

# Hållbarhets- presentation

2025

Blomster  
landet

# Innehåll

3.	VD-ord: Ett år av tillväxt, ansvar och växtglädje
4	Året i korthet 2025
5	Om oss – Våra viktigaste milstolpar
6	Blomsterlandet idag
7	Vår mission, vision och affärsidé
8	Styrning och hållbarhetsarbetet
9	Mål och uppföljning
10	Intressenter
11	Vår värdekedja
13	Dubbel väsentlighetsanalys
15	Identifierade väsentliga hållbarhetsfrågor
16	Våra fokusområden

17	<b>Hållbara produkter och produktionsled</b>
18	Närodlat
19	Hantverket bakom E-plantamärkta fruktträd
20	Biologisk mångfald
21	Cirkulär ekonomi och kemikalieanvändning
22	<b>Ansvarsfull aktör</b>
23	Leverantörer
24	Medarbetare
25	Ledarskapsutbildning
26	Arbetsplats
27	Kultur
28	Samarbeten och socialt engagemang

29	<b>Miljö och klimatpåverkan</b>
30	Klimatutsläpp
31	Utökade beräkningar under året
32	Vägen mot en torvfri odling
32	Klimatprojekt i Upper Tana, Kenya
33	Kundens hållbara val
34	Märkningar som vägleder hållbara val
35	Energi och avfall
36	ResQ Club
37	Början på något stort

## Om innehållet i denna hållbarhetspresentation

I denna presentation lyfter vi de delar av vårt hållbarhetsarbete som är mest relevanta för vår verksamhet. Här beskriver vi våra initiativ, prioriteringar och resultat inom miljö, socialt ansvar och affärsetik. Innehållet är inspirerat av ESRS (European Sustainability Reporting Standards), men utgör inte en fullständig hållbarhetsrapport enligt CSRD. Syftet är att ge kunder, medarbetare, samarbetspartners och andra intressenter en tydlig och transparent bild av hur vi arbetar med hållbarhet i praktiken.

Blomsterlandets officiella hållbarhetsredovisning sker på koncernnivå och publiceras av Stena AB. För en mer fullständig redovisning av koncernens hållbarhetsarbete hänvisar vi därav till Stena AB:s hållbarhetsrapport.

### Produktion av rapporten:

Foto: Blomsterlandet, E-planta ekonomisk förening, Martin Savara, Peter Andersson, Piter Kehoma Boll via Wikimedia Commons, Solgården. Övriga bilder: Magnific  
Text: Blomsterlandet

## VD-ORD

# Ett år av tillväxt, ansvar och växtglädje

2025 blev ett betydelsefullt år för Blomsterlandet. I takt med att verksamheten fortsatte att utvecklas blev det tydligt hur nära affär, kundupplevelse och hållbarhet hänger samman. För mig är det just där vår riktning blir som mest relevant – när vi stärker vår affär, utvecklar vårt erbjudande och samtidigt tar ansvar för att göra det på ett långsiktigt och hållbart sätt. Under året ökade omsättningen med 9 procent, samtidigt som vi stärkte vårt resultat och för första gången passerade 2 miljarder kronor i omsättning.

Som ledande aktör inom växter, blommor och trädgård har vi en viktig roll i att bidra till branschens utveckling. Med den positionen följer både möjligheter och ansvar.

Under året har vi fortsatt att investera i kundupplevelsen. Vi har breddat sortimentet, höjt kvaliteten och blivit ännu bättre på att möta kundernas behov med rätt produkter, inspiration och kunskap. Vår ambition är att göra växtglädje tillgänglig för fler och hjälpa fler att lyckas hemma – på balkongen och i trädgården. Det är där vi gör verklig skillnad – när vi inte bara säljer produkter, utan också skapar lust att odla, plantera och ta hand om det som växer.



Vi ser ett fortsatt starkt intresse för odling, trädgård och gröna miljöer. Att fler vill skapa grönska omkring sig bidrar till både glädje, engagemang och välmående, och där vill vi fortsätta vara en del av kundens vardag. Vi ska inspirera, guida och göra det enklare för fler att lyckas, oavsett erfarenhetsnivå.

En viktig del av vårt hållbarhetsarbete handlar om sortimentet och de val vi gör tillsammans med våra odlare och leverantörer. Under 2025 var 62 procent av våra växter svenskodlade – en nivå vi är stolta över och vill fortsätta utveckla. Svenskodlat är viktigt för oss, eftersom det både skapar värde för våra kunder och bidrar till att stärka förutsättningarna för svensk odling över tid.

Vi har också fortsatt att stärka kvaliteten och ansvarstagandet i leverantörskedjan.

Under året kom 96 procent av våra växter från miljöcertifierade odlare. Certifieringar och oberoende uppföljning är viktiga verktyg i vårt hållbarhetsarbete. De hjälper oss att säkerställa att ansvarstagandet inte stannar vid ambitioner, utan blir en del av hur odling och produktion faktiskt bedrivs. Här finns en tydlig koppling mellan hållbarhet, kvalitet och ett starkt kunderbjudande.

Det är också glädjande att vårt arbete uppmärksammas. Under året tog vi förstaplatsen i Sustainable Brand Index 2026 i kategorin Hobby & Fritid. Det ser vi som ett kvitto på att kunderna uppskattar den riktning vi arbetar i – men också som en påminnelse om att förtroende måste förtjänas, om och om igen.

Framåt är vår ambition tydlig. Vi vill fortsätta växa, men göra det på ett sätt som är skalbart, långsiktigt och ansvarsfullt. Det innebär att vi ska fortsätta utveckla vårt kunderbjudande, stärka kvaliteten, bredda sortimentet och öka andelen hållbara val. Det innebär också att vi tar ansvar i värdekedjan och verkar för en positiv utveckling i vår bransch.

Till sist vill jag rikta ett varmt tack. Till våra odlare och samarbetspartners – för dialog, utveckling och gemensamma steg framåt. Och till alla medarbetare i Blomsterlandet – för ert engagemang, er kunskap och ert arbete varje dag. Det är ni som gör vår utveckling möjlig och som tillsammans bidrar till att skapa kvalitet, växtglädje och kundupplevelser som gör verklig skillnad.

Med vänlig hälsning,  
Susanne Holmström  
VD, Blomsterlandet

## OM SUSANNE HOLMSTRÖM

**ÅLDER:** 48 år

**GÖR:** VD, Blomsterlandet

**UTMÄRKELSE:** En av Sveriges 100 mäktigaste kvinnor (Market och Svensk Handel, 2025)

### VAD ÄR DET BÄSTA MED BLOMSTERLANDET?

Engagemanget i hela organisationen och viljan att göra det enkelt för kunder att lyckas med växter och odling – något som skapar både glädje och stolthet.

### VAD ÄR DU MEST STOLT ÖVER FRÅN 2025?

Att vi kombinerat ett starkt affärsår med tydliga framsteg i hållbarhetsarbetet.

### VAD ÄR NÄSTA STEG I ERT HÅLLBARHETSARBETE?

Att utveckla erbjudandet, minska påverkan i värdekedjan och göra hållbara val för kunden ännu enklare.

### VILKEN BLIR STÖRSTA UTMANINGEN FRAMÅT?

Att fortsätta växa med bibehållen kvalitet och samtidigt driva omställningen i leverantörskedjan.

### VAD DRIVER DIG SOM LEDARE?

Att skapa utveckling som märks för kunden, för affären och för våra medarbetare. Och att bygga ett bolag som står starkt även på lång sikt.

## ÅRET I KORTHET 2025

# 12 851

Antal "räddade" erbjudanden sålda via ResQ-club appen.

Läs mer  
s. 36

Nyöppnade butiker under året

# Landskrona och Motala



# 89%

Av våra leverantörer i riskländer är anslutna till Amfori BSCI

Läs mer  
s. 23

# 568 323 kr

Insamlat till Mustaschkampen

Läs mer  
s. 28

## Stark position inom hållbarhet

I mars 2026 utsågs vi till vinnare i kategorin Hobby & Fritid i Sustainable Brand Index™, Europas största oberoende varumärkesstudie inom hållbarhet. Utmärkelsen baseras på konsumenters uppfattning och bygger på undersökningar genomförda under 2025. Resultatet speglar hur väl vi upplevs leva upp till förväntningar inom miljömässigt och socialt ansvar. För oss är det ett kvitto på vårt långsiktiga arbete med att integrera hållbarhet i verksamheten – från sortiment och leverantörskedja till kundmöte och kultur. Samtidigt är det en drivkraft att fortsätta utvecklas. Vårt fokus framåt är att stärka transparensen, utveckla erbjudandet och göra det enklare för våra kunder att göra mer hållbara val.



# 62%

Svenskodlade växter



Läs mer  
s. 18

# 89 148 kr

Insamlat till Victoriafonden

Läs mer  
s. 28

Nytt försäljningsrekord 2025

# 2,1 miljarder

SEK

# 77 ton CO<sub>2</sub>

från tjänsteresor med flyg klimatkompenserades via nytt klimatprojekt

Läs mer  
s. 32

# NPS 45

Vårt Net Promoter Score har ökat till 45 från 43 vilket visar ökad kundnöjdhet

# 1,4 miljoner

medlemmar i vår kundklubb

# Om oss

**Vår utveckling** Vi har våra rötter i Göteborg sedan mitten av 1980-talet, där verksamheten startade under namnet S-Blommor med leveranser av snittblommor och växter till dagligvaruhandeln.

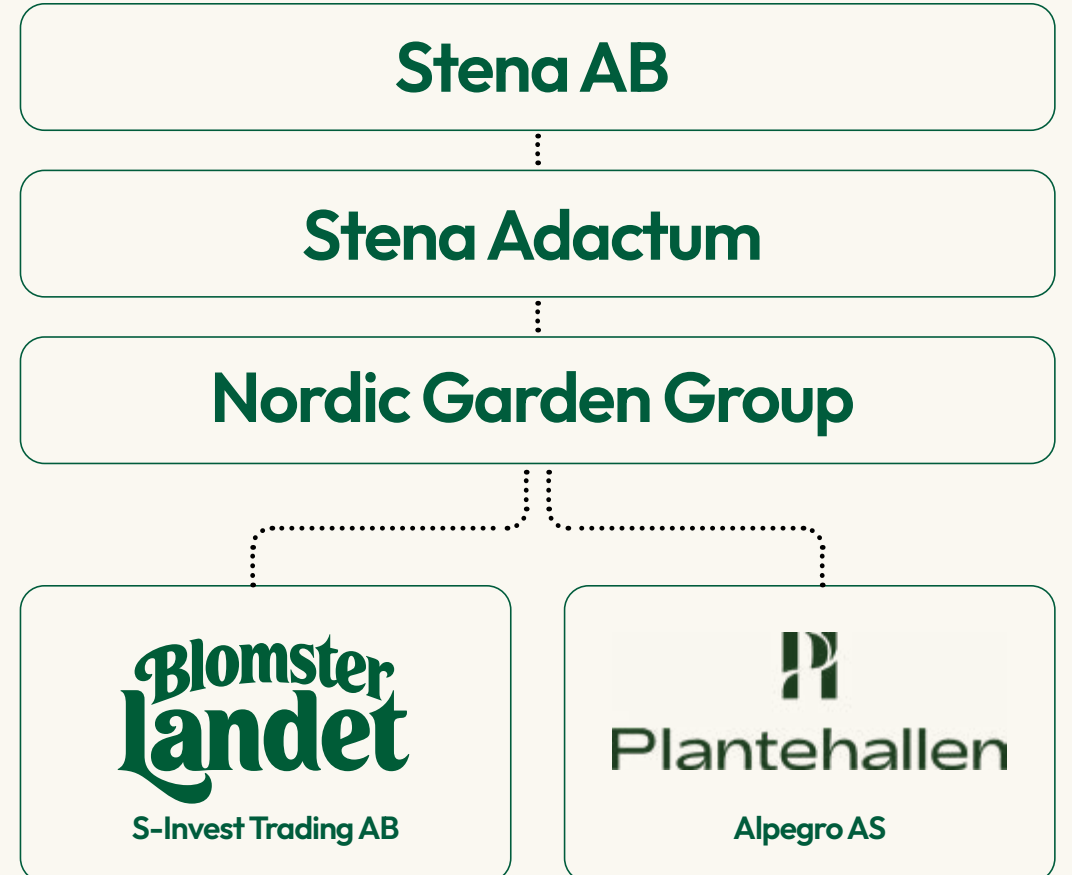
1989 öppnade vi vår första egna butik i Jönköping – ett viktigt steg som lade grunden för utvecklingen av en rikstäckande butikskedja. Butiken finns fortfarande kvar på samma plats idag.

Under flera år kombinerade vi detaljhandel i egen regi med leveranser till dagligvarukedjor. År 2018 avyttrades dagligvaruverksamheten för att fullt ut fokusera på kärnaffären. Det markerade starten på en mer renodlad satsning på

Blomsterlandet som specialiserad butikskedja och e-handel inom växter och trädgård.

Sedan dess har vi fortsatt att växa, med etablering av nya butiker i flera delar av landet. Expansionen sker med ambitionen att nå fler kunder samtidigt som verksamheten utvecklas långsiktigt och hållbart.

Under 2025 bildades Nordic Garden Group (NGG), ett moderbolag som samlar Blomsterlandet och den norska blomsterkedjan Plantehallen under gemensamt ägande. Bolagen drivs fortsatt självständigt, men strukturen möjliggör en mer samlad utveckling.



## Våra viktigaste milstolpar



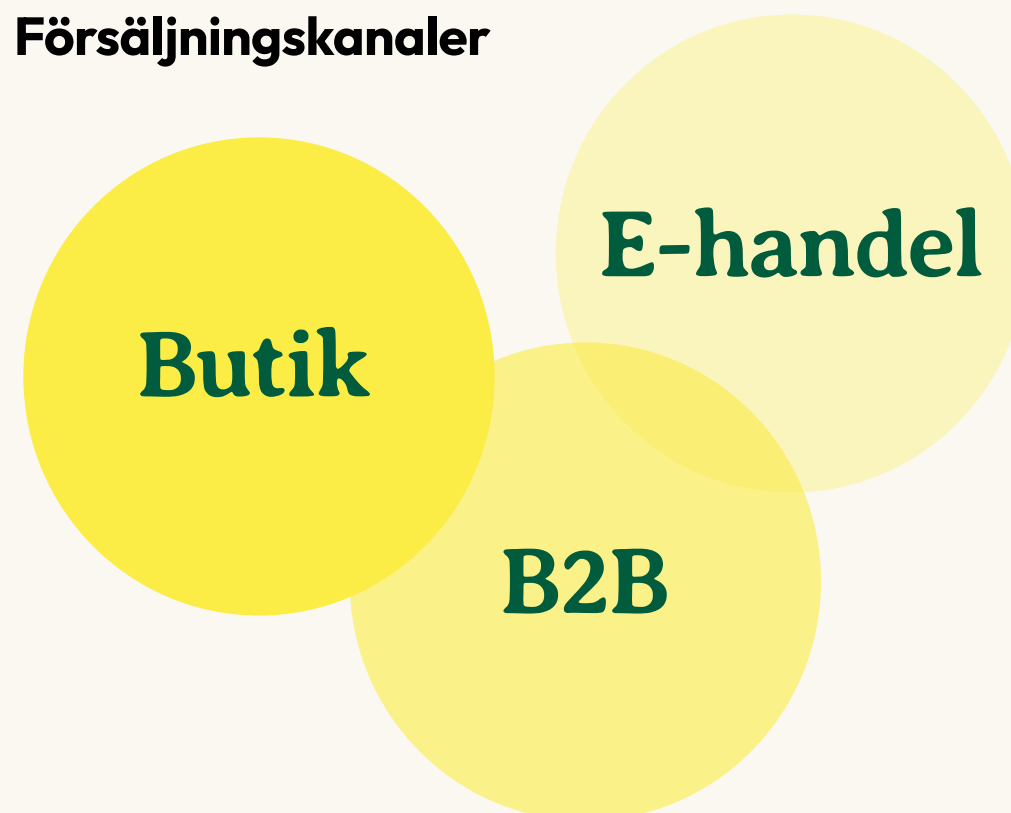
# Blomsterlandet idag

Vi är Sveriges ledande butikskedja inom växter och trädgård, med ett sextiototal butiker från Luleå till Malmö samt en rikstäckande e-handel.

