



# RAPPORT FOR VORES BÆREDYGTIGE UDVIKLING 2022

CARLS.NU – FILTERBYEN.DK / FILTERSTADEN.SE – BILLIG-STOEVSUGERPOSER.DK

Version 1

Oktober 2023



**En bæredygtig udvikling er en udvikling, som opfylder de nuværende generationers behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder, for at opfylde deres behov, i fare.**

Dette er definitionen af bæredygtighed, når man taler om verdensmål i FN-regi.

Definitionen er fra Brundtlandrapporten, som udkom 1987. Det er også den definition, vi bruger i vores virksomhed og i denne rapport.



# FORORD



**Sund fornuft. Dét har vi været drevet af fra starten. Sund fornuft for os, kunderne og verden. Det er bare først nu, at vi fortæller vores gode historier.**

Bæredygtighed er også et spørgsmål om sund fornuft.

I bund og grund handler bæredygtighed om at få mere ud af mindre. Derfor ser jeg som forretningsmand en økonomisk, miljømæssig og menneskelig værdi i at tænke bæredygtighed ind i virksomhedens strategi.

Jeg har fra barnsben lært, at den, der har evnen, også har pligten. Derfor har social ansvarlighed været en del af vores DNA fra begyndelsen. Nu vil vi vise vores kunder og samarbejdspartnere, at vi gør, hvad vi siger, ved at fremvise vores historier og handlinger, der har været drevet af sund fornuft.

Det, der er sund fornuft i dag, kan godt vise sig at være usundt i morgen eller om et par år, afhængigt af pris, kvalitet, dokumentation eller bæredygtighed.

Vi vil fortsat arbejde for at styrke relationen til vores kunder, leverandører og omverdenen og leve op til de forventninger, vi også stiller os selv.

**Carl Agerup Præst**  
Indehaver & Direktør



**Som virksomhed er vi en lille fisk i et rigtig stort hav. Men små fisk kan også lave ringe i vandet, og det vil vi også gøre inden for fornuftens rammer.**

Vi har alle dage været i tæt dialog med kunder og leverandører, og vi tror på, at dét er første skridt på rejsen mod en mere bæredygtig udvikling.

Vi oplever endnu ikke, at vores kunder efterspørger mere bæredygtige produkter. Til gengæld efterspørger de fortsat kvalitetsprodukter til en god pris og med hurtig levering, samt vores viden inden for branchen.

Det holder os dog ikke fra at arbejde i den bæredygtige retning og implementere det i vores strategi. For os er det nemlig sund fornuft og rigtigt for den verden, vi forbruger.

Vi ønsker at spille en aktiv rolle i vores kunders bæredygtighedsaftryk gennem kompetent rådgivning af kvalitetsprodukter. Samtidig vil vi gerne styrke kundernes efterspørgsel på mere bæredygtige produkter og løsninger.

Vi vil det bæredygtige for folkets, branchens og omverdenens skyld.

**Sara Rosborg Lagoni**  
Medejer & Digital Salgschef

# INDHOLDS- FORTEGNELSE

Indledning	5
1. Om Carls.nu P/S	6
FN17 Business: Begreber og rammer	16
2. Vores bæredygtige udvikling	20
3. Vores ESG-B nøgletal	34
4. Vores perspektivering	42
Ansvar for rapportens indhold	44

# INDLEDNING

FNs verdensmål forpligter alle 193 medlemslande til at reducere ulighed, afskaffe fattigdom, samt sikre gode uddannelser, øget sundhed, anstændige jobs og mere bæredygtig, økonomisk vækst.

Men for en lille SMV med to ejere og syv ansatte i 2022 var FNs 17 verdensmål en rigtig stor mundfuld! Derfor har vi valgt at tage et skridt ad gangen.

I denne bæredygtighedsrapport ser vi både tilbage på historierne, der har været båret af sund fornuft, samt kigger ind i data fra 2022.

## **Men hvordan endte vi på denne grønne rejse?**

I starten af 2023 tog vi vores første skridt mod en mere bæredygtig udvikling, da vi deltog i udviklingsforløbet StartUp Green.

I løbet af seks undervisningsdage stiftede vi bekendtskab med begreber som Business Model Canvas, ESG-B Nøgletal, cirkulær økonomi og livscyklusanalyser. Men vigtigst af alt kunne vi reflektere over, hvilke værktøjer og tiltag der er væsentlige for os som virksomhed.

“Jeg vidste ikke meget om bæredygtighed før, men

efter forløbet føler jeg mig ret skarp på det. Vi er nu klar til at eksekvere det, vi har lært, selvom det også kan føles en smule uoverskueligt”, fortæller Sara Lagoni, Digital Salgschef & Medejer, “men opgaven er absolut nødvendig”.

I vores næste skridt opsøgte vi vores interesser for at finde ud af, hvad de efterspørger nu, og hvad de vil efterspørge i fremtiden. Vi vil være klar til at imødekomme nuværende og fremtidige behov og ønsker.

Samtidig kiggede vi nærmere på FNs 17 verdensmål og udpegede dem, hvor vi allerede har gjort eller kan gøre en mærkbar forskel:

- 3: Sundhed & Trivsel
- 7: Bæredygtig Energi
- 8: Anstændige jobs & Økonomisk vækst
- 12: Ansvarligt forbrug & Produktion

Social ansvarlighed har alle dage været en del af vores DNA. “Vi har en målsætning om at have minimum 30 % ansatte med særlige behov”, oplyser Sara og fortsætter, “dét, vi dog har været knapt så gode til, er at fortælle og fremhæve succeshistorierne - så det vil vi selvfølgelig blive bedre til.”

Derfor har vi i løbet af foråret oprettet en blog om vores rejse mod en grønnere destination, for bl.a. at synliggøre vores gode historier og i håbet om at inspirere andre virksomheder til at tage et større socialt ansvar.

Nu er skridtet kommet til bæredygtighedsrapporten. En rapport der skal give dig et godt indblik i vores virksomhed og arbejdet med vores bæredygtige udvikling i fortiden og planerne for fremtiden.

Med denne rapport vil vi vise dig, at vi er i gang. Og at vi faktisk har været i gang i et stykke tid. Det er bare først nu, at vi har synliggjort og fortalt vores historie.

Samtidig er vi også bevidste om vores egen størrelse og modenhed. Vi vil ikke sætte ambitionerne for højt, for vi vil nødtigt spænde ben for os selv. Men vi er overbeviste om, at vi sammen kan rykke os fremad ét skridt ad gangen.

Derfor kan du i denne rapport blive klogere på, hvad vi har opnået til og med 2022, og hvad vi i fremtiden ønsker at opnå inden for vores fire udvalgte verdensmål og generelt set bæredygtighed - alt inden for rammerne af sund fornuft.





1

# VORES VIRKSOMHED

Om Carls.nu P/S



# HVAD ER CARLS.NU P/S?

Selskabet består af fire niche webshops, der har en pudsig fællesnævner: **Støv**

- **Carls.nu** forhandler slibematerialer, som producerer **støv**
- **Billig-støvsugerposer.dk** sælger **støvsugerposer**
- **Filterbyen.dk** og **filterstaden.se** forhandler ventilationsfiltre, som filtrerer **støvet** i luften og skaber et renere og sundere indeklima

Fællesnævneren er tilfældig. Men målet var at opbygge stærke niche webshops på et fundament af faglig og teknisk viden. Webshops med et bredt professionelt udvalg, der ovenikøbet skulle være tilgængeligt for både privat- og erhvervskunder.

## NØGLETAL



900.000

Social samfundsgevinst beregnet i  
Grow, se side 41



30.000

forsendelser



7

Ansatte



30%

Vækst i omsætning i 2022



Klokkestøbervej 37-39 8800 Viborg





1: OM CARLS.NU P/S

## VORES VÆKSTREJSE

I maj 2013 påbegyndte Carl Agerup Præst Carls.nu's rejse i egen garage.

Hans slibeeventyr startede dog længe før som sælger inden for gulvsliberbranchen og fortsatte som salgschef for verdens 3. største producent af slibematerialer.

Men i 2013 ville Carl noget andet: Han ville gerne tættere på både produktet og kunden. "Jeg forestillede mig, at jeg skulle køre rundt og sælge engros til møbelfabrikker", erindrer Carl. Men som alle kloge mennesker gør, spurgte Carl sin bedre halvdel til råds, og hun sagde: "Lav en webshop - det er vejen frem."

Således startede Carls.nu. Med kontor hjemme i privaten og en webshop som en slags lagerhåndtering og ekstra salgskanal, omvendte Carl husets garage til et sandt slaraffenland for sandpapirs- og slibebåndsentusiaster.

Og allerede efter 3 måneder gjorde Carl store øjne på den stigende onlineefterspørgsel. Med fokus på at styrke Carls.nu's onlinetilstedeværelse sprang Sara Rosborg Lagoni ind i virksomheden. Først som ekstern konsulent, senere som Digital Salgschef og i 2020 som officiel medejer af Carls.nu P/S.

Med Saras tekniske viden om e-commerce og SEO og Carls faglige viden om slibematerialer, spiller de hinanden og virksomheden stærke. De kender hinandens roller: Carl er drift, og Sara er fremdrift.

I dag fortsætter det nørdede makkerpar rejsen sammen på Klokkestøbervej i Viborg. I 2022 består selskabet af fire webshops, beskæftiger 7 ansatte, vækster 30-40 % om året og kom ud med en to-cifret millionomsætning.

En vækstrejse der ikke bliver hjulpet på vej af banken eller kreditorer. Alt er selvfinansieret, og sådan skal det fortsætte, så længe det er sundt fornuft.



# EJERSTRUKTUR & ORGANISATION

Carls.nu P/S ledelse består af Indehaver & Direktør Carl Agerup Præst og Medejer og Digital Salgschef Sara Rosborg Lagoni.

Virksomhedens organisationsstruktur er flad, hvilket er med til at sikre et godt samarbejde på tværs af kontor og lager, hvor Carl og Sara også er med i den daglige opgaveløsning. Med den flade struktur er ledelsen både lettilgængelig og lydhør for medarbejdernes inputs til forbedringer og optimeringer af både kontor og lager.

Medarbejderne er vores vigtigste ressource, og de skal have det godt. Vi arbejder i og for et uformelt arbejdsmiljø, hvor den gode værkstedshumor også spreder smil.



## Økonomisk bæredygtighed & risikovillighed

De to ejere Carl Agerup Præst og Sara Rosborg Lagoni har begge hånden på kogepladen. Uden en bank eller investorer i ryggen kan den lille virksomhed være mere følsom overfor omverdenen. En omverden hvor en epidemi pludseligt kan hærge på tværs af landegrænser, eller en russisk invasion får el-priserne til at stikke helt af. Omstændigheder der også påvirker forbrugernes købsadfærd.



**Vi driver virksomheden på baggrund af sund fornuft. Selvom vi vender hver en krone og øre, så er der ingen udefrakommende investorer**

**Carl Agerup Præst, Indehaver & Direktør**

Men ikke at have en bank og investorer i ryggen har faktisk også sine fordele. Ingen udefrakommende vægter nemlig profit højere end bæredygtighed. Dette giver Carl og Sara friheden og muligheden for at træffe beslutninger af strategisk karakter, hvor bæredygtighedens betydning drøftes inden den endelige beslutning træffes.

**I vores optik er det at drive en virksomhed på sund fornuft en force, fordi vi selv kan vende skuden, hvis vi finder en mere meningsfuld kurs.**



1: OM CARLS.NU P/S

# PRODUKTER, KUNDER & MARKEDER

## Velkommen til [www.carls.nu](http://www.carls.nu)

Med mere end 20 års brancheerfaring inden for slibning og polering er vi hos Carls.nu specialister i sandpapir og slibematerialer. Vi er altid klar til at rådgive vores kunder til at bestille det helt rigtige slibeudstyr, så de bliver stærkt rustet til deres slibeopgaver.



