



Lantmännen
Schulstad

VI BAGER FOR EN BEDRE VERDEN

BÆREDYGTIGHEDSRAPPORT
2024

RESULTATER

CO₂e sparet siden 2019
(vores baseline år) =
9.112 TONS CO₂e

CO₂e sparet siden sidste år
1.979 TONS CO₂e

40% af vores brød bliver i
løbet af 2025 leveret på ren el

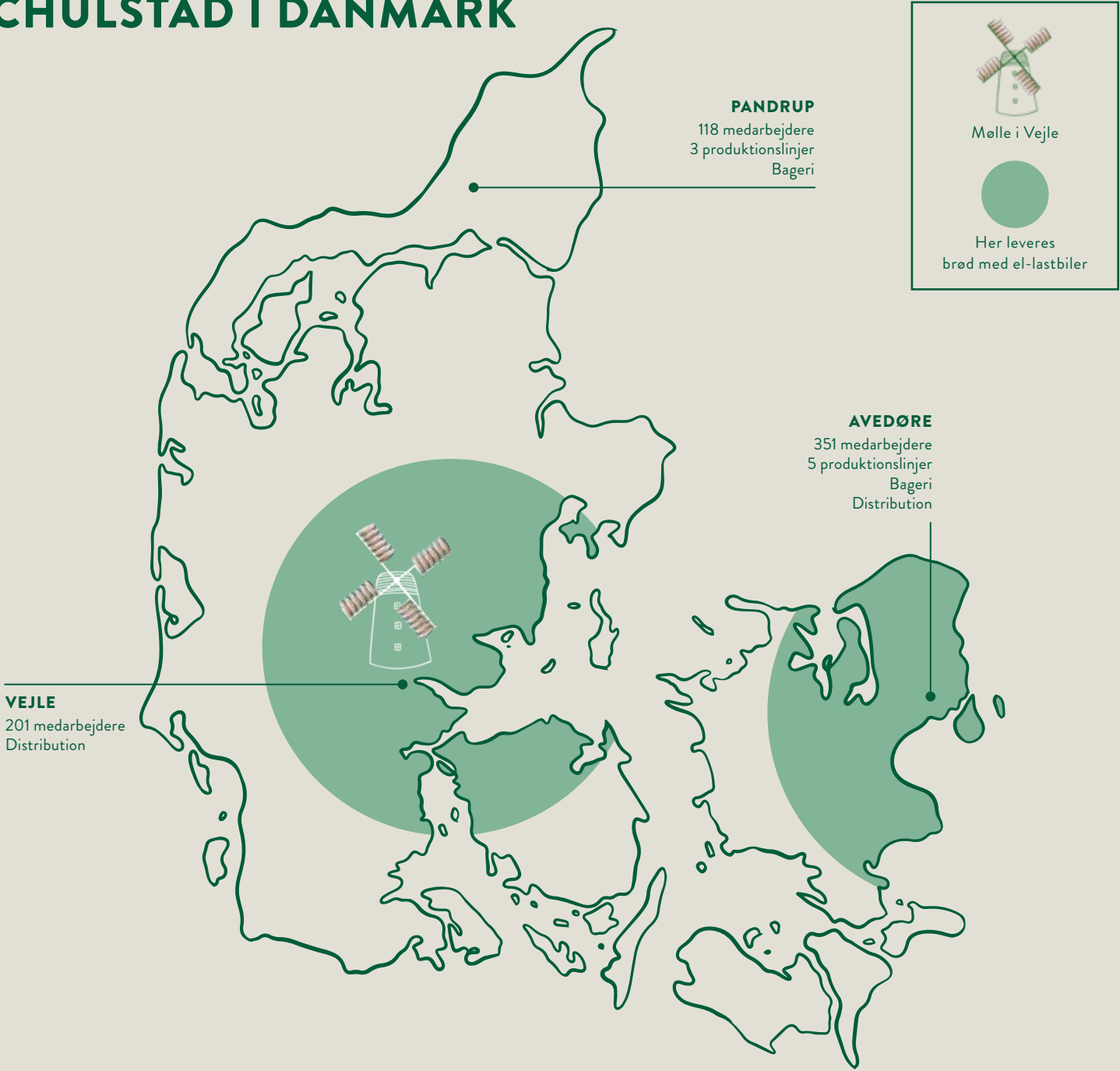
95% af vores brød har minimum
4% fuldkorn og **3%** fibre

Spild af ikke-emballeret brød er
faldet med **10%** siden 2021

VI VIL VÆRE
**CO₂-NEUTRAL I
EGEN DRIFT I 2030**

VI VIL VÆRE EN
**CO₂-NEUTRAL
VIRKSOMHED I 2040**

SCHULSTAD I DANMARK



INDHOLD

INDLEDNING	4	MENNESKER & SAMFUND	
VIGGO SCHULSTAD	5	DIVERSITET & INKLUSION	36
VORES VÆRDIKÆDE	6	PSYKOLOGISK TRYGHED	39
VORES EJERE	7	TRIVSEL & BALANCE	40
BÆREDYGTIGHEDSTRATEGI	8	SIKKERHED	42
SCIENCE-BASED TARGET INITIATIVE	10	UDDANNELSE	45
KLIMA OG MILJØ		FOLKESUNDHED	46
ENERGI	17	ETIK & FORRETNINGSSKIK	
TRANSPORT & DISTRIBUTION	19	VORES VÆRDIER	50
EMBALLAGE	21	ADFÆRDSKODEKS	51
MADSPILD	22	PRODUKTSIKKERHED & KVALITET	52
RÅVARER	25	LEVERANDØRKODEKS	54
MEL	26	RAPPORTERINGSSTANDARDE	55
BIODIVERSITET	31	TRANSPARENS	57
ØKOLOGI	32	APPENDIX	59



VI BAGER FOR EN BEDRE VERDEN

FORORD

Vi bager for en bedre verden og er forpligtet over for mennesker, samfundet og naturen. Vi stræber efter at være brugernes foretrukne valg i branchen ved at bage velsmagende brød til danskerne, som bidrager til et bedre klima, miljø og generel sundhed. Derfor har vi sat ambitiøse mål for at reducere vores klimaaftryk og forbedre forholdene for mennesker og samfund.

CO₂-NEUTRALE I EGEN DRIFT I 2030 OG EN CO₂-NEUTRAL VIRKSOMHED I 2040

For at nå disse mål arbejder vi benhårdt på flere fronter. Vores nye firmabilspolitik, der udelukkende tilbyder el-biler, har ledt til en reduktion af det samlede udslip fra firmabiler. Flere kolleger vælger nu el-biler eller cykler til og fra arbejde. Udskiftningen af diesel til el-lastbiler går godt, og vi planlægger at investere i yderligere 10 el-lastbiler i 2025.

Noget af det, der fylder mest for os i år, er vores arbejde med Klima & Natur konceptet, som vi ser et stort potentiale i. Vi har nu den første rug i marken, og vi forventer at høste i sommeren 2025. Konceptet er udviklet af Lantmännen, og har siden 2015 ført til store forandringer i

både Sverige og Finland. Vi er fire Lantmännen-selskaber i Danmark, som gennem vores stærke værdikæde vil bidrage til omstillingen af dansk jordbrug. Som fødevareproducent lever vi af jorden og stræber efter at reducere vores klimaaftryk for at imødekomme de udfordringer, verden står overfor. Programmet hjælper landmænd med at reducere udledninger og fremme biodiversitet (læs mere om det på side 28).

VI RESPEKTERER DEN ENKELTE OG TILBYDER LIGE MULIGHEDER FOR ALLE

Vi bestræber os på at være et positivt forbillede i industrien, og håber at vi kan sætte et godt eksempel ved at tilbyde gode forhold til både kolleger og samarbejdspartnere.

Vi har et mål om at være den mest attraktive arbejdsplads i dagligvarebranchen. En arbejdsplads hvor alle kan føle sig trygge og velkomne, som tilbyder spændende og udfordrende jobmuligheder, og som er kendetegnet ved ordentlighed over for medarbejdere, kunder og omverden. I år har særligt vores arbejde med psykologisk tryghed fyldt meget, det betyder, at vi skal føle os trygge ved at udtrykke tanker, og ingen skal være bange for at indrømme fejl. Vi skal spille hinanden gode.

Det er et par år siden vi valgte at læne os ind i debatten om folkesundhed. Som Danmarks førende brødproducent har vi et stort samfundsansvar for folkesundheden, og her har vi især identificeret fuldkornsindtag som et område, hvor vi kan drive en positiv udvikling. Vi har i mange år været en del af Fuldkornspartnerskabet, og vi har sammen med dem og andre parter arbejdet med at øge fuldkornsindtaget hos danskerne. I år har vi for andet år i træk udgivet vores Kernetalsrapport med indsigter i danskernes fuldkornsvaner og behov. Læs mere om det og de unges faldende appetit for rugbrød og fuldkorn på www.kernetal.dk.

Vi ser frem til at fortsætte vores arbejde mod CO₂-neutralitet, og er stolte af vores arbejde for at respektere den enkelte og tilbyde lige muligheder for alle. Vi håber at inspirere andre og vil fortsat mindske vores udledninger trin for trin – mens vi bager for en bedre verden.

Med venlig hilsen,

Pernille Bang-Löwgren
Adm. Direktør
Lantmännen Schulstad A/S

VIGGO SCHULSTAD

PIONERÅND SIDEN 1880

“Store Kongensgades Brødfabrik og Melforretning, Fabrikation af Skibsbrød, Rugbrød, Sigtebrød og Franskbrød, fine holdbare Tvebakker, Rugtvebakker og Kommenskringler”, lød det i Viggo Schulstads annonce i 1883.

Viggo Schulstad (1848-1921) reklamerede for sin ”Brødfabrik”, som han havde åbnet allerede tre år tidligere i 1880 i St. Kongensgade i hjertet af København. Viggo var drevet af en ambition om at forny og forbedre danskernes brødkultur.

Et afgørende vendepunkt for Viggo Schulstads brødfabrik kom med udviklingen af surdejen, som vi stadig bruger den dag i dag.

Den syre man brugte i 1800-tallet, var nemlig særdeles hård for både mave og helbred.

Det lykkedes Viggo sammen med kemikeren Christian Ludvigsen at finde en helt naturlig løsning, som skabte grundlaget for det traditionelle syrnede rugbrød, vi kender i dag.

Hos Schulstad er forskningen indenfor brød, samt videreudviklingen af brødbagningen fortsat i centrum. Vi arbejder dagligt med at finde de helt rigtige råvarer og udvikle nye bagemetoder og nye brød, der fornyer og forbedrer danskernes brødkultur.

Schulstads filosofi har været, og er stadig, at respektere de gamle bagetraditioner, men også at udvikle nye brød i takt med tidens tendenser ved hjælp af ny teknologi og nye råvarer.

“Store Kongensgades Brødfabrik og Melforretning, Fabrikation af Skibsbrød, Rugbrød, Sigtebrød og Franskbrød, fine holdbare Tvebakker, Rugtvebakker og Kommenskringler.”

Viggo Schulstad, reklame fra 1883.



VORES VÆRDIKÆDE

VORES FORRETNINGSMODEL ER UNIK

Vi bager friskt brød hver dag – alle timer af døgnet – 365 dage om året. Vi bager ikke til lager, men distribuerer hver dag vores nybagte brød til dagligvarehandlen og øvrige butikker med vores egne lastbiler.

En vigtig del af vores værdikæde er landbruget, og især hvede og rug spiller en stor rolle i vores brød, virksomhed og

historie. Udover mel får vi også leveret andre råvarer som for eksempel frø og kerner. Det er afgørende, at vi i fremtiden samarbejder og vælger de leverandører, som også har en vision og ambition om en bæredygtig fødevarekæde.

Et tæt samarbejde med vores melleverandører er vigtigt, og her har vi igennem mange år haft et tæt samarbejde med vores søsterselskab, Cerealia, der ejer en mølle i Vejle. Vi bager med dansk rugmel

og dansk/svensk hvedemel, som alt sammen er malet på møllen i Vejle. Møllen er 100% drevet af vindenergi.

Vi bager brød på vores to bagerier i Pandrup og Avedøre, hvorefter brødet bliver distribueret i lastbiler til hele landet, hvoraf noget af brødet går via vores distributionscenter i Vejle.

Vi bager altid med fokus på naturlighed, innovation og altid med gode råvarer. Det

har vi gjort, lige siden Viggo Schulstad åbnede sit første bageri i 1880, hvor han fornyede og forbedrede den danske brødkultur. I Pandrup og Avedøre har vi bagt siden henholdsvis 1941 og 1976, og i dag bager vi mere end 100 millioner poser brød om året.

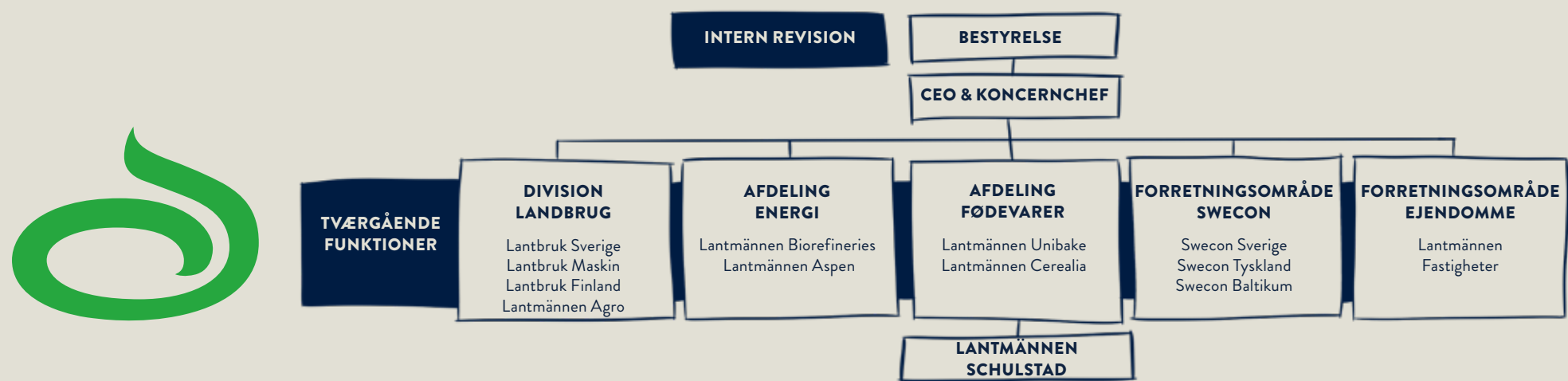
Vores produkter og brands er en del af danskernes hverdag, hvilket giver os en unik position til at engagere os med forbrugerne.



VORES EJERE

Vi er en del af den svenske koncern Lantmännen, som er et landbrugskooperativ ejet af 18.000 svenske landmænd, og er Nordeuropas førende inden for landbrug, bioenergi, maskiner og fødevarer. Med kornet som fundament, beskæftiger vi os i koncernen med alle dele af fødevareproduktion, lige fra produktion af råvarer, til produktion af færdige fødevarer til store dele af verden.

Som en del af Lantmännen familien, og den globale bagerikoncern Unibake, indgår vi i partnerskaber baseret på viden og værdier opbygget gennem generationer af ejere. At have forskning, udvikling og drift i hele værdikæden med Lantmännen betyder, at vi sammen tager ansvar fra jord til bord.



BÆREDYGTIGHEDSSTRATEGI

Vision: Smagsfulde og sunde kvalitetsprodukter bagt med respekt for mennesker, miljø og samfund.



VISION: SMAGFULDE OG SUNDE KVALITETSPRODUKTER BAGT MED RESPEKT FOR MENNESKER, MILJØ OG SAMFUND.

Vores arbejde med bæredygtighed skal skabe værdi for mennesker, miljø og samfund.

Vores bæredygtighedsstrategi har fokus på tre hovedområder: **Klima & Miljø, Mennesker & Samfund** og **Etik & Forretningsskik**.

For at nå vores klimaambitioner skal vi i 2030 være CO₂-neutrale i egen drift ved at fjerne udledninger, der ligger i Scope 1 og 2. Yderligere skal vi sammen med kunder, leverandører, partnere og medarbejdere lykkes med at blive en CO₂-neutral virksomhed i 2040, ved at have fokus på vores udledninger i hele værdikæden, altså alle udledninger fra Scope 1, 2 og 3.

Vi vil blandt andet arbejde målrettet mod nedsat CO₂e-udledning fra alle vores råvarer, for eksempel ved at drive et korndyrkningskoncept sammen med landbruget. Derudover skal vi sikre vedvarende energi i vores drift, skifte til elektrisk transport af vores varer, samt have fokus på mindre madspild og den bedste emballage.

For at sikre den bedste fremtid for mennesker og samfund, er vores ambition at respektere den enkelte og tilbyde lige muligheder for alle. Vi ønsker at sætte et positivt aftryk på samfundet omkring os, og samtidig være en attraktiv arbejdsplads, hvor alle medarbejdere føler sig inkluderet, er engagerede, og går sikkert på arbejde hver dag. Samtidig skal alle have lige muligheder for at udvikle sig og gøre karriere uanset køn, alder og kulturel baggrund.

Vores forretningsfundament er bygget omkring etik og forretningsskik, og omhandler forhold vi ser som selvfølgeligheder for at drive virksomhed, og som vi sætter en dyd i at følge og overholde. Det sikrer os, at vi handler forretningsetisk ved at leve op til krav og forventninger fra myndigheder, omgivelser og ikke mindst os selv. Vores adfærds- og leverandørkodeks sikrer, at arbejdsrettigheder, indkøb og kvalitet er under kontrol.



SCIENCE-BASED TARGET INITIATIVE

Sammen med vores søsterselskaber i Lantmännen Unibake har vi tilsluttet os det globale partnerskab Science-Based Targets initiative (SBTi).

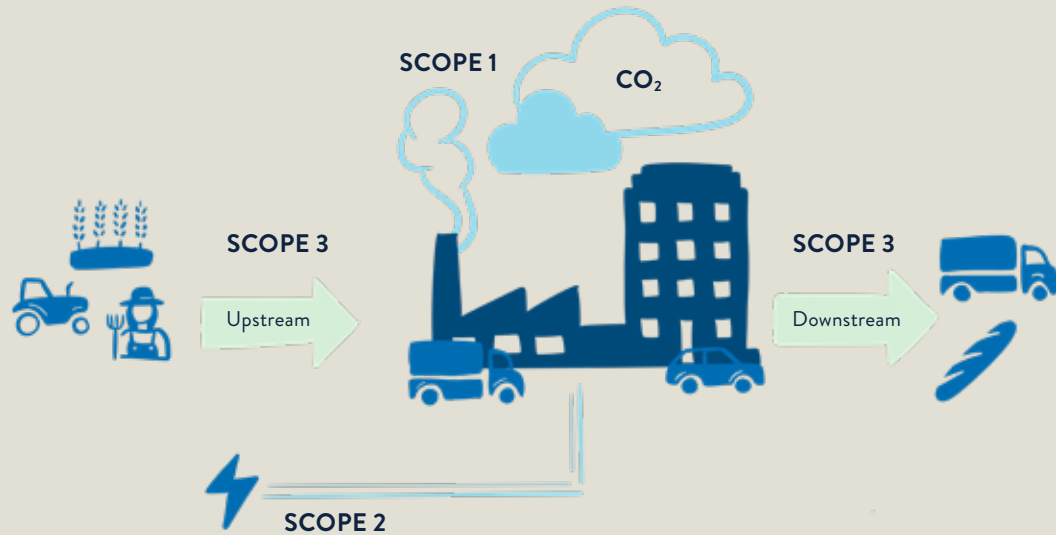
SBTi er et samarbejde mellem Carbon Disclosure Project (CDP), World Resources Institute (WRI), Verdensnaturfonden (WWF) og FN Global Compact (UNGC), som er skabt for at validere og sikre, at målsætninger lever op til Parisaftalen.

SBTi er den mest anvendte organisation for at validere virksomheders klimamålsætninger, og gør det muligt at specificere, hvor hurtigt en virksomhed skal reducere udledning af drivhusgasser for at leve op til Parisaftalen og målet om at holde den globale opvarmning under 1,5 grader.

Dette gøres ved at mobilisere virksomheder til at opstille klimareduktionsmål, som er i overensstemmelse med klimaforskningens anbefalinger.

Første del af processen er at indsamle virksomhedens Scope 1, 2 og 3, som dækker hele værdikæden. Schulstads samlede CO₂e-udledning var i 2024 på 64.722 tons. Scope 1 og 2 repræsenterer 16% af vores udledning og stammer fra egen produktion og energi brugt i produktions- og transportfasen.