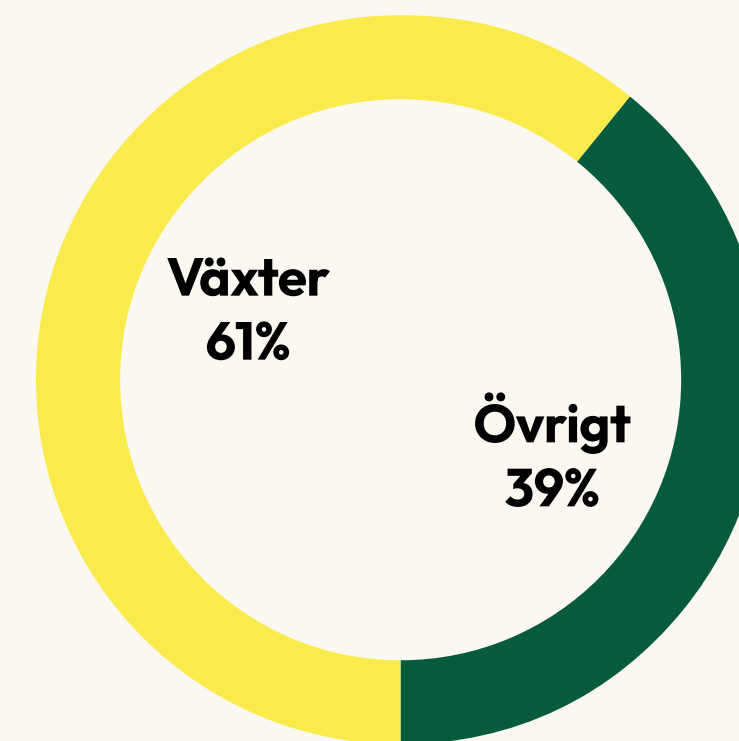
Vår affärsidé är att erbjuda ett brett sortiment av växter och trädgårdsprodukter, kombinerat med kunskap och inspiration som gör det enklare för våra kunder att lyckas.

Sedan 2025 ingår vi i Nordic Garden Group tillsammans med norska Plantehallen. Samarbetet skapar förutsättningar för kunskapsutbyte och långsiktig utveckling i Norden.

## Försäljningskanaler



## Sortimentandel



Antal heltidsanställda (FTE):

**683**

Omsättning:

**2,1 miljarder**

SEK

Antal butiker:

**61**

(31/12-2025)

Kundklubsmedlemmar:

**1,4 miljoner**

Huvudkontor:  
Mölnlycke

Logistikcenter:  
Helsingborg

Nyöppnad:  
Motala

Nyöppnad:  
Landskrona



## Vår mission

Vi sprider växtglädje och hjälper våra kunder att lyckas genom kunskap, inspiration och service.



## Vår vision

Vi vill att världen ska blomstra - varje dag.



## Vår affärsidé

Blomsterlandet är den självklara destinationen för blommor och växter och erbjuder störst sortiment med högsta kvalitet för att alla ska kunna uppleva växtglädje. Genom kunskap, inspiration och personlig service gör vi det enkelt för våra kunder att lyckas!

# Styrning och hållbarhetsarbetet

## Bolagsstyrning

Vi har en tydlig och strukturerad bolagsstyrning som skapar klara ansvarsförhållanden, effektiv ledning och en stabil kontrollmiljö.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation, förvaltning och långsiktiga utveckling. Den beslutar om strategi, budget och större investeringar samt följer upp verksamheten genom fastställda arbetsordningar och regelbunden rapportering från VD.

Styrelsen sammanträder regelbundet och arbetar i nära dialog med VD. För att fördjupa arbetet inom prioriterade områden sker delar av styrelsens arbete i utskott, bland annat inom fastigheter, hållbarhet, IT-säkerhet och revision. Utskotten fungerar som stöd i styrelsens beslutsfattande.

## Intern kontroll och riskhantering

Styrelsen har det övergripande ansvaret för bolagets interna kontroll och riskhantering, med målet att säkerställa tillförlitlig rapportering och ett långsiktigt värdeskapande.

Arbetet bygger på tydliga roller och ansvarsområden, dokumenterade processer och regelbun-

den uppföljning. VD rapporterar löpande till styrelsen.

Riskhantering är en integrerad del av både den strategiska planeringen och den operativa verksamheten. Varje avdelning ansvarar för att identifiera, bedöma och hantera risker inom sitt område. Den finansiella kontrollen baseras på etablerade rutiner, systematiska avstämningar och kontinuerlig uppföljning.

## Styrning av hållbarhetsarbetet

Hållbarhet är en integrerad del av vår strategi och en förutsättning för långsiktig utveckling och konkurrenskraft. Arbetet leds av VD och drivs gemensamt av ledningsgruppen, där ansvar är tydligt fördelat och varje avdelning ansvarar för genomförandet inom sitt område. På så sätt är hållbarhet en naturlig del av den operativa styrningen och det dagliga beslutsfattandet.

Hållbarhetskoordinatören har en samordnande roll med ansvar för att driva arbetet framåt, följa upp mål och säkerställa framdrift. Under året har arbetet vidareutvecklats genom fördjupade analyser av klimatpåverkan, värdekedja och väsentliga hållbarhetsfrågor. Resultaten används som underlag

för prioriteringar och fortsatt utveckling. Mål och resultat följs upp löpande och rapporteras regelbundet till styrelsen.

## Policyer och ramverk

Vår hållbarhetspolicy utgör det övergripande ramverket för hållbarhetsarbetet och tydliggör inriktning, ansvar och ambitioner inom miljö, socialt ansvar och affärsetik. De gäller för hela verksamheten och omfattar styrelse, ledning, medarbetare och affärspartners. Ramverket baseras på gällande lagstiftning och internationellt erkända principer för mänskliga rättigheter, arbetsvillkor och ansvarsfullt företagande, och kopplar samman strategi, mål och uppföljning.

Miljöpolicyen är en central del av detta ramverk och beskriver hur vi arbetar för att minska vår miljö- och klimatpåverkan. Den omfattar områden som resurseffektivitet, avfallshantering, transporter, kemikalier och förpackningar samt krav på leverantörer. Arbetet bedrivs med fokus på kontinuerliga förbättringar i både den egna verksamheten och i värdekedjan. Våra interna riktlinjer återfinns i styrdokument såsom uppförandekod för medarbetare, arbetsmiljöpolicy, medarbetarpolicy och visseblåspolicy.

## Styrelse

### Joachim Frykberg

Styrelsens ordförande, extern ledamot

### Henrik Hallin

Styrelseledamot, ägarrepresentant

### Johan Wester

Styrelseledamot, ägarrepresentant

### Karin Mineur

Styrelseledamot, extern ledamot

### Per Uebel

Styrelseledamot, extern ledamot

## Revisorer

### Öhrlings Pricewaterhouse Coopers AB

#### Johan Rippe

Huvudansvarig auktoriserad revisor

**Anna Lexberg** Auktoriserad revisor

## Koncernledning

### Susanne Holmström VD

**Esko Österbacka** CFO

**Johanna Nordholm** CTO

### Håkan Wulff

Försäljnings- och marknadschef

**Jennie Andersson** HR-chef

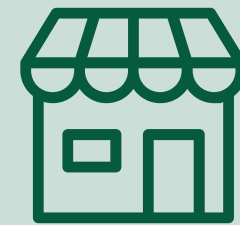
**Andreas Karlsson** Inköpschef

# Mål och uppföljning

Vi arbetar med tydliga strategiska mål som vägleder verksamheten och stärker vår långsiktiga utveckling. Målen omfattar såväl affärs- mässiga prioriteringar som hållbarhetsrelaterade ambitioner och är integrerade i bolagets övergripande styrning. De är utformade för att vara mätbara, relevanta och möjliga att följa upp.

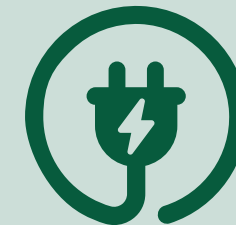
Under året har en fortsatt översyn av målstrukturen genomförts för att säkerställa att den är ändamålsenlig, affärsnära och anpassad till förändrade förutsättningar i omvärlden. Uppföljning sker löpande och rapporteras till ledning och styrelse.

## Uppnått Basår 2019



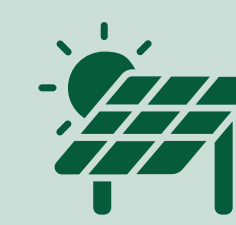
### Minska klimatutsläpp per butik <sup>1</sup>

Mål 2026: -25% CO<sub>2</sub>e/butik  
Status 2025: -30%



### Minska energianvändning <sup>2</sup>

Mål 2026: -20% kwh/m2  
Status 2025: -27%



### Öka egenproducerad el <sup>3</sup>

Mål 2026: 10% andel/total el  
Status 2025: 12%



### Certifierade odlare

Mål 2030: Miljöcertifierade odlare  
Status 2025: 96%



### Sociala revisioner i riskländer <sup>4</sup>

Mål 2025: 85% fysiska revisioner  
Status 2025: 89%

## Ej uppnått



### Andel återvinningsbart avfall <sup>5</sup>

Mål 2026: 50% återvunnet material  
Status 2025: 47%



### Olycksfall – LTI (Lost Time Incident)

Mål 2025: 0 LTI  
Status 2025: 1 LTI

<sup>1</sup> Nyckeltalet avser utsläpp inom Scope 1 och 2 dividerat med antal butiker <sup>2</sup> Nyckeltalet avser verksamhetens totala energiförbrukning per kalenderår i relation till total verksamhetsyta (m<sup>2</sup>) <sup>3</sup> Nyckeltalet avser andelen egenproducerad el i förhållande till total elförbrukning i egenägda butiker. <sup>4</sup> Avser leverantörer anslutna till Amfori BSCI eller motsvarig standard som inkluderar årlig revision av oberoende tredjepart. <sup>5</sup> Målet avser andelen avfall som återvinns genom materialåtervinning eller kompostering.

# Intressenter

## Intressentdialog

En aktiv dialog med våra intressenter är en förutsättning för ett ansvarsfullt och långsiktigt företagande. Vi för löpande dialog med kunder, leverantörer, medarbetare, ägare och samhällsaktörer. Dialogen ger oss insikter om förväntningar, behov och utvecklingsområden.

Den stärker vår förmåga att identifiera risker och möjligheter samt prioritera relevanta åtgärder inom hållbarhetsarbetet. Den utgör också ett viktigt underlag i vår väsentlighetsanalys och utvecklingen av våra strategiska mål.

## Kunddialog och uppföljning

Vi ser kundnöjdhet som en central del av vår långsiktiga utveckling. För att följa upp kundupplevelsen genomför vi löpande kundundersökningar efter genomfört köp. Resultaten analyseras och omsätts i prioriterade fokusområden som följs upp kvartalsvis.

Vi använder Net Promoter Score (NPS) för att mäta kundlojalitet och följa utvecklingen över tid. Det ger ett strukturerat underlag för att stärka kvalitet, service och kundupplevelse.

Kundmötet i butik följs också upp genom återkommande kvalitetskontroller, vilket bidrar till en mer enhetlig service och rådgivning.

Dialogen med våra kunder ger dessutom insikter om efterfrågan på hållbara produkter och behovet av tydlig information. Det vägleder utvecklingen av vårt sortiment och vår kommunikation, med målet att göra det enklare att göra mer hållbara val.

## Net Promoter Score (NPS)

	2025	2024	2023
NPS	45	43	37

VÅRA INTRESSENTER	VIKTIGA FRÅGOR	DIALOG
<b>Kund</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Svenskt och närproducerat</li> <li>Giffri odling</li> <li>Lång hållbarhet och god kvalitet</li> <li>Goda arbetsförhållande för Blomsterlandets anställda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kundundersökning</li> <li>Kundtjänst och support</li> <li>Möten i butik</li> <li>Sociala kanaler</li> <li>Webbplats</li> <li>Kundklubb och nyhetsbrev</li> </ul>
<b>Medarbetare</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arbetsvillkor</li> <li>Cirkulär ekonomi</li> <li>Svenskproducerat</li> <li>Hållbar pendling</li> <li>Antidiskriminering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medarbetarundersökningar</li> <li>Enkäter</li> <li>Intranät</li> <li>Informationsmöten</li> <li>Medarbetarsamtal</li> </ul>
<b>Ägare</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Långsiktig och hållbar utveckling</li> <li>Minskad klimatpåverkan</li> <li>Antikorruption</li> <li>Circularitet</li> <li>Mångfald och jämställdhet</li> <li>Compliance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Styrelsemöten</li> <li>Strategimöten</li> <li>Verksamhetsberättelse</li> <li>Intranät</li> <li>Bolagstämma</li> <li>Fysiska besök</li> </ul>
<b>Myndighet och samhälle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regelverk och direktiv</li> <li>Redovisning och rapportering</li> <li>Antikorruption</li> <li>Arbetsvillkor</li> <li>Minskat klimatavtryck och ökad cirkularitet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lagar</li> <li>Mediarapportering</li> <li>Myndighetskontakter</li> <li>Branschorganisationer</li> <li>Studier och rapporter</li> </ul>
<b>Leverantörer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tydlig och rimlig kravställning</li> <li>Klimatförändringar</li> <li>Ansvarig aktör</li> <li>Cirkulär ekonomi</li> <li>Konsument och slutanvändare</li> <li>Antikorruption</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uppförandekod</li> <li>Leverantörsmöten</li> <li>Hållbarhetsenkät</li> <li>Leverantörsgranskning</li> <li>Leverantörsavtal</li> </ul>

# Vår värdekedja

Vår värdekedja omfattar hela flödet – från odling och produktion till transport, försäljning och användning hos kund. En stor del av vår miljö- och klimatpåverkan uppstår utanför den egna verksamheten, främst i odlingsledet och i transporter. Även sociala risker är i stor utsträckning kopplade till leverantörsledet.

För att hantera detta kartlägger vi vår värdekedja och identifierar de områden där påverkan är som störst. Det ger ett tydligt underlag för prioriteringar och åtgärder.

Vår ambition är att successivt minska påverkan genom förbättringar i hela kedjan, i nära samarbete med leverantörer och samarbetspartners.



# Vår värdekedja

PRODUKTION  
OCH ODLING

INKÖP

TRANSPORTER

VÅR EGEN  
VERKSAMHET

FÖRSÄLJ-  
NING

PRODUKT-  
ANVÄNDNING

ÅTERVINNING

Värdekedjan inleds i produktions- och odlingsledet, där en stor del av vår miljömässiga och sociala påverkan uppstår. Här prioriterar vi biologisk mångfald, ansvarsfull kemikalieanvändning och ökad användning av biologiska metoder. Vi ställer krav på att leverantörer följer vår uppförandekod och verkar för att produktionen sker i linje med våra krav på miljöhänsyn, arbetsvillkor och affärsetik.

Inköpsfunktionen är central för genomförandet av vår hållbarhetsstrategi. Val av leverantörer påverkar vår klimatpåverkan och ställer krav på certifieringar, spårbarhet och efterlevnad av vår uppförandekod. Vi arbetar också med att minska emballage, öka andelen återvunnet material och främja mer cirkulära materialflöden.

Transporter utgör en betydande del av vår klimatpåverkan och är ett prioriterat område. Vi arbetar med effektiv logistikplanering, samordning och optimering av transportflöden. För långväga transporter används i hög utsträckning sjöfrakt. Vi ställer krav på transportcertifieringar och samarbetar med aktörer som aktivt minskar sin miljöpåverkan.

I vår egen verksamhet, inklusive butiker, centrallager och huvudkontor, arbetar vi för att minska vår direkta miljöpåverkan och samtidigt skapa en trygg arbetsmiljö. Fokus ligger på energieffektivisering, minskad klimatpåverkan från uppvärmning och kyla, effektiv avfallshantering samt uppföljning av resor. Social hållbarhet prioriteras genom goda arbetsvillkor, en inkluderande kultur och kompetensutveckling.

I försäljningsledet möter vi våra kunder och har möjlighet att påverka mer hållbara konsumtionsmönster. Genom utbildning och kommunikation stärker vi kunskapen kring hållbara val. Vi lyfter hållbara och certifierade produkter och arbetar med tydlig information om produkternas egenskaper och användning.