Vores produkter inkluderer sandpapir, slibebånd, sliberondeller- og skiver



Vores kunder inkluderer både den private forbruger, erhverv og offentlige institutioner



Vores producenter og leverandører befinder sig inden for Europas grænser.



Vi leverer til Danmark, Grønland, Færøerne, Norge og Sverige.



**Vision:** Vi vil være gør-det-selv-folkets og håndværkernes foretrukne leverandør af slibematerialer, uanset hvad de skal slibe på.



**Mission:** Vi er forhandleren i Norden med det bredeste udvalg af professionelle kvalitets-slibematerialer til fordelagtige engrospriser og tilgængeligt for alle.



1: OM CARLS.NU P/S

# COOL ABRASIVES



Det kan betale sig at købe kvalitet. Private forbrugere kan være tilbøjelige til at købe billigt sandpapir og slibebånd, der til gengæld er af en ringe kvalitet. Men det vil vi hos Carls.nu ikke være med til. Vores passion for at skabe et slidstærkt produkt med længere holdbarhed resulterede i lanceringen af vores eget mærke Cool Abrasives i 2019.



Cool Abrasives har mottoet **Stay Cool**, som også står som en lille hilsen på kassernes bund.

## Hvorfor Cool Abrasives?

Med en mission om at være forhandleren i Norden med det bredeste udvalg af professionelle slibematerialer til fordelagtige engrospriser, der er tilgængeligt for enhver, var det helt naturligt at udvikle vores eget brand med fokus på sandpapir og slibebark af høj kvalitet til en lav pris.

Med Cool Abrasives vil vi sikre, at både privat- og erhvervs-kunder kan nyde godt af slidstærke slibematerialer, der giver professionelle og effektive slibe-oplevelser. Vi udvikler hele tiden på vores Cool Abrasives produkter, så de følger branchens tendenser og ikke mindst opfylder kundernes behov inden for både kvalitet og pris.

## Hvad er Cool Abrasives lavet ud af?

For at sikre at Cool Abrasives er et høj kvalitetsprodukt, produceres det udelukkende af slidstærkt materiale. For os er det vigtigt, at vores kunder kan mærke og se, at Cool Abrasives er kvalitetsprodukter

Derfor har vi også specialiseret os i sliberondeller med film som rygmateriale, fordi det har flere fine fordele. Udover at opnå en lang holdbarhed på selve slibematerialet, efterlader det også en flot slibefinish. Dette skyldes, at sliberondeller med film-ryg er betydeligt mere smidige end de traditionelle med papirryg. Film som rygmateriale er derfor også sundt fornuft i forhold til vores produktudvikling af Cool Abrasives.

Navnet Cool Abrasives udspringer både af den kølige blå farve, som flere af produkterne og selve emballagen har, samt anvendelsen af et kølemiddel i sandpapirets topcoat.



1: OM CARLS.NU P/S

# PRODUKTER, KUNDER & MARKEDER

## Velkommen til filterbyen.dk og filterstaden.se

Her forhandler vi ventilationsfiltre af topkvalitet til de mest gængse ventilationsanlæg.



Vores produkter inkluderer filtermætter, panelfiltre, pollenfiltre, kulfiltre og posefiltre.



Vores kunder inkluderer både den private forbruger, boligselskaber og offentlige institutioner.



Vores producenter og leverandører befinder sig inden for Europas grænser.



Vi leverer til Danmark, Grønland, Færøerne, Norge og Sverige.



**Mission:** Vi leverer høj kvalitetsfiltre til ventilationsanlæg til både villa og industri.



**Vision:** Vi vil være den førende online destination i Skandinavien for kvalitetsfiltre til ventilationsanlæg til både villa og industri. Vi stræber efter at forbedre luftkvaliteten og sundheden for vores kunder ved at tilbyde pålidelige filtre og ekspertise inden for ventilationssystemer.





1: OM CARLS.NU P/S



# PRODUKTER, KUNDER & MARKEDER

## Velkommen til [www.billig-stoepsugerposer.dk](http://www.billig-stoepsugerposer.dk)

Her forhandler vi primært støvsugerposer til alverdens støvsugermodeller, hvad end det er til støvsugning inden for hjemmets fire vægge eller til industristøvsugeren på værkstedet.



Vores produkter inkluderer støvsugerposer, tilbehør til støvsugeren og professionelle rengøringsartikler.



Vores kunder inkluderer både den private forbruger, erhverv og offentlige institutioner.



Vores producenter og leverandører befinder sig inden for Europas grænser.



Vi leverer til Danmark, Grønland, Færøerne, Norge og Sverige.



**Mission:** Vi vil levere højtydende, kompatible støvsugerposer og professionelle rengøringsløsninger til vores kunder i hele Norden til en fordelagtig pris.



**Vision:** Vi vil være den førende online destination i Norden for kvalitetsstøvsugerposer og professionelle rengøringsartikler og tilbehør. Vi stræber efter at gøre rengøring mere effektiv og bæredygtig for både private og erhvervslivet.



1: Om Carls.nu P/S

# VORES KERNEVÆRDIER



## Stolthed og kvalitet

Vi ønsker at være stolte forhandlere af kvalitetsprodukter på tværs af vores webshops. Produkter som vi kvalitetsmæssigt kan stå inde for, og som vi stolt sælger til vores kunder.



## Vi gør os umage

Vi vil levere produkter, der opfylder kundernes behov og løser deres udfordringer. Vores kundeservice rådgiver om og finder løsninger inden for kundens branche eller til hobbyprojekter.



## Unik

Vi skal altid have det, de andre har og ikke har. Vi vil have det bredeste udvalg af kvalitetsprodukter, og vi sætter en ære i at hjælpe vores kunder med at finde frem til det rette produkt.



## Forlænge levetiden

Vi ønsker at minimere køb-og-smid-væk kulturen. Derfor forhandler vi på tværs af vores webshops produkter, dele og tilbehør, der kan forlænge levetiden på kundens slibemaskiner, ventilationssystemer og støvsugere.



## Socialt ansvar

Vi ønsker at skabe en arbejdsplads, hvor der er plads til alle. Vi har allerede succes med at hjælpe folk tilbage i job, hvad end det er gennem flexjob, jobprøvningsforløb eller virksomhedspraktik.



# VORES FORRETNINGSMODEL

Vi er en virksomhed med fire webshops, der opererer inden for tre nichebrancher: Sandpapir, ventilationsfiltre og støvsugerposer.

Vores eksistensgrundlag er at tilbyde alt, hvad de andre har og ikke har. Det er sund fornuft for os at tilbyde både ventilationsfiltre og sandpapir på specialmål for at holde liv i vores kunders gode gamle, men nu udgåede maskiner. Maskiner der generelt set er bedre og mere holdbare end de nyeste på markedet.

Vi vil være med til at gøre op med nutidens køb-og-smid-væk kultur, hvor resten af branchen ofte ikke kan følge med ud over standarden.

En webshops forretningsmodel er at indkøbe varer med henblik på at sælge dem videre. Vi adskiller os dog fra denne forretningsmodel på følgende fronter:

- Vi har selv en lille produktion, fordi vi tilbyder ventilationsfiltre og sandpapir på specialmål
- Vi udvikler vores egne produkter/brands i samarbejde med underleverandører for at være med til at sikre produktets høje kvalitet

I værdikæden kan du se produktets rejse fra produktionen til din dør. Hvad der dog ikke er synligt er vores valg af råvarer og leverandører, som er nøje udvalgt ud fra følgende kriterier:

- **Kvalitetsprodukter:** Vi kvalitetssikrer produkterne, så de lever op til vores standarder
- **Ordnete forhold:** Vi besøger mulige leverandørers og producenters faciliteter for at sikre, at der arbejdes under ordnede forhold
- **Nærhed:** Vi vælger så vidt muligt leverandører og producenter i Europa for at mindske transport og sikre ligevægtige værdier

## Værdikæde







FN17 BUSINESS: BEGREBER OG RAMMER

# VERDENSMÅL OG DE TRE BUNDLINJER



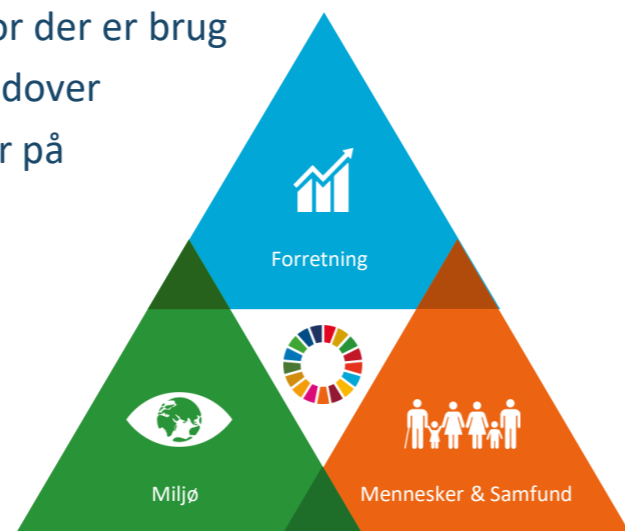
# VERDENSMÅL OG DE TRE BUNDLINJER

I arbejdet med bæredygtig udvikling er det en god idé at tage udgangspunkt i FN's Verdensmål, fordi de inspirerer til at give udviklingen en stærk retning.

## Verdensmålene og de tre bundlinjer

Verdensmålene er 17 konkrete mål og 169 delmål, som forpligter alle FN's medlemslande til helt at afskaffe fattigdom og sult i verden, reducere uligheder, sikre god uddannelse og bedre sundhed til alle, anstændige jobs og mere bæredygtig økonomisk vækst. De fokuserer også på at fremme fred og sikkerhed og stærke institutioner og på at styrke internationale partnerskaber.

Verdensmålene kan groft opdeles i tre bundlinjer: fokus på miljø, forretning og mennesker og samfund. Bæredygtig udvikling tager hensyn til alle 3 bundlinjer og skal sikre at profit og vækst ikke skabes på bekostning af klima og mennesker. Der er masser af nye forretningsmuligheder i arbejdet med at skabe en bæredygtig fremtid for alle, for der er brug for innovation og kreative løsninger. Derudover er der brug for at virksomhederne handler på en mere bæredygtig og langsigtet måde.



Verdensmål kaldes ofte SDG (Sustainable Development Goals) på engelsk.

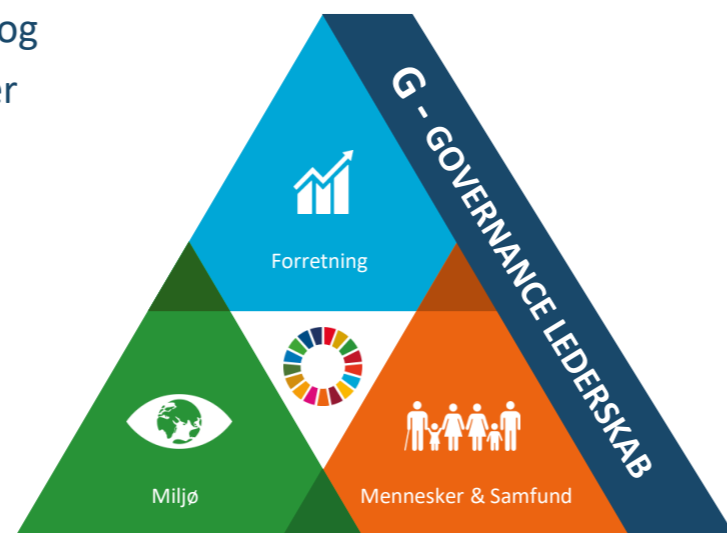


# ESG, CSR OG VERDENSMÅL

Begrebet CSR – Corporate Social Responsibility – er efterhånden velkendt. I mange år har især de store virksomheder lavet CSR-rapporter, især med fokus på den sociale bundlinje, men også suppleret af information om indsatser inden for miljø og klima.