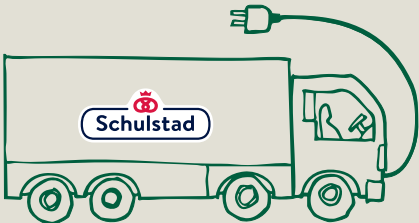
Scope 3 repræsenterer hele vores værdikæde og stammer fra vores råvarer, emballage, logistik m.m. Scope 3 står for 84% af vores samlede udledning.



*GHG-protokollen er den førende internationale standard for, hvordan drivhusgasser opgøres og rapporteres som CO₂-ækvivalenter (CO₂e).

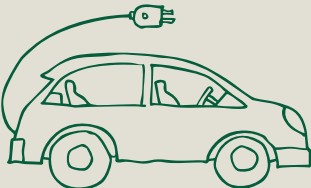


TILTAG SIDEN
SIDSTE ÅR:



40 % EL-LASTBILER:

10 nye el-lastbiler i 2025 bringer flåden op på 24 i alt.



NY FIRMABILSPOLITIK:

Der tilbydes nu kun el-biler.



NY ANSVARLIG INDKØBSSTRATEGI:

Større krav til sociale- og miljømæssige forhold, sikrer bedre lokale forhold.

VORES FREMSKRIDT

Vi ønsker at bidrage til et bedre klima ved at reducere CO₂e i vores egen drift. Det betyder, at vi vil fjerne vores Scope 1 og 2-emissioner inden 2030.

I 2040 vil vi have en CO₂e-neutral værdikæde, hvilket betyder, at vi også skal fjerne vores Scope 3 udledninger.

Kort sagt: Vi vil være CO₂e-neutrale i egen drift i 2030, og vi vil være en CO₂e-neutral virksomhed i 2040.

Vi har identificeret specifikke mål og delmål for at indfri vores ambitioner. Alle mål er sat under den forudsætning, at vi samtidig værner om og bidrager til et bedre miljø i ind- og udland.

Siden sidste år er vores samlede udledning faldet med 1.979 tons CO₂e. Resultatet er opnået via en række tiltag samt en smule lavere produktionsvolumen.

I Scope 1 kan vi allerede efter et år se effekten af vores nye firmabilspolitik. Under den nye firmabilspolitik tilbydes der fremover udelukkende el-biler. Udslippet er faldet med 52 tons CO₂e, hvilket svarer til 22% af det samlede udslip fra firmabiler.

En lignende udvikling ser vi også i valget af privatbiler, da udslippet fra vores daglige pendling er faldet med 88 ton CO₂e.

Vi kan se at flere og flere skifter til el-bil, og derudover har vi oplevet at mange kolleger tager både el- og almindelige cykler til og fra arbejde.

Udslippet fra vores egne lastbiler er faldet med 422 tons CO₂e, hvilket viser den fortsatte effekt af vores udskiftning af diesel til el-lastbiler. I 2025 vil der blive indfaset yderligere el-lastbiler i flåden, så vi når minimum 40% el-lastbiler. Samtidig begynder vi at køre med dobbelttrækker (to trailere bag en lastbil) på nogle af vores strækninger. Dette vil føre til en yderligere reduktion af udslip fra vores transport.

Under Scope 2 er udslippet fra vores fjernvarme siden 2019 faldet fra 555 tons CO₂e, til 72 tons CO₂e i 2023. Det svarer til en reduktion på 87%, og skyldes et godt samarbejde med vores fjernvarmeleverandør i Avedøre, som har ændret sit energimix til større grad af vedvarende energi.

I Scope 3 har vi set et fald i forretningsrejser på 54% siden 2019, svarende til 347 tons CO₂e. Vores udslip fra emballage er faldet med over 300 tons siden 2019. Det skyldes blandt andet vores visionære plastikstrategi, der er lykkedes med at mindske materialeforbruget fra vores brødposer og brødkasser med 14% de seneste fem år.

VORES MÅLSÆTNING:

TRANSPORT OG DISTRIBUTION:

100% CO₂e-neutralitet i 2030

EMBALLAGE:

Ingen fossilbaseret virgin-plastik i 2040

MADSPILD:

Maks. 3% produktionsspild

Maks. 0,2% kassationer i 2030

RÅVARER:

30% CO₂e-reduktion i 2030

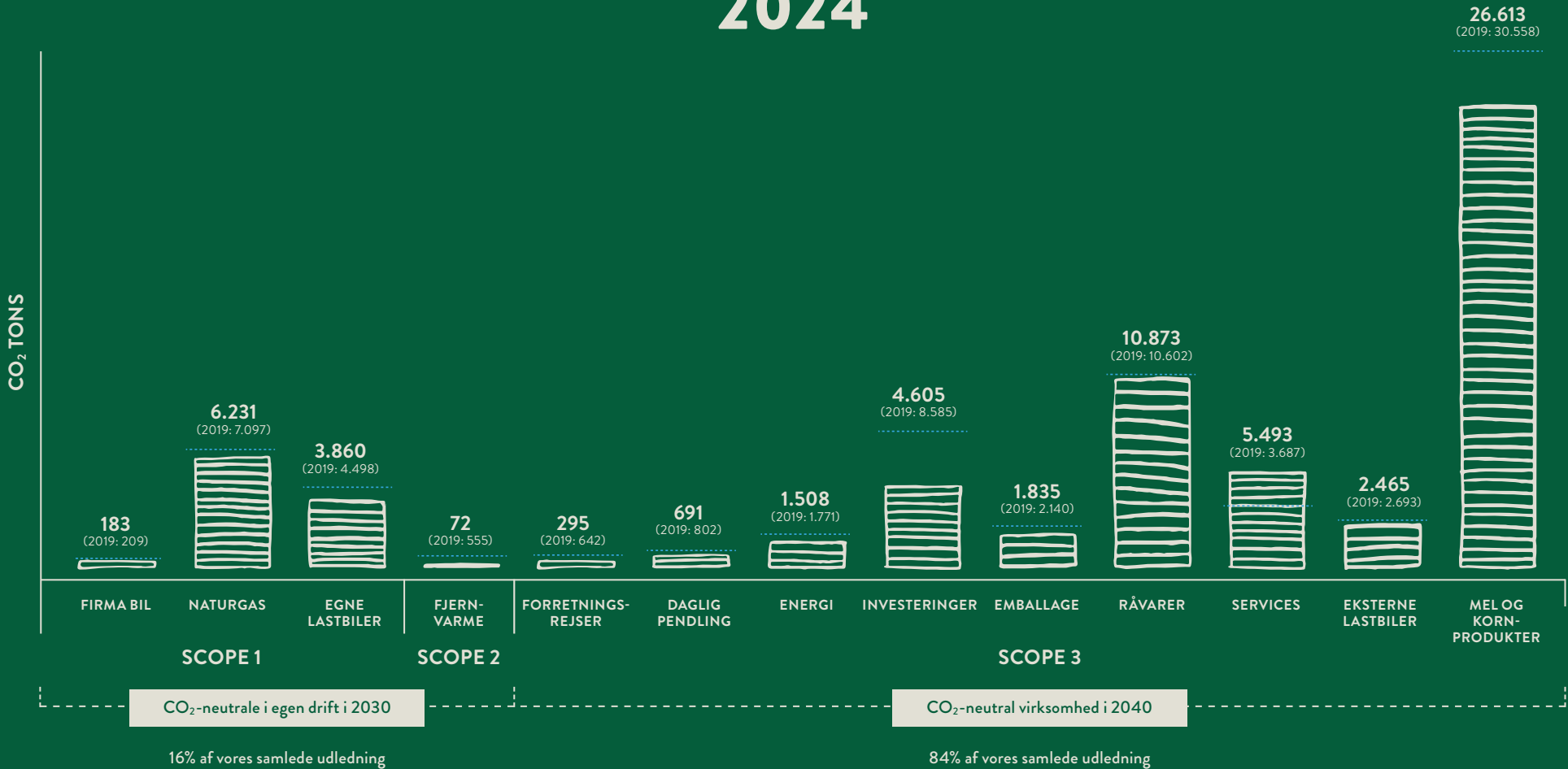
Udslippet fra vores råvarer, mel- og kornprodukter er faldet en smule, og kan tilskrives den lavere mængde, vi har produceret i 2024.

Udviklingen fra vores finansielle investeringer fluktuerer år til år, og udviklingen er svær at drage konklusioner fra. Endelig fortsætter faldet af udslippet fra vores købte transport, hvor vi igennem godt samarbejde med vores leverandør, for fjerde år i træk ser et fald.

På de følgende sider kan du læse mere om vores arbejde indenfor de forskellige områder.

TOTAL CO₂e-EMISSIONER I TONS
– SCOPE OG KATEGORI

2024



MAN KAN SAGTENS DRIVE EN SUND FORRETNING OG REDUCERE SINE UDSLIP AF DRIVHUSGASSER

INTERVIEW MED MIKKEL DJURSØ-FREDERIKSEN, HEAD OF SUSTAINABILITY

HVORDAN ER DET GÅET SIDEN SIDSTE ÅRS BÆREDYGTIGHEDS-RAPPORT?

“Helt generelt er det gået ret godt. Vi har mindsket vores udslip på næsten alle parametre. Det er resultatet af vores tiltag i Schulstad, en smule mindre produktion samt energieffektiviseringer i driften. Vi ser nu den fulde effekt af udskiftningen af en fjerdedel af vores lastbiler fra diesel til el-lastbiler, hvor vi har reduceret udslippet med knap 15%. I 2025 vil vi udskifte yderligere en del af vores flåde til el, og vil derfor se en endnu større effekt.

Udslippet fra vores firmabiler er også faldet markant, efter at vi lavede en firmabils-politik i starten af sidste år. Vi tilbyder nu kun elbiler som firmabil, og det har ført til en reduktion på 22% af vores udslip i den kategori. Vi ser også at udslippet fra vores daglige pendling er faldet med 11%, hvilket svarer til 88 tons CO₂. Andelen af kolleger der pendler i el-bil er stigende, og så er der flere der cykler til og fra arbejde. I foråret 2024 var vi med i kampagnen ”Vi cykler på arbejde”, og vi kan aflæse, at der nu bliver cyklet mere til og fra arbejde.”

SCHULSTAD VIL VÆRE EN CO₂-NEUTRAL VIRKSOMHED I 2040. HVILKE PLANER HAR I LAGT FOR DE NÆSTE 15 ÅR FOR AT NÅ I MÅL MED JERES BÆREDYGTIGHEDSSTRATEGI?

“Der findes konventionelle metoder til at udfase fossile brændsler, og vi er godt i gang med vores lastbiler. Vi vil gerne gøre noget lignende med vores ovne, hvor vi arbejder på at elektrificere dem der skal udskiftes, og så købe biogascertifikater til at dække de resterende. Det har været et delmål for os at være CO₂-neutrale i vores produktion i 2025, men det har desværre ikke været muligt. Det kommer jeg nærmere ind på i den kronik, der er med i årets rapport (se side 18).

Vi har en smule udslip fra emballage, og den er svær, for den er lavet af plastik. Lige nu findes der ingen gode alternativer til de nuværende emballageløsninger, der samtidig tager højde for madspild, men vi regner med at mod 2040 vil udviklingen komme til at gå hurtigt. Vi følger udviklingen tæt, og er nysgerrige på emballageløsninger med for eksempel genanvendelig plastik og bioplastik af biomasse.

Vi arbejder også på vore nye korndyrknings-koncept Klima & Natur, som er et program, vi glæder os meget til at lancere i Danmark. Det kommer til at reducere vores udled-

ninger fra primærproduktionen, specifikt landbruget, og vil forbedre den udfordrede biodiversitet i vores landskaber. Vi har allerede i år de første mængder rug plantet på danske marker, og vi glæder os meget til den første høst, samt til at dele dette nye koncept med alle andre.”
Læs mere om Klima & Natur på side 28 i denne rapport.

VIL DU FORTÆLLE LIDT OM SCHULSTADS NYE INDKØBS-STRATEGI?

“Vi har fra i år, 2025, indført en ny indkøbs-strategi. Kort sagt handler det om, at forholder os til diverse forhold i verdens lande. Dette gør vi med fokus på aspekter såsom miljømæssige risici, sociale forhold, samt sanktionslister. Formålet med strategien er at tage et større ansvar i værdikæden ved at sikre transparens og ordentlige lokale forhold.

Vi har ingen planer om at stoppe med at indkøbe råvarer fra det globale syd, men vi sikrer, at de råvarer, vi anvender, er produceret under ordentlige forhold. Vi ønsker at bidrage til, at mere udfordrede områder kan omstille deres produktionsmetoder, og forhåbentligt inspirere andre virksomheder i branchen til at sætte tilsvarende ambitioner i forhold til acceptable sociale- og miljømæssige regionale forhold.”

I kan læse mere om vores nye ansvarlige indkøbsstrategi under vores afsnit råvarer (se side 25).

”HVORDAN BRUGER I JERES BÆREDYGTIGHEDSDATA TIL AT SKABE FORANDRING?

“Vi håber på at kunne sætte et eksempel og engagere og inspirere andre ved at vise, at man sagtens kan drive en sund forretning, samtidig med at man reducerer sine udslip af drivhusgasser.

Det har vi blandt andet bevist ved at investere i el-lastbiler, en case hvor vi igen og igen bliver bekræftet i alle de positive synergier ved at investere i bæredygtig omstilling. Vi har nu taget de første skridt af mange, og jeg håber at andre vil lade sig inspirere, og at vi alle i fødevarebranchen kan gå i samme retning. Også fordi, jeg tror virkelig på, at vi kan gøre en stor forskel.”

ER DER NOGET NYT OM JERES BÆREDYGTIGHEDSDATA OG METODIK FRA 2023 RAPPORTEN?

“Vi har opdateret vores emissionsfaktor for rug, hvilket er en metode til at udregne, hvor meget CO₂ der udledes per ton råvare. Vi brugte tidligere en emissionsfaktor, som vi ikke var helt tilfreds med, fordi den ekskluderede udslip fra lavbunds-jorde i Danmark. Så i år har vi faktisk valgt at

anvende en højere emissionsfaktor på rug, fordi vi kræver at have data af så høj kvalitet og nøjagtighed som muligt.

På vores eksterne transportservice har vi også øget vores datakvalitet. Tidligere har vi brugt kostbaserede emissionsberegninger, men i år har vi fået muligheden for at modtage primærdata fra vores transportleverandører. Det betyder, at nøjagtigheden af vores data bliver bedre, og takket være et godt samarbejde med vores leverandør, er vi nu lykkedes med at få den kvalitet af data, som vi efterspørger og kræver.”

KAN DU HER TIL SIDST, FORTÆLLE OS LIDT OM DEN MORGENMADS-GRUPPE I HAR?

“Vi har en hyggelig morgenmadsgruppe med repræsentanter fra de fleste afdelinger i virksomheden, hvor vi mødes og deler ideer og tiltag som man laver i de enkelte afdelinger. Vi gør det for at motivere og

engagere hinanden til at gøre en forskel. Det er en super måde at få vores bæredygtighedsstrategi ud at leve i organisationen, og jeg oplever en stolthed hos afdelingerne, når de kan bidrage til at nå vores mål. Det er samtidig en god platform til at nå ud til alle kollegaer, så alle bliver oplyste på, hvad vi gør af indsatser i Schulstad, og det hjælper til at hele virksomheden som en enhed kan arbejde med bæredygtighed.”

“Vi har nu taget de første skridt af mange, og jeg håber at andre vil lade sig inspirere, og at vi alle i fødevarebranchen kan gå i samme retning.”

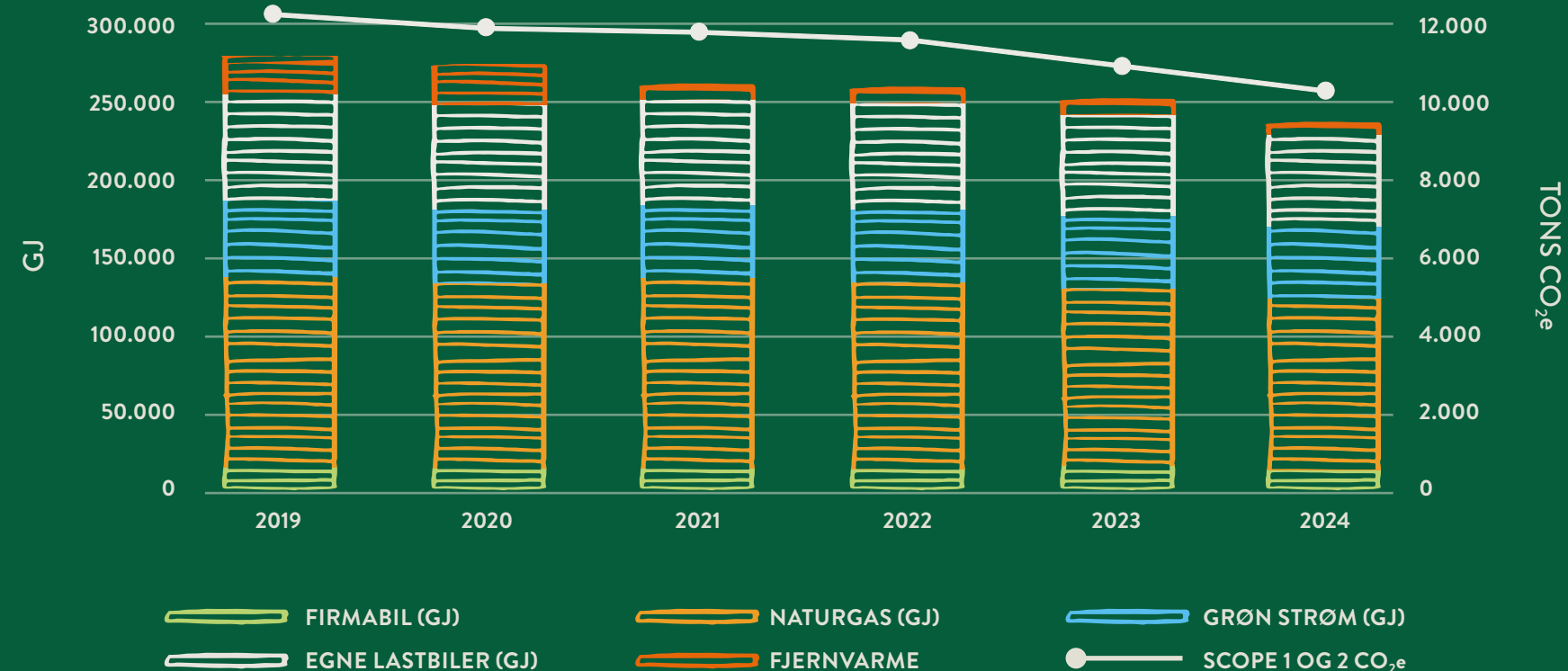
Mikkel Djursø-Frederiksen, Head of Sustainability



ENERGIFORBRUG OG CO₂e-UDLEDNING (SCOPE 1 OG 2)

(GJ):

GJ eller gigajoule er en enhed for energi, der bruges til at måle store energimængder.



ENERGI

FOKUSOMRÅDE

Hvert år bager vi over 100 varianter rug- og hvedebrød. Det bliver til cirka 80.000 tons brød i vores otte industrielle tunnel-ovne, der bager døgnet rundt på vores to bagerier i Avedøre og i Pandrup. Ovnene kører på naturgas, da det giver os de rette temperaturer til at bage de bedste brød. Elektriske tunnelovne vinder mere frem, og bliver bedre og bedre. Derfor følger vi udviklingen tæt, og er parate til at investere i elektriske ovne. Faktisk har vi en målsætning om at bage 25% af vores produkter med CO₂e-neutral el i 2030.

I mellemtiden fokuserer vi på at reducere vores naturgasforbrug. Vi arbejder med en lang række energieffektiviseringsprocesser for at bage mere effektivt, og derved sparer vi også vores forbrug af både naturgas, el og fjernvarme. I Schulstad arbejder et team for at effektivisere vores produktion, og de lykkes hvert år med at spare energi ved at justere og ændre på små mekanismer og metoder i vores bagerier. Et eksempel på en effektivisering er, at vi har installeret varmegenvinding på tre af vores otte tunnelovne, som genanvender overskydende varme til dejproduktion og kassevaskeri.

VI SÆTTER STRØM TIL FREMTIDEN

Vi har siden 2015 købt oprindelsesgarantier på grøn strøm, hvilket giver os et CO₂e-neutralt elforbrug. Frem til 2021 købte vi uspecifiserede oprindelsesgarantier fra hydroenergi fra Sverige,

men siden 2022 har vi haft mulighed for at sikre os specifikke oprindelsesgarantier fra Kriegers Flak havvindmøllepark i Danmark. Det har vi gjort for at tilføje værdi til den danske energiinfrastruktur. Fra 2025, har vi ikke længere oprindelsesgarantier fra Kriegers Flak, men er lykkedes med at sikre uspecifikke vindmøllecertifikater fra Danmark.