En stor del av en produkts livscykelpåverkan uppstår i användningsfasen. Därför ger vi kunder råd, inspiration och vägledning för att förlänga livslängden och minska svinn. Genom att göra det enklare att använda produkter resurseffektivt bidrar vi till en mer cirkulär användning.

I värdekedjans sista steg arbetar vi för att minska avfall och säkerställa att material tas om hand på ett resurseffektivt sätt. Genom förbättrad sortering, ökad återvinning och cirkulära lösningar vill vi maximera nyttjandet av resurser.

# Dubbel väsentlighetsanalys

Under 2024 genomförde vi ett fördjupat arbete med att ta fram vår dubbla väsentlighetsanalys i linje med EU:s nya krav på hållbarhetsrapportering enligt CSRD och rapporteringsstandarden ESRS. Analysen utgör en central grund för vår hållbarhetsstrategi och vägleder oss i att prioritera de frågor som är mest relevanta för både vår verksamhet och våra intressenter.

Dubbel väsentlighet innebär att vi analyserar hållbarhetsfrågor ur två perspektiv. Dels bedömer vi hur vår verksamhet påverkar miljö, människor och samhälle genom hela värdekedjan (påverkansväsentlighet). Dels analyserar vi hur hållbarhetsrelaterade risker och möjligheter kan påverka vår affär, vårt resultat och vårt långsiktiga värdeskapande (finansiell väsentlighet).

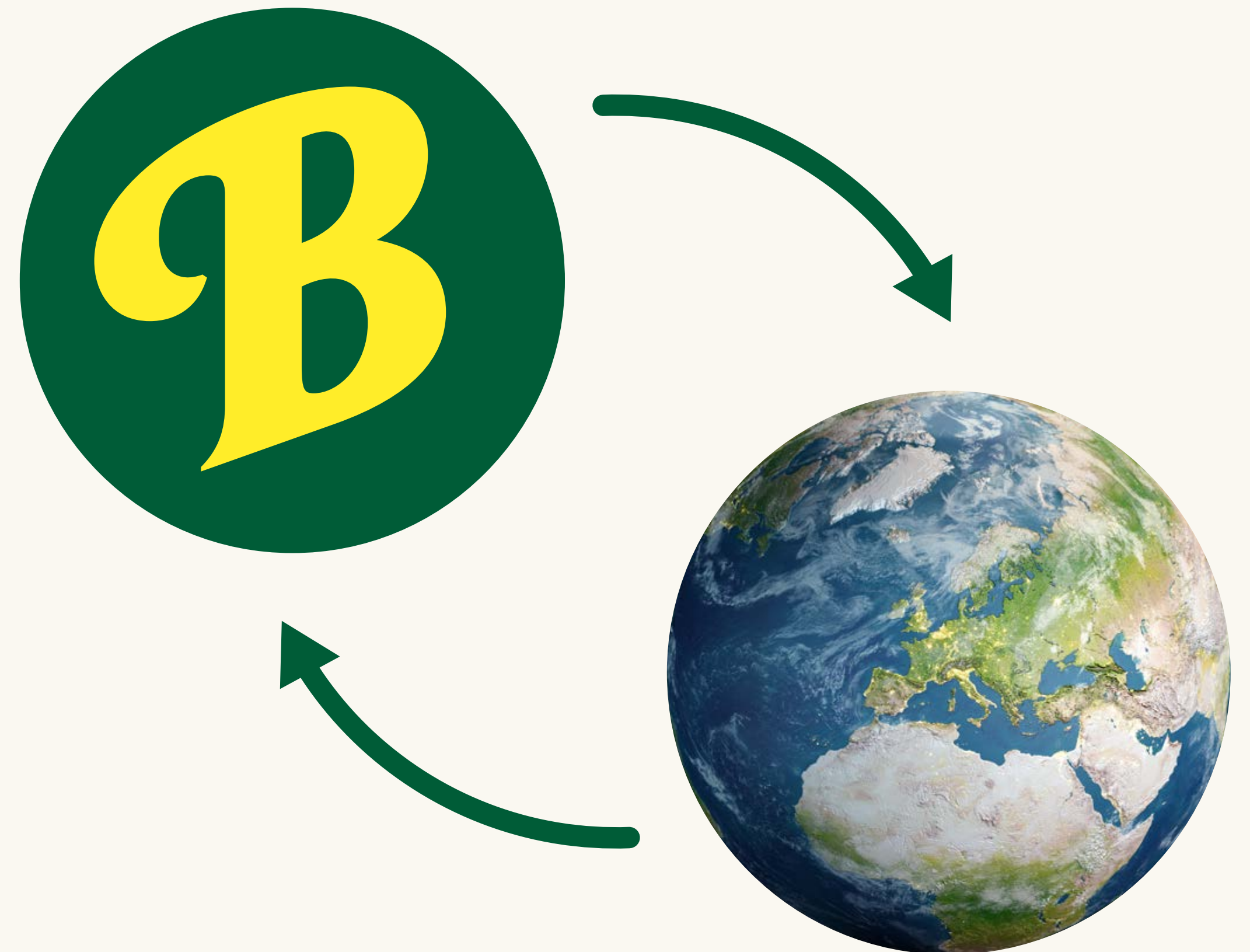
Arbetet har utgått från vår affärsmodell och värdekedja, från produktion och inköp till försäljning och användning hos kund. Underlaget baseras på klimat-

data, försäljningsstatistik, leverantörsinformation, certifieringsdata och återkoppling från kunder, samt dialog med interna och externa intressenter.

Bedömningen har baserats på en kombination av påverkan, allvarlighetsgrad och sannolikhet, samt finansiell påverkan på verksamheten.

Genom att väga samman påverkan på miljö och människor med finansiella risker och möjligheter har vi identifierat de ESG-områden som är mest väsentliga för oss. Dessa prioriteringar ligger till grund för våra strategiska hållbarhetsmål, vår riskhantering och vår rapportering.

Den dubbla väsentlighetsanalysen är integrerad i vår styrning och fungerar som ett stöd i beslutsfattandet. Den bidrar till att vi kan ta ett tydligare ansvar för vår påverkan samtidigt som vi stärker vår affär i en omvärld där hållbarhetsfrågor får allt större betydelse.



# Dubbel väsentlighetsanalys

## MILJÖ

### Klimatförändringar

- 1 E1 Klimatanpassning
- 2 E1 Begränsning av klimatförändringar
- 3 E1 Energi

### Förorening

- 4 E2 Förorening av luft
- 5 E2 Förorening av levande organismer och livsmedelsresurser
- 6 E2 Förorening av mark
- 7 E2 Förorening av vatten
- 8 E2 Ämnen som inger betänkligheter
- 9 E2 Mikroplast

### Biologisk mångfald och ekosystem

- 10 E4 Direkta påverkansfaktorer som leder till förlust av biologisk mångfald
- 11 E4 Konsekvenser för ekosystems omfattning och tillstånd
- 12 E4 Konsekvenser för beroenden av ekosystemtjänster
- 13 E4 Konsekvenser för arters tillstånd

### Cirkulär ekonomi

- 14 E5 Resursinflöden inklusive resursanvändning
- 15 E5 Resursutflöden relaterade till produkter och tjänster
- 16 E5 Avfall

### Vatten och marina resurser

- 17 E3 Vatten
- 18 E3 Marina resurser

## SOCIALT

### Påverkade samhällen

- 19 S3 Samhällens medborgerliga och politiska rättigheter
- 20 S3 Samhällens ekonomiska, sociala och kulturella rättigheter
- 21 S3 Särskilda rättigheter för urfolk

### Konsumenter och slutanvändare

- 22 S4 Informationsrelaterade konsekvenser för konsumenter och/eller slutanvändare
- 23 S4 Personlig säkerhet för konsumenter och/eller slutanvändare
- 24 S4 Social inkludering för konsumenter och/eller slutanvändare

### Den egna arbetskraften

- 25 S1 Likabehandling och lika möjligheter för alla
- 26 S1 Andra arbetsrelaterade rättigheter
- 27 S1 Arbetsvillkor

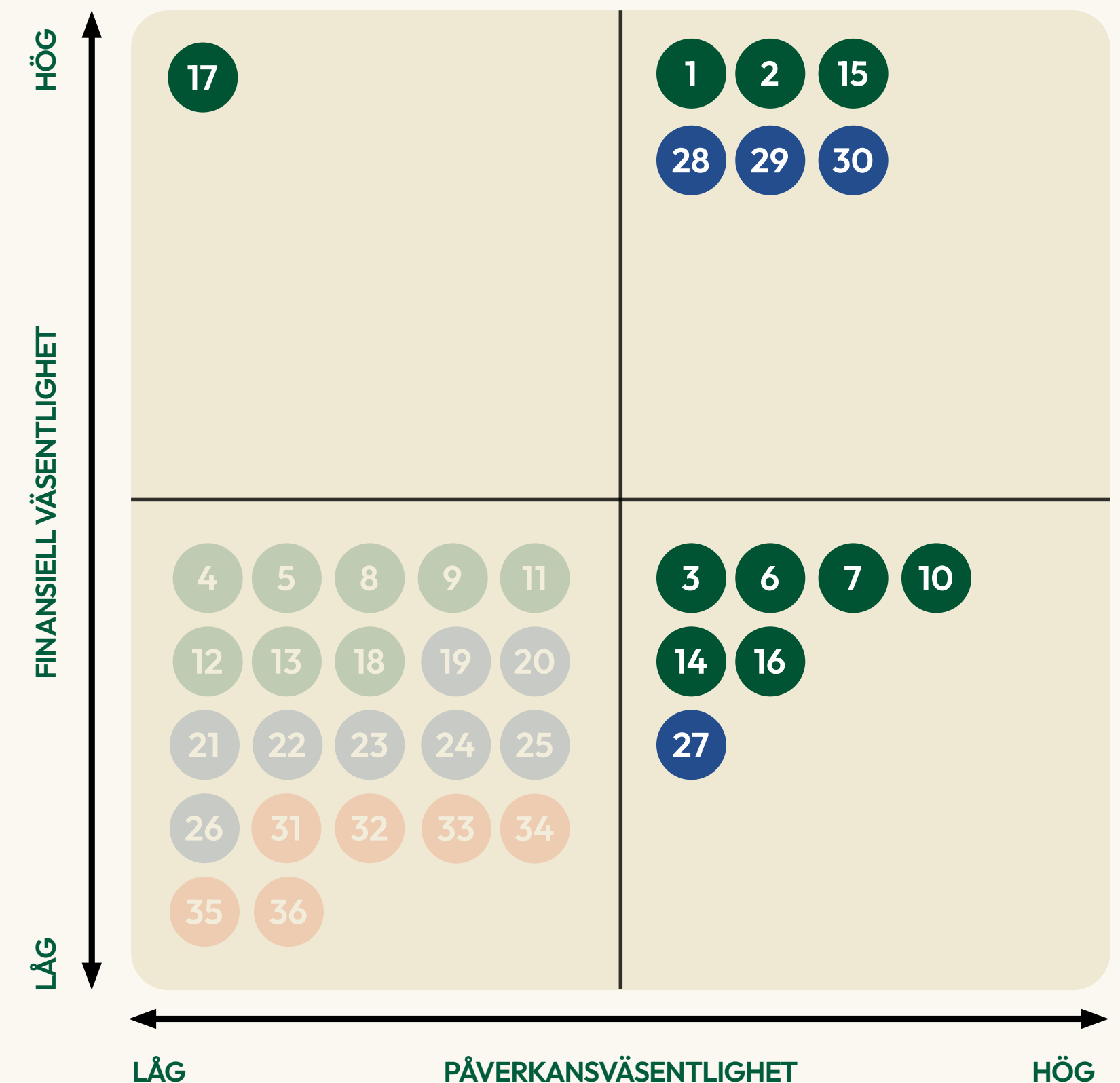
### Arbetstagare i värdekedjan

- 28 S2 Likabehandling och lika möjligheter för alla
- 29 S2 Andra arbetsrelaterade rättigheter
- 30 S2 Arbetsvillkor

## STYRNING

### Ansvarsfullt företagande

- 31 G1 Djurvälstånd
- 32 G1 Företagskultur
- 33 G1 Korruption och mutor
- 34 G1 Förvaltning av förbindelser med leverantörer, inbegripet betalningsrutiner
- 35 G1 Politiskt engagemang och lobbyverksamhet
- 36 G1 Skydd av visselblåsare



#### Så läser du matrisen:

Matrisen visar resultatet av vår dubbla väsentlighetsanalys. De identifierade hållbarhetsfrågorna har bedömts utifrån både påverkan på omvärlden (x-axeln) och finansiell påverkan på vår verksamhet (y-axeln). Siffrorna i matrisen hänvisar till motsvarande hållbarhetsområden i tabellen. Hållbarhetsfrågor placerade i matrisens nedre vänstra del bedöms ha lägre påverkan och finansiell väsentlighet i nuläget och prioriteras därför inte som väsentliga områden.

# Identifierade väsentliga hållbarhetsfrågor

Matris-nr	Område (Väsentlig fråga)	Typ av påverkan	Risk och påverkan	Riskhantering och möjligheter
1	E1 Klimatanpassning	Positiv / Negativ	Extremväder kan påverka odling, leveranser och kostnader samt öka spridning av invasiva arter.	Klimatanpassat sortiment och kundrådgivning minskar risker och stärker motståndskraft för växterna, att klara sig under väderomslag påverkat av klimatförändringarna.
2	E1 Begränsning av klimatförändringar	Negativ	Utsläpp från produktion, energi och transporter bidrar till klimatpåverkan.	Mål för utsläppsminskning, förnybar energi och mer hållbara materialval.
3	E1 Energi	Negativ	Hög energianvändning i drift medför kostnads- och klimatpåverkan.	Energieffektivisering och investeringar i förnybar energi (t.ex. solceller).
6	E2 Förorening av mark	Negativ	Användning av växtskyddsmedel som kan orsaka förorening och en negativ miljöpåverkan.	Övergång till biologiska alternativ, kravställning mot leverantör och stickprovskontroller för att säkra efterlevnad.
7	E2 Förorening av vatten	Negativ	Felaktig användning av gödsel och avrinning kan orsaka övergödning.	Effektiv bevattning, tydliga instruktioner och kundinformation.
10	E4 Direkta påverkansfaktorer (Biologisk mångfald)	Positiv / Negativ	Kemikalier och invasiva arter kan påverka pollinatörer och ekosystem negativt.	Krav på miljö-certifieringar, biologiska alternativ och kontroll av invasiva arter i sortimentet.
14	E5 Resursinflöde	Positiv / Negativ	Resursanvändning från varor och förpackningar påverkar naturresurser.	Ökad andel återvunnet material och cirkulära lösningar.
15	E5 Resursutflöden	Negativ	Förbrukning och kassation av produkter och förpackningar genererar resursförluster.	Ökad återanvändning, reservdelar och produkter med god kvalitet som förlänger livslängd.
16	E5 Avfall	Negativ	Avfall från förpackningar, utjänta varor och svinn.	Minskning av svinn och övergång till återanvändbara transportlösningar.
17	E3 Vatten	Negativ	Vattenanvändning i drift och odling kan påverka resurser, särskilt vid torka eller vattenbrist.	Effektiv bevattning och anpassning efter säsong och behov.
27	S1 Arbetsvillkor (Egna arbetskraften)	Positiv / Negativ	Hög arbetsbelastning och bristande kontroller eller rutiner kan leda till ohälsa, stress och fysiska/psykiska arbetsskador.	Systematiskt arbetsmiljöarbete och regelbunden uppföljning av medarbetare.
28	S2 Likabehandling (Värdekedjan)	Negativ	Risk för diskriminering i leverantörsled där insynen är begränsad.	Uppförandekod och sociala revisioner stärker efterlevnad.
29	S2 Andra rättigheter (Värdekedjan)	Negativ	Risk för brister i grundläggande rättigheter (t.ex. barnarbete, tvångsarbete, boende och sanitet) i delar av värdekedjan.	Uppförandekod, leverantörsuppföljning och revisioner stärker efterlevnad och minskar risker.
30	S2 Arbetsvillkor (Värdekedjan)	Negativ	Risk för bristande arbetsvillkor, såsom arbetstid, löner, arbetsmiljö och anställningstrygghet.	Tydliga krav, uppföljning och revisioner förbättrar arbetsvillkor och minskar risker.

