

Hållbarhetsrapport 2024/2025

Bergendahls
ANNO 1922



eko
KANDA MARKEN. LÅGA PRISER.

Glitter

GRANIT®



Innehåll

Detta är Bergendahls _____ 3

Året i korthet och viktiga händelser _____ 4

Våra bolag _____ 5

VD-ord _____ 6

Vårt hållbarhetsarbete

Affärsmodell och hållbarhetsstrategi _____ 8

Styrning och riskhantering _____ 9

Väsentlighetsanalys _____ 10

Hållbara affärer _____ 12

Värderingsstyrd verksamhet _____ 13

Samhällsengagemang _____ 14

Bolagens hållbarhetsarbete

EKO Stormarknad _____ 15

Glitter _____ 16

Granit _____ 17

Bergendahls investeringsverksamhet _____ 18

Styrelsen _____ 19

Adress _____ 20

Detta är Bergendahls

Bergendahls ägs av tredje och fjärde generationerna i familjen Bergendahl. Vi är en av landets största familjeägda koncerner med hel- och delägda dotterbolag inom heminredning, mode och stormarknad. Därutöver finns en aktiv investeringsverksamhet.

Handelsverksamheten bestod vid utgången av verksamhetsåret av butikskedjorna EKO Stormarknad, Glitter och Granit. City Gross avyttrades under verksamhetsåret till Axfood. Investeringsverksamheten bestod av deläggande i företag inom långsiktigt stabila branscher med innehav i bland annat Swedish Logistic Property (SLP), Viva Wine Group och Aeternum Capital samt därutöver renodlad kapitalförvaltning.



24/25
Omsättning
3,3*
miljarder
kronor

*Exklusive avyttrade verksamheter

Antal
medarbetare
+1000*
(FTE)

Butiker i
5
länder

VÅR VISION

Affärsmässigt hållbart ägande för framtida generationer.

AFFÄRSIDÉ

Genom att göra långsiktigt goda affärer och sträva efter att utmana marknaden med innovativa idéer, skapar vi förutsättningar för våra verksamheter att utvecklas på bästa sätt. Vi agerar och anpassar oss till ändrade förutsättningar snabbare än marknaden i stort.



VÅRA VÄRDERINGAR

ANSVARSTAGANDE

Vi arbetar självständigt och tillsammans utifrån respekt, tillit och omtanke för varandra och för vår omgivning. Affärsmässighet, hållbarhet och långsiktighet är våra prioriteringar.

INKLUDERANDE

Vi står för lika rättigheter och möjligheter för alla medarbetare. Var och ens potential tas tillvara. Våra belöningssystem och arbetsvillkor är jämlika.

KUNDFOKUSERADE

I varje situation möter vi kunden utifrån dennes perspektiv och förväntningar. En positiv kundupplevelse är en angelägenhet för alla i koncernen.

RESULTATDRIVNA

Vi tar alla eget ansvar för att fullfölja påbörjat arbete, nå våra uppsatta mål och ständigt söka förbättringar. Genom innovativa lösningar och goda affärer lägger vi grunden för framtiden.

Året i korthet och viktiga händelser



EKO samlade in nästan 21 000 kr till **Barncancerfonden** med **matsvinnsdisken** i Fjälkinge.



EKO tecknade hyresavtal om **nya butiker** i **Malmö** och **Jönköping**.



Granit flyttade till nytt **yteffektivt** kontor med lägre **energianvändning**.



Granit samarbetar med kvalificerad **sourcingpartner** i Asien för **hållbar produktion**.



Glitter öppnade **9 nya butiker** under året.



Glitter samlade in **51 000 kronor** till Regnbågsfonden med unik **Pride-kollektion**.



Granit rekryterade **hållbarhetsansvarig** som stärker hållbarhetsarbetet i **inköp och beslut**.



Glitter förvärvade e-handelsaktören **SAFIRA**



City Gross avyttrades under verksamhetsåret till Axfood.

BARNCANCER FONDEN

EKO samlade in totalt **500 000 kr** till **Barncancerfonden**.

Bolagen (försäljning miljoner kronor)	24/25	23/24
EKO	2 269	2 021
Glitter	689	646
GRANIT	306	295

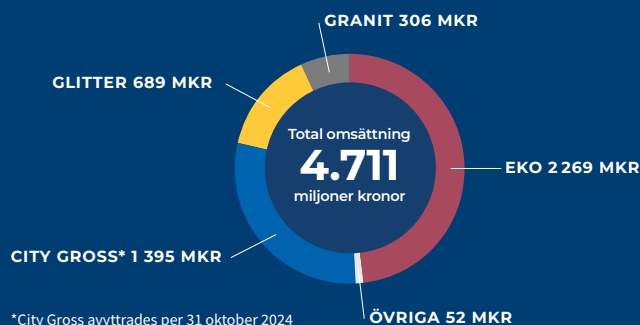


Våra bolag

Bergendahlskoncernen bestod vid verksamhetsårets utgång av dotterbolagen EKO Stormarknad, Glitter och Granit. City Gross avyttrades under verksamhetsåret till Axfood. Därutöver bedriver Bergendahls investeringsverksamhet som bidrar till att ge koncernen en mer diversifierad affär.



