

KAFFEROSTERIET
LÖFBERGS
ETABLERAT 1906

Hållbarhetsredovisning 2025



Highlights

Minskade utsläpp från våra rosterier

Under året återgick vi till biogasol i våra svenska rosterier. Det har minskat utsläppen i scope 1 med 43 % under 2025. **Läs mer på sidan 22.**

Uppskalning av agroforestry i Brasilien

Agroforestry hjälper kaffeodlare att möta klimatförändringar och skapa tryggare skördar. Från tidigare års pilotstudie i Brasilien har arbetet nu skalats upp och etablerats på fler gårdar, vilket stärker jordhälsan, ökar motståndskraften mot extremväder och ger tydlig klimatnytta. **Läs mer på sidan 39.**

Utvecklingsprojekt som rustar småskaliga kaffebönder

Våra utvecklingsprojekt bidrar till bättre utvecklings- och levnadsvillkor för småskaliga kaffebönder, och inom ramen för International Coffee Partners och coffee&climate har vi nu stöttat över 195 000 odlare. **Läs mer på sidan 40.**

Först i Sverige med regenerativt kaffe

Ett viktigt steg i vårt hållbarhetsarbete togs när vi som första aktör i Sverige, och bland de första i Europa, köpte in en container med kaffe certifierat enligt Regenerative Organic Certified®. **Läs mer på sidan 42.**

100 % fossilfria sjöfrakter

Genom att fortsätta investera i 100 % fossilfria sjöfrakter har vi eliminerat hela avtrycket vilket under 2025 inneburit en besparing på 1 400 ton CO₂. **Läs mer på sidan 48.**

Fortsatta kliv mot cirkulära och förnybara förpackningar

Hela vårt sortiment av hela bönor har konverterats till monomaterial, förpackningar designade för återvinning. Ett viktigt steg i arbetet mot 100 % cirkulära och förnybara förpackningar. **Läs mer på sidan 50.**

Lansering av Sveriges första kaffejord

Sveriges första kaffejord ger kafferester från vår produktion nytt liv i en torvfri krukväxtjord. Tillsammans med Evergreen Garden Care visar vi hur cirkulära lösningar kan minska svinn, ta tillvara resurser och bidra till mer hållbara handlingar även utanför kaffets värld. **Läs mer på sidan 55.**

Fördjupad kunskap från odlarland skapar värde för våra kunder

Att få uppleva odlarens vardag i Nicaragua gav vår specialistavdelning Coffee Experts en unik närhet till både hantverket och människorna bakom kaffet. Den fördjupade förståelsen tas med in i mötet med kunder, i form av berättelser och konkreta exempel som gör kopplingen mellan hållbarhet och kvalitet både levande och relevant. **Läs mer på sidan 68.**

42 miljoner kronor till småskaliga kaffebönder

Våra inköp av råkaffe från Fairtrade-certifierade odlingar har bidragit med 42 miljoner kronor i premier till kooperativ, inklusive extra betalningar för ekologisk odling till småskaliga kaffeodlare. **Läs mer på sidan 69.**

Innehåll

Om redovisningen

AB Anders Löfberg, organisationsnummer 556279-8966, är ett privat aktiebolag med säte i Karlstad, Sverige. Hållbarhetsredovisningen för AB Anders Löfberg upprättas på koncernbasis och omfattar samtliga av dess dotterbolag. En fullständig förteckning över ingående bolag samt deras registrerade adresser finns på sidan 75.

Följande SNI-koder (motsvarande Nace-koder) omfattar koncernens verksamhet:

- 10.830 - Framställning av te och kaffe
- 46.370 - Partihandel med kaffe, te, kakao och kryddor
- 68.203 - Uthyrning och förvaltning av egna eller arrenderade, andra lokaler
- 70.100 - Verksamheter som utövas av huvudkontor

Hållbarhetsredovisningen avser perioden 1 januari 2025 till 31 december 2025 och har upprättats med stöd av VSME:s grundmodul och omfattande modul. Om inte annat särskilt anges, redovisas alla belopp i tusental svenska kronor. Uppgifter inom parentes avser föregående år. Hållbarhetsredovisningen publiceras på svenska och engelska; vid eventuella skillnader mellan språkversionerna gäller den svenska versionen som original.

OM OSS.....	4
Löfbergs i korthet	5
CEO har ordet	6
Om Löfbergs	8
VÅR HÅLLBARA RIKTNING	12
Framåt sedan 1906.....	13
Vår hållbara resa.....	14
Vårt ramverk för hållbar utveckling	16
Utmaningar för framtidens kaffe	18
Vår värdekedja – från böna till kopp	19
Översikt – vårt arbete inom olika hållbarhetsområden	20
Vårt klimatarbete	22
Samarbeten och initiativ	26
Vår Due Diligence-process – ett systematiskt arbetssätt för mänskliga rättigheter och miljö	28
Vår hållbarhetsstrategi.....	31
SCHYSST ODLING.....	32
Härifrån köpte vi vårt kaffe 2025	34
Utmaningar och affärsrisker	35
Spårbarhet som grund för schysst kaffe	36
Samarbeten och utvecklingsprojekt.....	38
Tredjepartscertifieringar – en viktig del av vår verktygslåda för ett schysstare kaffe.....	42
SCHYSST PRODUKTION.....	44
Ledningssystem, certifikat och affärestiskt ansvar i hela värdekedjan	46
Fossilfria sjöfrakter	48
Påverkansfaktorer i produktionen	49
Vår resa mot cirkulära och förnybara förpackningar.....	50
Mindre avfall	54
Våra medarbetare.....	56
SCHYSST KONSUMTION	60
Vårt sortiment – vårt ansvar	62
Certifieringar och märkningar	64
Att nå ut med hållbarhetskommunikation.....	66
Lokalt samhällsengagemang	70
OM HÅLLBARHETSREDOVISNINGEN.....	74



OM OSS

Löfbergs i korthet.....	5
CEO har ordet.....	6
Om Löfbergs.....	8

Löfbergs i korthet

LÖFBERGS

2025-01-01 – 2025-12-31



RÖRELSERESULTAT

-40* \$
miljoner kronor
(104 miljoner kronor)

BALANSOMSLUTNING

1 483 ⚖️
miljoner kronor
(1 310 miljoner kronor)

3 441 🔄
miljoner kronor
(2 765 miljoner kronor)



10,5 miljoner koppar
KAFFE per dag



26 421 ton
producerat KAFFE



151 ton
producerat TE



42 miljoner SEK
i Fairtrade-premier och extra
betalningar för ekologisk odling



75 %
förnybart förpackningsmaterial



-43 % CO₂e
klimatutsläpp i egen verksamhet
jämfört med föregående år



Familjen Löfberg,
ägare i tredje och
fjärde generationen.

VARUMÄRKEN



*Peter Larsen
Kaffe®*

KOBBS
ESTABLERAT 1809

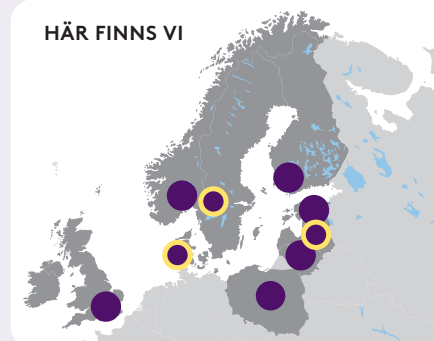
MEDARBETARE



317
(316)

I genomsnitt under rapporterings-
perioden, heltidsekvivalenter

HÄR FINNS VI



● Marknadsbolag ● Rosteri

* Resultat har påverkats negativt av en extraordinär händelse kopplad till avsteg från interna riktlinjer inom råvaruhandeln. Åtgärder har vidtagits och den underliggande verksamheten är fortsatt stabil och lönsam.

CEO har ordet:

Hållbarhet och långsiktighet i en föränderlig värld

Under det senaste året har världen visat oss hur snabbt saker kan förändras. Konflikter, ekonomisk osäkerhet och klimatförändringar formar en alltmer fragmenterad värld. I sådana tider blir det tydligt hur viktigt det är att hålla ihop och agera tillsammans – ingen kan lösa de stora utmaningarna ensam.

Kaffe är en global produkt där varje kopp speglar ett komplext samspel mellan odlare, rostare och konsumenter. När många offentliga organisationer minskar sitt bistånd blir näringslivets engagemang ännu viktigare. Vårt ansvar att tillsammans skapa långsiktiga lösningar har aldrig varit större.

Samtidigt förändras spelreglerna snabbt. Nya lagar och direktiv, som CSRD och EUDR, ställer höga krav på transparens och spårbarhet. Att Europeiska kommissionen återigen skjuter upp implementeringen av EUDR visar att långsiktigt arbete ofta kräver mod – särskilt när vägen framåt är osäker. Företag som vill ligga i framkant investerar tid och resurser som andra gärna undviker. Här är det tydligt att det krävs både strategisk och kommersiell förankring för att hålla fokus och driva hållbarhetsarbetet framåt.

Efterfrågan på våra produkter och tjänster är fortsatt stark, och vårt hållbarhetsarbete skapar ett tydligt mervärde för kunder och partners. Vi fortsätter att utveckla vårt erbjudande, samtidigt som vi mött utmaningar på en otroligt volatil råvarumarknad.

Under året påverkades företagets finansiella resultat negativt av en extraordinär händelse där interna riktlinjer och rutiner kopplat till råvaruhandeln frångicks. Händelsen hade en väsentlig påverkan på lönsamheten. Åtgärder har vidtagits för att stärka styrning och kontroll, och koncernens underliggande verksamhet är fortsatt stabil och lönsam.

På hållbarhetsområdet har vi gjort flera framsteg. Vi investerar i motståndskraft mot klimatförändringar tillsammans med kaffe-kooperativ och andra aktörer, köper regenerativt kaffe, driver omställningen till fossilfria sjöfrakter och har återgått till fossilfri gasol i våra svenska rosterier. Genom International Coffee Partners och coffee&climate har vi förbättrat kaffeodlares förutsättningar att investera i hållbara odlingsmetoder. Vi fortsätter också att utveckla våra

förpackningar med förnybara och återvinningsbara material. Det här är konkreta exempel på hur långsiktighet och samarbete skapar effekt i hela värdekedjan.

Varje förbättring – oavsett om den sker i odlarlandet eller i vårt rosteri – säkerställer att vi kan fortsätta leverera gott och hållbart kaffe. Ingen framgång sker ensam. Arbetet bygger på nära samarbete med leverantörer, kunder och partners som delar vår ambition att skapa positiva förändringar.

Jag vill därför rikta ett stort tack till alla kollegor, kunder och samarbetspartners. Det är tack vare ert engagemang och er uthållighet vi kan fortsätta driva hållbar utveckling och leverera kaffe som gör skillnad – varje dag. Tillsammans skapar vi långsiktigt värde, för människor, miljö och företag. Det är jag oerhört stolt över.

Anders Fredriksson
CEO, Löfbergs



Om Löfbergs

Sedan 1906 har kaffe varit vår passion och drivkraft. Det hela började i Karlstad med tre bröder som ville dela sin kärlek för gott kaffe, och idag, över hundra år senare, finns fortfarande samma värme, nyfikenhet och ansvar kvar i allt vi gör.

Löfbergs grundades av bröderna Anders, John och Josef Löfberg och är än idag, 120 år senare, fortfarande ett familjeföretag, nu i tredje och fjärde generationen. Mycket har förändrats sedan starten, men engagemanget för gott kaffe och omtanken för människor och miljö är fortfarande densamma. Idag producerar vi mer än 10 miljoner koppar kaffe varje dag, vilket gör oss till ett av Nordens största familjeägda kafferosterier. Men för oss handlar det om mer än bara volym, det handlar om att skapa något större, där varje kopp kaffe gör skillnad för både människor och miljö.

Vårt syfte och vår vision

Vårt syfte – Tillsammans för en värld där människor och kaffe kan växa – beskriver varför vi finns och vilken skillnad vi vill göra. Det är grunden för våra satsningar och samarbeten, både lokalt och globalt, som skapar utvecklingsmöjligheter och bidrar till en bättre miljö.

För att fortsätta växa på ett ansvarsfullt sätt och bidra till en positiv utveckling har vi under de senaste åren arbetat med en tillväxtstrategi som tar sikte på 2030. Efter noggranna analyser av vår omvärld, våra möjligheter och utmaningar har vi identifierat tre fokusområden på resan framåt. Kort beskrivet handlar det om att stärka våra varumärken, effektivisera vårt arbete och våra processer samt etablera oss på nya marknader. Strategin tar oss vidare mot vår vision, att vara: *First in mind when it comes to taste, coffee know-how, and sustainability in the world of coffee.*

Våra värderingar

Våra värderingar är vår kompass och förenar oss som jobbar på Löfbergs. De visar vägen i hur vi möter varandra, våra kunder och världen omkring oss. De skapar trygghet, mod och riktning och ger oss kraft att ta ställning och driva de frågor som är viktiga för oss.

Till varje värdering har vi kopplat konkreta beteenden som vi ständigt utvecklar för att nå våra mål. Värderingarna är en naturlig del av verksamheten och vägleder medarbetare och ledare i samtal, rekrytering och vardagliga beslut. Genom veckovisa pulsmätningar får vi en tydlig och aktuell bild av hur organisationen upplever att vi lever våra värderingar i praktiken.

We are Together

Vi skapar och lär tillsammans. Tillsammans får vi saker att hända. Tillsammans är vi starkare och tillsammans har vi roligare.

We are Inclusive

Vi möter alla människor och idéer med ett öppet sinne, oavsett bakgrund eller övertygelser. Att vara inkluderande hjälper oss att se nya perspektiv vilket i sin tur gör oss smartare.

We are Accountable

Vi är alla ansvariga för allt vi tar aktiv eller passiv del i. Vi ser på oss själva och de val vi gör och förstår vilken effekt de har på omvärlden. Vårt perspektiv är oändligt; vi är här för att stanna.

We are Enterprisers

Vi vågar göra nya satsningar, pröva nya idéer och tycker om att göra bra och lönsamma affärer. Vi står aldrig still, utan utmanar status quo och är sanna mot vårt syfte, vilket gör att vi växer.

Vår organisation

Vi har en central organisation som ansvarar för hållbarhet, varumärke, internationella affärer, HR, ekonomi, IT och kommunikation. Våra affärsområden består av två geografiskt uppdelade säljbolag och ett inköps- och produktionsbolag. Grundprincipen är att allt som bygger på kundrelation decentraliseras, medan det som ger skalfördelar samlas på gruppnivå.

Den operativa verksamheten styrs av koncernledningen där Anders Fredriksson är CEO och koncernchef. Ledningsgruppen består av åtta personer, tre kvinnor och fem män, könsfördelningskvoten är 0,6 (0,5). Styrelsen har åtta ledamöter, bestående av både ägare och externa ledamöter, varav en medarbetarrepresentant. Styrelsen representeras av fyra kvinnor och fyra män vilket ger en könsfördelningskvot om 1 (1). Kathrine Löfberg är styrelsens ordförande.

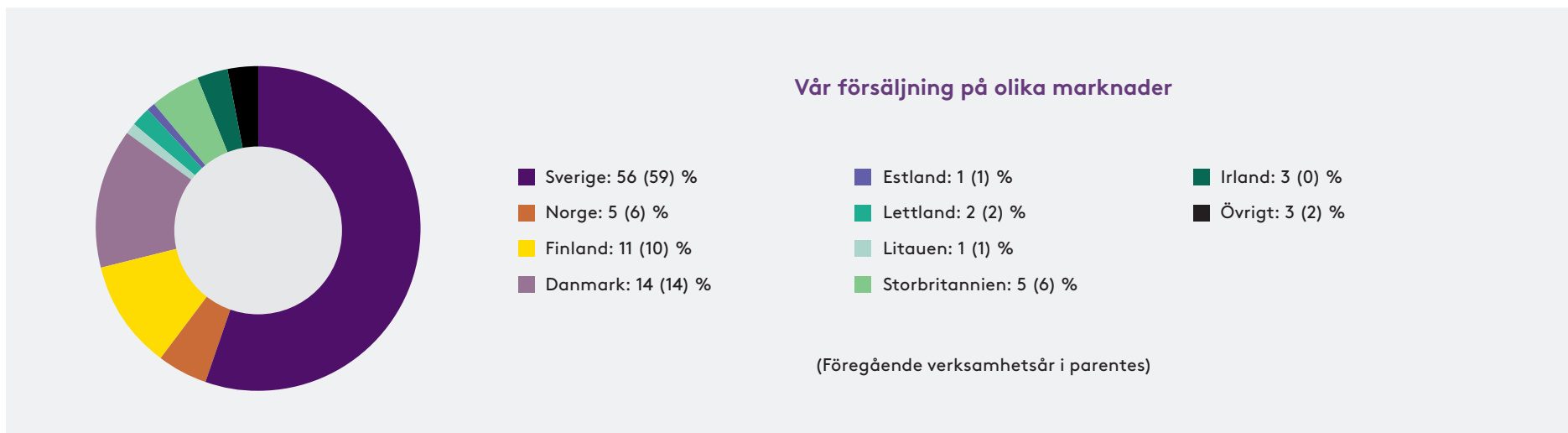
Här finns vi

Löfbergs har sitt huvudkontor och två moderna rosterier i Karlstad, där merparten av vårt kaffe rostar. Vi rostar även kaffe i Danmark och Lettland och har marknadsbolag i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Estland, Lettland, Litauen, Polen och Storbritannien.



AB Anders Löfbergs styrelse. Bakre raden från vänster: Christian Sievert, Niklas Löfberg, Peter Therman, Mikael Löfberg.

Fämre raden från vänster: Rosie Kropp, Kathrine Löfberg, Sandra Lyxell (medarbetarrepresentant). Ej med på bild: Eja Tuominen.



Vår affär och försäljning

Kaffe i alla dess former är kärnan i vår verksamhet, och vi utvecklar ständigt nya produkter och tjänster för att kunna erbjuda ett gott och hållbart kaffe.

Våra varumärken

Vi är verksamma på ett tiotal kärnmarknader i norra Europa och erbjuder både kalla och varma drycker till slutkonsumenter under tre varumärken. Kaffe säljs under varumärket Löfbergs på alla våra marknader, och i Danmark även under Peter Larsen Kaffe. Vårt te säljs under varumärket Kobbs.

Vi samarbetar dessutom med flera välkända varumärken som vi utvecklar och rostar kaffe åt. Vår försäljning sker genom dagligvaruhandel,

hotell, restauranger, kaféer, arbetsplatser och vendingföretag. Sverige är vår största marknad och står för drygt hälften av omsättningen.

Direkt till slutkonsument via fysisk och digital kaffehylla

Dagligvaruhandeln är vårt största kundsegment där vi regelbundet samarbetar och förhandlar med stora kedjor. Vi finns också i kundernas digitala kanaler och på e-handelsplattformar, där vi kan möta nya köpmönster och efterfrågan på produkter som inte alltid finns i butik.

Vi stärker kaffeupplevelsen på hotell, restauranger, kaféer och arbetsplatser

Hotell, restaurang, kafé och arbetsplatser är en växande marknad där vi inte bara levererar kaffe

utan även erbjuder utbildningar, kvalitetskontroller och tjänster som stärker kaffeupplevelsen.

Egna kaffebarer och digitala kanaler

Genom egna kaffebarer och digitala kanaler når vi slutkonsumenten direkt. Löfbergs Rosteri & Kaffebar i Karlstad är ett populärt besöksmål, och med mobila kaffebarer samt samarbeten vid festivaler och evenemang skapar vi närvaro på alla våra marknader.