# Våra fokusområden

## Strategisk grund i dubbel väsentlighet

Vår strategiska inriktning baseras på den dubbla väsentlighetsanalys som genomförts i linje med CSRD och ESRS. Analysen har identifierat de hållbarhetsfrågor som är mest väsentliga för vår verksamhet. Genom att fokusera på de områden där vår påverkan är som störst, och där externa faktorer har störst påverkan på oss, säkerställer vi att vårt hållbarhetsarbete är relevant, affärsnära och strategiskt förankrat.

## Våra tre övergripande fokusområden

Utifrån analysen har vi strukturerat vårt arbete i tre övergripande områden som tillsammans utgör grunden för vårt hållbarhetsarbete: Hållbara produkter och produktionsled, Ansvarfull aktör samt Miljö- och klimatpåverkan. Dessa områden omfattar våra prioriterade fokusfrågor och fungerar som en struktur för hur vi driver, följer upp och vidareutvecklar vårt hållbarhetsarbete

## Globala mål som referensram

De globala målen för hållbar utveckling (Sustainable Development Goals, SDG:er) antogs av FN:s generalförsamling 2015 som en del av Agenda 2030. De omfattar 17 mål och 169 delmål och utgör ett gemen-

samt ramverk för att främja social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet.

Vi använder de globala målen som en referensram i vårt hållbarhetsarbete. Genom att identifiera vilka mål som är mest relevanta för vår verksamhet kan vi tydligare strukturera våra prioriteringar och säkerställa att vårt arbete är i linje med internationellt etablerade principer.

## Tillväxt med integrerat hållbarhetsansvar

Vi befinner oss i en tydlig tillväxtfas med ambitionen att öka omsättningen från 2 till 5 miljarder kronor till 2030. Vår tillväxtstrategi är långsiktig och affärsdriven, samtidigt som den är integrerad med vårt hållbarhetsarbete.

Vi har en tydlig ambition att inte kompromissa med våra hållbarhetsåtaganden i samband med expansionen. Målsättningen är att minska vår klimatpåverkan per omsättningskrona och samtidigt stärka vårt ansvarstagande i hela värdekedjan.

## Hållbara produkter och produktionsled

- Närodlat
- Biologisk mångfald
- Cirkulär ekonomi
- Tillväxt
- Kemikalieanvändning

## Socialt ansvarfull aktör

- Leverantörer
- Medarbetare
- Arbetsplats
- Kultur
- Socialt engagemang

## Miljö och klimatpåverkan

- Klimatutsläpp
- Kundens hållbara val
- Energi
- Avfall

## Blomsterlandets prioriterade Globala Mål

Hållbara produkter och produktionsled



Miljö och klimatpåverkan



Socialt ansvarfull aktör



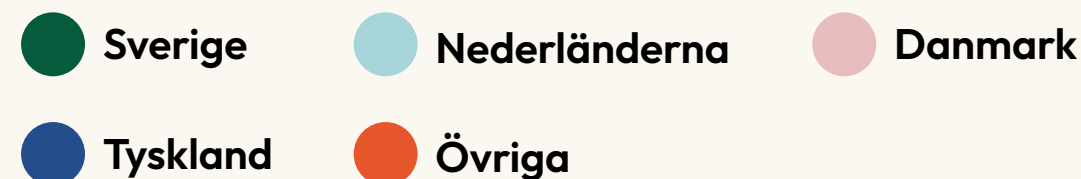
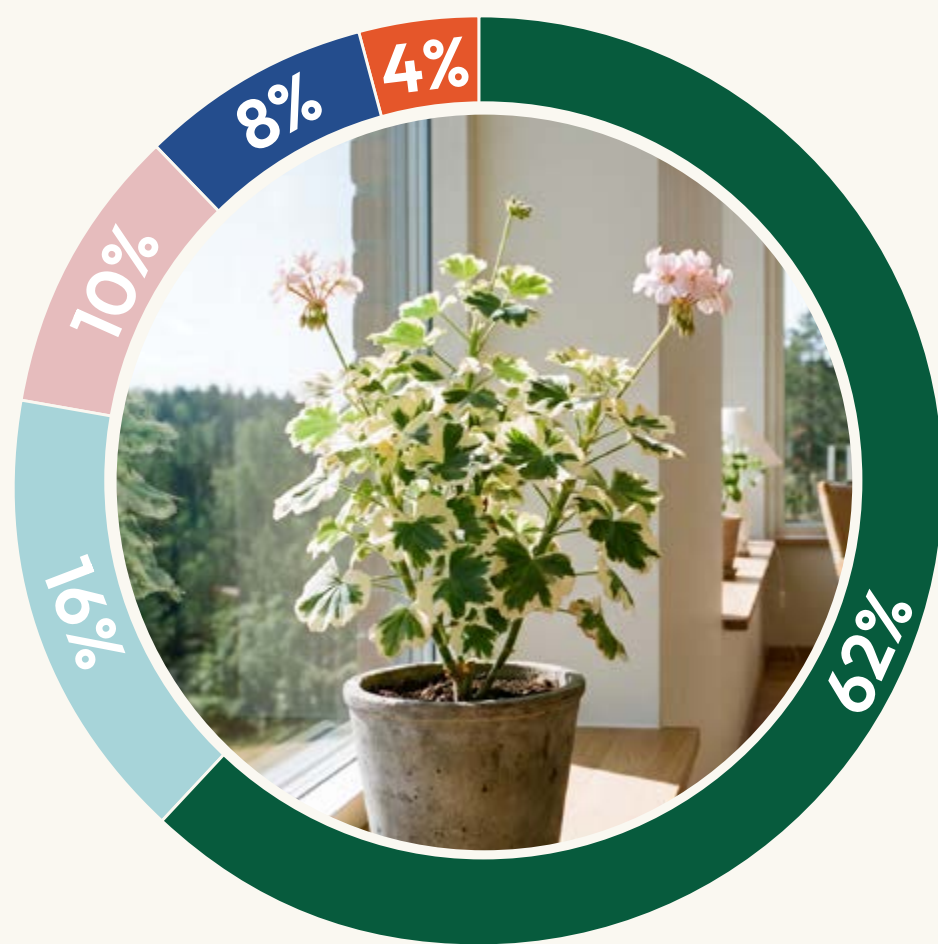
# Hållbara produkter och produktionsled

# Närodlat

## Hög andel svenskproducerade växter

En hög andel svenskproducerade växter är en viktig del av vårt hållbarhetsarbete. Under 2025 uppgick andelen sålda svenskproducerade krukväxter och trädgårdsväxter till 62 procent av vårt totala växtsortiment. Vår ambition är att fortsatt hålla en hög andel svenskproducerat.

### Krukväxter och trädgårdsväxter antal sålda per ursprungsland



Svensk odling medför flera hållbarhetsfördelar. Sveriges energimix har generellt lägre klimatpåverkan än i många andra länder, vilket minskar utsläpp vid uppvärmning av växthus. Kortare transporter minskar belastningen från logistik och möjliggör effektiva leveranser. Produktionen omfattas även av strikta regelverk för växtskyddsmedel.

Växter odlade i Sverige är ofta bättre anpassade till lokala förhållanden, vilket bidrar till god kvalitet, bättre etablering hos kund och minskat svinn. Det skapar också stabilitet i sortimentet genom att produktionen följer säsongen.

Växter märkta med Från Sverige är odlade eller förädlade i Sverige och kommer från odlare certifierade enligt Svenskt Sigill, vilket säkerställer att miljö- och hållbarhetskrav uppfylls. Vi erbjuder även växter med etablerade märkningar, såsom E-planta.

Genom att prioritera svenskproducerade växter och kvalitetssäkrade märkningar stärker vi både vårt erbjudande och vårt hållbarhetsarbete, samtidigt som vi bidrar till att bevara svensk odlingskompetens.

## Utvalda växter för svenskt klimat

E-planta är en svensk kvalitetsmärkning för träd, buskar, fruktträd och bärbuskar som är noggrant utvalda för att klara svenska förhållanden. För oss är märkningen ett sätt att erbjuda växter som ger mer hållbara och långlivade planteringar.

En central del i arbetet är att säkerställa att växterna är sortäktade. Det innebär att deras egenskaper är kända och konsekventa – något som är avgörande för hur växten klarar invintringen och hur den utvecklas över tid.

“Växter som är märkta med E som i E-planta är anpassade till klimatet i vårt avlånga land. De är provodlade i många år i olika växtzoner, och det är så vi kan sätta säkra zonangivelser. Om invintringen inte är anpassad efter vårt klimat kommer växten inte att klara sig till våren, vilket blir fallet med många importerade växter”, säger Katarina Kihlberg, marknadsansvarig på E-planta.



**Kort om E-planta** E-planta ekonomisk förening bildades av svenska plantskolor för att långsiktigt utveckla och marknadsföra E-märkta växter. Idag består föreningen av 21 svenska plantskoleföretag. Sortimentet omfattar cirka 160 träd och buskar samt ett 90-tal fruktträd och bärväxter.

För kunden innebär valet av E-planter bättre förutsättningar för en stabil etablering och långlivade

planteringar. Växter som är anpassade till lokala förhållanden har generellt större möjlighet att utvecklas väl och hålla över tid. Utvecklingen av nya E-planter utgår från tydliga behov: sorterna ska lösa konkreta problem, tillföra odlingsvärde och fungera långsiktigt i svenska förhållanden. Samtidigt anpassas sortimentet i takt med förändrade klimatförutsättningar och nya krav.

“Vi har tre fokusområden för utvecklingen av E-planta – nya sorter av friska fruktträd och bärbuskar, tåliga träd för framtidens urbana miljöer samt långlivade, marktäckande buskar för offentliga miljöer med ett tydligt estetiskt värde”, säger Katarina.



## Hantverket bakom fruktträd märkta med E-planta

En av de utvalda plantskolorna som producerar växter med märkningen E-planta är Plantskolan i Ängelholm. Deras specialitet är fruktträd och det ligger flera års arbete och mycket hantverkskunnande bakom varje planta.

”Vi planterar ungefär 170 000 grundstammar om året, och varje enskild planta hanteras individuellt,” säger Johan Emilsson, som är platschef på Plantskolan i Ängelholm.

Produktionen av fruktträd är till stor del en manuell process. Odlingen av äppelträd, för att ta ett exempel, utgår från en grundstam där sedan den specifika sorten ympas in genom ett så kallat ”öga”. Ögat är anlaget till kommande års bladanlag och placeras på grundstammen, några centimeter ovanför marken. Under det första året växer ögat ut till ett skott – ett spö – som blir trädets framtida stam. Alla sidoskott tas bort, så att all energi går till den förädlade sorten.

Sortimentet omfattar omkring 150 fruktsorter, varav vissa är E-plantor. Handelns anlag av E-plantsmärkta sorter är noga reglerad och odlingen får

endast ske av utvalda odlare, men själva odlingsarbetet ser likadant ut oavsett sort.

”Odlingen av äppelträd är i stor utsträckning ett hantverk, där många moment inte kan automatiseras – inte ännu i alla fall”, säger Johan.

Efter det första året har trädet blivit omkring en meter högt. Därefter fortsätter odlingen på fält eller i kruka, samtidigt som flera produktionscykler löper parallellt. För att säkerställa kvaliteten gallras plantorna löpande.

Hur är det då med efterfrågan på just E-plantor? Svagt uppåtgående, anser Johan, och menar att efterfrågan i hög grad styrs av igenkänning. Han tillägger att det inte är glasklart för konsumenten att favoritäppelsorten man köpt i mataffären långt ifrån alltid finns att köpa som fruktträd, då vissa namnsorter endast säljs till kommersiella äppelodlare.

”Här behöver vi bli bättre på att upplysa konsumenterna. Folk köper ofta det de känner igen, även om det finns bättre alternativ. Många av de nya sorterna är väldigt goda – och ofta bättre än de gamla”, säger Johan. Själv tvekar han inte i sitt val: ”Har du plats för ett träd – då ska du ha ett Aroma. Så enkelt är det.”



## Mer svenskodlad ljung

Under 2024 blev vi första trädgårdskedjan i Sverige att erbjuda svenskodlad och Från Sverige-märkt ljung – en produkt som varit svår att lyckas med här i kommersiell odling och därför tidigare importerats, främst från Tyskland.

Den svenska produktionen har utvecklats av vår leverantör Solgårdens Driverier, och under 2025 kunde odlingen skalas upp till ett ännu bredare utbud i våra butiker.

Svenskodlad ljung innebär kortare transporter och därmed minskad klimatpåverkan, samtidigt som det är ett bidrag till att stärka svensk odlingskompetens och möjliggöra ett mer lokalt producerat sortiment.



# Biologisk mångfald

Biologisk mångfald är en förutsättning för fungerande ekosystem och har stor betydelse för pollinering, jordhälsa och långsiktig motståndskraft. Som aktör inom trädgårds- och växtbranschen påverkar vi den biologiska mångfalden främst genom vårt sortiment och våra leverantörsled.

Vår väsentlighetsanalys visar att den största påverkan uppstår i produktionsledet, bland annat kopplat till användning av växtskyddsmedel och risken för spridning av invasiva arter vid handel och import. För att hantera dessa risker ställer vi krav på våra leverantörer, inklusive miljöcertifiering, och verkar för en ökad användning av biologiska växtskyddsmedel. Efterlevnaden följs upp genom stickprov och löpande kontroller.

Vi genomför även kontroller av växter som kan innebära risk för spridning av invasiva arter. Arter med kända invasiva egenskaper tas inte in i sortimentet, i enlighet med gällande lagstiftning. Arbetet omfattar också odlingssubstrat. Vårt mål är att all jordförsäljning ska vara torvfri till 2030, vilket bidrar till att minska både klimat- och naturpåverkan.

Samtidigt har vi tillsammans med våra kunder möjligheten att bidra positivt. Genom sortiment och rådgivning vill vi inspirera till trädgårdar och gröna miljöer som gynnar pollinatörer och biologisk mångfald.

## Biologisk bekämpning med nyttodjur

Bekämpning av skadedjur behöver inte innebära kemiska växtskyddsmedel. Ett alternativ är biologisk bekämpning med nyttodjur – organismer som fungerar som skadedjurens naturliga fiender.

Metoden är etablerad inom professionell odling och bygger på att skapa en balans där skadegörare hålls på en nivå som inte skadar växterna. Vi har använt nyttodjur i våra egna butiker under flera år för att minska behovet av kemiska bekämpningsmedel. Under 2025 gjorde vi nyttodjur tillgängliga även för våra kunder via e-handeln, för användning i hemmet, växthus eller trädgården.

Effekten varierar beroende på art. Vissa nyttodjur är rovdjur som äter skadegörarna, medan andra påverkar dem genom sin livscykel. För att metoden ska fungera krävs rätt val av nyttodjur och rätt användning. Därför erbjuder vi tydlig vägledning via vår hemsida.

Genom att göra metoden mer tillgänglig vill vi bidra till mindre skadliga kemikalier och mer hållbara odlingsätt även i hemmaträdgårdar.

## Hantering av den invasiva lövplattmasken Obama nungara

Den invasiva lövplattmasken Obama nungara, som påträffades i Sverige 2024, har fortsatt att uppmärksammas under 2025. Arten har spridits via handel med växter, vilket tydliggör behovet av förebyggande arbete i hela värdekedjan. Den omfattas av lagstiftning som förbjuder spridning.

Lövplattmasken bedöms utgöra ett hot mot biologisk mångfald då den påverkar organismer som är viktiga för jordens struktur och näringsomsättning.

För att begränsa spridningen arbetar vi med strukturerad kontroll av inkommande växtmaterial. Vi har även kompletterat våra rutiner med specialtränade hundar för att upptäcka förekomst i leveranser till vårt centrallager.

Genom kontroller, utvecklade arbetsätt och riktad information till medarbetare och kunder bidrar vi till att minska risken för spridning.



## Vad kan du som kund göra?

Om du har köpt trädgårdsväxter rekommenderar vi att du väntar en tid innan plantering. Förvara växterna isolerat från andra växter, exempelvis på en markduk.

### Kontrollera om det finns lövplattmask genom att:

1. Titta i och under krukans efter synliga spår av ägg och mask.
2. Lyft ut växten och kontrollera jordklumpen.
3. Använd ficklampa – slemmet glänser i ljuset.

