

TMF360°

BRANSCHRAPPORT FRÅN TRÄ- OCH MÖBELFÖRETAGEN
JUNI 2021

TEMA HÅLLBARHET

HÅLLBARHET I TRÄ- OCH
MÖBELBRANSCHEN – UTMANINGAR
OCH MÖJLIGHETER

MÖT NÅGRA AV VÅRA MEDLEMS-
FÖRETAG MED AMBITIÖS HÅLLBAR-
HETSAGENDA – KINNARPS, DEROME,
NOBIA OCH SVENSKA FÖNSTER

KONJUNKTURRAPPORT
– HÅLLBARHET ETT UTHÅLLIGT
FRAMGÅNGSRECEPT FÖR VÅRA
FÖRETAG

INNEHÅLL

Vd och hållbarhetschefen inleder	4
----------------------------------	---

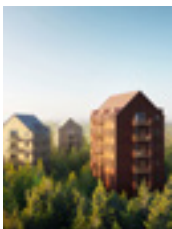
Detta kan du läsa om i rapporten	6
----------------------------------	---

Hållbarhet i omvärlden	
En nödvändig omställning	8

TMF och hållbarhet	
Vi visar den hållbara vägen	12
Våra hållbarhetsmål	14
Stor affärspotential med ökad hållbarhet	20

Företagsreportage	
Systematiskt hållbarhetsarbete ger Kinnarps konkurrenskraft	22
Framtiden hos Derome byggs i trä	26
Nobias hållbarhetsrecept: ta ansvar i hela värdekedjan	30
Goda hållbarhetsutsikter hos Svenska Fönster	34

Konjunkturrapport	
Vd:s kommentar	38
Översikt över den svenska och globala ekonomin	39
Det ekonomiska läget i trä- och möbelindustrin	42



Flerbostadshus med träfasad från Derome. Foto: Derome

© 2021 TMF
Produktion: TMF
Skribenter: TMF, Ulrika Mann, Anna Resare Michélsen
Design: Edelström Design
Tryck: Ätta45

Om TMF

TMF, Trä- och Möbelföretagen, är bransch- och arbetsgivarorganisationen för den träförädlade industrin och möbelindustrin i Sverige. Här finns företag som tillverkar trähus, möbler till privat och offentlig miljö, bygginredningar och olika typer av specialinredningar.

Som bransch- och arbetsgivarorganisation företräder vi drygt 650 medlemsföretag som sammanlagt har drygt 30 000 anställda. Vår uppgift är att stärka företagens konkurrenskraft och verka för medlemsföretagens tillväxt.

Om rapporten

De företag TMF representerar finns i flera olika branscher med olika förutsättningar, olika kunder och olika marknader. Rapporten TMF 360° ska ge en samlande bild av den träförädlade industrin och möbelindustrin samt visa den betydelse våra branscher har för ekonomin, våra regioner och för samhällsutvecklingen i Sverige. Den är tänkt att bli en serie återkommande rapporter som över tid ska ge en sammanhängande bild av de olika branschernas villkor och förutsättningar och hur de hänger ihop. Rapporten vänder sig till våra medlemsföretag, deras intressenter samt till alla andra som vill veta mer om trä- och möbelindustrin i Sverige.

Varje rapport kommer att ha ett avsnitt som ger en överblick över läge och utveckling i samhällsekonomin i allmänhet, och för våra branscher i synnerhet, samt ett avsnitt med fördjupande resonemang inom något centralt tema, tillsammans med reportage från olika medlemsföretag. Genom de fördjupande reportagen och branschstatistik ska rapporten ge en inblick i hur våra medlemsföretag bidrar till hållbarhet, sysselsättning, produktion och innovation i hela Sverige.

Vi hoppas att TMF 360° ska bidra till att ännu tydligare visa beslutsfattare och opinionsbildare hur mycket våra medlemsföretag bidrar med till samhället och hur de ofta har ledartröjan i omställningsarbetet mot ett mer hållbart samhälle.

Vi vill också bli ännu bättre på att berätta om medlemsföretagens arbete inom exempelvis innovation, automatisering och digitalisering samt om vilka politiska frågor som i olika utsträckning påverkar företagen.

Nästa rapport planeras i december 2021.

Låt oss tala om hållbarhet!

