

2025

LINDBAK

BÆREKRAFTSRAPPORT



I 2025 lanserte vi en ny kaffe som vi har kalt Midnattsol. Kaffen er en mellombrent kaffe fra San Andrés, Lempira i Honduras. Kaffebonden Alejandro Aguilar tok over familegården i ung alder, og har siden jobbet målrettet for å utvikle den.

Lindbak legger stor vekt på at kaffebøndene har gode arbeidsforhold og får riktig betalt. Derfor kjøper vi kaffe direkte fra bøndene, uten mange mellomledd, før den fraktes til vårt brenneri og videre ut til våre kunder.

For oss gir dette trygghet på at Alejandro og hans arbeidere jobber under så gode forhold som mulig. For Alejandro gir dette økonomisk frihet og muligheten til å investere i fremtiden.

Vi besøker kaffebøndene vi kjøper kaffe av hvert år. Les gjerne mer om vår siste tur til Honduras.

GRI-INDIKATORER: 2-3, 2-14

OM RAPPORTEN

Bærekraftsrapporten 2025 er den syvende bærekraftsrapporten Lindbak publiserer. Vi begynte med bærekraftsrapportering i 2019, og har rapportert etter GRI-rammeverket (GRI Standards 2021) alle årene. Rapporten omfatter bærekraftsarbeidet i Lindbak for 2025. Lindbak er medlem i Etisk Handel Norge og rapporterer etter Etisk Handel Norges krav og standarder.

Lindbak AS er morselskap i Lindbak-konsernet som består av ti selskap, alle organisert som aksjeselskap. Konsernet er representert i 25 byer i Norge, og har sitt hovedkontor i Trondheim. Denne rapporten omfatter alle selskapene i konsernet med unntak av Lindbak Stormarkeder AS.

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

Lindbak bærekraftsrapport for 2025 er publisert den 30. juni 2026.

SLIK FINNER DU FREM I BÆREKRAFTSRAPPORTEN VÅR

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

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

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

God lesing!

TIDLIGERE BÆREKRAFTS-RAPPORTER

SKANN QR-KODENE









INNHOLD

Om rapporten 3

01 // NØKKELTALL

Sentrale nøkkeltall 8

02 // OM LINDBAK

Om Lindbak 13
Våre produkter og tjenester 16
Virksomhetsstyring og styrets rolle 18
Vår vesentlighetsanalyse 20
Vår bærekraftsstrategi og våre målsetninger 24

03 // GRØNNE VALG

Sirkularitet, klima og miljø

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

04 // LINDBAK+MEG

Oss i Lindbak

Ansattes engasjement, mangfold og utvikling 38
Etterlevelse av lover og standarder for arbeidsmiljø og ansattes helse og sikkerhet 48

05 // VI BRYR OSS

Forretningsetikk, sikkerhet og engasjement

Forretningsetikk, leverandørkrav og menneskerettigheter 52
Datasikkerhet og personvern 57

06 // GRI-INDEKS

GRI-Indeks 60

FRA ADMINISTRERENDE DIREKTØR
- Miljø og etisk handel i praksis



Samtlige av Lindbak sine strategiske forretningsområder hadde vekst i 2025, til tross for at markedene vi opererer i fortsatt preges av utfordringer. Vi er stolte over å levere resultater i et krevende landskap – og enda stoltere over at veksten vår ikke går på bekostning av våre bærekraftsambisjoner. Vi bæres frem av en etisk ansvarlig strategi, i et evighetsperspektiv.

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

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

I løpet av 2025 har vi tatt nye, konkrete steg fremover. Vi har gjennomført fysiske besøk til kaffebønder i Guatemala, Brasil, Kenya og Honduras for å følge opp arbeidsforhold, klimatilpasning og produksjonsgrunnlag. Gjennom direkte dialog og investeringer i infrastruktur – som bedre vanntilgang og veibygging – bidrar vi til at verdiskapingen i større grad beholdes lokalt. Vår nye kaffe Midnattsol, produsert av Alejandro Aguilar i Honduras, er et konkret eksempel på hva slik tett og ærlig dialog kan skape. Vi har i 2025 også oversatt vår Code of Conduct til spansk, noe som har styrket dialogen med kaffeleverandørene våre betydelig.

På leverandørsiden har vi gjennomført aktsomhetsvurderinger av 30 leverandører – en økning fra 25 i fjor – og gjennomgått over 100 produkter og materialer som til sammen utgjør 70 % av vår omsetning. Alle vesentlige leverandører har signert våre etiske retningslinjer og vi har gjennomført sosial dialog hos leverandører i Romania og Polen. Kravene fra kunder til sporbarhet, dokumentasjon og etisk handel har økt markant, og vi opplever at leverandørene våre i stadig større grad er åpne for dialog og samarbeid om forbedringer.

Vi jobber strategisk med å forstå hvordan arbeidsplassen kan optimaliseres for å øke våre kunders trivsel og effektivitet og samler løpende inn sensormålinger fra neste 4000 arbeidsplasser. Gjennom 2025 bisto vi over 200 kunder med å redusere utslipp gjennom ombruk, vedlikehold og gjenbruk av deres møbler og maskiner.

Hvert eneste år jobber vi aktivt for å heve ambisjonsnivået i bærekraftsarbeidet vårt. Eierne av Lindbak har vedtatt at selskapet skal ha netto nullutslipp innen 2040. Vi beveger oss i riktig retning – men vi er ikke i mål, og det er nettopp det som driver oss videre.

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

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

NØKKELTALL

01

SENTRALE NØKKELTALL

ØKONOMI

Omsetning[1]	1 466,6	**2024** - 1093,8 **2023** - 1100,3 **2022** - 966,7
Driftsresultat[2]	46,5	**2021** - 19,9 **2023** - 21,8 **2022** - 12,1
Skattekostnad på ordinært resultat[3]	7,4	**2024** - 3,2 **2023** - 4,2 **2022** - 2,4

1, 2, 3) Tall for Lindbak AS inkluderer Lindbak Stormarkeder AS som ikke er en del av denne bærekraftsrapporten.

KUNDEUNDERSØKELSE[4]

Gjennomsnittlig kundetilfredshet (KTI)

8,2

2024 - 8,1
2023 - 8,0

Ivaretar bærekraft i verdikjeden

8,2

2024 - 8,2
2023 - 8,1

NØKKELTALL

Antall ansatte

317

97 220

2024 - 310
100 kvinner, 210 menn

2023 - 306
99 kvinner, 207 menn

2022 - 295
98 kvinner, 197 menn

Nyansatte

50

2024 - 56
2023 - 56
2022 - 74



KLIMA OG MILJØ

Gjenvinningsgrad avfall

75,3 %

2024 - 83,7 %
2023 - 76,37 %
2022 - 79,53 %

Tonn utslipp CO_2e

CO_2 **511,14**

2023 - 515,87
2023 - 563,99
2022 - 488,45

Andel elektriske kjøretøy

23,6 %

2023 - 20,4 %
2023 - 14 %
2022 - 7,4 %

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

VÅRE MEDARBEIDERE

Timer kursing per ansatt

16,6

2024 - 18,3
2023 - 30
2022 - 24,4

Gjennomført årlig utviklings-samtaler i % av antall ansatte

71,0 %

2024 - 71,7 %
2023 - 87,7 %
2022 - 85,0 %

PULSMÅLING[5]

Gjennomsniittlig PULS-score

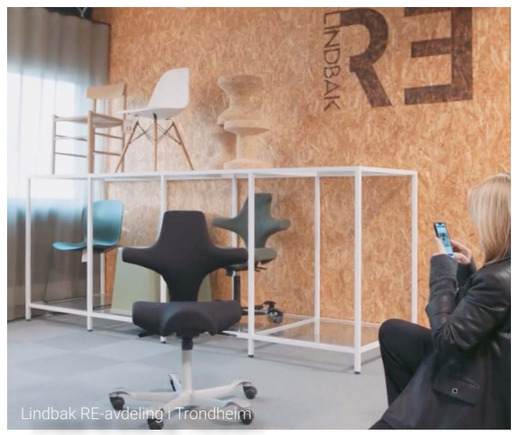
79

2024 - 81
2023 - 80

Vil anbefale min leder til andre

85

2024 - 84
2023 - 83



Lindbak RE-avdeling i Trondheim

LIKESTILLING

Kvinner i ledende stillinger[6]

25,5 %

2024 - 29,0 %
2023 - 34,0 %
2022 - 35,6 %

Kvinner i styret

40 %

Gjennomsnittslønn[7]
Indeks - kvinners lønn i % av menns lønn

97,4 %

2024 - 97,4 %
2023 - 102,7 %
2022 - 102,5 %

SYKEFRAVÆR

6,3 %

2024 - 7,8 %
2023 - 7,1 %
2022 - 7,9 %

RISIKO-/AKTSOMHETSVURDERINGER AV ANTALL LEVERANDØRER

30

2024 - 25
2023 - 20
2022 - 17

Disse 30 leverandørene står for ca. 80 % av varesalget.

5) Kvartalvise &frankly pulsmålinger for å måle medarbeiderengasjementet i Lindbak. Skala på pulsmålingen er fra 1-100.
6) Ledende stillinger er avdelingsledere, fagledere og andre ledere med personalansvar.
7) Brutto årslønn eksklusiv bonuser og provisjoner.

OM LINDBAK

02

Skann QR-koden og se vår profilfilm

Om Lindbak 13

Våre produkter og tjenester 16

Virksomhetsstyring og styrets rolle 18

Vår vesentlighetsanalyse 20

Vår bærekraftsstrategi og våre målsetninger 24

VISJON
Vi skal skape økt trivsel og effektivitet på norske arbeidsplasser.

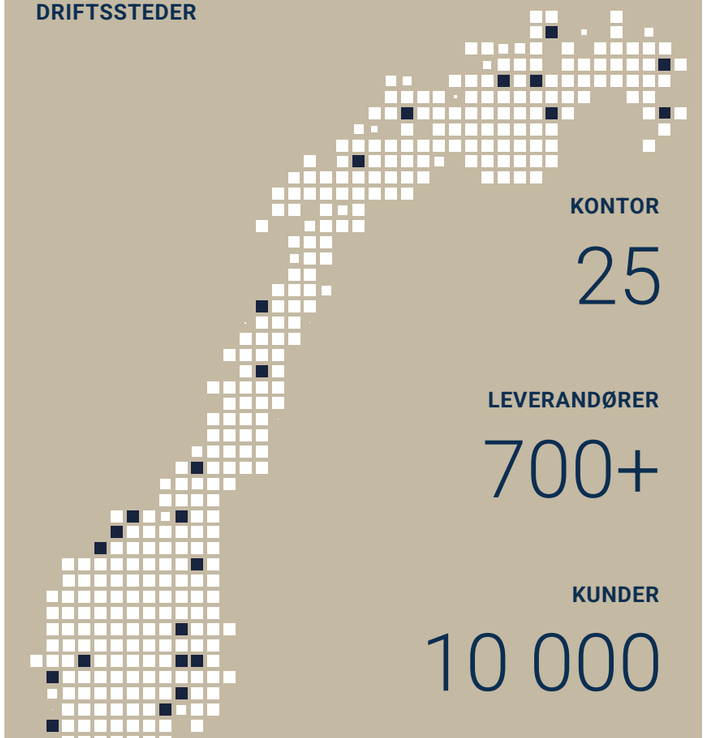
FORRETNINGSIDÉ
Lindbak skal skape verdier for våre kunder gjennom å tilby rådgivning, tjenester og produkter til arbeidsplassen som bidrar til økt effektivitet og trivsel.

