

# F&H GROUP A/S

F&H Group A/S er Skandinaviens førende brandhouse inden for 'Kitchen Living Dining' til faghandel, dagligvarehandel og B2C. F&H's sortimentet på ca. 14.000 varer er fordelt på over 40 stærke brands, hvoraf flere er egnejede. Brands som Bitz, Södahl, Zone, Bamix, HOLM, Blomsterberg, Peugeot og mange flere.

Case: F&H har i forbindelse med deres nye 5 års strategi valgt at arbejde mere struktureret med bæredygtighed, og ønsker hjælp til at arbejde med CSR-rapporteringen, med særligt fokus på CO2-rapportering.

## OVERBLIK

Virksomhed	F&H Group A/S
Lokation	Gl. Skivevej 70, 8800 Viborg
Kontaktperson	Peter Axelsen, Kommerciel direktør/Chinette Bonde Ebbesen, Jurist og CSR

## VIRKSOMHEDSPROFIL

F&H Group A/S er Skandinaviens førende brandhouse inden for 'Kitchen Living Dining' til faghandel, dagligvarehandel og B2C. Deres sortimentet på ca. 14.000 varer er fordelt på over 40 stærke brands, hvoraf flere er egnejede.

Koncernens hovedsæde er i Danmark, og med datterselskaber i Norge, Sverige, Tyskland og Kina. I alt er der mere end 350 medarbejdere, der hver dag arbejder ud fra kerneværdierne innovation, kompetence, kvalitet, ordentlighed og engagement.

F&H blev grundlagt som en grossistvirksomhed i 1945 af to innovative købmænd. Godt købmændskab, effektivt management og markedskendskab udgør en fundamental del af F&H. Skiftet til år 2000 blev begyndelsen på en strategisk udviklingsproces med fokus på vækst i Skandinavien, på partnerskaber og mærkevarer – deraf navn og pay off: F&H of Scandinavia, Leading brand & trading house in Scandinavia.

I 2002 købte F&H to ideelle samarbejdspartnere i hhv. Norge og Sverige, som i dag er F&H AS og F&H AB – to salgsselskaber. Sidenhen er der også åbnet et salgsselskab i Tyskland. I 2005 blev F&H-koncernen en del af den norske familieejede koncern Canica AS og i 2009 blev F&H Asia Ltd. etableret for at komme tættere på producenterne samt den hastige udvikling i Kina og for derigennem styrke F&H-koncernens konkurrencekraft og bevægelse fra traditionel grossist til brand house. Senest er der også sket et opkøb af det danske Thuesen Jensen.

## CASEBESKRIVELSE

I løbet af de seneste par år er flere og flere begyndt at tale om bæredygtighed, men på et stadigt meget ukonkret niveau, og det får F&H til at begynde den konkrete stillingtagen til, hvordan de som virksomhed skal arbejde med bæredygtighed og CSR. F&H ønsker hjælp og sparring til at arbejde mere struktureret med deres CSR-aktiviteter og i den forbindelse er ønsket helt konkret at udvikle den første version af deres CSR-rapport, som kan formidle virksomhedens bæredygtighedsagenda til deres interessenter og medarbejdere.

F&H har i Q2 2021 besluttet en strategi for de kommende 5 år der for første gang indeholder målsætninger om bæredygtighed. Det er dermed også første gang, F&H skal arbejde struktureret med bæredygtighed. F&H anser den bæredygtige tankegang som et *must have* for, at deres varer er kommercielt interessante. Bæredygtighedsstrategien er derfor ikke blot en tilføjelse, men det skal indarbejdes i alle led af forretningen.

Strategien indeholder 3 bæredygtighedsinitiativer:

**Bæredygtige produkter** - sikre produkter og brands udvikles på en bæredygtig måde.

**Ansvarlig værdikæde** - sikre at vores krav til supply chain bidrager til øget ansvarlighed.

**Fremtidsrettet virksomhed** - vil være en attraktiv arbejdsplads, der tiltrækker de bedste medarbejdere.

F&H Groups 3 bæredygtighedsinitiativer indeholder målsætninger og underliggende initiativer, og skal bidrage til FN's Verdensmål på særligt 6 områder.



Til hvert initiativ er der nedsat en arbejdsgruppe, som skal arbejde videre med de underliggende målsætninger.

F&H har indkøbt [Målbars](#) produkt til at måle CO2-aftrykket for varerne. Det er det første spadestik i at få konkrete tal på, hvilket CO2-aftryk varerne har. Det bliver en del af caseteamets arbejde at indsamle data til at sætte i Målbars redskab, så virksomheden kan få nogle konkrete tal. Disse tal skal dernæst benyttes i CSR-rapporten sammen med afkastet af det øvrige bæredygtighedsarbejde.