Utan tvekan har TMF:s medlemsföretag stora möjligheter att medverka i den hållbara omställning som branschorganisationen ser som nödvändig. Faktum är att de redan är på god väg. Det menar **David Johnsson** som är vd på TMF. Men hur görs omställningen på bästa sätt? Med ett långsiktigt, metodiskt och målmedvetet arbete, svarar TMF:s hållbarhetschef **Robin Ljungar**. Här ger de sina perspektiv på hur hållbarhetsfrågorna bör angripas – inom politiken, akademien och hos medlemsföretagen.

Varför är hållbarhet en viktig fråga för TMF?

David: Att jobba strategiskt med hållbarhet bidrar till medlemsföretagens konkurrenskraft. Våra företag är redan långt framme, vilket skapar konkurrensfördelar och i förlängningen arbetstillfällen på många platser i landet, inte minst utanför tätorterna.

Robin: TMF har en unik position i gränslandet mellan politiken, där regelverket bestäms, och näringslivet, där innovationer och lösningar ska tas fram, för att lösa hållbar-

hetsutmaningarna. Som branschorganisation kan vi hjälpa till och vara en brygga mellan politik och näringsliv.

Hur långt har TMF:s eget hållbarhetsarbete kommit?

David: Jag tycker att vi har en bra position. Hållbarhet är inget nytt för oss. Vi har till exempel jobbat länge med hållbarhetsmärkningssystem som Möbelfakta och nu lagt en gedigen grund för hur vi själva och medlemsföretagen kan jobba vidare, mycket tack vare Robin.



David Johnsson, vd och
Robin Ljungar, hållbarhetschef

Robin: Vi har tagit oss an Agenda 2030 och prioriterat elva av de 17 globala målen som vi ser som viktigast för våra branscher (se sid 13) och vi har analyserat var de största utmaningarna finns för våra medlemsföretag. Vi har gjort det tydligt att vi stöttar FN:s klimatpanel och står bakom Svenskt Näringslivs klimatposition som den självklara grunden för klimatarbetet. Därmed vet vi vilka områden vi bör fokusera på för att optimera förutsättningarna för medlemmarna, när det gäller nya lagförslag. För de medlemsföretag som vill utveckla sitt hållbarhetsarbete har vi skapat en gedigen guide, utbildningar och fördjupande material.

Vad är ert viktigaste budskap till medlemsföretagen?

Robin: Att hållbarhetsarbetet måste ta avstamp i affären. Företagen måste hitta ett sätt att bedriva sin affär på ett hållbart sätt, annars kommer man inte vara konkurrenskraftig på marknaden.

Vad karaktäriserar medlemsföretagens hållbarhetsarbete?

David: Naturligtvis kan man inte dra alla företag över samma kam, men många av dem är sprungna ur en tid när lantbruket inte genererade så mycket jobb på vintern och då

”Samtidigt är många av våra medlemmar fortfarande ägarledda småföretag som alltid har kännetecknats av strävsamhet och sparsamhet. De kombinerar synen på ekonomi och hållbarhet på ett sätt som har blivit en framgångsfaktor.”

hållbara. När jag påpekar att de är resurseffektiva och har minimalt med avfall och att de använder en träråvara som gör dem klimatneutrala eller till och med klimatpositiva säger de bara ”ja, men så har vi ju alltid gjort”. Med vår hjälp kan de förhoppningsvis berätta om vilka av de globala målen de jobbar mot. Med ett systematiskt arbetssätt kommer de kunna visa upp ännu bättre resultat inom kort.

kunde man snickra istället. Ur detta har det uppstått ett antal världsledande företag med stora resurser att jobba med hållbarhet (se sid 23-38). Samtidigt är många av våra medlemmar fortfarande ägarledda småföretag som alltid har kännetecknats av strävsamhet och sparsamhet. De kombinerar synen på ekonomi och hållbarhet på ett sätt som har blivit en framgångsfaktor.

Robin: Det stämmer, men många av våra företag behöver bli bättre på att berätta om hur de arbetar. De är omedvetet

Var finns de största utmaningarna för medlemsföretagen?

Robin: Linjärt kontra cirkulärt. Det är svårt att nu initialt konkurrera med den linjära affärsmodellen som historiskt har varit så effektiv och lönsam. Nu måste vi hitta cirkulära, mer hållbara, lösningar som kan utmana de linjära och det är inte gjort i en handvändning.

David: Ett hinder för detta är att vi har lagar inom EU och i Sverige som sätter käppar i hjulet för ett mer cirkulärt näringsliv. Det finns politiker som pratar om att vi ska jobba mer cirkulärt och som sedan stiftar lagar som är direkt motverkande. Det jobbar vi stenhårt för att ändra på (se sid 12).