### Om jag hittar en mask?

1. Fotografera masken (och gärna växten)
2. Rapportera fyndet via [invasivaarter.nu](https://invasivaarter.nu) eller via länsstyrelsen.
3. Avliva masken direkt genom att hälla kokande vatten över den (dela den inte).
4. Lägg den i en försluten påse och släng i brännbart avfall.

Håll därefter växten isolerad och kontrollera den under flera dagar. Jord som tas bort ska läggas i försluten påse eller saneras genom uppvärmning till 38–39 °C i minst 15 minuter.



Återanvändbara svep som används som skydd runt våra snittblomsvagnar under transport.

# Cirkulär ekonomi

## Resurseffektivitet och cirkulära materialflöden

Cirkulär ekonomi är en central del i vårt arbete för att minska resursanvändning och avfall. Vår verksamhet omfattar stora materialflöden, där val av emballage, transportlösningar och material påverkar både klimat och resurseffektivitet.

En större påverkan uppstår i hanteringen av emballage i leveranskedjan. Engångsmaterial, särskilt plast, innebär en ökad miljöbelastning, samtidigt som det finns stor potential att förlänga materialens livslängd genom återanvändning.

Vi utvecklar därför cirkulära lösningar där material används i flera cykler. Genom att öka andelen återanvänd-

bara system och successivt förbättra våra materialval bidrar vi till en mer resurseffektiv värdekedja.

## Emballage som cirkulerar

Vi har länge arbetat med emballage som cirkulerar mellan odlare, terminal och butik och fortsätter att utveckla dessa arbetssätt. Ett exempel är övergången till mer hållbara odlingsbräddar – plasttråg som används vid transport av växter. De nya bräddarna är mer robusta, innehåller mindre plast och kan användas flera gånger.

Systemet bygger på att emballaget samlas in efter användning och återförs till odlarna, vilket förlänger livslängden och minskar behovet av nytt material.

Vi arbetar även med återanvändbara lösningar i våra transporter, exempelvis svep till snittblomsvagnar som ersätter plastfolie. Under året har vi testat större svep som täcker hela vagnar, med målet att öka återanvändningen och samtidigt förbättra skyddet av växterna. Där plastfolie fortfarande används har vi övergått till en tunnare variant, vilket minskar materialåtgången per leverans.

Sammantaget bidrar dessa åtgärder till en mer resurseffektiv och cirkulär hantering i vår värdekedja.

# Kemikalieanvändning

## Kemikalieanvändning i vår värdekedja

Kemikalieanvändning är en viktig fråga i vår verksamhet, då den påverkar både miljö och människors hälsa. Som aktör inom trädgårds- och växtbranschen berörs vi i flera delar av värdekedjan – från växtskyddsmedel i odlingsledet till material och tillverkningsprocesser för produkter som krukor, redskap och inredningsdetaljer.

Vår väsentlighetsanalys visar att den största påverkan uppstår i leverantörsledet, bland annat kopplat till risken för otillåtna eller skadliga ämnen i produkter samt an-

vändning av växtskyddsmedel som inte är godkända inom EU. För att hantera detta arbetar vi systematiskt med kravställning, uppföljning och leverantörsdialog.

En del av vårt sortiment importeras från Asien, främst Kina. Vi ställer därför tydliga krav på att leverantörer följer EU:s kemikalielagstiftning och tillhandahåller godkända testrapporter. Tester genomförs på slumpmässigt utvald produkt från en tillverkningsbatch för att säkerställa att de inte innehåller förbjudna ämnen. För att ytterligare

stärka kvalitetssäkringen samarbetar vi med en lokal samarbetspartner i Kina, EPG i Ningbo, vilket möjliggör lokal uppföljning och leverantörsbesök.

Vi genomför även stickprovskontroller av växter vid vårt logistikcenter för att säkerställa att krav på växtskyddsmedel efterlevs. Kraven regleras genom leverantörsavtal och vår uppförandekod, vilket bidrar till att säkerställa att våra produkter uppfyller både lagstiftning och våra egna hållbarhetskrav.

# Ansvarsfull aktör

# Leverantörer

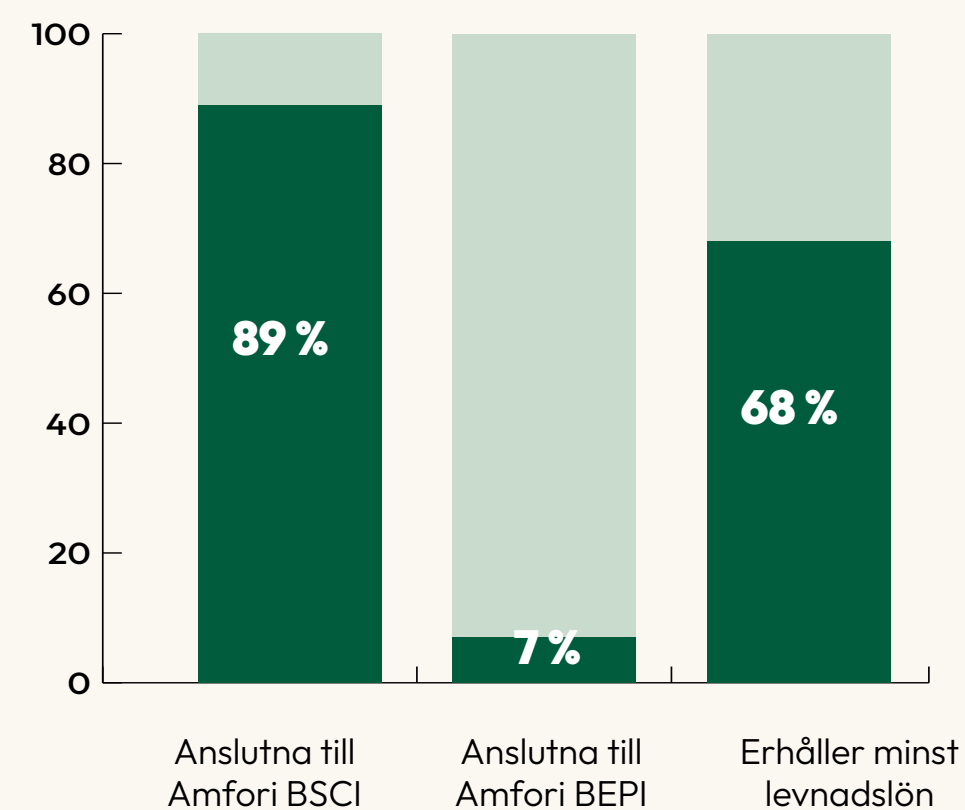
Vi arbetar strukturerat med leverantörsuppföljning för att säkerställa att våra krav inom hållbarhet, kvalitet och affärsetik efterlevs. En stor del av vår påverkan uppstår i leverantörsledet, där produktion och odling kan innebära risker kopplade till miljö, arbetsvillkor och affärsetik.

Våra krav samlas i vår uppförandekod, som alla leverantörer ska signera. Den kompletteras med en årlig hållbarhetsenkät och självutvärdering för europeiska leverantörer utanför riskländer. Resultaten följs upp genom dialog, möten och

leverantörsbesök, där förbättringsområden identifieras och åtgärder diskuteras.

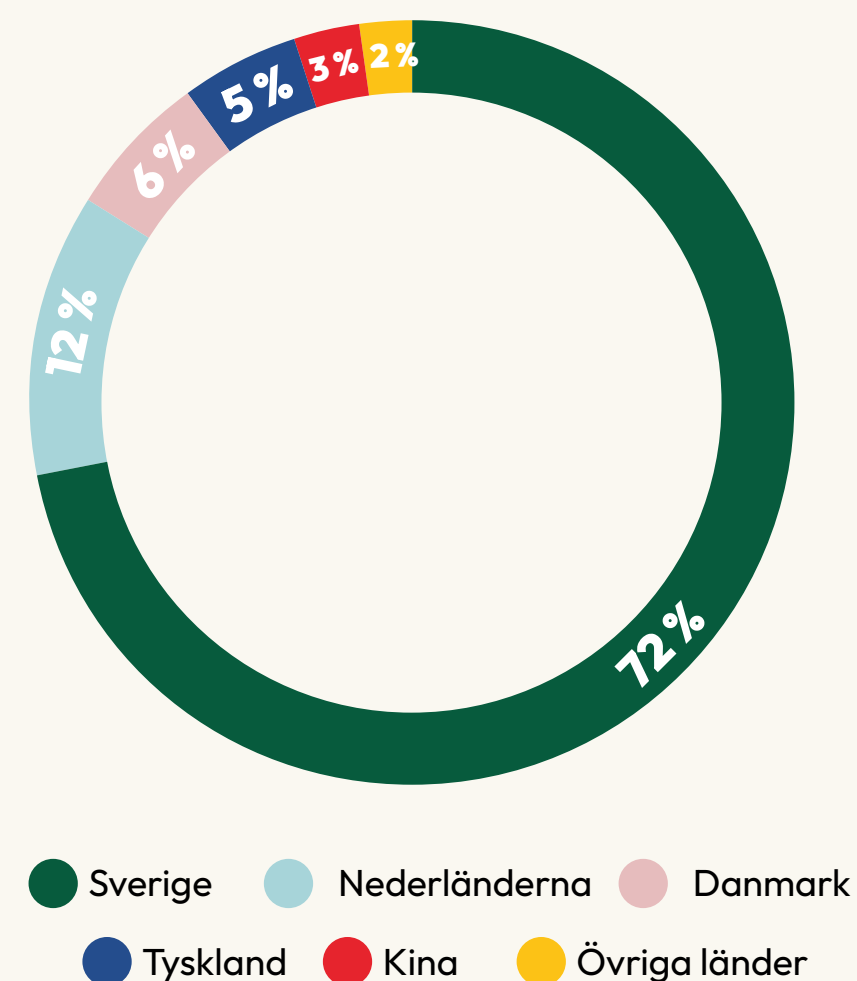
För leverantörer i riskländer kräver vi anslutning till Amfori BSCI eller motsvarande, vilket innebär gemensamma krav och regelbundna sociala revisioner. Under året har vi även inlett ett utökad arbete med miljöfrågor i leverantörsledet, där vi verkar för att successivt öka anslutningen till Amfori BEPI eller motsvarande. Genom tydliga krav, uppföljning och långsiktiga samarbeten utvecklar vi tillsammans med våra leverantörer en mer hållbar värdekedja.

Mål mot 100%<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Avser leverantörer i riskländer enligt Amfori BSCI:s riskklassificering (Kina, Bangladesh och Vietnam)

Leverantörers ursprungsländer



## Hållbar odling börjar i det lilla

Kenya är vaggan för många av de krukväxter som säljs i Sverige och Europa. Här produceras en stor andel av de småplantor som är startmaterialet till många av de växter som senare säljs i våra butiker.

Dümmen Orange är en global aktör inom förädling av prydnadsväxter, och deras anläggning i Kenya spelar en viktig roll i försörjningen till den europeiska marknaden. Här odlas ett brett sortiment av växter, bland annat pelargon, krysantemum, lavendel och andra sommarblommor och perenner.

”Det har skett en enorm utveckling inte minst under senare år där vi trycker på för att anpassa produktionen i Kenya till europeiska lagkrav, bland annat när det gäller användningen av kemisk bekämpning”, säger Andreas Karlsson som är inköpschef på Blomsterlandet.

En tydlig utveckling i odlingen är övergången till ett mer systematiskt arbete med biologisk bekämpning. På anläggningen produceras egna nyttodjur som används förebyggande för att hålla skadegörare under kontroll och minska behovet av kemiska bekämpningsmedel.

”Vi har gått från att köpa in biologiska lösningar till att producera dem själva. När man kan arbeta med dem i större skala fungerar det väldigt väl – och det minskar behovet av starkare kemikalier avsevärt.”  
– Martin Lowe, Head Grower

Arbetet kombineras med ett strukturerat system för övervakning, där digitala verktyg och manuella kontroller används för att tidigt upptäcka angrepp och sätta in rätt åtgärder. Den manuella kontrollen är fortsatt central, och personalen utbildas i att identifiera både skadegörare och rätt åtgärd i olika skeden. Samtidigt är socialt ansvar en integrerad del av verksamheten. Anläggningen sysselsätter över 1 200 personer och erbjuder bland annat boende, sjukvård och barnomsorg. Fokus ligger på trygga arbetsvillkor, utvecklingsmöjligheter och ett aktivt arbete med hälsa och utbildning.

Framåt ligger fokus på att ytterligare minska klimatpåverkan, bland annat genom investeringar i förnybar energi, samtidigt som utvecklingen av biologiska lösningar inom växtskydd fortsätter.

”Som leverantör av startmaterial har vi ett ansvar att säkerställa att det vi levererar är friskt och motståndskraftigt. Gör vi vårt arbete rätt minskar behovet av insatser i senare led av värdekedjan.”  
– Jan Molenaar, Managing Director

Genom att säkerställa friska och motståndskraftiga plantor skapas förutsättningar för mer resurseffektiv odling hela vägen fram till kund.

# Medarbetare

## Påverkan och ansvar

Våra medarbetare är en central del av verksamheten och avgörande för att skapa långsiktigt hållbara resultat. Engagemang, kompetens och välmående påverkar både kundupplevelsen och vår förmåga att utveckla verksamheten över tid.

Vi ser ett tydligt samband mellan gott ledarskap, en trygg arbetsmiljö och en hållbar organisation. Genom ett strukturerat arbete med arbetsvillkor, arbetsmiljö och engagemang skapar vi förutsättningar för en kultur präglad av delaktighet, ansvarstagande och utveckling.

Som stöd i detta följer vi löpande upp nyckeltal som könsfördelning samt frisknärvaro. Uppföljningen ger en tydligare bild av organisationen och utgör ett viktigt underlag för prioriteringar och åtgärder.

## Satsningar under året

Året har präglats av ett omfattande utvecklingsarbete där vi lagt grunden för ett mer strukturerat och hållbart HR-arbete. Flera initiativ har genomförts för att stärka våra processer och vår långsiktiga utveckling som arbetsgivare.

Ett nytt HR-system har implementerats för att skapa mer enhetliga och effektiva arbetssätt, förbättra

datakvaliteten och stärka uppföljningen. Systemet ger även bättre stöd till chefer och möjliggör ett mer datadrivet arbete inom områden som arbetsmiljö, kompetensförsörjning och medarbetarengagemang.

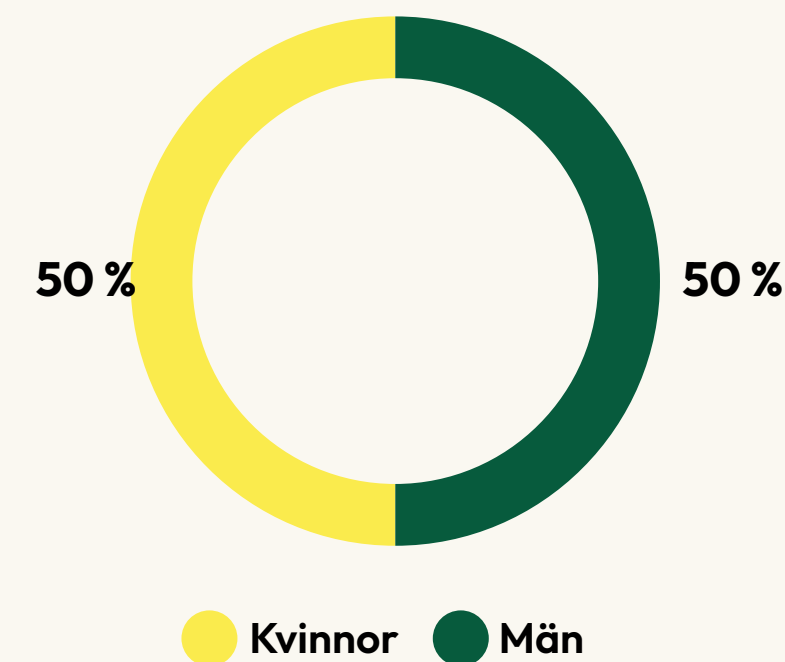
Organisationen behövde lägga fokus på implementeringen av HR-systemet vilket gjorde att den årliga medarbetarundersökningen för 2025 flyttades fram till våren 2026. Framåt kommer vi att använda återkommande pulsmätningar för att möjliggöra kontinuerlig uppföljning, snabbare åtgärder och stärkt dialog i organisationen.