De senaste åren har vi även sålt direkt till slutkonsument via webbshoppar på alla nordiska marknader, vilket ger oss möjlighet att både stärka varumärket och visa hela vårt sortiment.

Skatt – en viktig investering i samhället

Att betala skatt är en av våra viktigaste investeringar i samhället. Det handlar om att ta ansvar för offentliga system och tjänster som är en förutsättning för att samhället ska fungera. Vi balanserar ägar- och samhällsintressen på ett transparent sätt och ägnar oss inte åt aggressiv skatteplanering. Vår princip är att alltid betala skatt i det land där intäkterna uppstår och följa etablerade principer för internprissättning. Årets resultat innebär en lägre skatt. Samtidigt gör vi betydande investeringar i sponsring och andra samhällsinsatser, precis som tidigare.



Skapat och levererat ekonomiskt värde

Intäkter	3 480 793
Rörelsekostnader*	- 3 200 211
Personalkostnader	- 286 355
Betalningar till finansiärer	- 52 248

Skatt till den offentliga sektorn

Sverige	224
Norge	- 948
Danmark	- 87
Finland	- 243
Lettland	- 110
Storbritannien	0

Investeringar i samhället	- 15 241
Behållet ekonomiskt värde	- 59 185

(alla siffror i TSEK)

* avser rörelsekostnader exkl. personal och avskrivningar



VÅR HÅLLBARA RIKTNING

Framåt sedan 1906	13
Vår hållbara resa	14
Vårt ramverk för hållbar utveckling	16
Utmaningar för framtidens kaffe	18
Vår värdekedja – från bönor till kopp	19
Översikt – vårt arbete inom olika hållbarhetsområden	20
Vårt klimatarbete	22
Samarbeten och initiativ	26
Vår Due Diligence-process	28
Ansvar genom hela värdekedjan	30
Vår hållbarhetsstrategi	31

Framåt sedan 1906

När Löfbergs grundades i Karlstad 1906 handlade det inte bara om att rosta kaffe – utan om att bygga ett företag för framtiden. Den långsiktigheten präglar fortfarande verksamheten, menar Kathrine Löfberg, styrelseordförande och fjärde generationens kafferostare.

– Att vara familjeägt innebär ett ansvar som sträcker sig bortom nästa kvartal, och som familjeföretag tar vi inga genvägar. Vi vet att våra beslut påverkar människor, miljö och samhällen – i dag och långt framåt i tiden.

Hållbarhet är därför inte ett separat spår, utan en integrerad del av affären. Från arbetet i odlarledet till val av transporter, förpackningar och produktutveckling är ambitionen densamma: att hela tiden ta nästa steg.

– Vi var tidiga med certifierat kaffe och aluminiumfria förpackningar, men det räcker inte att luta sig mot historiska framsteg. Vår uppgift är att fortsätta driva utvecklingen, även när lösningarna ännu inte är självklara.

Engagemanget i odlarländerna är centralt. Som en av grundarna till International Coffee Partners samarbetar Löfbergs med sex andra familjeägda kafferosterier för att stärka småskaliga kaffeodlares möjligheter till en hållbar försörjning. Parallellt

bidrar Familjen Löfbergs Stiftelse till långsiktig utveckling i kaffeodlande regioner.

– På plats i odlarländerna blir hållbarhetsarbetet konkret. Jag har mött odlare som genom kunskap, samarbete och ny teknik kunnat förbättra både skördar och livsvillkor. Det är i de mötena vårt ansvar blir tydligt.

I dag är Löfbergs ett av Nordens största familjeägda kafferosterier, med export till ett 20-tal marknader. Tillväxten har skett utan att kompromissa med grundvärderingarna – och med smak och kvalitet i centrum.

– Vår historia med 120 år av smakrikt kaffe ger oss stabilitet, men det är framtiden som driver oss. Att vara familjeföretag ger friheten att tänka långsiktigt – och modet att investera i en mer hållbar kaffebransch.

För Kathrine Löfberg är kaffe inte bara en dryck, det är något som förenar människor över hela världen, även i turbulenta tider, när det är viktigare än någonsin att visa varandra stöd och sprida hopp.

– Kaffe skapar möten och gemenskap, var du än befinner dig i världen. Vår uppgift är att se till att varje kopp också bär med sig omtanke om dem som gjort den möjlig.



Vår hållbara resa

Passionen för gott kaffe och att göra gott för människor och miljö har funnits med sedan starten 1906. Här är några av våra milstolpar längs vägen.

1906

Löfbergs grundas i Karlstad av bröderna Anders, John och Josef Löfberg. Vi börjar importera och sälja kaffe med hänsyn till människor och miljö.

90-talet

Vi tar fram vår första miljöpolicy.

Som första rosteri i Europa tar vi bort aluminiumet i kaffeförpackningarna.

Vi importerar den första containern med ekologiskt kaffe till Sverige.

00-talet

Vi är med och grundar International Coffee Partners som förbättrar utvecklingsmöjligheter för småskaliga kaffeodlare.

Vi lanserar kaffe som är både ekologiskt och Fairtrade-märkt.

Vi börjar använda vindkraftsel och ersätter olja med fjärrvärme i Karlstad.

Vi tar fram ett hållbarhetskvitto som gör det enkelt för kunder att se vilka konkreta hållbarhetseffekter de bidrar till genom att välja Löfbergs kaffe.

10-talet

Vi går med i klimat- och företagsnätverket Hagainitiativet.

Vi är med och grundar coffee&climate som hjälper småskaliga kaffeodlare att möta klimatförändringar.

Vi börjar använda biogas vilket innebär att rosteriet i Viborg, Danmark använder 100 % förnybar energi.

Familjen Löfbergs Stiftelse bildas i syfte att främja en hållbar utveckling i odlarländer.

Vi börjar fasa ut den fossila plasten i förpackningar och ersätter med växtbaserade alternativ.

Vi inviger det första höglagret i Sverige som certifierats enligt Miljöbyggnad Silver.

20-talet

Som första kafferosteri i världen blir vi en del av Era of We – en digital plattform som ökar transparens och spårbarhet i kaffets värdekedja.

Vi inviger ett nytt toppmodernt rosteri för hela bönen i Karlstad. Byggnaden är certifierad enligt Miljöbyggnad Silver.

Som första svenska kafferosteri ställer vi om till 100 % fossilfria sjötransporter.

Vi är med och grundar GrowGrounds, ett företag med syfte att minska kaffets negativa klimatpåverkan och skapa bättre levnadsvillkor för kaffebönder.

Vi importerar den första containern med regenerativt ekologiskt certifierat (ROC) kaffe till Sverige.

Tillsammans med Evergreen Garden Care lanserar vi Sveriges första kaffejord baserad på restprodukter från vår kaffeproduktion.

Vi ställer om till biogasol i våra rosterier i Karlstad.

2030

Vi har nära noll klimatutsläpp i den egna verksamheten.

Vi har minskat utsläppen i värdekedjan med minst 30 %.

Vi har återvinningsbara förpackningar från förnybara och/eller återvunna material.

FAMILJEN LÖFBERG HAR ROSTAT KAFFE SOM BÅDE SMAKAR OCH GÖR GOTT I MER ÄN HUNDRA ÅR.
IDAG FÖRS ARVET VIDARE AV FJÄRDE GENERATIONEN: MARTIN, HELENE, THERESE, MIKAEL, KATHRINE OCH NIKLAS.



Vårt ramverk för hållbar utveckling

Hållbarhet är en central del i allt vi gör och genomsyrar hela vår verksamhet. För att skapa verklig förändring behöver arbetet vara strukturerat, transparent och väl förankrat i hela organisationen. Därför arbetar vi kontinuerligt med vårt ramverk för hållbar utveckling, som guidar oss på resan från böna till kopp.

Ramverket visar våra prioriterade hållbarhetsfrågor och mål, både på kort och lång sikt. Det speglar de väsentliga aspekterna av vår påverkan, våra risker och de möjligheter som finns för att bidra till en mer hållbar kaffeproduktion. Det handlar helt enkelt om hur vi, tillsammans med intressenter och partners, tar ansvar för utmaningarna och säkrar framtidens kaffe.

Arbetet omfattar hela värdekedjan, från förutsättningar i odlarland till hur vi kan skapa en resurseffektiv produktion och ökad efterfrågan på hållbart kaffe. Allt från böna till kopp, helt enkelt.

Vår uppförandekod

Uppförandekoden är vårt övergripande styrdokument för hållbarhetsarbetet. Den bygger på FN:s Global Compact, Barnrättsprinciperna, UK Modern Slavery Act och UK Bribery Act. Uppförandekoden omfattar områden som barnarbete, tvångsarbete, människohandel, diskriminering och förebyggande av olyckor.

Koden gäller för samtliga medarbetare och styr våra relationer med kunder, partners och andra intressenter. Alla medarbetare genomgår en e-learning om uppförandekoden som en del av introduktionsutbildningen för nyanställda.

Utöver det har vi även en uppförandekod för leverantörer, som alla våra leverantörer förbinder sig att följa.

Hållbarhetsstyrning

Hållbarhetsfrågorna är fullt integrerade i vår strategiska och operativa styrning och en naturlig del av den dagliga verksamheten. Koncernledningen har det övergripande ansvaret, och styrs genom mål och initiativ i den strategiska planen för hållbarhet.

Head of Sustainability leder arbetet nära marknadsbolagen och fungerar som koncernledningens förlängda arm. Funktionen driver det övergripande hållbarhetsarbetet genom en rad interna forum, bland annat den tvärfunktionella hållbarhetsgruppen, miljögruppen, förpackningsforum och projektbaserade arbetsgrupper. Under året har vi även utökat organisationen med en ESG Controller för att stärka vårt arbete på hållbarhetsfronten.

Vårt bidrag till Agenda 2030

Löfbergs stödjer Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling. Målen ger oss vägledning och ramar för vårt hållbarhetsarbete och hjälper oss att sätta ambitionsnivån för våra egna mål.

Vi har identifierat ett antal av de globala målen som är särskilt relevanta för vår verksamhet och värdekedja, och där vi kan göra störst skillnad. Framför allt handlar det om mål 12, 13 och 15, där vi fokuserar på att minska vår klimat- och miljöpåverkan, stärka resurseffektiviteten och öka cirkulariteten.

Givetvis är även de sociala målen centrala, framför allt mål 1 och 8 om minskad fattigdom och schyssta arbetsvillkor, mål 5 om jämställdhet och mål 11 om hållbara samhällen. Genom mål 17 satsar vi på samarbeten och partnerskap. Vi tror starkt på kraften i att göra saker tillsammans, för att på så vis driva en utveckling som skapar värde för vår omvärld.





Utmaningar för framtidens kaffe

Att vi ska kunna njuta av gott kaffe även i framtiden är ingen självklarhet. Kaffevärlden står inför stora utmaningar, både miljömässigt och socialt. Frågor som vem som ska odla kaffet i framtiden och var kaffeplantorna kommer kunna växa är något vi arbetar aktivt med redan idag.

Förutsättningar att odla kaffe

Klimatförändringarna påverkar kaffeodlingar i stor utsträckning. När temperaturerna stiger i de traditionella odlingsområdena blir det för varmt för kaffeplantorna, och odlingarna tvingas därför flytta högre upp i bergen. De områden som idag lämpar sig för kaffeodling beräknas halveras inom de kommande 25 åren, vilket ökar risken för avskogning och konkurrens om mark. Detta samtidigt som skördarna hotas av fler extrema väderhändelser samt en ökad spridning av skadegörare och sjukdomar.

På samma gång bidrar kaffeodlingen, liksom annan jordbruksverksamhet, till klimatpåverkande utsläpp. För att säkra framtidens kaffe behövs därför satsningar på klimatanpassade och mer hållbara odlingsmetoder, som både minskar den negativa påverkan och stärker odlingarnas motståndskraft.

Nästa generations kaffeodlare

Trots den senaste tidens höga råvarupriser är lönsamheten en utmaning för många kaffeodlare. Kaffe odlas ofta i länder med hög risk när det gäller mänskliga rättigheter och arbetsvillkor. Många jordbruk går med förlust och har därför begränsade möjligheter att investera i mer hållbara och motståndskraftiga odlingsmetoder.

Kaffe är en råvara med volatila priser, och den ekonomiska osäkerheten som det innebär tvingar många småskaliga odlare att sälja skörden direkt för att klara vardagen, i stället för att vänta på bättre villkor eller priser. Parallellt ökar medelåldern bland odlare, och allt fler unga väljer andra försörjningsvägar. Idag odlar cirka 45 000 bönder det kaffe vi köper – men vilka gör det i imorgon?

För att säkra framtidens kaffe behövs därför hållbara affärsmodeller som möjliggör investeringar i bättre odlingsmetoder och tryggare arbetsvillkor. Vi måste också garantera spårbarhet, rättvisa villkor och respekt för mänskliga rättigheter genom hela värdekedjan.

Vår värdekedja – från bönor till kopp

Kaffets väg från bönor till kopp är lång och komplex. Här beskriver vi de olika leden och några av de viktigaste hållbarhetsfrågorna vi jobbar med. Det handlar både om hur vår verksamhet påverkar människor och miljö, och om affärsrelaterade risker och möjligheter.



I ODLINGSLEDET handlar det om att säkra tillgången på hållbart odlat kaffe idag och imorgon. Viktiga frågor är mark- och vattenanvändning, klimat, ekosystem och biologisk mångfald, ändrade odlingsförutsättningar samt odlarnas arbetsvillkor och försörjningsmöjligheter.

I TRANSPORTLEDET handlar det om att optimera logistikflödet och en övergång till förnybara drivmedel.

FÖR VÅRA MEDARBETARE handlar det om att vara en attraktiv och utvecklande arbetsplats. Viktiga frågor är hälsa och säkerhet, inkluderande kultur, kompetensutveckling och kompetensförsörjning.

I DIALOGEN MED VÅRA KUNDER handlar det om att vara förstahandsvalet som kaffeleverantör och tillsammans driva en hållbar förflyttning genom transparent och spårbar information om våra produkter.

LOKALT DÅR VI VERKAR handlar det om vår aktiva roll i det lokala näringslivet och som arbetsgivare, samt om vårt engagemang i samarbeten för lokal samhällsutveckling.



I VÅR EGEN PRODUKTION handlar det om att använda råvaror och andra resurser effektivt och om att säkra god kvalitet. Viktiga frågor är energianvändning och klimatpåverkan, förpackningar och materialval, innovation och cirkulära flöden.

I KONSUMTIONSLIET handlar det om att erbjuda gott och hållbart kaffe samt att inspirera fler till en mer hållbar konsumtion.

Översikt – vårt arbete inom olika hållbarhetsområden

OMRÅDE	FINNS POLICYER, ÅTGÄRDER ELLER PLANERADE INITIATIV INOM OMRÅDET?	ÄR DE ALLMÄNT TILLGÄNGLIGA?	BESKRIVNING AV POLICYER, ÅTGÄRDER OCH PLANERADE INITIATIV INOM OMRÅDET <i>Planerade initiativ markeras med kursiv text</i>	FINNS MÅL?	BESKRIVNING AV MÅL
KLIMATFÖRÄNDRINGAR	JA	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Uppförandekod • Förnybar energi i rosterier i Karlstad och Viborg • Fossilfria sjöfrakter av råkaffe från ursprungsland • Inköp av kaffe från certifierade och/eller hållbart verifierade odlingar • Insettingprojekt i värdekedjan (agroforestry i kaffeodlingar) • Miljöledningssystem (ISO 14001) inkl. STEMFS 2014:2 för energikartläggning • <i>Ramverk för utsläppsminskningar i värdekedjan</i> • <i>Fossilfria transporter nedströms (distribution)</i> 	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Till 2030 har vi netto-noll klimatutsläpp i scope 1 & 2 och 30 % utsläppsminskning i scope 3 jämfört med basår
FÖRORENINGAR	JA	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Uppförandekod • Inköp av kaffe från certifierade och/eller hållbart verifierade odlingar • Kartläggning och utfasning av farliga ämnen i förpackningsmaterial • Fossilfria sjöfrakter av råkaffe från ursprungsland • Ökad andel tjänstebilar som är elbilar/elhybrider • Rening av rostgaser och regelbundna utsläppsmätningar i rosterier • Stickprovskontrollerar förekomst av bekämpningsmedel i råkaffe • <i>Strategisk förpackningsroadmap i linje med PPWR</i> • <i>Fossilfria transporter nedströms (distribution)</i> 	NEJ	
VATTEN OCH MARINA RESURSER	JA	NEJ	<ul style="list-style-type: none"> • Inköp av kaffe från certifierade och/eller hållbart verifierade odlingar • <i>Ramverk för utsläppsminskningar i värdekedjan ska enligt plan omfatta åtgärder för klimatreiliens såsom vattenhantering</i> 	NEJ	
BIODIVERSITET OCH EKOSYSTEM	JA	NEJ	<ul style="list-style-type: none"> • Inköp av kaffe från certifierade och/eller hållbart verifierade odlingar • Insettingprojekt i värdekedjan (agroforestry i kaffeodlingar) • Beräkning av Land Use Change-utsläpp • <i>Framtagande av mätbara mål för biologisk mångfald</i> • <i>Mer detaljerad uppföljning av Land Use Change-påverkan via EUDR spårbarhetsdata</i> 	JA	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % verifierat avskogningsfri värdekedja 2027
CIRKULÄR EKONOMI	JA	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Uppförandekod • Kartläggning av avfallsströmmar i rosterier • Återvinning av kafferester från rosterier genom samarbete med Evergreen Garden Care • Uppskalning av förpackningsmaterial designade för återvinning • <i>Strategisk förpackningsroadmap i linje med PPWR</i> 	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Återvinningsbara förpackningar på alla marknader 2030 • Halverad mängd brännbart avfall samt kaffesvinn 2030

OMRÅDE	FINNS POLICYER, ÅTGÄRDER ELLER PLANERADE INITIATIV INOM OMRÅDET?	ÄR DE ALLMÄNT TILLGÄNGLIGA?	BESKRIVNING AV POLICYER, ÅTGÄRDER OCH PLANERADE INITIATIV INOM OMRÅDET <i>Planerade initiativ markeras med kursiv text</i>	FINNS MÅL?	BESKRIVNING AV MÅL
DEN EGNA ARBETSKRAFTEN	JA	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Uppförandekod • System för incidentrapportering • Veckovisa pulsmätningar för alla medarbetare (i Winningtemp) • Visselblåsarsystem med möjlighet att vara anonym • Utbildningar i bl.a. värdegrund och uppförandekod • <i>Förbättrad uppföljning av medarbetares utbildningstimmar</i> 	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Vision: Inga olyckor på arbetsplatsen • eNPS score på 20 år 2030
ARBETARE I VÄRDEKEDJAN	JA	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Uppförandekod för leverantörer • Due diligence-process för att upptäcka, förebygga och minska risker i värdekedjan • Inköp av kaffe från certifierade och/eller hållbart verifierade odlingar • Ny plattform för mer systematisk uppföljning av leverantörer med fokus på EUDR • <i>Fortsatt utveckling av plattform för systematisk leverantörsuppföljning, med fokus på CSR</i> • <i>Fortsatta investeringar i spårbarhetssystem för förbättrad insyn och uppföljning i värdekedjan</i> 	NEJ	
PÅVERKADE SAMHÄLLEN	JA	NEJ	<ul style="list-style-type: none"> • Skattepolicy • Lokala samarbeten med t. ex. idrottsföreningar och universitet • Due diligence-process för att upptäcka, förebygga och minska risker i värdekedjan • Inköp av kaffe från certifierade och/eller hållbart verifierade odlingar • Projekt inom ICP stärker hela kaffesamhällen 	JA	<ul style="list-style-type: none"> • År 2028 har 137 000 människor fått förbättrade levnadsvillkor genom ICP-projekt
KONSUMENTER OCH SLUTANVÄNDARE	JA	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Policy för kvalitets och livsmedelssäkerhet • Ledningssystem för kvalitet och livsmedelssäkerhet (ISO 9001 och FSSC 22000) • <i>Fortsätta bygga en Livsmedelssäkerhetskultur (Food Safety Culture) inom organisationen</i> 	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Inga återkallelser av produkter
ANSVARFULLT FÖRETAGANDE	JA	JA	<ul style="list-style-type: none"> • Uppförandekod • Utbildningar i bl.a. värdegrund och uppförandekod • En god internkontroll, som granskas regelbundet av både externa och interna revisorer • Visselblåsarsystem med möjlighet att vara anonym är publikt tillgänglig • <i>Planerad kartläggning av intern kompetens kring affärsetiskt ansvar</i> 	NEJ	

Vårt klimatarbete

Klimatförändringar och förlust av biologisk mångfald är de största utmaningarna för kaffets framtid. Därför arbetar vi både med att minska våra direkta utsläpp och att sänka klimatpåverkan i hela värdekedjan.