OMSÄTTNING PER BOLAG
1 september 2024 – 31 augusti 2025



EKO Stormarknads affärsmodell är att vara en shoppingdestination som erbjuder kända varumärken till låga priser. Konceptet är stormarknad och EKO erbjuder ett brett sortiment inom lågprissegmentet och utmanar med finare produkter. Idag har EKO 16 butiker i Sverige.



Glitter erbjuder ett brett sortiment av prisvärda smycken och accessoarer som passar både till vardags och till fest. Kedjan har stort fokus på personlig service, engagemang och ett genuint intresse för kunden. Glitter har 154 butiker i Sverige, Norge, Finland och Danmark, samt e-handel.



GRANIT erbjuder ett stort sortiment av smarta, tidlösa och funktionella inredningsprodukter för hela hemmet med målet att förenkla vardagen. Granit har ett etablerat butiksnätverk med 31 i Sverige, Norge, Finland och Tyskland, samt e-handel.

Stark finansiell position möjliggör framtida tillväxt

Verksamhetsåret 2024/2025 har varit ett både utmanande och händelserikt år där naturligtvis försäljningen av City Gross har varit den enskilt största händelsen. Som ett resultat av försäljningen har stort fokus under året varit på att skapa "nya Bergendahls" med en effektiv organisation som kan stödja framtida tillväxt. Bergendahls finansiella position är idag mycket god och den finansiella styrkan finns för att fortsätta att utveckla våra koncept EKO, Glitter och Granit samtidigt som vi bygger upp vår kapitalförvaltning.

De geopolitiska spänningarna påverkar i stor utsträckning de ekonomiska framtidsutsikterna, såväl globalt som i Sverige. Osäkerheten håller tillbaka utvecklingen och den ekonomiska återhämtningen tar längre tid än förväntat.

Även om lågkonjunkturen långsamt börjar släppa sitt hårda grepp håller våra konsumenter fortsatt hårt i plånboken vilket pressar lönsamheten. För det gångna verksamhetsåret nådde Bergendahlskoncernen en omsättning på 3,3 miljarder kronor exklusive avyttrade verksamheter vilket motsvarar en tillväxt om ca 10 procent. Tillväxten är dock primärt driven av nyetable-ringar inom EKO och Glitter. Koncernens rörelseresultat är fortsatt negativt.



"Även om lågkonjunkturen långsamt börjar släppa sitt hårda grepp håller våra konsumenter fortsatt hårt i plånboken vilket pressar lönsamheten. Bergendahls finansiella position är dock mycket god och i väntan på att konsumtionen ska ta fart fortsätter vi att utveckla våra koncept EKO, Glitter och Granit vilket möjliggör framtida tillväxt"

– Lars Ljungälv, koncernchef



Allt eftersom det ekonomiska läget vänder till det bättre spås hushållens konsumtion växa. Även om hushållens köpkraft är på uppåtgående så är det från ett svagt utgångsläge och många avvaktar nya inköp. I väntan på att konsumtionen ska ta fart arbetar vi med att spetsa vårt erbjudande och effektivisera organisationen så att vi är väl rustade när vändningen väl kommer.

Fortsatt låg köpkraft men ljusning i sikte

EKO fortsätter sin tillväxtresa och omsättningen för verksamhetsåret 2024/25 uppgår till nästan 2,3 miljarder. Marginalen har dock pressats av ofördelaktig försäljningsmix med en lägre andel sällanköpsvaror. I mars öppnade vi EKO i Växjö, kommande verksamhetsår öppnar vi upp vår 17:e butik i Jönköping samtidigt som butiken i Malmö kommer att flytta till nya ändamålsenliga lokaler. Under året har konceptet "Alltid på EKO" lanserats vilket ska driva volym och öka snittköp. Ett större arbete pågår också för att skapa plats för nya spännande kategorier och förutsättningar för framtida tillväxt och marginalförstärkning inom EKO.

Glitter fortsätter stärka sin position som ledande aktör inom lågprissegmentet för smycken i Norden och leverera ett resultat i paritet med föregående år. Trots vikande besöksantal har Glitter lyckats upprätthålla en väldigt fin lönsamhet och varit kostnadsmedvetna i sina beslut. Under våren förvärvades Safira till Bergendahls, vilket gör Glitters erbjudande ännu starkare och tillför även kompetens inom framförallt näthandel.

Granit fortsätter att successivt arbeta på sin långsiktiga plan att med krafttag förbättra lönsamheten. Under året har arbetet med att spetsa kunderbjudandet fortsatt samtidigt som Granit har skapat en väl fungerande organisation som möjliggör framtida tillväxt. Därutöver har Granit lagt ner sitt inköpskontor i Kina och startat nytt inköpsamarbete med extern part.

Koncernens investeringsverksamhet bidrar till att balansera riskerna. I samband med försäljningen av City Gross tillfördes ytterligare kapital till investeringsverksamheten. Aktieportföljen består i dag av ett antal större innehav där koncernen kan spela en aktiv roll som ägare kom-

pletterat med renodlad kapitalförvaltning för att ytterligare sprida riskerna. I samband med investeringarna görs också inventering av hållbarhetsriskerna.