CSR er dog blevet overhalet af et nyt begreb: ESG – Environment, Social, Governance. ESG-begrebet er bredere og omfavner specifikt miljø (Environment) og mennesker og samfund (Social), men tilføjer også elementet lederskab (Governance). ESG er udsprunget fra den finansielle verden, fordi der var behov for at kunne måle og vurdere virksomhedernes indsatser på de tre områder udover de økonomiske nøgletal man typisk målte på.

Nu er der stigende antal krav og lovgivning på vej, som endog udvider ledelsens ansvar i forhold til at arbejde med bæredygtig udvikling. Der er derfor øget fokus på ledelse, opfølgning, rettidig omhu (due diligence) og løbende tilpasning. Omverdenen forventer ansvarlighed fra virksomheder, blandt andet at virksomhederne i videst muligt Omfang har styr på sine værdikæder.



Vi ønsker dog at understrege forretningsmulighederne (Business) og fastholde den økonomiske bundlinje fra verdensmålene og derfor lander vi på ESG-B – som således dækker alle 3 begreber.

Uanset om man rammes direkte af rapporteringskrav eller indirekte gennem sine kunder fx, så er det en rigtig god idé at få data og dokumentation på alle de ting man gør – især så man kan se hvad der virker og ikke virker og følge den bæredygtige udvikling.



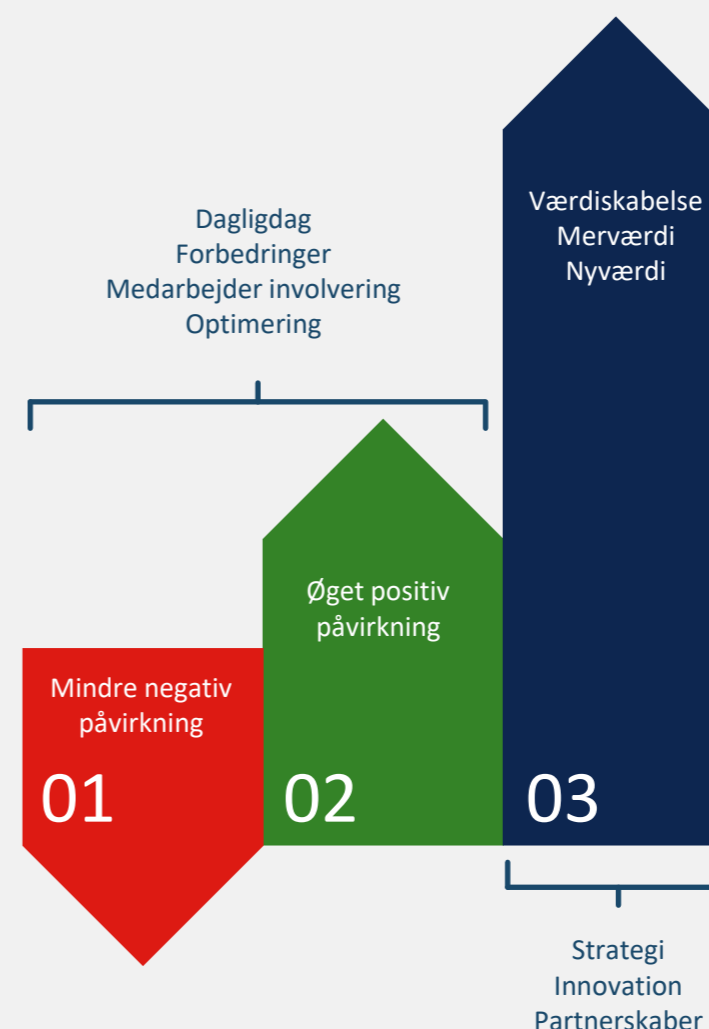
# VERDENSMÅL SOM RAMME OG ESG-B SOM SAMLING

## Fokus

Bæredygtig udvikling er fuld af valg og fravalg, dilemmaer og modsætninger. Fokus, transparens og ærlighed er her altafgørende. Man må vælge hvor man starter og fokusere på udvalgte tiltag. Men man skal redegøre for og begrunde både valg og fravalg. Virksomheden bør se på de 169 delmål i forhold til negativ påvirkning, positiv påvirkning og strategisk relevans. Således handler optimering om at mindske de negative påvirkninger og øge de positive. Transformation knyttes i stedet til de områder hvor virksomheden kan være strategisk innovativ og nytænkende og flytte sig til et nyt sted, et nyt niveau.

## Udviklingstrin

Tankegangen omkring optimering og transformation bruges også på modenhedstrappen. Bæredygtig udvikling er en proces og rejsen slutter i princippet aldrig. Det er vigtigt at virksomheden kender sit udgangspunkt og er konkrete i forhold til hvordan de går fra reaktive til pragmatiske eller fra pragmatiske til proaktive. Alle vil bevæge sig op af modenhedstrappen, men i forskellige tempi og med varierende ambitionsniveauer. En vigtig pointe for bæredygtig udvikling er også at jo længere man kommer op af trappen jo større er forretningspotentialer! Man går fra at kunne det de andre også kan og leve op til minimumskrav til at den bæredygtige udvikling har et strategisk fokus og en konkurrencefordel som er svær at efterligne for konkurrenterne.







2

# VORES BÆREDYGTIGE UDVIKLING



## 2: VORES BÆREDYGTIGE UDVIKLING

# VORES GRØNNE REJSE

Selvom det er over 10 år siden, at Carl omvendte sin garage til et slaraffenland for slibematerialer, er vores grønne rejse kun lige begyndt.

Vi vil fortsat vækste med udgangspunkt i de metoder og erfaringer, vi har fået gennem tiden. Men nu vil vi også sætte kurs mod en grønnere fremtid via implementeringen af FNs verdensmål i vores strategi.

Det bliver en grøn rejse, der vil fylde vores kufferter med læring. Vi vil helt sikkert møde bump på vejen, skvatte over verdensmål eller certificeringer og kæmpe med ESG- og bæredygtighedsrapportering. Men vi kan se værdien, meningen og hvorfor det er nødvendige skridt at tage.

Når vi ser tilbage på vores vækstrejse, har vi faktisk allerede arbejdet med flere verdensmål helt fra første take-off. Men nu skal de have endnu mere fokus og synliggøres overfor vores leverandører, kunder og forhandlere. Indflyvningen er begyndt.



### Januar 2023

Vi tog vores første grønne skridt, da vi meldte os til udviklingsforløbet StartUp Green, hvor vi blev klogere på FNs 17 verdensmål og bæredygtig udvikling.

### Foråret 2023

Vi kiggede nærmere på FNs 17 verdensmål og udpegede dem, hvor vi allerede har gjort eller kan gøre en mærkbar forskel. Vi begyndte også at synliggøre vores gode historier.

### Sommeren 2023

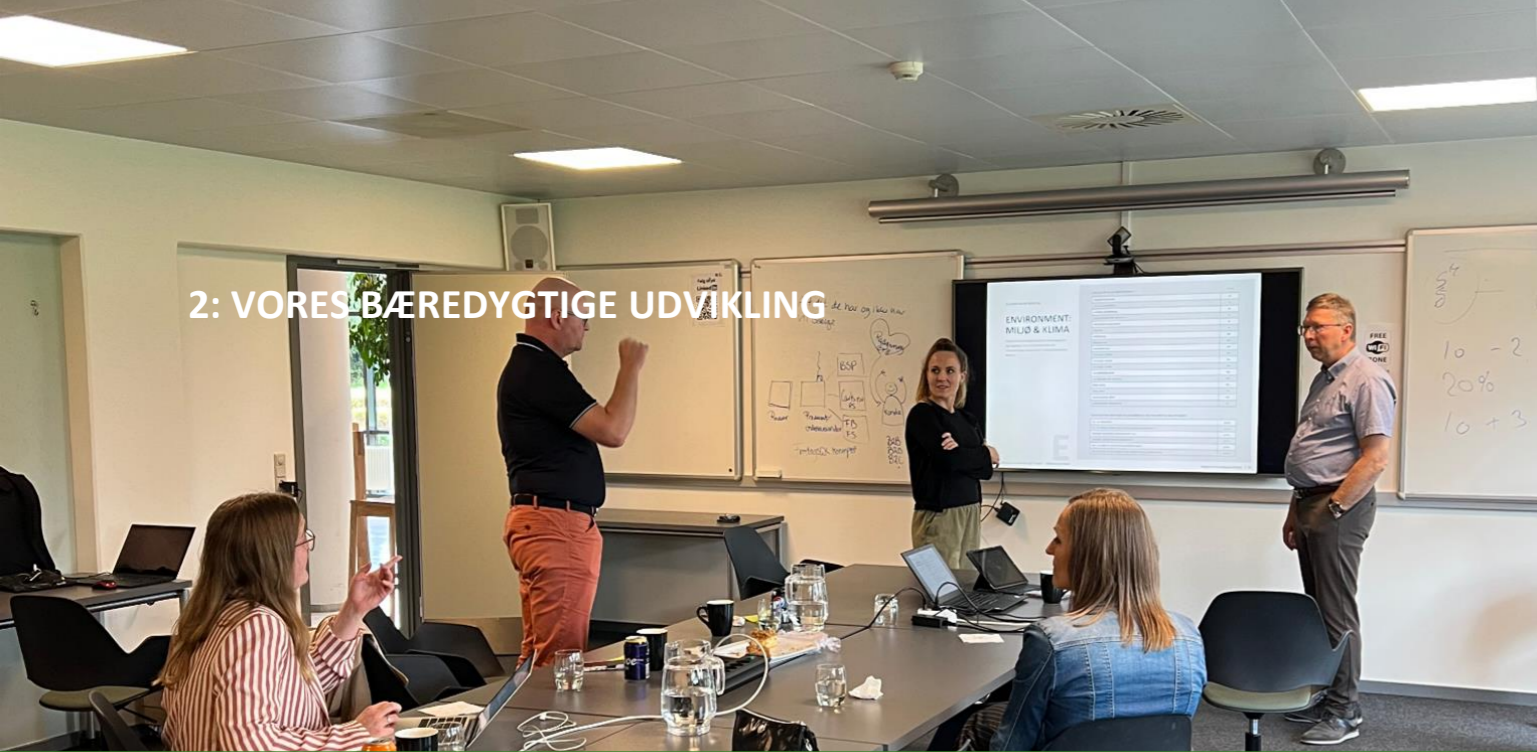
Gennem spørgeskemaer fandt vi ud af, hvad vores kunder efterspørger nu, og hvad de vil efterspørge i fremtiden, når det kommer til bæredygtighed.

### Sommeren og efteråret 2023

I samarbejde med FN17 Business udarbejdede vi denne bæredygtighedsrapport med fortællingerne om vores bæredygtige tiltag til og med 2022.







# VORES GRØNNE VISION, MISSION & MÅL



**Vision:** Vi vil løfte vores branchers bæredygtige udvikling. Vi vil være branchens, konkurrerende virksomheders og andre små og mellemstore virksomheders inspirationskilde.



**Mission:** Vi vil fortsat balancere vores bæredygtige udvikling med sund fornuft.



**Social ansvarlighed:** Med en målsætning om at have minimum 30 % ansatte med særlige behov vil vi fortsætte vores arbejde med social ansvarlighed og samtidig sikre vores medarbejdere en sund arbejdsplads, hvor de trives fysisk, socialt og mentalt.