Klimatbokslut

År 2025 var kaffeproduktionen 11 % lägre jämfört med 2024, vilket också avspeglas i våra totala utsläpp (inkl. LUC) som minskade med 11 %. Samtidigt ser vi tydliga effekter av de åtgärder vi själva har genomfört. Våra direkta utsläpp (scope 1) minskade med 43 %, främst till följd av att vi under året har återgått till biobränsle i våra svenska rosterier.

Även inom andra områden har utsläppen minskat. Utsläppen från avfallshantering halverades i takt med att mängden plastavfall minskade, och utsläppen från tjänsteresor minskade med 37 % jämfört med 2024, bland annat eftersom vi har genomfört färre flygresor. Vid årets slut var 72 (64) % av koncernens tjänstebilar elhybrider eller elbilar.



Utsläpp av växthusgaser, ton CO₂e ⁽¹⁾

UTSLÄPPSVERKSAMHET	BASÅR ⁽¹¹⁾	2024	2025	Δ 2024–2025	MÅLÅR 2030
SCOPE 1		2 899	1 648	–43 %	
Rostning		2 486	1 241	–50 %	
Energi (egna pannor)		61	63	+3 %	
Personbilar		352	344	–2 %	
SCOPE 2 ⁽²⁾		197	194	–2 %	
EI		124	124	0 %	
Fjärrvärme		73	70	–4 %	
Totala utsläpp, scope 1 och 2	2 369	3 096	1 842	–41 %	355
SCOPE 3, exkl. LUC		174 442	158 897	–9 %	
Utsläpp (ton CO ₂ e) per ton producerat kaffe	5,84	5,84	6,01		4,09
SCOPE 3, inkl. LUC		242 152	217 030	–10 %	
1. Inköpt gods och service (exkl. LUC)		153 199	139 769	–9 %	
Odling av kaffe – exkl. LUC ⁽³⁾		150 971 ⁽¹²⁾	137 764	–9 %	
Odling av kaffe – LUC ⁽⁴⁾		67 710 ⁽¹³⁾	58 134	–14 %	
Förpackningar ⁽⁵⁾		2 228	2 005	–10 %	
2. Inköpta kapitalvaror		exkl.	exkl.		
3. Bränsle- och energirelaterade aktiviteter ⁽⁶⁾		552	541	–2 %	
4. Inköpta transporter ⁽⁷⁾		4 532	4 280	–6 %	
5. Avfallshantering		19	9	–49 %	
6. Tjänsteresor ⁽⁸⁾		171	108	–37 %	
7. Pendling av anställda		exkl.	exkl.		
8. Leasade tillgångar uppströms		N/A	N/A		
9. Kundens egna transporter ⁽⁹⁾		1 043	979	–6 %	
10. Bearbetning av sålda produkter		N/A	N/A		
11. Användning av såld produkt ⁽¹⁰⁾		14 926	13 210	–11 %	
12. Sluthantering av sålda produkter		Ingår i kat. 11	Ingår i kat. 11		
13. Leasade tillgångar nedströms		N/A	N/A		
14. Franchising		N/A	N/A		
15. Investeringar		N/A	N/A		
Totala utsläpp, scope 1, 2, 3 (exkl. LUC)		177 538	160 739	–9 %	
Totala utsläpp, scope 1, 2, 3 (inkl. LUC)		245 249	218 872	–11 %	
Växthusgasintensitet ⁽¹⁴⁾		0,00006	0,00005		
Biogen koldioxid (scope 1, ton CO ₂) ⁽¹⁵⁾		104	1 050		

Fotnoter:

- Klimatberäkningar är gjorda i enlighet med GHG-protokollet av 2050 Consulting. Klimatbokslutet är inte tredjepartsgranskat, men stora delar granskas regelbundet av olika certifieringsorgan.
- Marknadsbaserad metod används för att beräkna scope 2. Vid användning av platsbaserad metod är scope 2-utsläpp 463 (510) ton CO₂e.
- Odling, inklusive andra processer kring odlingen av kaffe.
- Utsläpp från markanvändning (Land Use Change, LUC) är beräknade med statistisk LUC-metod och baseras på data från FAOSTAT.
- Utvinning av råmaterial och produktion av förpackningar.
- Avser uppströms utsläpp för energi och bränslen vars övriga utsläpp redovisas i scope 1 och 2.
- Uppströms transport av råkaffe, förpackningsmaterial m m, samt nedströms distribution där transporttjänsten köps av Löfbergs.
- Avser flyg, tåg, taxi, privat bil i tjänst och hotell.
- Transporter där kunden själv hämtar produkter från Löfbergs centrallager.
- Tillagning av kaffe, inklusive avfallshantering, hos kund och konsument.
- Basår för scope 1 och 2 är 2018, basår för scope 3 är 2024. Basår för scope 3 har under året uppdaterats eftersom vår beräkningsmetod för odling av kaffe förändrades under 2024.
- Utsläpp för odling av kaffe 2024 (exkl. LUC) har korrigerats jämfört med föregående års hållbarhetsredovisning eftersom klimatbokslutet innehöll en felberäkning som medförde för låga redovisade utsläpp.
- LUC-utsläpp för odling av kaffe 2024 har korrigerats jämfört med föregående års hållbarhetsredovisning eftersom nya utsläppsfaktorer tagits fram som ger en bättre noggrannhet.
- Växthusgasintensitet beräknas genom att dividera totala växthusgasutsläpp (tCO₂e) med omsättning (SEK).
- Biogena utsläpp är koldioxidutsläpp som uppstår vid förbränning eller nedbrytning av biobaserade material och som ingår i det naturliga kolkretsloppet. Ökningen mot 2024 beror på ökad användning av biobränslen.



Klimatmål

Vi har åtagit oss Science Based Target Initiative (SBTi) och Parisavtalets klimatmål. Vår målsättning till 2030 är tydlig: netto-noll utsläpp i vår egen verksamhet (scope 1 & 2) och en kraftig minskning av utsläppen i värdekedjan (scope 3).

Så når vi våra klimatmål till 2030

	SCOPE 1	SCOPE 2	SCOPE 3
Mål:	Netto-noll utsläpp	Netto-noll utsläpp	30 % lägre utsläpp, intensitetsbaserat
Basår:	2018	2018	2024
Åtgärder:	Förnybar gas i våra rosterier. Förnybart bränsle och/eller elektrifiering av våra tjänstebilar.	Energi från förnybara källor i våra rosterier och kontor.	Minskade klimatutsläpp från odling av kaffe genom till exempel inköp av bekräftat hållbara kaffeodlingar och implementering av mer klimatsmarta odlingsmetoder. Fossilfria transporter uppströms och nedströms. Återvinningsbara förpackningar från förnybara och/eller återvunna källor.

Scope 1:

Direkta utsläpp från vår egen verksamhet, t. ex. förbränning av fossila bränslen i produktion, fordon och maskiner.

Scope 2:

Indirekta utsläpp från den energi vi använder, t. ex. el och värme producerad på annan plats, som vid ett kraftverk.

Scope 3:

Övriga indirekta utsläpp i hela värdekedjan, både uppströms (t. ex. råvaruproduktion och transporter) och nedströms (t. ex. produktanvändning och avfallshantering). Här ingår även tjänsteresor.

Samarbeten och initiativ

För oss är det viktigt att påverka samhällsutvecklingen, och vi gör det genom att engagera oss i nätverk och initiativ där vi delar kunskap och erfarenheter kring hållbarhet. Vi investerar i olika samarbeten, ihop med kunder och andra aktörer, för att bidra till positiv förändring – både i odlarländer och på våra hemmamarknader. På följande sidor berättar vi mer om några av dessa.

Internationellt

International Coffee Partners

Tillsammans med sex andra familjeägda europeiska kaffeföretag driver vi sedan 2001 International Coffee Partners (ICP), en icke vinstdrivande organisation där målet är att skapa bättre levnadsvillkor för småskaliga kaffebönder.

coffee&climate

Här arbetar vi tillsammans med andra kaffeföretag, biståndsorganisationer och lokala ideella organisationer för att hjälpa småskaliga odlare att hantera klimatförändringar.

European Coffee Federation

En branschorganisation för den europeiska kaffeindustrin med syfte att främja branschens gemensamma intressen.

GrowGrounds

GrowGrounds är ett företag som vi på Löfbergs är medgrundare till. Syftet är att minska kaffets klimatpåverkan och återställa naturen. Förändrade odlingsmetoder, tillgång till finansiering och nya digitala verktyg ska samtidigt säkerställa inkomster och bättre levnadsvillkor för kaffebönderna.

Sverige

Hagainitiativet

Företagsnätverk som arbetar för att minska näringslivets klimatpåverkan genom högt satta gemensamma mål och en tydlig påverkanstrategi. Nätverket har 12 medlemmar, bland andra Axfood, Coca-Cola och Lantmännen.

Livsmedelsföretagens hållbarhetsnätverk

Livsmedelsföretagen (Li) representerar livsmedelsindustrin i Sverige, och är en del av Svenskt Näringsliv och medlem i FoodDrinkEurope.

DLF – Dagligvaruleverantörerna

Branschorganisation för företag som säljer dagligvaror till handel, restauranger och storhushåll, med uppdrag att skapa förutsättningar för en effektiv, innovativ och hållbar dagligvaruindustri.

WWF:s Hållbar Livsmedelskedja

Nätverk med 16 ledande svenska livsmedelsföretag, som tillsammans med Världsnaturfonden tar aktivt ansvar för att ställa om och bidra till en mer hållbar livsmedelskedja.

CSR Sweden

Företagsnätverk som fokuserar på företagens samhällsansvar och samhällsengagemang.

Ung Företagsamhet

En ideell organisation som ger barn och ungdomar möjlighet att utveckla sin kreativitet, företagsamhet och sitt entreprenörskap.

100 %-klubben

Ett initiativ av IT-företaget Atea i syfte att utmana organisationer att öka andelen återanvända och återvunna IT-enheter.

Matmissionen

Ett samarbete med Stockholm Stadsmissions sociala matbutiker. Butikerna bidrar till minskat matsvinn och ger behövande möjlighet att handla mat till låga priser.

Danmark

Food & Bio Cluster Denmark

Nätverk med fokus på kunskap, utveckling och hållbarhet för intressenter i livsmedelskedjan i Danmark.

Etisk Handel Danmark

En ideell organisation som driver på för en etisk handel genom samverkan med näringsliv, offentlig sektor och intresseorganisationer.

Knus Kræft

Initiativ som drivs av Peter Larsen Kaffe, Tom Kristensen och KidsAid, i syfte att skapa goda upplevelser för barn med cancer och andra allvarliga sjukdomar.

MLDK Mærkevare Leverandørerne

En kommersiell förening med leverantörer till dansk dagligvaruhandel och Out of Home.

Dansk Industri (Di)

Privat företags- och arbetsgivarorganisation som representerar cirka 19 000 företag i Danmark.

The Danish Coffee and Tea Association

Den Danska Kaffe- och Teorganisationen representerar företag inom kaffe- och tebranschen i Danmark.

Danmark Mod Madspild

Ett frivilligt avtal för företag och organisationer som syftar till att halvera matsvinnet till 2030 och minska livsmedelsförlusterna inom den danska livsmedelssektorn.

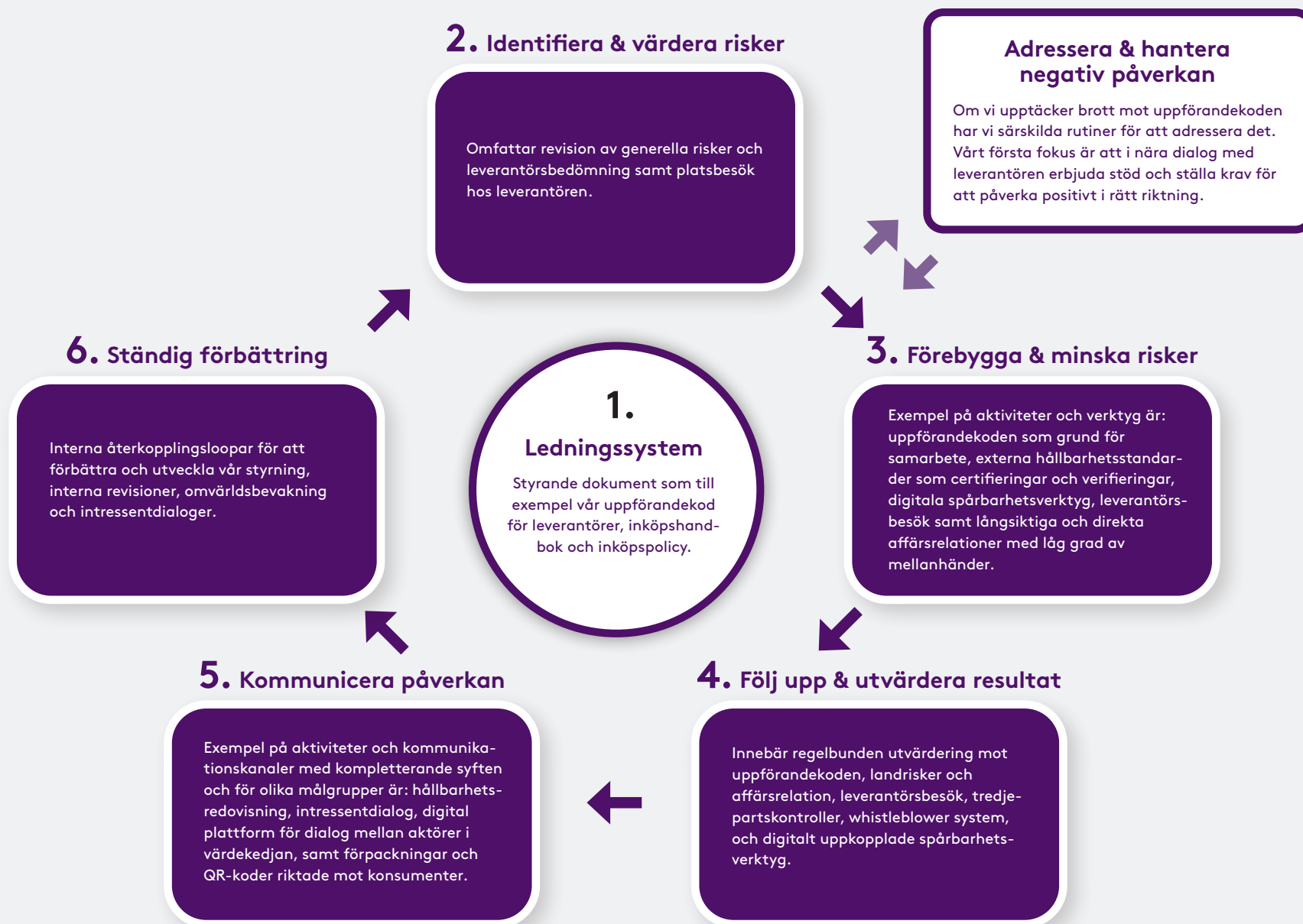


Vår Due Diligence-process – ett systematiskt arbets sätt för mänskliga rättigheter och miljö

För att säkra en långsiktigt hållbar framtid behöver vi förstå och hantera risker i hela värdekedjan – från odling och råvaror till produktion, transporter och konsumtion. Vår due diligence-process hjälper oss att identifiera, förebygga och minska negativ påverkan på människor, miljö och samhälle.

Det är ett löpande arbete där vi steg för steg stärker vår förmåga att agera, förebygga risker och bidra till positiva förändringar. Processen bygger på internationella riktlinjer kopplade till FN:s och OECD:s principer för due diligence av mänskliga rättigheter och miljö (tillbörlig aktsamhet), och omfattar både vår egen verksamhet samt våra leverantörer och partners. Genom att systematiskt analysera risker, följa upp avvikelser och driva förbättringar skapar vi bättre förutsättningar för ett mer ansvarsfullt och hållbart kaffe – från böna till kopp.

Den grafiska översikten visar hur processen ser ut och vilka steg vi tar för att säkerställa ansvarsfullhet i varje led. För att möta ökade krav både från oss själva och vår omvärld, inte minst EU-lagstiftning, är due diligence processen i ständig utveckling. Under 2025 började vi arbeta med ett externt digitalt verktyg för leverantörsuppföljningar och riskbedömningar. Det ger oss möjlighet att än mer systematiskt arbeta med riskhantering i värdekedjan.

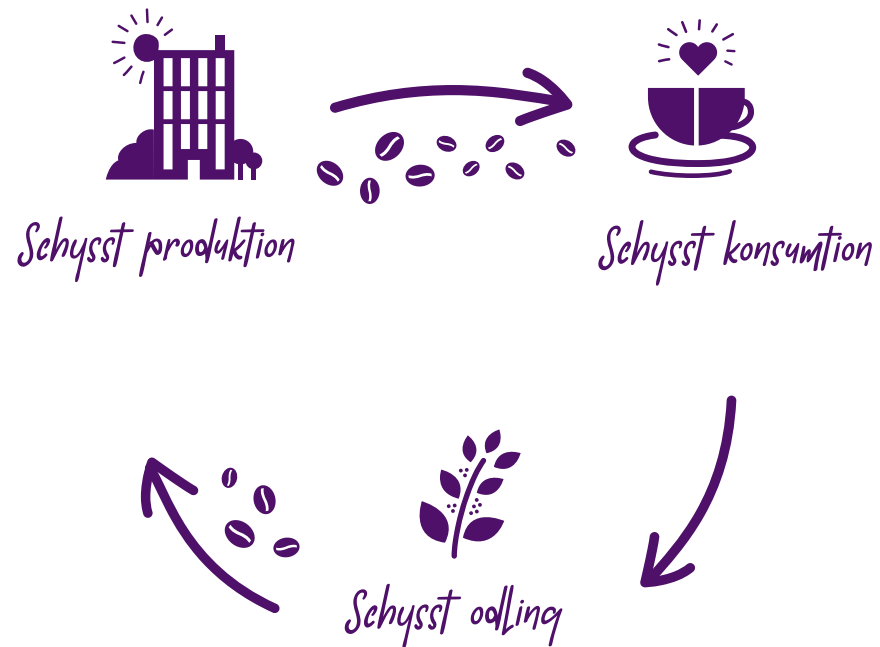


Ansvar genom hela värdekedjan

För att skapa verklig förändring krävs både långsiktighet och förmåga att agera här och nu. Genom vår hållbarhetsstrategi, våra samarbeten och våra satsningar i odlarländer och på hemmamarknader tar vi ett samlat grepp om de utmaningar som påverkar kaffets framtid.