Hållbarhetsarbetet växlar upp

Detta är Bergendahls fjärde årsrapport med huvudfokus på hållbarhetsrapportering. Under dessa år har hållbarhetsfrågorna etablerats som viktig punkt på agendan i samtliga dotterbolag och vi ser framsteg såväl vad gäller valda mål och data som när det gäller mognadsgraden i koncernen. Under innevarande år har arbetet med nästa fas intensifierats – att göra koncernen redo för att rapportera i enlighet med EU:s regelverk CSRD. Stort fokus har legat på den dubbla väsentlighetsanalysen där koncernens faktiska och potentiella påverkan på miljö, människor och samhälle har kartlagts. Vår ambition är att successivt utveckla både rapporteringen och det bakomliggande hållbarhetsarbetet i linje med omvärldens krav och förväntningar. Omnibus förslaget har dock inneburit att koncernens rapportering enligt CSRD har flyttats fram. Under 2026 förväntar vi oss att ännu tydligare

se effekterna av det förändringsarbete som har pågått i flera av våra bolag. Koncernen står stark och har en balanserad sammansättning som bidrar till att vi ser med tillförsikt på framtiden.

Lars Ljungälv, koncernchef

Affärsmodell och hållbarhetsstrategi



Hållbarhet ska genomsyra hela koncernen

Bergendahls har en ägarfamilj med stort engagemang och intresse för hållbarhet. Det ger oss en möjlighet att arbeta långsiktigt och successivt ställa om verksamheten. Koncernen har en hållbarhetsstrategi som kombinerar kundbehov med hållbar utveckling och affärsnytta. Det är Bergendahls styrelse som behandlar hållbarhetsfrågor ur ett strategiskt perspektiv och beslutar om riktningen för dotterbolagen samt för de investeringar som görs. Hållbarhetsstrategin är ett koncerngemensamt ramverk, där varje bolag ansvarar för implementering och definierar mål som kopplar till strategin.

Vårt bidrag till Agenda 2030

Agenda 2030 består av 17 globala mål och 169 delmål som syftar till att utrota fattigdom, stoppa klimatförändringarna och skapa fredliga och trygga samhällen. I linje med koncernens strategi och de mest väsentliga frågorna har målen 5, 8, 12 och 13 identifierats som de mål där koncernens handelsverksamheter har mest att bidra med.

Vägen framåt

Under verksamhetsåret har arbetet inletts med att förbereda koncernen för att rapportera enligt EU-direktivet CSRD, Corporate Sustainability Reporting Directive, och European Sustainability Reporting Standards, med fokus på miljö och sociala frågor samt företagsstyrning (ESG).



GLOBALA MÅLEN
för hållbar utveckling

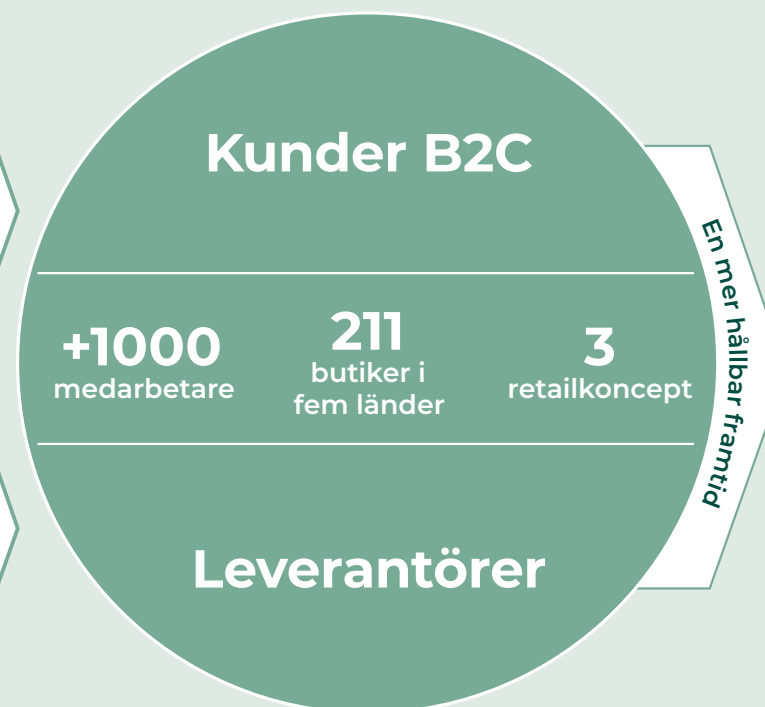
AFFÄRSMODELL

Värderingsbaserad verksamhet

- Värderingsstyrd och inkluderande arbetsplats
- Socialt ansvarstagande
- Resultatdrivet ledar- och medarbetarskap

Hållbara affärer med kunden i fokus

- Klimatbra och effektiv verksamhet
- Ansvarstagande leverantörer
- Noga utvalt sortiment och cirkulära framsteg



Styrning och riskhantering

Bergendahls har antagit policys för effektiv styrning av verksamheten. Till dessa hör en hållbarhetspolicy som utgör ett ramverk för hållbarhetsarbetet.