Under året fick tjänstemän och våra terminalmedarbetare kollektivavtal, detta innebär att samtliga medarbetare på Blomsterlandet går under ett kollektivavtal. Det bidrar till tydliga och förutsägbara villkor, ökad trygghet och en mer enhetlig struktur i organisationen.

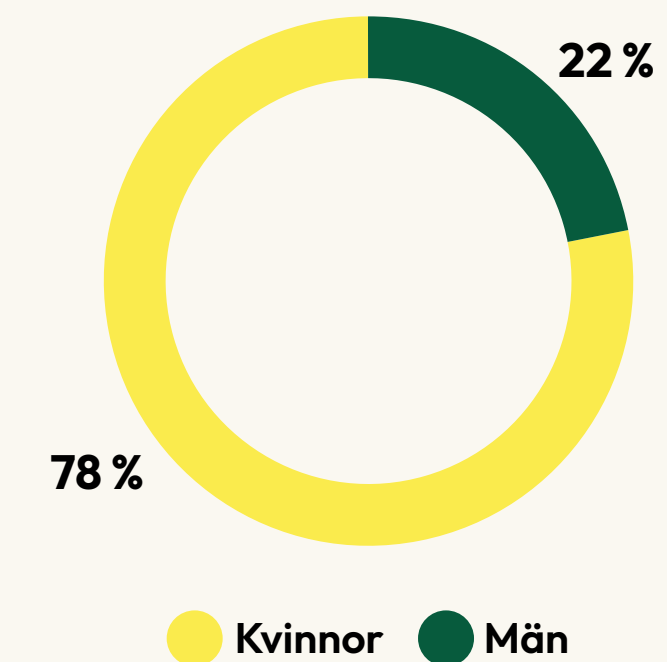
## Frisknärvaro

	2025	2024	2023
Frisknärvaro (%)	94,3 %	94,3 %	95,1 %

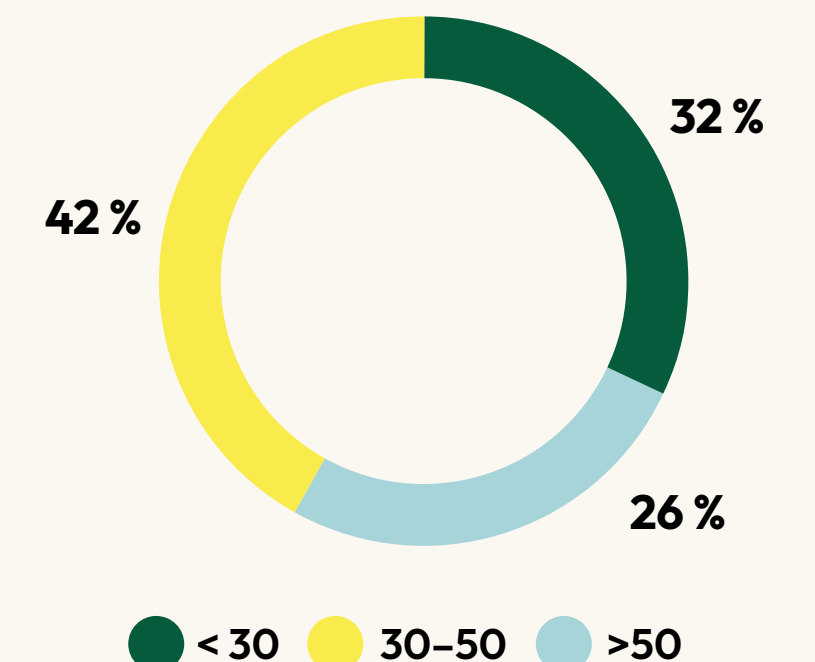
## Fördelning i ledningsgrupp



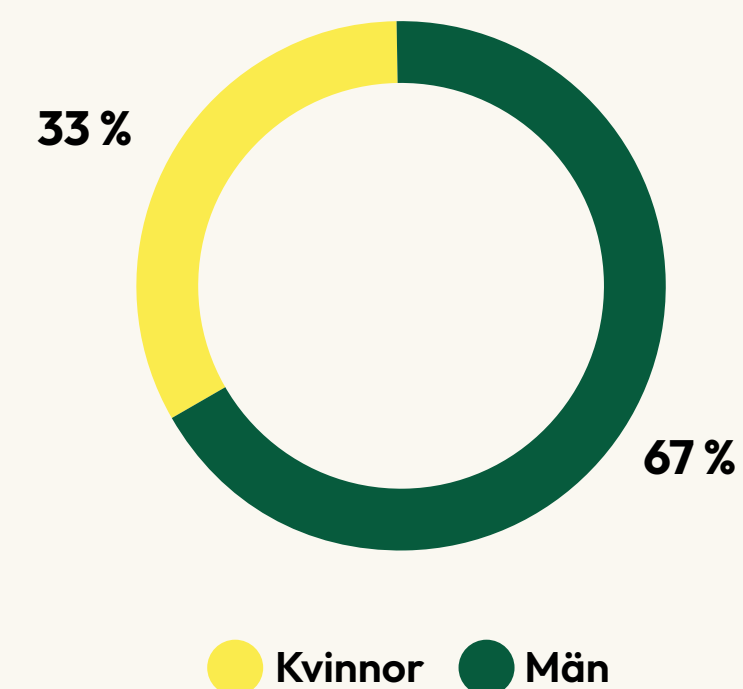
## Fördelning av heltidsanställda



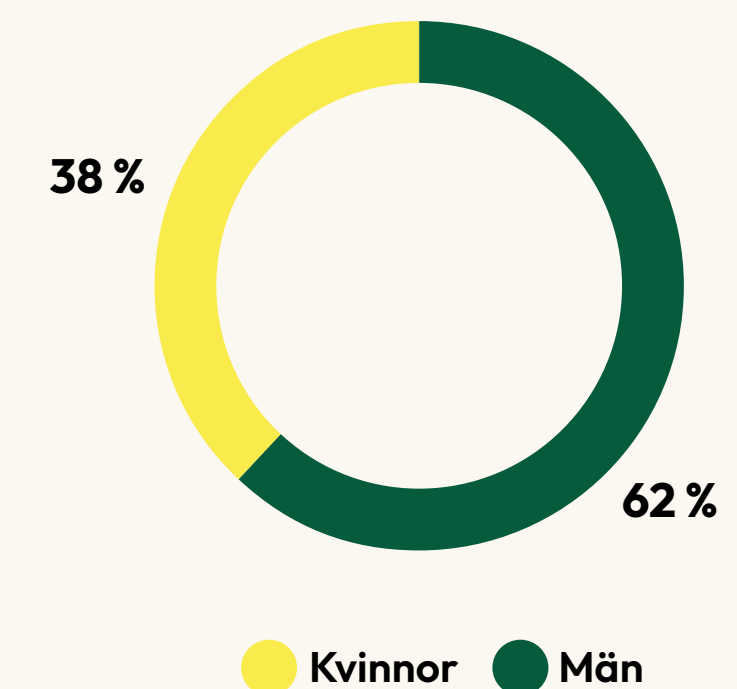
## Åldersfördelning anställda



## Fördelning i styrelse



## Fördelning av chefer



## Ledarskapsutbildning

Som en del av vårt utvecklingsarbete har vi genomfört en riktad satsning på våra ledare med fokus på ledarskap och arbetsmiljö.

Utbildningen har gett chefer fördjupad kunskap inom hållbart ledarskap och arbetsmiljöansvar, samt hur de kan bidra till trygga, inkluderande och utvecklande arbetsplatser. Genom att stärka ledarskapet skapar vi bättre förutsättningar för medarbetarnas välmående, engagemang och långsiktiga prestation.

Satsningen har även omfattat utveckling av arbetsätt och en översyn av befintliga strukturer för att bättre möta framtida behov. Det bidrar till en mer anpassningsbar organisation som kan utvecklas i takt med omvärlden.

Ledarskapet är centralt i att omsätta våra värderingar i praktiken och bygga en kultur där ansvarstagande och delaktighet är en naturlig del av det dagliga arbetet. Genom satsningen stärker vi vår förmåga att bedriva en hållbar verksamhet – för medarbetare, organisation och intressenter över tid.



”Utbildningen gav mig en ökad förståelse för hur viktigt mindset och självledarskap är i ledarrollen. Genom små förändringar i vardagen har jag blivit mer medveten i hur jag leder både mig själv och andra. I en tid av förändring hjälpte det mig att hitta tillbaka till mitt varför och till det jag älskar med mitt jobb. Det viktiga framåt är att skapa trygghet och samtidigt väcka engagemang, driv och glädje i teamet.

Louise Nilsson,  
Butikschef, Falkenberg



”Utbildningen gav mig en djupare förståelse för hur mitt beteende påverkar gruppen och konkreta verktyg för att bidra till både individens och teamets utveckling. Genom att skapa delaktighet, tydlighet och fokus på det vi kan påverka har vi utvecklat vårt samarbete, stärkt engagemanget och skapat en mer öppen och inkluderande dialog i gruppen.”

Viveca Efraimsson,  
Kategorichef



”Det mest värdefulla jag tog med mig var relationerna med kollegor från olika delar av landet och den starka sammanhållning vi byggde i gruppen. Det gav nya perspektiv och en ökad förståelse för hur viktigt förtroende är för att skapa tillit. För mig blev det också en påminnelse om att tydlighet och mod att satsa är avgörande i ledarskapet.”

Fredrik Petersson,  
Chef, Företagsförsäljning

# Arbetsplats

## Arbetsmiljö och säkra arbetsprocesser

En säker och välfungerande arbetsmiljö är en grundförutsättning för vår verksamhet. Våra logistikflöden och operativa processer innebär daglig hantering av varor, utrustning och transporter, vilket ställer krav på strukturerade arbetssätt för att minimera risker och säkerställa trygga arbetsförhållanden.

Vår påverkan är främst kopplad till arbetsmiljö och säkerhet i den egna verksamheten, särskilt inom logistik och varuhantering. Risker kan uppstå i form av arbetsrelaterade olyckor, brister i säkerhetsrutiner eller otillräcklig uppföljning.

För att hantera detta arbetar vi systematiskt med tydliga processer, kontroller och uppföljning. Genom certifieringar, daglig tillsyn och kontinuerlig utveckling av våra arbetssätt skapar vi förutsättningar för en säker arbetsmiljö och en effektiv verksamhet.

	2025	2024	2023
Antal incidenter (LTI)	1	11	-

## Certifierad logistik och inköp

Vår inköpsorganisation, inklusive logistikcenter i Helsingborg, är MPS-certifierad enligt Florimark Good Trade Practice.



MPS (Milieu Programma Sierteelt) är en internationell hållbarhetsstandard för blomsterbranschen med ursprung i Nederländerna. Certifieringen följs upp genom årliga revisioner där en oberoende extern auditör verifierar att vi uppfyller kraven.

Den innebär ett systematiskt arbete med rutiner, dokumentation och kontroller inom områden som miljö, produktkvalitet, säkerhet och arbetsförhållanden. Den omfattar hela flödet från inköp och logistik till leverans i butik och säkerställer spårbarhet i värdekedjan, från producent till slutkund.

Det innebär också tydliga krav på hantering av produkter – från ankomstkontroller och lagring till kvalitetssäkring i leverans – samt att verksamheten bedrivs med hänsyn till både miljömässiga och sociala aspekter.

Vi ställer motsvarande krav på certifiering hos våra europeiska leverantörer och upprätthåller därmed en konsekvent nivå i hela värdekedjan.

## Daglig tillsyn med digital checklista

Den dagliga tillsynen på vårt logistikcenter i Helsingborg är ett konkret exempel på hur vårt systematiska arbetsmiljöarbete omsätts i praktiken.



Logistikcentret är en central del av verksamheten där inkommande varor tas emot, kontrolleras och fördelas vidare till butik, samtidigt som e-handelsorder hanteras. Tillsynen genomförs dagligen med stöd av en digital checklista som säkerställer att viktiga moment följs upp. Kontrollerna omfattar bland annat brandutrustning, nödutgångar, truckar samt ordning och reda i lokalerna för att minska risken för olyckor. Även första hjälpen-utrustning kontrolleras regelbundet.

Johanna Fremark har varit delaktig i att utveckla checklisten och ansvarar ofta för tillsynen: "Även om man följer en checklista som är uppbyggd av ja- och nej-alternativ är det en fördel att kunna lyfta blicken och se helheten. Det gör det lättare att identifiera orsaker och göra relevanta riskbedömningar", säger Johanna.

Eventuella avvikelser registreras direkt och skickas till ansvarig funktion med krav på åtgärd inom fastställd tid. Åtgärder prioriteras utifrån riskbedömning och följs upp löpande.

## Visselblåsning

För att säkerställa en trygg, transparent och ansvarsfull arbetsmiljö har vi ett visseblåsarsystem i samarbete med en extern partner. Systemet är tillgängligt för samtliga medarbetare via intranätet och vårt HR-system, samt via vår externa webbplats, vilket möjliggör anonym rapportering från både interna och externa intressenter.

Vid inkomna ärenden notifieras HR-chef, VD och styrelseordförande. Ärenden hanteras skyndsamt och följs upp vid behov. Återkoppling sker via systemet.

Hanteringen sker anonymt och konfidentiellt, utan möjlighet att identifiera den som rapporterar.

Under 2025 uppgick antalet inkomna ärenden till noll. Den interna kännedomen om visseblåsarfunktionen uppgick till 98 procent, vilket visar på en hög medvetenhet om möjligheten att rapportera missförhållanden.

	2025	2024	2023
Medarbetares kännedom om visseblåsarfunktio-	98%	98%	95%

# Kultur

## En stark kultur för engagemang och utveckling

Vår kultur är en central del av vårt arbete för att vara en ansvarsfull och attraktiv arbetsgivare. Den tar sin utgångspunkt i våra värderingar – engagerade, kunniga, affärsmässiga och nyskapande – som vägleder oss i det dagliga arbetet och i mötet med kunder, kollegor och samarbetspartners.

Vi arbetar för att skapa en inkluderande arbetsmiljö där medarbetare känner sig respekterade och ges förutsättningar att utvecklas. Kulturen präglas av samarbete, ansvarstagande och ett gemensamt fokus på både individens och verksamhetens utveckling. Ett öppet och tillitsfullt arbetsklimat skapar förutsättningar för dialog, kunskapsdelning och initiativ. Genom kontinuerligt lärande och kompetensutveckling stärker vi både individens utveckling och vår samlade förmåga.

Vår uppförandekod för medarbetare och konsulter tydliggör hur vi ska agera i vår yrkesutövning och i våra affärsrelationer. Den omfattar bland annat efterlevnad av lagar och interna riktlinjer, affärsetik, hantering av intressekonflikter samt informations-säkerhet och skydd av personuppgifter. Koden fastställer nolltolerans mot mutor, korruption och andra oegentligheter, samt vårt ansvar att respektera mänskliga rättigheter och säkerställa en trygg och säker arbetsmiljö.

Samtliga medarbetare och styrelseledamöter ska ta del av och bekräfta uppförandekoden. Den ingår i introduktionen för nyanställda och följs upp genom utbildning och interna rutiner. Genom ett strukturerat arbete med kultur och värderingar skapar vi förutsättningar för ett hållbart arbetsliv där medarbetare utvecklas och vill bidra över tid.

## Vi samlar organisationen och stärker vår gemensamma kultur

Under året genomförde vi något nytt i organisationen – en kickoff för alla våra butikschefer och alla tjänstemän på våra kontor i landet (Bromma, Helsingborg och Mölnlycke). Platsen var en beachvolleybollhall i Göteborg där alla under avslappnade former fick ta del av såväl riktningen framåt för bolaget som inspiration från inbjudna talare som bjöd på perspektiv från egna tillväxtresor. Konferensdelen avrundades med teamövningar i sanden och gemensam middag. För försäljningsorganisationen med alla butiker och marknadsavdelningen fortsatte kickoffen med en halvdagskonferens påföljande dag.

Under kickoffen delades även priser ut för att uppmärksamma särskilda insatser under året som gått, både teambaserade och individuella prestationer.