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

VERDIER
- Kundefokusert
- Engasjert
- Nyskapende

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

DRIFTSSTEDER



KONTOR
25

LEVERANDØRER
700+

KUNDER
10 000

OM LINDBAK

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

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

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

Kjeden driver virksomheten fra 25 lokasjoner over hele Norge, og hovedkontoret er lokalisert i Trondheim.

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

KONSERNLEDELSEN



Jan Petter Lindbak, 43 år
Administrerende direktør



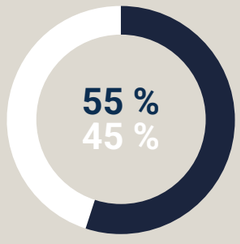
Anstein Rognstad, 45 år
CFO



Ingunn S. Laugen, 49 år
CMO

OMSETNING PER KUNDESEGMENT:

- Offentlig sektor
- Privat sektor



SELSKAPER SOM ER INKLUDERT I RAPPORTEN

	LINDBAK AS	
Lindbak Office AS	Lindbak IT AS	Lindbak Interiør AS
Lindbak Sogn og Fjordane AS	Lindbak Produktutleie AS	Lindbak Sørvest AS
Lindbak Import AS		Lindbak Interiør Import AS

STILLINGSTYPER fordelt på kvinner og menn pr 31.12

ANTALL ANSATTE	2023			2024			2025		
	TOTALT	MENN	KVINNER	TOTALT	MENN	KVINNER	TOTALT	MENN	KVINNER
Antall ansatte totalt	306	207	99	310	210	100	317	220	97
Antall heltid	296	204	92	298	203	95	297	209	88
Antall deltid	10	3	7	12	7	5	20	11	9
Antall via arbeidstiltak	3	2	1	0	0	0	0	0	0
Trainee og internship	3	3	0	2	1	1	0	0	0

GRI-INDIKATORER: 2-1, 2-2, 2-6, 2-7, 2-28

Vi gjør kontoret smidig

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

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

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

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

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

ØKONOMISKE TALL[8]
Tall oppgitt i hele 1000 NOK

	2025	2024
Omsetning	1 466 608	1 093 878
Lønnskostnader	260 464	231 426
Skattekostnad	7 413	3 204
Årsresultat	34 824	12 609
Utbytte	21 487	1 191
Egenkapital	157 151	143 683
Egenkapitalandel	31,5 %	34,6 %
Mottatt økonomisk støtte	2 298	4 064

8) Økonomiske tall inneholder tall fra Lindbak Stormarkeder AS. Dette selskapet er ikke endel av bærekraftsrapporteringen.

GRI-INDIKATORER: 2-2, 2-6, 201-1, 201-4

VÅRE PRODUKTER OG FAGOMRÅDER











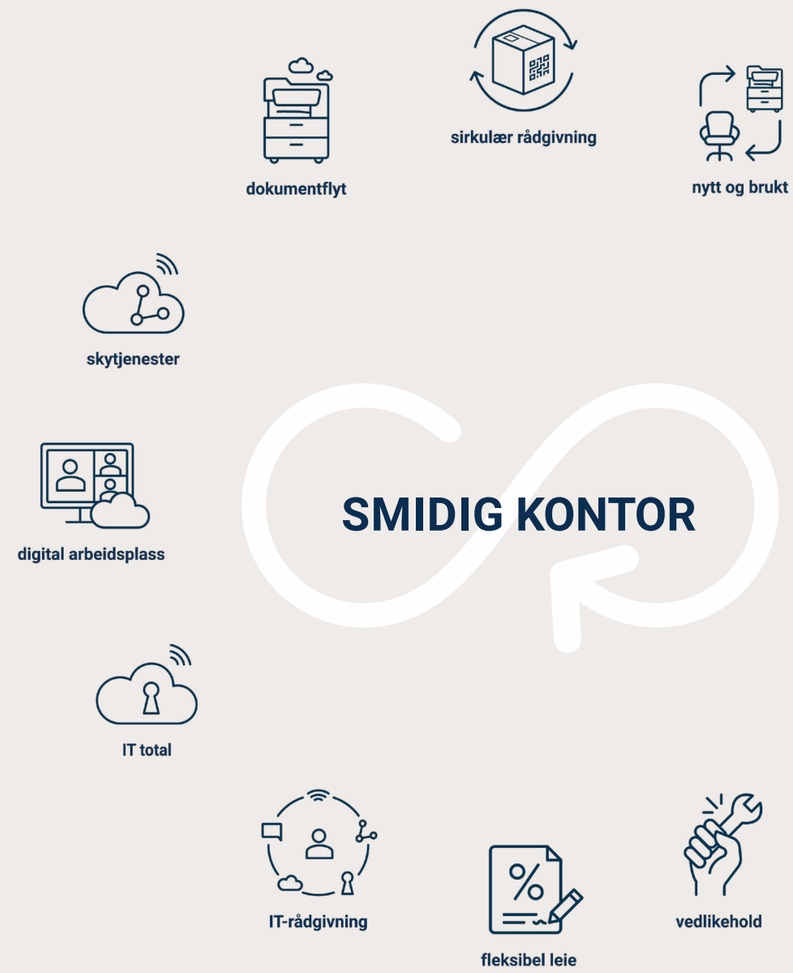








VÅR SIRKULÆRE TJENESTEPARAPLY



GRI-INDIKATORER: 2-6



VIRKSOMHETSSTYRING OG STYRETS ROLLE

Styrets arbeid, sammensetning og nominering

De bestemmende organene i Lindbak er styrene i Lindbak Interiør AS, Lindbak Office AS og Lindbak IT AS. For å sikre langsiktighet og stabilitet er det viktig med god eierstyring og involvering fra styret knyttet til forretningsmodell, verdikjeder og strategier. Føringer knyttet til selskapsstrategi, bærekraft og etisk handel settes av eierne og styret i selskapet. Ledergruppen, samt bærekraftsgruppen er ansvarlig for oppfølging av strategiene og tiltakene knyttet til dette.

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

Styrene består av ansattrepresentanter, representanter fra eiersiden og eksterne styre-medlemmer. Det foreligger ikke interessekonflikter knyttet til de eksterne representantene.

Endringen i konsernstrukturen har påvirket styrearbeidet og styresammensetningen i Lindbak sine selskaper. Styrene består av 14 medlemmer, hvorav 5 er kvinner. Krav til kjønnsfordelingen i styrene er oppfylt. Konsernledergruppen har en kvinneandel på 33 % pr 31.12.25.

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

Rollen til det øverste styringsorganet

Hvert tredje år legger konsernledelsen, sammen med styret og deler av den øvrige ledelsen, treårsplaner for virksomheten. Styret setter i samråd med daglig leder retningen, men det er konsernledelsen som utarbeider den faktiske strategiplanen. I disse prosessene ser vi på verdiene og forretningsideen for å sikre at kart og terreng stemmer overens. Målene knyttet til bærekraftig utvikling, herunder miljø, økonomi og sosiale forhold, utarbeides også i fellesskap med styret i selskapet. Rollen til styret er å ha tilsyn med at ledelsen ivaretar dette på best mulig måte. Gjeldende treårsplan går fra 2025 til 2027.

Delegering av ansvar og kollektiv kunnskap for å håndtere påvirkninger

I de strategiske vedtakene gjort av styrene i selskapene er bærekraft satt som et av de strategiske ankerene som selskapet skal styre etter. Ansvaret for å gjennomføre vedtakene er delegert til ledelsen i selskapene og konsernledelsen.

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

Kollektiv kunnskap i øverste styringsorgan

Styrene består av medlemmer med relevant erfaring, og det forventes at medlemmene i lys av sitt verv tilegner seg kompetanse innenfor bærekraftig utvikling på eget initiativ. I tillegg tilegnes kompetanse gjennom bærekraftsarbeidet som styrene er involvert i. Styremedlemmene oppfordres også til å gjennomføre de interne kursene som er utviklet av Lindbak innenfor bærekraftig utvikling, samt kurs som tilbys via partnere som f.eks. Etisk Handel Norge. Det er ikke gjort øvrige grep i regi av selskapet for å øke den kollektive kunnskapen til styrene i selskapene på bærekraftig utvikling.

Retningslinjer for godtgjørelse av styret, eiere og ledelse

Ansatterepresentanter og eksterne medlemmer av styret mottar styrehonorar. Eiernes representanter i styret honoreres ikke økonomisk.

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

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

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

STYRET

LINDBAK AS

Morten Lindbak, 66 år	37 år i Lindbak
Tore Lindbak, 71 år	42 år i Lindbak

LINDBAK OFFICE AS

Jan Petter Lindbak, 43 år	14 år i Lindbak
Victoria Lindbak, 38 år	1 år i styret
Tone Larsen, 43 år	1 år i styret
Per Øivind Gundersen, 61 år	1 år i styret
Marius Olsen, 43 år	1 år i styret
Morten Lindbak, 66 år	37 år i Lindbak
Gisken Stubsjøen Storås, 29 år	2 år i Lindbak

LINDBAK INTERIØR AS

Per Olav Monseth, 47 år	1 år i styret
Erik Mikalsen, 60 år	1 år i styret
Sissel Hartley, 40 år	1 år i styret
Elsa Mari Rye-Holmboe, 58 år	1 år i styret

LINDBAK IT AS

Jan Petter Lindbak, 43 år	14 år i Lindbak
Mats Thorvaldsen, 43 år	14 år i Lindbak
Jon Ragnar Viggen, 43 år	2 år i styret

BÆREKRAFTSGRUPPEN

Andreas Lotterud	IT-rådgiver
Bjørn Reidar Lehn	Logistikksjef Trondheim
Ingunn Laugen	CMO
Jan Petter Lindbak	Administrerende direktør
Monica Hagen	Fagansvarlig regnskap
Simon Kahn	Fagleder kaffe
Simon Morseth	Salgsdirektør Interiør
Stine Geving	Digital markedsfører og bærekraftskoordinator

GRI-INDIKATORER: 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16, 2-17, 2-19, 2-20, 2-21

DET VESENTLIGE

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

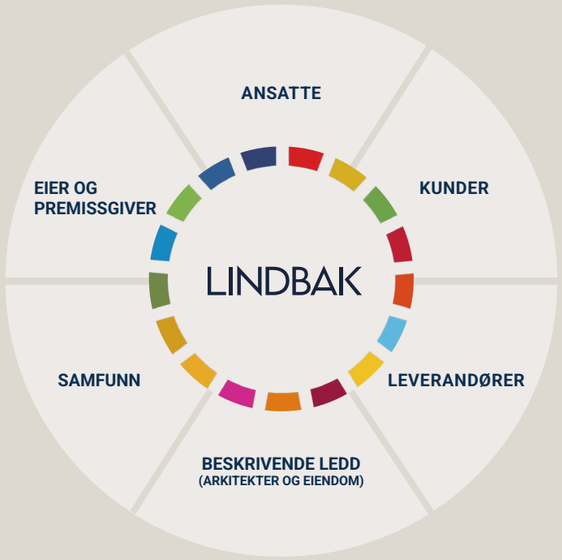
Vesentlighetsanalysen så nærmere på hvordan Lindbaks omgivelser tilnærmer seg bærekraftig utvikling og hvor Lindbak har størst mulighet til påvirkning innen dimensjonene sosiale-, økonomiske- og klima- og miljømessige forhold. Vi analyserte også hvilke forventninger Lindbaks interne og eksterne interessenter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

I 2025 evaluerte vi vår tilnærming til vesentlighetsanalysen og hvilke målsetninger vi har satt oss. I denne prosessen involverte vi bærekraftsgruppen og våre bærekraftsambassadører som er sentrale personer i selskapet innen logistikk, drift, salg, HR, innkjøp, økonomi, service og marked.