Det finns en uppförandekod för leverantörer med målet att samtliga leverantörer på sikt ska omfattas av denna. Det finns även en medarbetarkod som alla medarbetare utbildas i. HR-policyn utgör ett ramverk för koncernens bolag i egenskap av arbetsgivare. Därutöver finns en säkerhetspolicy och en antikorrupsionspolicy. Dotterbolagen har även egna policys. På Bergendahls råder nolltolerans mot korruption i alla dess former. Antikorrupcion är en viktig del såväl i medarbetarkoden som i det löpande arbetet med riskanalyser och stöds av koncernens visselblåarsystem.

Samtliga policys ses årligen över inom ramen för styrelsearbetet i Bergendahl & Son AB. Ansvar för respektive bolags hållbarhetsarbete ligger hos VD. Ytterst ansvarig för att säkerställa att arbetet följs upp och drivs enligt fastställda policys är Bergendahls koncernchef. Styrelsen är ansvarig för hållbarhetsrapporten.



Proaktiv riskhantering

Att bedriva affärsverksamhet medför risker och Bergendahlskoncernen arbetar systematiskt med riskhantering. Styrelsen följer upp koncernbolagens risker för att säkerställa ett konsekvent ansvarstagande och förmågan att nå uppsatta mål. Riskerna delas in i fyra områden; strategiska risker, operativa risker, finansiella risker och efterlevnadsrisker.

Koncernen har en säkerhetspolicy och en riskhanteringsmetodik som är gemensam för samtliga bolag. Riskhantering är en självklar del av det dagliga arbetet. Varje bolag ansvarar för att regler och rutiner efterlevs och att god riskmedvetenhet är förankrad i verksamheten.

Hållbarhetsrisker är ofta svåra att separera från andra risker. De rör ytterst risker kopplade till miljö och klimat, sociala faktorer och bolagets styrning och är därmed sammanflätade med de vanliga operativa riskerna. För handelsverksamheter är en stor del av hållbarhetsriskerna kopplade till inköp och leverantörer. Dotterbolagen arbetar med att löpande utvärdera och riskbedöma respektive bolags leverantörskedja, med fokus på hållbarhet och övriga affärsrisker.

Visselblåarsfunktion

För Bergendahls är hög affärsetik och ett öppet företagsklimat av största vikt. En konkret åtgärd för att uppnå detta är möjligheten för våra medarbetare att anonymt berätta om missförhållanden eller misstänkta beteenden som går utanför våra riktlinjer, policys, eller sådant som kan skada personer, miljön eller företaget i vårt visselblåarsystem. Syftet är att stärka medarbetarnas trygghet på arbetsplatsen och upprätthålla allmänhetens och kundernas för-

troende för verksamheten. Informationen som lämnas är krypterad och visselblåsarens identitet behandlas konfidentiellt genom hela processen.

Det har inkommit 7 ärenden under året som samtliga är hanterade och avslutade. Vi är tacksamma att våra anställda vill uppmärksamma oss på när saker inte uppfattas stå rätt till i organisationen.

Vår dubbla väsentlighetsanalys

Under verksamhetsåret genomfördes en dubbel väsentlighetsanalys för att få en tydlig bild av koncernens påverkan på människor och miljö samt de risker och möjligheter som är mest relevanta för koncernens verksamhet. Analysen genomfördes i enlighet med EU direktivet Corporate Sustainability Reporting Directiv (CSRD) och European Sustainability Reporting Standards (ESRS) och utgår från två kompletterande perspektiv: inverkansväsentlighet, som visar vilka frågor som är mest betydelsefulla för människor, miljö och samhälle, samt finansiell väsentlighet, som visar vilka frågor som kan få störst konsekvenser för Bergendahls affär, konkurrenskraft och långsiktiga lönsamhet.

Arbetet omfattade en genomgång av hela koncernens värdekedja, våra intressenter samt interna analyser av risker och möjligheter. Genom denna process kunde vi identifiera och rangordna de frågor som har störst betydelse för både vår omvärld och koncernens egna verksamhet.

Den dubbla väsentlighetsbedömningen resulterade i fem områden som är särskilt viktiga för Bergendahls verksamhet: att minska bolagens klimatpåverkan, att använda resurser effektivt och bidra till en cirkulär ekonomi, att värna om våra medarbetare, att säkerställa goda arbetsvillkor i koncernens värdekedja samt att stärka transparens och ansvar inom bolagens företagsstyrning. Detta resultat utgör en viktig grund för koncernens fortsatta hållbarhetsarbete genom att tydliggöra vilka områden som är mest betydelsefulla för oss, hur vi ska rikta våra insatser, vilka mål vi sätter samt hur vi kan följa upp och skapa värde både för våra verksamheter och för samhället i stort.