## Årets vinnare

### Årets Affärsmannaskap

Viveca Efraimsson

### Årets Butik

Butiken i Lund

### Årets Engagemang

Seydi Demir

### Årets Nyskapande

Katharina Hansson

### Årets Säljfokus

Butiken i Partille

### Årets Team

Terminalen

## Våra värdeord



Engagerande



Kunniga



Affärsmässiga



Nyskapande

# Samarbeten och socialt engagemang

## Branschinitiativ och samarbeten

### Floriculture Sustainability Initiative (FSI)

Genom vårt deltagande i Floriculture Sustainability Initiative (FSI) är vi en del av ett globalt branschinitiativ som driver utvecklingen mot mer hållbart producerade växter. Arbetet fokuserar på gemensamma standarder, ökad transparens och förbättrade arbetsvillkor i leverantörsledet. För oss innebär det ett konkret stöd i att utveckla vårt hållbarhetsarbete tillsammans med andra aktörer i branschen.



### Hållbar e-handel

Vi är engagerade i initiativet Hållbar e-handel, som samlar företag med målet att utveckla mer hållbara affärsmodeller inom e-handeln. Genom samarbetet tar vi del av kunskap och verktyg kopplade till e-handelns specifika hållbarhetsutmaningar, såsom transporter, förpackningar och kundkommunikation.



## Socialt engagemang i samhället

### Hållbart Näringsliv

Genom vårt engagemang i Hållbart Näringsliv är vi en del av ett nätverk som samlar företag med ambitionen att utveckla sitt hållbarhetsarbete. Nätverket möjliggör kunskapsutbyte, utbildning och erfarenhetsdelning mellan företag i olika branscher. Det stärker vår egen utveckling och bidrar till näringslivets gemensamma omställning.



### Den Blommande Staden

Den Blommande Staden är ett årligt initiativ som förvandlar svenska stadsmiljöer till levande och inspirerande trädgårdar. Genom att lyfta växtlighetens betydelse i offentliga miljöer bidrar initiativet till ökad trivsel, biologisk mångfald och ett större intresse för gröna miljöer.



### Mustaschkampen

Genom vårt engagemang i Mustaschkampen bidrar vi till att uppmärksamma och samla in medel till forskning kring prostatacancer – en av de vanligaste cancerformerna i Sverige. Initiativet är ett viktigt sätt för oss att bidra till ökad kunskap, tidig upptäckt och bättre behandling. Under året uppgick vårt bidrag till 568 323 SEK, vilket är ett resultat av både kunders och medarbetares engagemang.



### Kronprinsessan Victorias fond

Vi bidrar löpande till Victoriafonden, som stödjer forskning och verksamhet kopplad till kroniska sjukdomar och funktionsnedsättningar hos barn och unga. Under året introducerade vi en ny produkt inom samarbetet – Victoria-dahlian – där en del av försäljningen gick till fonden. Under året samlades 89 148 SEK in genom försäljningen till förmån för fonden.



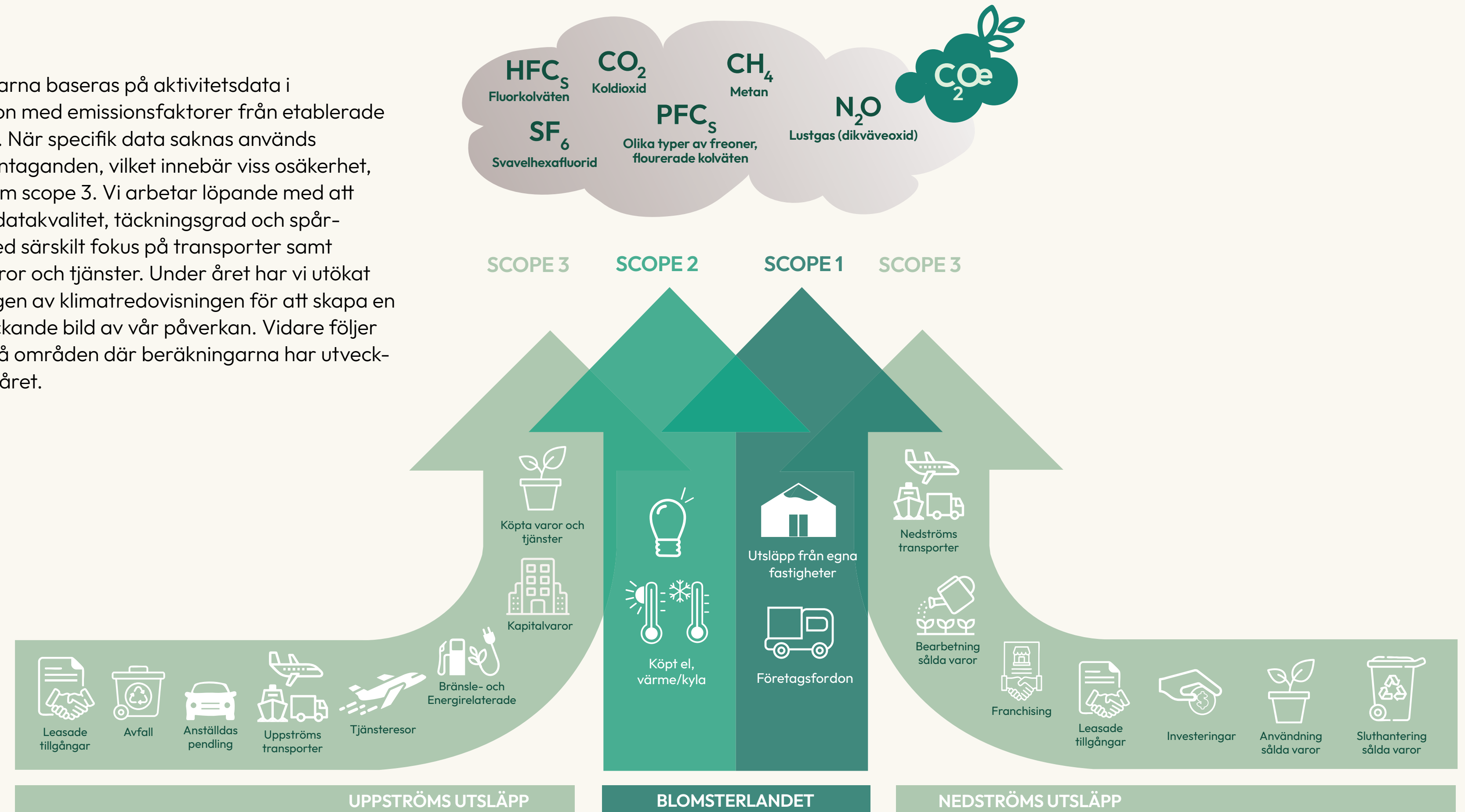
# Miljö och klimatpåverkan

# Klimatutsläpp

Klimatutsläpp är en central hållbarhetsfråga i vår verksamhet och uppstår i flera delar av värdekedjan. För att förstå och hantera vår påverkan beräknar vi årligen våra utsläpp av växthusgaser enligt Greenhouse Gas Protocol (GHG-protokollet), den mest etablerade internationella standarden för klimatredovisning. Beräkningarna omfattar scope 1, 2 och relevanta delar av scope 3 och ger en helhetsbild av vår klimatpåverkan.

Scope 1 avser direkta utsläpp från den egna verksamheten. Scope 2 omfattar indirekta utsläpp från inköpt energi, medan scope 3 inkluderar övriga indirekta utsläpp i värdekedjan, både uppströms och nedströms.

Beräkningarna baseras på aktivitetsdata i kombination med emissionsfaktorer från etablerade databaser. När specifik data saknas används schablonantaganden, vilket innebär viss osäkerhet, särskilt inom scope 3. Vi arbetar löpande med att förbättra datakvalitet, täckningsgrad och spårbarhet, med särskilt fokus på transporter samt inköpta varor och tjänster. Under året har vi utökat omfattningen av klimatredovisningen för att skapa en mer heltäckande bild av vår påverkan. Vidare följer exempel på områden där beräkningarna har utvecklats under året.



## Utökade beräkningar under året

Under 2025 har vi vidareutvecklat våra klimatberäkningar inom flera områden för att skapa en mer heltäckande och träffsäker bild av vår klimatpåverkan.

Som en del av detta har vi inkluderat utsläpp från medarbetares pendling. Kartläggningen baseras på en medarbetarundersökning där pendlingsmönster, transportslag och avstånd analyserats. Beräkningarna utgår från enkätdata i kombination med schabloniserade emissionsfaktorer och omfattar även estimerade utsläpp för medarbetare som inte besvarade enkäten. Arbetet har ökat vår förståelse för hur pendling bidrar till den totala klimatpåverkan och ger ett bättre underlag för fortsatt utveckling.

Under 2024 påbörjades ett omfattande arbete med att kartlägga utsläpp från transporter. Under 2025 har vi vidareutvecklat beräkningarna och inkluderar nu utsläpp från uppströms transporter som vi råder över, det vill säga transporter från leverantörer till våra butiker. Beräkningarna omfattar sjöfrakt och vägtransporter och baseras på aktivitetsdata i kombination med emissionsfaktorer, med hänsyn till transportslag, avstånd och godsmängd. Vissa flöden,

såsom direktleveranser från leverantör till butik, ingår ännu inte och utgör ett prioriterat område i det fortsatta arbetet med att öka täckningsgraden.

Utsläpp från inköpta varor och tjänster utgör fortsatt den största delen av vår klimatpåverkan. Under 2025 har vi utvecklat beräkningarna genom uppdaterad metodik och ny leverantör av klimatdata, vilket möjliggjort en mer detaljerad kartläggning av produktgrupper och en förbättrad koppling mellan inköpsdata och emissionsfaktorer. Den ökade detaljeringsgraden innebär att årets utsläppsnivå är högre jämfört med tidigare, främst till följd av förbättrad metodik och utökad datatäckning. Jämförelser över tid bör därför göras med viss försiktighet.

Analysen visar att vissa produktkategorier står för en större del av klimatpåverkan, däribland torvbaserad jord. Mot denna bakgrund är omställningen till torvfria alternativ en prioriterad fråga i vårt arbete framåt.

Utsläpp CO <sub>2</sub> -ekvivalenter	2025 (ton) CO <sub>2</sub> e	2024 (ton) CO <sub>2</sub> e	2023 (ton) CO <sub>2</sub> e	2019 (basår) (ton) CO <sub>2</sub> e
<b>Scope 1</b>				
Företagsbilar	53	47	128	203
Köldmedier	2	75	101	5
Eldningsolja	0	0	0	19,7
Naturgas	51	57	105	-
<b>Totalt Scope 1</b>	<b>106</b>	<b>122</b>	<b>229</b>	<b>227,7</b>
<b>Scope 2</b>				
Fjärrvärme	417	425	404	506
El	4	9	8	-
<b>Totalt Scope 2</b>	<b>421</b>	<b>434</b>	<b>412</b>	<b>506</b>
<b>Totalt Scope 1 och 2</b>	<b>527</b>	<b>556</b>	<b>641</b>	<b>733,7</b>
<b>Scope 3</b>				
3.1 Inköpta varor och tjänster	85299	66455	-	-
3.3 Energirelaterade utsläpp	224	-	-	-
3.4.1 Transporter - sjöfrakt	200	144	108	-
3.4.2 Transporter - vägtransport	2006	-	-	-
3.5 Avfall	15	18	-	-
3.6.1 Tjänsteresor - flyg	77	71	79	-
3.6.2 Tjänsteresor - bil	27	35	38	-
3.6.3 Tjänsteresor - tåg	1	-	-	-
3.6.4 Tjänsteresor - hotell	3	-	-	-
3.7 Medarbetares pendling	584	-	-	-
3.9 Nedströms transporter	-	2	-	-
<b>Totalt Scope 3</b>	<b>88435</b>	<b>66725</b>	<b>225</b>	<b>0</b>
<b>Total Scope 1, 2 och 3</b>	<b>88962</b>	<b>67281</b>	<b>866</b>	<b>733,7</b>

Avsnitt 3.6 avser tjänsteresor baserat på tillgänglig bokningsdata från bolagets reseavtal. Resor som bokats utanför avtalet och redovisats via exempelvis kvittoutlägg ingår inte i underlaget.

Beräkningar för kategori 3.9 ingår inte i 2025 års redovisning på grund av begränsad datatillgång. Tidigare beräkningar omfattade endast delar av de nedströms transporter och arbete pågår för att förbättra täckningsgraden.

## Vägen mot en torvfri odling

Torvbaserad jord är en av de största utsläppskällorna i vårt sortiment. Torv används ofta inom trädgårdsbranschen tack vare sina goda odlingsegenskaper, såsom förmågan att binda vatten och näring, men materialet medför samtidigt en hög klimatpåverkan. Eftersom torv bildas mycket långsamt i våtmarker betraktas det i många klimatberäkningar som en icke förnybar resurs. När torv bryts och används i odling frigörs detta kol som koldioxid, och nedbrytningen fortsätter även efter användning. Sammantaget innebär det en betydande klimatpåverkan.

Som trädgårdskedja möter vi både fritidsodlare och yrkesodlare, vilket ger oss möjlighet att påverka utvecklingen – men också en tydlig bild av omställningens komplexitet. Under året ökade andelen torv i vår jordförsäljning från 83 till 86 procent, vilket visar att förändringen inte sker automatiskt utan kräver både produktutveckling och förändrade beteenden.

Samtidigt behöver omställningen ske på ett sätt som faktiskt minskar den totala klimatpåverkan. En alltför snabb förändring riskerar att flytta efterfrågan till andra aktörer. Vår strategi är därför att driva utvecklingen genom kunskap, tillgänglighet och en stegvis anpassning av sortimentet.

Under de senaste åren har vi successivt utvecklat vårt utbud av torvfria och torvreducerade jordar. Parallellt har vi minskat torvinnehållet i befintliga produkter genom att ersätta delar av torven med alternativa material, såsom träfiber och bark.

Arbetet är en del av vår långsiktiga målsättning mot ett torvfritt sortiment. Genom rådgivning och kommunikation vill vi samtidigt stärka kundernas förutsättningar att välja torvfria alternativ och lyckas i sin odling.

### Andelen torv i vår totala jordförsäljning

	2025	2024
Antal torv (%)	86 %	83 %

## Odla i torvfri jord

Torvfria jordar skiljer sig något från traditionella torvbaserade jordar. Med några enkla anpassningar går det att uppnå lika bra, och ibland bättre, odlingsresultat.

### Känn efter innan du vattnar

Jorden kan kännas fuktig på ytan men vara torrare längre ned. Känn efter i jorden eller lyft krukans – en lätt krukans indikerar att det är dags att vattna.

### En stabil men något tyngre jord

Torvfria jordar kan upplevas tyngre men behåller ofta sin struktur längre och sjunker inte ihop lika snabbt.

### Behov av regelbunden näring

Regelbunden gödsling under växtsäsongen är ofta nödvändig för god tillväxt.

### Ett rikare mikroliv

Torvfria jordar innehåller ofta ett mer aktivt mikroliv, vilket bidrar till en levande jordmiljö och kan gynna växternas utveckling.

### Vid inomhusodling

Kompostbaserade jordar kan ibland attrahera små insekter, exempelvis sorgmyggor. Vid behov kan klisterfällor användas, eller som ett mer långsiktigt alternativ biologisk bekämpning, till exempel nematoder.

## Klimatprojekt i Upper Tana, Kenya

Under 2025 har vi, genom vår klimatpartner ZeroMission, finansierat ett klimatprojekt i Upper Tana-regionen i Kenya. Projektet är certifierat enligt Plan Vivo-standarden och kombinerar trädplantering med hållbara jordbruksmetoder.

Under året köpte vi 77 ton kolkrediter, motsvarande utsläppen från våra tjänsteresor med flyg. Investeringen kompenserar dessa utsläpp och bidrar samtidigt till positiva effekter för klimat, biologisk mångfald och lokalsamhällen.

Projektet involverar småskaliga jordbrukare som integrerar träd i sina odlingssystem. Genom utbildning och stöd utvecklas metoder som minskar erosion, förbättrar markens bördighet och stärker motståndskraften mot klimatförändringar. Trädplantering skapar även livsmiljöer för växter och djur, och många av träden är fruktträd som ger ytterligare inkomstmöjligheter för jordbrukarna.

Minst 60 procent av intäkterna från kolkrediterna går direkt till deltagare i klimatprojektet och aktiviteter i området. Projektet bidrar även till förbättrad vattenkvalitet och stärker lokalsamhällets långsiktiga utveckling, inklusive kvinnors ekonomiska möjligheter.