**Flere og mere bæredygtige produkter:** På tværs af vores webshops vil vi forlænge levetiden på vores kunders produkter og forhindre skrotning af levedygtige maskiner, samt sikre, at vores kunder altid kan finde det mere bæredygtige alternativ hos os.



**Samarbejdspartnere:** Vi når ikke i mål alene. Derfor vil vi skabe og indgå i samarbejder med producenter, leverandører, konkurrenter og kunder, så vi sammen når hurtigere i mål med en mere bæredygtig udvikling på tværs af brancher og værdikæder.



**Synlighed:** Vi vil inspirere andre små og mellemstore virksomheder til at gå ned ad den vej, som vi har oplevet succes med. Derfor vil vi fortsætte med at fortælle og synliggøre vores gode historier til vores kunder og omverdenen på tværs af medier.



## FN17 BUSINESS: MODENHEDSTRAPPEN

# MODENHED

Vi har altid drevet Carls.nu P/S ud fra sund fornuft. Sund fornuft som bl.a. har resulteret i arbejde med social ansvarlighed, genbrug og genanvendelse af papkasser, køb af brugt EDB-udstyr og energioptimering af lejemålet.

I næsten 10 år har vi befundet os på mellemtrinnet 1-2. Selvom vi ikke har haft kendskab til at arbejde med FNs 17 verdensmål, har vi alligevel taget de første skridt mod en mere bæredygtig udvikling. Blot båret af sund fornuft.

Vores deltagelse i StartUp Green bevægede os op på niveau 2, fordi vi fik dybere kendskab til de verdensmål, der for alvor kunne kickstarte vores bæredygtige udvikling.

I dag befinder vi os på niveau 3, fordi vi har påbegyndt processen ved at organisere arbejdet med at implementere verdensmål i virksomhedens strategi.

Om 3 år befinder vi os på niveau 4. Vi arbejder målrettet på at implementere bæredygtige tiltag i virksomheden ved at inddrage vores medarbejdere, kunder og leverandører og producenter.

Bæredygtig udvikling er en proces og rejsen slutter i princippet aldrig. Det er vigtigt at virksomheden kender sit udgangspunkt og er konkrete i forhold til hvordan de går fra reaktive til pragmatiske eller fra pragmatiske til proaktive. Alle vil bevæge sig op ad modenhedstrappen, men i forskellige tempi og med varierende ambitionsniveauer.

En vigtig pointe for bæredygtig udvikling er at jo længere man kommer op ad trappen jo større er forretningspotentialer! Man går fra at kunne det de andre også kan og leve op til minimumskrav, til at den bæredygtige udvikling har et strategisk fokus og bliver en konkurrencefordel, som er svær at efterligne.



*Kombination af FN17 model, fase-model fra Dania's SMV undersøgelse (baseret på Bob Willards sustainability journey) og DTI / REGLAB model.*



# OVERSIGT OVER VORES VERDENSMÅL

Vi har en vision om at drive og udvikle Carls.nu P/S med tanke på vores medmennesker, samfundet og planeten. Derfor har vi søsat en rejse mod at implementere FNs verdensmål i vores DNA. Verdensmål der vil sætte kursen for virksomhedens strategi mod en mere bæredygtig drift med fokus på miljø-, sociale- og ledelsesmæssige forhold.

 <p><b>3</b> SUNDHED OG TRIVSEL</p>	<p><b>Delmål 3.4:</b> Red flere fra at dø af ikke-smitsomme sygdomme, og styrk mental sundhed.</p> <p><b>Delmål 3.8:</b> Giv alle adgang til lægehjælp</p>	<p><b>VORES FOKUSOMRÅDE</b></p> <p>Vi vil fremme mental sundhed og trivsel blandt vores medarbejdere med udgangspunkt i arbejdsmiljøet.</p>	<p><b>VORES INDSATSER &amp; TILTAG</b></p> <p>Vores sundhedsordning indebærer en sundhedsforsikring og massageordning. Vi tilpasser arbejdsopgaver og -tid til vores medarbejdere fysiske og mentale behov.</p>	<p><b>VORES MÅL</b></p> <p>Med vores indsatser og tiltag stræber vi efter at mindske antallet af arbejdsskader og arbejdsrelaterede sygemeldinger.</p>
 <p><b>7</b> BÆREDYGTIG ENERGI</p>	<p><b>Delmål 7.3:</b> Fordobl energieffektiviteten</p>	<p><b>VORES FOKUSOMRÅDE</b></p> <p>Vi fokuserer på at omlægge til vedvarende energi og skabe energibesparelser, hvor vi kan.</p>	<p><b>VORES INDSATSER &amp; TILTAG</b></p> <p>Vi har bl.a. udskiftet vinduer og efterisoleret vores lagerhaller for at undgå utætheder, fjernet oliefyret og gået til varmepumpe og udskiftet lyspærer med LED-lys.</p>	<p><b>VORES MÅL</b></p> <p>Vi holder aktivt øje med at reducere vores energiforbrug inden for rammerne for sund fornuft.</p>
 <p><b>8</b> ANSTÆNDIGE JOBS OG ØKONOMISK VÆKST</p>	<p><b>Delmål 8.5:</b> Skab fuld beskæftigelse og anstændigt arbejde med lige løn</p> <p><b>Delmål 8.6:</b> Hjælp unge i arbejde, uddannelse og praktik</p>	<p><b>VORES FOKUSOMRÅDE</b></p> <p>Vi vil hjælpe folk ind eller tilbage på arbejdsmarkedet ved at skabe et godt og sundt arbejdsmiljø, der kan rumme deres forskellige behov.</p>	<p><b>VORES INDSATSER &amp; TILTAG</b></p> <p>I et tæt samarbejde med jobcentret hjælper vi folk tilbage på arbejdsmarkedet gennem praktik- og jobprøvningsforløb. Medejer Sara Rosborg Lagoni engagerer sig også for unges indtog på arbejdsmarkedet og har deltaget i Projekt Jobløft.</p>	<p><b>VORES MÅL</b></p> <p>Vi vil hjælpe flere med at få følelsen af succes, når de finder deres plads på arbejdsmarkedet eller når det første eller næste skridt i deres karriere.</p>
 <p><b>12</b> ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION</p>	<p><b>Delmål 12.2:</b> Brug og håndtér naturressourcer bæredygtigt</p> <p><b>Delmål 12.5:</b> Reducér affaldsmængden betydeligt</p>	<p><b>VORES FOKUSOMRÅDE</b></p> <p>Vi vil mindske ressourcspild, genanvende restmaterialer og udnytte spildsstrømme, så mindst muligt går til spilde.</p>	<p><b>VORES INDSATSER &amp; TILTAG</b></p> <p>Vi har mindsket vores papirforbrug af følgesedler. Vi aftager papkasser og omdanner det til pakkefyld og finder aftagere til vores restmaterialer. Vi forhandler produkter, der forlænger kundernes levedygtige maskiners levetid.</p>	<p><b>VORES MÅL</b></p> <p>Vi vil reducere vores forbrug på lageret samt undersøge markederne for mere bæredygtige produkter, hvor der er fokus på både ansvarligt forbrug og produktion.</p>





# Verdensmål 7: Bæredygtig energi - er vi allerede i mål?

For os var det sund fornuft at energioptimere vores lager- og kontorbygninger i samarbejde med vores udlejer, da vi flyttede ind på Klokketøbervej i påsken 2021.

Og ifølge det 7. verdensmål har vi med vores tiltag bevæget os tættere på bæredygtig energi i flere år, fordi vi netop har forbedret energieffektiviteten sammen med vores udlejer.

Da Sara Rosborg Lagoni, Medejer og Digital Salgschef, stod overfor de 17 verdensmål til StartUp Green forløbet og skulle udvælge de mest væsentlige verdensmål for virksomheden, fangede det 7. verdensmål hurtigt hendes blik. "Vi havde jo allerede omlagt til vedvarende energi og skabt energibesparelser i samarbejde med udlejeren," fortæller Sara.

Siden vores indflytning på klokketøbervej i 2022 har vi sammen med udlejeren:

- udskiftet vinduerne og efterisoleret lagerhallerne, så varmen ikke fiser ud grundet utætheder
- kasseret det gamle oliefyr og fået tilknyttet en varmepumpe i stedet for
- gået fra at oplyse lagerhaller og kontoret med lyspærer til LED-lys

Beslutningerne blev dengang baseret på sund fornuft, fordi energioptimering både giver økonomiske fordele på den lange bane samtidig med, at vi ikke ville bruge unødvendig energi.

Til vores første workshop med FN17 Business vedrørende bæredygtighedsrapporten indså vi, at fordi vi lejer os ind i kontorlokaler og lagerhaller og ikke har en decideret produktion, så er det begrænset, hvor mange energioptimeringer vi kan indføre på adressen.



Derfor kunne vi have besluttet at behandle det 7. verdensmål som et afsluttet kapitel, og til gengæld lægge vores kræfter i de tre andre verdensmål, der har et større potentiale til at kunne udvikle vores virksomhed i en mere bæredygtig retning.

Men vi må også erkende, at vi aldrig når i mål med et bestemt verdensmål. Ny viden og nye teknologier kommer til verdenen hver dag, så selvom vi lige nu ikke kan se, hvilken vej vi skal gå, så vil vi holde øjne og øre åbne for forbedringstiltag og nye teknologier, der kan gøre, at vi genbesøger det 7. verdensmål.

Hermed vil vi gerne inspirere andre og fortsat være nysgerrige på nye muligheder, men for nu sætter vi ikke nye mål for det 7. verdensmål.





# Hvilken forskel gør det at minimere print af følgesedler?

Vi har minimeret vores forbrug af følgesedler ved ikke længere at printe dem ud på A4-ark, fordi det er sund fornuft. Udover den økonomiske besparelse, så mindsker vi nemlig også et unødvendigt forbrug af papir og blæk.

Heldigvis er vores kunder med på tiltaget. Al information, som står på følgesedlerne, modtager de alligevel på mail.

Vi stoppede med at printe sedler i 2022. På dette tidspunkt var det blot sund fornuft. Men nu, med det øgede fokus på bæredygtighed, står det klart, at det også er et tiltag i regi med det 12. verdensmål. Verdensmål 12 handler netop om at udbrede bæredygtige forbrugs- og produktionsmønstre.

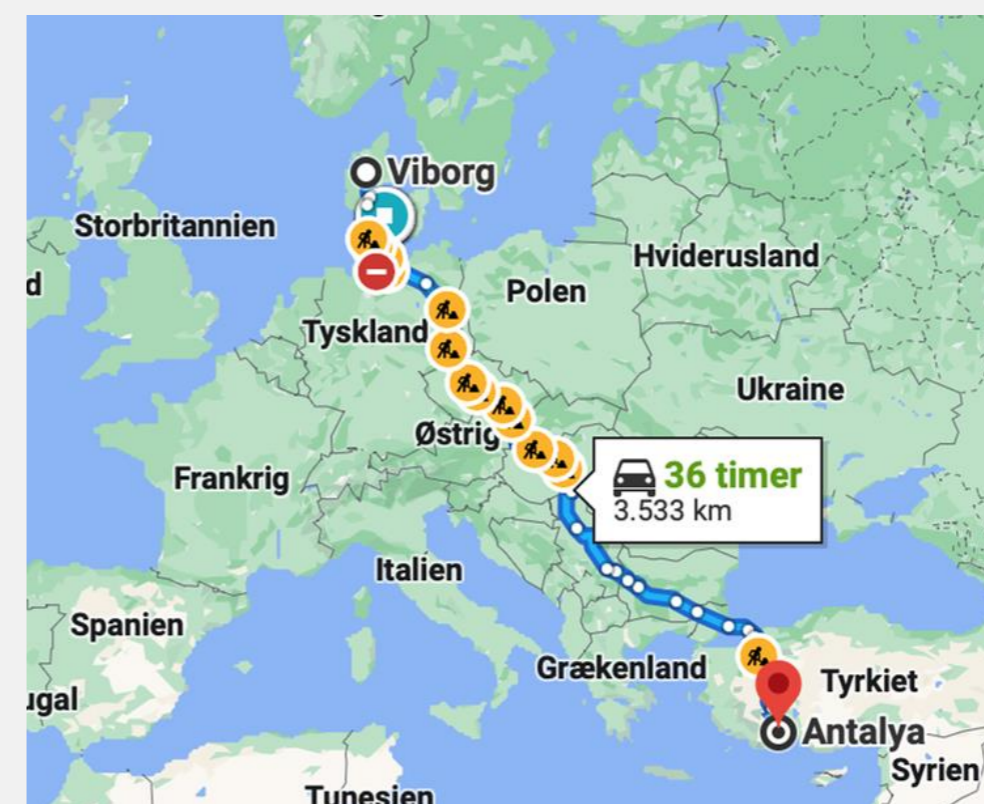
## Men hvor meget papirspild er vi så kommet til livs?