Våra mest väsentliga områden

Klimatförändringar

Klimatfrågan är en av de största utmaningarna i vår tid och därför en central del av Bergendahls hållbarhetsarbete. Vår koncern ger upphov till växthusgasutsläpp i flera delar av vår värdekedja – framför allt från produktionen av de varor vi säljer, men också från transporter samt drift av lokaler, butiker och lager. Därför är det viktigt att alla bolag successivt minskar sina utsläpp och energianvändning för att bidra till omställningen och möta framtida krav.

Cirkulär ekonomi och resursanvändning

Bergendahls använder stora volymer material i vid produktion och försäljning, vilket gör att resursförbrukning och avfallshantering är centrala frågor. Att på sikt utveckla mer cirkulära lösningar och fortsätta minska koncernens avfall är därför en prioritering som kan ge både miljönytta och stärka Bergendahls beredskap för framtidens behov.

Egna medarbetare

Alla medarbetare inom Bergendahlskoncernen är avgörande för vår framgång och därför ett av de viktigaste områdena i vårt hållbarhetsarbete. Faktorer som arbetsbelastning, stress och arbetsmiljö kan ha stor

betydelse både för individen och för koncernen som helhet. Vi strävar efter att varje bolag ska ha en trygg, hälsosam och utvecklande arbetsmiljö där alla kan trivas och växa. Samtidigt arbetar bolagen också långsiktigt med kompetensförsörjning och medarbetarutveckling för att stärka engagemanget och skapa förutsättningar för en hållbar verksamhet.

Arbetstagare i värdekedjan

Varje bolag i Bergendahlskoncernen är beroende av leverantörer i många olika länder där risken för bristande arbetsvillkor, låga löner och tvångsarbete är högre. Därmed blir frågor som arbetsvillkor och mänskliga rättigheter i värdekedjan väsentliga att ta hänsyn till. Vi ser att ansvarsfulla samarbeten med grossister och tydliga krav är viktiga delar i detta arbete.

Ansvarsfullt företagande

En stark företagskultur och tydliga principer för ansvar och etik är viktiga för koncernens långsiktiga förtroende. Vi vill undvika ohälsosamma arbetsförhållanden, tystandskultur och bristande förtroende i alla bolag inom koncernen. Ambitionen är därför att utveckla transparens, styrning och rutiner som bidrar till trygghet för medarbetare, kunder och samhället i stort, och bolagen arbetar fortlöpande med att stärka dessa delar.



Hållbara affärer

Bergendahls arbetar för att minska klimatpåverkan. Det gör koncernen genom att utveckla erbjudandet till att bli så hållbart som möjligt. Med ett noga utvalt sortiment, godkända samarbetspartners och tydliga mål, möter vi kundernas krav. Koncernen arbetar totalt med ett femtontal olika miljömärkningar och ökar andelen miljömärkta och certifierade produkter.

Hållbar verksamhet

Dotterbolagen har formulerat egna hållbarhetsmål med utgångspunkt i koncernens övergripande ambitioner. Målen gör det möjligt att följa utvecklingen över tid och styra mot det långsiktiga målet om hållbara affärer. Det arbetet har även medfört att bolagen har ökat sin kunskap om verksamhetens påverkan.

Samtliga dotterbolag har idag hållbarhetsansvariga för att driva på arbetet och förbereda rapportering i enlighet med CSRD. Insatserna för att mäta respektive bolags klimatpåverkan enligt GHG-protokollet pågår.

Ansvarstagande leverantörer

Bergendahls uppförandekod för leverantörer bygger på etablerade riktlinjer från FN och ILO. Uppförandekoden beskriver koncernens förväntningar vad det gäller ett etiskt, socialt och miljömässigt arbetssätt. Dotterbolagen arbetar aktivt med att utveckla sina leverantörskedjor för att säkra ett attraktivt och hållbart sortiment, samt för att reducera komplexiteten och öka flexibiliteten. Koncernens leverantörer har signerat uppförandekoden eller påvisat motsvarande dokument. En systematisk riskkartläggning av leverantörskedjorna sker i samtliga dotterbolag.

Resultat 2024/2025

Bolag	Sätter egna hållbarhetsmål	Följer upp /mäter hållbarhetsmål	Har inlett arbetet med att mäta klimatutsläpp (GHG)	Följer upp risker i leverantörskedjan
EKO Stormarknad	Ja	Ja	Ja, pågår	Inleds 2025/2026
Glitter	Ja	Ja	Ja, pågår	Ja
Granit	Ja	Ja	Ja, pågår	Ja



Värderingsstyrd verksamhet

Bergendahls ska vara en öppen och inkluderande arbetsgivare där alla kan utvecklas för att nå koncernens gemensamma mål. Koncernens värderingar är nyckeln till hur vi skapar en god arbetsplats för medarbetarna. Medarbetarkoden är dokumentet som visar vägen.