VÅRE INTERESSENTER OG STATUS

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

Vi fortsetter arbeidet med å gjennomføre en dobbel vesentlighetsanalyse som krav i de europeiske rapporteringsstandardene (ESRS[9]) under bærekraftsdirektivet CSRD[10]. I denne prosessen opparbeider bærekraftsgruppen faglig innsikt gjennom deltakelse på relevante seminarer og webinarer. I tillegg til dialog med rådgivnings- og revisjonsselskapet BDO AS for å sikre at vår tilnærming er i tråd med beste praksis. Gjennom en workshop har bærekraftsambassadørene bidratt med viktig innsikt som har vært sentral i utarbeidelsen av vår dobbel vesentlighetsanalyse.



9) European Sustainability Reporting Standards
10) Corporate Sustainability Reporting Directive

INTERESSENTDIALOG 2025

	HVORFOR VI ENGASJERER	HVORDAN VI ENGASJERER	HVA HAR DE VÆRT OPPTATT AV I 2025	HVORDAN VI HAR RESPONDERT I 2025
ANSATTE	Engasjerte og kompetente ansatte innebærer en direkte og positiv effekt på vår bunnlinje.	• Pulsmålinger • Utviklingssamtaler • Kompetanseutvikling • Intranett • Sosiale medier • Foredrag og seminarer • Interne kampanjer • Workshops • E-læring	• Utvikling og kompetanseløft • Hvordan hjelpe våre kunder til bærekraftig omstilling gjennom våre bærekraftstjenester • Helse og sikkerhet • Etiske retningslinjer	• Strukturert oppfølging av resultater og forbedringsområder fra pulsmålinger • Et bredt tilbud om kurs og øvrig kompetanseutvikling • Vi bryr oss - Mental helse • Sikkerhetsmåned
EIERE / PREMISSGIVERE	Eier og premissgivere sine råd og beslutninger er avgjørende for vår virksomhet.	• Styremøter	• Etterlevelse av retningslinjer, standarder og beslutninger	• Avholdelse av styremøter
KUNDER	Kundene skal oppleve at vi skaper verdi gjennom å tilby rådgivning, tjenester og produkter som bidrar til økt effektivitet og trivsel. De skal oppleve at vi bistår de med å lykkes innenfor sirkulære omstillinger	• Løpende dialog med kundekontakter • Dialogkonferanser • Månedlige KTI - kundeundersøkelser • Tilbudsprosesser • Kundeleveranser • Nettsider • Sosiale medier • Nyhetsbrev • Webinarer og seminarer • Kundeportaler	• Etiske retningslinjer • Økt fokus på CO2 beregninger og klimaregnskap • Gjenbruk og ombruk • Personvern og datasikkerhet	• Tilgjengeliggjøre informasjon om tjenester, grønne valg og datasikkerhet i materiell og nettsiden • Større fokus på å dele kunnskap via fagdager og fagarenaer, sosiale medier og nyhetsbrev • Økt grad av rådgivning og rapportering
SAMFUNN	Samarbeid og involvering med sentrale samfunnsaktører er viktig for å være tett på samfunns- og næringsliv. Vi skal drive en sunn forretning der vi er lokalisert, og bidra aktivt inn i det lokale samfunnet vi er en del av.	• Deltakelse i ulike næringsforum	• At vi erkjenner vår påvirkning som en stor næringslivsaktør og at vi opprettholder en høy etisk standard i vårt arbeid	• Vi bidrar økonomisk lokalt til idrettslag og foreninger og nasjonalt til barnekreftforeningen
BESKRIVENDE LEDD (ARKITEKTER / EIENDOM)	Samarbeid og involvering med beskrivende ledd skaper gode løsninger for våre kunder	• Møter og løpene dialog • Samarbeidsavtaler • Frokostmøter og workshops • Leverandørturer	• Samarbeid og støtte til lokalt og nasjonalt samarbeid • Sirkulære prosesser og tjenester • Gjenbruk og ombruk	• Vi har gjennomført flere frokostmøter med kunnskapsløft på grønt valg og gjenbruk • Vi har i samarbeid med produsenter arrangert studieturer med fokus på bærekraftig produksjon

GRI-INDIKATORER: 3-1, 3-2, 2-26, 2-29



BÆREKRAFTSVISJON

VI SKAL BIDRA TIL EN BÆREKRAFTIG FREMTID PÅ NORSKE ARBEIDSPLASSER

EVALUERING AV VESENTLIGHETSANALYSE

Lindbak har en forretningsplan som innebærer salg av varer som kan påvirke negativt, kanskje særskilt på miljøaspektet. Det er også en risiko knyttet til leverandørkjedene med tanke på arbeidsforhold, rett til organisering, m.m. Vi spiller en viktig rolle på våre 25 lokasjoner for våre ansatte, kunder, leverandører og samarbeidspartnere. De viktigste temaene i interessentdialogen i 2025 har vært temaer som gjenbruk, bærekraft etter EU-krav, EUs avskogingsforordning og konsekvenser av sikkerhetsrisiko i en urolig verden.

Kundene bekrefter at de i større grad ønsker å kjøpe produkter som beviselig er mer miljøvennlige, og etterspørselen etter brukte produkter øker. Kunder ser også gevinster av å ha god detaljert oversikt over hvilke møbler de har for å ta gode beslutninger på vedlikehold, gjenbruk, resirkulering og nyanskaffelser. I 2025 er klimapåvirkning, sirkularitet og gjenbruk, produktstandardisering for bruk i flere år, rettferdig handel, sporbarhet og datasikkerhet temaer som mange av våre interessentgrupper har fattet økende interesse for. Vi opplever også at våre fagressurser og bærekraftsambassadører oftere inviteres inn i forum for å dele kunnskap om sirkulære tematikker og datasikkerhet. Eksempler på forum er Direktoratet for forvaltning og økonomistyring, Etisk handel Norge, Nasjonal Sikkerhetsmyndighet, lokale næringsforeninger og eventer med kunder.

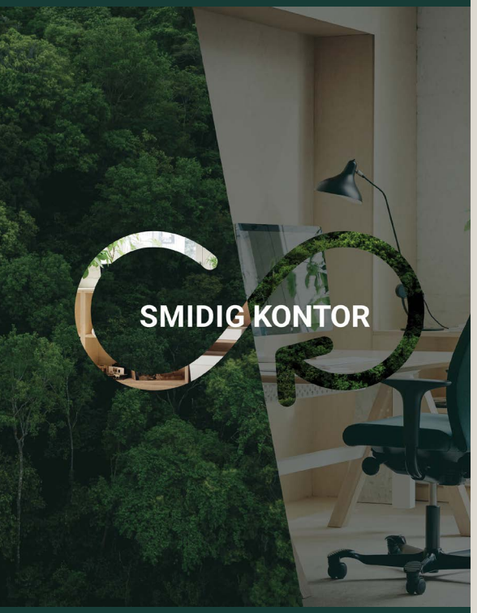
Konklusjonen til bærekraftsgruppen er at vi i 2025 viderefører vesentlighetsanalysen fra 2020 med prioritet 1 og 2 fra 2022, basert på hva vi har evaluert som det vesentligste for våre interessenter, hva vi har størst mulighet til å påvirke – og funn i den foreløpige vesentlighetsanalysen. Tematikk med prioritet 1 er vektlagt i rapporteringen av vårt bærekraftsarbeid, og er delt inn i kapitlene **GRØNNE VALG, LINDBAK+MEG** og **VI BRYR OSS.**

VESENTLIGHETSANALYSE

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

MÅLSETNING BERØRT I VÅR VESENTLIGHETSANALYSE





HVA BETYR SMIDIG KONTOR FOR OSS?

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

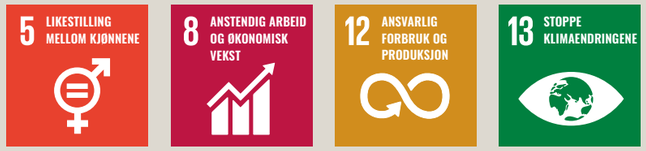
Våre tjenester og vår metodikk gir kundene full frihet til å tilpasse antall kontorplasser og annet utstyr, på en enkel måte. Målet er legge til rette for at det skal være enkelt å gjøre gode miljøvalg i alle anskaffelser.

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

VÅR BÆREKRAFTSTRATEGI

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

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



ROBUSTHET I FORRETNINGSMODELLEN

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

Denne visjonen forplikter oss til å løpende endre forretningsmodellen, og gjennom 2025 har vi økt fokuset betraktelig på vårt tjenestespekter knyttet til bærekraftige arbeidsplasser. Vi har i 2025 jobbet videre med kompetanseløft og gjennomført samlinger både for våre bærekraftsambassadører, og for resten av organisasjonen. Vår bærekraftsvisjon skal være en del av selskapets DNA, og tematikken og tiltakene er øverst på dagsorden i alle sammenhenger. Strategien til selskapet er å gå fra en ren varesalgsbedrift til å levere varer og tjenester. Sentralt i denne strategien ligger vårt tjenestekonsept LINDBAK smidig kontor, som er tuftet på målsetningen om å skape mer effektive, trivselsøkende og bærekraftige arbeidsplasser.

Vi ønsker å gi kundene våre de beste rådene for å optimalisere sine kontorløsninger, da er vi avhengige av innsikt i hva som er viktig for kunden og hva kunden ønsker å få ut av sitt kontor. Med våre Smarte kontor-tjenester kan vi gi kunden datadreven innsikt som danner beslutningsgrunnlag for å optimalisere bruksmønsteret på kontoret. I 2025 samlet vi inn sensormålinger for våre kunder fra 1,4 millioner dager fra over 3700 arbeidsplasser og over 200 møterom i tillegg har vi innsikt fra 130 000 bookinger. I sum gir dette konkret og objektiv innsikt i faktiske behov på arbeidsplassen. Vi vet at den mest bærekraftige arbeidsplassen og møterommet er det som faktisk blir brukt og som passer oppgaven som skal løses.

Vi tar et ansvar for at kunden kan ha et bedre fokus på miljø og gjenbruk gjennom flyttetjenester, gjenbruksordninger og vedlikeholdsavtaler. Tjenestene skal bidra til å gi kundene en enkel metode for å redusere klimaavtrykket i sine prosjekter, både små og store. Vi vet at sirkulære prosjekter kan være komplekse derfor ta vi vår rolle på alvor for å gjøre sirkulære prosjekter gjennomførbare.

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

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-22, 201-2

VÅRE MÅLSETNINGER OG STATUS 2025

5 LIKESTILLING MELLOM KJØNNENE

Resultatmål: Styrke kvinners stilling i samfunnet

Delmål:
- Vi har en målsetning om 50 % kvinneandel i lederstillinger og 50 % i salgsroller
- Vi skal aktivt fremme kvinners rettigheter i leverandørleddet

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

STATUS

Kvinneandel salg: 56 % (56 % i 2024)
Kvinneandel lederstilling: 25 % (29 % i 2024)
Kvinneandel konsernledelsen: 33 % (25 % i 2024)

Risikokartlegging av 30 leverandører, inkludert vurdering av risiko knyttet til kvinners rettigheter.

Samtaler med bl.a. kvinner hos kaffeleverandør i Honduras og hos sømleverandør i Romania.

8 ANSTENDIG ARBEID OG ØKONOMISK VEKST

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

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

Tiltak:
- Vi skal følge Etisk Handel Norge sin veiledning for egen innsats for etisk handel

STATUS

Vi har levert Etisk Handel Rapport for femte gang.

Vi har gjennomført sosial dialog på interiør og kaffe (Romania og Honduras).

Vi har foretatt aktsomhetsvurdering av 30 leverandører i 2025 mot 25 i 2024. Ved årsskiftet var det ingen åpne saker innenfor den vesentlige leverandørporteføljen.