Det har stor betydning for F&H, at caseteamets arbejde resulterer i et praktisk eksemplar af en CSR-rapport som kan udbygges i takt med, virksomheden bliver bedre til at dokumentere de forskellige områder inden for CSR, som de vil arbejde med. Derfor udvælges der i samarbejde med virksomheden et område eller brand, som kan bruges til at fremstille et framework, som kan bruges til de andre brands på sigt.

## KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser. De skal betragtes som inputs og inspiration, som gerne må forlænges udover nedenstående hjælpespørgsmål.

1. **Fase: Introduktion til virksomheden og opgaven.**
  - 1.1 Onboarding og grundig introduktion til virksomheden og opgaven. Herunder diskussion omkring eksisterende materiale og strategiarbejde vedr. CSR, ønsket til rapportens struktur og indhold, nu og på sigt.
  - 1.2 Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.

1.3 Diskutér de forskellige faser og vægtingen/prioriteringen, sådan at tiden bliver brugt bedst.

## 2. Fase: Data indsamling: Skab indsigter som kan bruges til den videre analyse.

2.1 Hvad ligger der af data og materiale i dag?

2.2 Indsamling af produkt- og materiale oplysninger til MÅLBAR værktøjet.

2.3 Hvad gør andre i samme branche/konkurrenter?

## 3. Fase: Kortlægning og analyse af forbedringstiltag

3.1 Hvordan sikrer man målbarhed og udvikling på de valgte områder?

3.2 Integration af MÅLBAR værktøjet i de respektive brands og afdelinger.

3.3 Er der certificeringer og bæredygtighedsmærker, som kan understøtte CSR-arbejdet og hjælpe med formidling?

3.4 Er der produkter eller materialer, som er oplagte at udskifte?

## 4. Fase: Design CSR-Rapporten

4.1 Design en skabelon til CSR-rapporten (herunder ud fra offentlige standarder til en sådan)

4.2 Hvordan skal rapporten struktureres og hvad skal den indeholde i første udkast f.eks.:

- Meddelelse fra ejere/bestyrelse: Et stærkt WHY (evt. præsentation af strategi)
- F&H Groups SDG-fokus (SDG: 8, 12, 13, 15, samt 3 og 5)
- People: Hvad gør F&H i forhold til medarbejdere, sundhed, trivsel mv.
- Planet: F&H's tilgang til CO2-aftryk, beregning, målsætning mv.
- Product: F&H's tilgang til innovation og udvikling af bæredygtige materialer og produkter.
- Mål, forpligtigelser og fremtiden.

4.3 Hvad er ambitionerne med CSR-rapporten – formuler introduktion.

4.4 Anvend CSR-rapport skabelonen som et framework direkte på et brands varesortiment.

4.5 Hvordan skal rapporten designes og formidles?

- Kanaler
- Grafik/layout

4.6 Skal der laves en kampagne/marketing-indsats, i forbindelse med CSR-rapportens første udgivelse?

- Indhold/content
- Format/kanaler

## ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:



LEAD THE  
TALENT

- ✓ Dataindsamling i form af materiale- og produktoplysninger om virksomhedens varer.
- ✓ Analyse af materialer ift. bæredygtighed.
- ✓ Et konkret eksemplar af en CSR-rapport baseret på et brand og dets produktsortiment.
- ✓ En CSRrapport skabelon som kan udbygges år efter år og anvendes internt og eksternt.

## RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

### Nøgleord og uddannelsesretninger

- Interesse for bæredygtighed og SDG
- Databehandling og analyse, herunder indsamling af data
- Kommunikation og formidling
- God forretningsforståelse, gerne global supply chain

## TALENTPROFIL

F&H er en virksomhed med en ambitiøs strategi og vækstplan.

Hos F&H arbejder man internationalt, så medarbejdere og talenter skal kunne forstå og respektere andre kulturer og måder at drive forretning på. Det betyder også, at talenterne skal kunne agere i en hverdag med sprogene dansk, norsk, svensk og engelsk.

Peter Axelsen, som er caseteamets kontaktperson i virksomheden, er kommerciel direktør og med i virksomhedens bæredygtighedsarbejde. Desuden er også Chinette Bonde Ebbesen tilknyttet casen, hun er jurist og er med i virksomhedens bæredygtighedsarbejde.

Hvis man som talent er interesseret i bæredygtighed i relation til produktionsvirksomheder med global rækkevidde, er F&H-casen en oplagt mulighed at få praktisk erfaring med CSR og bæredygtighedsrapportering.