Vi arbejder på at producere vedvarende strøm selv. Vi ønsker at opføre et energiområde på matriklen i Avedøre, hvor der skal opføres en vindmølle og solceller. Strømmen skal bruges på vores kommende el-ovne, el-lastbiler, og til vores generelle behov for el. Derudover er det med til at bidrage til den grønne omstilling på Avedøre Holme, hvor vi er lokaliseret, samt i Hvidovre Kommune. Vi vil være med til at tage et ansvar for omstillingen til vedvarende energi, og derfor ser vi dette som en god mulighed for os og nærområdet.

Endelig arbejder vi lokalt sammen med vores naboer på Avedøre Holme for at skabe Danmarks største energifællesskab med potentiale til at spare 15.000 tons CO₂e årligt. Elforsyningsloven står dog i øjeblikket i vejen for fællesskabet, men Hvidovre Kommune og 22 virksomheder på Avedøre Holme arbejder på at få Folketinget til at ændre loven på området. Kommunen og grundejerforeningen er gået sammen og skabt fondsmidler til at arbejde videre med projektet.

CO₂e-NEUTRAL I EGEN DRIFT I 2030

For at opnå CO₂e-neutral drift i 2030 skal vi neutralisere udslippet fra vores bageovne. På nuværende tidspunkt er det dog ikke ansvarligt eller praktisk muligt at skifte alle ovne ud på én gang. Derfor vil vi investere i el-ovne, når det er tid til at udskifte vores udtjente naturgasovne, og indtil da skal vi finde en alternativ løsning til vores naturgasforbrug. Vi reducerer vores CO₂e-udledning ved løbende at energieffektivisere vores gasforbrug, men det vil ikke sikre os en CO₂e-neutral drift frem imod 2030.

Vi har haft et delmål om at have en CO₂e-neutral produktion i 2025, og planen var derfor at investere i danske biogascertifikater. Vi har ønsket at handle på kort sigt, da vi mener, at vi dermed kan bidrage til udviklingen af infrastrukturen for biogas og omstillingen af energisektoren. Vi vil desværre ikke lykkedes med dette mål, da lovgivere, CO₂e-beskatning og uklare linjer har gjort, at vi ikke har kunne forsvare investeringen i biogascertifikater. Vi har klare holdninger på området, og det uddyber vi på næste side.

VORES MÅLSÆTNING:

- 2% årlig energieffektivisering frem mod 2030.
- Inden 2030 vil 25% af vores produkter produceres på CO₂e-neutral el.
- CO₂e-neutral drift i 2030.

LAD OS UDNYTTE DEN DANSKE BIOGAS I DANMARK

KRONIK AF
MIKKEL DJURSØ-
FREDERIKSEN,
HEAD OF
SUSTAINABILITY



Planen var ambitiøs: 100% biogas i alle ovne inden udgangen af 2025. En vision, der skulle bringe Schulstad i front som en progressiv virksomhed, der ikke blot taler om bæredygtighed, men også handler på det. Som med mange store planer er vejen til målet dog fyldt med udfordringer og uforudsete forhindringer.

I EU er der regler og krav angående bioenergi, men ingen rød snor. Det betyder, at medlemslandene har en vis frihed til at implementere deres egne løsninger og fortolkninger, så længe de overholder de overordnede retningslinjer. Dette kan være en fordel, men også en kilde til frustration. I Danmark har det betydet, at al biogas beskattes som 100% naturgas. En beslutning, der har skabt debat og frustration blandt biogasproducenter og biogaskunder, da gassen anses som en energikilde der burde belønnes - ikke straffes.

Samtidig ser vi, hvordan vores nabolande håndterer biogas anderledes end os. I Sverige køber man danske biogas certifikater, og får fradrag på den lokale CO₂ beskatning. Dette incitament har gjort det attraktivt for svenske virksomheder at investere i dansk biogas, hvilket skaber en konkurrenceforvridning mellem de to lande. Det betyder, at en svensk virksomhed kan sælge produkter, produceret CO₂-neutralt på danske biogascertifikater, og så til den samme pris, som en dansk virksomhed betaler i dansk CO₂-afgift. Derfor opnår vores svenske naboer en konkurrencefordel baseret udelukkende på fortolkning af EU-direktivet og nationale politiske beslutninger.

På den anden side af grænsen, i Tyskland, køber man også danske certifikater, men her er motivationen anderledes. De bruger certifikaterne til at leve op til deres nationale CO₂-lovgivning i transportsektoren. I Tyskland har man markant højere krav om CO₂-reduktion i transportsektoren, og derfor er det attraktivt for tyske virksomheder at købe danske biogascertifikater.

Denne forskellighed i tilgangene til biogas har desværre ledt til at vi i Danmark eksporterer 90% af vores biogascertifikater ud af landet, samtidig med at vi beskatter danske virksomheder med CO₂-afgift for at anvende gas. På trods af at vi er verdensførende indenfor biogasproduktion, så kommer det ikke de danske virksomheder til gode. Det leder til, at vi i Danmark taber konkurrencekraft, og vi ser det som konkurrenceforvridende på det åbne EU-marked.

For at sikre, at vi i Danmark kan udnytte vores førende position inden for biogasproduktion, er det nødvendigt med en ændring i vores nationale politik. vi er velvidende om, at der pågår et analysearbejde af afgiftsfritagelse på understøttet biogas, men processen er langsom og går ud over de danske virksomheder, som ønsker at stille om nu og her. Vi bør stræbe efter at skabe incitamenter, der belønner brugen af biogas og fremmer investeringer i vedvarende energi.

Ved at tilpasse vores afgiftsstrukturer, så de understøtter bæredygtige energikilder,

kan vi styrke danske virksomheders konkurrenceevne og bidrage til udfasningen af fossile brændsler. Det er på tide at tage ansvar og udnytte potentialet fra vores biogasproduktion til gavn for både miljøet og vores danske virksomheder. Så, selvom vi ikke når vores plan om 100% biogas i vores ovne i 2025, så tror vi stadig på visionen, og på trods af udfordringer, vil vi arbejde målrettet mod en implementering af biogas for at sikre en CO₂-neutral drift i 2030.

TRANSPORT & DISTRIBUTION

FOKUSOMRÅDE

Målet for vores transport og distribution er at blive CO₂e-neutrale i 2030.

I Danmark står landtransporten for en stor del af Danmarks CO₂e-udledning. I Schulstad kører vi hvert år millioner af kilometer på de danske veje, når vi fragter vores brød ud til kunderne. For at nå vores ambition om at reducere vores klimapåvirkning, vil vi køre 100% el i både vores lastbiler og vores firmabiler, samtidig med, at vi forventer, at vores distributionsleverandører tilbyder CO₂e-neutrale løsninger inden 2030.

I dag kører 40 % af vores lastbiler på grøn strøm, som én af de første fødevarerleverandører på markedet. El-lastbilerne leverer alle vores produkter i Region Hovedstaden og store dele af Sjælland. Det reducerer også støj- og partikelemissionerne betydeligt, og særligt reduktionen af støj tillader, at vi kan undgå længere tid på vejene, ved at levere brød om natten. Chaufførerne når dobbelt så mange butikker som tidligere uden unødvendige støjgener og vibrationer.

Vi ser at batterikapaciteten til lastbiler bliver bedre og bedre, og derfor er vi fra 2025 lykkedes med at indsatte nye

el-lastbiler på længere ruter. Det betyder, at vi kan nå en endnu større del af Sjælland på el, men som noget helt nyt er vi nu også begyndt at distribuere i Jylland fra vores lokation i Vejle. Effekten af de nye el-lastbiler kan ikke aflæses i dette års rapport, men fra næste år vil man kunne aflæse at 40% af vores lastbilsflåde nu er elektrificeret.

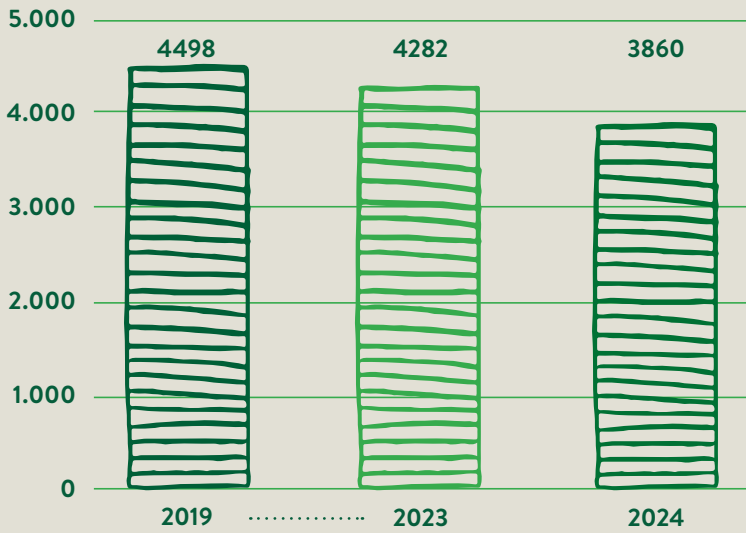
Vi er også påbegyndt en testfase, hvor vi kører med dobbelttrailer på nogle lastbiler. Dobbelttrailerlastbilerne reducerer deres udslip betragteligt sammenlignet med almindelige diesel lastbiler. Samtidig fortsætter vi arbejdet med at optimere

VORES MÅLSÆTNING:

- Løbende udskiftning fra konventionelle lastbiler til CO₂e-neutrale alternativer
- Egne lastbiler er CO₂e-neutrale i 2030

vores ruter, så vi i samarbejde med vores kunder kan fastholde vores serviceniveau, imens vi reducerer transportafstandene ved for eksempel at ændre på leverings-tidspunkterne. I samme ombæring har vi indgået aftaler med andre firmaer om levering af varer, så vores lastbiler altid er fyldt mest muligt op, og vi sparer flest mulige lastbiler på vejene.

UDSLIP FRA EGNE LASTBILER





Niels, Logistics Advisor

EL-LASTBILER ER BÅDE EN ØKONOMISK- OG EN KLIMAMÆSSIG GEVINST

INTERVIEW MED NIELS HOLM, LOGISTICS ADVISOR I SCHULSTAD

HVORDAN ER DET GÅET MED IMPLEMENTERINGEN AF EL-LASTBILERNE?

”Det er gået fantastisk. Vi har fået lavet en ekstern beregning, som viser, at over en periode på otte år, svarende til den tid, vi regner med at have bilerne på leasing, der er el-lastbiler faktisk billigere end diesel-lastbiler, når man medregner alle omkostninger.

Det er rigtigt, at der udledes CO₂ ved produktionen af batterierne, men denne klimabelastning er opvejet allerede efter 6½ måneds kørsel. Herefter opnår vi en betydelig CO₂-reduktion. Med andre ord: Økonomisk giver el-lastbiler en gevinst, men den største gevinst er den markante reduktion i CO₂-udledning.

Vi har bestilt 10 ekstra el-lastbiler, så vi til efteråret vil have 24 el-lastbiler ud af vores samlede flåde på 60. De nuværende el-lastbiler kan køre op til 300 km på en opladning, men de nye modeller forventes at kunne køre op mod 600 km. Hvis det lykkes, vil vi stort set kunne dække alle vores transportbehov med el-lastbiler.

Inden udgangen af 2028 vil vi være fuldt CO₂-neutrale på transportområdet i Schulstad. Det er dog vigtigt for os at

skifte biler på en fornuftig måde. Vi skal ikke skrotte diesel-lastbiler før tid, da det i sig selv ville forværre det samlede CO₂-regnskab. Men fordi vi netop nu står over for et naturligt skifte af lastbiler, giver det perfekt mening at gå over til el allerede nu.”

HVORDAN VIL DU GERNE HAVE, AT ANDRE OPFATTER SCHULSTADS ARBEJDE MED EL-LASTBILER?

”Set i det store hele så er vores 24 el-biler i Schulstad en lille bagatel. Min ambition er derfor, at vores arbejde bliver så synligt, at det kan inspirere andre virksomheder til også at tage skridtet. For i sig selv ændrer Schulstads el-lastbiler ikke det store i klimaregnskabet, men hvis vi kan vise, at det kan lade sig gøre i praksis, kan vi få flere med.

Andre virksomheder føler måske ikke de vil gå ind i det, fordi de mener, at det er for dyrt. Vi kan nu dokumentere, at det ikke er dyrere end dieselbiler. Så det mener jeg er noget pjat. Man har ikke råd til at lade være.”

HAR DU FORHOLDT DIG TIL HVORDAN PRODUKTIONEN AF EL-LASTBILERNE ER FOREGÅET?

”Ja, vi har undersøgt det nærmere, netop fordi der er stor forskel på, hvor batterierne produceres, og hvilke råstoffer og produktionsmetoder der ligger bag.

Det er velkendt, at udvindingen af visse råmaterialer til batterier kan være problematisk. Derfor har vi besluttet udelukke at købe lastbiler fra Volvo eller Scania. Begge er svenske producenter, der har en holdning til deres batteri-produktion.”

HVAD TÆNKER DU SÅ ER NÆSTE SKRIDT FOR SCHULSTAD?

”Noget der optager mig meget lige nu, er muligheden for at køre med dobbelt-trailer. Normalt må vi transportere 33 paller på en enkelt lastbil, men med dobbelttrailere kan vi fremover fragte op til 66 paller ad gangen.

Selvom det naturligvis kræver mere energi at trække dobbelt så meget gods, øges energiforbruget kun med cirka 20 %, fordi luftmodstanden stort set er den samme.

Det er alt for omstændigt at levere til butikker med dobbelttrailer, men vi kan bruge det til mellemtransport. Vi har produktion i Pandrup og på Avedøre Holme, og distribution fra Vejle, så der bliver kørt varer mellem de lokationer.

Vi har allerede bestilt vores første dobbelttrailer på hele 35 meter. Den vil hjælpe os med at reducere både CO₂-udledning og ressourceforbrug, og så vil den også fungere som én lang rullende reklamesøjle”

EMBALLAGE

FOKUSOMRÅDE

Uden plastik som emballage ville tonsvis af frisk brød gå til spilde hver dag. Plastikemballagens vigtigste rolle er at forebygge madspild, som står for en stor del af vores klimabelastning. Som materiale har plast unikke kvaliteter, der er ideelle til opbevaring og transport. Til gengæld kommer plastik også med en række risici, der kan have en negativ effekt på miljø, dyreliv og mennesker, og derfor skal vi sikre os, at vi har et ansvarligt forbrug af materialet.

Schulstad har siden 2019 haft en plastikstrategi med det formål at reducere mængden af plastik i vores emballage. Vi har set resultater af vores arbejde, og har effektiviseret vores mængder af plastik ved at reducere tykkelse og størrelse af vores brødposer.

Vores vision er altid at være på forkant i overgangen til et ansvarligt plastikforbrug, hvilket blandt andet har ledt til, at vi har udfaset engangsservice og erstattet det med porcelæn og termokopper til alle medarbejdere.

Vi har haft et mål om at opnå 100% genanvendelighed af vores emballage i slutningen af 2022, og det er lykkedes at opnå 99%. Den sidste procent har været svær at løse, da vores poseclips ikke er genanvendelig, og vi ikke har været i stand til at finde et genanvendeligt alternativ. Vi arbejder hårdt på at finde en

løsning på problemet, og forventer at have en plan for udskiftning til genanvendelige poseclips på plads i løbet af 2025.

Vi undersøger muligheden for at introducere genanvendt plast i dele af vores plastikforbrug. Vi anvender det allerede i dag i vores grønne brødkasser, som alle er lavet af genbrugsplast. Vi håber også at kunne indføre genanvendt plastik i vores brødposer, men dette stiller store krav til sporbarhed og fødevarer sikkerhed.

2030 ER FLYTTET TIL 2040

Tidligere har ambitionen været, at vi i 2030 ikke længere ville indkøbe fossilbaseret virgin-plastik, hvilket vil sige, at vi kun må indkøbe genbrugt plastik eller plastik af biomasse. Dette mål blev sat i 2019 med et håb om, at udviklingen og innovationen ville tage markedet for emballage til en ny æra med bioplastik og genanvendt plastik. Markedet for bioplastik er stagneret, og på trods af en positiv udvikling i markedet for genanvendt plastik, så er mængderne ikke tilstrækkelige. Samtidig oplever vi manglende sporbarhed på den genanvendte plastik, og at der stadig er strenge lovkrav for genanvendt plastik til fødevareremballage.

Vi har erkendt at vores ambitioner har været for høje og indse, at faktorer som coronavirus, krig i Europa, inflation og så videre har påvirket innovationen og transformationen af plastik- og emballagesektoren. Derfor har vi valgt at udskyde

vores mål om ingen fossilbaseret virgin-plastik til 2040, og i stedet sætte et mål for, hvor store mængder genanvendt plastik vi skal anvende til vores emballage i 2030. Dette mål er under udarbejdelse, og vil blive besluttet i løbet af 2025.

Omstillingen forudsætter fortsat, at vores emballage fremstilles med påkrævet kvalitet og sikkerhed, som er en nødvendighed, når vi arbejder med fødevarer. Plastik lavet af biomasse vil vi stadigvæk følge tæt de kommende år, og vi tror stadig på, at fremtidens fødevareremballage skal være fossilfri.

VORES MÅLSÆTNING:

- Minimum 1% effektivisering af vores plastikforbrug på årlig basis
- I 2040 er vores mål ikke længere at indkøbe fossilbaseret virginplastik

UDLØBET:

- 100% genanvendelighed på vores plastik i slutningen af 2022
- > MÅLET ER NÅET TIL 99%



MADSPILD

FOKUSOMRÅDE

Cirka en fjerdedel af verdens CO₂-udledning stammer fra fødevarerproduktion og landbruget. Heraf bliver en tredjedel af al den mad der bliver produceret, aldrig spist af mennesker. Det viser et globalt fødevarer system i ubalance, og at både penge og plads går unødvendigt til spildevand, samtidig med at det belaster miljøet. Derfor skal vi finde en måde at udnytte potentialet, der er i, at vi sikrer den mad, der bliver produceret, ender med at blive spist.

MINDRE SPILD I SCHULSTAD

Til trods for at klimapåvirkningen fra brød er lav, så er det alligevel vigtigt at holde madspildet på et absolut minimum. Vi arbejder derfor også med at sætte mål for spild i vores virksomhed, og vi har arbejdsgrupper der arbejder aktivt med det spild vi oplever i produktionen (også kaldet produktionsspild), og for det spild vi har fra brød, der ikke når at blive solgt.

VORES MÅLSÆTNING FOR 2030:

- Produktionsspild på 3%
- 0,2% i færdigvarespild

Det brød som ikke når at blive solgt kalder vi for færdigvarespild, og for 2024 lå vi på 1,3%, hvilket er 0,4% højere end sidste år. Eftersom vi arbejder med friskbrød, er det til tider svært at ramme de rigtige mængder af brød. Vi har dog en målsætning om at nå 0,2% inden 2030. Med hjælp fra de rette partnerskaber kan vi mindske madspildet. Sådan et partnerskab indgik vi i sensommeren 2023, hvor samarbejdet med WeFood, sikrer, at det brød vi har til overs på vores lagre, bliver solgt i deres butikker og derved mindskes madspildet.

I 2024 havde vi et produktionsspild på 5,1%, hvilket er 0,6% lavere end i 2021. Vi har en målsætning om at reducere vores produktionsspild til 3% inden 2030. Vi vil sikre målsætningen ved blandt andet at udskifte vores gamle, mindre effektive ovne med nye elektriske ovne, som giver en naturlig forbedring ved udskiftning. Desuden arbejder vi løbende på at forbedre vores eksisterende

arbejde på produktionslinjerne, og sammen med vores operatører diskuterer vi idéer og problematikker, så vi i fællesskab kan finde løsninger og optimeringer. Den resterende del af vores produktionsspild bliver anvendt til fremstilling af biodiesel. Der sættes generelt en meget stor ære i, at den energi og de fødevarer, vi bruger, ender hjemme hos forbrugerne og ikke ender som madspild.