# Kundens hållbara val

## Vi möjliggör hållbara val för våra kunder

Kundernas val påverkar vår värdekedja och därmed vår totala hållbarhetspåverkan. Efterfrågan styr vilka produkter vi erbjuder, vilket påverkar resursanvändning, klimatutsläpp och biologisk mångfald. Genom tydlig information och vägledning vill vi bidra till mer medvetna val och driva utvecklingen mot ett mer hållbart sortiment.

Att stödja detta är en central del av vår hållbarhetsstrategi. Vi ser ett ökat intresse för hållbara alternativ och arbetar för att göra det enklare att välja rätt, både i butik och online.

På vår webbplats samlar vi kunskap och inspiration under temat "Närodlat och hållbart", där vi beskriver vårt arbete, lyfter leverantörsinitiativ och förklarar märkningar och certifieringar.

Vi bidrar även till att förlänga produkternas livslängd genom rådgivning, guider och tjänsten "Fråga experten", vilket stödjer kunder i att lyckas bättre och minskar svinn.

I köpsituationen tydliggör vi relevanta märkningar, och i butik kompletteras detta med kundnära kommunikation, bland annat via hållbarhetsbudskap på baksidan av våra rörliga skärmar.

Vi följer löpande upp hur vårt hållbarhetsarbete uppfattas för att utveckla vårt erbjudande.

## Kundinsikter om hållbarhet

Som en del av vår uppföljning av hur hållbarhetsarbetet uppfattas genomförde vi under året en kundundersökning för våra kundklubsmedlemmar med över 4 000 svar. Resultatet används som underlag för att utveckla både vårt erbjudande och vår kommunikation.

**"Våra kunder värdesätter kvalitet, lång hållbarhet, giftfri odling samt svenskt och närodlat ursprung."**

Undersökningen visar att kunderna värdesätter kvalitet, lång hållbarhet, giftfri odling samt svenskt och närodlat ursprung. Samtidigt är kännedomen om märkningar begränsad och många efterfrågar tydligare information i köpsituationen.

Majoriteten av kunderna uppfattar oss som ett hållbart företag, med tyngdpunkt i de högre betygs-

nivåerna. Samtidigt är andelen som saknar en tydlig uppfattning relativt stor, vilket indikerar att vårt arbete inte är tillräckligt synligt i kundmötet.

Parallellt har vi en stark position i ett bredare perspektiv. Under året rankades vi som nummer ett i vår kategori i Sustainable Brand Index, vilket visar att vi uppfattas som en ledande aktör inom hållbarhet på marknaden.

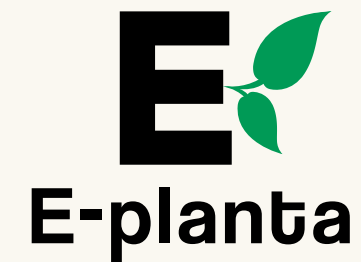
Sammantaget pekar insikterna på en tydlig riktning framåt – att fortsätta utveckla vårt hållbarhetsarbete, samtidigt som vi blir tydligare i hur det kommuniceras och upplevs av våra kunder.



## Märkningar som vägleder hållbara val

Märkningar och certifieringar är ett viktigt stöd för kunder som vill göra mer hållbara val. De tydliggör hur produkter har producerats och vilka krav som ställs inom områden som miljö, odlingsmetoder och råvaror.

Här lyfter vi ett urval av de märkningar som förekommer i vårt sortiment. Tillsammans bidrar de till ökad transparens och gör det enklare för kunden att välja mer hållbara alternativ.



### E-planta

Är en svensk kvalitetsmärkning för träd och buskar som är utvalda och testade för att klara svenska klimatförhållanden. Märkningen säkerställer sortäkthet och goda odlingsegenskaper.



### EU-ekologiskt (EU-lövet)

EU:s ekologiska märkning visar att produkten är producerad enligt EU:s regler för ekologisk odling. Det innebär att kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel inte används, och att genetiskt modifierade organismer (GMO) är förbjudna.



### FSC (Forest Stewardship Council)

Är en certifiering för trä- och pappersprodukter från ansvarsfullt brukade skogar. Den säkerställer att råvaran kommer från skogsbruk som tar hänsyn till miljö, biologisk mångfald och sociala värden.



### Från Sverige

Märkningen visar att produkten är odlad eller producerad i Sverige enligt svenska regelverk. För plantskoleväxter krävs certifiering enligt Svenskt Sigill, vilket säkerställer krav på kvalitet, miljöhänsyn och spårbarhet.



### GLOBAL G.A.P (Good Agricultural Practices)

Är en standard för goda odlingsmetoder inom jordbruk och trädgårdsproduktion. Den omfattar krav på livsmedelssäkerhet, arbetsvillkor, miljöhänsyn och spårbarhet i produktionen.



### KRAV

Visar att produkten är ekologiskt producerad enligt svenska KRAV, som i flera avseenden är striktare än EU:s minimiregler. Märkningen omfattar både miljöhänsyn och goda odlingsmetoder.



### MPS (ABC)

Är en internationell hållbarhetscertifiering för blomsterbranschen. Certifieringen omfattar krav inom bland annat växtskydd, gödning, energi och vattenanvändning, och syftar till att säkerställa en mer ansvarsfull produktion.

# Energi

## Energioptimering och effektivisering

Energianvändningen i våra butiker utgör den största källan till våra växthusgasutsläpp inom scope 1 och 2, vilket gör energieffektivisering till ett prioriterat område i vårt hållbarhetsarbete.

Vi arbetar systematiskt med att följa upp och optimera energianvändningen i våra fastigheter. Genom styrning av värme, ventilation och belysning säkerställer vi en mer energieffektiv drift. En central del i arbetet är att successivt ersätta äldre system med mer energieffektiva lösningar i takt med att möjligheter uppstår.

Vårt elavtal är fossilfritt och baserat på ursprungsgaranterad el, vilket innebär att vår elförbrukning inte bidrar till fossila utsläpp.

Vi utvärderar löpande möjligheter att kombinera olika energilösningar, exempelvis solceller och mer effektiva uppvärmningssystem, för att skapa robusta och framtidssäkra energilösningar i både egenägda och inhyrda fastigheter.

Under året har vi även investerat i energilagring vid vårt logistikcenter. Genom att lagra egenproducerad solenergi ökar vi nyttjandegraden av förnybar energi och skapar en mer flexibel energianvändning.



## CIRKULÄRT INITIATIV FÖR PLASTKUKOR

Visste du att vi undersöker hur använda plastkukor kan få nytt liv? Under året initierade vi ett samarbete med Circular Plastics Alliance med målet att förbättra utsorteringen av plastkukor och skapa renare materialflöden. Tillsammans med partners möjliggör det utveckling av nya produkter.

Arbetet är i en tidig fas men har potential att minska avfall, sänka klimatpåverkan och öka cirkulariteten i våra materialflöden.

# Avfall

## Avfallshantering i vår dagliga drift

Avfall uppstår främst i samband med hantering av växter, emballage och logistikflöden. Hur det tas om hand påverkar både resursanvändning och miljö, särskilt när material inte återvinns eller återanvänds. Att minska avfall och öka cirkulariteten är därför prioriterat.

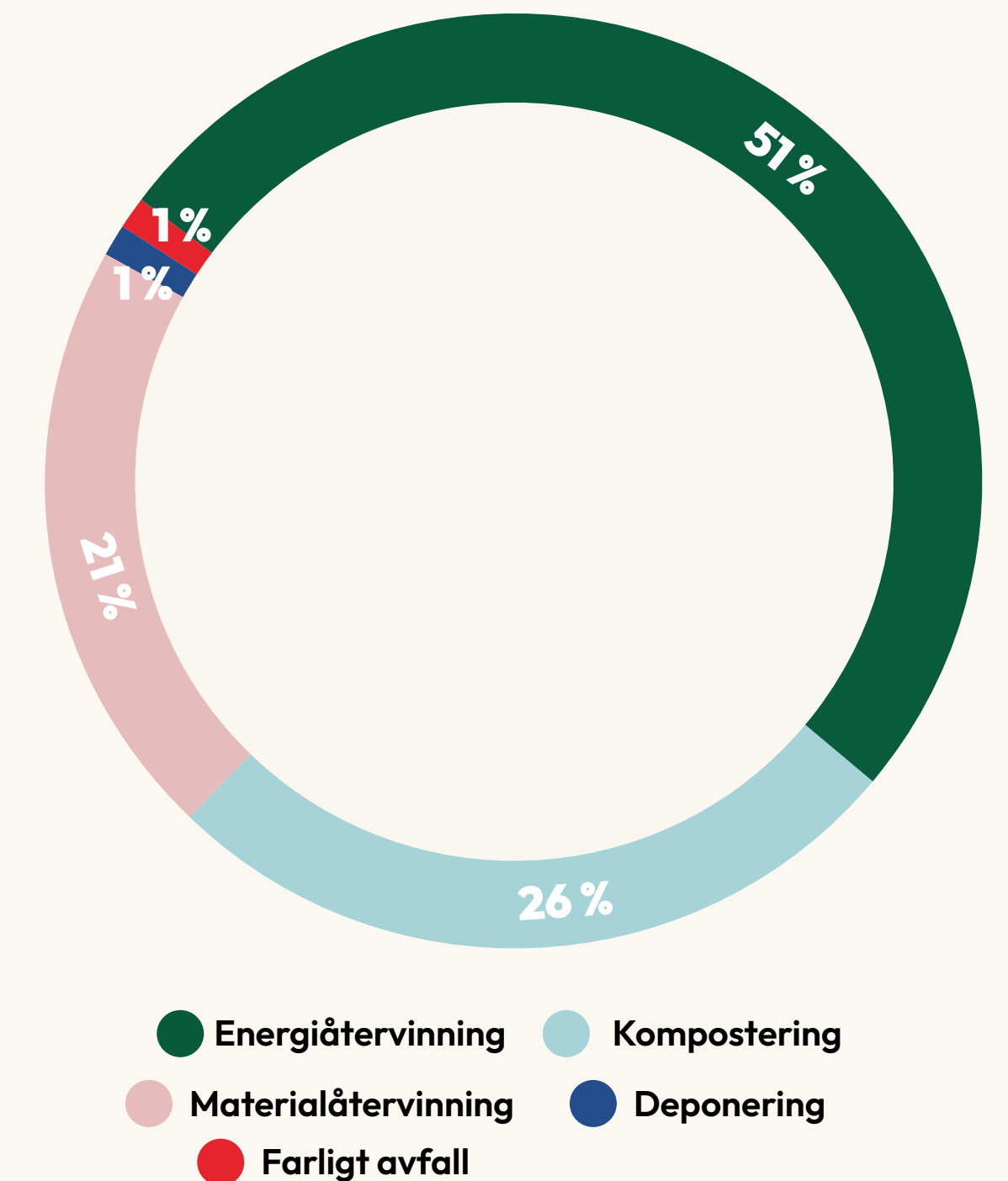
Vi arbetar med tydliga rutiner, förbättrad sortering och ökad medvetenhet i verksamheten för att säkerställa en mer resurseffektiv hantering.

Under året gick majoriteten av avfallet till energiåtervinning (51 %), medan 26 % komposterades och 21 % materialåtervanns. Endast en mycket liten andel gick till deponi eller klassades som farligt avfall. Fördelningen visar potential att öka materialåtervinning och cirkulära flöden.

En stor del av avfallet består av organiskt material, såsom växtdelar och kasserade växter. Här finns särskilt goda möjligheter att öka cirkulariteten, exempelvis genom kompostering och utveckling av nya användningsområden.

Parallellt fokuserar vi på att minska avfallsmängder i tidigare led genom att begränsa engångsmaterial, öka återanvändningen och säkerställa att material kan återvinnas. Detta sker i nära samarbete med leverantörer och partners.

## Fördelning mellan avfallsfraktioner



## ResQ Club

Under året lanserade Blomsterlandet ett samarbete med ResQ Club som en del av vårt strukturerade arbete för att minska svinn i verksamheten. Utrullningen genomfördes i april och omfattade samtliga butiker. Initiativet är en del av vår ambition att arbeta mer resurseffektivt och säkerställa att fler produkter tas tillvara istället för att kasseras.

Samarbetet innebär att butikerna löpande identifierar produkter som riskerar att bli svinn, men som fortfarande har ett värde för kund. Det kan exempelvis handla om varor med mindre förpackningsskador där innehållet är opåverkat, snittblommor med kortare återstående livslängd än vår femdagarsgaranti, säsongsvaror efter avslutad säsong eller växter som tappat i visuell kvalitet men som kan återhämta sig med rätt omvårdnad.

Dessa produkter paketeras i erbjudanden och görs tillgängliga via ResQ Clubs digitala plattform, där kunder kan köpa dem till reducerat pris och hämta i vald butik.

Genom samarbetet etableras ett konkret och skalbart arbetssätt för att minska svinn på butiksgolvet, samtidigt som vi ger kunder möjlighet att göra mer hållbara val. Lösningen bidrar även till ökad medvetenhet kring resursanvändning och produktvärde, både internt och gentemot kund.

Under 2025 såldes totalt 12 851 erbjudanden via ResQ Club i våra butiker. Det motsvarar ett betydande antal produkter som kunnat tas tillvara och få ett nytt användningsområde istället för att kasseras. Resultatet visar ett tydligt kundintresse och att digitala verktyg kan spela en viktig roll i omställningen mot en mer cirkulär och resurseffektiv verksamhet.

Kassationer	2025	2024	2023
Andel kassationer	6,6 %	4,2 %	3,7 %

### Så arbetar våra butiker med ResQ Club

Blomsterlandet i Veddesta är en av de butiker som haft högst försäljningsgrad på de erbjudanden som lagts ut via ResQ Club under året. Erfarenheterna från butiken visar hur arbetssättet kan implementeras effektivt och bli en naturlig del av det dagliga arbetet med att minska svinn.

Enligt butikschef Lisa Stenlund var arbetet enkelt att komma igång med och togs väl emot av kunderna.

”Appen var smidig och enkel att lära sig, och vi märkte snabbt att kunderna var väldigt intresserade av de varor vi lade ut”

En viktig framgångsfaktor har varit att vara selektiv i vilka produkter som erbjuds och att sätta rätt pris direkt. Genom att fokusera på varor som fortfarande upplevs som attraktiva ökar chansen att de tas tillvara.

”Vi lägger bara ut varor som fortfarande känns attraktiva och sätter ett bra pris direkt, istället för att börja högt och sänka senare.”

Butiken har också arbetat aktivt med exponeringen för att öka kännedomen om tjänsten. Produkterna placeras i anslutning till kassorna tillsammans med information om ResQ Club, vilket gör att kunderna naturligt uppmärksammar erbjudandena.



Lisa Stenlund,  
Butikschef Veddesta

”Vi har varorna och en skylt vid utgången, så det blir en naturlig del av kundvarvet. Det leder ofta till att vi får berätta mer och hjälpa kunder att komma igång.”

Responsen från kunderna har varit mycket positiv, och flera återkommande kunder använder tjänsten regelbundet. Arbetssättet bidrar till att fler produkter tas tillvara i butik istället för att kasseras.

”Vi slipper kassera varor som fortfarande är säljbara, och istället får de komma hem till någon som tar hand om dem.” sammanfattar Lisa.

# Början på något stort

Hållbarhetsarbetet är en långsiktig process som ställer krav på kontinuerlig utveckling, prioriteringar och uppföljning. Under året har vi tagit steg framåt inom flera områden, samtidigt som vi ser att det finns mer att göra, både i den egna verksamheten och i vår värdekedja. Vi vill tacka våra medarbetare, leverantörer och partners som bidrar i detta arbete. Vi vill också tacka våra kunder. De val som görs i vardagen påverkar vilka produkter som efterfrågas, hur resurser används och hur våra erbjudanden utvecklas över tid.

Hållbar utveckling sker inte genom enskilda insatser, utan genom många beslut som tillsammans gör skillnad. För oss handlar det om att fortsätta ta ansvar i de delar vi kan påverka, och att steg för steg förbättra det vi gör.

Allt börjar här.



# Blomster Landet

Detta är en presentation av grunderna i Blomsterlandets hållbarhetsarbete, vad vi åstadkommit under året och vår inriktning framåt. Om du har idéer för vårt hållbarhetsarbete är du välkommen att kontakta oss på [hallbartbolag@blomsterlandet.se](mailto:hallbartbolag@blomsterlandet.se).