I 2022 sendte vi omkring 30.000 ordrer afsted på tværs af vores 4 webshops. Hvis vi ikke var stoppet med at printe følgesedler, så var der sendt 30.000 stykker A4-ark med i ordrerne. Følgesedler, der hurtigt ender i skraldespanden, efter kunden har åbnet sin pakke.

Betyder 30.000 følgesedler overhovedet noget for klimaet? Måske ikke så meget i det store billede. Men som en lille fisk kan vi stadig sprede ringe i vandet og inspirere andre virksomheder til også at bruge deres sunde fornuft.

Ved hjælp af KlimaKompasset fik vi et overblik over, hvad 30.000 stykker A4-ark svarer til i CO<sub>2</sub>-udledning. Klimakompasset er et digitalt værktøj, som virksomheder kan bruge til at få et estimat på deres klimaaftryk og et overblik over, hvordan udledningen fordeler sig på forskellige kategorier, herunder energi, transport og indkøb.

**Resultatet er, at vi i 2022 har skåret 0,4 tons CO<sub>2</sub>-udledning væk ved at minimere vores forbrug af følgesedler. 0,4 tons CO<sub>2</sub> svarer til en ca 3500 km lang køretur i bil. På 3500 km kan man nå tur/retur fra Viborg til København 5,5 gange eller hele vejen fra Viborg og tværs gennem Europa til Antalya i Tyrkiet.**



Vi synes, at dette eksempel er en god illustration af, hvordan små tiltag i dagligdagen har indflydelse på bæredygtigheden.



BÆREDYGTIGE PRINCIPPER:

# CIRKULÆR ØKONOMI

Vi bruger i dag 1,7 gange de ressourcer\*, planeten kan regenerere årligt. Det har enorme konsekvenser, og vi skal derfor passe bedre på de ressourcer, vi har, og optimere brugen af dem. Et centralt element i det, er at gå fra lineære tankegange til cirkulær tankegang. Det er sund fornuft, en økonomisk fordel, godt for verden og så er cirkulær tankegang en kilde til innovation.

Tre grundprincipper for cirkulær økonomi



**REDUCE**

Minimer forbruget



**REUSE**

Genbrug produkter



**RECYCLE**

Genanvend materialer

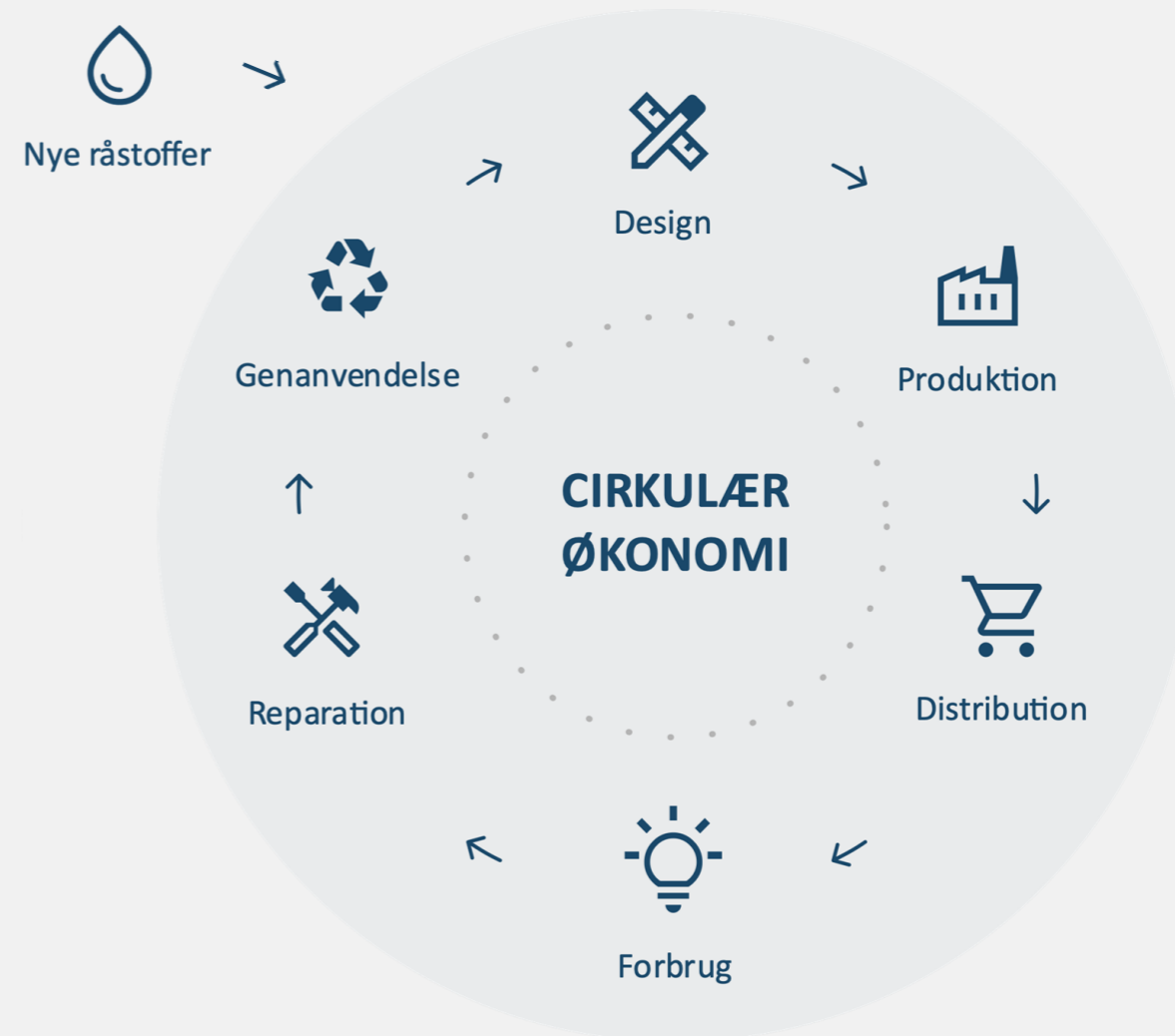
Cirkulære forretningsmodeller

Man kan arbejde med cirkularitet på flere måder. Man kan arbejde mod at indarbejde de cirkulære principper i sin egen produktion og hos sine leverandører, så der bliver brugt færrest mulige nye ressourcer og flest mulige ressourcer og materialer bliver genanvendt.

Men cirkulær økonomi kan også indarbejdes i forretningsmodellen hos mange virksomheder. Man kan øge levetiden på sine produkter og sikre, at de kan repareres eller opgraderes. Man kan tilbyde sit produkt som en service, man kan lease, leje eller låne, så man på den måde kan være flere om samme ressource.

\*Kilde: <https://www.overshootday.org/>

LINEÆR ØKONOMI





# CIRKULÆRE PRINCIPPER HOS CARLS.NU P/S

Vi bruger vores sunde fornuft til at minimere vores forbrug, genbruge produkter og genanvende materialer til gavn for virksomheden, kunder og planeten.

**Hos Carls.nu** forhandler vi sandpapir til maskiner, der er udgået fra markedet, hvilket sikrer længere levetid på maskiner, som ellers ville blive kasseret. Vi tilbyder rågummi til at forlænge sandpapirs levetid og minimere forbruget heraf. Vi giver restmaterialer af sandpapir til eksempelvis folkeskoler, hvilket er med til at reducere deres indkøb og forbrug af sandpapir.

På **filterbyen.dk** og **filterstaden.se** forhandler vi ventilationsfiltre af god kvalitet, som sikrer optimal drift og lavest muligt energiforbrug. Herudover er vi i overgang til substituerende materialer i rammerne, eksempelvis paprammer, hvilket mindsker forbruget af plast og dens skadelige virkning.

På **billig-stoewsugerposer.dk** forhandler vi støvsugerposer fremstillet af materialer af høj kvalitet for at sikre maksimal holdbarhed og en langvarig ydeevne for støvsugeren. Fordi vi prioriterer støvsugerposer af en vis kvalitet, er vi med til at reducere forbruget af mindre holdbare støvsugerposer.

## CIRKULÆRE INITIATIVER PÅ TVÆRS AF WEBSHOPS

### REDUCE - MINIMÉR FORBRUGET

Vi forhandler produkter, dele og tilbehør, der forlænger levetiden på kundens slibemaskiner, ventilationssystemer og støvsugere.

Vi har reduceret vores indkøb af papkasser og pakkefyld, fordi vi aftager gamle papkasser til genbrug og genanvendelse.

Vi har reduceret vores forbrug af følgesedler, hvilket sparer papir, toner og energi.

### REUSE - GENBRUG PRODUKTER

Vi genbruger papkasser og bobleplast til forsendelse. Herudover køber vi så vidt muligt kun brugt IT-udstyr og kontorartikler- og inventar.

### RECYCLE - GENANVEND MATERIALER

De papkasser, som vi ikke kan genbruge til forsendelse, makulerer vi, så de i stedet kan genanvendes som pakkefyld i forsendelsen.





# Vores medarbejderes sunde fornuft sørger for, at dine pakker når frem på bedste vis

Vi ansætter mennesker, der kan tage selvstændige valg baseret på deres sunde fornuft. Og dette kommer specielt til udtryk på lageret, hvor vores medarbejdere pakker ordrer, så de når frem til vores kunder uden ridser og skrammer.

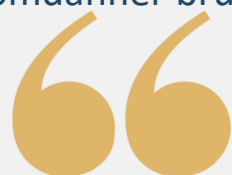
## Men hvordan passer vi godt på varerne under transporten?

Det gør vores lagermedarbejdere bl.a. ved at skære kasserne til og fylde dem med pakkefyld, så der er mindst mulig luft i kassen. Uden luft rutsjer varen ikke rundt i pakken på sin rejse til adressen og er derfor med til at minimere risikoen for, at din vare går i stykker under forsendelsen.

Selvom det er mere tidskrævende at skære papkasserne til - hvilket også er grunden til, at mange andre webshops ikke gør det - så vurderer vi, at det er en god service. Og god service er med til at sikre gode købsoplevelser for vores kunder. Herudover er det med til at mindske mængden af luft, som fragtfirmaerne skal transportere rundt.