BRUG DIT OVERSKYDENE BRØD TIL ANDRE MEDRETTET

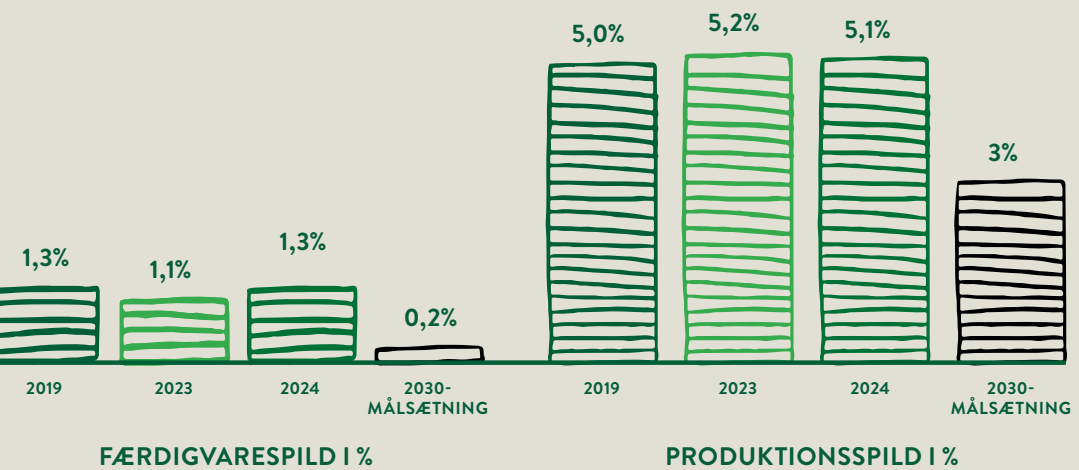
Brød er let at anvende til alle måltider i døgnet, og kun fantasien sætter grænser

for anvendelse af brødet i madlavningen, og særligt brødrester hvis man skulle ligge inde med dem. For eksempel kan man bruge brødrester i frikadellefarsen, lave øllebrød, rugbrødsschips og meget mere.

Siden 2019 har vi løbende lavet kampagner til forbrugerne på de sociale medier med inspiration til, hvordan man bedst kan udnytte brødrester i madlavningen.

På vores hjemmeside kan man finde inspirerende og lækre opskrifter, hvor netop brød indgår i madlavningen.

MADSPILD



KAMPEN OM MADSPILD

CASE

Hos Schulstad producerer vi mere end 120 mio. pakker brød om året. Langt størstedelen ender på brødhylderne i dagligvarehandlen. Dog når vi ikke at sælge ca. 1% af det bagte brød indenfor den aftalte tidsramme. Derfor er vi utrolig glade for vores samarbejde med WeFood, der dagligt afhenter vores overskydende, men fortsat friske brød fra vores lagre, som efterfølgende sælges i deres butikker.

WEFOOD – ET WIN-WIN-WIN KONCEPT

Med fokus på bæredygtighed og social ansvarlighed, har WeFood skabt en række unikke butikker i Danmark, der tager overskydende friske produkter ind og sælger til forbrugere til en fordelagtig pris.

I Danmark har supermarkederne regler for hvor lang holdbarhed der må være på produkterne ved leverance. Derfor står Schulstad sommetider tilbage med frisk og lækker brød, som supermarkederne ikke længere vil acceptere. Det vil WeFood gerne tage imod, og de henter derfor hver dag overskydende brød fra vores lagre. I 2024 blev det til mere end 60.000 brød.

Salget hos WeFood sikrer, at vi mindsker vores madspild, og at vores brød ender i danskernes hjem. De kører det overskydende brød ud til deres butikker i Sydhavnen, Nørrebro, Amager, Vejle, Aarhus og Aalborg.

Det kalder vi for et win-win-win koncept. WeFood mindsker madspild, forbrugerne køber godt brød til gode priser, og WeFoods overskud går til mennesker i

nød. Overskuddet går blandt andet til udviklingsprojekter i lande som Cambodja, Etiopien og Zimbabwe. I 2024 sikrede WeFood at 360 tons fødevarer ikke endte som madspild. Samlet sendte de 2.6 millioner kroner videre til Folkekirkens Nødhjælp.

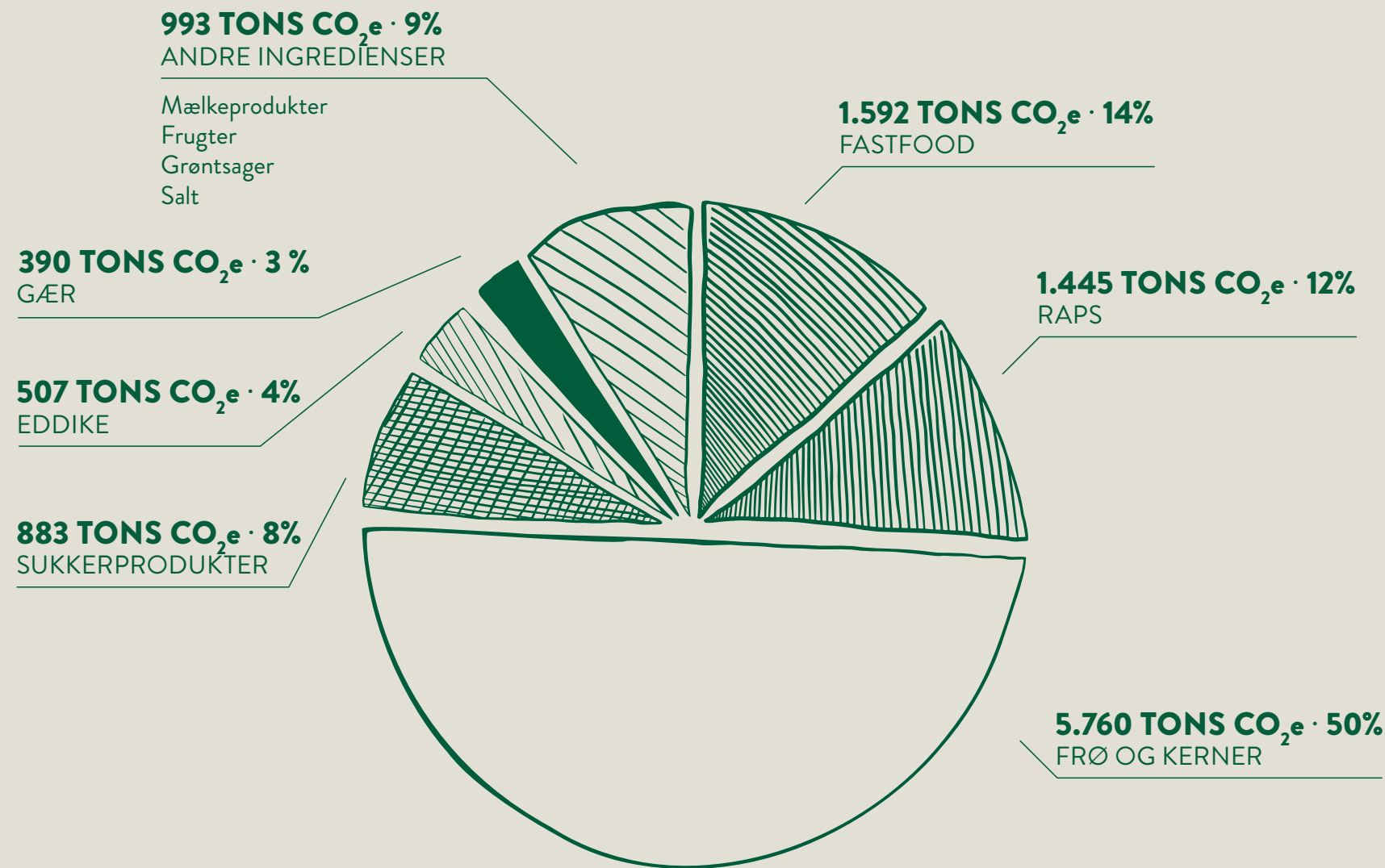
Vi indgik vores samarbejde med WeFood i sensommeren 2023, og siden da har vi sendt hele 63 tons brød til dem. Det overgår langt de forventninger, vi havde for 2024, hvor WeFood endte med at aftage hele 41 tons brød.

“Samarbejdet med WeFood er en win-win-win for alle parter, da samarbejdet genererer midler til de gode formål, som WeFood via Folkekirkens Nødhjælp støtter, samtidig med at det støtter op omkring Schulstads ambition om, at alt det brød vi producerer, skal ende i folks maver”

Jesper Fritze Helveg,
Business Unit Manager



RÅVARER SCOPE 3 CO₂e TONS



RÅVARER

FOKUSOMRÅDE

Foruden mel omfatter vores råvarer også frø, kerner, sukker, eddike, gær og olie. Disse råvarer er ikke som mel en del af vores interne værdikæde, og vi har ikke tilsvarende muligheder for at påvirke produktionen og udledningerne. Derfor gennemgår vi kontinuerligt vores råvarerportefølje, og har dialog med vores leverandører, om hvordan vi kan finde tiltag og løsninger til at nedbringe miljø- og klimaaftryk fra vores råvarer, samt øge vores sociale ansvarlighed.

I Schulstad følger vi de ti principper i FN's Global Compact. Disse principper er til for at sikre at virksomheder tager ansvar indenfor områder som mennesker- og arbejdsrettigheder, miljø, klima og antikorrruption. Dette gør vi blandt andet ved at have et adfærdskodeks såvel som et leverandørkodeks, som vi forventer alle medarbejdere og leverandører lever op til.

MILJØ- & KLIMAPÅVIRKNING

Vi har en strategi for at få flere af vores leverandører til at tilslutte sig SBTi, da det over tid vil sænke vores udledning i scope 3, og sikre forudsætningen for mange års samarbejde. Udledningen fra vores råvarer er en af vores største poster, så det har en stor effekt for os, hvis vores leverandører stiller om og tilslutter sig SBTi. Mange af vores leverandører har allerede en bæredygtighedsstrategi, og arbejder med klare reduktionsmål for deres udledninger, hvilket om få

år vil kunne aflæses i vores scope 3 regnskab. Vi følger løbende op på hvilke leverandører der tager ansvar for deres miljø- & klimapåvirkning, og er åbne for at skifte leverandører på baggrund af dette.

Vi gennemgår også løbende vores produktportefølje for at vurdere, om vi gennem optimering af nogle af vores produkter kan reducere vores udledning fra råvarerne. Det kan ske både ved en reduktion af specifikke ingredienser, men også ved at udskifte ingredienser, som har et særligt højt klimaaftryk.

SOCIAL ANSVARLIGHED

Siden sidste år har vi udviklet en ansvarlig indkøbsstrategi i forlængelse af vores leverandørkodeks, som har til formål at sikre, at alle vores råvarer bliver produceret under acceptable sociale- og miljømæssige forhold.

Det er ikke nyt, at vi arbejder med ansvarligt indkøb, da vi i forvejen har vores leverandørkodeks, hvor vi kræver visse standarder fra vores leverandører i forhold til oprindelsesland, dyrknings- og produktionsmetoder, samt arbejdsforhold for lokale medarbejdere. Dette kan man også læse mere om i vores afsnit 'Etik & Forretningsskik'.

Vi har et ønske om at øge vores ansvar og transparens i vores indkøb, og derfor har vi valgt at anvende en risikoliste med et overblik over diverse forhold i alle verdens lande. Dette har vi gjort med fokus på

aspekter såsom miljømæssige risici, sociale forhold, samt sanktionslister.

Vores nye ansvarlige indkøbsstrategi har til formål, at sikre at de råvarer vi indkøber er fremstillet under acceptable forhold. Der er lande som i vores strategi er sortlistede, typisk sanktionerede lande, og dem køber vi ikke råvarer fra. Derudover har vi rød- og gullistede lande, som vi har en række specifikke regler og krav for, når vi skal købe fra dem, da vi ønsker at sikre, at vores råvarer fra de områder er producerede under ordentlige forhold. Vores grøntlistede lande, hvor de nævnte risici er begrænsede, rækker det at modtage et underskrevet leverandørkodeks som sikrer overholdelse af specifikke standarder og krav.

Formålet med vores nye strategi er ikke at forlade udfordrede områder, eller at fokusere mere på råvarer fra lokale områder, men derimod at tage et større ansvar i udsatte områder. Som virksomhed er vi ikke i stand til at løse globale problemstillinger, men ved at sætte et eksempel og gå forrest kan vi påvirke de sociale- og miljømæssige forhold i de områder vi indkøber råvarer fra. Det er også med til at sætte et eksempel i branchen, og kan forhåbentlig inspirere andre virksomheder til at sætte tilsvarende ambitioner for hvilke forhold vi skal acceptere for de inddragede lokale medarbejdere og miljøer.

VORES MÅLSÆTNING:

- Mindske udslippet fra råvarer med 30% i 2030.
- CO₂-neutral i 2040.

**VI HAR EN AMBITIØS
MÅLSÆTNING OM AT
MINDSKE UDSLIPPET FRA
MEL OG KORNDPRODUKTER
MED 30% I 2030**

MEL

FOKUSOMRÅDE

Hos Schulstad er kornet den naturlige base for et godt og smagfuldt brød. Derfor udvælger vi altid kornet med største omhu, og vi samarbejder kun med landmænd, der dyrker deres afgrøder med respekt for naturen. Det garanterer den bedste kvalitet i vores brød. Vores rugmel kommer udelukkende fra danske marker, og vores hvedemel fra danske og svenske marker.

Landbruget er den største udleder af drivhusgasser og står for 1/3 af den samlede udledning i Danmark. En andel der forventes at vokse de kommende år. Mel og kornprodukter fra landbruget er vores største CO₂e -udleder, og som aktør i den danske kornværdikæde vil vi øge fokus på, hvordan vi kan mindske drivhusgasudledningen fra primærproduktionen, forarbejdningen på møllerne og på transporten af vores mel og kornprodukter.

Vi tager ansvar og erkender, at vi skal være med til at reducere landbrugets klimaaftryk, hvilket vi nu har påbegyndt arbejdet for at opnå. Sammen med vores ejere Lantmännen, landbruget og møllerne arbejder vi på et nyt korndyrkningskoncept som vi kalder Klima & Natur.

Vores mål er at reducere vores udslip fra mel og kornprodukter med 30% i 2030 og være en CO₂e -neutral virksomhed i 2040. Vi er bevidste om, at vi skal sætte ind der, hvor effekten er størst. Som en del af en nordisk koncern kan vi påvirke udviklingen indenfor landbruget, så de gode nordiske råvarer, som vi værner om, også er klimaneutrale.

8.433 TONS CO₂e · 33%
KORNDPRODUKTER

VORES MÅLSÆTNING:

- Mindske udslippet fra mel og kornprodukter med 30% i 2030.
- CO₂-neutral i 2040.

MEL OG KORNDPRODUKTER CO₂e-EMISSIONER I TONS

1.411 TONS CO₂e · 5%
ANDRE RÅVARER

9.254 TONS CO₂e · 36%
RUGMEL

6.810 TONS CO₂e · 26%
HVEDEMEL

KLIMA & NATUR

CASE

HVAD ER KLIMA & NATUR?

Klima & Natur er Lantmännens program for fremtidens jordbrug. I programmet dyrkes korn efter kriterier, der reducerer klimaaftrykket og gavner biodiversiteten. Med Klima & Natur driver vi udvikling ved at imødekomme markedets efterspørgsel efter korn med lavere klimapåvirkning, og ved at skabe muligheder for at landmænd kan omstille deres dyrkningsmetoder. Programmet er et vigtigt redskab for at transformere fødevarereproduktionen, og for at nå målene i Parisaftalen.

Sammen med Lantmännens medlemmer, 17.000 engagerede landmænd, tog vi det første skridt mod en omstilling i 2015. Dengang blev Klima & Natur lanceret i Sverige, og siden da er programmet løbende vokset og udviklet - både hvad angår volumen, tiltag og markeder. I dag er der høstet mere end 850.000 tons korn i programmet. I 2021 udvidede Klima & Natur til Finland, og i 2025 bliver programmet lanceret i Danmark.

Vi er fire Lantmännens selskaber i Danmark, som gennem vores stærke værdikæde vil bidrage til omstillingen af dansk jordbrug. Vi samler derfor vores kræfter for at kunne tilbyde nogle produkter med lavere klimaaftryk, som forstærker biodiversiteten, samt giver landmænd incitament til at omstille landbruget. I Danmark vil gårde der tilknytter sig programmet reducere deres klimaaftryk med 30%. Kriterierne er CO₂-reduceret gødning, CO₂-reduceret gødning og biodiesel til gavn for klimaet, og blomsterzoner og fuglefelter til gavn for naturen.

VORES INITIATIVER TIL GAVN FOR KLIMAET:



CO₂-REDUCERET GØDNING

Mineralgødning fremstillet uden fossil energi reducerer klimaaftrykket fra dyrkningen.



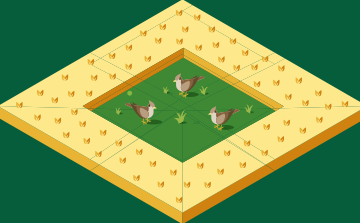
BIODIESEL

Biodiesel til traktorer, mejetærskere, korntørring etc. reducerer klimaaftrykket.



BLOMSTERZONER

Kløver, honningurt og solsikker skaber et miljø, hvor insekter og bestøvere kan trives.



FUGLEFELTER

Områder der ikke bliver såede på marken giver sanglærken mulighed for at lande og finde føde.

VORES INDSATSER

CO₂-reduceret gødning

Brug af gødning som er fremstillet med lavere klimapåvirkning.

Biodiesel

Biodiesel i arbejdsmaskinerne (traktor mm.) mindsker klimapåvirkningen.

Fuglefelter

Udyrkede områder på markerne giver bl.a. sanglærken mulighed for at lande og finde mad.

Blomsterzoner

Ved at lave blomsterzoner i marken fremmer vi tilstedeværelsen af insekter og bestøvere.

- = Mindre klimapåvirkning
- = Fremmer biodiversitet



Lantmännens program for fremtidens jordbrug

KLIMA & NATUR KAN HJÆLPE LANDBRUGET MED DEN GRØNNE OMSTILLING

KAN DU FORTÆLLE OS LIDT OM HVAD DU LAVER HOS BÅDE SCHULSTAD OG LANTMÄNNEN?

“Jeg er ansvarlig for vores klimakoncept, Klima & Natur, hvor vi primært arbejder med at udvikle et nyt korndyrkningskoncept i Danmark. Jeg er ikke kun ansat i Schulstad, men i hele vores værdikæde, så det er lidt specielt, men hele konceptet bygger jo på at vi skal samarbejde på tværs.”

KAN DU FORTÆLLE NOGET MERE OM HVAD KONCEPTET KLIMA OG NATUR GÅR UD PÅ?

“Ja, konceptet stammer fra Sverige, hvor jeg også selv er fra, og der er det allerede implementeret, og taget godt imod, af både kunder og landbrug. Så nu prøver vi at overføre konceptet til en dansk kontekst. I selve konceptet Klima & Natur findes der to dele. I den første del, landbrugskonceptet, ønsker vi at reducere vores klimapåvirkning fra kornproduktionen ude hos landmændene. Det gør vi ved at gå over til CO₂-reduceret gødning og biodiesel. Klima & Natur konceptet reducerer CO₂ udledningen med 30%. Derudover ønsker vi at fremme biodiversiteten. Det gør vi ved, at der i markerne er udstukket jord til fuglefler, så især den truede lærke har et sted at

spise. Et andet tiltag indenfor biodiversitet er at landmændene skal anlægge blomsterzoner.

Den anden del af konceptet er finansieringen af konceptet. Et af grundprinciperne i Klima & Natur er, at den enkelte landmand ikke skal betale for programmet selv. Det er ikke gratis at omlægge landbruget, så vi kompenserer landmændene for de tiltag de laver. Det giver dem et incitament til at bidrage til omstillingen af landbruget, giver dem et lavere klimaftryk, samt gør at de bidrager til en bedre biodiversitet i Danmark.”

HVAD ER JERES MÅL MED KONCEPTET?

“Vores mål er i første omgang at skabe et landbrug med mindre udledning af drivhusgasser, og med et større fokus på biodiversitet.”

HVORDAN HAR LANDMÆNDENE TAGET IMOD KONCEPTET OG HAR DE LYST TIL AT OMSTILLE SIG TIL KLIMA & NATUR?

“Jeg har kun hørt positiv feedback indtil videre. Jeg tror at danske landmænd føler sig ret udfordret for tiden, blandt andet på grund af den hårde politiske debat og den grønne trepart. Vi skal omlægge

arealer til skov og vådområder, og landmændene skal reducere deres klimaftryk. Klima & Natur konceptet kan være en del af løsningen på problemet.

Det er en stor styrke i konceptet, at vi samarbejder på tværs af værdikæden. Du kan spørge dig selv, hvorfor er der ingen andre der arbejder med det her, og hvorfor ser vi ikke store klimareduktioner i landbruget? Jeg tror det er fordi det kræver store investeringer, og hvis hele værdikæden fra jord til bord ikke kan absorbere omkostningerne, så bliver det for dyrt at producere. Her tror jeg på at Klima & Natur er vejen frem, og en mulighed for at omstille dele af landbruget i Danmark.”

HVORDAN UNDERSTØTTER KLIMA & NATUR DEN UDVIKLING SOM SCHULSTAD I DISSE ÅR GENNEMGÅR?

”Vi taler meget om Schulstads planer for 2030 og 2040. Hele ideen med Klima & Natur er, at landmændene har mulighed for at opskalere produktionen frem mod 2030. Allerede i efteråret 2025 opnår vi 20% Klima & Natur mel.

