundstykke, hvor alle fortæller om deres weekend og hvor vi udveksler information fra ugen der gik samt information om eventuelle nye tiltag, forslag og beslutninger.

TRIVSEL OG FRIHED UNDER ANSVAR

Overordnet set arbejder vi efter princippet frihed under ansvar. Vi har i perioder behov for fleksibilitet fra vores medarbejdere, derfor udviser vi stor fleksibilitet over for dem, så det går begge veje. Man kan altså holde fri når man har lyst og behov, så længe man passer sine opgaver og arbejder det aftalte antal timer. Vi er to ejere og fem medarbejdere, fordelt på 1 mand og 6 kvinder, som er ansat på lige vilkår med forskelligt timetal. Vores ene medarbejder er i flexjob. Hun har været i praktik i virksomheden i 11 mdr. inden. Alle bor indenfor 20 km. fra virksomheden. Vi betaler vores medarbejdere en anstændig løn og giver dem en høj grad af frihed men de skal selv sørge for deres pension. Vi inviterer dem ud til hyggeaftner og giver dem gaver når der er basis for det. Den ene af vores medarbejdere har været ansat hos os i mere end 20 år pt. Det tyder på hun befinder sig godt. Vi lytter i høj grad til deres ideer og forslag så de føler sig hørt.

SOCIALT ANSVAR GÅR BEGGE VEJE

Vi arbejder med frihed under ansvar og det er godt for begge parter. Vi hjælper hinanden når der er behov for det. Det betyder at hvis nogen er presset, så træder andre til selvom vi er forholdsvis få personer. Vi har ansat en i flexjob, efter 11 måneders praktik. Vores medarbejdere er inkluderet i virksomhedens sundhedsforsikring.



Det miljømæssige lag

Arbejdet med det miljømæssige lag tager udgangspunkt i den kendte 80/20 regel. Det betyder, at vi fokuserer på de cirka 20 % af vores værditilbud og aktiviteter, som formentlig udleder 80% af vores CO2

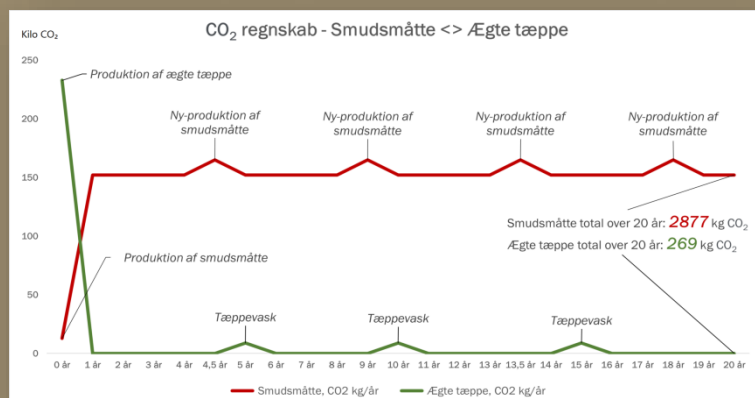
I første omgang vælger vi et antal værditilbud og beskriver hvordan vi kan forbedre de miljømæssige fordele ved levering, brug og bortskaffelse.

På tilsvarende måde beskriver vi de miljømæssige påvirkninger af produktion, materialer og forsyninger, der giver et billede af den samlede miljøpåvirkning.

Formålet med det miljømæssige lag er kort sagt at skabe et "overskud", hvor de miljømæssige fordele klart overstiger de miljømæssige indvirkninger.



VI KAN ERSTATTE MILJØBELASTENDE MATERIALER



Virksomhedens primære produkter, herunder måtter og tæpper, fungerer som bæredygtige alternativer til traditionelle, miljøbelastende materialer. Disse produkter bidrager aktivt til reduktion af drivhusgasemissioner og understøtter virksomhedens overordnede ESG-strategi (Environmental, Social, Governance). Dokumenteret ved hjælp af Life Cycle Assessment (LCA) kan vores tæpper reducere kundernes CO₂-aftryk med op til 92 % sammenlignet med konventionelle smudsmåtter, hvilket gør dem til et effektivt redskab i klimavenlige forbrugsvalg.



BÆREDYGTIGHED I ANVENDELSE

Vores tæpper er designet med fokus på både funktionalitet og bæredygtighed, hvilket muliggør markante CO₂-besparelser i brug. Denne betydelige reduktion er valideret gennem LCA-analyser, som understøtter produktets bæredygtighed i hele dets livscyklus. Dermed understøtter produkterne virksomhedens bidrag til FN's verdensmål, især mål 12 (Ansvarligt forbrug og produktion) og mål 13 (Klimaindsats).

FIRMABIL

Transportsektoren udgør ofte en væsentlig kilde til virksomhedernes CO₂-udledning, og derfor har vi implementeret strategier for at optimere vores distributionsnetværk. Ved at samle forsendelser og begrænse hyppigheden af leverancer reducerer vi transportrelaterede emissioner. Overgangen til elbiler i firma er en del af vores grønne mobilitetsstrategi, men udfordres i øjeblikket af rækkeviddebegrænsninger og logistikken for lange ture i Danmark og Europa. Vores fokus på grøn transport afspejler principperne for ESG-rapportering, hvor miljømæssig bæredygtighed vægtes højt.