En inkluderande arbetsplats

Bergendahls är en organisation som värderar öppenhet och förtroende. Det gör att vi kan ta tillvara på allas olikheter, vilket bidrar till vår gemensamma framgång. Det är viktigt att alla medarbetare får bidra utifrån den de är, sin kompetens, sina erfarenheter och idéer. Medarbetarna tränas för att lära sig mer om uppförandekoden, om koncernens förväntningar på dem och vilka förväntningar de kan ha på Bergendahls som arbetsgivare. Målet är att samtliga medarbetare ska genomgå utbildningen, vilket ställer krav på kontinuerliga utbildningsinsatser för att fånga upp nya medarbetare i bolagen.

Med hjälp av identifierade KPI:er kan efterlevnaden av koden och ytterst av koncernens kärnvärden följas. Därmed säkerställs att Bergendahls värderingar gör skillnad och driver en förändring i hela verksamheten. Till höger ser du de viktigaste måtten och periodens resultat.

God arbetsmiljö och hälsa är viktigt för koncernen. Under perioden har ett åttiotal arbetsplatsrelaterade olyckor och incidenter inträffat, vilket är jämförbart med i fjol. Det absoluta flertalet är lindriga, men ett fåtal har krävt vård och sjukfrånvaro. Respektive bolag jobbar för att dra lärdom och undvika liknande händelser i framtiden.



Resultat 2024/2025

Bolag	Andel medarbetare utbildade i koden	Antal incidenter av korruption	Frånvaro, korttid 0-14 dagar (%)
EKO Stormarknad	88 %	0	2,72 %
Glitter	88 %	0	3,0 %
Granit	85 %	0	3,38 %
MÅL	100 %	0	Mål 4 %



Samhällsengagemang

– viljan att ge tillbaka

För Bergendahls har samhällsengagemang alltid varit högt prioriterat. Koncernens vision "affärsmässigt hållbart ägande för framtida generationer" återspeglas i ett starkt samhällsengagemang, som drivs både av vår ägarfamilj och av bolagens medarbetare. Samtliga dotterbolag var aktiva i olika samhällsengagemang under verksamhetsåret.

Smycken för ökad tolerans



Glitter har under verksamhetsåret etablerat ett samarbete med Regnbågsfonden som står bakom Pride i Norden. En särskild kollektion togs fram och såldes inför festivalerna, vilket totalt inbringade cirka 51 000 kronor till den ideella organisationen.



Glitter bidrar även till Minutdagen som ger stöd till cancersjuka barn. Genom att erbjuda runda-upp-i-kassan samt andra lokala aktiviteter har Glitter bidragit med 112 000 kronor till Rädda Barnen.

Samarbete med Rädda Barnen



FOTO: SAVE THE CHILDREN

Sedan 2021 är Bergendahls samarbetspartner till Rädda Barnen, en organisation som arbetar där den gör mest nytta för barn, både i Sverige och internationellt. Under verksamhetsåret har koncernen gemensamt bidragit med cirka 173 000 kronor till insatser i utsatta områden, samt för att hjälpa ungdomar in på arbetsmarknaden.



BARNCANCER FONDEN

Stöd till cancersjuka barn



Martin 7 år, njurtumör

EKO samarbetar med Barncancerfonden, bland annat genom två årliga auktioner och möjligheten att "runda av uppåt" till förmån för fonden vid betalning i butik. Under det gångna verksamhetsåret har kedjan på detta sätt kunnat bidra med 500 000 kronor.



EKO samlade även in nästan 21 000 kr till Barncancerfonden med satsningen Matsvinnsdisken i butiken i Fjälkinge. I stället för att slänga varor med kort datum får kunderna möjligheten att ta med dessa hem utan kostnad. De som vill har möjligheten att ge en gåva till Barncancerfonden.

EKO Stormarknad



EKO Stormarknad har växt kraftigt de två senaste verksamhetsåren, 2023/2024 och innevarande verksamhetsår 2024/2025. Trots en fortsatt svagare efterfrågan nådde kedjan över två miljarder i omsättning, inklusive de fyra nya butiker som öppnats de senaste åren varav den sista butiken innevarande verksamhetsår. För EKO:s största butik i skånska Fjälkinge, tillika testbutik, har en utbyggnad på 2000 kvm gjorts, en ny butik i Växjö har öppnats och kontrakt har tecknats för en ny butikslokal i Malmö då EKO vuxit ur sin gamla lokal. Upplevelsen för kunden i butik prioriteras högt av EKO och efter att alla medarbetare utbildats i kundservice förra verksamhetsåret har vi innevarande verksamhetsår sett en tydlig trend i ökad nöjdhet hos våra kunder men även hos våra medarbetare.

EKO arbetar med energibesparande åtgärder och som ett led i det arbetet installeras Lowerys lösning i alla butiker för att centralisera och samla alla fastigheters energidata i syfte att förstå vår energiförbrukning för att därefter kunna prioritera och kontrollera vår förbrukning. Att minska svinnet är högt prioriterat. EKO har därför beslutat att vår svinnhylla ska rullas ut i alla våra butiker. Svinnhyllan är för varor som annars skulle kasseras skänks bort och där kunderna uppmanas att skänka pengar till Barncancerfonden. Det minskar svinnet och avfallet samtidigt som medel går

till EKO:s strategiska partner för samhällsengagemang.