HVORDAN SER DU KLIMA & NATUR HAVE EN PÅVIRKNING PÅ DEN GRØNNE OMSTILLING?

“Kornmarkedet er jo større end det behov man har fra Schulstad. Det er et globalt marked. Det er et marked som vi ikke kan styre, men det kan påvirkes. Når et stærkt brand som Schulstad siger at de vil gå den her vej, så er det med til at vise vejen og motivere andre til at samarbejde og selv gøre en forskel. Landmændene spiser sikkert selv brød fra Schulstad, og jeg tror at når de hører om det her koncept, så vil de synes det lyder spændende og være nysgerrige på om de selv kan være med til at drive den her udvikling af landbruget.”



Jakob,
Sustainability
Project Manager

BIODIVERSITET

FOKUSOMRÅDE

Schulstad er en virksomhed som værdsætter og respekterer naturen og dens ressourcer. Og netop fordi vi benytter os af mange af naturens råvarer i vores produktion, vil vi gerne gå forrest i kampen for naturen og klimaet. Derfor samarbejder vi med landbruget og vores søster- og moderselskaber på at forbedre og styrke biodiversiteten i Danmark. Vi har et mål om at indkøbe råvarer med begrænset miljøpåvirkning, og hvor der er særlig fokus på naturen og biodiversiteten.

Verden står overfor en biodiversitetskrise. De sidste 50 år er bestanden af dyrearter faldet drastisk. Ændringer af arealanvendelse er en af de store syndere, der truer biodiversiteten, og derfor er det vigtigt at gøre noget, der hvor vi kan. I Schulstad respekterer vi naturen og ved godt, at det er den, der leverer en af de helt store ingredienser til vores brød, nemlig korn og mel. Vi er afhængige af, at økosystemer og de processer der er i spil, bliver ved med at eksistere. Dette er blandt andet én af grundene til, at vi introducerer Klima & Natur konceptet, som fremmer biodiversiteten i vores landbrug, og sikrer mangfoldighed af levende organismer såsom dyr, planter og svampe.

KLIMA & NATUR FREMMER BIODIVERSITET

Klima & Natur udfaser fossile brændsler i landbruget med CO₂-reduceret gødning og biodiesel til landbrugsmaskinerne. Derudover integrerer det områder med blomsterbælter og vild natur i og omkring markerne, hvilket er med til at forbedre omstændighederne for bestøvere som bier, sommerfugle og andre insekter. Her kan de leve i symbiose med landbruget ved at få ly og føde, samtidig med at de kan bestøve omkringliggende omgivelser.

Et andet tiltag, der fremmer naturen, er anlæggelsen af fuglefler. Bestanden af sanglærken er tæt på halveret siden 1970'erne. Sanglærken lever i og omkring marker, hvor der er færre rovfugle, og det er også her de yngler og passer deres unger. De kornsorter vi bruger i dag, vokser sig for høje og det resulterer i, at sanglærkerne ikke kan lande imellem planterne. Landbrug der bliver en del af Klima & Natur initiativet, anlægger fuglefler på deres marker. Det er udyrkede arealer i deres marker, hvor lærken kan yngle, som du kan se på forsiden af denne rapport. Efter at sanglærken har overvintret sydpå, vender den som voksen ofte tilbage til det sted de er vokset op, og på den måde kan landbrug muligvis få faste sanglærker, der bor på markerne.





ØKOLOGI

FOKUSOMRÅDE

Den helt store forskel mellem økologisk og konventionelt landbrug i dag er, at økologi tager mere hensyn til lokal natur og miljø ved ikke at bruge kunstgødning og syntetiske pesticider. En af de helt store syndere fra det konventionelle landbrug vi har i dag, er udvaskning af kvælstof og pesticidrester til den omkringliggende natur, vandløb og grundvand.

Økologi er vigtigt for Schulstad og noget, som vi gerne vil blive endnu bedre til. Derfor lancerede Schulstad i 2024, i samarbejde med Kornkammeret, to nye

økologiske rugbrød på markedet. Vi lancerede et nyt økologisk solsikkebrød, samt vores økologiske variant Kernefryd, som er fyldt med saftige kerner og hørfrø. Begge produkter er økologiske, nøglehuls- og fuldkornsmærket. Vi arbejder på at udvikle videre på vores samarbejde med Kornkammeret, og glæder os til at lancere flere nye lækre økologiske brød.

De nye brød har skiftet format, så det passer bedre til danskernes behov, uden at gå på kompromis med smag og saftighed. Vi har indgået samarbejdet for at udvikle de bedste brød til den økologiske forbruger.



MENNESKER
& SAMFUND

TILTAG SIDEN SIDSTE ÅR:



REVIDERET SENIORPOLITIK:

Bedre proces for seniorsamtaler, nye seniorplanlægningsseminar og desuden fortsat sundhedsforsikring på deltid som senior



NY OBLIGATORISK E-LEARNING:

Læring om ubevidste bias med særligt fokus på rekrutteringsprocessen



NY SENIOR HEALTH & SAFETY SPECIALIST:

Vi har ansat en medarbejder med særligt fokus på sikkerhed

MENNESKER OG SAMFUND

For Schulstad som virksomhed, er respekten for den enkelte og lige muligheder for alle helt afgørende, både for vores medarbejdere, vores kunder og samfundet omkring os.

Vi stræber efter en virksomhedskultur med en høj grad af psykologisk tryghed, der bygger på indbyrdes tillid til hinanden, og hvor man tør vise sårbarhed, give udtryk for sin mening og tale åbent om fejl.

Vi arbejder aktivt på at udvikle stærke teams på tværs af organisationen. Vi tror på, at dette skaber et miljø, hvor alle tager ansvar for fælles mål og ikke er bange for at være nysgerrige.

Nysgerrighed er oftest det, der fører til innovative løsninger, så vi fortsat kan positionere os som Danmarks største brødleverandør.

Vi vil være den mest attraktive arbejdsplads i dagligvarebranchen. En arbejdsplads, hvor alle kan føle sig trygge og velkomne, som tilbyder spændende og udfordrende jobmuligheder og som er kendetegnet ved ordentlighed over for medarbejdere, kunder og omverden.

Helle, HR Director



PSYKOLOGISK TRYGHED SKABER BEDRE OG MERE VELFUNKTERENDE TEAMS

INTERVIEW MED HELLE RASMUSSEN, HR DIRECTOR

SCHULSTAD HAR TILSLUTTET SIG DI'S DIVERSITETSLØFTE. I LYSET AF DEN NUVÆRENDE GEOPOLITISKE SITUATION, KAN DU SÅ SÆTTE NOGLE ORD PÅ, HVORFOR I HAR GJORT DET?

“Jeg er klar over, at diversitet fylder meget i den internationale samfundsdebat, men jeg kan blot slå fast, at vi er overbeviste om at diversitet og forskellighed er en styrke for vores virksomhed. Vi er overbeviste om, at vi skaber bedre resultater, jo bredere et input vi får, og jo flere forskellige perspektiver vi får ind i en diskussion. Så vi mener, at det styrker vores innovationskraft, og i det hele taget vores produktivitet.”

HVOR LANGT ER I NÅET MED ARBEJDET MED DI'S DIVERSITETS- LØFTE SIDEN SIDSTE ÅR?

“Vi kan ikke arbejde med det hele på en gang, men noget af det, vi har kigget ind i siden sidst, er vores bias i rekrutteringsprocessen, det vil sige vores forudindtagethed.

Vi har lanceret en træning til alle, der er ledere for funktionærer med formålet om, at de skal være bevidste om deres ubevidste bias. Her vil de blive trænet i,

hvilke typer af bias der er, og få nogle værktøjer til at forholde sig til, at de selv kan være biased.

Det er også for at øge vores bevidsthed om, at alle har ubevidste bias. Vi skal gøre så meget som muligt for, at det ikke påvirker vores beslutninger negativt.”

SCHULSTAD HAR OPLEVET ET FALD I ANTALLET AF KVINDER ANSAT I DISTRIBUTIONEN OG PRODUKTIONEN DE SENESTE ÅR. HVORDAN GÅR DET MED AT FINDE EN LØSNING PÅ DET?

”Vi er lige nu i analysefasen. Vi er ved at finde ud af, hvorfor der er nogle afdelinger, hvor det faktisk går meget godt med at have kønsdiversitet. Og nogle hvor det går mindre godt. Jeg har været ude at tale med nogle af de ledere, som er gode til det og nogle af dem som er mindre gode til det.

Det jeg finder ud af er, at der, hvor det går godt, har man taget et bevidst valg. Det er de afdelinger og ledere, hvor man ved, at det giver en bedre arbejdsplads med en blanding af alle køn, og også handler derefter. Ikke dermed sagt, at vi har fundet løsningen. Men jeg kan love, at der kommer en handleplan på området inden næste år.

Samtidig skal vi også finde ud af, hvad vores målsætning skal være. Jeg tror ikke, at det er realistisk at stræbe efter helt lige kønsfordeling i de jobfunktioner, der er tale om. Men vi skal have vendt den negative udvikling.”

DET LYDER SOM OM, SCHULSTAD ER EN VIRKSOMHED MED MANGE FORSKELLIGE ARBEJDSSTYPER?

”Det er jo også det, der gør det sjovt. Der er meget, der ville være nemmere, hvis vi var en virksomhed på én lokation med 1000 mennesker, der alle sammen sad ved en computer og lignede hinanden. Men det er Schulstad ikke. Vi har mange forskellige slags kolleger på forskellige ansættelsesvilkår og på tre forskellige lokationer. Den diversitet er også det, der gør det både udfordrende og sjovt at være mig.”

ØREMÆRKET BARSEL FOR FÆDRE ER ET LIDT NYT FÆNOMEN. HVAD GØR I PÅ OMRÅDET?

“Vi følger det, der er i overenskomsterne og i lovgivningen om forældreorlov, men der hvor jeg synes, vi gør noget specielt her på kontoret, det er at skabe en kultur, hvor det er acceptabelt, og at vi opfordrer til at mænd holder forældreorlov. Jeg tror, det er måden at gøre det på, og det er et kvantespring i forhold til ligestilling.”

HVORDAN ARBEJDER I MED PSYKOLOGISK TRYGHED?

“Det vi forstår med psykologisk tryghed er, at man tør indrømme sine fejl og bede om hjælp. Vi tror på, at psykologisk tryghed skaber bedre og mere velfungerende teams og dermed bedre resultater. Bonusser er så, at Schulstad bliver et trygt sted at være.

Det arbejder vi med på forskellige måder. For eksempel har vi fået et fornyet fokus på følelsesmæssig intelligens hos de ledere vi ansætter, og vil screene for det i rekrutteringsprocessen. Desuden udbyder vi træning til eksisterende ledere og tilbyder individuel udvikling og coaching af vores ledere ved behov.”

DIVERSITET & INKLUSION

FOKUSOMRÅDE

Schulstad er en mangfoldig virksomhed, da vi gerne vil afspejle det omgivende samfund, og vores medarbejdere repræsenterer forskellige nationaliteter, kulturer, religioner, etniciteter, seksuel orientering, uddannelsesmæssige baggrunde, aldre og køn. Vi er en arbejdsplads, hvor alle medarbejdere føler sig velkomne og respekterede.

Vi tror på, at vi ved at favne forskelligheden og inkludere alle, får flere forskellige og mere kreative perspektiver på arbejdsopgaver og problemstillinger. Det er også med til at sikre, at vi kan tiltrække og tilknytte nødvendig og kompetent arbejdskraft til virksomheden.

Vores mål er at skabe et arbejdsmiljø, hvor alle medarbejdere trives og bidrager med deres unikke baggrunde og perspektiver. Vi arbejder på at øge virksomhedens diversitet – og ved at inkludere forskellighed bliver vi både mere konkurrencedygtige og bidrager til at skabe et mere inkluderende samfund som helhed.

TILSLUTNING TIL DIVERSITETSLØFTET FRA DI
For at blive bedre til at arbejde med diversitet og inklusion, har vi tilsluttet os DIs Diversitetsløfte, hvor vi har forpligtet os til at sætte konkrete mål for diversitet, lave handlingsplaner for at nå

målene og aktivt fremme inklusion i virksomheden. DIs Diversitetsløfte består af 16 principper, hvor vi har valgt at have særligt fokus på principperne 1, 2, 8 og 10.

Princip 1: Vi ved at diversitet & inklusion gør os klogere som virksomhed.

Princip 2: Vi ser diversitet & inklusion som et konkurrenceparameter.

Princip 8: Vi ønsker at flere kvinder skal finde vej til den private sektor.

Princip 10: Vi går ind for at gøre brug af øremærket barsel til mænd.

ALDERSDIVERSITET
Vi ønsker at tiltrække og tilknytte medarbejdere i alle aldre, derfor spørger vi ikke til alder i rekrutteringsprocessen. Særligt har vi fokus på at fastholde seniorer på arbejdsmarkedet, så vi tilknytter deres erfaringer og kvalificerede arbejdskraft.

Vores seniorpolitik giver allerede mulighed for at aftale fleksible seniorordninger om for eksempel nedsat tid, andre arbejdsopgaver eller andre arbejdstider. Dialoger omkring ønsker og muligheder for fleksible arbejdsforhold er også allerede en fast del af den årlige med-

arbejdersamtale for seniorer. Alligevel bliver muligheden for fleksible seniorordninger ikke brugt i det omfang, vi godt kunne tænke os. Vi har derfor i det forgangne år afholdt en workshop med deltagelse af ledelse og medarbejdere med fokus på seniorordningen.

Resultatet er blevet en revideret Seniorpolitik, hvor en ny proces for seniorsamtaler og et seniorplanlægningsseminar gerne skal gøre det lettere for vores medarbejdere, at planlægge deres seniortilværelse. Desuden er det nu afklaret, at vores kolleger fortsat er dækket af sundhedsforsikringen, hvis de går på deltid som senior.

KØNSDIVERSITET
Vi ønsker så stor kønsdiversitet som muligt på alle niveauer og i alle funktioner i virksomheden. Der er vi allerede på de øverste ledelsesniveauer og i administrative funktioner, men i vores bagerier, lagre, værksteder og distributioner er andelen af kvinder faldet fra 10% til 6% de seneste år. Vi kender ikke de præcise underliggende årsager til det. Vi har derfor igangsat en større undersøgelse af udviklingen på området. Vi er stadig i analysefasen og er i dialog med ledere og kolleger i de berørte afdelinger. Det er endnu for tidligt at konkludere noget af undersøgelsen, ligesom vi endnu ikke har en handleplan på området. Det vil vi arbejde på at have klar indenfor det næste år.

I 2024 består Schulstads ledergruppe af 50% kvinder og 50% mænd. I den udvidede ledergruppe, som fortrinsvis består af referencer ind i ledergruppen, er 43% kvinder og 57% mænd. I vores bestyrelse, som består af fem medlemmer, hvoraf to er medarbejdervalgte, er 60% kvinder og 40% mænd (3 kvinder, 2 mænd).

LIGESTILLING I LØN
Vi tilbyder lige løn for lige arbejde og attraktive ansættelsesforhold for alle. Vores overenskomstansatte er ansat på normalløn, så alle får samme løn for samme arbejde. Individuelle tillæg tildeles udelukkende på baggrund af anciennitet eller funktion.

Vores funktionærer har individuel løn, så der har vi arbejdet på at udvikle en årlig lønanalyse med det formål at kunne identificere eventuelle uligheder i lønnen mellem køn.

Fra 2024 har vi gennemført årlige lønanalyser. Hvis vi oplever ulighed, forpligter vi os til at rette op på det.

LIGESTILLING PÅ BARSEL
Vi følger DIs overenskomster vedrørende løn under graviditetsorlov, barselorlov, fædreorlov og forældreorlov for alle medarbejdere, også for specialister og ledere på individuel kontrakt.

Vi har fokus på, at begge forældre benytter muligheden for at tage orlov med deres børn, og at vi tilbyder attraktive vilkår for at gøre det. Vi opfordrer derfor vores medarbejdere til at dele forældreorlov ligeligt med deres partner. De nyeste barselsregler er tilgængelige på vores platforme, og vi opfordrer vores mandlige kolleger (eller medfædre/-mødre) til at bruge den øremærkede forældreorlov, så vi får skabt en kultur, hvor det også er velset, at begge parter holder forældreorlov. Alle medarbejdere – også specialister og ledere – kan tage barns 1. sygedag.

Fra 2024 har vi tilbudt forældreorlovsamtaler som en service for vores medarbejdere, så de bedre kan forstå mulighederne for forældreorlov. Denne service er indtil videre beholdt vores funktionærer, men vi arbejder på at kunne tilbyde servicen til alle i virksomheden.

Desuden kigger vi på, hvordan vi kan lave mere fleksible ordninger for medarbejdere med børn, for eksempel ved at få mere fritid ved egen betaling.

BIAS I REKRUTTERING
Vi har en ambition om altid at interviewe både mænd og kvinder i en rekrutteringsproces til alle positioner. Kandidater bliver heller ikke spurgt til deres alder i rekrutteringsprocessen.

Fra 2024 har vi haft fornyet fokus på ubevidste bias i rekrutteringsprocessen. Derfor har vi gennemført træning af ansættende ledere med fokus på, hvordan de undgår at deres bias påvirker rekrutteringen af nye medarbejdere. Vi har allerede fokus på sprogbrugen i vores jobannoncer, så den er inkluderende.

KØNSIDENTITET
Vi er åbne over for alle kønsidentiteter og seksuelle orienteringer og giver derigennem plads til, at man kan gå på arbejde, som den man er. Vi skal have en kultur og en omgangstone, som ikke er diskriminerende over for minoriteter, herunder LGBTQ+ medarbejdere. For ikke-binære kønsidentiteter kan adgangen til toiletter og omklædningsrum være en barriere for at trives på vores arbejdsplads. Derfor har vi som en start kønsneutrale toiletter i vores administration, mens vi samtidig arbejder på at finde en løsning for at lave en kønsneutral omklædningsmulighed i vores bagerier.

VORES MÅLSÆTNING

- En firdobling af antallet af fleksible seniorordninger til i alt 40 ordninger i 2030
- Lige løn for lige arbejde i alle jobfunktioner
- Minimum 40 % af hvert køn i bestyrelse, og minimum 45% af hvert køn på 1. og 2. ledelsesniveau

Diversitet	2021	2022	2023	2024
Medarbejdere, som er på seniorordning (f.eks. på nedsat tid)	10	12	11	13
Medarbejdere, der er over pensionsalder (>66,5 år)	7	2	9	10
I alt	17	14	20	23

	2022	2023	2024
Total andel kvindelige medarbejdere	15,0%	14,4%	14,3%
Total andel mandlige medarbejdere	85,0%	85,6%	85,7%
Andel kvinder i udvidet ledergruppe	38,0%	42,0%	43,0%
Andel mænd i udvidet ledergruppe	62,0%	58,0%	57,0%
Andel kvinder i ledergruppen	50,0%	50,0%	50,0%
Andel mænd i ledergruppen	50,0%	50,0%	50,0%
Andel kvinder i bestyrelsen	33,3%	40,0%	60,0%
Andel mænd i bestyrelsen	66,7%	60,0%	40,0%

SENIORORDNING HOLDER HJULENE I GANG FOR ERFARNE CHAUFFØRER

CASE

ET EKSEMPEL PÅ EN VELFUNGERENDE SENIORORDNING

Hos Schulstad handler bæredygtighed også om at skabe plads til mennesker gennem hele arbejdslivet. En af de måder, det kan lykkes på, er med fleksible seniorordninger.

Et godt eksempel findes på en fast lastbilsrute, som i dag deles af tre erfarne chauffører: Niels Anton Madsen (67 år), Bent Lind (64 år) og Jens Tang (70 år). De er alle på nedsat tid og en del af en løsning, der skaber værdi for både medarbejdere og Schulstad. Vi har talt med to af dem og deres kørselsleder om, hvordan det er at arbejde med seniorordning.

Niels Anton Madsen har kørt for Schulstad i imponerende 37 år. Han har været arbejdsmiljørepræsentant i tre årtier og medarbejdervalgt bestyrelsesmedlem i over ti år. Nu er han 67 og fortsætter gerne lidt endnu.

“Det var min leder, Martin der foreslog det, allerede et par år før det blev aktuelt. Det sætter jeg stor pris på. Hvis jeg fortsat skulle køre fuldtid, ville det være for hårdt i længden” siger Niels Anton. Derfor giver hans deltids-seniorordning stor værdi.

“Hvis jeg gik på pension nu, skulle jeg bare gå hjemme alene. Jeg har lige været tre måneder væk efter en knæoperation, og er først lige startet op på job igen. Det var sgu for kedeligt at gå derhjemme. Min kone er yngre end mig, så jeg vil gerne holde ud, til hun også går fra. Eller så længe jeg kan.”