12 ANSVARLIG FORBRUK OG PRODUKSJON

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

Delmål:
- Vi skal tilby produkter fra produsenter som innfrir våre kunders krav og vi skal utfordre våre leverandører på sertifikater, merking mv. for å endre innkjøpsmønstre. Målet er å øke salg av type 1 sertifiserte produkter og produkter med EPD.
- Målet er videre å bistå kundene i å redusere utslipp gjennom ombruk og gjenbruk

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

STATUS

I 2025 hadde 40 % av solgte produkter fra våre mest vesentlige leverandører CO2-ekvivalenter.

Vi har i 2025 bistått 184 kunder på interiør med å redusere utslipp gjennom ombruk, vedlikehold og gjenbruk.

Vi har hatt fysiske og digitale dialoger med alle våre vesentlige leverandører og interessenter i 2025.

13 STOPPE KLIMAENDRINGENE

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

Delmål:
- Kilowattforbruket per m^2 skal reduseres med 20 % innen 2030
- Innen 2030 skal bilparken være klimavennlig (elektrisk, biodrivstoff e.l.)**
- Vi skal redusere drivstofforbruket med 10 % årlig i prosent av omsetningen
- Vi skal redusere våre reiseutslipp med 20 % ila. 5 år (måleperiode 2024 - 2029)
- Vi skal ha en sorteringsgrad på 90 %

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

STATUS

Vi har 16 % reduksjon i klimagassutslipp.

Vi har redusert kilowattforbruk pr m2 med 4,5 %

23,6 % av bilparken er klimavennlig (20,4 % i 2024) I større byer er andelen klimavennlige biler 45,7 %

Vi har i 2025 redusert drivstofforbruket med 25 % målt opp mot omsetning.

Vi har siden 2024 redusert reiseutslipp med 30 % mål mot omsetning.

Vår sorteringsgrad var 75,32 % i 2025

80 % gjennomføringsgrad Motimate

100 % rapportering Miljøfyrtårn

*Måles fra 2022 og opp mot omsetning per år
**Gjelder større byer, med mål om bruk av el, biodrivstoff eller tilsvarende. Videre biler med nyeste godkjente motorstandard og fokus på lang levetid.
***Energivennlige bygg er definert som BREEAM-sertifiserte bygg, eller bygg som holder moderne bygningskrav.

GRØNNE VALG

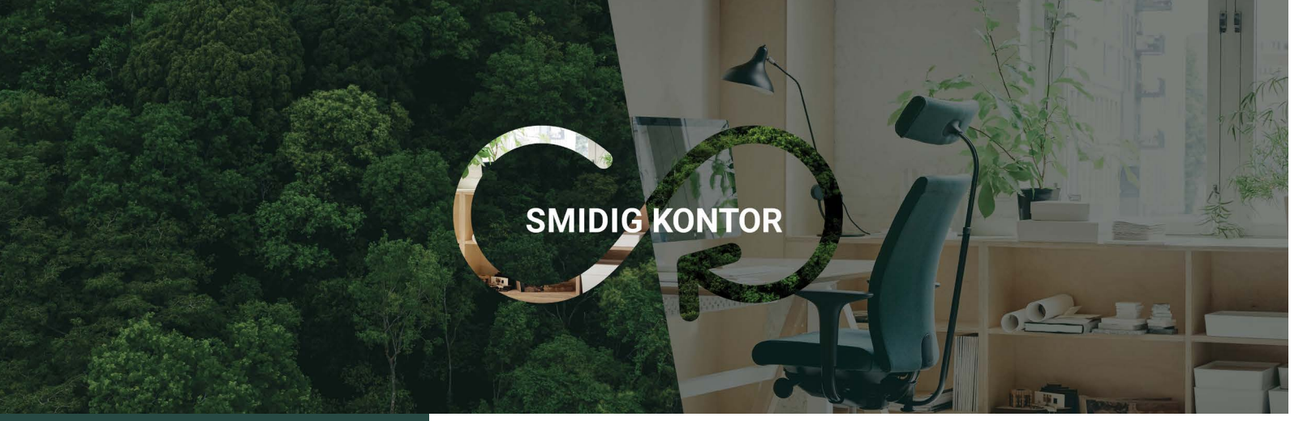
03

SIRKULARITET, KLIMA OG MILJØ

Produktdesign, materialbruk og sirkularitet **28**

Salgspraksis og produktmerking **30**

Reduksjon av avfall og klimagassutslipp **32**



VÅRE MÅLSETNINGER

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

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

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

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

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

PRODUKTDESIGN, MATERIALBRUK OG SIRKULARITET

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

HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

Lindbaks arbeid og mål med å sikre ansvarlig forbruk og produksjon er noe av de viktigste direkte bidragene vi kan gjøre. Både interne og eksterne interessenter har i interessentdialog av 2025, gitt tilbakemelding om at dette arbeidet øker i viktighet fremover. Vi ser i 2025 et økt behov for å kunne tallfeste klimaavtrykk på innkjøp av varer og tjenester, og veilederen til DFØ[11] om klimavennlige og sirkulære innkjøp underbygger viktigheten av å legge til rette for dette. Vi ser at klimaavtrykk knyttet til bruk av digitale tjenester og utstyr også har blitt mer etterspurt det siste året.

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

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

VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

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

Dette er en visjon som forplikter og som er rotfestet i konsernets strategiske retningslinjer og tiltak. For Lindbak vil det si at det blant annet er lagt retningslinjer knyttet til kompetanseheving, salg av sirkulære tjenester og valg av iboende mer miljøvennlige produkter.

11) Direktoratet for forvaltning og økonomistyring

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-23, 2-24, 2-25

Lindbak har som ambisjon om å tilby tjenester som understøtter bærekraftsvisjonen og strategien. I 2025 har vi jobbet aktivt med mange av våre kunder med tjenester som bidrar til at deres innkjøp er mer sirkulære og grønne. Vi har gjennomført både digitale og fysiske samlinger med ansatte, hvor konkrete kundecaser og behov knyttet til sirkularitet, gjenbruk og grønne innkjøp har blitt diskutert.

Sentralt i sirkulære prosjekt står vårt egenutviklede verktøy Register. Register bidrar til samhandling mellom sentrale parter, mellom nytt og brukt og på den måten sikrer en felles oversikt i prosjekter. Dette opplever vi og kundene som helt sentralt for å lykkes med å redusere klimaavtrykket. Vi snakker om dokumenterbar bærekraft, vi skal ikke bare støtte kundene mot gode valg, vi skal også kunne dokumentere effekten på kort og lang sikt. I et prosjekt med kunde hvor kunde skulle samlokalisere to lokasjoner, lyktes vi med å spare 46 566 kg CO2-ekvivalenter og 4 749 229 kr.

Vi har sirkulære IT-tjenester, inkludert løsninger for kjøp og salg av brukt IT-utstyr og fleksible leiemodeller for PC-er. Vi opplever en reduksjon i antall solgte brukte PC-er. De brukte PC-ene blir i stedet leid ut, på utleie har vi en økning på 27 %

MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

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

Vi har i 2025 bistått 184 kunder på interiør med å redusere utslipp gjennom ombruk, vedlikehold og gjenbruk.

Parallelt med at produsentene våre klarer å gi oss bedre dokumentasjon på materialbruk og CO2-avtrykk, jobber vi aktivt med å digitalisere data som gjør at vi kan styre etter enda flere måleparameter. Vi har rapportert på type 1 og CO2-avtrykk for utvalgte kunder i 2025, og sikret bedre datakvalitet i ERP-systemet vårt. Vi har fortsatt en vei å gå før vi har god nok datakvalitet til å rapportere på alt salg. Dette arbeidet fortsetter videre i 2026.

KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

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

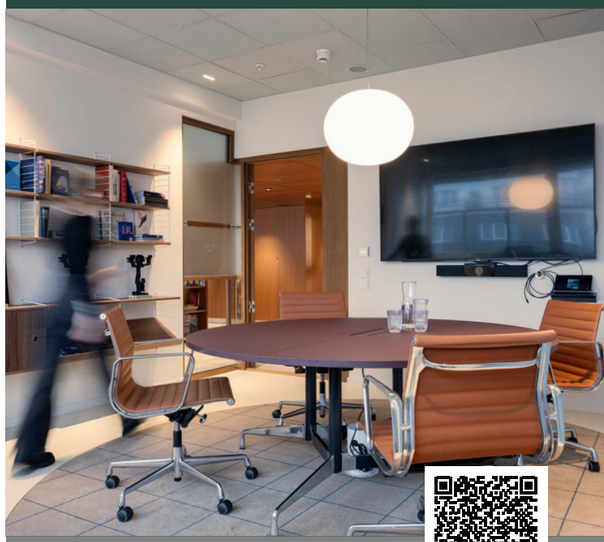
I tillegg gjennomføres det temaspesifikke kompetanseløft på de forskjellige tjenestene med jevne mellomrom for å løfte det interne kompetansenivået.

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



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

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



OSLO

I etablering av nytt hovedkontor i Oslo har Cappelen Damm, i samarbied med Lindbak, gjennomført en helhetlig satsing på sirkulær kontorinnredning. Gjennom gjenbruk, ombruk og oppgradering av eksisterende møbler ble hele 51 % av leveransen sirkulær. Vi utførte rehabitilering av kontorstoler, omtrekk av møbler, oppgradering av bord samt kjøpte inn brukte kvalitetsmøbler. Prosjektet inkluderte også håndtering av overskuddsmøbler gjennom gjenbruk, donasjon og materialgjenvinning.

Skann QR-koden for å lese mer om prosjektet.



GRØNT VALG
TYPE 1 SERTIFISERTE PRODUKTER

Vår ambisjon er å gjøre det enkelt å handle bærekraftig. Lindbak har klassifisert produkter med miljøsertifisering av type 1 som et GRØNT VALG. Merker med type 1- dokumentasjon er Svanemerket, EU Ecolabel, Blå Engel eller Möbelfakta.

Mer informasjon om GRØNT VALG og type 1 dokumentasjon finner du på Lindbak.no.



GREEN FRIDAY

Vårt svar på Black Friday er GREEN FRIDAY – en dag vi ønsker å påminne kundene om at gode valg gjør en forskjell. Dagen brukes til å gi innsikt og kunnskap om gjenbruk, vedlikehold og redesign. Kunder kan besøke våre showroom for å lære mer om Register og hvordan man forlenger levetiden på møbler og andre produkter, samtidig som de får oppleve Lindbak-kaffen.

SALGSPRAKSIS OG PRODUKTMERKING

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

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

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

VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER
Vi vil sikre at de produktene vi selger er så miljøvennlige som mulig derfor fortsatte vi i 2025 jobben med å klassifisere og sortere alle produktene og produkttypene etter EPD-verdier. EPD (Environmental Product Declaration) er en måte å standardisere og systematisere tall for ulike miljø- og klimaparametere på en objektiv måte, slik som CO2-ekvivalenter, energiforbruk, resirkulerte og resirkulerbare materialer. Tallene brukes til å gi en forståelse av hvilken miljøbelastning et produkt gir. Deklarasjonen er iht. ISO 14025 standard.

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

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

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

Vi jobber mot at kunder enkelt skal finne produkter med EPD-deklarasjoner og type 1-miljødokumentasjon via vår nettside. I 2025 har vi tilgjengeliggjort EPD-verdier, og gyldig dokumentasjon på flere EPD-deklarerte og type 1-sertifiserte produkter.

Gjennom Smidig kontor-tjenestene **Nytt og brukt** og **Gjenbruk på nett**, har kundene våre mulighet til å handle brukte møbler via Lindbak.no. Våre gjenbruksprodukter har varemerket Lindbak:RE og ble tilgjengeliggjort på våre nettsider i 2021. Vår nettbutikk har egne kategorier for brukte produkter og innført en tydelig gjenbruk-tag som gjør det enklere å finne de brukte alternativene. Sammen gjør vi det enda enklere å handle brukt.