Ett annat viktigt insatsområde är de egna medarbetarna. Under verksamhetsåret har ett ledarutvecklingsprogram tagits fram för våra nuvarande och framtida ledare. Varje deltagare får en individuell utvecklingsplan som revideras varje år. Målbilden är att stärka ledning och styrning och öka attraktiviteten för EKO som arbetsgivare. Ett annat viktigt mål är att säkra successionen då största andelen av våra rekryteringar för ledare ska ske internt. Majoriteten av våra ledare har påbörjat programmet och nästa steg är att involvera våra framtida ledare. Under året har alla våra medarbetare erbjudits ytterligare en friskvårdsförmån genom Wellr appen. Wellr är en hälsoapp som fokuserar på åtta olika hälsområden såsom t ex alkohol, sömn, stress, kost och fysisk aktivitet. Detta drivs som ett pilotprojekt under 2025.

Arbetet med att säkerställa att sortimentet är hållbart fortsätter och det är ett krav för samarbete med oss att våra leverantörer är anslutna till vår uppförandekod.

"EKO har barnfamiljer som kärnmålgrupp och samarbetet med Barncancerfonden kommer från hjärtat. Vi genomför årligen två auktioner som ger över en halv miljon kronor till Barncancerfonden och som dessutom skapar stolthet och sammanhållning internt."

Ted Berggren, VD EKO.



eko
GODA VÄRDE. LÅG PRIS.

Ägarandel
100

Omsättning
2 269 MKR
(2021)

Butiker
16

Medelantal anställda
408

VD: Ted Berggren

Hållbarhetschef: Katarina Lanséus

Huvudkontor: Fjälkinge

Marknader: Sverige

**Minska brännbart
osorterat avfall**

40,5%
brännbart avfall

(Mål brännbart
avfall <40 %)

**Fördelning
ledande positioner**

40,5% män
59,5% kvinnor
(Mål 40%)

eNPS

51
eNPS

(mål 15)

Glitter



Glitter har sedan flera år tillbaka levererat starka resultat och byggt en stabil grund för fortsatt utveckling. På en utmanande marknad under året har vi lyckats leverera ett stabilt resultat. Det visar vår förmåga att vara flexibla, fokuserade och långsiktiga i vårt arbete. Hållbarhet är för oss både ett ansvar och en möjlighet – ett ansvar att ta hand om människor och resurser, och en möjlighet att växa långsiktigt och skapa värde för kunder, medarbetare och ägare.

Glitter växer och utvecklas – under året har vi öppnat nio nya butiker, vilket gör att vi kan möta våra kunder på fler platser. Under året förvärvade vi även Safira, som är en e-handels aktör inom smycken med ett tydligt hållbarhetsfokus. Safiras smycken är tillverkade till övervägande del av återvunnet äkta silver eller äkta silver pläterat med 18 eller 24 karat guld, vilket speglar Safiras fokus på hållbarhet.

Vi har under året bytt från en intern testpartner till ett ackrediterat labb, för kvalitetskontroll och testning av kemikalier för en bättre säkerhet. Inköpsavdelningen har under året utbildats i uppdaterade lagkrav gällande kemikalier, hållbarhetsaspekter för material, generell produktssäkerhet samt risker inom supply chain, för att höja kompetensen inom dessa områden.

Vår **Glitterkultur** och våra **kärnvärden** är centrala – de präglar hur vi arbetar, prioriterar och förhåller oss till kunder och kollegor. Våra engagerade medarbetare är avgörande för vår framgång tillsammans med vår starka vinnande kultur och medarbetarnas vilja att utveckla både sig själva och bolaget.

Vi vet också att en hållbar arbetsgivare är en som värnar om både bolaget, sina medarbetare och förmågan att leverera stabila resultat över tid.

Vårt arbete inför den kommande CSRD-rapporteringen har varit ett viktigt arbete för Glitter, framför allt kopplat till vår dubbla Väsentlighetsanalys, som både gett oss insikter och bekräftelse på vad vi ska fortsätta prioritera.

Under året har vi arbetat **målmedvetet** med att **utveckla kundupplevelsen**, bland annat genom en riktad utbildningsinsats för våra butikschef, samt fortsatt att göra mätningar tillsammans med en extern samarbetspartner. I Kundbarometern, en oberoende undersökning som gjorts i Sverige, kom Glitter på **topp 3** med utmärkelsen **"Fantastiska kundmöten 2025"**.

Samhällsengagemanget är fortsatt högt prioriterat. Genom samarbeten med **Rädda Barnen** och **Regnbågsfonden** i samband med **Pride**, bidrar vi till viktiga lokala och nordiska insatser.

"Vi har åter igen levererat ett starkt stabilt resultat. Under året har vår verksamhet vuxit genom nya butiker och förvärvet av Safira. Vår starka vinnande kultur tillsammans med våra engagerade medarbetare gör mig väldigt stolt och tacksam, där våra värderingar genomsyrar allt i vår vardag. Vi visar att allt är möjligt även i utmanande tider."

Susanne Börjesson, VD på Glitter.