Niels nyder friheden i chaufførfaget, og ikke mindst de teknologiske forbedringer: “Vi skal jo snart køre i el-lastbiler, og der er en lang større køreglæde i dem. Det glæder jeg mig til.”

For Bent Lind, der har kørt lastbil hos Schulstad de seneste seks år, er seniorordningen en nødvendighed. “Jeg er slidt efter mange år i branchen. Jeg ville gerne gå på efterløn, men det kan ikke løbe rundt endnu. Så det her er en god løsning i mellemtiden,” siger han ærligt.

Med en turnus, der blandt andet giver ham otte dages fri i træk en gang hver måned, har han fået mulighed for at passe sin bondegård på Møn, og være til stede for familie og børnebørn.

“Det begynder at blive sværere at vende døgnrytmen, når man arbejder nat, men ordningen gør det mere spiseligt. Jeg håber at kunne få en lidt lettere turnus, når en af de andre stopper.” Som yngste- mand i trio'en har Bent nemlig en lidt hårdere turnus, og derfor venten han

tålmodigt på at enten Niels eller Jens går på pension.

Når det en dag sker, kommer der næsten med sikkerhed en ny mand ind på “senior-ruten”. Det skal kørselsleder, Martin Schlichting nok sørge for.

“Jeg er sgu ikke så aldersforskrækket,” siger kørselsleder Martin Schlichting med et smil. “De her tre deler bare en helt almindelig rute, men det gør en verden til forskel for dem og for os.”

Han ansætter gerne ældre chauffører og har allerede mange med høj anciennitet. Han beskriver dem som stabile, loyale og rolige. Værdier, der bliver mere og mere sjældne i en travl branche. “De ældre chauffører har en ro og en erfaring, der smitter af. De er klippefaste og er gode til at lære fra sig. Det giver en stabilitet, vi nyder godt af.”

Hos Schulstad arbejder vi bevidst med at fastholde ældre medarbejdere, blandt andet gennem tidlig dialog om seniorordninger på den faste årlige seniorsamtale.

“Det handler om at have fingeren på pulsen. Jeg taler med dem jævnligt om deres ønsker og behov. Mange af dem vil gerne blive ved. Måske har de en yngre kone derhjemme, en fysik der kræver at de går ned i tid eller et stærkt behov for at holde sig i gang,” fortæller Martin.

Ordningen viser, hvordan enkle justeringer kan gøre en stor forskel. For Schulstad handler det om at tage social bæredygtighed alvorligt, og om at passe på en gruppe medarbejdere, der gennem årtier har båret virksomhedens brød ud i hele landet.

“Vi har en høj anciennitet, fordi vi er en god arbejdsplads,” slutter Martin Schlichting. “Og fordi vi tør gøre noget konkret for at holde på de dygtige folk vi har.”



Niels, Chauffør



Bent, Chauffør

PSYKOLOGISK TRYGHED

FOKUSOMRÅDE

Vi tror på, at trygge mennesker skaber de bedste resultater sammen. Derfor bygger vi vores samarbejde og ledelse på tillid, som ifølge Lencionis model* er fundamentet i højtydende teams. Når der er tillid, tør vi sige tingene åbent, dele idéer og indrømme fejl, og det er netop dét, der skaber psykologisk tryghed.

Vores ledere i Schulstad spiller en central rolle i at forme den kultur. Det handler ikke om at være perfekt, men om at være nærværende, invitere til dialog og vise, at det er okay ikke at have alle svarene. Vi leder efter mennesker, der forstår værdien af tillid og tryghed og som aktivt vil være med til at skabe et miljø, hvor det er naturligt at være modig, stille spørgsmål og lære sammen. Derfor er psykologisk tryghed også en integreret del af vores rekruttering og vores performance-dialoger.

Vores arbejde med psykologisk tryghed handler om at:

- Skabe rum for åbenhed – også når det er svært
- Bruge uenighed og forskellighed som drivkraft for udvikling
- Holde hinanden ansvarlige med respekt
- Levere stærke resultater, fordi vi har tryghed i relationerne

For at sikre, at vores ledere lykkes med at udvise og lede med psykologisk tryghed, sætter vi nu yderligere initiativer i gang med fokus på tre områder:

REKRUTTERING MED FOKUS PÅ PSYKOLOGISK TRYGHED
Evnen til at skabe psykologisk tryghed bliver et centralt kriterie, når vi ansætter nye ledere. Det bliver en forudsætning. Derfor opdaterer vi vores rekrutteringsproces med nye værktøjer. Herunder en EQ-test (følelsesmæssig intelligens) og en særlig spørgeramme, der er udviklet til at afdække netop denne kompetence.

FÆLLES TRÆNING OG UDVIKLING AF NUVÆRENDE LEDERE
Vi gennemfører fælles træning, hvor vi arbejder med definitionen af psykologisk tryghed og hvorfor det er vigtigt. Derudover træner vi lederne i konkrete ledelsesværktøjer som allerede er kendte i organisationen.

INDIVIDUEL UDVIKLING EFTER BEHOV
Hvor det er relevant, tilbyder vi individuel støtte i form af fx coaching, mentoring eller 360 graders feedback, så den enkelte leder kan udvikle sig i sit eget tempo og med afsæt i sin hverdag.

SÅDAN MÅLER VI, OM VI LYKKES

Vi følger udviklingen tæt gennem udvalgte spørgsmål i vores årlige trivselsmåling. Målet er et indeks på over 80 fra 2026 og frem på følgende områder:

“Min nærmeste leder skaber en arbejdskultur i afdelingen, der er præget af tillid og åbenhed.”

“Min nærmeste leder skaber en positiv arbejdstoning, hvor initiativer og idéer bliver taget alvorligt.”

“Min nærmeste leder fremmer samarbejde og videndeling med andre enheder i virksomheden.”

“I min afdeling respekterer og stoler vi på hinanden.”

“I min afdeling taler vi åbent om vores fejl for at lære af dem.”

Derudover følger vi udviklingen hyppigt i kvartalsvise spørgeundersøgelser, hvor vi følger op på om der er psykologiske tryghed i de enkelte afdelinger.

Psykologisk tryghed er ikke en opgave, der afsluttes, men en kontinuerlig proces, vi løbende træner og forfiner. Vores arbejde med psykologisk tryghed er forankret i vores ledelse, i vores samarbejde og i den måde, vi tager imod nye kolleger.

**Patrick Lencioni er en amerikansk forfatter og organisationskonsulent, bedst kendt for bogen “De fem dysfunktioner i et team” (The Five Dysfunctions of a Team). Lencionis model beskriver de grundlæggende problemer i dysfunktionelle teams. Herunder mangel på tillid.*



TRIVSEL & BALANCE

FOKUSOMRÅDE

TRIVSELSMÅLING

Vi gennemfører trivselsmåling i alle afdelinger hvert andet år. Der følges op på trivselsmålingen gennem dialog med medarbejderne, og der aftales konkrete handlingsplaner til forbedring af trivsel og arbejdsglæde. Trivselsmålingen blev senest gennemført i efteråret 2023 med en deltagelse på 97% blandt alle fastansatte medarbejdere. Den overordnede arbejdsglæde i målingen for Schulstad var indeks 80. Sammenlignet med 2021 er arbejdsglæde-indekset derfor steget 6 point.

I trivselsmålingen får ledere feedback på blandt andet deres evner til at styre, organisere og udvikle deres afdeling, udvikle deres medarbejdere og skabe et positivt arbejdsmiljø. Den samlede score i målingens ledelsesindeks i 2023 er 81 point, hvilket er en stigning på 6 point i forhold til 2021 målingen.

Både indekset for arbejdsglæde og ledelse ligger over vores målsætninger for trivsel i Schulstad. Det er vi stolte af – og noget vi rigtig gerne vil fastholde. Fra 2025 afvikler vi trivselsmålinger hvert år, så vi måler medarbejdertrivsel mere frekvent.

NATARBEJDE

Vi står aldrig stille i Schulstad, og med vores produktion og levering af frisk brød hele døgnet rundt, har vi en del natarbejde. Vi har derfor svært ved at overholde NFAs anbefalinger om natarbejde, og har derfor implementeret en række skærpede tiltag for, i videst muligt omfang, at afbøde de helbredsmæssige udfordringer ved natarbejde (søvn, kost, motion m.v.). Hvert år gennemfører vi en arbejdspladsvurdering og tilbyder nathelbredssamtaler. I 2025 er nathelbredssamtalerne for første gang obligatoriske for alle natarbejdere.

Helbredssamtalerne foregår på arbejdspladsen med en fagperson indenfor sundhed, og er et mix af samtale og fysiologiske undersøgelser med henblik på at forebygge de helbredsmæssige konsekvenser af natarbejde.

Vi tilbyder helbredssamtaler til alle medarbejdere hvert andet år, hvor der er fokus på både fysisk og mental sundhed i alle medarbejdergrupper, også hvis man ikke arbejder om natten.

BALANCE

Vi har fokus på et sundt helbred for vores medarbejdere gennem sunde kantine løsninger, personalefrugt, motionsrum på alle lokationer og tilskud til fælles deltagelse i motionsaktiviteter, som for eksempel DHL-stafetten, Alt for Damernes Kvindeløb m.v. I 2025 deltager vi desuden i Tæl Skridt kampagner og Vi Cykler Til Arbejde for at motivere til øget bevægelse blandt vores medarbejdere.

Vi har også implementeret et ‘elastikprogram’ for alle medarbejdere. Træningen er tilpasset de enkelte arbejdsfunktioner med henblik på at modvirke de fysiologiske udfordringer ved for eksempel stillestående arbejde eller tungt arbejde.

Vi tilbyder ligeledes mulighed for fleksibelt hjemmearbejde i support og administrative arbejdsfunktioner, i det omfang medarbejderens arbejdsopgaver tillader det. Det er meget individuelt, om og i hvilket omfang vores medarbejdere

ønsker at arbejde hjemmefra, men for mange bidrager muligheden til en bedre balance mellem arbejdsliv og familieliv.

Vores samlede sygefravær har været stabilt omkring 4,5% mellem 2019 og 2021, selv med Corona-relateret fravær. Dog steg det til 5,2% i 2022. I 2023 var sygefraværet tilbage på cirka 4,5 % (4,42 %). Alle medarbejdere er omfattet af en sundhedsforsikring, hvor de kan få gratis og hurtig behandling.

Vores ambition er at reducere sygefraværet til 3,5% i 2030, så vi har konstant fokus på opfølgning på sygefravær, herunder hvordan vi hele tiden kan forbedre eller forebygge de underliggende årsager som sundhed, trivsel og arbejdsforhold.

Medarbejder- og ledelsestilfredshed*	2019	2021	2023	2024
Medarbejdertilfredshed	76	74	80	80
Ledelsestilfredshed	77	75	81	81

*Medarbejder tilfredshed og ledelsestilfredshed undersøgelser bliver lavet hvert andet år.

Sygefravær*	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Sygefravær total	4,4%	4,5%	4,5%	5,2 %	4,4%	4,1%

Sygefravær er opgjort som et gennemsnit på året og inkluderer alt sygefravær inkl. barn syg eller barnets første sygdag.

VORES 2030 MÅLSÆTNING:

- Trivselsmåling – overordnet arbejdsglæde minimum index 75
- Ledelsesindeks i trivselsmåling – minimum index 75
- Sygdom – totalt sygefravær < 3,5%

SIKKERHED

FOKUSOMRÅDE

Det er en fundamental menneskerettighed ikke at komme til skade, når man går på arbejde. Det er en del af vores DNA, at vi passer på os selv og på vores kolleger. Vi lever naturligvis op til de lovgivningsmæssige krav i vores sikkerhedsarbejde, men vores ambition er at gøre det endnu bedre.

Vi stræber efter en nul-ulykkeskultur, hvor alle medarbejdere tænker sikkerhed først. Derfor er sikkerhed altid første punkt på dagsordenen på alle ledelsesniveauer i organisationen.

I 2024 havde vi 22 arbejdsulykker med fravær og 53 arbejdsulykker i alt. Det er nogenlunde på niveau med 2023. Det er vi ikke tilfredse med. Af de 22 arbejdsulykker med fravær er 77% i lager- og logistikdelen af virksomheden, resten i bagerierne. Alle arbejdsulykker – både dem med og uden fravær – samt tilløb til ulykker og risikoobservationer registreres i Lantmännens arbejdsmiljøsystem LIA. Vi følger vi op på alle registreringer i LIA i den lokale arbejdsmiljøorganisation, og der arbejdes kontinuerligt med at forbedre sikkerheden på baggrund af hver enkelt registrering. Vi har valgt at ansætte en Health & Safety Specialist i 2024, så vores arbejdsmiljøorganisation

får mere support til konkret opfølgning på registrerede hændelser og til at skabe den nul-ulykkeskultur, vi stræber efter. Læs et uddybende interview med hende – hun hedder Karina Birch Wilkinson – på næste side.

Træning af vores ledere og medarbejdere er et væsentligt led i forbedringen af vores arbejdsmiljøprocesser og ændring af adfærd således, at alle medarbejdere arbejder proaktivt med at undgå arbejdsulykker.

Alle medarbejdere trænes løbende i vores “syv gyldne sikkerhedsregler”, som beskriver den sikkerhedsadfærd, som alle medarbejdere forpligter sig til at efterleve. Dermed får vi et fælles sprog omkring den nul-ulykkeskultur, som vi gerne vil skabe. I 2024 havde vi fokus på registrering af risikoobservationer og alle vores medarbejdere blev blandt andet trænet i at observere risici på arbejdspladsen inden for deres funktionsområde. Vi har særligt fokus på vores chaufførers sikkerhed, fordi en forholdsmæssig stor del af vores hændelser sker uden for virksomheden i forbindelse med levering af brød direkte til butikker.

Christian, Distribution



VORES MÅLSÆTNING:

- Nul-ulykkeskultur.
- Arbejdsulykker med fravær - IR (ulykkesfrekvens) < 1, dvs. mindre end én arbejdsulykke pr. 1 million arbejdstimer.
- Totale antal arbejdsulykker – TRIR (total rapporteret ulykkesfrekvens) < 20, dvs. mindre end 20 arbejdsulykker om året pr. 1 million arbejdstimer.

Ansvarlig arbejdsgiver	2021	2022	2023	2024
Antal arbejdsrelaterede dødsfald	0	0	0	0
Antal arbejdsulykker med fravær	36	25	22	22
Total antal arbejdsulykker	72	67	56	53
Ulykkesrate	33	24	20	21
Antal tilkøb til ulykker	87	98	119	125
Antal risikoobservationer	535	1.189	884	1.536

SYV GYLDNE SIKKERHEDSREGLER



1. JEG TAGER MIG ALTID TID TIL AT TÆNKE SIKKERHED FØRST, FORDI MIN SIKKERHED ER FØRSTE PRIORITET



2. JEG BRUGER ALTID DET PÅBUDTE SIKKERHEDSUDSTYR



3. JEG RAPPORTERER ALTID POTENTIELLE FARER



4. JEG ARBEJDER ALTID SIKKERT I NÆRHEDEN AF BEVÆGELIGE OG ROTERENDE MASKINDELE



5. JEG FØLGER ALTID SIKRE 'LOCK OUT – TAG OUT'-PROCEDURER



6. JEG UDFØRER ALTID LØFT FORSVARLIGT OG SIKKERT



7. JEG BRUGER ALTID KØRENDE MATERIEL SIKKERT OG ANSVARLIGT

VI SKAL SKABE EN NUL-ULYKKESKULTUR

INTERVIEW MED KARINA BIRCH WILKINSON, SENIOR HEALTH AND SAFETY SPECIALIST

KAN DU FORTÆLLE OS, HVAD DU LAVER HOS SCHULSTAD?

”Jeg er startet i en ny rolle den 1. august 2024, hvor mit ansvar er at støtte hele organisationen i arbejdet med Health and Safety. Vi har et klart mål: At skabe en kultur uden arbejdsulykker, en såkaldt nul-ulykkeskultur. Det kræver en stor forandring, for historisk set har vi haft for mange ulykker.

Vi er nødt til at flytte os. Hidtil har fokus primært været på produktionen, og på at få varerne ud over rampen, leveret til tiden og i den rette mængde. Det har fungeret godt, men det har desværre betydet, at sikkerheden ikke har fået den nødvendige opmærksomhed.

Fremover skal det ikke kun handle om, hvad vi leverer, men også om, hvordan vi gør det. Vi skal sikre, at vi leverer effektivt og sikkert, så ingen kommer til skade i processen.”

HVAD ER DET VIGTIGSTE AT HAVE STYR PÅ NÅR MAN TALER OM SIKKERHED MED MEDARBEJDERNE OG SIKKERHEDS-REPRÆSENTANTERNE?

”Jamen, det er jo egentlig, at det allerstørste og vigtigste ansvar er at passe på sig selv. Dernæst handler det om at passe på sine kollegaer, og dermed også på

virksomheden. Det er grundlaget for vores sikkerhedskultur. Og så skal vi også have os et klart overblik over, hvor der er potentielle sikkerhedsrisici, både i vores egen produktion, og ude hos kunderne hvor vi leverer varer.

Det er også helt afgørende, at vi hurtigt får besked, hvis nogen kommer til skade. Jo før vi får informationen, desto bedre kan vi undersøge hændelsen. Hvis der går for lang tid, risikerer vi, at vigtige detaljer forsvinder, og det bliver sværere at finde årsagen. Det er nogle af de vigtigste budskaber i vores arbejde med arbejdsmiljø og sikkerhed.”

HVORDAN INFORMERER I MEDARBEJDERNE OM SIKKERHED?

”Det gør vi på flere måder. For eksempel når vi laver kampagner med fokus på indrapportering af sikkerhedsrisici. Vi har en app, hvor alle vores medarbejdere kan gøre opmærksom på sikkerhedsrisici. For at gøre folk bekendte med appen lavede vi en kampagne. Vi købte nogle oppustelige dukker, som vi gav arbejdstøj på og tog nogle billeder, hvor dukken lavede nogle ting, der ikke var helt gode sådan sikkerhedsmæssigt.

Det postede vi rigtig meget af inde på vores app. Både for at medarbejderne skulle tænke over deres adfærd og så fik de træningen i at oprette en sag i vores indrapporterings app. Den var både sjov og effektiv.”

HVORDAN ARBEJDER I MED DEN KULTURÆNDRING DER SKAL TIL FOR AT FÅ DEN ØGEDE SIKKERHED?

”Kulturændringer tager naturligvis rigtig lang tid, så det er med det lange lys på. Et af de steder jeg tager fat, er hos arbejdsmiljørepræsentanterne. Dem klæder jeg bedre på ved at give dem kurser og undervisning, så de kan udføre deres roller bedst muligt.

Noget af det handler om gennemslagskraft og at blive hørt, så det ligger også i min rolle at få dem klædt på, så folk tager dem alvorligt og forstår, at de faktisk er der for at passe på dem.”

HAR DU ET BESTEMT MÅL ELLER ØNSKE? ER DET REALISTISK, AT MAN NÅR NUL ULYKKER?

”Jeg håber det. Det vil jeg ærligt sige. Der er selvfølgelig forhold, vi ikke selv er herre over. Ting, der er svære at forudse eller forhindre. Men jeg synes, man kan mærke en positiv forandring.

Jeg oplever, at flere og flere begynder at tænke sikkerhed på en ny måde. Hvor det tidligere blev opfattet som irriterende, oplever jeg nu, at folk i højere grad forstår formålet og tager det alvorligt, og at de faktisk ser meningen i at passe på sig selv.

Vi har ofte oplevet, at medarbejdere ser sikkerhedsforanstaltninger som en besværlig barriere. Og ja, sikkerhed kan godt gøre arbejdet lidt mere omstænd-

ligt. Men netop derfor skal vi blive ved med at kommunikere, hvorfor vi gør det: Vi gør det for at passe på hinanden.

Det kan godt være, at nogle opgaver tager lidt længere tid, når man skal gøre det sikkert, men det accepterer vi som virksomhed. Til gengæld skal man som medarbejder også acceptere, at sikkerhed er en nødvendighed, fordi alternativet er langt værre. Nemlig risikoen for at komme til skade. Det er svært, for vi mennesker vil naturligt bare gerne blive hurtigt færdige. Men det er netop derfor, vi skal ændre kulturen. Skridt for skridt.”

UDDANNELSE

FOKUSOMRÅDE

Gennem konstant udvikling af vores medarbejdere bidrager vi til at højne kompetenceniveauet.

Vi prioriterer at uddanne alle vores ledere via gennearbejdede ledelsesprogrammer, fordi vi mener, at god ledelse er med til at tiltrække og fastholde kompetente medarbejdere. Herudover er det med til at skabe et godt arbejdsmiljø samt bidrage til, at virksomheden når sine målsætninger.

Vi har ledertræning af forskellig art tilpasset de behov, der er i forretningen. Dvs. at vi fx har særlige programmer såsom Leadership Essentials for ledere af timelønsledere, som specifikt understøtter de personalerelaterede opgaver, de ledere har ansvar for.