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

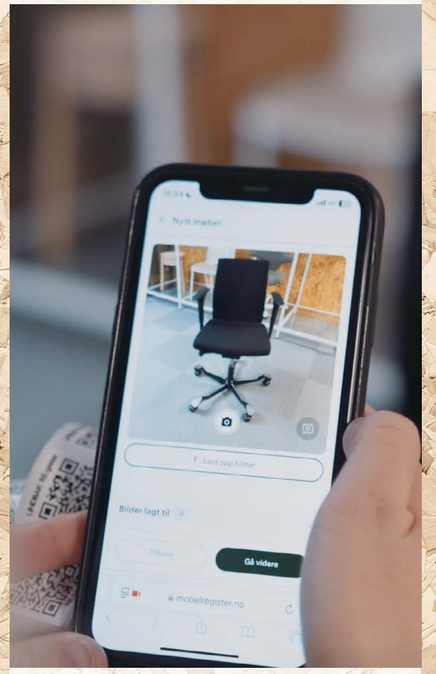
MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT
Vi har satt oss som mål å tilby produkter fra produsenter som innfrir våre kunders krav. Dette innebærer blant annet å utfordre våre leverandører på sertifikater, merking mv. for å dreie innkjøpsmønsteret. Spesielt ønsker vi å øke andelen solgte produkter med type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

Vi har i 2025 arbeidet med å forbedre datakvaliteten i vårt ERP-system, slik at vi i større grad kan måle og følge opp parameterne. I 2025 var 16,5 % av vårt interiørsortiment registrert med CO2-ekvivalent i vårt ERP-system. Av disse hadde 61,1 % data basert på verifiserte EPD-er, mens resterende er basert på estimerte CO2-ekvivalent. Disse varene utgjorde ca 40 % av interiøromsetningen for 2025. Pga. for dårlig datakvalitet har vi derimot måttet avvente med rapportering på andel salg av type 1 sertifiserte produkter.

KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET
Det ble i 2025 gjennomført interne allmøter med tematikk som EPD-deklarasjoner, grønne valg og Lindbak:RE, Register og bærekraftig IT. Register er vår digitale løsning som skal gi kundene oversikt, innsikt og kontroll over møblene de har. Kunnskapen ble løftet internt i ulike lokale forum fysisk og digitalt, samt videre i kundemøter, interessentseminar, sosiale medier og nyhetsbrev.

Vi har også delt kunnskap om grønne produktvalg i ulike lokale forum og for andre bransjeaktører som bl.a. EPD Norge. Vi markerte videre Green Friday 28. november som et alternativ til Black Friday der vi formidler gjenbruk, vedlikehold og redesign.

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-23, 2-24, 2-25, 417-1



Register er vår egen møbel-registreringsapp. Register gir oversikt, innsikt og kontroll over møbler og inventar. Plattformen gjør det enkelt å følge livsløpet til hvert produkt, inkludert vedlikehold, service og CO2-verdier, og gir et grunnlag for miljørapportering. Flere kunder har allerede tatt i bruk løsningen, og vi forventer en økning i bruk fremover.

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

Skann QR-kode for å se mer om Register.



Lindbak Helgeland og Arne Sjule AS har startet et samarbeid om transport av varer.

Gjennom samtransport av varer til destinasjoner på Helgeland har vi etablert en effektiv logistikkordning. Vi benytter ledig kapasitet på eksisterende transporter, både lokalt og på langtransport. Dette gjør at vi i stor grad unngår egne ekstra kjøreturer. Dette gir oss en mer kostnadseffektiv og bærekraftig leveransemodell, til fordel for både oss, kundene og miljøet.

13 STOPPE KLIMAENDRINGENE

VÅRE MÅLSETNINGER

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

Dette følger vi blant annet opp gjennom:

- Kilowattforbruket per m^2 skal reduseres med 20 % innen 2030
- Innen 2030 skal bilparken være klimavennlig (elektrisk, biodrivstoff e.l.)[13]
- Redusere drivstofforbruket med 10 % årlig i prosent av omsetningen
- Redusere våre reiseutslipp med 20 % på 5 år (2024-2029)
- Sorteringsgrad på 90 %

REDUKSJON AV AVFALL OG KLIMAGASSUTSLIPP

HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

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

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

VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

Styrene og ledelsen i Lindbak har satt tydelige retningslinjer på at det interne klimaavtrykket skal reduseres. Vi har definert konkrete målsetninger knyttet til forbruksreduksjon av drivstoff i Scope 1, energisparende tiltak i Scope 2, og reduksjon i reisevirksomhet og forbedring i gjenvinningsgrad på avfall i Scope 3. Våre målsetninger er i tråd med Parisavtalens mål og vi vil i 2026 forplikte oss til SBTi (Science Based Targets initiative) sine mål om å aktivt redusere klimagassutslipp.

Med 25 lokasjoner i hele Norge har vi et ansvar for å minimere klimaavtrykkene i byggene vi leier eller eier. Vi har over de siste årene sett en reduksjon i vårt forbruk av elektrisitet og fjernvarme, som et direkte resultat av vårt fokus på å blant annet å velge bærekraftige lokaler for vår drift, men også for samlokaliseringen av våre lagre til et større sentrallager i 2024. I 2025 har vi samlokalisert våre kontorer for teknologi, kaffe og interiør i Oslo.

I Helgeland har Lindbak funnet en samtransportpartner i Arne Sjule AS. Sammen benytter vi ledig kapasitet på eksisterende transporter både lokalt og på langtransport. Dette gir oss en mer kostnadseffektiv og bærekraftig leveransemodell som vi ønsker å få til flere steder i landet.

MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

Lindbak har brukt definisjonene for Scope 1 til 3 fra Greenhouse Gas Corporate Standard (GHG-protokollen) ved utarbeidelsen av klimaregnskapet for 2025.

Klimautslipp fra vår bilpark utgjør en stor del av vår direkte utslippspåvirkning. Et viktig mål er å redusere andelen fossildrevne kjøretøy i vår bilpark. Andelen nullutslippskjøretøy i selskapet har økt fra 21,2 % i 2024 til 23,6 % i 2025. I store byer[12] har tallet gått fra 33,3 % til 45,7 %. Endringen i bilparker har redusert vårt utslipp fra fossildrevne kjøretøy med -1,5 % sammenliknet med 2024. Forbruket ved lading av våre elektriske kjøretøy på eksterne ladestasjoner viser et utslipp på 13,69 tonn CO2 mot 0,92 i 2024. Fra 2024 har våre samarbeidspartnere på transport gitt oss bedre underlag til rapportering av våre klimautslipp. De transporterer varer mellom sentrallager og avdelingskontorer, dette er en noe vi ikke har hatt innsikt i tidligere da transporten normalt gjøres av produsentleddet. 2025 var et år med mye aktivitet og mange store prosjekter, likevel har vi redusert klimagassutslipp knyttet til varetransport på 18 % fra 2024.

Vi har satt oss som mål at kilowattforbruket per kvadratmeter skal reduseres med 20 % innen 2030. Vi har en nedgang i kilowattforbruket på 24 % siden 2022. Dette er effekten av samlokalisering av kontorer og lager og en reduksjon av avdelingskontorer. Mye av kilowattforbruket er til oppvarming av bygg, variasjoner i været fra år til år vil gjøre utslag på forbruket vårt.

Vårt mål er å ha en gjenvinningsgrad på 90 % innen 2030. Hovedandelen avfall kommer fra papir, papp, kartong, EE-avfall og treavfall. I 2025 har vi en lavere sorteringsgrad enn tidligere. Dette skyldes store enkeltprosjekter og utfordringer med å få levert avfall sortert fra disse. Sorteringsgraden har nasjonalt gått ned fra 83,7 % i 2024 til 75,32 % i 2025. Dette målet er noe vi erkjenner at vi må jobbe ekstra med fremover, hovedsakelig når det kommer til sortering på de store prosjektene. Sorteringsgraden er forbedret i flere byer, blant annet Bergen som har gått fra 77,3 % i 2024 til 80,8 % i 2025.

KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

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

Vårt mål er at kvalitetsprodukter med lang levetid skal brukes om igjen. Med ett kontaktpunkt ønsker vi å gjøre gjenbruk enklere og mer tilgjengelig. Sammen med noen av Norges største aktører på gjenbruksmøbler skal vi bidra med å redusere klimaavtrykkene.

Miljøfyrtårn®

RAPPORTERINGSANDEL:

2025 - 100 %
2024 - 100 %
2023 - 100 %

TREFADDER
Karbonfangst med norsk klimaskog

1825 m² plantet skog
146 t. forventet CO_2 fangst

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-23, 2-24, 2-25, 305-1, 305-2, 306-1, 306-3

12) Storbyer defineres her som Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger og Tromsø

KLIMAUTSLIPP

CO_2E/MILLION NOK OMSETNING

2025
0,36 tonn

2024
0,48 tonn

2023
0,55 tonn

2022
0,51 tonn



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

FORHOLDSTALL
Lindbak har brukt definisjonene for Scope 1 til 3 fra Greenhouse Gas Corporate Standard ved utarbeidelsen av klimaregnskapet.

Kristeriene er offentlig tilgjengelig på ghgprotocol.org

KLIMAREGNSKAP

Beregnet i tonn CO_2e

	2022	2023	2024	2025
SCOPE 1 Direkte utslipp	**300,77**	**287,07**	**271,13**	**269,62**
Drivstoff beregnet per kjøretøy[13]				
Bensin beregnet fra kjøpte liter (årlig)[13]	24,51	24,02	30,82	11,05
Diesel beregnet fra kjøpte liter (årlig)[13]	276,26	263,04	240,31	258,57
SCOPE 2 Indirekte utslipp(lokasjonsbasert)	**44,97**	**57,38**	**49,93**	**47,67**
Elektrisitet[14]	16,48	29,84	24,84	20,88
Fjernvarme[14]	28,34	27,29	24,17	13,10
Fjernkjøling[14]	0,06			0,00
Elektrisitet (Personbil/Varebil)[14]	0,091	0,254	0,92	13,69
SCOPE 3 Andre utslipp	**142,72**	**219,55**	**194,81**	**193,85**
Km-godtgjørelse fossile kjøretøy[16]	31,02	99,11	101,80	56,01
Flyreiser[17]	83,33	92,84	57,26	89,83
Utgående frakt, underleverandører[19]	3,32	3,60	1,26	21,34
Utgående og inngående frakt underleverandører[18]			9,07	3,06
Restavfall til forbrenning[19]	0,76	1,51	1,18	1,95
Restavfall til ettersortering[19]	2,73	1,42	0,55	0,81
Organisk avfall (matavfall mm)[19]	0,03	0,03	0,03	0,03
Treavfall[19]	2,70	2,15	2,17	2,61
Papir, papp og kartong[19]	11,89	12,07	10,68	11,94
Metall (ikke emballasje)[19]	0,43	0,59	0,8	0,73
Glass (ikke emballasje)[19]	0,01	0,01	0,01	0,01
Glass- og metallemballasje[19]	0,01	0,00	0,00	0,00
Plast[19]	0,52	0,35	0,57	0,45
Møbler og inventar[19]	0,00	0,00	0,00	0,01
EE-avfall[19]	5,95	5,86	9,39	5,09
Masser og uorganisk materiale[19]	0,00	0,00	0,00	0,00
Batterier[19]	0,00	0,00	0,00	0,00
Farlig avfall[19]	0,02	0,02	0,03	0,00
SUM SCOPE 1, 2 OG 3	**488,45**	**563,99**	**515,87**	**511,14**