SAMLEDE FORSENDELSER

Vi forsøger at spare på distributionen ved kun at sende pakker en til to gange om ugen i stedet for at sende hver dag. Vi sender mange mindre pakker afsted med GLS, og jeg ved ikke hvordan deres grønne profil ser ud, eller om der findes konkurrenter som er grønnere. Udfordringen her er, at prisen for fragten har stor betydning for kundens tilfredshedsgrad.

BIG TIME GENANVENDELSE

Et væsentligt element i vores bæredygtighedsstrategi er produktets levetid og mulighederne for genanvendelse. Vores ægte tæpper er håndlavede og fremstillet af naturmaterialer, hvilket gør dem yderst holdbare og egnede til genbrug efter endt brug. Selvom der allerede eksisterer en betydelig grad af genanvendelse, begrænses potentialet af den høje arbejds løn i Europa, som hæmmer storskala genanvendelsesprocesser. Vi undersøger løbende nye modeller og samarbejder for at øge genanvendelsesgraden og dermed bidrage til en mere cirkulær økonomi.

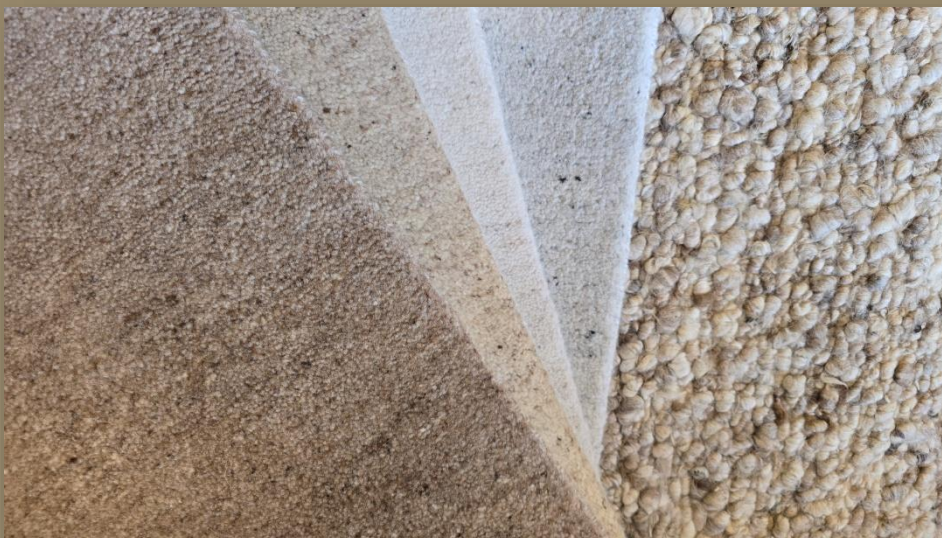
KVALITET OG HOLDBARHED

Virksomhedens produkter er ikke masseproducerede varer, men kunsthåndværk og tæpper, der er designet til at have en levetid, der rækker over flere generationer. Denne holdbarhed understøtter en cirkulær økonomi ved at mindske behovet for hyppige udskiftninger og derved reducere det samlede ressourceforbrug og affaldsproduktion. Kvalitet og langtidsholdbarhed er derfor centrale parametre i vores produktudvikling og salgsstrategi.

BÆREDYGTIG PRODUKTION

Selvom vi som handelsvirksomhed ikke har direkte kontrol over produktionsprocesserne, ved vi, at tæpperne produceres gennem traditionelle håndværksmetoder blandt nomade- og landsbybefolkninger. Produktionen baseres primært på naturmaterialer og skaber et minimalt miljømæssigt aftryk,

da den hverken involverer industriproduktion eller kemiske processer. Vi anerkender dog, at vi ikke kan påvirke produktionsbetingelserne direkte, men ser værdien i at bevare og støtte disse bæredygtige og kulturelt betydningsfulde produktionsmetoder.



NATURMATERIALER

En stor del af materialerne, der anvendes i vores tæpper, består af rene naturmaterialer som uld. Selvom uld bidrager til CO₂-udledningen primært på grund af fårenes metanproduktion, udnytter vi ulden som et værdifuldt spildprodukt, der ellers ofte brændes af som affald i store mængder verden over. Ved at anvende denne uld til tæppeproduktion, sikrer vi en effektiv ressourceudnyttelse og modvirker unødvendigt spild og forurening.

VI ER EN HANDELSVIRKSOMHED

Som handelsvirksomhed har vi primært indflydelse på vores eget energiforbrug, emballagevalg og daglige driftsrutiner. Derfor arbejder vi målrettet på at implementere mere bæredygtige løsninger inden for emballage og pakkematerialer ved at undersøge alternativer, som er miljøvenlige og samtidig opfylder krav til beskyttelse under transport. Desuden ser vi på grønne tiltag i forbindelse med transport og levering for at minimere vores samlede miljøaftryk.

LANG LEVETID

Vores bæredygtighedsprofil bygger på principper om lang levetid og cirkularitet, hvor produkter ikke blot er designet til at opfylde funktionelle behov, men også

til at skabe varig værdi over flere generationer. Ved at tilbyde tæpper og kunstværker med lang levetid understøtter vi en bæredygtig livsstil og reducerer det samlede forbrug af ressourcer og den miljømæssige belastning forbundet med produktion, forbrug og affald.