Vi træner også kontinuerligt både ledere og funktionærer i selvledelsesværktøjer, der styrker kommunikation, samarbejde og motivation. Vores teamledere i produktionen tilbydes deltagelse i grundlæggende ledelse via AMU kurser.

Vi bidrager til at uddanne den næste generation på arbejdsmarkedet ved blandt andet at have elever/lærlinge samt ved at tilbyde graduateforløb til nyuddannede akademikere. Derudover tilbyder vi uddannelsespraktikker og studiejob til studerende inden for kvalitetskontrol, marketing, produktudvikling og finans. I løbet af 2024 havde vi 25 personer i enten jobpraktik,

elevstilling eller anden uddannelsesstilling. Det er færre end i 2023, men stadig en væsentlig fremgang fra årene inden. Vi har fortsat målsætninger på området og arbejder med at rekruttere både interne og eksterne i uddannelsesstillinger. Slutteligt er vores ledere også blevet bedre til at indrapportere, hvis de bruger jobpraktikanter.



VORES 2030 MÅLSÆTNING:

- Minimum 50 % af alle ledelsespositioner på alle niveauer besættes med interne kandidater fra Lantmännen-koncernen.
- En fordobling i 2025 og en tredobling af uddannelsesstillinger i 2030 (elever/lærlinge, studentermedhjælper, uddannelsespraktikanter og trainees), så vi gennemsnitligt har 27 uddannelsesstillinger på et år.

Opgørelse - elever/lærlinge, studenter, praktikanter, opgaveskrivning på videregående uddannelser m.v.	2021	2022	2023	2024
Antal	15	11	32	25

FOLKESUNDHED

FOKUSOMRÅDE

Madpyramiden viser, at en stor del af en sund kost bør bestå af fuldkornsprodukter, såsom pasta, ris og brød. Fødevarestyrelsens anbefalingerne lyder, at et voksent menneske bør indtage 90 gram fuldkorn om dagen, mens børn bør indtage mellem 40-60 gram fuldkorn om dagen. For mange danskere er brød et helt naturligt valg, når det kommer til indtagelse af særligt fuldkorn.

Schulstad skal inspirere og motivere danskerne til at fortsætte deres daglige indtag af brød eller til at spise brød oftere. Vi arbejder konstant på at udvikle nye velsmagende produkter, som passer til danskernes behov.

Vi leverer årligt i gennemsnit mere end 20 poser brød pr. dansker, og dette medfører en stor forpligtelse til at levere de mest klimavenlige fødevarer med et højt indhold af fuldkorn, fibre og næringsstoffer. Men brød er ikke bare brød, noget brød er sundere end andet, og vi har hos Schulstad et stort ansvar i at tilbyde sundere brød og bidrage positivt til folkesundheden.

FULDKORN OG FIBRE

Fuldkorn og fibre er en stor del af en sund og varieret kost, som er til fordel for vores helbred. Fuldkorn inkluderer alle dele af kornet, som er rige på fibre,

vitaminer og mineraler. Det indeholder en lang række næringsstoffer som alle har sundhedsmæssige fordele for vores helbred, samtidig med at det nedsætter risikoen for at udvikle en række livsstilssygdomme, såsom hjertekarsygdomme og type-2 diabetes.

Vi arbejder kontinuerligt på at forbedre vores allerede eksisterende produkter, samtidig med at vi hele tiden udvikler nye produkter med et højt indhold af fuldkorn og fibre. Brødet som vi producerer, har altid en minimumsmængde af både fuldkorn og fibre.

Vi har desuden en målsætning om, at alt vores brød inden 2025, skal indeholde minimum 4% fuldkorn og 3% fibre.

FULDKORNSPARTNERSKABET

Vi indgår fortsat i et aktivt samarbejde med Fuldkornpartnerskabet. Fuldkornpartnerskabet er et offentligt-privat partnerskab, som består af 27 partnere, der heriblandt inkluderer Fødevarestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen og Diabetesforeningen. Missionen er at vi i samarbejde vil forbedre folkesundheden og øge danskernes forståelse for vigtigheden af fuldkorn i hverdagen. For at øge danskernes bevidsthed om fuldkornsprodukter har Fuldkornpartnerskabet lanceret det orange Fuldkornslogo, som gør det nemt for danskerne at identificere produkter

som har et højt indhold af fuldkorn. Produkterne overholder samtidig altid nøglehullets kriterier for indhold af salt, sukker og fedt.

Som en del af partnerskabet tager vi fortsat aktivt del i at oplyse forbrugere om fuldkorns positive helbred- og sundhedsaspekter. Vi oplever i stigende grad at danskerne aktivt opsøger sundere brød med højere indhold af fuldkorn, og derfor har vi stort fokus på at udvikle sunde alternativer, hvor vi ikke går på kompromis med smagen.

Af vores produkter ude i dagligvarebutikkerne har 17 af dem både Fuldkornslogoet og Nøglehulsmærket. Dette svarer til 50% af alle vores produkter i dagligvarebutikkerne, hvoraf hele vores brødserie ”Levebrød” har Fuldkornslogoet og Nøglehulsmærket.

SALT

Vores brød indgår som en fast del af mange dansker morgenbord, frokostbord og aftensmadsbord. Netop på baggrund af, at brød udgør så betydelig en del af danskernes kost, er det vores ansvar at sikre, at vores brød ikke har en negativ indvirkning på den generelle folkesundhed.

Ifølge Fødevarestyrelsen og Hjerteforeningen indtager 9 ud af 10 danskere dagligt mere salt end man anbefaler, og

det påvirker vores sundhed i høj grad, da det kan føre til forhøjet blodtryk. Derfor arbejder vi kontinuerligt for at reducere saltindholdet i alt vores brød, således at vi værner om danskernes helbred og sundhed.

Fuldkornpartnerskabet følger Nøglehullets krav til saltindhold i fødevarer, og har fastsat en grænse for saltindholdet på henholdsvis rugbrød og hvedebrød, så rugbrød maksimalt må indeholde 1,2% salt pr. 100 gram, mens hvedebrød maksimalt må indeholde 1% salt pr. 100 gram. Vi har en målsætning om, at vi i 2025 skal sænke vores saltindhold, så vi i gennemsnit lever op til nøglehullets krav til saltindhold.

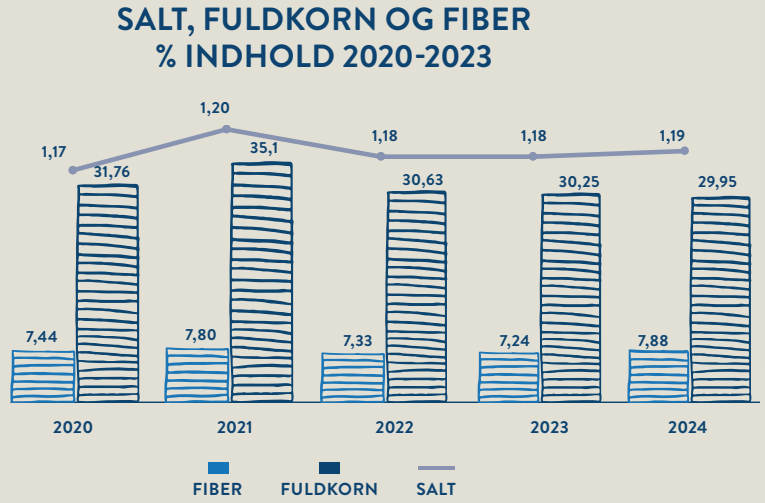
Desuden har vi sat os et mål om at reducere saltindholdet med 10% i vores brød inden 2030.

VORES MÅLSÆTNING: 2025:

- Alle vores brød har minimum 4% fuldkorn
- Alle vores brød har minimum 3% fibre
- Alle vores rugbrød har i gennemsnit maks. 1,2% saltindhold
- Alle vores hvedebrød har i gennemsnit maks. 1,0% saltindhold

2030:

- Alle vores brød har minimum 5% fuldkorn
- 10% reduktion af saltindhold i vores brød sammenlignet med 2019



Mariann Hansen
Insight & Innovation Manager



KERNETAL

CASE

Schulstad ønsker en bred dialog om brødets rolle i vores kost. Derfor vælger vi under navnet Kernetal, at dele vores egne Kernetal og viden om danskerne og deres brødforbrug, samt at sætte dette i kontekst med eksterne undersøgelser, analyser og forskning.

Resultaterne deler vi i Kernetals-rapporten, der i 2025 udkommer for anden gang. Med rapporten læner vi os ind i samtalen, tager ansvar og forsøger at være en del af fremtidens løsninger.

I 2024 stillede vi skarpt på børn og unges madvaner, da det er et område, der bekymrer os. Vi kunne dengang vise, hvordan for lavt indtag af fuldkorn, er en stor risikofaktor for danskernes sundhed i kosten, og at især teenagere i dag spiser mindre rugbrød, en vigtig kilde til fuldkorn, end tidligere generationer.

I rapporten for 2025 er vi gået helt tæt på ungdommen, og taler ikke blot om de unge, men med de unge. Vi har blandt andet bedt dem dokumentere alt hvad de spiser, for at få dybere indsigt i deres spisevaner. Vi undersøger:

- Hvad spiser de unge og hvorfor?
- Hvorfor vælger mange at spise mindre rugbrød, selvom de faktisk godt kan lide det?
- Hvad tænker de selv om sundhed og kostvaner?
- Og hvordan kan vi gøre sundhed mere "spiseligt" for dem?

Du kan læse meget mere i den seneste rapport på kernetal.dk.



ETIK & FORRETNINGSSKIK



VORES VÆRDIER

Schulstad har tre grundlæggende kerneværdier, der danner fundamentet for vores virksomhedskultur og forretningsetik: handlekraft, helhedssyn og åbenhed.

HANDLEKRAFT betyder, at vi træffer nødvendige beslutninger, følger op på vores mål, stræber efter konstant forbedring og tager aktivt ansvar for arbejde, resultater og relationer.

HELHEDSSYN indebærer, at vi alle er en del af noget større og yder et positivt bidrag til helheden. Vi samarbejder på tværs af afdelinger og selskaber med forskellige roller og ansvar. Der er behov for os alle.

ÅBENHED betyder, at vi viser interesse og sympati for hinanden, giver og modtager feedback, og omfavner nye ideer og måder at arbejde på.

Disse værdier er tæt forbundne og arbejder i samspil. Ved at integrere disse værdier i vores adfærdskodeks og leverandørkodeks, sikrer Schulstad, at vores forretningspraksis fokuserer på både profit og etiske standarder.

ADFÆRDSKODEKS

I Schulstad tager vi ansvar for at drive en forretning, som respekterer og overholder forretningsetiske og internationale konventioner for virksomhedsansvar, samt støtter op om og respekterer internationalt erklærede menneskerettigheder.

Vores adfærdskodeks er udfærdiget i overensstemmelse med principperne i FN's Global Compact og OECD's retningslinjer for multinationale virksomheder. Vi støtter internationale mål og rammer for bæredygtig udvikling, såsom FN's vejledende principper for erhvervs- virksomhed og menneskerettigheder, Parisaftalen samt de globale mål i Agenda 2030.

Vi tager vores forretningsmæssige og samfundsmæssige ansvar alvorligt og stræber efter at handle i overensstemmelse med forretningsetiske og bæredygtige principper. Vi forventer, at alle vores medarbejdere overholder vores adfærdskodeks, og vi har en målsætning om, at minimum 95 % af alle medarbejdere løbende har gennemført de træninger, der er med til, at sikre overholdelse af adfærdskodekset. I 2024 opnåede vi 95 % gennemførelse af træninger i adfærdskodekset. Vi lever derfor op til målsætningen.

KONKURRENCERET

Vi tror på at støtte det frie marked på en ansvarlig måde, og vi er forpligtet til at overholde alle relevante love og

bestemmelser. Hvert andet år bliver vores ledere og specialister trænet i konkurrenceret som en del af vores forpligtelser til at opretholde et højt niveau inden for konkurrence og gennemsigthed.

IT-SIKKERHED OG GDPR

Vores engagement strækker sig også til vores IT-sikkerhed og GDPR-regler, hvor vi giver træning og genopfriskning til alle vores funktionærer årligt. På denne måde sikrer vi, at vores medarbejdere er i stand til at håndtere og beskytte fortrolige data og personlige oplysninger på en ansvarlig måde, og at vores virksomhed bidrager til en mere sikker fremtid.

ANTIKORRUPTION

Vi er stærkt engagerede i at opretholde høje etiske standarder i vores forretningspraksis og vi bekæmper aktivt enhver form for bestikkelse og korruption. Vores antikorrupsionspolitik er en hjørnesten i vores adfærdskodeks, hvor nultolerance over for bestikkelse og korruption er en uomgængelig kerneværdi.

Som et yderligere skridt i vores bestræbelser på at sikre en etisk forretningsadfærd, underskriver alle vores funktionærer vores antikorrupsionspolitik og forpligter sig til at overholde den. Vores ledere og specialister er påkrævet udvidet træning i antikorrupsion hvert andet år.

ARBEJDSRETTIGHEDER

Vi værner om vores medarbejdere ved at tilbyde ordnede og anstændige løn- og ansættelsesvilkår. Alle ansatte inden for produktion, distribution, vedligeholdelse og administration er underlagt Dansk Industris overenskomster. Dette rækker også over vores timelønnede, som både er dækket af overenskomsten og har indgået lokale aftaler om normallønsvilkår på timebasis.

Vi sætter en ære i samarbejdet mellem ledelsen og medarbejderne. Dette fremmes gennem valg af tillidsrepræsentanter eller repræsentanter for samarbejdsudvalg i alle afdelinger, kvartalsvise samarbejdsudvalgsmøder på alle lokationer, to årlige nationale samarbejdsudvalgsmøder og medarbejderrepræsentation i bestyrelsen. To medarbejderrepræsentanter vælges hvert fjerde år til bestyrelsen for at sikre medarbejdernes stemme i beslutningsprocessen.

FORENINGSFRIHED

Vi respekterer vores medarbejders ret til at organisere sig i fagforeninger og giver mulighed for kollektive forhandlinger. Samtidig respekterer vi medarbejders ret til selv at vælge, hvilken fagforening de i givet fald ønsker at være medlem af.



PRODUKTSIKKERHED & KVALITET

At bage brød er en kunst, og med vores ekspertise i Schulstad producerer vi altid brød af den højeste kvalitet. Vi ved, at råvarer kan variere, og årstiderne kan have stor indflydelse på, hvordan vi bager vores brød, men vi sætter stor ære i altid at benytte gode råvarer og levere brød af den højeste kvalitet til danskerne. Schulstad har stolte traditioner for at bage økologisk og har gjort det i over 20 år.

Vi arbejder målrettet på at opretholde høje nationale- og internationale standarder inden for fødevarer sikkerhed. Schulstads produkter er altid af den højeste kvalitet og vi arbejder på at vores produkter holder sig friske længe og har en lang holdbarhed.

Vores kornbaserede råvarer er dyrket uden brug af stråforkortere, al vores rug er fra Danmark, og vores hvedemel kommer udelukkende fra danske og svenske marker. Derudover har vi også udfaset alle former for palmeolie, soja, kakao, æg og konserveringsmidler i alle Schulstads produkter.

Vores to bagerier i Pandrup og Avedøre har begge opretholdt deres mangeårige BRC-certificeringer. I 2023 scorede begge bageriger AA+ ved uanmeldte audits.

Vores dedikerede forsknings- og innovationsaktiviteter sikrer en høj grad af ekspertise, der gør os konkurrencedygtige på markedet og fortsætter vores engagement i at opretholde de højeste standarder for fødevarer sikkerhed og kvalitet.



BRC ER VORES KVALITETSSTEMPEL

INTERVIEW MED DORTE HAABEGAARD JENSEN, CENTRAL QUALITY MANAGER.

HVAD ER BRC?
“BRC står for ”British Retail Consortium”, og er en britisk standard for kvalitet og fødevarer sikkerhed. For at blive BRC-certificeret skal man opfylde en række strenge krav, som et uvildigt certificeringsbureau kommer og tjekker. Kravene dækker blandt andet ledelsens engagement i fødevarer sikkerhed, medarbejdernes fødevarer sikkerhedskultur indenfor hygiejne og kvalitet, de fysiske rammer for produktionen, vores krav til råvarer leverandører og meget mere.

BRC er én standard ud af mange, men anses for at være blandt de mest omfattende at blive certificeret i for fødevarevirksomheder.”

HVORFOR BLIVE BRC-CERTIFICERET, NÅR DET IKKE ER ET LOVKRAV?
“Idéen med certificeringen er, at vi får nogle uvildige, kvalificerede auditorer til at kontrollere, at vi efterlever kravene i BRC-standarden, som er vores kvalitetsstempel på, at vi producerer produkter med høj fødevarer sikkerhed og kvalitet.

I Lantmannen har vi valgt, at alle virksomheder indenfor fødevarer området skal certificeres indenfor BRC, og at de skal opnå en score på minimum grade A. Det giver os et fælles sprog og samme forventninger til vores niveau for kvalitet og fødevarer sikkerhed, når vi alle skal leve op til de samme krav. Det gør det også lettere at handle med vores søstervirksomheder indenfor Lantmannen.”

HVORDAN GÅR DET MED CERTIFICERINGERNE?
“Vi klarer det rigtigt godt. Vores bagerier bliver auditeret en gang om året, og hvert tredje år ved et uanmeldt besøg. Den højeste karakter er grade AA og så bliver der tilføjet et lille +, hvis det er efter uanmeldt besøg.

De seneste tre år har vores to bagerier i Pandrup og Avedøre scoret højeste grade (AA og AA+).”



LEVERANDØRKODEKS

I Schulstad tager vi ansvar for at bidrage til en verden i overensstemmelse med FN's Global Compact principper. Vi er engagerede i udvikling og arbejder målrettet på at opfylde de ti principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljøbeskyttelse og bekæmpelse af korruption. Dette gælder også vores værdikæde og vores leverandører samt, hvor vi får vores materialer fra.

Derfor stiller vi høje krav og overvåger nøje vores leverandører. Igenennem vores leverandørkodeks udfører vi vurderinger af bæredygtighedsrisici for vores råmaterialer baseret på forskellige faktorer såsom oprindelsesland, dyrkningsmetoder og produktionsmetoder.

Dette giver os mulighed for at evaluere vores leverandører, og få overblik over de risici, der kan påvirke vores vigtigste indkøbskategorier. Derfor har vi etableret en arbejdsgruppe, der kan gennemføre en omfattende risikovurdering af alle vores leverandører og de lande, hvor materialerne er produceret i. Resultaterne bruges som grundlag for en omfattende risikostyring af hele vores værdikæde og til at vurdere vores nuværende materialer og leverandører

samt om en overgang til alternative løsninger er nødvendig for at nå vores mål.

Schulstad har en tydelig indkøbspolitik, hvor evalueringen og udvælgelsen af vores leverandører styres af vores mål og en veldefineret indkøbsproces (læs mere om den på side 25). Dette gælder ikke kun vores indkøb af råvarer, men alle aspekter af vores drift. Alt vores papir er FSC eller PEFC certificeret og/eller sporbart til regioner i Norden. Al vores plastik er 99% genanvendeligt. Vores leverandørkodeks er et af flere værktøjer, der anvendes til evaluering og udvælgelse af leverandører. Kodekset underskrives af leverandøren som en del af kontraktprocessen. For at sikre overholdelse af kravene gennemfører vi regelmæssige audits af vores leverandører. Derudover udfører vi baggrundstjek i form af Due Diligence for leverandører på særligt risikobetonede markeder.

I 2024 opnåede vi vores målsætning om at 95% af vores leverandører skulle underskrive vores leverandørkodeks, faktisk nåede vi hele 100%.

RAPPORTERINGSSTANDARDE

Bæredygtighedsrapporten henviser til kalenderåret 2024, medmindre andet er angivet. Rapporten vil blive udsendt årligt fra 2021 og frem og henviser til Schulstads forretningsaktiviteter.

Rapporten er opdelt i tre makroområder, der er udarbejdet på baggrund af Global Reporting Initiatives (GRI) retningslinjer for standarder: **Klima, Mennesker & samfund** og **Etik & forretningsskik**.

DATAINDSAMLING

Klima

Dataindsamling vedrørende energi foregår primært gennem TM1, Lantmännens rapporteringssystem for bæredygtighed. TM1 dækker alle Lantmännens faciliteter og indsamler konsoliderede miljø-, energi- og produktionsdata såsom mængder, energiforbrug, højrisikomaterialer, der anvendes i produktionsaktiviteter og andre oplysninger til overholdelse af vores forretningsetiske krav. Udledninger fra, services og forretningsrejser beregnes efter Virksomhedsguidens CO₂e-beregner, der er baseret på emissionsfaktorer pr. købt mængde i DKK.