Glitter

Ägarandel
100

Omsättning 24/25
672 MKR
(f.å. 646)

Butiker
163

Medelantal anställda
518
(f.å. 492)

VD: Susanne Börjesson

Hållbarhetschef: Anette Hansen

Huvudkontor: Stockholm

Marknader: Sverige, Norge, Danmark, Finland

Uppförandekod

88%
medarbetare utbildade i uppförandekoden
(87%)

Ökad andel hållbart producerad silver

68%
andel hållbart producerad silver i Green Factory
(65%)

Fortsatt hög återvinningsnivå i butik

96%
källsortering av plast- och pappers-
emballage
(96%)

Jämförelse med föregående år inom parentes

Granit

Det gångna verksamhetsåret har varit både utmanande och lärorikt för **Granit**. Efter en något starkare start har marknaden präglats av svagare efterfrågan och internationell osäkerhet, där förändringar i tullar har påverkat både inköp och prissättning. Trots detta har vi fortsatt att utveckla verksamheten för att stärka vår långsiktiga lönsamhet. Som en del av detta arbete har vi stängt ett antal butiker, vilket gör att vi kan fokusera på rätt platser och bygga långsiktigt hållbara strukturer.

Ett viktigt steg under året var rekryteringen av en hållbarhetsansvarig som är integrerad i inköpsprocessen. Rollen säkerställer att hållbarhet genomsyrar alla beslut och gör det möjligt för oss att systematiskt kartlägga produkter och leverantörer, samt säkerställa att vi lever upp till både nuvarande och framtida regelverk.

För Granit är produkter och tillverkningsprocesser själva kärnan i hållbarhetsarbetet. Vi samarbetar med en kvalificerad sourcingpartner i

”Vårt mål är att varje ny produkt i sortimentet ska vara både hållbar och inspirerande – något som gör skillnad i vardagen för våra kunder.”

Håkan Åkerström, VD Granit Funktion & Förvaring AB.



VD, HÅKAN ÅKERSTRÖM

Asien, som hjälper oss att säkerställa att våra krav på ansvar och hållbarhet efterlevs enligt både BSCI och våra egna standarder. Vårt mål är att sortimentet inte bara ska vara hållbart i material och produktion, utan också inspirerande och relevant för våra kunder. Genom nära samarbete med leverantörer och en kontinuerlig utveckling av sortimentet skapar vi produkter som är ansvarsfullt framtagna, långsiktigt hållbara och bidrar till en attraktiv kundupplevelse.

Hållbarhet är inte en sidofråga för **Granit** – det är en självklar del av vår identitet och vårt erbjudande. Våra kunder förväntar sig hållbara produkter, och vi vill alltid överträffa dessa förväntningar. Genom att förena hållbarhet med kreativitet, kvalitet och ansvar i hela värdekedjan vill vi fortsätta vara en inspirationskälla och ett naturligt val för dem som vill handla med omtanke.

GRANIT

Ägarandel
100



Nettoförsäljning
306 MKR
(295)

Butiker
31



Medelantal anställda
158

VD: Håkan Åkerström
Hållbarhetschef: Sebastian Olsson
Huvudkontor: Stockholm
Marknader: Sverige, Norge, Finland, Tyskland



Hållbarhetsmärkta produkter
(andel av försäljning)

Andel kvinnor i
företagsledningen

Reklamationsandel (%)

36,7%
(mål 35%)

67%
(mål 50%)

0,9%

Bergendahls investeringsverksamhet

Koncernens investeringsverksamhet bidrar till att balansera riskerna. I samband med försäljningen av City Gross tillfördes ytterligare kapital till investeringsverksamheten. Aktieportföljen består i dag av ett antal större innehav där koncernen kan spela en aktiv roll som ägare kompletterat med renodlad kapitalförvaltning för att ytterligare sprida riskerna. Inför ett investeringsbeslut värderas det potentiella innehavet utifrån Bergendahls värderingar och med beaktande av möjliga hållbarhetsrisker för att säkerställa att investeringen är rätt.

Portföljen består i dag av bolag i branscher såsom fastigheter, livsmedel och finans. De större innehaven kompletteras av ren kapitalförvaltning.

Swedish Logistic Property (SLP)

SLP är ett snabbt växande svenskt fastighetsbolag som förvärvar, förädlar och förvaltar logistikfastigheter. SLP är noterat på Nasdaq Stockholm sedan 2022. Bergendahls andel av kapitalet är 2,4 procent.

Viva Wine Group

Viva Wine Group är Nordens ledande vinkoncern med stark position på den europeiska e-handelsmarknaden. Viva Wine Group är noterat på Nasdaq First North Premier Growth Market sedan 2021. Bergendahls andel är 7,87 procent och koncernchef Lars Ljungälv sitter i styrelsen.

Aeternum Capital

Aeternum är en alternativ investeringsförvaltare med fokus på att utöva ett aktivt ägande för att driva hållbart värdeskapande i nordiska kvalitetsbolag. Bolaget förvaltar kapital åt Bergendahls.





Bergendahls
— ANNO 1922 —

Bergendahl & Son AB

Södra Promenaden 55, SE 211 38, Malmö

www.bergendahls.se