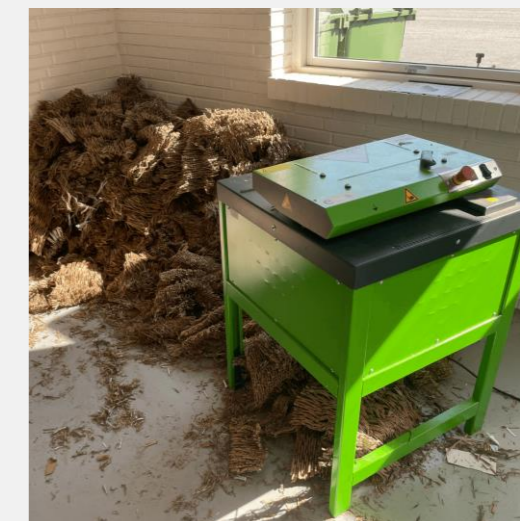
## Fra bobleplast til mere pakkefyld af pap

Udover at passe godt på kundernes nøje udvalgte og købte produkter undervejs i forsendelsen, så vil vi samtidig passe godt på jordens knappe ressourcer. Derfor genbruger vi rene papkasser og leverandørernes pakkefyld til forsendelse eller omdanner brugte papkasser til pakkefyld.



**Vi vil aldrig optimere os ud af sund fornuft og ordentlighed.**

Sara Rosborg Lagoni, Medejer & Digital Salgschef



På billedet til venstre ser du vores marketingansvarlige Anja Bech Bitsch med et ordentligt læs papaffald. Så kan vi genbruge de rene papkasser til forsendelse og omdanne de resterende til pakkefyld. På billedet til højre ser du vores papmakulator, der omdanner brugte papkasser til pakkefyld.

## Betyder det så, at vi overhovedet ikke bruger bobleplast?

Nej, vi bruger stadig bobleplast, når det giver mening. Og det gør det, når vi skal sende ekstra skrøbelige varer såsom rengøringsartikler.

Ud fra en sund fornuft vurderer vi, at det er bedre at bruge bobleplast til at beskytte varerne under forsendelsen end at risikere et ødelagt produkt. Fordi når en vare er ødelagt, er det ikke kun ressourcspild af selve produktfremstillingen, men den skal også sendes retur for reklamation, og en ny vare skal sendes ud til kunden.

Vi bruger kun bobleplast, fordi vi endnu ikke har fundet en mere bæredygtig indpakningsmetode, der passer ligeså godt på varen og sørger for, at den kommer frem i et stykke. I 2023 vil vi finde en ny løsning, så vores bobleplastmaskine kan udfases.



## BÆREDYGTIGE PRINCIPPER:

# PARTNERSKABER

Vi er alle en del af noget større og afhængige af andre omkring os. Især når det handler om bæredygtighed – man kan ikke være bæredygtig alene.

Derfor skal man kigge ud over sig selv og på hvem man er afhængig af i sin værdikæde. Man skal indgå partnerskaber med andre og være innovative sammen og finde løsninger, der peger nye steder hen.

Der er brug for at turde samarbejde og dele viden og erfaring med hinanden. At turde gå sammen om kunder og opfinde nye produkter, at turde gå sammen med leverandører om at finde eller udvikle nye råmaterialer.

Partnerskaber for handling er et bærende element i verdensmålene.

EGO



ECO





## 2: VORES BÆREDYGTIGE UDVIKLING

### BÆREDYGTIGE PRINCIPPER:

# PARTNERSKABER HOS CARLS.NU P/S

Med vores nuværende viden i 2023 er vi ikke i tvivl om, at partnerskaber er vigtige for at kunne bane vejen fremad og hurtigere nå i mål med en grøn omstilling af ikke kun virksomhedens drift, men også af branchen generelt.

Allerede inden forløbet med StartUp Green var vi engagerede i gode samarbejder, der var med til at sikre, at vi kunne hjælpe flere med psykiske, fysiske og sociale udfordringer i forhold til at blive inkluderet på de danske arbejdspladser.

#### Samarbejde med Viborg Kommunes Jobcenter

Vi har længe samarbejdet med Viborg Kommune om at hjælpe unge eller erfarne ind eller tilbage på arbejdsmarkedet i enten jobprøvningsforløb, praktik eller flexjob.

#### Projekt Jobløft - et samarbejde mellem jobcentret og to boligselskaber i Viborg

Medejer og Digital Salgschef, Sara Rosborg Lagoni, har deltaget som frivillig i Projekt Jobløfts, som er et tilbud til borgere om at deltage i en autentisk 'jobsamtale'. Hermed var Sara med til at klæde dem på til en reel jobsamtale hos en kommende arbejdsgiver.

#### Lokale netværk

Sara er også en flittig deltager i Business Viborgs Ledelsesforum, der sætter faglighed, ledelsesudvikling og samarbejde højt. Et lokalt netværk hvor lederne kan dele erfaring, viden og inspiration og bruge hinanden i betydningsfulde partnerskaber fremadrettet.



Her teaser vi nogle af vores nyetablerede partnerskaber, som vi glæder os til at fortælle mere om i vores bæredygtighedsrapport for 2023.



## 2: VORES BÆREDYGTIGE UDVIKLING



# VORES MÆRKNINGER

## VORES MÆRKER



### Svanemærket

er det mest kendte miljømærke i Norden og fremmer dagsordenen for klima, kemikalier, biodiversitet og cirkulær økonomi



### Forest Stewardship Council

er verdens mest ambitiøse og globale certificering for ansvarlig skovdrift, der beviser, at vores papir og papkasser stammer fra veldrevne skove og andre ansvarlige kilder.

## FREMTIDIGE MÆRKER



### digital tryghed

### D-mærket

er Danmarks nye mærkningsordning inden for IT-sikkerhed og ansvarlig dataanvendelse. Vi er hos Carls.nu P/S på jagt efter D-mærket, fordi vi gerne vil vise vores kunder, at vi har styr på IT-sikkerhed og håndterer deres data både ansvarligt og etisk.

Ord er ikke altid nok. Derfor kan virksomheder arbejde sig hen imod mærkninger og certificeringer, der viser, hvilke sikkerhedsforanstaltninger og miljøvenlige beslutninger de tager for at passe på sig selv, kunderne og planeten.

Vi synes ikke, at det er sund fornuft for os at certificere vores lille virksomhed eller de produkter, som vi forhandler, fordi det kræver mange tidsmæssige og økonomiske ressourcer. Ressourcer, som vi vurderer, kan bruges bedre andetsteds.

Til gengæld prioriterer vi leverandører, producenter og produkter med mærkninger og certificeringer, der tager miljømæssige og sociale forbehold. Vi vil nemlig gerne kunne stå inde for de produkter, som vi sælger.

- Vi prioriterer producenter af ventilationsfiltre med ISO-certificeringer inden for kvalitetsledelse, miljøledelse og teststandarder for ventilationsfiltre.
- Vi prioriterer rengøringsartikler med Svanemærket
- Vi indkøber kun FSC-mærket pap og papir og prioriterer de virksomheder, der bruger FSC-mærket papir og pap i deres produkter.





**Vi er alle ansvarlige. Ikke kun for, hvad vi gør.  
Også for, hvad vi undlader at gøre.**

Connie Hedegaard, tidligere EU Klimakommissær





3

## VORES ESG-B NØGLETAL



### 3: VORES ESG-B NØGLETAL

# ENVIRONMENT: MILJØ & KLIMA

Vi vil ikke lægge skjul på, at vores største udfordring i udarbejdelsen af denne bæredygtighedsrapport har været rapporteringen af vores ESG-B nøgletal.

Lige nu findes der hverken en perfekt formel til udregning af CO2-udledning eller præcis data på produktniveau i vores nichebrancher. Med klimakompasset kan vi dog få en indikation af vores klimaftryk, og hvordan udledningen fordeler sig på energi, vand og affald med udgangspunkt i lager og kontor.

Fordi vi ikke har egen produktion, har vi til en start valgt kun at forholde os til det, der går igennem vores virksomhed, men som ikke har noget at gøre med vores produkter.

På sigt vil vi forvente, at vores producenter kan levere Life Cycle Assessment (LCA) på hvert enkelt produkt, så vi kan give forbrugerne tal på, hvor meget CO2 hvert enkelte produkt udleder.

\*Vi betragter alt indgående pap som en ressource og ikke som affald. Derfor smider vi ikke noget pap ud, fordi vi enten kan genbruge papkasserne eller genanvende det som pakkefyld til forsendelserne. Læs vores gode historie om, hvordan vi genbruger og genanvender papkasser på side 29.

## MÅLING PÅ MILJØ (ENVIRONMENT)

	Enhed	2022
Energiforbrug (total)	KWh	12.285
Vandforbrug (total)	m3	180
CO2 scope 1 (total)	ton	1
CO2 scope 2 (total)	ton	5,05
CO2 scope 3 (total)	ton	243,08
CO2 udledning (total)	ton	249,13
CO2 intensitet (ift. nettoomsætning)	ton	15,57
Husholdningsaffald (total)	kg	250
Papaffald*	kg	0
Farligt affald	kg	0

## RAPPORTERING OMKRING MILJØLEDERSKAB (ENVIRONMENTAL GOVERNANCE)

Har I en miljøpolitik?	Nej
Har I en politik for affald, vand, energi og/eller genanvendelse?	Nej
Overvåger bestyrelsen klimarelaterede risici?	Nej
Overvåger ledelsen klimarelaterede risici?	Nej
Har I en politik for reduktion af klimapåvirkninger?	Nej
Har I en proces for due diligence vedr. miljøforhold og klimapåvirkning?	Nej

### Hvorfor har vi ikke politikker inden for miljøledelse?

Fordi vi prioriterer at bruge vores tid og penge på at drive forandringer og skabe reelle forskelle frem for at nedskrive en politik. En beslutning der tager afsæt i den samme sunde fornuft, som har dannet fundamentet for vores uskrevne retningslinjer og procedurer, der medvirker til at drive vores reelle bæredygtige udvikling.

På sigt vil vi selvfølgelig nedskrive politikker, enten når forhandlere efterspørger specifikke politikker eller når virksomheden har nået en størrelse, hvor det vil give mening at bruge ressourcer på det.



### 3: VORES ESG-B NØGLETAL

# SOCIAL: MENNESKER & SAMFUND

Til højre oplyser vi vores S-nøgletal.

Vores sygefravær er lavt taget i betragtning af, at halvdelen af vores ansatte er flexjobbere. Flexjobbere med fysiske eller mentale udfordringer kan have brug for flere sygedage og påvirke medarbejderomsætningen, hvis de ikke passer til arbejdsopgaverne eller virksomheden, som først antaget.

Medarbejdertilfredsheden er senest blevet målt i vores medarbejdertilfredshedsundersøgelse (MTU) i 2021. Vi gennemfører en MTU hvert tredje år, hvorfor de 94 % er fra 2021.

Ligesom med politikker inden for miljøledelse har vi heller ikke nogle nedskrevne politikker inden for samfundslederskab og miljø/klima. Politikker vil komme i takt med, at vi bliver en større virksomhed, eller forhandlere efterspørger dem.

Med sund fornuft har vi altid sørget for at udvælge og samarbejde med producenter, der bl.a. over-

holder menneskerettighederne og sikrer et sundt arbejdspladsmiljø. Derfor befinder størstedelen af

vores producenter sig også inden for Europas virksomhedsnavn indsættes ved at gå i 'Indsæt' - 'Sidehoved og Sidefod' grænser.