Det är också så vi säkerställer att vårt arbete är förankrat i hela värdekedjan – från förutsättningarna i odlarländerna till hur vi producerar, packar och levererar våra produkter, och vidare till hur de konsumeras. Varje del hänger ihop och påverkar helheten.

I kommande kapitel fördjupar vi oss i hur vi arbetar genom hela värdekedjan utifrån de tre centrala perspektiven: Schysst odling, Schysst produktion och Schysst konsumtion. Tillsammans beskriver de hur vi utövar vår hållbara riktning i praktiken och fortsätter driva utvecklingen i hela värdekedjan.



Vår hållbarhetsstrategi



TILLSAMMANS FÖR EN VÄRLD DÄR MÄNNISKOR OCH KAFFE KAN VÄXA



SCHYSST ODLING

Häri från köpte vi vårt kaffe 2025	34
Utmaningar och affärsrisker	35
Spårbarhet som grund för schysst kaffe	36
Samarbeten och utvecklingsprojekt	38
Tredjeparts-certifieringar	42



Schysst odling

Löfbergs drivkraft är att vara en katalysator för en mer hållbar värld där både människor och kaffe kan växa. Vi köper kaffe från ett 20-tal länder och under 2025 köpte vi närmare 32 500 ton råkaffe från cirka 45 000 odlare.

Odlingsledet – vår största utmaning och vår starkaste möjlighet

I odlingsledet möts klimatförändringar, sociala utmaningar och ekonomiska risker, vilket skapar stor sårbarhet, men även betydande möjligheter att påverka. Vår största möjlighet att göra skillnad finns här, och därför fokuserar vi särskilt på insatser i odlarländerna.

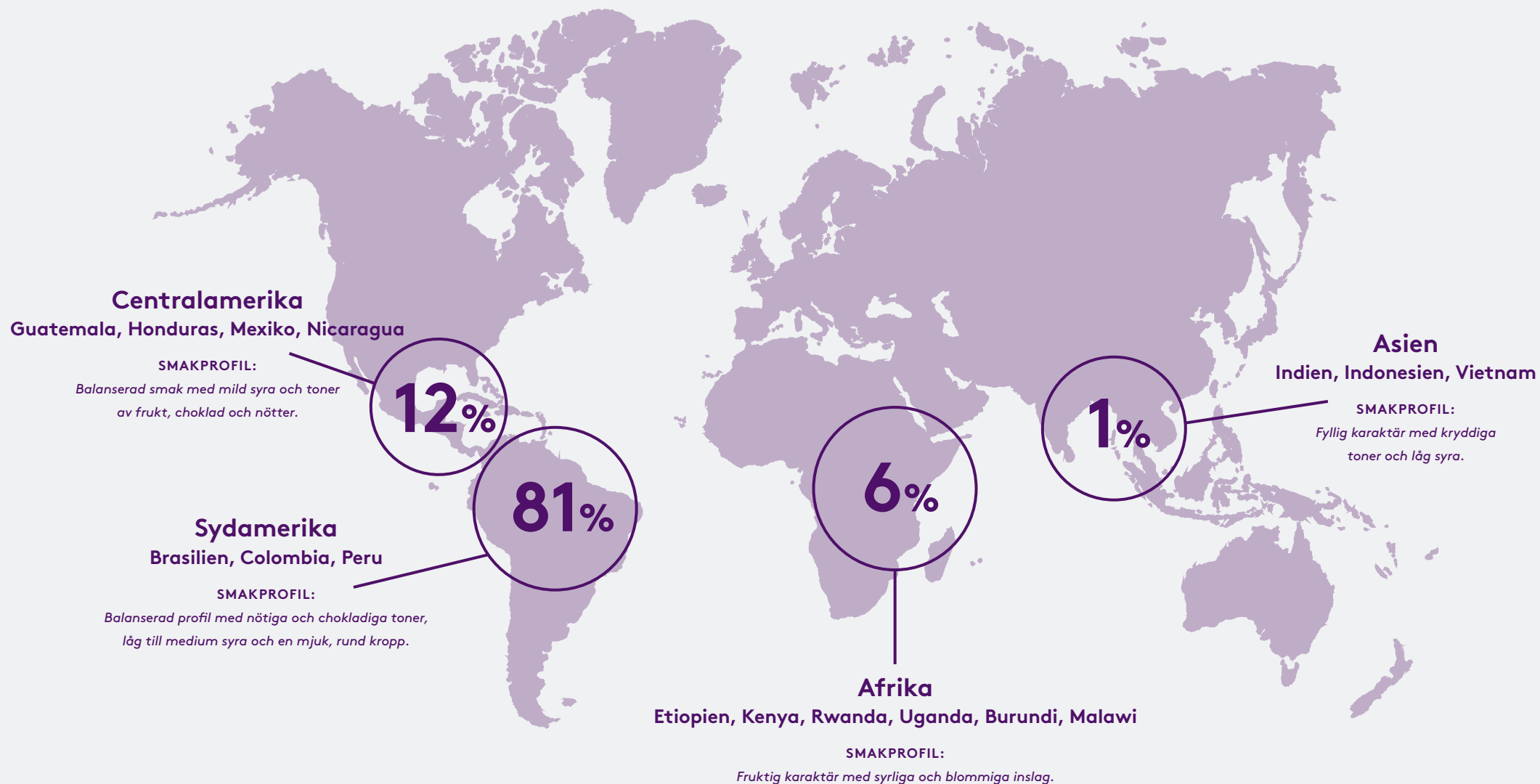
Genom långa relationer, regelbundna besök och en etablerad inköpsmodell ser vi med egna ögon hur våra insatser ger verklig effekt. Detta, tillsammans med samarbeten och utvecklingsprojekt – både lokalt och internationellt – stärker kapaciteten och skapar mätbar skillnad. Detta kombineras med digitala spårbarhetsverktyg, leverantörsverifieringar och tredjepartscertifieringar, vilket gör att vi kan välja de lösningar som skapar störst hållbarhetseffekt.

Vår hållning

- Vi baserar alla leverantörsrelationer på Löfbergs uppförandekod och hållbarhetskrav.
- Vi har långa och nära relationer med odlare och kooperativ.
- Vi främjar hållbara odlingsmetoder genom en bred verktygslåda.
- Vi satsar på digital teknik för att öka spårbarheten i leverantörskedjan.

I kommande kapitel berättar vi hur vi under 2025 arbetat med dessa insatser och partnerskap för att bidra till en schysst odling.

Härifrån köpte vi vårt kaffe 2025



Utmaningar och affärsrisker

Kaffets framtid påverkas av flera samverkande faktorer – från förändrade klimatförhållanden och sociala utmaningar till en alltmer instabil marknad. Tillsammans skapar de en osäkerhet som drabbar både människor och miljö, och hotar kvaliteten på det kaffe vi har tillgång till i framtiden.

Fortsatt höga råkaffepriser och en instabil marknad

De rekordhöga råkaffepriser vi såg under 2024 har hållit i sig även under 2025. Geopolitik samt extremväder med förskjutna regnperioder och sämre skördar har gjort situationen fortsatt instabil, något som påverkat både odlare och den globala kaffehandeln.

Klimatförändringar som hotar både tillgång och smak

Klimatförändringarna är en av de största långsiktiga riskerna för kaffeodlingen. När temperaturer stiger och nederbördsmonster rubbas påverkas mognadsprocessen hos bären. Det leder inte bara till lägre skördar utan också till ojämna bärkvalitet. Klimatstressade plantor kan ge enklare, mindre nyanserade smaker. Något som redan idag märks i vissa regioner. På sikt kan det innebära färre tillgängliga kvaliteter, förlorad smakkomplexitet i högkvalitetskaffe och ett mindre utbud av smaker.

Samtidigt är odlingslandskapen utsatta för ytterligare miljöutmaningar som påverkar tillgången på kaffe. Exempel på sådana utmaningar är ökade utsläpp, föroreningar från kemikalier och vattenbrist, faktorer som påverkar både naturen och den biologiska mångfalden i områden där kaffe odlas.

Sociala utmaningar och nästa generations kaffeodlare

Utöver det miljömässiga perspektivet är det samtidigt flera sociala faktorer som påverkar kaffeodlare och dess familjer. Många lever med osäkra inkomster och begränsad tillgång till trygga arbetsvillkor. Allt fler unga väljer därför andra försörjningsvägar, och ökad urbanisering gör det svårare att attrahera nästa generations kaffeodlare. Det riskerar att minska både arbetskraft och odlingsmark i framtiden.



Spårbarhet som grund för schysst kaffe

Spårbarhet är en förutsättning för att ta ansvar i kaffets värdekedja. För Löfbergs handlar det om att veta var kaffet kommer ifrån, hur det har odlats och under vilka villkor det producerats – men också om att kunna identifiera risker, bygga förtroende och fatta bättre beslut.

Spårbarhet har länge varit en central del av vårt arbete, men under året har frågan fått ännu större tyngd. Kraven ökar både från marknaden och genom ny lagstiftning, inte minst EU:s avskogningsförordning, EUDR. Förordningen innebär bland annat att kaffe som säljs inom EU måste kunna spåras hela vägen tillbaka till odlingen för att säkerställa att ingen avskogning har skett.

Införandet av förordningen var planerat till slutet av 2025, och vi har under året arbetat för att säkerställa att våra system och processer klarar av att möta de nya kraven. I slutet av året kom dock beskedet att införandet skjuts upp ytterligare ett år. Vår riktning ligger dock fast, spårbarhet är och förblir en grundpelare i vårt arbete, oavsett tidplan.

Spårbarhet bortom lagkrav – Löfbergs arbete under 2025

Jonny England, Green Coffee Trading
and Blending Manager

Varför är spårbarhet så centralt för Löfbergs?

– För oss har spårbarhet alltid varit en grundförutsättning för ansvarsfulla kaffeinköp. Genom få mellanhänder och långsiktiga relationer kan vi förstå risker och säkerställa att vårt kaffe produceras på ett schysst sätt, berättar Jonny England.

Han konstaterar även att EUDR har drivit på utvecklingen i hela branschen.

– Historiskt har spårbarhet inom branschen varit svårt eftersom kedjan är så fragmenterad. Många händer rör produkten innan den når kund, vilket gör full spårbarhet utmanande. Kraven från EUDR har påskyndat utvecklingen och tvingat fram lösningar som tidigare inte fanns, inte bara hos enskilda aktörer utan i hela kedjan, vilket verkligen har drivit utvecklingen framåt.

Vad har Löfbergs gjort konkret under 2025?

– Under året har vi stärkt våra system och processer. Vi har gått från manuella arbetssätt till mer strukturerade digitala verktyg för riskbedömning och spårbarhet.

Vi har också fortsatt utveckla Era of We, vår digitala spårbarhetsplattform. Arbetet omfattar i dag framför allt registrering och rapportering av EUDR-relaterad data, men ambitionen är en digitalt sammankopplad värdekedja där fler lager av hållbarhetsdata kan läggas till framöver.

– Era of We är och kommer att vara ett viktigt verktyg för detta, inte enbart för att verifiera avskogningsfria värdekedjor, utan även för andra typer av information i framtiden, och vi är på god väg.

Varför är spårbarhetsarbetet viktigt även bortom EUDR?

– Lagkrav är en sak, men för oss handlar spårbarhet om ansvar. Det är avgörande för att säkerställa att kaffet produceras utan att bidra till avskogning eller andra oacceptabla villkor, och det bygger förtroende både med leverantörer och kunder. Spårbarhet är inget projekt som blir "klart". Det är ett långsiktigt arbete där vi genom att minska risker och skapa stabilare leverantörsrelationer stärker både vår hållbarhetsagenda och på sikt även vår affär.



Samarbeten och utvecklingsprojekt

Att skapa verklig förändring i odlarländerna gör vi bäst tillsammans med andra. Därför bygger vårt arbete på långsiktiga samarbeten med odlare, kooperativ, organisationer och aktörer som delar vår ambition att stärka kaffeodlingens framtid. Genom gemensamma utvecklingsprojekt kan vi bidra till att småskaliga odlare får bättre förutsättningar att hantera klimatförändringar, utveckla sina jordbruk och förbättra sina levnadsvillkor. I kapitlet Vår hållbara riktning (s. 26) visar vi den fulla bredden av våra samarbeten. På följande sidor fördjupar vi oss i några av dessa initiativ.



Familjen Löfbergs Stiftelse

Familjen Löfberg har arbetat med hållbarhetsfrågor i drygt hundra år. 2014 stärkte familjen sitt engagemang genom att bilda en privat stiftelse som främjar en hållbar utveckling i kaffeodlarländer. Stiftelsen finansieras av familjen Löfberg och leds av en styrelse bestående av syskonen Kathrine Löfberg, Martin Löfberg och Therese Gustafsson.

Stiftelsen stödjer utvecklingsprojekt, forskning och utbildning, och har sedan starten för drygt tio år sedan varit med och möjliggjort en rad insatser. Under 2025 fortsatte engagemanget i ett projekt tillsammans med organisationen Help to Help, där unga i Tanzania och Uganda får möjlighet till högre studier inom samhällsviktiga yrken som agronomer, ingenjörer och läkare. Ett projekt som skapar positiva effekter, både för enskilda individer, familjer och samhället i stort.



Ett utvecklingsprojekt för framtidens kaffe

För att framtidens kaffeodling ska vara möjlig med de klimatförändringar vi ser idag krävs odlingsystem som klarar ett alltmer oförutsägbart klimat. Tillsammans med företaget GrowGrounds fortsätter vi därför att utveckla metoder som stärker kaffeodlingars motståndskraft och skapar bättre förutsättningar för småskaliga odlare. Under 2025 tog vi nästa steg i vårt gemensamma arbete i Brasilien.

Från pilotstudie till skalbar modell

Kaffeodlingar påverkas starkt av klimatförändringarna. I många regioner blir traditionella odlingsystem alltmer sårbara, med risk för lägre skördar och försämrad kvalitet. För att möta detta genomförde vi 2023–2024 ett pilotprojekt i Brasilien tillsammans med Stiftelsen Hanns R. Neumann Stiftung och GrowGrounds. Ett 50-tal odlare utbildades i regenerativa jordbruksmetoder och testade syntropisk agroforestry, en odlingsmetod där man planterar träd och andra växter tillsammans med kaffeplantorna i syfte att stärka både jordhälsa och ekosystem.

Pilotstudien visade lovande resultat där odlingsmark med agroforestry påvisade bättre vattenhållning, högre motståndskraft mot extremväder och tydlig klimatnytta i form av kolinlagring. Metoden öppnade också för nya ekonomiska möjligheter genom GrowGrounds modell där odlares klimatnytta kompenseras ekonomiskt enligt internationella standarder.

Under 2025 skalade vi upp arbetet

Under 2025 gick arbetet in i en ny fas. Tillsammans med de brasilianska kooperativen Cooxupé och Expocacer etablerades agroforestry på större arealer och med fler odlare. Fokus ligger på att skapa mätbara resultat – både för klimatet och för odlarens vardag. Tillsammans med 14 bönder planterades 15 411 träd på cirka 82 hektar, vilket bundit upp 1 400 ton CO₂. Hittills har närmare 400 000 kr betalats ut till bönderna för klimatnyttan.

Varför agroforestry?

Agroforestry är en av de mest lovande metoderna för att stärka kaffeodlingens motståndskraft. Genom att integrera kaffeplantor med träd

förbättras jordhälsan, fukt bevaras och ekosystemen stärks. För odlarna innebär det tryggare skördar och nya intäktsmöjligheter.

För Löffbergs är samarbetet med GrowGrounds ett viktigt steg i den omställning som krävs för att säkra kaffeproduktionen på lång sikt – och ett tydligt exempel på hur innovation, partnerskap och klimatnytta kan gå hand i hand.





International Coffee Partners

Att skapa långsiktig förändring i odlingsledet kräver samarbete. Genom den icke vinstdrivande organisationen International Coffee Partners (ICP) samverkar vi tillsammans med sex andra familjeägda kafferosterier för att stärka småskaliga odlares möjligheter att bygga hållbara verksamheter – i dag och för kommande generationer – och samtidigt bidra till bättre levnadsvillkor för kaffebönderna och deras familjer.

Ett långsiktigt samarbete för verklig förändring

ICP grundades 2001 av Löfbergs och fyra andra europeiska kafferosterier, och sedan dess har närmare 125 000 odlare i 13 länder deltagit i projektet. Genom att samla resurser, kunskap och erfarenhet kan vi arbeta mer långsiktigt och med större genomslag än var och en för sig. Projektet genomförs i nära samarbete med lokala organisationer och kooperativ och utgår från lokala behov.

Arbetet fokuserar på att stärka kaffeodlars kapacitet genom utbildning, organisationsutveckling och förbättrade odlingsmetoder. Målet är att öka kvalitet och produktivitet, stärka lokala strukturer och bidra till ökad motståndskraft mot klimatförändringar.

Exempel från 2025 – ett nedslag i Uganda

I Kyotera-distriktet i Uganda pågår ett ICP-projekt tillsammans med Kabira Multipurpose Cooperative (KAMUCO). Här arbetar kooperativet för att höja kaffekvaliteten, stärka försörjningsmöjligheter och bygga stabila gemenskaper.

Kooperativets medlemmar har etablerat spar- och lånegrupper för ökad ekonomisk trygghet, genomfört utbildningar inom ledarskap och administration samt startat ungdoms- och kvinnogrupper med över 600 deltagare. Nästa steg omfattar satsningar på bevattning, trädplantering och byggandet av kooperativets första kaffefabrik – viktiga milstolpar för en mer motståndskraftig och inkluderande kaffeproduktion.



coffee & climate

coffee&climate

coffee&climate (c&c) är ett icke vinstdrivande initiativ där kaffeföretag, offentliga aktörer och lokala organisationer samarbetar för att hjälpa småskaliga kaffeodlare att möta klimatförändringar och stärka sina försörjningsmöjligheter. Initiativet grundades av International Coffee Partners och fyller 15 år i år.

Kunskap som stärker odlarens vardag

Sedan starten 2010 har c&c stöttat över 140 000 kaffeodlare i bland annat Indonesien, Etiopien, Tanzania, Honduras och Guatemala. Arbetet bygger på kunskapsdelning och innovation, med fokus på praktiska lösningar som kan användas direkt på gårdsnivå. En central del är c&c toolbox, en digital plattform med utbildningsmaterial, klimatkartor och konkreta verktyg för klimatanpassad kaffeodling, tillgänglig även i områden med begränsad uppkoppling.

Fokus på klimatanpassade metoder

Under de senaste åren har c&c gått in i en ny fas med ökat fokus på agroforestry och lokalt anpassade metoder som stärker odlingarnas motståndskraft mot ett mer oförutsägbart klimat. Genom att kombinera lokal erfarenhet med forskning skapas lösningar som fungerar i praktiken.