Schulstads CO₂e-aftryk fra egen transportflåde er beregnet ud fra internt indsamlede data om mængden af kørte kilometer og mængden af brændstof, der

anvendes i den daglige drift. Data om emissioner fra råmaterialer og emballage indsamles ved hjælp af vores SMART-værktøj, som konsoliderer oplysninger om emballage og råmaterialer (mængder, kategorier, leverandører osv.) på koncernniveau i kombination med emissionsfaktorer, der stammer fra forskellige kilder (f.eks. RISE, Concito osv.). Indkøbt transport får vi som primærdata direkte fra leverandør Ole Larsen.

Medarbejdernes pendlings- CO₂e-fodafttryk beregnes på grundlag af forskellige kilder kombineret med interne indsamlede FTE-data; nærmere bestemt er der anvendt en kombination af IZA, Eurostat, Danmarks Statistik og DEFRA (2020) til at beregne en pendlende CO₂e-emissionsfaktor pr. fuldtidsansat. Estimer af emissioner fra firmabiler beregnes på grundlag af interne HR-kontrolrapporter om km. kørt pr. køretøj i kombination med bilfabrikantspecifikke emissionsfaktorer og interne data for fuldtidsansatte med firmabil. Investeringsudledningen estimeres på baggrund af investeringskategoriens emissionsfaktorer pr. brugt kr. i henhold til Virksomhedsguidens CO₂e-beregner. Beregning af data vedrørende madspild beregnes på baggrund af internt indsamlede data fra Operations and Logistics kombineret med Concitos CO₂e-emissionsfaktorer.

Mennesker & Samfund

Dataindsamlingen vedrørende medarbejdere, herunder antal medarbejdere, antal ledere, kønsfordeling, aldersfordeling, medarbejderomsætning, medarbejdere i uddannelsesstillinger, medarbejdere på seniorordninger og sygefraværsprocent, kommer fra virksomhedens HR-system, tidsregistreringssystem og lønsystem (Workday, SP-tid og Lessor Løn).

Dataindsamlingen vedrørende arbejdsmiljø og sikkerhed, herunder registreringer af antal arbejdsulykker med og uden fravær, tilløb til arbejdsulykker og risikoobservationer, kommer fra Lantmännens arbejdsmiljøsystem, LIA.

Dataindsamlingen vedrørende trivsel og arbejdsglæde, herunder arbejdsglæde og ledelsesindeks, kommer fra Lantmännens trivselsmåling. Målingen faciliteres af Ennova og gennemføres hvert andet år, senest i efteråret 2023.

ETIK & FORRETNINGSSKIK

Adfærdskodeks

Lantmännens og Schulstads adfærdskodeks gælder for hele driften, alle medarbejdere, bestyrelsen og valgte repræsentanter. Adfærdskodekset beskriver, hvordan Schulstad skal agere og træffe beslutninger om at tage ansvar ud fra et

miljømæssigt, socialt og forretningsetisk perspektiv. Kodekset beskriver også, hvordan vi arbejder med bæredygtigt

forbrug og udvikling af vores produkter. Alle medarbejdere gennemgår uddannelse i kodekset, og færdiggørelsesgraden overvåges hver fjerde måned.

Adfærdskodekset og uddannelsen er tilgængelig på 17 sprog. Kodekset indeholder også vejledende principper for bestyrelsesmedlemmer og valgte repræsentanter og for bestyrelsesmedlemmer, der repræsenterer Lantmännen i delvist ejede virksomheder.

Produktsikkerhed og kvalitet

KPI'er for produktsikkerhed og kvalitet beregnes på baggrund af kvalitetsafdelingens internt indsamlede data og rapporter. BRC-standarder anvendes i Schulstads daglige drift.

Leverandørkodeks

Procentuel overholdelse af leverandørkodeks er baseret på Unibakes indkøbsafdelings internt indsamlede data og rapporter, og de beregnes ud fra udgifter til godkendte eksterne leverandører divideret med det samlede forbrug til eksterne leverandører.

GRI STANDARDS

Schulstad rapporterer efter inspiration fra Global Reporting Initiatives (GRI's) retningslinjer, hvilket bruges til at styrke virksomhedens bæredygtighedsrapport år for år. 2024-rapporten er udarbejdet med inspiration fra GRI Standards retningslinjer. Læs mere om GRI Standards på globalreporting.org.

KPI'erne og de udvalgte indikatorer, der indgår i rapporten, er baseret på en væsentlighedsanalyse samt interne og eksterne interessenters input og oplysninger. Rapporteringsperioden falder

sammen med kalenderåret, der starter fra den 1. januar 2024 og slutter den 31. december 2024. For detaljer om definitioner og dataindsamlingsprocesser henvises til afsnittet Rapporteringsstandards i denne rapport.

2030-DAGSORDENEN OG VERDENSMÅLENE

I 2015 underskrev FN den såkaldte Agenda 2030, der omfatter FN's 17 verdensmål for bæredygtig udvikling. Der er behov for en fælles indsats på internationalt, nationalt og lokalt plan for at nå disse mål i den nærmeste fremtid.

Som følge heraf opfordres alle virksomheder til at implementere bæredygtighedsmålene i deres strategi og rapportering.

Schulstad støtter Agenda 2030 og FN's verdensmål som en del af Lantmännen og har grundigt analyseret, hvad de betyder for Schulstads drift og forretningsprocesser. Seks af målene er direkte knyttet til Schulstads daglige aktiviteter og virksomhedsliv. Find dem nedenfor.



TRANSPARENS

Transparens er en hjørnesten i vores arbejde med bæredygtighed og en forudsætning for at opretholde troværdighed. Vi stræber efter åbenhed og ærlighed i vores kommunikation om resultater, metoder og data, så vores interessenter får et klart indblik i både vores fremskridt og de udfordringer, vi møder. Gennem en høj grad af gennemsigtighed ønsker vi at styrke tilliden hos forbrugere, kunder og leverandører.

MÅLSÆTNINGER

Vi er som sidste år, stadig kun lykkedes med at opnå 99% genanvendelighed på vores emballage. Vores lukkeclips på brødpakkerne består af to forskellige materialer, hvilket gør vi ikke kan opnå 100% genanvendelighed. Arbejdet for at finde en ny lukkeclip i et mono-materiale har gjort fremskridt, og vi håber inden længe at opnå vores mål om at have 100% genanvendelig emballage.

Vi har samtidig haft et mål om at opnå en CO₂-neutral produktion i løbet af 2025 ved at investere i biogascertifikater. Vi kan allerede nu sige at vi ikke kommer til at leve op til den målsætning, da strenge danske afgiftsstrukturer på biogas gør, at vi ikke kan forsvare investeringen i øjeblikket. Vi tror og håber på lempeligere forhold, så vi som virksomhed og branche kan stille vores produktion om til vedvarende energikilder. Man kan læse mere om dette på side 18.

METODER OG DATA

Vi arbejder hvert år på at forbedre vores data, og derfor vil vi løbende ændre vores metodik på databeregninger for at sikre den højest mulige kvalitet af vores CO₂ data. Når vi laver metodiske ændringer af vores beregninger, så ændrer vi også data fra vores foregående år for at sikre muligheden for at sammenligne fra år til år, og for at give et retvisende billede af udviklingen af vores udledninger.

Emissionsfaktoren på rugmel er igen i år blevet ændret. Sidste år ændrede vi den til at være landespecifik, og det er den stadigvæk, men forskellen er at vi i år har sikret at udslip fra lavbundslande i Danmark er indregnet i vores emissionsfaktorer. Det har givet et større udslip igen, men giver et mere retvisende billede af udslip fra dansk rugmel. Vi har rettet dataene fra de forrige år for at sikre et korrekt sammenligningsgrundlag.

I 2019 satte vi os målet om at udfase fossilbaseret virgin-plastik i vores emballage inden 2030 og udelukkende anvende genanvendt eller biobaseret plastik. Siden da har markedet udviklet sig anderledes end forventet, blandt andet påvirket af udefrakommende faktorer, der har bremset innovation og tilgængelighed. Bioplastik er ikke slået igennem, og mængden af genanvendt plastik er fortsat begrænset og præget af manglende sporbarhed og lovgivning-

smæssige barrierer. Vi har derfor valgt at udskyde målet til 2040 og arbejder i stedet på at fastsætte et nyt, realistisk delmål for anvendelsen af genanvendt plastik i 2030. Dette mål forventes fastlagt i løbet af 2025.

Endelig er vi gået fra kostbaseret emissioner på vores indkøbte transportydelser fra leverandør Ole Larsen, til primærdata direkte fra leverandøren. Det er en som vi generelt gerne ser på flere af vores poster, da vi ser primærdata direkte fra leverandør som den bedst mulige data-kvalitet.

“Transparens handler ikke kun om at dele tal og resultater – det handler om at skabe tillid. Når vi åbent kommunikerer om både fremskridt og udfordringer, styrker vi vores troværdighed over for kunder, partnere og myndigheder. Fuld gennemsigtighed er afgørende for at kunne træffe ansvarlige beslutninger og sikre, at vores investeringer i bæredygtighed hviler på et solidt og dokumenterbart grundlag.”

Thomas Norling Kielgast
Finance & IT Director





“Jeg mener, at inden for en kort årrække, vil al lokal distributionskørsel være eldrevet. Schulstad er forgangsvirksomhed, og vi mener, vi har en pligt til at vise vejen”

Niels Kristian Holm,
Logistics advisor



APPENDIX

KLIMA

CO ₂ e-emissioner – Total per kategori				
Daglig pendling	CO ₂ tons*	802	778	691
Firmabiler	CO ₂ e tons	206	235	183
Forretningsrejser	CO ₂ e tons	642	307	295
Investeringer	CO ₂ e tons	8.585	5.065	4.605
Emballage	CO ₂ e tons	2.140	2.042	1.835
Mel & kornprodukter	CO ₂ e tons	29.509	26.831	25.909
Råvarer	CO ₂ e tons	11.650	11.747	11.577
Servicer	CO ₂ e tons	3.687	4.877	5.493
Egne lastbiler	CO ₂ tons*	4.498	4.282	3.860
Købt transport	CO ₂ e tons	2.693	2.508	2.465
Energi	CO ₂ e tons	9.423	8.026	7.811
Total		73.834	66.699	64.722
CO ₂ e-emissioner – Total per Scope				
Scope 1	CO ₂ e tons*	11.801	10.901	10.274
Scope 2	CO ₂ e tons	555	109	72
Scope 3	CO ₂ e tons*	61.479	55.688	54.375
Total		73.834	66.699	64.722
CO ₂ e-emissioner per Scope – Scope 1				
Naturgas	CO ₂ e tons	7.097	6.384	6.231
Egne lastbiler	CO ₂ tons*	4.498	4.282	3.860
Total		11.801	10.901	10.091
CO ₂ e-emissioner per Scope – Scope 2				
Fjernvarme	CO ₂ e tons	555	109	72
Total		555	109	72
CO ₂ e-emissioner per Scope – Scope 3				
Forretningsrejser	CO ₂ e tons	642	307	295
Daglig pendling	CO ₂ tons*	802	778	691
Energi	CO ₂ e tons	1.771	1.532	1.508
Investeringer	CO ₂ e tons	8.585	5.065	4.605
Emballage	CO ₂ e tons	2.140	2.042	1.835
Råvarer	CO ₂ e tons	11.650	11.747	11.577
Servicer	CO ₂ e tons	3.687	4.877	5.493
Købt transport	CO ₂ e tons	2.693	2.508	2.465
Mel & kornprodukter	CO ₂ e tons	29.509	26.831	25.909
Total		61.479	55.688	54.375

Mel og kornprodukter – CO ₂ e-emissioner per kategori				
Rugmel	CO ₂ tons	11.177	9.338	9.254
Hvedemel	CO ₂ e tons	8.290	7.715	6.810
Korn	CO ₂ e tons	9.137	8.426	8.433
Kornprodukter	CO ₂ e tons	905	1.352	1.411
Total		29.509	26.831	25.909
Råvarer – CO ₂ e-emissioner per kategori				
Fast Food	CO ₂ e tons	1.575	1.688	1.598
Rapsolie	CO ₂ e tons	1.284	1.350	1.445
Frø & kerner	CO ₂ e tons	5.555	5.805	5.760
Sukkerprodukter	CO ₂ e tons	891	975	883
Eddike	CO ₂ e tons	525	528	507
Gær	CO ₂ e tons	380	438	390
Mælkeprodukter	CO ₂ e tons	342	334	360
Frugt og grøntsager	CO ₂ e tons	699	223	180
Salt	CO ₂ e tons	319	321	320
Andre ingredienser	CO ₂ e tons	81	86	133
Total		11.650	11.747	11.577
Energi – CO ₂ e-emissioner per kategori				
Fjernvarme	CO ₂ e tons	624	110	84
Naturgas	CO ₂ e tons	8.654	7.820	7.633
Elektricitet	CO ₂ e tons	144	95	94
Total		9.423	8.026	7.811
Energiforbrug per kategori (MWh)				
Naturgas	MWh	34.618	31.918	31.154
Elektricitet	MWh	13.708	13.146	13.044
Fjernvarme	MWh	6.938	2.859	2.054
Total		55.264	47.924	46.252
Vedvarende energiforbrug per kategori (MWh)				
Naturgas	MWh	0	0	0
Elektricitet	MWh	13.708	13.146	13.044
Fjernvarme	MWh	4.579	2.046	1.792
Total		18.288	15.192	14.837

Energiforbrug per kategori og Scope (1 og 2) (GJ)				
Firmabiler (GJ) Scope 1	GJ	13.261	15.113	11.753
Naturgas (GJ) Scope 1	GJ	124.623	114.905	112.153
Grøn strøm (GJ) Scope 1	GJ	49.350	47.326	46.960
Egne lastbiler (GJ) Scope 1	GJ	69.140	65.826	59.344
Fjernvarme (GJ) Scope 2	GJ	24.977	10.292	7.394
Total		281.351	253.463	237.604
Emballage – CO ₂ e-emissioner per kategori				
Plastik	CO ₂ e tons	1.911	1.891	1.666
Pap	CO ₂ e tons	89	39	39
Andre	CO ₂ e tons	139	112	129
Total		2.140	2.042	1.835
Transport – CO ₂ e-emissioner per kategori				
Købt transport (Scope 3)	CO ₂ e tons	2.693	2.508	2.465
Egne lastbiler (Scope 1)	CO ₂ e tons*	4.498	4.282	3.860
Firmabiler	CO ₂ e tons	206	235	183
Daglig pendling	CO ₂ e tons*	802	778	691
Total		8.199	7.804	7.198
Madspild - Færdigvarespild og produktionsspild				
Færdigvarespild	% af emballeret brød	1,3%	1,1%	1,3%
Produktionsspild	% af produktions-volume	5,0%	5,2%	5,1%



MENNESKER & SAMFUND

Diversitet – Alder	Måleenhed	2021	2023	2024
< 30	% af medarbejdere	21,0%	21,0%	18,0%
30-50	% af medarbejdere	42,0%	42,0%	42,0%
> 50	% af medarbejdere	37,0%	37,0%	40,0%
Diversitet – Køn				
Total andel kvindelige medarbejdere	% af medarbejdere	16,0%	14,4%	14,3%
Andel kvindelige administrative medarbejdere	% af medarbejdere	48,0%	53,4%	53,5%
Andel kvindelige operative medarbejdere	% af medarbejdere	9,0%	6,2%	6,5%
Operative/administrative medarbejdere				
Antal medarbejdere	Antal medarbejdere	743	721	677
Andel administrative medarbejdere	% af medarbejdere	11,0%	12,2%	12,7%
Andel operative medarbejdere	% af medarbejdere	82,0%	80,3%	79,6%
Diversitet blandt ledere – Køn				
Antal ledere	Antal ledere	61	63	62
Andel mænd	% af medarbejdere	72,0%	69,8%	71,0%
Andel kvinder	% af medarbejdere	28,0%	30,2%	29,0%
Diversitet i ledergruppen – Køn				
Antal i ledergruppen	Antal i ledergruppen	6	6	6
Andel kvinder i ledergruppen	% af medlemmer	50,0%	50,0%	50,0%
Andel mænd i ledergruppen	% af medlemmer	50,0%	50,0%	50,0%
Diversitet i udvidet ledergruppe – Køn				
Antal i udvidet ledergruppe	Antal ledere	31	31	30
Andel mænd i udvidet ledergruppe	% af ledere	58,0%	58,0%	57,0%
Andel kvinder i udvidet ledergruppe	% af ledere	42,0%	42,0%	43,0%
Diversitet i bestyrelsen – Køn				
Antal i bestyrelsen	Antal bestyrelsesmedlemmer	6	5	5
Andel mænd i bestyrelsen	% af bestyrelsesmedlemmer	66,7%	60,0%	40,0%
Andel kvinder i bestyrelsen	% af bestyrelsesmedlemmer	33,3%	40,0%	60,0%

Sikkerhed - Ulykker og sikkerhedsobservationer	Måleenhed	2021	2023	2024
Arbejdsrelaterede dødsfald	Antal arbejdsrelaterede dødsfald	0	0	0
Antal arbejdsulykke med fravær	Antal arbejdsulykke med fravær	36	22	22
Ulykkesrate	Antal arbejdsulykke med fravær / Antal arbejdede timer* 1.000.000	27	20	21
Total antal arbejdsulykker	Antal arbejdsulykker	72	56	53
Antal tilløb til ulykker	Antal tilløb til ulykker	87	119	125
Antal risikoobservationer	Antal risikoobservationer	535	884	1.536
Uddannelse og ledelse				
Antal uddannelsesstillinger	Antal positioner	15	32	25
Medarbejder- og ledelsestilfredshed				
Medarbejdertilfredshed***	Index (0-100)	74	80	80
Ledelsestilfredshed***	Index (0-100)	75	81	81
Sygefravær				
Sygefravær total**	% sygefravær	4,5%	4,4%	4,1%
Barsel - Køn og antal uger				
Andel af kvinder på orlov gennem året	% af medarbejdere	0,8%	2,9%	4,1%
Andel af mænd på orlov gennem året	% af medarbejdere	4,3%	2,8%	5,3%
Totalt antal uger med orlov	Antal uger på orlov	144,7	154,7	275,5
Totalt antal uger med orlov, kvinder	Antal uger på orlov	32,6	58,2	101,5
Totalt antal uger med orlov, mænd	Antal uger på orlov	112,1	96,5	174,0

ETIK & FORRETNINGSSKIK

Adfærdskodeks	Måleenhed	2021	2023	2024
Uddannelse i adfærdskodeks	% af medarbejdere uddannet	95,0%	99,4%	95,0%
Leverandørkodeks				
Underskrift af leverandørkodeks	Underskrevet af % af leverandører	82,0%	100%	100%
Produktsikkerhed- og kvalitet				
Hændelser i strid med regler som er ledt til straf	Antal observationer	0	0	0
Hændelser i strid med regler som er ledt til advarsel	Antal observationer	1	0	0
Hændelser i strid med frivillige forpligtelser	Antal observationer	2	0	0
Klager	Antal observationer per 100 tons solgt	0,8	1,0	1,1
Holdbarhed	% fri fra mug før bedst før dato	98,9%	99,1%	99,2%
Folkesundhed – Salt, fuldkorn og fiber % indhold				
Rugbrød - salt	% saltindhold	1,22%	1,24%	1,24%
Hvedebrød - salt	% saltindhold	1,06%	1,02%	1,03%
Total - salt	% saltindhold	1,20%	1,18%	1,19%
Rugbrød fuldkorn	% fuldkornindhold	40,00%	32,06%	31,84%
Hvedebrød - fuldkorn	% fuldkornindhold	23,20%	25,02%	24,65%
Total - fuldkorn	% fuldkornindhold	35,10%	30,25%	29,95%
Rugbrød - fibre	% fiberindhold	8,50%	7,66%	8,52%
Hvedebrød - fibre	% fiberindhold	5,90%	6,04%	6,07%
Total - fibre	% fiberindhold	7,80%	7,24%	7,88%
Produkter med minimum 3% fiber	% brød	75,0%	93,0%	96,4%
Produkter med minimum 6% fiber	% brød	47,0%	73,0%	80,4%
Produkter med minimum 4% fuldkorn	% brød			93,0%
Produkter med minimum 5% fuldkorn	% brød			93,0%
Noter				
*Emissioner fra daglig pendling og egne lastbiler er udregnet i CO ₂ tons. En process for at udregne det i CO ₂ e vil blive implementeret.				
**Sygefravær er opgjort som et gennemsnit på året og inkludere alt sygefravær inkl. barns sygdom				
***Medarbejder tilfredshed og ledelsestilfredshed undersøgelser bliver lavet hvert andet år				

Basisår for klima er 2019, imens den er 2021 for mennesker & samfund og etik & forretningsskik