#### MÅLING PÅ SAMFUND (SOCIAL)

	Enhed	2022
Antal medarbejdere (total)	personer	7
Antal flexjobbere	personer	3
Antal deltidsmedarbejdere	personer	0
Antal timelønnede	personer	0
Antal praktikanter	personer	0
Sygefravær	%	2
Arbejdsulykker	antal	0
Medarbejderomsætning	%	12
Medarbejdertilfredshed	%	94
Lønforskel ml. CEO og medarbejdere	ration	1,5
Lønforskel mellem køn	%	0
Kønsdiversitet i organisationen	%	57K og 43M
Kønsdiversitet i øverste ledelse	%	50K og 50M

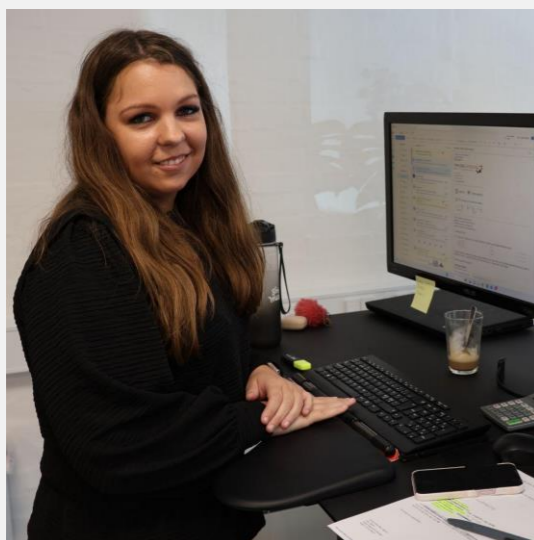
#### RAPPORTERING OMKRING SAMFUNDSLEDERSKAB (SOCIAL GOVERNANCE)

Kan direktøren være bestyrelsesformand	nej
2. Ledelsen belønnes formelt for bæredygtighedsperformance	nej
Har I en politik for at sikre menneskerettigheder overholdes?	nej
Har I en politik for at hindre seksuelle krænkelser og diskrimination?	nej
Har I en sundheds- og sikkerhedspolitik?	nej
Har I en politik for at forhindre børne- og tvangsarbejde?	nej
Har I en proces for Due Diligence vedr. menneskerettigheder?	nej
Har I en personalepolitik?	ja
Har I en proces for due diligence vedr. personaleforhold	nej



# Social ansvarlighed

Siden virksomhedens start har vi taget et socialt ansvar, der kun har vokset sig større i årenes løb. Vi har succes med at hjælpe folk ind og tilbage på arbejdsmarkedet, hvor Anja og Mikkel blot er nogle af vores succeshistorier.



## Mød Anja

Hun startede i praktik, fortsatte i studiejob, blev fastansat som marketingassistent og er i dag marketingansvarlig - drømmen for enhver studerende.

Anja blev uddannet markedsføringsøkonom i 2019 og har toppet den med en professionsbachelor i digital konceptudvikling i 2021.

Under uddannelsen skulle Anja i to praktikforløb. I sin første praktik fravalgte hun faktisk Carls.nu P/S, men fordi kemien til samtalen havde været rigtig god, valgte Anja at opsøge Digital Salgschef Sara Lagoni, da det blev tid til den næste praktik.

Og sikke et held for begge parter at deres veje krydsede endnu en gang. I August 2020 startede Anja i et tre-måneders praktikforløb, hvor hun klarede sig så godt, at Sara ikke kunne slippe hende helt. Derfor fortsatte Anja som studentermedhjælper indtil januar og blev ansat på fuldtid fra februar 2021.

“Anja kom med en masse teoretisk viden og et kæmpe gåpåmod til at omsætte det til praktisk erfaring” fortæller Sara, “hun skabte hurtigt værdi for os i virksomheden, og det har været en sand fornøjelse at følge med i hendes udvikling siden.”

Sandpapir, ventilationsfiltre og støvsugerposer er nok ikke lige dét, som enhver studerende drømmer allermost om. Men det passede Anja helt perfekt at arbejde med nicheprodukter, fordi det kræver en stor faglig viden. “Det er også fedt at vide meget om nogle ellers ‘nødede’ produkter,” afslutter Anja.



## Mød Mikkel

“Det har været en længere rejse, men endelig er jeg kommet ud et sted, hvor jeg er glad for at være - det er en kæmpe sejr,” fortæller Mikkel, der nu har været i fleksjob hos os siden oktober 2019.

I dag er Mikkel ansvarlig for vores produktion af ventilationsfiltre på loftet. For nogen vil det være ensomt at stå på loftet for sig selv, men ikke for Mikkel. Han har nemlig brug for ro og orden omkring sig.

Efter en 6-årig udredning i det kommunale kom Mikkel ud på den anden side med Aspergers og ADHD i bagagen.

To diagnoser som sommetider går hånd i hånd og på andre tidspunkter spiller sig mod hinanden. Med ADHD kan Mikkel nemt blive distraheret og tage impulsive beslutninger, der ikke spiller godt sammen med Aspergers' behov for struktur og systemer.

Derfor er filterproduktionen på loftet Mikkel foretrukne arbejdssted. Her har han struktureret sine arbejdsopgaver og har ro til at udføre dem. Og hvis han har brug for lidt afveksling, er der altid plads og opgaver til ham nede på lageret.

“Mikkel er yderst stærk til at systematisere og kategorisere processer, hvorfor vi også har brug for ham på kontoret,” tilføjer Sara Rosborg Lagoni, Medejer & Digital Salgschef.

Mikkel har bl.a. været med til at finde hoved og hale i et nyt system, hvor der skulle sættes info-klistermærker på forskellige filtre, inden de skulle sendes ud til kunden. “Med Mikkels hjælp blev det nemmere og mere overskueligt for vores lagermedarbejdere at matche info-klistermærkerne med det korrekte produkt,” afslutter Sara.





# Sådan forebygger vi arbejdsskader og sikrer vores medarbejdere de bedste sundhedsmæssige vilkår

Vi tilbyder vores medarbejdere en sundhedsordning, der bl.a. inkluderer en sundhedssikring og en massageordning. Herudover har vi haft besøg af en ergoterapeut på arbejdspladsen. Det gør vi for at forebygge arbejdsskader og sikre, at hvis uheldet er ude, så skal de ikke vente længe på behandling.

Der er ingen tvivl om, at vores medarbejdere er glade for Vellivs sundhedssikring. Den er nemlig med til at sikre bedre vilkår i form af kyndig vejledning og hurtigere bevillingstid til behandlinger og konsultationer ved alt fra småskavanker, skader og pludselige mentale komplikationer.

- Efter datterens fødsel fik marketingansvarlige Anja smerter i ryg og lænd. Med sundhedssikringen kunne hun hurtigt få en tid hos fysioterapeuten, hvor hun gik til behandlinger 1-2 gange i ugen, indtil smerterne var væk. Datteren har også døjet med maven, hvor sikringen sørgede for, at hun hurtigt kom til zoneterapi.
- Vores lagermedarbejder Tanja har nydt rigtig godt af sundhedssikringens fordele med behandling af karpaltunnelsyndrom, smerter i nakken og en hælsåre. Sikringen har dækket behandling hos kiropraktor og fysioterapeut og en scanning og blokade hos ortopædkirurgisk afdeling.
- Lagermedarbejder Jesper havde væske i mellemøret og stod på en 4 måneders lang venteliste, men efter et opkald til sundhedssikringen fik han en tid ugen efter.



**Vores sundhedsordning er uden tvivl en af de bedste investeringer i vores medarbejdere, som vi ikke vil være foruden. Og så er det jo sund fornuft.**

**Sara Rosborg Lagoni, Medejer & Digital Salgschef**



## Massageordning

Når vores medarbejdere hver dag foretager de samme - ofte ensformige - bevægelser, kan der hurtigt opstå arbejdsrelaterede skader eller anden form for anspændthed bestemte steder på kroppen. Generelt set er massage godt for både krop og sind, fordi det er med til at give velvære og mere overskud i hverdagen.

Vi vil gerne løsne vores medarbejders muskler og led, så vi kan forebygge arbejdsskader og anspændthed i kroppen. Det gælder både for medarbejderne, som sidder meget foran computeren, og medarbejderne på lageret, der typisk har et mere hårdt fysisk arbejde med mange løft. Derfor har vi en massageordning for vores medarbejdere hver anden uge.

# GOVERNANCE: LEDERSKAB

På denne side giver vi et indblik i vores måling og rapportering på ledelse og styring af god adfærd.

Indtil videre har hverken indehaver Carl Agerup Præst eller medejer Sara Rosborg Lagoni følt et behov for at få en større bestyrelse ind over virksomheden, fordi de sparrer rigtig godt med hinanden, hvilket har fungeret indtil nu.

Til gengæld får vi sparring gennem et advisory board fra Business Viborg. På den måde hiver vi en neutral ind, som kan give sit syn på virksomhedens udvikling og drift set udefra. Vedkommende vil ikke spænde ben for virksomhedens udvikling og drift, fordi der kommer følelser i klemme.

Sparring fra advisory boardet har bl.a. resulteret i at ansætte en medarbejder til kundeservice, fordi Carl og Sara brugte for meget tid på kundehenvendelser, og at ansætte endnu en lagermedarbejder, så lageret fortsat kunne køre rundt under ferie og sygdom.

\*Klimakompasset

## MÅLING PÅ LEDERSKAB (GOVERNANCE)

	Enhed	2022
Antal medlemmer i bestyrelsen	personer	3
Kønsdiversitet i bestyrelsen	% kvinder	66
Tilstedeværelse på bestyrelsesmøder (fremmøde)	%	100
Antal eksterne i bestyrelsen	%	0
Antal ansatte dækket af overenskomst	%	100

## RAPPORTERING OMKRING LEDERSKAB (GENERAL GOVERNANCE)

Har I en Code of Conduct?	nej
Laver og udgiver I en bæredygtighedsrapport årligt?	ja
Er bæredygtighedsdata en del af jeres indrapportering til myndigheder?	nej
Indrapporterer I bæredygtighedsdata til rapportrammeværktøjer?*	ja
Har I fokus på specifikke verdensmål?	ja
Sætter I mål og rapporterer på fremskridt i forhold til verdensmålene?	ja
Arbejder I med risikostyring ift klima og økonomiske konsekvenser?	nej
Har I en politik for etik og anti-korruption?	nej
Har I en politik for databeskyttelse?	ja
Har I taget skridt/handlinger for at imødekomme GDPR-regler?	ja
Har I en proces for due diligence vedr. etik, anti-korruption og bestikkelse?	nej

Ligesom med politikker inden for E'et og S'et, så vægter vi det at drive forandringer og skabe reelle forskelle over det at nedskrive politikker inden for G'ets rammer.

På sigt vil vi selvfølgelig nedskrive politikker, hvis det bliver lovkrav, hvis forhandlere begynder at efterspørge specifikke politikker, eller hvis vi som virksomhed bliver klar og store nok, så det giver mening at bruge ressourcer på det.



# BUSINESS: FORRETNING & INDTJENING

B'et handler om, hvordan man ud fra en virksomheds økonomi kan sige, at man har nogle økonomiske aktiviteter, der særligt knytter sig til bæredygtige tiltag. Derfor fremviser vi her den positive effekt, som vores gode historier og bæredygtige tiltag har på vores bundlinje. Endnu en grund til at en bæredygtig udvikling af Carls.nu P/S er sund fornuft.

## Hvad er den økonomiske payoff ved genbrug og genanvendelse af pap?

Vores ihærdige arbejde med at mindske forbruget af pap ved at genbruge og genanvende andre virksomheders og privatpersoners papkasser giver nogle økonomiske gevinster, fordi vi sparer penge på indkøbsposten. Hvis vi hverken genbrugte eller genanvendte papkasserne, så ville det i gennemsnit koste os 7 kr. pr. forsendelse i nyindkøbt emballage. Men med vores bæredygtige tiltag bruger vi i gennemsnit under 3 kroners emballage for hver ordre, som vi sender afsted.

Det vil sige, at vores genbrug og genanvendelse af pap har givet os en besparelse på omkring 120.000 kr. på indkøb af emballage i 2022.