Ett långsiktigt engagemang

Löfbergs är medgrundare till c&c och har varit engagerade i initiativet sedan starten, och sedan 2022 är Kathrine Löfberg ordförande. För oss är c&c ett tydligt exempel på hur samarbete, kunskap och långsiktighet kan bidra till en mer hållbar framtid för kaffe.



Läs mer och utforska c&c toolbox via QR-koden.





Tredjepartscertifieringar – en viktig del av vår verktyglåda för ett schysstare kaffe

Certifieringar har länge varit en viktig del av Löfbergs hållbarhetsarbete. Samtidigt vet vi att det inte enbart finns en lösning som passar alla kaffeodlare eller alla sammanhang. För att skapa verklig och långsiktig förändring krävs en bred verktyglåda, där certifieringar kombineras med långsiktiga relationer, spårbarhet, utvecklingsprojekt och nya arbetssätt i värdekedjan.

Ett nytt steg i arbetet med mer regenerativa ekosystem

Under 2025 tog vi ytterligare ett steg i vårt arbete när Löfbergs som första aktör i Sverige, och bland de första i Europa, köpte in en container med kaffe certifierat enligt Regenerative Organic Certified® (ROC). Certifieringen syftar till att främja regenerativt jordbruk med fokus på jordhälsa, biologisk mångfald, djurvälstånd och sociala villkor, och är ett exempel på hur nya certifieringar kan komplettera etablerade system.

Certifieringar som ROC är ett viktigt tillskott i vår verktyglåda. Samtidigt är de, precis som andra certifieringar, en del av ett större sammanhang där olika lösningar behövs för att skapa bästa möjliga hållbarhetseffekt.

Certifieringar som verktyg för hållbar utveckling

Kajsa-Lisa Ljudén, Head of Sustainability

Varför var det viktigt för Löfbergs att ta in ROC certifierat kaffe just nu?

– För oss handlar det om att fortsätta utveckla vårt sätt att arbeta med hållbarhet. ROC är en certifiering som sätter ett starkt fokus på regenerativa metoder och jordhälsa, vilket är centralt för kaffeodlingens framtid. Genom att ta in ROC-kaffe vill vi både lära oss mer och bidra till att skapa efterfrågan på fler lösningar som stärker odlingarnas långsiktiga motståndskraft, säger Kajsa-Lisa Ljudén.

Hur passar ROC in i Löfbergs syn på certifieringar och hållbarhet?

– Certifieringar har länge varit ett viktigt verktyg för oss, även om det inte alltid är den enda lösningen. Olika odlare har olika förutsättningar, och därför behöver vi arbeta med flera parallella verktyg. ROC kompletterar våra befintliga certifieringar, och är en del av vårt långsiktiga arbete för klimatet, ansvarsfulla inköp och att ge kaffeodlare bättre förutsättningar att skydda miljön och klara klimatförändringar. Det är ett viktigt steg som verkligen ger tillbaka till naturen och som passar väl in i vår ambition att finna verktyg som bidrar till en ökad motståndskraft mot klimatförändringar och mer regenerativa ekosystem.

Löfbergs var tidigt ute med ekologiskt kaffe. Ser du några paralleller?

– Absolut. För 30 år sedan importerade vi den första containern med ekologiskt kaffe till Sverige, långt innan det fanns en bred efterfrågan. På samma sätt ser vi idag att nya certifieringar och metoder behöver tid för att utvecklas. Vi är inte rädda att gå före, testa nya vägar och på så vis bidra till att skapa förutsättningar för en mer hållbar kaffeproduktion på lång sikt.

Vilken roll spelar certifieringar i Löfbergs arbete idag?

– De är fortsatt väldigt viktiga. Idag är vi en av världens största importörer och rostare av Fairtrade- och ekologiskt certifierat kaffe. Vi kombinerar certifieringar med andra arbetssätt för att nå fler odlare och skapa större effekt, särskilt i en tid när både klimatförändringar och lagkrav ställer högre krav på hela värdekedjan.





SCHYSSST PRODUKTION

Ledningssystem, certifikat och affärsetiskt ansvar	46
Fossilfria sjöfrakter	48
Påverkansfaktorer i produktionen	49
Vår resa mot cirkulära och förnybara förpackningar	50
Mindre avfall	54
Våra medarbetare	56

Schysst produktion



Vår ambition är att driva en produktion där både människor och resurser tas tillvara på ett schysst och hållbart sätt. Vi rostar kaffe i Karlstad, Viborg och Riga, och i vår egen verksamhet arbetar vi långsiktigt för att minska klimatpåverkan, stärka cirkulariteten och skapa en trygg och utvecklande arbetsmiljö för våra medarbetare.

Produktion och medarbetare – grunden i vår egen verksamhet

I produktionen möts klimatutmaningar, resursanvändning och arbetsmiljöfrågor. Här har vi möjlighet att påverka genom hur vi designar våra processer, hur vi använder energi och material, och hur vi tar hand om våra medarbetare. Genom att ständigt förbättra våra arbetssätt, investera i fossilfria lösningar och utveckla mer cirkulära flöden minskar vi vår miljöpåverkan och stärker samtidigt en mer hållbar och inkluderande arbetsplats.

Genom nära samarbete mellan våra produktionsenheter, kontinuerliga förbättringsinitiativ och partnerskap med externa aktörer driver vi utvecklingen framåt.

Detta kombineras med satsningar på säkerhet, kompetensutveckling och engagemang bland våra medarbetare, en förutsättning för att skapa en robust och framtidssäker verksamhet.

Vår hållning

- Vi använder fossilfria bränslen.
- Vi utvecklar återvinningsbara, förnybara och/eller återvunna förpackningsmaterial.
- Vi samarbetar med andra för att för att minimera, återvinna och ta vara på avfall och svinn.
- Vi skapar en trygg, inkluderande och utvecklande arbetsmiljö för våra medarbetare.

I kommande kapitel berättar vi mer om hur vi under året har omsatt vår hållning i praktiken för en schysst produktion.

Ledningssystem, certifikat och affärsetiskt ansvar i hela värdekedjan

För att säkerställa ett ansvarsfullt och effektivt arbetssätt i hela vår verksamhet arbetar vi med tydliga ledningssystem, certifieringar och strukturer för affärsetiskt ansvar. Tillsammans är de med och skapar transparens, kvalitet och förtroende genom hela värdekedjan.

Affärsetiskt ansvar i hela värdekedjan

Som en stor importör av råkaffe har vi ett ansvar som sträcker sig genom hela värdekedjan. Vi är godkända enligt EU:s AEO-tillstånd (Authorized Economic Operator), som syftar till att stärka säkerheten i den globala handeln och bidra till en effektiv och enhetlig tullhantering inom EU. Tillståndet ställer höga krav på bland annat säkerhet, skydd av gods, transparenta ekonomiska flöden samt korrekt hantering av tull- och handelsdokumentation.

ISO-certifierade ledningssystem

Tydliga och välfungerande ledningssystem är en viktig del i vårt arbete med att kvalitetssäkra verksamheten och nå våra långsiktiga mål. Väsentliga delar av verksamheten omfattas av tredjepartscertifierade ledningssystem för kvalitet, miljö och livsmedelssäkerhet. Utöver detta använder vi även oberoende märkningar och certifieringar för våra produkter som ett komplement i arbetet med kvalitet, hållbarhet och ansvarstagande.



Ledningssystem och certifikat

KATEGORI	BENÄMNING	BESKRIVNING	UTFÄRDARE	DATUM*	AB ANDERS LÖFBERG	KAFFEHUSET I KARLSTAD AB	LÖFBERGS LILA AB	PETER LARSEN KAFFE A/S	LOFBERGS BAL TIC SIA	LOFBERGS LTD	
KÄFFE	Ekologisk aktör	Certifikat enligt artikel 35.1 i förordning (EU) 2018/848 om ekologisk produktion och märkning av ekologiska produkter	KIWA Certification AB	2024-12-06		x					
			KIWA Certification AB	2024-11-27			x				
			Fødevarestyrelsen	2024-09-09					x		
			Fødevarestyrelsen	2024-09-09		x					
			SIA 'Sertifikācijas un testēšanas centrs'	2025-02-14						x	
	Fairtrade certificate	Handel och tillverkning av Fairtrade-certifierade produkter	FLOCERT GmbH	2024-11-15		x					
	KRAV	Ekologisk (KRAV) produktion	Kiwa Certification AB	2024-12-06		x					
			Kiwa Certification AB	2024-11-27		x					
	Rainforest Alliance Certificate	Uppfyller Rainforest Alliance Sustainable Agriculture Standard	Kiwa Certification AB	2025-10-14		x					
	Soil Association	Följer produktions- och kontrollkrav för ekologiska produkter	Soil Association Certification	2025-03-01						x	
KVALITET & LIVSMEDELSSÄKERHET	Certificate of Free Sale	Produktkvalitet, -säkerhet och ansvarsfull hantering	Miljöförvaltningen, Karlstads kommun	2024-01-15		x					
	e-märkning	Uppfyller krav på korrekt nettokvantitet	RISE Research Institutes of Sweden AB	2023-08-14		x					
	FSSC 22000	Livsmedelssäkerhetssystem	Kiwa Sertifointi Oy	2025-04-10		x					
			Kiwa Sertifointi Oy	2025-05-13		x					
			Q-CHECK P.C	2023-09-05						x	
	ISO 14001	Miljöledningssystem	Independent European Certification Ltd	2023-10-07							x
			RISE Research Institutes of Sweden AB	2024-01-11		x	x				
	ISO 9001	Kvalitetsledningssystem	RISE Research Institutes of Sweden AB	2024-01-11		x	x				
Independent European Certification Ltd			2023-10-07							x	
BM Certification SIA			2024-08-22						x		
SafeContractor certificate	Hälsa- och säkerhetsackreditering	Alcumus SafeContractor Limited	2024-09-20						x		
SÄKERHET	AEO-F tillstånd	Tillstånd gällande tullförenklningar/säkerhet och skydd	Tullverket	2021-12-04		x					

* Avser senaste datum för förnyelse eller utfärdande av certifiering.



Fossilfria sjöfrakter

Magnus Sigrén, Green Coffee Logistics Manager

Våra transporter är en central del av värdekedjan där det är viktigt att vi tar vårt ansvar för att minska klimatpåverkan. Under 2024 tog vi – som första svenska kafferosteri – steget till 100 % fossilfria sjöfrakter av råkaffe. Under 2025 valde vi att fortsätta satsningen. Magnus Sigrén berättar mer om hur arbetet fungerar i praktiken och varför valet av lösning spelar roll.

Varför väljer Löfbergs fossilfria sjöfrakter?

– Sjötransporter står för en betydande del av kaffets klimatpåverkan. När möjligheten fanns att ställa om till fossilfria sjöfrakter, genom en trygg massbalanslösning, med fullständig utsläppsreduktion kändes det som ett självklart val.

Hur fungerar lösningen i praktiken?

– Tillsammans med vår logistikpartner Scanlog köper vi biobränsle som motsvarar hela volymen av våra sjötransporter. Det sker genom så kallade Maritime Carbon Insets, med full spårbarhet och tredjepartsverifiering, vilket säkerställer att klimatnyttan är verklig och inte dubbelräknas.

Vad har satsningen inneburit under 2025?

– Genom att fortsätta investera i fossilfria sjöfrakter har vi eliminerat hela avtrycket vilket under 2025 inneburit en besparing på 1 400 ton CO₂. Samtidigt kan vi erbjuda våra kunder ett kaffe som transporterats på ett mer ansvarsfullt sätt, utan att kompromissa med kvalitet eller leveranssäkerhet.

Påverkansfaktorer i produktionen

I våra rosterier jobbar vi för att vara schyssta mot vår närmiljö, både i hur vi använder resurser och i det vi släpper ut. Arbetssätten skiljer sig mellan våra anläggningar, beroende på processer, utrustning och lokala förutsättningar, men med ett gemensamt fokus på att ta ansvar för vår påverkan.

Energi

Rostning av kaffe kräver energi, och vi använder gas som energikälla i processen. Sedan mitten av 2025 använder vi uteslutande fossilfri biogasol vid våra rosterier i Karlstad, och i Viborg har vi länge rostat med biogas. I Riga arbetar vi fortsatt med att hitta fossilfria alternativ till den naturgas vi använder idag.

Vi använder el från förnybara källor till paketeringsmaskiner, kvarnar och annan utrustning i tillverkningen. I Karlstad och Viborg kommer all el från förnybara källor, medan andelen i Riga uppgår till 9 %. För uppvärmning av våra anläggningar använder vi förnybar fjärrvärme i Karlstad, biogas i Viborg och naturgas i Riga.

Vatten

Vi använder vatten i begränsad omfattning i vår produktion. Vid rostning av bönorna tillsätter vi en liten mängd vatten för att avsluta rostprocessen och kyla ned kaffet. Vattnet förångas direkt och syns som vit, kaffedoftande rök ur rosteriets skorsten. Mängden vatten varierar mellan våra olika rosterier beroende på teknik och process.

Förorening av luft, vatten och mark

De utsläpp som uppstår från våra rosterier består främst av flyktiga organiska föreningar (VOC), som bildas i samband med rostningen. Vi genomför regelbundet miljörapporter och utsläppsmätningar som vi redovisar till tillsynsmyndigheten. På så sätt säkerställer vi att våra utsläpp är inom ramen för gällande krav. Vid den senaste utsläppsmätningen i Karlstad (2023) uppfylldes samtliga villkor.

ENERGIFÖRBRUKNING, MWH	FÖRNYBARA	ICKE-FÖRNYBARA	TOTALT
Elektricitet	7 479	417	7 896
Bränslen	4 754	7 248	12 002
varav rostgas	4 407	5 513	9 920
Totalt	12 233 (61 %)	7 665 (39 %)	19 898

Sammanställningen visar vår totala energiförbrukning i scope 1 och 2 och omfattar rostgas, el, fjärrvärme och drivmedel i ägda och leasade fordon.

VATTEN, M ³	VATTENUTTAG	VATTENFÖRBRUKNING
Samtliga anläggningar	11 117	4 000
varav anläggningar i områden med hög vattenstress	-	-

Sammanställningen omfattar våra produktionsanläggningar samt kontor i anslutning till dessa.

Vår resa mot cirkulära och förnybara förpackningar

Förpackningen är en förutsättning för att kaffet ska hålla rätt kvalitet, smak och skydd hela vägen till konsumenten. Samtidigt är den en viktig del av vårt hållbarhetsarbete. På Löfbergs arbetar vi långsiktigt med att utveckla förpackningar som möter både dagens krav och de ökade förväntningarna på återvinning, materialval och transparens.

Förpackningar fyller flera avgörande funktioner. De ska skydda kaffet mot syre, ljus och fukt, uppfylla lagkrav för livsmedelssäkerhet och fungera effektivt i produktion och logistiskt. Samtidigt är det förpackningen som direkt möter konsumenten, vilket ställer höga krav på tydlighet, återvinningsbarhet och ansvarstagande. För oss handlar förpackningsutveckling därför om att ta in alla dessa perspektiv och hitta lösningar som håller över tid. Det är ett arbete som kräver noggranna tester, tvärfunktionellt samarbete och ett tydligt långsiktigt mål.

Från tidig innovation till tydliga mål

Vårt arbete mot cirkulära och fossilfria förpackningar började redan på 1990-talet, när vi som ett av de första kaffeföretagen i Europa tog bort aluminium ur våra förpackningar. Sedan dess har utvecklingen fortsatt steg för steg. År 2018 inledde vi övergången från fossil plast till förnybara råvaror, och sedan 2022 sker en successiv omställning till återvunnen och förnybar plast genom en ISCC-certifierad massbalanslösning.

Det långsiktiga målet är tydligt: till 2030 ska våra förpackningar vara tillverkade av förnybara och/eller återvunna material samt vara designade för materialåtervinning. Ett viktigt delmål nåddes nu under 2025 då hela vårt sortiment av hela bönor konverterades till förpackningar i monomaterial designade för återvinning. Det är ett konkret steg mot en mer cirkulär hantering av våra förpackningar.

Under 2025 har också arbetet med att anpassa verksamheten till EU:s nya förordning om förpackningar och förpackningsavfall (PPWR) varit i fokus. Arbetet är viktigt, inte bara för att uppfylla nya lagkrav, utan också för att säkerställa att våra förpackningar bidrar till en mer cirkulär ekonomi och fungerar på alla marknader där vi är verksamma.

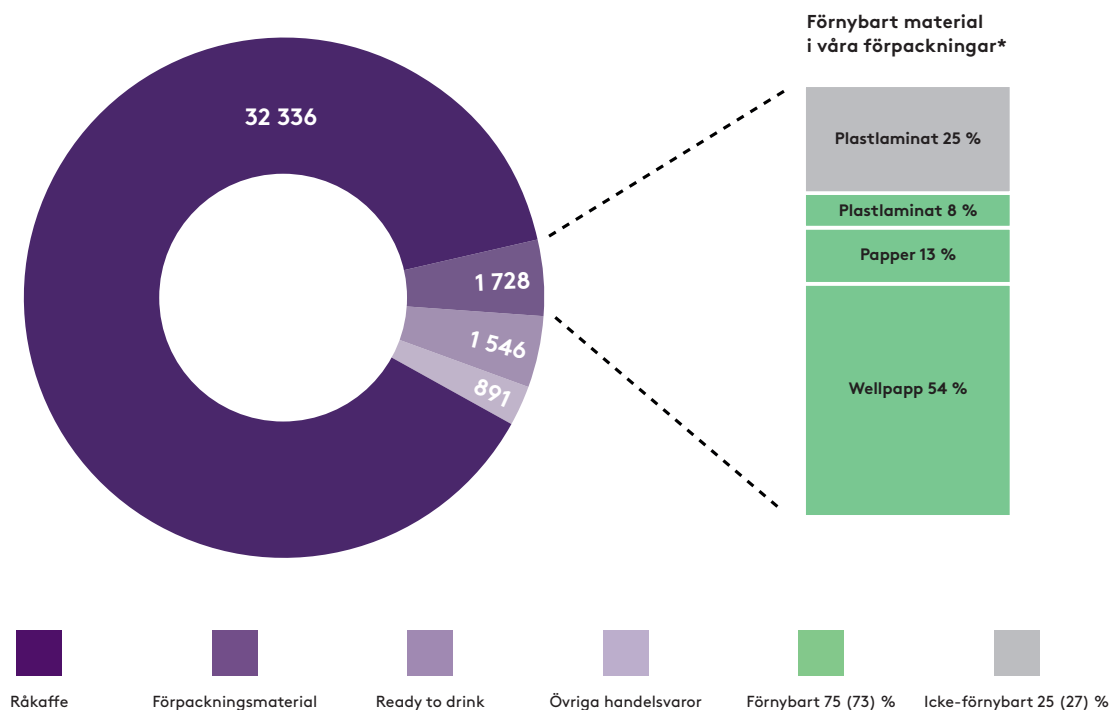
Vår hållbarhetsstrategi för förpackningar

Vår förpackningsstrategi utgår från tre tydliga principer som vägleder utvecklingen över tid. Tillsammans skapar de riktning i ett område där teknik, lagkrav och kundförväntningar förändras snabbt. I korta drag bygger strategin på tre principer: att minska materialförbrukningen, ställa om till förnybara och återvunna material, och att designa för högkvalitativ återvinning. Strategin skapar en tydlig brygga mellan långsiktiga mål och konkreta beslut i vardagen, och ligger till grund för både investeringar och prioriteringar i förpackningsutvecklingen. På nästa sida kan du läsa mer om strategin och våra mål.