GRI-INDIKATORER: 305-1, 305-2, 305-3, 306-1, 306-3

AVFALL

580,12
TONN TOTALT

2024 - 551,68 tonn
2023 - 541,75 tonn
2022 - 546,04 tonn

24,68 %
RESTAVFALL
143,12 TONN

2024 - 16,02 %
2023 - 23,50 %
2022 - 20,34 %

75,32 %
GJENVUNNET AVFALL
436,93 TONN

2024 - 83,71 %
2023 - 76,37 %
2022 - 79,53 %

0,00 %
FARLIG AVFALL
0 TONN

2024 - 0,27 %
2023 - 0,13 %
2022 - 0,13 %



AMBISJON:
GRØNN TRANSPORT INNEN 2030

Andel elektriske kjøretøy totalt
23,6 %

Andel elektriske kjøretøy i storbyer [13]
45,7 %
2024 - 33,3 %
2023 - 34,2 %

1,0 %
REDUKSJON
I DIREKTE UTSLIPP
FRA 2024 TIL 2025
TOTALT I LINDBAK

13. Drivstoff beregnet etter faktisk kjøpte liter med omregningsfaktor fra Miljøfyrtårn. Historiske tall er endret i forhold til faktorendringer hos Miljøfyrtårn
14. Forbruk per lokasjon med omregningsfaktor fra Miljøfyrtårn. Lokasjonsbasert beregning. Historiske tall er endret i forhold til faktorendringer hos Miljøfyrtårn
15. Forbruk av elektrisitet til person- og varebiler ved eksterne ladestasjoner. Omregningsfaktor fra Miljøfyrtårn. Historiske tall er endret i forhold til faktorendringer hos Miljøfyrtårn
16. Kilometergodtgjørelse for ansattes tjenestereiser er hentet fra lønnssystemet og beregnet etter Miljøfyrtårns utslippsfaktor.
17. Aggregert fra kilo CO_2 per flyreise fra TRAVELNET Reisevarehuset.
18. Utgående og innkommende frakt fra Bring og Schenker (Nå DSV) som står for hovedmengden av transport. Basert på rapporter fra transportørene med deres CO_2 beregning som underlag.
19. Avfall per lokasjon er hentet fra Lindbaks Miljøfyrtårn-rapportering. Utslippsfaktor: Miljøfyrtårn. Historiske tall er endret i forhold til faktorendringer hos Miljøfyrtårn

LINDBAK

+Meg

04

OSS I LINDBAK

Ansattes engasjement, mangfold og utvikling **38**

Etterlevelse av lover og standarder for arbeidsmiljø og ansattes helse og sikkerhet **48**

VÅRE MÅLSETNINGER

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

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

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



Simon Kahn er Fagleder Kaffe i Lindbak. Han deler sin lidenskap og ekspertise gjennom Lindbak sin Kaffeskole, hvor han formidler kunskap til våre kunder. Skann QR-koden for å lære mer.

ANSATTES ENGASJEMENT, MANGFOLD OG INKLUDERING

HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

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

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

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

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

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

VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

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

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

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



Visste du at det hvert år kastes 37 000 tonn fullt brukbare kontormøbler i Norge? Med initiativet "Vi gir videre – gjenbruksdagen" ønsket vi å gjøre noe med det. Her var målet å gi brukte møbler nytt liv, skape bevissthet rundt sirkulære løsninger og bidra til at færre møbler ender som avfall. Resultatet ble en dag full av engasjement, smil og samarbeid der samfunnsansvar sto sterkt.

Skann QR-koden for å lese mer.

LINDBAK + Meg

Motiverte og engasjerte medarbeidere

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

Kunnskapsrike medarbeidere

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

Friske medarbeidere

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

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-23, 2-24, 2-25, 404-3



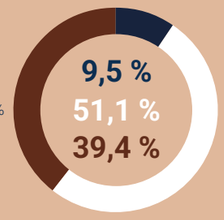
LEDENDE STILLINGER - Fordeling alder og kjønn

	2023				2024				2025			
	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%
Under 30 år	2	100 %	0	0	2	50 %	2	50 %	1	50 %	1	50 %
30-50 år	19	73 %	7	27 %	20	74 %	7	26 %	17	65 %	9	35 %
Over 50 år	12	60 %	12	40 %	14	70 %	6	30 %	18	90 %	2	10 %

GRI-INDIKATORER: 401-1, 405-1

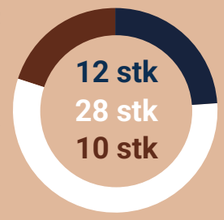
ALLE ANSATTE

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



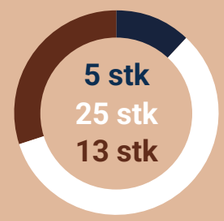
NYANSATTE - ALDER

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



TURNOVER - ALDER

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





NYANSATTE - FORDELING KJØNN

	2023				2024				2025			
	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%
Under 30 år	11	73 %	3	27 %	15	71 %	6	29 %	12	100 %	0	0 %
30-50 år	20	67 %	10	33 %	16	64 %	9	36 %	19	68 %	9	32 %
Over 50 år	6	55 %	5	45 %	8	80 %	2	20 %	7	70 %	3	30 %

TURNOVER - FORDELING KJØNN

	2023				2024				2025			
	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%	Antall	%
Under 30 år	6	67 %	3	33 %	6	86 %	1	14 %	4	80	1	20
30-50 år	15	60 %	10	40 %	17	59 %	12	41 %	16	64	9	36
Over 50 år	8	73 %	3	27 %	10	62 %	6	38 %	8	62	5	38

LINDBAK + Meg

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

LIKESTILLING

Kvinner i ledende stillinger

25,5 %

2024 - 29,0 %
2023 - 34,0 %
2022 - 35,6 %
2021 - 34,0 %

Indeks - kvinners lønn i % av menns lønn[7]

95,7 %

2024 - 97,4 %
2023 - 102,7 %
2022 - 102,3 %
2021 - 104,5 %

7) Gjennomsnittlig brutto årslønn eksklusiv bonuser og provisjoner.

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

Lindbaks definisjon av mangfold:

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

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

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

MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

Den årlige medarbeidersamtalen i HRM-verktøyet Simployer, og et økt fokus på viktigheten av tilbakemeldinger har sikret en økning i gjennomføringsprosent på medarbeidersamtaler de siste par årene. I 2025 gjennomførte 71,0 % av våre ansatte medarbeidersamtaler.

Lindbak måler og rapporterer på likestilling og ser på kjønnsbalansen når vi rekrutterer. Rekruttering av kvinner har likevel vært utfordrende i en tid der vi har opplevd stor vekst på fagområdet Kaffe, som foreløpig er en bransje som domineres av menn. Samtidig har vi sett en økning i salg hvor kvinneandelen er på 56 % i 2025. Økning skyldes blant annet flere nyansettelser innen fagområdet interiør, et område som tradisjonelt har høy kvinneandel. Et av tiltakene er å fokusere mer målrettet på de enkelte fagområdene, og ikke bare overordnet på konsernnivå.

Det er en utfordring å finne kvinnelige ledere i en mannsdominert bransje. Vi hadde i 2025 en kvinneandel i ledende stillinger på 25,5 %, det er en nedgang fra 32 % i 2024. Vi trenger å evaluere hva andre aktører med større kvinneandel har gjort. Det er også viktig å prioritere videre arbeid med intern karriereutvikling, og at vi gjennom kompetansekartlegging og medarbeidersamtaler avdekker interesse og motivasjon for fremtidig lederansvar.

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-23, 2-24, 2-25, 405-1, 405-2

TABELLER
LIKESTILLING OG MANGFOLD I LINDBAK

KVINNEANDEL

	2023	2024	2025
Kvinner i % av alle ansatte	32,5 %	32,3 %	30,6 %
Kvinner i ledende stillinger i % av totale lederstillinger*	34,0 %	29,0 %	25,5 %
Kvinner i konsernledelsen	25,0 %	25,0 %	33,0 %

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

BRUTTO ÅRSLØNN FOR KVINNER I % AV MENN

	2023	2024	2025
Medarbeidere*	103,8 %	94,5 %	90,1 %
Ledere	106,2 %	108,8 %	99,3 %
Alle	102,7 %	97,4 %	95,7 %

* Inkl. selgere, teknikere og logistikkmedarbeidere.

STILLINGSTYPER 2025 - Fordelt på menn og kvinner



Tabell rundet av til nærmeste hele tall.

KJØNNSFORDELING
ALLE ANSATTE

97 30,6 % | **220** 69,4 %

KJØNNSFORDELING
SALG

65 56 % | **51** 44 %

KJØNNSFORDELING
BÆREKRAFTSAMBASSADØRER

11 52,4 % | **10** 47,6 %

LINDBAK + Meg

PULSMÅLING

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

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

Gjennomsnittlig PULS-score

79

2024 - 81

Vil anbefale min leder til andre

85

2024 - 84

Jeg føler meg verdsatt på jobb

75

2024 - 76

Det er sterk lagånd på arbeidsplassen vår nå

77

2024 - 78

Mange av tiltakene vi gjør for å sørge for engasjement, mangfold og inkludering er ikke nødvendigvis lett å tallfeste eller måle. Et av de målbare tiltakene er kvartalsvise pulsmålinger for å måle ansattengasjement. Gjennom 2025 hadde vi pulsmålinger med 15 faste spørsmål for å måle ansattengasjement. Her måler vi engasjement i sanntid gjennom syv drivere: Retning, utvikling, stolthet, bekreftelse, samarbeid og tilfredshet. Vårt mål er 85, og det krever at vi jobber strukturert og planmessig med dette over tid. Pulsmålingene viser at våre ansatte er fornøyd med lederen sin. Dette tallet har holdt seg høyt og stabilt gjennom 2024 (84) og 2025 (85).

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

KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

Alle avdelingsledere gjennomgår resultatene fra pulsmålingen på avdelingsmøtene sine for å diskutere tiltak med de ansatte. Både hva de skal fortsette med for å beholde gode scorer, men også hva man skal endre på for å bli bedre. Gjennom verktøyet for pulsmåling er det også mulig å sende inn anonyme kommentarer dersom noen ikke ønsker å dele sine tilbakemeldinger i plenum. Ansattes engasjement, inkludering og mangfold er faste innholdselementer på allmøter, i bærekraftsarbeidet og i strategien vår. Ansatte kan videre lese om våre mål og vårt arbeid på intranett og i personal- og kulturhåndbok.

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

Utviklingssamtaler fordelt i prosent på stilling og kjønn

	2024	2025
Lederstillinger	93 %	75 %
Medarbeidere	86 %	70 %
Kvinner	93 %	79 %
Menn	84 %	67 %



Sykle til jobben
Bedriftsidretten

I 2025 deltok Lindbak på **«Sykle til jobben»** som arrangeres av Bedriftsidretten med fokus på folkehelse og sosial bærekraft.

«Jeg sitter på kontorstolen nesten hele dagen, dette er en fantastisk mulighet til å røre meg før og etter jobb»

- Beate Glørstad Laukholm

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

Beate Glørstad Laukholm jobber i økonomiavdelingen på Trondheimskontoret og mener arrangementet var med på å bidra til en bedre hverdag.

Hun liker at Lindbak deltar i **Sykle til jobben** kampanjen, det gir henne et ekstra driv til å sykle til jobb og tilbake. Hun har omtrent 7,5 km hjemmefra, og sier at det gir en frisk og fin start på dagen. Syklegleden startet i fjor der hun kjente på konkurranseinstinktet i konkurransen mot sine kollegaer, men hun fortsatte å sykle videre etter at konkurransen var ferdig. Beate har også meldt seg på flere løpekonkurranser i forbindelse med at den fysiske formen har blitt betydelig bedre de siste årene.