**Det føles virkelig godt at reducere vores forbruget af pap så kraftigt. Nu ville vi bare ønske, at vi havde gjort det noget før.**

Sara Rosborg Lagoni, Medejer & Digital Salgschef



## Fra oliefyr til jordvarme

At skifte oliefyret ud med en varmepumpe var en investering truffet på både bæredygtige og økonomiske bevæggrunde. En bæredygtig investering fordi vi bevægede os over i vedvarende energi, og en økonomisk investering fordi den ville blive tjent hjem og blive billigere på sigt.

Oliefyr	256.500 kr. om året
Jordvarme	61.000 kr. om året
Besparelse det første år	195.000 kr.

Da vi skiftede oliefyret ud med jordvarme i 2019 kostede denne grønne omstilling omkring 67.500kr. Med en besparelse på 195.000 kr. det første år, var jordvarme-anlægget tjent ind efter 4 måneder.

Både dengang og i dag ser vi skiftet fra oliefyr til jordvarme som sund fornuft.



# Grow™

INDBERETTET SAMFUNDSMÆSSIG VÆRDI I  
DEN SOCIALE BÆREDYGTIGHEDSBeregner

## CARLS.NU P/S

HAR MED 3 SOCIALE ANSÆTTELSE I 2023 SKABT FØLGENDE VÆRDI FOR  
SAMFUNDET:

**SAMFUNDSVÆRDI**

I ALT PR. ÅR  
**891.993 KR.**

8 ANSTÆNDIGE JOBS  
OG ØKONOMISK  
VÆKST



DEN SOCIALE BÆREDYGTIGHEDSBeregner ESTIMERER DEN  
MINIMUMSGEVINST, SOM VIRKSOMHEDEN BIDRAGER TIL SAMFUNDET  
MED, NÅR DE ANSÆTTER PERSONER FRA KANTEN AF ARBEJDSMARKEDET.  
BEREGNINGEN ER GODKENDT AF REVISIONSFIRMAET DELOITTE.

**2022**

### 891.993 kr. - det er værdien af vores sociale ansættelser i 2022

Vi har aldrig været i tvivl om den værdi, vores sociale ansættelser har skabt for både virksomhedens og medarbejdernes hverdag og liv. Men vi har ikke før tænkt over den samfundsøkonomiske værdi, der ligger i at hjælpe mennesker med at få fodfæste og et godt afsæt til arbejdslivet.

Til beregningen har vi brugt Den Sociale Bæredygtighedsberegner, der estimerer den minimumsgevinst, som virksomheder bidrager til samfundet med, når de ansætter og beskæftiger folk fra kanten af arbejdslivet.

Beregneren tager udgangspunkt i Socialstyrelsens tal for de samfundsmæssige besparelser og indtjening, der opnås, når tidligere langtidsledige mv. kommer i job. Besparelser som reducerede udgifter til overførselsindkomster. Og indtjening som øgede skatteindtægter.

Den Sociale Bæredygtighedsberegner er derfor et nyttigt værktøj til rapportering af virksomheders sociale bundlinje.



## Medarbejderbonus

Når vi ser tilbage på 2022, viser regnskabstallene et fantastisk år med en vækst på 40 %. Når vi så kigger rundt på kontoret og lageret, ser vi årsagen til denne vækst: Vores kompetente medarbejdere.

I løbet af 2022 har vores lagermedarbejdere pakket omkring 30.000 webshop-ordrer. Der er ingen tvivl om, at de løber stærkt for at yde en god service, som smitter positivt af på os som virksomhed og har sikret os en langvarig TrustPilot score på hele 4,9 på tværs af vores fire webshops.



**Vores medarbejdere er årsagen til, at det hele kører rundt.  
Vi er ét stort team.**

**Sara Rosborg Lagoni, Medejer & Digital Salgschef**

Derfor fejrer vi virksomhedens vækstrejse med vores medarbejdere og udbetaler en bonus på 15.000 kr., hvilket i øvrigt er for andet år i streg.





4

# VORES PERSPEKTIVERING



#### 4: VORES PERSPEKTIVERING

# VORES PERSPEKTIVERING

Dette er blot vores første bæredygtighedsrapport, og fremover vil vi rapportere på vores bæredygtige udvikling en gang om året. En tilbagevendende rapportering skal være med til at sikre, at vores virksomhedsstrategi fortsat tilpasser sig vores kunders og omverdenens bæredygtige præferencer.

Vores sunde fornuft har fra den spæde start kickstartet vores bæredygtige udvikling, sidenhen skubbet på for at drive virksomheden i den rigtige - og mere grønne - retning, hvilket den vil fortsætte med i fremtiden.

Det er denne bæredygtighedsrapport og vores gode historier et bevis på. Vi beholder vores sunde fornuft som solide pejlemærker til at fortsætte arbejdet med grøn omstilling af vores virksomhed.

#### Vores mål for 2023

Vi vil have stadfæstet en kulturbåret bæredygtighedsstrategi, som samtidig skaber engagement blandt medarbejderne. Det vil vi gøre ved at inddrage dem i vores grønne omstilling, så de føler sig som en del af processen, hvor deres gode idéer og stemmer bliver lyttet til.

Socialt vil vi fortsat arbejde for at skabe en arbejdsplads, hvor vores medarbejdere trives både socialt, fysisk og mentalt. Selvom virksomheden vokser vil vi stadig have minimum 30 % medarbejdere med særlige behov.



Vi har allerede set værdien i at danne lokale samarbejder med eksempelvis Viborg Jobcenter, Projekt Jobløft og Business Viborgs Ledelsesforum, hvorfor vi i 2023 vil søge nye og flere partnerskaber, der kan give viden, sparring og netværk til vores fortsatte rejse mod grønnere destinationer.

Herudover vil vi kigge ind i investeringer i nye maskiner, der enten kan nedbringe vores energi- eller ressourceforbrug. Vi vil være tætte på vores privat- og erhvervskunder og i dialog med vores producenter og leverandører, så vi sammen kan sikre nichemarkeders udvikling af produktsortimentet følger med kundernes efterspørgsel og mere bæredygtige præferencer.

Vi glæder os til at fremvise, hvilken værdi vores initiativer og tiltag har skabt for os og for vores medarbejdere, kunder og planet i bæredygtighedsrapporten for 2023.



# ANSVAR FOR RAPPORTENS INDHOLD

Ingen kan længere komme uden om at arbejde med bæredygtig udvikling. Om man er stor eller lille, skal man gøre en indsats for, at vi sparer på ressourcerne, passer på klimaet og sikrer gode vilkår for alle mennesker. Det gælder om at fokusere på det, der giver mening for virksomheden og der, hvor virksomheden har den største påvirkning.

FN's 17 verdensmål er pejlemærker for den retning, vi alle skal bevæge os i, og de 169 delmål er konkrete steder, man kan sætte ind for at hjælpe verden med at nå disse mål. Det er også en liste af nye forretningsmuligheder, som er gode for både top- og bundlinje. På den mere alvorlige note, er det en opskrift på at fremtidssikre virksomheden mod den stigende usikkerhed, de fleste virksomheder oplever.

En rapport for bæredygtig udvikling er et godt sted at starte. Den er med til at give et overblik over, hvad virksomheden allerede gør i dag, og hvor der med fordel kan sættes ind fremadrettet. Rapporten er med til at skabe struktur på arbejdet med bæredygtig udvikling og gør virksomheden i stand til at dokumentere handlinger og mål.

---

Denne rapport er udarbejdet af virksomheden **Carls.nu P/S 41438541**  
på basis af en skabelon, der er stillet til rådighed af Foreningen FN17 Business

Virksomheden, der har anvendt skabelonen, har selv ansvaret for rapportens indhold, herunder indholdets forhold til den til enhver tid gældende lovgivning. FN17 Business er derfor ikke ansvarlig for rapporten, og dens opbygning og indhold.

# PRODUKTER, KUNDER & MARKEDER

Hos filterbyen og filterstaden sælger vi  
sælger vi kvalitetsfiltre til ventilationsanlæg.

Carls.nu er Nordens største webshop inden for  
salg af slibematerialer til både erhverv,  
institutioner og private.



**Mission:** Vi vil være forhandleren med det bredeste udvalg af professionelle kvalitetslibematerialer til fordelagtige engrospriser og tilgængeligt for alle.



**Vision:** Vi vil være forbrugernes foretrukne webshop til ventilationsfiltre baseret på kvalitet og god service.



Vores produkter inkluderer filtermåtter, panelfiltre, pollenfiltre, kulfiltre



Vores kunder inkluderer både den private forbruger, erhverv og offentlige institutioner



Vores producenter og leverandører befinder sig inden for Europas grænser.



Vi leverer til Danmark, Grønland, Færøerne, Norge og Sverige.

## Filterbyens kerneværdier:

- 1. Høj kvalitet** - Vores ventilationsfiltre lever op til den gældende internationale teststandard for luftfiltre (ISO 16890)
- 2. Lave priser** - Med prisgaranti får du høj kvalitet til den bedste pris.
- 3. Kanon kundeservice** - Vi elsker at give en god kunderservice og sætter en ære i at levere ordren til tiden og til en altid god pris
- 4. Unik** - Vi skal altid have det, de andre har og ikke har
- 5. Socialt ansvar** - Hos os er der plads til alle, og vi har succes med at hjælpe folk tilbage i job, hvad end det er gennem flexjob eller virksomhedspraktik



# PRODUKTER, KUNDER & MARKEDER

På webshoppen Carls.nu sælger vi alt inden for:

- slibebånd
- sliberondeller- og skiver
- slibebark
- sandpapir i ruller
- slibesvampe
- slibehylstre
- slibebørste
- slibesten

Med mere end 20 års brancheerfaring inden for slibning og polering er vi specialister i sandpapir og slibematerialer.

Vi er en webshop, der har specialiseret sig i salg af sandpapir og slibematerialer.

Fra vores webshop eksporterer vi til Danmark, Grønland, Færøerne, Norge og Sverige.

Vores kunder er både erhverv, institutioner og private.

Med mere end 20 års brancheerfaring inden for slibematerialer og polering står vi altid klar til at rådgive vores kunder til at bestille det helt rigtige slibeudstyr, så de bliver stærkt rustet til de forestående slibeopgaver.

I 2019 lancerede vi vores eget mærke: Cool Abrasives. Vores produkter er skabt ud fra en stor viden om, hvad kundernes behov er, samt hvilke typer slibematerialer, der har den største effektivitet.

Faktisk er Carls.nu nordens største webshop inden for salg af slibematerialer til både erhverv, institutioner og private. Vi har specialiseret os i salg af sandpapir og slibematerialer



**Mission:** Vi vil være forhandleren i Norden med det bredeste udvalg af professionelle kvalitetsslibematerialer til fordelagtige engrospriser og tilgængeligt for alle.



**Vision:** Vi vil være gør-det-selv-folkets og håndværkerne foretrukne leverandør af slibematerialer, uanset hvad de skal slibe på.

## Vores 5 kerneværdier:

- 1. Vi gør os umage** - Vi ønsker at levere de helt rigtige slibematerialer til den enkelte kundes specifikke opgave
- 2. Stolthed og kvalitet** - Vi ønsker at være stolte forhandlere af slibematerialer, som vi kvalitetsmæssigt kan stå inde for
- 3. Unik** - Vi skal altid have det, de andre har og ikke har
- 4. Forlænge levetiden** - Vi ønsker at minimere køb-og-smid-væk-kulturen og derfor tilbyder vi slibepapir på specialmål, så vi hjælper til med at holde gang i de gode gamle slibemaskiner.
- 5. Socialt ansvar** - Hos os er der plads til alle, og vi har succes med at hjælpe folk tilbage i job, hvad end det er gennem flexjob eller virksomhedspraktik

I 2019 lancerede vi vores eget mærke: Cool Abrasives. Vores produkter er skabt ud fra en stor viden om, hvad kundernes behov er, samt hvilke typer slibematerialer, der har den største effektivitet.