Resultat 2025

Under 2025 har förpackningsarbetet gett tydliga resultat. Det är ett pågående projekt som både innebär tekniska utmaningar och investeringar vilket är nödvändigt för att skapa långsiktigt hållbara lösningar. Idag består våra förpackningar till 75 (73) % av förnybara råvara, främst papper, wellpapp och plastlaminat. Den återstående andelen fossilbaserad plast ersätts successivt med återvunna eller förnybara alternativ.

Materialanvändning, ton



* Avser primär- och sekundärförpackningar vid tillverkning i våra rosterier, vilket motsvarar 1 517 ton av totala förpackningsmaterialet.

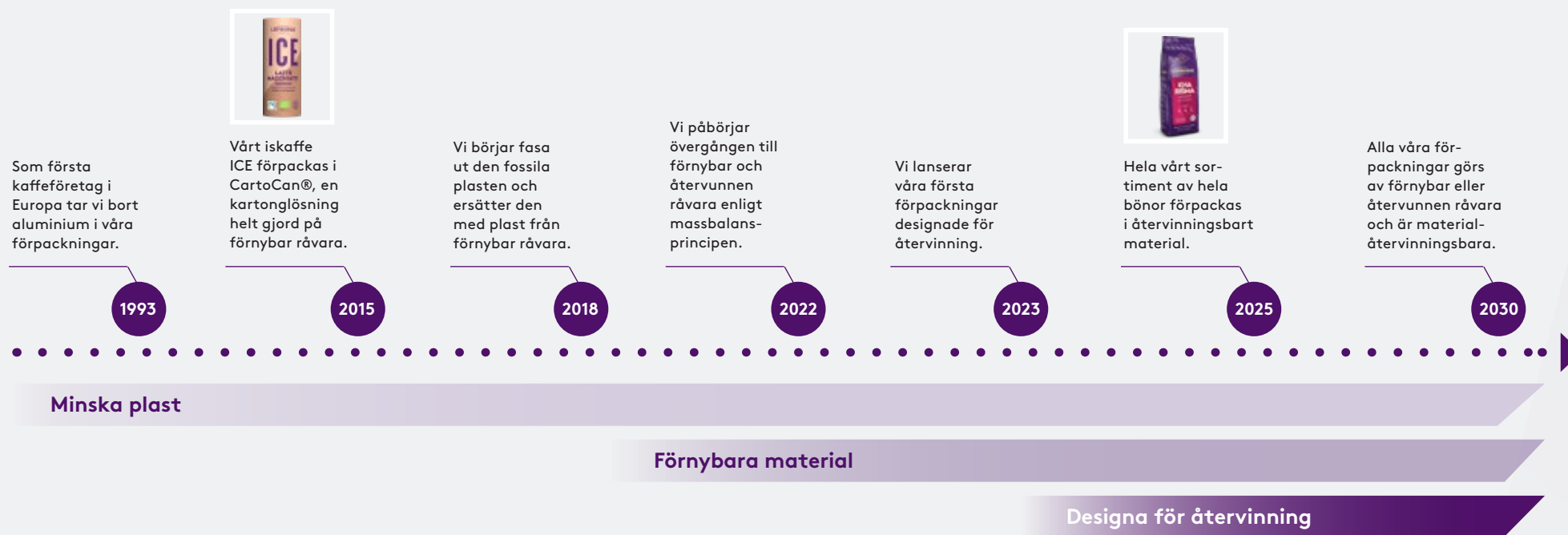
Förpackningsmål, strategi och färdplan

Förpackningsmål:

Till 2030 ska alla våra förpackningar komma från återvunnen eller förnybar råvara.

Vår strategi:

- Minska mängden använt material och fasa ut onödiga skikt av aluminium och metallisering
- Eliminera farliga material
- Använda förnybara och/eller återvunna resurser
- Använda spårbara och ansvarsfullt odlade förnybara material
- Minska påverkan på miljön med bibehållen kvalitet och hållbarhetstid
- Bibehålla produktionseffektivitet
- Övergång till material som kan återvinnas i ett cirkulärt flöde på en global marknad



Förpackningsutveckling i praktiken – ett arbete utan slutdatum

Madelene Breiling, Head of Development and Compliance

För oss på Löfbergs handlar förpackningsutveckling om mer än materialval. Det är ett arbete där livsmedelssäkerhet, kvalitet, miljöansvar och affärsperspektiv behöver fungera tillsammans. Madelene Breiling berättar mer om vad som präglat arbetet under 2025.

Hur arbetar Löfbergs med förpackningsutveckling?

– Det är ett gemensamt, tvärfunktionellt arbete där flera delar av organisationen samarbetar i forum för beslut och uppföljning. Det gör att vi kan balansera olika perspektiv och hitta lösningar som verkligen fungerar i praktiken.

Vad har varit i särskilt fokus under 2025?

– Under året har vi fortsatt att ställa om fler förpackningar till att vara designade för återvinning, där ett viktigt steg såklart är att hela sortimentet av hela bönor nu förpackas i monomaterial. Vi har också sett över materialanvändningen och tagit bort komponenter som inte tillför funktion. Exempelvis har vi justerat utformningen på vissa produkter för att minska materialåtgången, och tagit bort återförslutningar på vissa produkter.

Löfbergs hade ett tydligt mål kopplat till 2025. Kan du berätta mer om det?

– Målet att erbjuda materialåtervinningsbara förpackningar på alla våra marknader i slutet av 2025 var ett ambitiöst mål som verkligen har drivit utvecklingen framåt. Förpackningar är tekniskt komplexa och ska fungera på befintliga maskinlinjer, samtidigt som de ska möta framtida lagkrav. Vi är därför glada över att under året kunnat godkänna lösningar i mindre skala, som nu är redo att skalas upp. För oss är det viktigt att lösningarna håller över tid. Det handlar inte om att byta snabbt, utan om att göra rätt från början.

Vad blir nästa steg i förpackningsarbetet?

– Vi fortsätter arbetet mot 2030-målet, samtidigt som vi testar, utvärderar och förbättrar i takt med ny kunskap och nya regelverk. Förpackningsutveckling är inget projekt med ett slutdatum, utan ett kontinuerligt arbete som kräver långsiktighet, samarbete och noggrannhet i varje steg.



Mindre avfall

Vi strävar efter att bli helt cirkulära genom smart design och resurseffektivitet, samt genom att minska koldioxidutsläppen och fossilbaserade resurser i alla våra produkter och förpackningar. Målet är att ta vara på kaffets fulla värde och hitta nya sätt att omvandla avfall till resurser.

Mål till 2030

- Minskat kaffesvinn i egen produktion med 50 % (basår 2020/2021)
- Halvera mängden avfall som går till förbränning (basår 2022)

Fokus på minskat matsvinn

Vi arbetar aktivt för att minska svinn som en del i vårt hållbarhetsarbete. Om kaffebönor av någon anledning inte kan säljas som tänkt, till exempel för att det inte gick exakt som planerat vid rostningen, strävar vi alltid efter att de ska komma till användning på bästa möjliga annat sätt. Bönorna kan exempelvis bli råvara till nya produkter, hos oss internt eller externt. Vi har stort fokus på samarbeten, dialog och affärsutveckling som en del i arbetet.

Med vår digitala process "rework" kan vi systematiskt återdosera kaffebönor i produktionen, vilket säkerställer full kontroll och spårbarhet i hela kedjan, hela vägen ut till kund. Vi har även utvecklat

effektiva metoder för att minska svinn i lager och produktion genom tydligare ansvarsfördelning, bättre kostnadsuppföljning och förbättrad hantering av försäljningsdatum i vårt affärssystem.

Svinnet från vår kaffeproduktion i Karlstad var under året endast 0,28 (0,32) %, det motsvarar mindre än 3 kilo per ton kaffe. Det visar att vårt långsiktiga arbete ger resultat och för oss närmare vårt mål att minska svinn med hälften jämfört med basåret 2020/2021 (0,49 %).

Avfall och avfallshantering

Under 2025 genererades totalt 616 (640) ton avfall i vår produktion i Karlstad. Det inkluderar förpackningsmaterial, biprodukter och kasserat kaffe. En stor del går till energiutvinning, men andelen som materialåtervinns ökar stadigt. När avfall får nytt liv i nya produkter skapas både ekonomiska och miljömässiga vinster, en viktig drivkraft i den cirkulära ekonomin.

Fördelning av farligt och icke-farligt avfall

AVFALLSTYP	ÅTERVINNING OCH ÅTERANVÄNDNING		BORTSKAFFNING	TOTALT AVFALL
	MATERIALÅTERVINNING	ENERGIÅTERVINNING		
Icke-farligt avfall (ton)	233	424	23	680
Farligt avfall (ton)	0	0	3	3
Totalt avfall (ton)	233	424	26	683
Icke-farligt avfall (m ³)	0	408	0	408
Farligt avfall (m ³)	0	0	0	0
Totalt avfall (m³)	0	408	0	408

Avfallstyp anges med olika enheter eftersom en liten del av avfallet i Riga mäts i volym (m³) och resterande avfall mäts i massa (ton).

Kaffebönor får nytt liv i Sveriges första kaffejord

Under 2025 lanserade vi Sveriges första kaffejord, en torvfri krukväxtjord där bortsorterade kaffebönor från vår egen produktion får nytt liv. Ett konkret exempel på hur vi arbetar långsiktigt för att minska svinn, ta vara på resurser och utveckla cirkulära lösningar i praktiken.

Från kafferest till ny resurs

I vår produktion uppstår ibland restavfall från kaffebönor som av olika skäl inte kan användas i rostningen, och i stället för att enbart se detta som avfall har vi valt att se potentialen. Tillsammans med Evergreen Garden Care (tidigare Econova) har vi därför genomfört ett storskaligt test där kafferesterna komposteras tillsammans med restmaterial från skogen. Resultatet blev en näringsrik jord som lämpar sig väl för krukväxter och odling. Under 2025 användes totalt cirka 155 ton kafferester till kaffejord. Resterna består av svinn från produktionen samt silverhinna, ett skal som lämnar kaffebönan vid rostning.

En torvfri lösning

Torv är en vanligt förekommande komponent i odlingsjord, men torvmarker där man utvinnet torv lagrar stora mängder kol och spelar en viktig roll för klimat och biologisk mångfald, vilket gör torvbrytning till en betydande miljöutmaning. Kafferester har visat sig fungera väl som ersättning för torv, och kaffejorden är därför helt torvfri.

Från idé till lanserad produkt

Samarbetet med Evergreen Garden Care inleddes redan 2021 och har utvecklats steg för steg, och under 2025 tog vi steget från utveckling till lansering. Kaffejorden har under året funnits tillgänglig hos utvalda återförsäljare och online och har gjort det möjligt för svenska hemmaodlare att välja en torvfri jord baserad på restprodukter från vår egen verksamhet. Produkten har även nominerats till Elmia Garden Award i kategorin Årets Trädgårdsprodukt 2026, ett kvitto på att cirkulära lösningar kan skapa både miljönytta och kommersiellt värde.



Våra medarbetare

Mer än 300 personer i åtta länder har Löfbergs som sin arbetsplats. Våra medarbetare är vår viktigaste resurs, och vi värdesätter deras kunskap, engagemang och drivkraft. Vår ambition är att vara en attraktiv arbetsplats där varje medarbetare mår bra och har möjlighet att utvecklas tillsammans med oss.

För att skapa en trygg och hållbar arbetsmiljö arbetar vi systematiskt med flera verktyg – bland annat vår uppförandekod, arbetsmiljöpolicy, veckovisa pulsmätningar, ett aktivt värdegrundsarbete, visselblåsarfunktion samt satsningar på ledarskap och kompetensutveckling.

Hälsa, säkerhet och välmående

En säker och hälsosam arbetsmiljö är grundläggande för oss. Vi genomför därför regelbundna analyser av arbetsmiljörisiker i hela vår verksamhet. De vanligaste riskerna rör stress, olyckor i produktion och trafikincidenter för resande medarbetare. Vi har en nollvision för olyckor och arbetar förebyggande genom återkommande riskbedömningar. Alla producerande enheter bedriver enligt vår arbetsmiljöpolicy ett aktivt säkerhetsarbete där rutiner, utbildning och rapportering av incidenter – tillbud, olyckor och riskobservationer – är centrala delar. Under 2025 inträffade 15 (28) arbetsrelaterade olyckor i vår

verksamhet, det motsvarar en olycksfallsfrekvens på 4,9 (9,3). Antalet dödsfall som har orsakats av arbetsrelaterade skador och arbetsrelaterad ohälsa var under året 0 (0). Vi har inte haft några allvarliga negativa människorättsincidenter under året som rör barnarbete, tvångsarbete, människohandel eller diskriminering.

En kompetensbaserad och objektiv rekryteringsprocess

För att säkerställa en rättvis och kompetensbaserad rekrytering arbetar vi kontinuerligt med att utveckla våra processer. Med stöd av en gemensam rekryteringsplattform skapar vi ett mer strukturerat och objektivt urval, där fokus ligger på erfarenhet, färdigheter och potential snarare än personliga uppgifter i ett tidigt skede. Det bidrar till en mer jämställd rekrytering och en trygg kandidatupplevelse.

Avvikelsesrapportering och visselblåsning

Alla medarbetare har ansvar för att uppmärksamma och rapportera beteenden eller händelser som inte överensstämmer med våra värderingar eller policys. Rapportering sker i första hand till närmaste chef eller HR. Vi har även en anonym visselblåsartjänst där inkomna ärenden hanteras av en extern part och därefter följs upp av CEO, CFO och CHRO.





Tjänsten är tillgänglig både för våra medarbetare och externt via vår webbplats, vilket innebär att alla våra samarbetspartners och andra intressenter kan rapportera ärenden som rör vår verksamhet. Under 2025 inkom inga ärenden via visselblåsarfunktionen.

Aktivt värdegrundsarbete

Våra värderingar är en gemensam grund för alla som arbetar på Löfbergs och genomsyrar allt vi gör. De är integrerade i medarbetarsamtal, interna utbildningar och ligger till grund för vår lönepolicy. Värdegrundsarbetet är långsiktigt och utvecklas kontinuerligt. Till våra värderingar har vi kopplat konkreta beteenden som ledare använder i dialoger och utvecklingsarbete i sina team.

Ledarskaps- och kompetensutveckling

En stark företagskultur och ett gott ledarskap är avgörande för att vi ska vara ett långsiktigt konkurrenskraftigt och attraktivt företag. Det skapar också förutsättningar för en inkluderande arbetsplats där medarbetare trivs och mår bra.

Utöver en opartisk och kompetensbaserad rekryteringsprocess arbetar vi kontinuerligt med ledar- och kompetensutveckling för alla medarbetare. Varje år genomför vi ett ledarprogram där tolv deltagare utbildas i fyra

moduler med teman som självledarskap, teamutveckling och hur vi leder Löfbergs. Vi har ett brett synsätt på ledarskap. Att vara ledare handlar inte enbart om chefsroller, utan också om att ta ansvar och bidra till utveckling i vardagen.

För att stärka vår kunskap om mångfald och inkludering har vi även utvecklat en digital utbildning som ger en gemensam grund i inkluderande arbetssätt, både generellt och utifrån Löfbergs värderingar. Utbildningen är en del av vårt introduktionsprogram för nyanställda tillsammans med en serie andra grundläggande kurser.



Veckovisa pulsmätningar – ett verktyg för kontinuerlig förbättring av arbetsmiljön

Helena Eriksson, Chief Human Resources Officer

För att följa hur våra medarbetare mår genomför vi varje vecka pulsmätningar med sex frågor om vår kultur och arbetsmiljö. Under 2025 uppdaterades frågorna för att ge en ännu tydligare bild av hur företaget lever upp till kultur, engagemang och arbetsmiljö. Svarsfrekvensen inom koncernen låg under 2025 på 75 %. Helena Eriksson berättar mer om hur insikterna används i det dagliga utvecklingsarbetet.

Vad mäter Löfbergs i pulsmätningen?

–Pulsmätningarna ger oss en tydlig bild av nuläget inom bland annat ledarskap, arbetsglädje, personlig utveckling, engagemang och värderingar.

Varför uppdaterades frågorna 2025?

–Vi uppdaterade frågorna för att bättre spegla de aspekter som är viktigast för medarbetarnas arbetsmiljö och engagemang. Det handlar om att identifiera områden där vi kan göra störst skillnad, få mer relevanta insikter och följa utvecklingen över tid på ett mer träffsäkert sätt.

Hur används resultaten i praktiken?

–Resultaten används direkt i dialog med medarbetarna och som underlag för utvecklingsinsatser på företags- och avdelningsnivå. De visar vad vi gör bra och var vi behöver agera, stärker kulturen och skapar en arbetsmiljö där medarbetarna känner sig sedda och hörda. Vi jobbar med ett tydligt eNPS-mål som övergripande indikator på hur arbetsplatsen upplevs, och pulsmätningarna ger en fördjupad förståelse för resultaten och visar vilka områden som har störst påverkan. Pulsmätningarna är ett kontinuerligt verktyg som utvecklar arbetsmiljön, engagemanget och kulturen, och gör det möjligt att fokusera insatser där de gör mest skillnad.

Medarbetarstatistik

Antal medarbetare beräknas som heltidsekvivalenter och som ett genomsnitt för hela rapporteringsperioden. Personalomsättningen under perioden var 13 (13) %.

TYP AV AVTAL	2025	2024
Tillfälliga anställningar	6	7
Fasta anställningar	311	309
Totalt antal anställda	317	316

KÖN	2025	2024
Man	192	187
Kvinna	125	129
Annat*	-	-
Ej angivet	-	-
Totalt antal anställda	317	316

ANSTÄLLNINGSLAND	2025	2024
Sverige	195	184
Norge	7	7
Danmark	57	66
Finland	9	7
Lettland	34	34
Estland	2	2
Litauen	3	3
Storbritannien	10	13
Totalt antal anställda	317	316

ÖVRIGA UPPLYSNINGAR	2025	2024
Andelen anställda som erhåller ersättning lika med eller högre än minimilön	100 %	100 %
Löneskillnad mellan kvinnliga och manliga anställda**	22 %	25 %
Andel anställda som omfattas av kollektivavtal***	61–80 %	61–80 %

* Annat ej tillämpligt då det i Sverige inte är möjligt att registrera sig juridiskt med ett tredje kön.

** Ingen hänsyn har tagits till skillnader i roller, senioritet eller marknadslöner per land.

*** Kollektivavtal tillämpas och följs i de länder det finns. I vissa länder regleras kollektivavtalsliknande villkor i nationell lag.



SCHYSST KONSUMTION

Vårt sortiment – vårt ansvar.....	62
Certifieringar och märkningar.....	64
Att nå ut med hållbarhetskommunikation.....	66
Lokalt samhällsengagemang.....	70

Schysst konsumtion



Löfbergs ska vara ett tryggt och gott val – både när det gäller smak och hållbarhet. Genom vårt sortiment, vår kommunikation och våra erbjudanden vill vi göra det lätt att göra rätt, för kunder och konsumenter som vill välja kaffe med omtanke om både människor och miljö.