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-23, 2-24, 2-25, 404-3

LINDBAK + Meg

"

Som nyansatt i Lindbak har jeg blitt godt tatt imot av kolleger som har vært inkluderende og imøtekommende. Dette gjorde at jeg fra starten av følte tilhørighet i arbeidsmiljøet.

Oppstartsfasen har vært strukturert, med fokus på mestring og utvikling. Den har gitt meg god forståelse for rollen og hvordan selskapet jobber som helhet, og bidratt til en trygg start og et godt grunnlag videre.

- Johannes Svendsen,
nyansatt konsernregnskapssjef

Gjennomført årlig utviklingssamtaler i % av antall ansatte

71,0 %

2024 - 71,7 %
2023 - 87,7 %
2022 - 82,5 %
2021 - 82,5 %

UTVIKLING OG KOMPETANSE HOS MEDARBEIDERE I LINDBAK

LEDERUTVIKLING

I 2025 hadde vi lederutviklingskurs for ledere i Lindbak. Lederne deltok blant annet i et kurs holdt av en ekstern partner med fokus på utvikling av modig lederskap. Lederutviklingen gjorde deltakerne mer bevisst på hvordan man leder med tydelighet, empati og mot, og hvordan man skaper trygge rom for tilbakemeldinger, håndterer ulikheter og bygger tillit i teamet.

FAGSPESIFIKK KOMPETANSEHEVING

Våre ansatte deltar på relevante fagseminarer og messer med våre leverandører og samarbeidspartnere. Lindbak har fagledere innen interiør, tekstil, kaffe og teknologi. Fagledere har kurs og seminarer med ansatte både digitalt og med fysiske besøk på avdelingene. Eksterne representanter er ofte med for å kunne gi mer informasjon og andre perspektiver på temaer..

DIGITALT ONBOARDINGSPROGRAM FOR NYANSATTE

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

BÆREKRAFTSKOMPETANSE FOR ALLE ANSATTE

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

Vi har lokale bærekraftsambassadører som deltar på workshops sammen, og som har ansvaret for å spre kunnskap videre til sine kollegaer lokalt. Gjennom å lære bort lærer man selv enda mer. Bærekraftsambassadørene skal gjennomføre alle kurs i Motimate knyttet til bærekraft og sirkulære tjenester, og bidrar i evalueringsarbeidet med å forbedre kursene. De har også tatt i bruk modulen kompetansekartlegging i Simployer, slik at vi kan se hvilke kompetanseområder som kollektivt bør løftes.

KOMPETANSEHEVING FOR SALGSKONSULENTER

I Lindbak har vi en egen «Kremmerskole» hvor alle selgere som har vært gjennom digital onboarding blir invitert til å delta på en todagers samling ved vårt hovedkontor i Trondheim. Everything DISC-verktøyet, som ble gjennomført av alle ledere i 2022, er nå innført som en del av Kremmerskolen. I 2025 har alle nye ledere og selgere fått sin egen Everything DISC profil som bevisstgjør egne styrker og utviklingsmuligheter som selger, samt innsikt i hva som virker inn på gode team internt.



Steinar Svenning er ny fagleder kaffe. Han har deltatt på nyansattprogram og kremmerskolen sammen med andre nye ansatte i Lindbak

TABELL
ANTALL TIMER TRENING

TYPE OG OMFANG	ANSATTGRUPPER (medarbeider, leder eller alle)	2023 Sum timer eller antall	2024 Sum timer eller antall	2025 Sum timer eller antall
E-læring	Medarbeidere	720	445	171
Kremmerskole	Medarbeidere	720	390	240
Lærlinger	Medarbeidere	3 stk	0 stk	0
Praksisplass og Internship			392	240
Interne kurs i sirkulær omstilling	Alle	1140	726	49
Fagsamlinger, -messer, -dager	Alle	5538	2507	1295,5
Nyansattprogram	Alle	700	700	1000
Mellomlederprogram	Ledere	600	420	743
Eksterne kurs og sertifiseringer	Medarbeidere	120	97,5	280

GRI-INDIKATORER: 2-23, 2-24, 2-25, 404-1, 404-2, 404-3

ETTERLEVELSE AV LOVER OG STANDARDER FOR ARBEIDS-MILJØ OG ANSATTES HELSE OG SIKKERHET

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

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

VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER
Lindbak har gode innarbeidede HMS-rutiner, verneombud og arbeidsmiljøutvalg. Vi har personalhåndbok og følger norsk arbeidsmiljølov.

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

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

HMS-avvik kan være:
- Personskader
- Materielle skader
- Skader på miljø
- Nestenulykker
- Brann
- Brudd på lover/forskrifter/retningslinjer

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

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

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

Vi opplevde en reduksjon i sykefraværet fra 7,8 % i 2024 til 6,3 % i 2025. Et av tiltakene som ble gjennomført var å utarbeide en guide for ledere for oppfølging av sykemeldte ansatte.

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

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 2-8, 401-3



"Å kombinere lederrollen med pappapermisjon handlet først og fremst om et bevisst valg om å prioritere tid med barna i en viktig fase av livet. For å få til dette var det viktig med en høy grad av tillit til teamet, som tok ansvar og holdt god fremdrift i perioden. Samtidig har støtten fra andre ledere og kolleger gjort det enklere å koble av og være til stede hjemme uten å føle behov for å følge opp alt kontinuerlig. Erfaringen har vist at det er mulig å kombinere lederansvar med familieliv når man har gode mennesker rundt seg og en kultur preget av tillit."

- Vegard Bakke, avdelingsleder i Gjøvik

TABELL
FORELDREPERMISJON

	2023			2024			2025		
Foreldrepermisjon - antall måneder	TOTALT	MENN	KVINNER	TOTALT	MENN	KVINNER	TOTALT	MENN	KVINNER
Medarbeider	50,8	13,7	37,1	66,5	18,1	48,4	30,8	12,9	17,9
Ledere	16,4	10,7	5,7	2,6	2,6		4,2	4,2	0
Totalt	67,2	24,4	42,9	69,1	20,7	48,4	35,0	17,1	17,9
Foreldrepermisjon - antall ansatte									
Antall personer	19	11	8	19	10	9	13	8	5
Hvem kom tilbake	18	10	8	17	9	8	12	7	5
Hvem er her fortsatt etter 12 md.	16			14	7	7	12	7	5

TABELL
HELSE OG SIKKERHET

	2023	2024	2025
Korttidsfravær	1,7 %	1,5 %	1,7 %
Langtidsfravær	5,1 %	5,9 %	4,3 %
Fravær på grunn av syke barn	0,3 %	0,4 %	0,3 %
Summert sykefravær i % av disponible timer	**7,1 %**	**7,8 %**	**6,3 %**

BRYR OSS

05

FORRETNINGSETIKK, SIKKERHET OG ENGASJEMENT

Forretningsetikk, leverandørkontroll og menneskerettigheter 52

Datasikkerhet og personvern 56

FORRETNINGSETIKK, LEVERANDØRKONTROLL OG MENNESKERETTIGHETER

HVORFOR ER TEMAET VESENTLIG?

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

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

VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

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

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

Lindbak har utviklet en egen Code of Conduct[20] for bærekraftig forretningspraksis. Denne angir prinsipper på 13 ulike områder som våre leverandører må følge. Disse prinsippene er nedfelt som våre etiske retningslinjer og ligger tilgjengelig på våre nettsider.

RISIKOANALYSER

Lindbak foretar risikoanalyser i leverandørkjedene for å undersøke hvilke vilkår for arbeidstakerrettigheter og/eller fare for barnearbeid og tvangsarbeid som foreligger. Risikoanalysen bygger på ulike undersøkelser og indekser som måler ulike lands innsats i forhold til etisk arbeid. Indekser som benyttes til å vurdere risiko er indekser for slavearbeid, barnearbeid, diskriminering og korrupsjon. Herunder International Trade Union Confederations (ITCU) globale undersøkelse, som blant annet gir indikasjoner på hvor gode ulike lands myndigheter er på å respektere ILOs åtte kjernekonvensjoner. I 2025 har vi økt antall risikovurderinger av produsenter og produkter fra 25 til 30.

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

GRI-INDIKATORER: 3-3, 2-23, 2-24, 2-25, 204-1

8 ANSTENDIG ARBEID OG ØKONOMISK VEKST

VÅRE MÅLSETNINGER

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

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

etisk handel norge

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

Våre etiske retningslinjer finner du på Lindbak.no på norsk og engelsk.

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



En viktig del av vårt arbeid med aktsomhetsvurderinger er å engasjere oss gjennom sosial dialog. Det innebærer å besøke leverandører, observere forholdene på stedet og snakke direkte med menneskene som står bak produksjonen. Lindbak besøkte Poznan i Polen for å vurdere en fabrikk som produserer artikler og komponenter til en av våre leverandører innen interiørprodukter. Besøket ga oss verdifull førstehåndsinnsikt i lokale arbeidsforhold og produksjonsprosesser. For oss var det viktig å være åpne om hvorfor og hvordan vi gjennomfører slike besøk - og hva vi ønsker å oppnå. Målet er å sikre anstendige arbeidsforhold og miljøforhold, men også å styrke samarbeidet slik at vi og leverandørene våre kan lære og utvikle oss sammen.

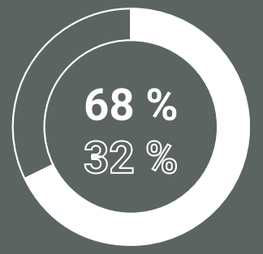
Skann QR-koden for å lese mer om turen til Polen og hvordan vi jobber for å sikre anstendig arbeidsforhold.

FORDELING AV KJØP FRA NORSKE OG INTERNASJONALE LEVERANDØRER

■ NO □ INT

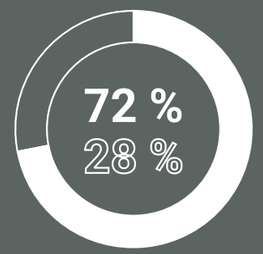
I beregningene for 2021-2025 er det kun brukt data fra leverandører med kjøp over 1 mill. NOK, fordelt i prosent mellom norske og internasjonale leverandører.

TOTALT



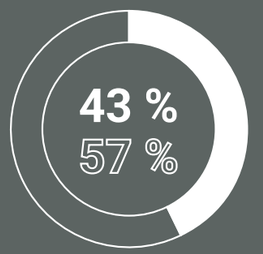
2024 - 67 % norske / 33 % internasjonale
2023 - 64 % norske / 36 % internasjonale
2022 - 59 % norske / 41 % internasjonale
2021 - 59 % norske / 41 % internasjonale

INTERIØR



2024 - 74 % norske / 26 % internasjonale
2023 - 68 % norske / 32 % internasjonale
2022 - 68 % norske / 32 % internasjonale
2021 - 67 % norske / 33 % internasjonale

TEKNOLOGI



2024 - 49 % norske / 51 % internasjonale
2023 - 49 % norske / 51 % internasjonale
2022 - 24 % norske / 76 % internasjonale
2021 - 15 % norske / 85 % internasjonale

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

KAFFE
Brasil, Colombia, Guatemala, Honduras, Kenya, Nicaragua, Peru, Tanzania

INTERIØR
Sverige, Tyskland, Polen, Litauen, Romania

TEKNOLOGI
Italia, Japan, Thailand, Taiwan, Kina

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

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

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

Les mer om kaffesertifiseringer på Lindbak.no.

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

INTERIØR
Interiør er det største forretningsområdet hos Lindbak. Ved årsskiftet hadde vi ingen åpne saker innenfor den vesentlige leverandørporteføljen. I løpet av året avviklet vi samarbeidet med en leverandør pga praksis i leverandørens forretningsførsel. Vi har lukket en åpen sak etter sosial dialog med leverandør i Polen, da forholdene var funnet å være tilfredsstillende.