Det ska vara lätt att göra rätt

I konsumtionsledet möts kvalitet, information och ansvar. Här har vi möjlighet att påverka genom hur vi utvecklar vårt sortiment, hur vi säkerställer hög produktsäkerhet och hur vi kommunicerar hållbarhet på ett tydligt och trovärdigt sätt. För oss handlar schysst konsumtion om att ta ansvar hela vägen till koppen, och att hjälpa fler att göra medvetna val i vardagen.

Genom dialog med kunder och konsumenter, tydliga certifieringar och märkningar samt utveckling av hållbara och cirkulära erbjudanden skapar vi förutsättningar för hållbara val. Digitala verktyg gör det möjligt att öka transparensen och engagera fler i omställningen.

Vår hållning

- Vi erbjuder kaffe med god smak, hög kvalitet och tydligt ansvarstagande.
- Vi säkerställer produktsäkerhet och kvalitet i hela sortimentet.
- Vi använder certifieringar, märkningar och data för att skapa transparens och förtroende.
- Vi gör det enkelt att förstå och välja mer hållbara alternativ.
- Vi utvecklar cirkulära och hållbara erbjudanden tillsammans med kunder och partners.

I kommande kapitel berättar vi mer om hur vi under 2025 har arbetat med sortiment, kommunikation och engagemang för att göra schysst konsumtion möjlig, varje dag.

Vårt sortiment – vårt ansvar

Vårt sortiment är en central del av hur vi tar ansvar hela vägen till kaffekoppen. Här omsätts ambitioner om kvalitet, hållbarhet och transparens i faktiska produkter och erbjudanden. Genom medvetna val, tydlig information och nära dialog vill vi göra det enkelt för kunder och konsumenter att välja ett kaffe som både smakar och gör gott.

Vårt sortiment

Vi erbjuder kaffe för många smaker, tillfällen och behov – varmt som kallt – från bryggkaffe och hela bönor till färdiga kaffedrycker. Sortimentet kompletteras med te, tillbehör, utbildningar och tjänster. Oavsett produkt är utgångspunkten densamma: hög kvalitet, god smak och ett tydligt ansvarstagande.

För oss hänger smak och hållbarhet nära samman. Kaffets kvalitet påverkas av hur det odlas, handlas, rostar och hanteras. Därför bygger vårt sortiment på långsiktiga inköpsrelationer, noggranna urval och ett hantverk som vilar på kunskap och erfarenhet.

Hållbara och cirkulära erbjudanden

Vi vill göra det enklare för fler att göra hållbara val i vardagen. Det gör vi genom att ställa höga krav på miljömässigt och socialt ansvar i våra produkter och tjänster, samt genom att utveckla erbjudanden som främjar en mer hållbar konsumtion. För oss är det viktigt att ge våra kunder och konsumenter goda förutsättningar att påverka i en positiv riktning.

Under de senaste åren har vi breddat vår verktygslåda och kombinerar idag certifieringar med långsiktiga samarbeten, spårbarhet, utvecklingsprojekt och nya cirkulära lösningar. På så sätt kan vi möta olika behov i värdekedjan och skapa förutsättningar för fler odlare att ställa om till mer hållbara metoder. Genom tydlig kommunikation om våra produkters mervärden vill vi göra det lätt att göra rätt.

Dialog med kunder och konsumenter

En öppen och kontinuerlig dialog är avgörande för att utveckla vårt erbjudande. Genom regelbundna undersökningar, mätningar och daglig kontakt via kundservice, e-post och sociala medier fångar vi upp frågor, synpunkter och förväntningar från våra konsumenter.



Dialogen ger oss värdefull kunskap om hur våra produkter uppfattas och används, och hjälper oss att identifiera förbättringsområden. Den är också en viktig del i vårt förebyggande arbete kring kvalitet och produktsäkerhet, och bidrar till ökad transparens och trygghet för våra kunder.

Produktsäkerhet och kvalitet

Produktsäkerhet och kvalitet är grundläggande i allt vi gör på Löfbergs. Miljontals människor dricker vårt kaffe varje dag, ett förtroende vi är måna om att förvalta. Det ställer höga krav på struktur, kunskap och noggrannhet i hela vårt kvalitetsarbete, något våra medarbetare jobbar kontinuerligt med att upprätthålla.

Kvalitet börjar vid ursprunget

Arbetet med kvalitet startar redan vid inköp av råkaffe och alla våra leverantörer granskas nog så att de uppfyller våra inköpskriterier. Kvaliteten på råkaffet och var det odlas är avgörande för smaken, och genom långa och nära relationer med odlare och leverantörer får vi god insikt i odlingsförhållanden, ursprung och börnornas egenskaper. Det är avgörande både för smakprofilen och för att säkerställa att våra krav på kvalitet och livsmedelssäkerhet uppfylls.

Systematiskt arbete genom hela verksamheten

I den egna verksamheten arbetar vi med tydliga processer, ansvarsfördelning och regelbundna kontroller. Spårbarhet, kvalitetskontroller och uppföljning sker löpande, och kompletteras av externa revisioner samt produkt- och företagscertifieringar. Tillsammans ger det struktur och transparens i vårt arbete med kvalitet och livsmedelssäkerhet.

Vi kompromissar aldrig med den goda smaken

Kaffets smak påverkas av många olika faktorer och kan variera mellan skördar och säsonger. För att säkerställa en jämn och hög kvalitet provsmakar vårt smakteam därför upp till 300 koppar kaffe varje dag. Det är ett kontinuerligt och gediget arbete som gör att våra kunder och konsumenter kan känna sig trygga med att vi kommer leverera ett kaffe motsvarande den smakprofil och kvalitet som de förväntar sig, varje gång.



Certifieringar och märkningar

Vi kombinerar olika metoder och arbetssätt för att skapa schyssta villkor för miljön och kaffeodlare. Vi arbetar sedan länge med oberoende märkningar och certifieringar, som ett av flera sätt att erbjuda kaffe med verifierat god hållbarhetsprestanda. De märkningar vi väljer ska verifieras av tredje part och ge tydliga mervärden gällande miljö och socialt ansvar. Här är några av de märkningar vi använder:



Fairtrade

är en oberoende produktmärkning med fokus på mänskliga rättigheter. Odlaren garanteras ett minimipris och kooperativet får en extra premie. Det skapar förutsättningar för bättre arbets- och livsvillkor.



Rainforest Alliance

är en oberoende produktmärkning med inriktning på att bevara biologisk mångfald, främja mer hållbara odlingsmetoder och förbättra arbetsvillkoren och levnadsstandarden för bönder.



EU:s logotyp för ekologisk produktion

används på livsmedel som odlats utan kemiska bekämpningsmedel, konstgödsel eller GMO.



KRAV

är en svensk miljömärkning som används på livsmedel som odlats utan kemiska bekämpningsmedel, konstgödsel eller GMO, och bara innehåller naturliga tillsatser. Omfattar även god djurvälstånd, socialt ansvar och klimathänsyn.



Forest Stewardship Council (FSC)

är en internationell certifiering som främjar ansvarsfullt skogsbruk med fokus på miljö, socialt ansvar och ekonomisk hållbarhet.



Ø-märket

är en dansk märkning och visar att produkt är certifierad enligt Danmarks och EU:s regler för ekologisk produktion. Garanterar att varan producerats utan kemiska bekämpningsmedel, konstgödsel eller GMO.



Soil Association Certification

är en brittisk certifiering för ekologiska produkter. Säkerställer odling utan kemiska bekämpningsmedel eller konstgödsel, god djurvälstånd och minskad miljöpåverkan.





Att nå ut med hållbarhetskommunikation

Att nå ut med hållbarhetskommunikation handlar om mer än certifieringar på produkterna. Det handlar om att engagera och inspirera både konsumenter och affärspartners att förstå värdet av sina val.

Vi arbetar kontinuerligt med att ge våra kunder värdefull information som underlättar och inspirerar dem att göra medvetna val, både i privatlivet och i affären. Genom att exempelvis erbjuda tips, goda recept och praktiska råd vill vi visa hur små förändringar i vardagen kan göra skillnad. Till exempel genom att minska matsvinn, spara resurser eller stödja bättre villkor för odlare. För oss handlar det om att underlätta för våra kunder och konsumenter. Det ska vara lätt att göra rätt, helt enkelt.



Inspiration, kunskap och praktiska tips – för en mer hållbar konsumtion hemma

Gabriella Gille, Chief Marketing Officer

Schysst konsumtion handlar inte bara om vilket kaffe man väljer i butik, utan minst lika mycket om hur vi tar vara på det kaffe vi har hemma. Genom dialog med konsumenter, tydlig kommunikation på förpackningarna och relevant innehåll i digitala kanaler vill vi synliggöra värdet i varje kopp och inspirera till att ta hand om kaffet på ett mer medvetet sätt, berättar Gabriella Gille.

Hur möter ni konsumenten i vardagen?

– Förpackningen är ofta den första kontakten vi har med konsumenten. Där lyfter vi certifieringar och visar tydligt hur förpackningen ska sorteras. Genom QR-koder kan den som vill fördjupa sig och ta del av mer information om kaffets resa – från böna till kopp – och om vårt hållbarhetsarbete.

I våra digitala kanaler delar vi bryggtips, inspiration och konkreta råd som hjälper konsumenten att minska svinn och använda sitt kaffe mer genomtänkt hemma. Små justeringar, som rätt dosering och bättre förvaring, gör både smaken bättre och minskar onödigt spill.

Vilka beteenden hoppas ni påverka hos konsumenten?

– Framför allt vill vi minska onödigt svinn och göra det enklare att sortera rätt. Att dosera rätt mängd kaffe, ta vara på det som bryggs och återvinna förpackningen korrekt är små handlingar som tillsammans gör skillnad. Där försöker vi vara konkreta med bryggguider, tydlig sorteringsinformation och inspiration som är enkel att omsätta i praktiken.

Vad är viktigast i arbetet framåt?

– Att fortsätta vara relevanta och trovärdiga är avgörande. Schysst konsumtion måste kännas praktisk och möjlig i vardagen. När man ser hur små vanor och handlingar faktiskt gör skillnad blir det också lättare att ta medvetna beslut – och hålla fast vid dem över tid.





Coffee Experts – kunskap som skapar schyssta kaffeupplevelser

Kaffe är ett hantverk som bygger på smak, kunskap och ansvar. Med vår specialistavdelning Coffee Experts vill vi dela vår passion och göra det enklare att förstå vad som krävs för att skapa riktigt gott och schysst kaffe hela vägen ut i koppen.

Avdelningen Coffee Experts bildades 2024 och fortsatte under 2025 att utveckla sitt arbete tillsammans med våra B2B-kunder. Teamet består av fem kaffespecialister med lång och bred erfarenhet som arbetar dedikerat med utbildningar, kundevent, kvalitetsuppföljning och inspiration. Målet är att stärka våra kunders erbjudanden och bidra till mer medvetna och hållbara val i vardagen.

Fördjupad kunskap på plats i odlarland

Under 2025 reste delar av teamet till Nicaragua för att fördjupa sin kunskap och förståelse för kaffets värde. Under en vecka arbetade de på kaffefarmen Finca El Arbol och följde kaffets resa – från skörd av kaffebär till de olika moment och kvalitetssteg som krävs innan kaffet fraktas över haven till vårt rosteri.

Att själva få uppleva odlarens vardag skapar en unik närhet till både hantverket och människorna bakom kaffet. Den erfarenheten är något Coffee Experts har med sig in i mötet med kunder, både i form av kunskap, berättelser och konkreta exempel som gör hållbar konsumtion mer levande och relevant.

– I grunden handlar vårt arbete om att visa hur hållbarhet och kvalitet hänger ihop. När fler förstår värdet och arbetet bakom en kopp kaffe kan vi tillsammans driva utvecklingen mot en mer hållbar kaffebransch, säger Christian Liif, Manager Coffee Experts.



Hållbarhetskvitto visar konkreta resultat

Med vårt hållbarhetskvitto gör vi det enkelt att synliggöra effekten av valet av kaffe. Kvittot gör det möjligt för kaféer, restauranger, företag och andra kunder att på ett tydligt och trovärdigt sätt visa hur deras inköp bidrar till en mer hållbar kaffeproduktion – gentemot både gäster, kunder och medarbetare.

Hållbarhetskvittot sammanfattar konkreta resultat kopplade till certifieringar och hållbarhetsinsatser och gör hållbarhet mer begriplig och relevant i vardagen. Samtidigt stärker det dialogen kring kaffe som en produkt med både smakmässiga och samhälleliga värden. Under 2025 har vi fortsatt utveckla hållbarhetskvittot, med målet att göra erbjudandet ännu bättre och mer användbart. Resultatet av arbetet lanseras under 2026.

Löfbergs hållbarhetskvitto 2025

Vi använder själva hållbarhetskvittot för att visa de resultat vi åstadkommer tillsammans med våra kunder. Under 2025 köpte vi på Löfbergs 6 830 ton kaffe från ekologiska gårdar, 3 250 ton kaffe från Fairtrade-certifierade odlingar och 18 620 ton kaffe från Rainforest Alliance-certifierade odlingar.

The graphic is a sustainability report for Löfbergs 2025, presented as a document with a purple header and a light green body. The header features the Löfbergs logo with 'KÄFFEROSTERIET' above and 'ETablerat 1906' below. The main title is 'Tillsammans går vi upp för en hållbar morgondag'. The report lists four key achievements, each with a corresponding icon: Fairtrade (a blue and green logo), EU Organic (a green leaf logo), Rainforest Alliance (a circular logo with a bird), and a fourth icon (a green leaf logo). The text is in Swedish and provides specific figures for each category.

KÄFFEROSTERIET
LÖFBERGS
ETablerat 1906

**Tillsammans går vi upp
för en hållbar morgondag**

Löfbergs 2025

Vi köper kaffe med olika certifieringar vilket bland annat har bidragit till:

-  **42 000 000 SEK** i premier till Fairtrade-kooperativ och extra betalningar till ekologiska odlare.
-  **930 000 kg** mindre konstgödsel i den ekologiska odlingen. Det minskar övergödningen.
- 95 000 kg** mindre bekämpningsmedel i den ekologiska odlingen. Det ökar den biologiska mångfalden.
- 8 900** fotbollsplaner i yta för ekologisk odling.
-  **14 600** fotbollsplaner i yta för mer hållbara odlingsmetoder.

Lokalt samhällsengagemang

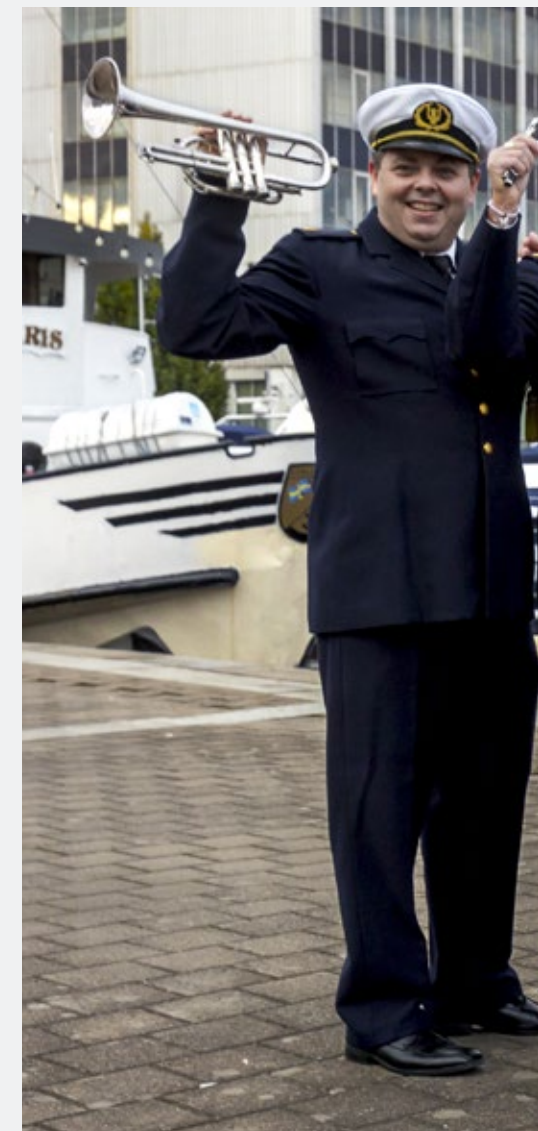
Vi på Löfbergs vill bidra till en positiv samhällsutveckling på de platser där vi verkar. Det gör vi som arbetsgivare, genom samarbeten inom näringslivet och genom engagemang i föreningslivet. Vi tar också ställning i frågor som är viktiga för oss och använder vår röst för att göra skillnad.

Vi tror på kraften i att göra saker tillsammans och stödjer ideella föreningar och initiativ som främjar hälsa, inkludering och gemenskap. Därför engagerar vi oss nära föreningslivet och civilsamhället på alla orter där vi verkar. Det märks särskilt i Karlstad och i danska Viborg, där Löfbergs och Peter Larsen Kaffe har en stark lokal förankring och lång historia.

Vår ambition är att bidra till en positiv utveckling i samhället, med våra värderingar som grund. Det ger oss mod att ta ställning i frågor vi brinner för och skapar samtidigt stolthet och engagemang bland våra medarbetare.

Löfbergs föreningsstöd

Varje år delar vi ut ett riktat föreningsstöd där 50 värmländska föreningar tillsammans får dela på en halv miljon kronor. Stödet är vårt sätt att visa uppskattning för det ideella engagemang som bidrar till att göra Värmland till en bättre plats att leva och verka på. Det känns särskilt viktigt i en tid då många föreningar står inför ekonomiska och organisatoriska utmaningar. Mottagarna är idrottsklubbar, kulturföreningar och sociala aktörer som bedriver verksamhet för både unga och äldre i samtliga av Värmlands 16 kommuner.





Så här säger några av 2025 års vinnare:

– Det betyder väldigt mycket för oss! Vi firar 50 år och nu kan vi skapa ännu fler roliga aktiviteter som rör scouting, säger Rebecca Lindman Dahl, Forshaga Scoutkår.

– Fantastiska nyheter! Vi är en av Värmlands få marscherande musikkåror och stödet är ett välkommet tillskott i vår satsning på att skaffa ordentliga uniformer, säger Magnus Trapp, Karlstads Musikkår.

– Touchdown! Det här stödet betyder mycket för oss och gör det bland annat möjligt att satsa på en ny föreningslokal, säger Maria Mangelin, Carlstad Crusaders.

– Tack Löfbergs! Vi kommer bland annat anordna en cykeltävling på skoj för barnen under SM-veckan, säger Anna Norlin, Skoghalls CK, Hammarö.

Nattidrott – en trygg plats för unga att mötas i Karlstad

Som familjeföretag med rötterna i Karlstad vill vi på Löfbergs bidra till ett samhälle där unga känner sig trygga och inkluderade. Under 2025 var vi därför med och möjliggjorde nattidrott, ett initiativ som skapar meningsfulla mötesplatser för ungdomar på kvällstid.

En gemensam satsning för unga

Nattidrotten är ett samarbete mellan oss på Löfbergs, Länsförsäkringar Värmland och ERNA Gruppen, i nära samverkan med Karlstads kommun. Varje fredag kväll öppnas Färjestadsskolans idrottshall för ungdomar mellan 13 och 19 år, med kostnadsfria aktiviteter utan krav på prestation. Verksamheten bygger på idén om gemenskap, rörelseglädje och tillgänglighet. I samarbete med föreningen Tillsammans i Karlstad och det lokala föreningslivet erbjuds olika idrotter som varierar över tid, med ambitionen att nå ungdomar och skapa ett inkluderande sammanhang för många.