TEKSTIL
Tekstilbransjen er en bransje som anses som risikofylt med tanke på leverandørkjedene. Lindbak har over tid bygget opp et nært samarbeid med en søm- og tekstilleverandør i Romania. Vi har tidligere besøkt leverandøren og initiert flere viktige forbedringer. Leverandøren har nå gått bort fra midlertidige timeansettelser og innførte faste ansettelser for sine medarbeidere. Alle ansatte mottar en lønn som ligger over gjeldende minstelønn i Romania i tillegg til tre feriedager mer enn lovpålagt ferie. De ansatte har også andre sosiale goder som matkort og busstransportgodtgjørelse og ekstra påskjønnelse tilpasset høytider og merkedager.

I 2025 har vi jobbet med å redusere reststoffer og resirkulering av tekstilrester. Produksjonen av RE-produkter omfatter nå rundt 500 kvadratmeter årlig. Det er sendt ca 750 kg tekstilrester til resirkulering. Vi viderefører dette arbeidet i 2026.

KAFFE
Distribusjon av kaffe har en særlig stor risiko knyttet til seg, og hovedvekten av ingrediensene produseres i Mellom-Amerika, Sør-Amerika, Afrika og Asia. Vi har fortsatt arbeidet med å vurdere fare på brudd med tanke på kaffeingredienser som vi startet på i 2021, og har utvidet vårt arbeid med risikovurderinger på leverandørkjedekart for dette segmentet ytterligere i 2025.

All kaffe vi tilbyr fra merkevaren Lindbak kaffe i 2025 er 100 % sporbar med godkjent risikoanalyse av leverandørkjeden. Sporbarheten går i de fleste tilfeller tilbake til gård. Unntaksvis kjøper vi også kaffe fra vaskestasjoner i Kenya, da produsentene er for små til å separere kaffepartiene. Det foreligger fremdeles risiko knyttet til kaffe kjøpt fra andre selskaper som blir videresolgt i vårt system.

Basert på erfaringene fra sosial dialog og leverandørbesøk har vi iverksatt flere tiltak for å styrke forholdene for kaffebøndene. I samarbeid med vår lokale kontaktperson i Kenya har vi utviklet en opplæringsplan for bærekraftig jordbruk, med særlig vekt på riktig beskjæring av kaffetrær og tiltak for å sikre høyere og mer stabil kaffeproduksjon. Vi har vi bidratt til vannforsyning til kaffebonden Alejandro Aguilar i San Andres, Honduras. Vi har også hjulpet kaffebonden Mario Moreno i Las Vegas, Honduras med å bygge en vei til en del av gården som ble utilgjengelig etter uvær. Våre innkjøp har gjort det mulig for kaffebonden Stefano Um å starte arbeidet med å etablere et dryppvanningsanlegg på kaffegården Fazenda Um.

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

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

KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET
Rettferdig handel og etikk er tematikk som vi kvartalsvis setter søkelys mot på våre interne allmøter. Alle nyansatte gjennomfører også et Motimate-kurs som omhandler etiske retningslinjer. Det gjennomføres også temaspesifikke kompetanseløft med jevne mellomrom for å løfte det interne kompetansenivået rundt etisk handel. Her har representanter fra Etisk handel og utvalgte leverandører i 2025 bidratt med positiv kunnskapsdeling. Våre kunder og samarbeidspartnere blir løpende informert gjennom presentasjoner, sosiale medier og utsendelser av våre bærekraftsrapporter.

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



ROMANIA

Lindbak har hatt et mangeårig samarbeid med vår søm- og tekstilleverandør i Romania. Hvert år reiser Erik Spjøtvold, vår fagansvarlige på tekstil, på besøk for å sikre at arbeids- og miljøforhold er i tråd med våre krav.



HONDURAS

Som en del av vårt engasjement for etisk handel har vi vært på reise til Honduras og besøkt flere kaffefarmer, kooperativer og vaskestasjoner. I Honduras møtte vi dedikerte kaffebønder som jobber under ganske krevende forhold for å produsere kaffe i verdensklasse. Resultatet av besøket er vår kaffe kalt "Midnattssol". Denne mellombrente kaffen har et harmonisk smaksprofil, inspirert av det vakre rødskjæret på himmelen under midnattssolen.



GRI-INDIKATORER: 2-23, 2-24, 2-25, 408-1, 414-1, 414-2



DATASIKKERHET OG PERSONVERN

HVORFOR TEMAET ER VESENTLIG

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

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

VÅRT ANSVAR OG VÅRE RETNINGSLINJER

I 2025 oppnådde vi resertifisering etter ISO/IEC 27001-standarden for ledelsessystemer innen informasjons-sikkerhet. Gjennom denne prosessen har våre rutiner og systemer for håndtering av informasjon blitt nøye gjennomgått og godkjent av Scandinavian Certification. Sertifiseringen gir både oss og våre kunder en ekstra trygghet for at informasjon behandles på en sikker og profesjonell måte.

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

Videre i 2025 har vi styrket vårt engasjement i «cyberklynga» til Norwegian Cybersecurity Cluster (NCC), et nettverk som fremmer innovasjon og kompetanse innen cybersikkerhet. Gjennom samarbeid med NCC og andre aktører har vi styrket vår faglige ekspertise. I partnerskap med Eidsiva har vi utviklet nye sikkerhetsløsninger som blant annet overvåker brukernavn og passord for å forhindre misbruk, og som raskt kan isolere infiserte enheter fra nettverket dersom et dataangrep skulle oppstå.

MÅLING OG EVALUERING AV ARBEIDET VÅRT

I 2025 foreligger det ingen registrerte vesentlige klager eller innsigelser relatert til datasikkerhet eller personvern fra leverandører eller øvrige samarbeidspartnere. Videre har konsernets interne revisjoner ikke avdekket hendelser knyttet til datalekkasjer, tyveri eller tap av informasjon fra konsernets systemer.

KOMMUNIKASJON RUNDT TEMAET

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



FAGDAG OM SIKKERHET

Våren 2025 arrangerte vi **SIKKERHETSNETT**. En fagdag med tematikk knyttet til IT-sikkerhet og beredskapstjenester, personvern, Smarte kontor og bærekraftig IT.



FORUT har inngått avtale med Lindbak om IT-leveranser til organisasjonen. Det som ble vektlagt ved valg av leverandør var trygghet og oppfølging og Lindbak sin etiske profil. I praksis betyr dette at FORUT har fått hjelp til å jobbe smartere, slik at tiden til de ansatte brukes mindre på datatrøbbel og tungvinte løsninger og mer på faktisk arbeid som skaper pluss for sakene bistandsorganisasjonen jobber med.

Skann QR-kode for å lese mer.

GRI-INDIKATORER: 3-3, 418-1

GRI-INDEKS

06

GRI-INDEKS

	Side	Utelatelser	Kommentar
GRI 2: OVERORDNEDE OPPLYSNINGER 2021			
ORGANISASJONEN OG DENS RAPPORTERINGSPRAKSISER			
2-1 Organisasjonsdetaljer	12-13		
2-2 Enheter inkludert i organisasjonens bærekraftsrapportering	12-14		
2-3 Rapporteringsperiode, frekvens og kontaktpunkt	3		01.01.2025 - 31.12.2025. Årlig. Sist rapportert juni 2025
2-4 Endring av informasjon			Ingen endringer, men flere og samme tall er hentet fra Miljøfyrtårn-rapporteringen for å forenkle datainnsamlingen
2-5 Ekstern attestasjon			Ingen ekstern revisjon. Gjøres ifm. regnskapsåret når vi er pliktig.
AKTIVITETER OG ANSATTE			
2-6 Aktiviteter, verdikjede og andre forretningsforbindelser	12-15, 16-17		
2-7 Ansatte	13		
2-8 Arbeidere som ikke er ansatte	48		
VIRKSOMHETSSTYRING			
2-9 Styringsstruktur og sammensetning	18-19		
2-10 Nominering og utvelgelse av høyeste styringsorgan	18		
2-11 Leder for det øverste styringsorganet	18		
2-12 Rollen til det øverste styringsorganet i å føre tilsyn med håndteringen av påvirkninger	18		
2-13 Delegering av ansvar for å håndtere påvirkninger	18		
2-14 Rollen til det øverste styringsorganet i bærekraftsrapporteringen	3, 18		
2-15 Interessekonflikter	18		
2-16 Kommunikasjon av kritiske bekymringer	18		
2-17 Kollektiv kunnskap hos det høyeste styringsorgan	18-19		
2-18 Evaluering av ytelsen til høyeste styringsorgan		Utelatt å svare på siden Lindbak ikke har formell prosess om evaluering i dag.	
2-19 Godtgjørelsespolitikk	19		
2-20 Prosess for å fastsette godtgjørelse	19		i. Det er ingen kompensasjons-komité i selskapet. ii. Innspill fra forskjellige interessenter blir hensyntatt gjennom dialog med ansattrepresentant, lokale ledere og løpende ansattdialog. iii. Ingen godtgjørelseskonsulenter.
2-21 Årlig total kompensasjonsgrad	19		a. 956 433 kr var forskjellen mellom den høyeste betalte og medianlønn regnet i årslønn. b. 0,2 %. Den høyeste lønnede fikk 3 % økning og median var 2,8 %. c. En liste med alle ansatte og månedslønn er benyttet for å finne høyeste lønn og medianlønn.

	Side	Utelatelser	Kommentar
GRI 2: OVERORDNEDE OPPLYSNINGER 2016			
STRATEGI, RETNINGSLINJER OG PRAKSISER			
2-22 Erklæring om bærekraftig utvikling strategi fra øverste beslutningstaker	5		
2-23 Forpliktelser til retningslinjer	28-33, 38-39, 44, 48-49, 52-55		
2-24 Innbygging av forpliktelser til retningslinjer	28-33, 38-39, 44, 48-49, 52-55		
2-25 Prosesser for å utbedre negativ påvirkning	28-33, 38-39, 44, 48-49, 52-55		
2-26 Mekanismer for å søke råd og vekke bekymring	20-21, 48-49, 52-55		
2-27 Overholdelse av lover og forskrifter	54		Ingen hendelser.
2-28 Medlemsforeninger	13, 32, 52		Etisk Handel Norge, Trefadder.
INTERESSEENGASJEMENT			
2-29 Tilnærming til interessentengasjement	20-21		
2-30 Tariffavtaler			a. 28 personer. 8,8 % b. Lindbak beslutter hvilke betingelser som kollektivt gjelder de andre ansatte. Vi baserer oss ikke på avtaler fra andre organisasjoner.
OM LINDBAK			
3-1 Prosessen for å bestemme vesentlige temaer	20-21		Mer informasjon finner du i bærekraftsrapporten fra 2020.
3-2 Liste over vesentlige temaer	23		Mer informasjon finner du i bærekraftsrapporten fra 2020.
3-3 Ledelsen av vesentlige temaer	24		
GRI 201 ØKONOMISK PRESTASJON 2016			
201-1 Direkte økonomisk verdi generert og distribuert	14		
201-2 Økonomiske virkninger, risikoer og muligheter ved klimaendringer	24		
201-4 Økonomisk støtte fra myndigheter	14		Skattefunn: 2 298 000 kr
GRØNNE VALG: SIRKULARITET, MILJØ OG KLIMA			
GRI 3 VESENTLIGE TEMAER 2021			
3-3 Ledelsen av vesentlige temaer	28-33		
GRI 305: UTSLIPP 2016			
305-1 Direkte (scope 1) klimagassutslipp	34-35		
305-2 Energi indirekte (scope 2) klimagassutslipp	34-35		
305-3 Andre indirekte utslipp av klimagasser	34-35		

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



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

VISJON



Vi skal bidra til en bærekraftig framtid på norske arbeidsplasser

LINDBAK