För oss på Löfbergs är nattidrotten ett sätt att ta ansvar lokalt. Tillsammans med andra aktörer vill vi skapa inkluderande sammanhang i ungas vardag. När unga får möjlighet att mötas, röra på sig och känna gemenskap kan små insatser få stor betydelse.



Peter Larsen Kaffe skänker kaffe där det värmer som mest i Viborg

En god kopp kaffe kan betyda mer än man tror. Inför julen 2025 skänkte Peter Larsen Kaffe därför över 700 påsar kaffe till lokala initiativ i Viborg som stöttar människor och familjer i behov av extra stöd.

Kaffe till dem som behöver det som mest

Julen är en tid som kan kännas extra tung för familjer med ansträngd ekonomi eller social utsatthet. Därför har Peter Larsen Kaffe valt att stötta lokala organisationer i Viborg genom att skänka kaffe till värmestugor och julhjälpsinsatser, närmare bestämt följande:

- Kirkens Korshær Varmestuen
- Røde Kors Viborg
- Fristedet
- Kirkernes Sociale Arbejde i Viborg
- Mødrehjælpen Viborgs julehjælp

Initiativet är en del av Peter Larsen Kaffes långsiktiga lokala engagemang och bygger på övertygelsen att även små handlingar kan göra stor skillnad i människors vardag.



– Att kunna njuta av eller bjuda på en god kopp kaffe låter som en självklarhet för de flesta. Men för de familjer som Mødrehjælpens lokalförening i Viborg hjälper i närområdet kan detta vara en lyx som är svår att ha råd med i en pressad ekonomi. Därför är vi otroligt tacksamma för att Peter Larsen Kaffe under många år har stöttat vår julhjälpsinsats med kaffe, säger Bodil Nymann, Styrelseledamot, Mødrehjælpen Viborg.





OM HÅLLBARHETS- REDOVISNINGEN

Om hållbarhetsredovisningen

Detta är Löfbergs 15:e hållbarhetsredovisning och avser verksamhetsåret 1 januari 2025 – 31 december 2025. I redovisningen beskriver vi hur koncernen arbetar för en långsiktigt hållbar utveckling i samverkan med kunder, konsumenter, leverantörer och andra samarbetspartners.

Koncernen redovisar sitt hållbarhetsarbete årligen och redovisningen omfattar AB Anders Löfberg och samtliga dotterbolag, vilka redovisas i listan. Grunddata och statistik kommer från koncernens interna system och omfattar hela verksamheten om inget annat anges.

Hållbarhetsredovisningen har översiktligt granskats av bolagets revisor enligt årsredovisningslagen (ÅRL). Granskningen är begränsad i omfattning och ska inte likställas med en fullständig revision eller granskning enligt särskilda hållbarhetsstandarder. Koncernens verksamhet genomgår dock regelbundna granskningar av oberoende revisorer inom ramen för certifieringar avseende miljö, kvalitet och livsmedelssäkerhet.

Bilderna på sida 12, 18, 32, 42, 68 samt framsidan är fotograferade av Le Café du Dimanche på Finca El Arbol och Bridazul i Nicaragua. Bilden på sidan 39 är tagen av Christina Singh på Fazenda Mata do Lobo i Brasilien.

Förteckning över dotterbolag samt anläggningar som ägs, hyrs eller förvaltas inom koncernen

BOLAG	REGISTRERAD ADRESS	POSTNR	ORT	LAND	KOORDINATER
Kaffehuset i Karlstad AB	Tolagsgatan 1	652 16	Karlstad	Sverige	59.3775628,13.5053573
Löfbergs Lila AB	Tolagsgatan 1	652 16	Karlstad	Sverige	59.3775628,13.5053573
Löfberg i Karlstad AB	Tolagsgatan 1	652 16	Karlstad	Sverige	59.3775628,13.5053573
Kaffehuset i Karlstad Lager & Trading AB	Tolagsgatan 1	652 16	Karlstad	Sverige	59.3775628,13.5053573
Løfbergs Lila AS	Rosenholmveien 25	1414	Trollåsen	Norge	59.8220524,10.7872083
Peter Larsen Kaffe A/S	Ærøvej 15, 17	8800	Viborg	Danmark	56.4489809,9.3741639
Löfbergs Finland OY	Riihimiehentie 3	01720	Vantaa	Finland	60.2765562,24.8164906
SIA Lofbergs Baltic	Ziemeļu iela 53	LV-2123	Kekava	Lettland	56.8305017,24.1995980
SIA Lofbergs Sales & Marketing	Ziemeļu iela 53	LV-2123	Kekava	Lettland	56.8305017,24.1995980
Lofbergs Ltd	5 Green Mews, Bevenden Street	N1 6AS	London	Storbritannien	51.5296480,-0.0864663
Food Brands Group Holdings Ltd	5 Green Mews, Bevenden Street	N1 6AS	London	Storbritannien	51.5296480,-0.0864663
Food Brands Group Ltd	5 Green Mews, Bevenden Street	N1 6AS	London	Storbritannien	51.5296480,-0.0864663
ANLÄGGNINGAR, UTÖVER HUVUDKONTOR	ADRESS	POSTNR	ORT	LAND	KOORDINATER
Produktionsanläggning, Kontor, Kaffebar	Tolagsgatan 2	652 16	Karlstad	Sverige	59.3771312,13.5056969
Produktionsanläggning, Kontor	Banvaktarvägen 10	656 39	Karlstad	Sverige	59.3921449,13.5815462
Produktionsanläggning, Kontor	Ærøvej 15, 17	8800	Viborg	Danmark	56.4489809,9.3741639
Kontor, lager	Ambolten 33a	6000	Kolding	Danmark	55.4655550,9.4779530
Produktionsanläggning	Ziemeļu iela 53	LV-2123	Kekava	Lettland	56.8305017,24.1995980
Kontor, Utbildningscenter	Ulvsvandavägen 31	167 32	Bromma	Sverige	59.3374589,17.9652398
Kontor	Järve tn 2-120, Kristiine linnaosa	11314	Tallinn	Estland	59.4022113,24.7268865
Kontor	M. Mažvydo g. 16-66	06269	Vilnius	Litauen	54.7114493,25.1836749
Lager	Kalustetie 4	01720	Vantaa	Finland	60.2767712,24.8180314

Ingen av koncernens kontor och anläggningar bedöms vara belägna i, eller i direkt anslutning till, områden med känslig biologisk mångfald. Bedömning baseras på tillgänglig geografisk information från Natura 2000 network of protected areas, UNESCO World Heritage sites och Key Biodiversity Areas. Bedömningen utgår från VSME-standardens definition av nära, där begreppet avser områden som helt eller delvis överlappar eller är direkt angränsande till ett område med känslig biologisk mångfald. Med direkt angränsande avses fysisk anslutning eller gemensam gräns.

Sammanfattning av resultat från väsentlighetsanalys

OMRÅDE	VERKSAMHETENS PÅVERKAN	VERKSAMHETENS RISKER	VERKSAMHETENS MÖJLIGHETER
E1 KLIMATFÖRÄNDRINGAR			
<ul style="list-style-type: none"> Anpassning till klimatförändringar Begränsning av klimatförändringar Energi 	<ul style="list-style-type: none"> Klimatförändringar kan påverka kaffeodlars försörjningsmöjligheter och tillgången på kaffe Klimatpåverkande utsläpp i hela värdekedjan 	<ul style="list-style-type: none"> Försämrade odlingsförutsättningar kan bidra till begränsad tillgång på kaffe Energirelaterade regleringar och volatila energipriser har stor påverkan på koncernens möjlighet till omställning 	<ul style="list-style-type: none"> Agera för omställning i värdekedjan och minskad påverkan genom investering, utvecklingsprojekt, kravställan i leverantörsled och samarbete med intressenter
E2 FÖRORENING			
<ul style="list-style-type: none"> Förorening av luft, vatten och mark Ämnen som inger betänkligheter 	<ul style="list-style-type: none"> Utsläpp från produktion (stoft och VOC) Utsläpp i värdekedjan, t. ex. odling/transport Bekämpningsmedel och förpackningsmaterial 	<ul style="list-style-type: none"> Höga utsläpp kan leda till böter, indragna tillstånd och varumärkesskada Föroreningar kan leda till försämrade odlingsförutsättningar Produktionstekniska utmaningar vid nya regulatoriska krav 	<ul style="list-style-type: none"> Agera för omställning i värdekedjan genom investering i t. ex. fossilfria sjöfrakter, utvecklingsprojekt, kravställan i leverantörsled och samarbete med intressenter
E3 VATTENRESURSER OCH MARINA RESURSER			
<ul style="list-style-type: none"> Vatten Marina resurser 	<ul style="list-style-type: none"> Vattenanvändning och utsläpp till vattendrag i odlingsled (bevattning och bearbetning) 	<ul style="list-style-type: none"> Oregelbundet väder och brist på vatten kan leda till försämrade odlingsförutsättningar 	<ul style="list-style-type: none"> Agera för omställning genom investering i t. ex. agroforestry, certifieringar samt kravställan i leverantörsled
E4 BIOLOGISK MÅNGFALD OCH EKOSYSTEM			
<ul style="list-style-type: none"> Förlust av biologisk mångfald Ekosystemtjänster 	<ul style="list-style-type: none"> Kaffeodlingar är beroende av ekosystemtjänster Råkafeinköp har påverkan på biologisk mångfald 	<ul style="list-style-type: none"> Förlust av biologisk mångfald driver klimatförändring och kan försämra odlingsförutsättningar Föränderliga och otydliga krav kopplat till avskogning kräver mycket resurser 	<ul style="list-style-type: none"> Agera för ökad biologisk mångfald i värdekedjan t. ex. genom investering i agroforestry, samt kravställan i leverantörsled och samarbete med intressenter Konkurrensfördel att ligga i framkant gällande nya regulatoriska krav
E5 RESURSANVÄNDNING OCH CIRKULÄR EKONOMI			
<ul style="list-style-type: none"> Resursinflöden, inklusive resursanvändning 	<ul style="list-style-type: none"> Beroende av råvaror, förpackningsmaterial, handelsvaror och andra insatsvaror 	<ul style="list-style-type: none"> Begränsad tillgång på kaffe av rätt kvalitet samt brist på insatsvaror Oenhetlig återvinningsinfrastruktur skapar tekniska och kostsamma utmaningar 	<ul style="list-style-type: none"> Samarbete med leverantörer, kunder och andra intressenter för att skapa cirkulära flöden, t. ex. omvandla biprodukter till nya produkter
S1 DEN EGNA ARBETSKRAFTEN			
<ul style="list-style-type: none"> Arbetsvillkor Likabehandling, lika möjligheter för alla 	<ul style="list-style-type: none"> Fysiska och psykosociala arbetsmiljöfaktorer påverkar medarbetares hälsa och säkerhet 	<ul style="list-style-type: none"> Bristande arbetsförhållanden och inkluderingsarbete kan leda till kostsam personal- och kompetensbrist, samt ryktesskadande att inte vara en attraktiv arbetsgivare 	<ul style="list-style-type: none"> God företagskultur och värdegrund samt goda arbetsförhållanden kan ge lojala medarbetare, hög kompetens, vara varumärkesstärkande och konkurrensfördelaktigt
S2 ARBETARE I VÄRDEKEDJAN			
<ul style="list-style-type: none"> Arbetsvillkor Andra arbetsrelaterade rättigheter 	<ul style="list-style-type: none"> Råvaruproduktion i länder med förhöjda risker gällande arbetsvillkor, t. ex. barn, och tvångsarbete 	<ul style="list-style-type: none"> Bristande arbetsvillkor kan skada varumärket samt branschens rykte, och bidra till begränsad tillgång på kaffe. Uppföljning i leverantörskedjor är kostsamt och komplext 	<ul style="list-style-type: none"> Bidra till förbättring genom t. ex. kravställan i leverantörsled, samt skapa medvetenhet hos kunder och konsumenter för ökat engagemang och betalningsvilja
S3 PÅVERKADE SAMHÄLLEN			
<ul style="list-style-type: none"> Urfolks rättigheter 	<ul style="list-style-type: none"> Oklara markrätter i odlingsled kan påverka ursprungsbefolkningars rättigheter 	<ul style="list-style-type: none"> Kränkning av ursprungsbefolkningens rättigheter i odlarländer kan skada varumärke och hela branschens rykte. Uppföljning i leverantörskedjor är kostsamt och komplext 	<ul style="list-style-type: none"> Bidra till förbättring genom t. ex. kravställan och uppföljning i leverantörsled, samt genom utvecklingsprojekt med fokus på ursprungsbefolkningars rättigheter
S4 KONSUMENTER OCH SLUTANVÄNDARE			
<ul style="list-style-type: none"> Informationsrelaterade konsekvenser 	<ul style="list-style-type: none"> Våra produkter och kanaler har stor räckvidd med potentiell påverkan på många människor 	<ul style="list-style-type: none"> Bristande produktinformation och vilseledande påståenden kan leda till rättsliga påföljder Regulatoriska krav begränsar möjlighet att nå ut med hållbara mervärden 	<ul style="list-style-type: none"> Korrekt och trovärdig information samt jämn kvalitet skapar förtroende, gynnar affären och möjliggör påverkan på konsumenttrender
G1 ANSVARSFULLT FÖRETAGANDE			
<ul style="list-style-type: none"> Företagskultur Leverantörsförbindelser Korruption och mutor 	<ul style="list-style-type: none"> Styrning av affäretiska principer påverkar förebyggande, upptäckt och hantering av risker Leverantörsrelationer påverkar tillgång på resurser 	<ul style="list-style-type: none"> Bristande företagskultur kan försämra efterlevnad av affäretiska principer Långa leverantörsrelationer kan medföra förhöjd risk för personberoende affärsbeslut och otillbörligt gynnande som avviker från marknadsmässiga villkor 	<ul style="list-style-type: none"> Goda, långa leverantörsrelationer möjliggör inköp av råvaror av hög kvalitet, stabila försörjningskedjor och samarbeten/utveckling

Intressenter och intressentgrupper

Tillsammans för en värld där människor och kaffe kan växa. Det är vårt syfte, och här är dialog och samarbete med våra intressenter en förutsättning för att vi ska vara en fungerande och framgångsrik verksamhet. Det är också i dialogen med våra intressenter som vi håller oss uppdaterade om omvärldens krav och förväntningar på oss.

Dialog med våra intressenter

Vår intressentdialog sker i många kanaler och är en integrerad del av vår dagliga verksamhet i olika forum och nätverk.

Exempel på viktiga frågor:

- Hälsa och välmående
- Klimatförändringar och biologisk mångfald
- Höga råvarupriser
- Global oro och konflikter
- Hållbarhetsregleringar (t. ex. EUDR, PPWR och CSRD)

Sammanställning av våra viktigaste intressentgrupper:

KAFFEODLARE

(nuvarande och kommande generationer)

VERKSAMHETSKRITISKA LEVERANTÖRER

(transporter, förpackningar, infrastruktur, finansiella tjänster)

MEDARBETARE

(nuvarande och potentiella)

ÄGARFAMILJEN

(nuvarande och kommande generationer)

KUNDER OCH KONSUMENTER

(dagens och morgondagens)

BRANSCHAKTÖRER

(konkurrenter, branschföreningar)

BESLUTFATTARE

(myndigheter och politiker lokalt, nationellt, EU)

SAKKUNNIGA EXPERTER

(akademi, NGO:er)

OPINIONSBILDARE

(media, influencers, NGO:er)

LOKALSAMHÄLLET DÄR VI VERKAR

VSME Referensförteckning

Under 2023 inleddes arbetet med att förbereda koncernen för den kommande implementeringen av Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) och European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Under våren 2025 beslutade EU att skjuta upp tillämpningen av direktivet, vilket innebär att koncernen AB Anders Löfberg omfattas av rapporteringskraven från och med räkenskapsåret 2027. I skrivande stund pågår dessutom en beslutsprocess om att höja de gränsvärden som bestämmer vilka företag som omfattas av CSRD.

I väntan på tydlighet från EU gällande CSRD och ESRS har koncernen valt att upprätta hållbarhetsredovisningen för 2025 med stöd av EU:s frivilliga rapporteringsstandard för små och medelstora företag (VSME). Detta för att försäkra oss om att innehållet i redovisningen är relevant, samt för att möjliggöra en stegvis uppbyggnad av processer, struktur och rapporteringsförmåga inför framtida lagkrav, samt för att bidra till ökad transparens och jämförbarhet mellan företag.

	MODUL	§	SIDA	KOMMENTAR
GRUNDLÄGGANDE MODUL	B1 – Grund för utarbetande	24	3, 5, 9, 75	Inga upplysningar utesluts pga känsliga uppgifter (24b)
		25	47	
	B2 – Praxis, policyer och framtida initiativ för omställningen till en mer hållbar ekonomi	26	20	
		29	49	
	B3 – Energi och växthusgasutsläpp	30	23	Även scope 3 i enlighet med VSME paragraf 50-53
		31	23	
		32	49	
	B4 – Förorening av luft, vatten och mark	32	49	
	B5 – Biologisk mångfald	33	75	
	B6 – Vatten	35	49	
		36	49	
B7 – Resursanvändning, cirkulär ekonomi och avfallshantering	37	20		
	38	51, 54		
B8 – Arbetskraft – Allmänna egenskaper	39	59		
	40	59		
B9 – Arbetskraft – Hälsa och säkerhet	41	56		
B10 – Arbetskraft – Ersättning, kollektiva förhandlingar och utbildning	42	59	42d utelämnas, statistik uppdelat efter kön ej tillgängligt i utbildningssystem	
B11 – Fällande domar och böter för korruption och mutor	43	-	Inga domar eller böter för korruption och mutor under rapporteringsperioden	
OMFATTANDE MODUL	C1 – Strategi: Affärsmodell och hållbarhet – Relaterade initiativ	47	8, 10, 77	
	C2 – Beskrivning av praxis, policyer och framtida initiativ för omställningen till en mer hållbar ekonomi	48	20	
		54	23, 25	
	C3 – Mål för minskande av växthusgasutsläpp och klimatomställning	56	-	En omställningsplan i enlighet VSME Guidance (Annex II) är ej formellt antagen. Detta är ett fokusområde kommande år
		57	18, 20, 35, 76	
	C4 – Klimatrisker	57	18, 20, 35, 76	
	C5 – Ytterligare (allmänna) egenskaper som rör arbetskraften	59	9	
	C6 – Ytterligare information om den egna arbetskraften – policyer och processer för mänskliga rättigheter	61	16, 56	
	C7 – Allvarliga negativa mänskiorättsincidenter	62	56	Inga bekräftade incidenter under rapporteringsperioden
C8 – Intäkter från viss verksamhet och undantag från EU:s referensvärden	63	-	Koncernen är inte verksam inom sektorer som vapen, tobak, fossila bränslen eller kemisk produktion	
	64	-	Koncernen är inte undantagen EU-referensvärden för anpassning till Parisavtalet	
C9 – Könsfördelningskvoten i ledningsorganet	65	9		



Hör av dig!

Tack för att du tog dig tid att läsa vår hållbarhetsredovisning! Hittade du något du gillade extra mycket, kommer du på något vi borde förbättra, eller har du några andra tankar och funderingar?

Ta gärna kontakt med mig:

Kajsa-Lisa Ljudén
Head of Sustainability
kajsa-lisa.ljuden@lofbergs.se

KAFFEROSTERIET
LÖFBERGS
ETABLERAT 1906