Hur ser ni på politikens roll?

Robin: EU-politiken är proaktiv när det gäller hållbar utveckling. Den gröna givnen är unik, det ska man inte glömma. Alltså har politiken lagt fast långsiktiga mål, vilket de ska göra, men det är en stor fara när politiken lägger sig i hur man ska lösa det rent tekniskt. Här ser vi en klämfingrihet, både nationellt och från EU-håll.

David: Vi menar att politiken ska lägga fast effektmål för vad näringslivet ska åstadkomma, till exempel minska råvaruuttaget, minska avfallsgenerering, minska växthusgaserna, men hur det ska ske måste näringsliv och akademi få ta hand om. Man riskerar att måla in näringslivet i ett hörn att lösa problem på ett sätt som inte är optimalt.

Hur viktig är kundernas medvetenhet?

Robin: Kunderna är förstas jätteviktiga – det är ju de som ska betala kalaset. Här har offentliga upphandlare hittills kommit längst med tuffa miljökrav och hållbarhet i större utsträckning. Nu ser vi också cirkulära krav i stora upphandlingar, vilket vi välkomnar. För privatpersoner är priset fortfarande viktigt, men nya generationer kan ge nya affärsmodeller med exempelvis tjänster och delningsekonomi.

Vad är lätt att glömma bort i hållbarhetsdebatten?

Robin: Att hållbarhet är komplext. Man ska inte stirra sig blind på klimatet, även om det förstås är en mycket viktig fråga, men parallellt finns det mycket annat som vi också måste hantera, till exempel socialt ansvarstagande som är ett av de områden vi lyfter fram i våra sex största utmaningar (se sid 12).

David: Vi ska också komma ihåg att det finns en enorm kraft inom akademi och näringsliv att lösa utmaningarna. Inom loppet av några år kommer vi se stora framsteg.

TMF:s hållbarhetsvision 2045

100%

- 100 % cirkulära, återvinningsbara och separerbara produkter
- 100 % giftfria produkter
- 100 % förnyelsebar energi i råvaruutvinning, produktion och för transport



Den europeiska gröna given

Den gröna given är en viktig del av EU-kommissionens strategi för att genomföra FN:s Agenda 2030 och målen för hållbar utveckling. Skärpta krav kommer att påverka TMF:s medlemsföretag.

Se sid 9.



“Vi stödjer Parisavtalet och förlitar oss på FN:s klimatpanel IPCC.”

Robin Ljungar, TMF:s hållbarhetschef, om att beslut ska bygga på vetenskapliga fakta. Se sid 9.



GLOBALA MÅLEN för hållbar utveckling

Elva prioriterade mål. Av de 17 mål som ingår i Agenda 2030 har TMF identifierat elva mål och 29 delmål som centrala för våra branscher. Läs mer på sidan 13.



“Vi vill skapa förståelse för cirkulära möjligheter och utmaningar. Då är samverkan viktigt, till exempel i den dialog RISE, TMF, Svenskt Näringsliv med flera organisationer har med myndigheter om cirkulär ekonomi och produktlagstiftningsfrågor.”

Hanna Lindén, forskare på RISE och projektledare för Myndighetsdialog cirkulär ekonomi. Läs mer på sidan 16.



Möbelföretaget **Kinnarps** kontroll på det egna klimatavtrycket stärker affärerna.

Se sid 23.



För trähusbyggarna **Derome** har långsiktig hållbarhet alltid varit viktigt, långt innan det började kallas så.

Se sid 27.



Som första svenska kökstillverkare har **Nobia** fått sina klimatmål godkända av Science Based Targets.

Se sid 31.



Ett starkt lokalt engagemang och ständiga förbättringar präglar **Svenska Fönsters** arbete med hållbarhet.

Se sid 35.

I framkant. Svensk möbelindustri ligger långt framme när det gäller cikulära affärsmodeller. Läs mer på sid 20.



Verktyg för medlemsföretagen

TMF erbjuder ett antal verktyg för de medlemsföretag som vill komma vidare i sitt hållbarhetsarbete. Våren 2021 lanserades exempelvis en uppdaterad version av TMF:s medlemsguide för hållbar utveckling samt en digital hållbarhetsutbildning.



“Nästa år räknar vi med en återgång till något mer normala tillväxtsiffror där global industriproduktion förväntas öka i stort sett i takt med tillväxten i global BNP, dvs. med omkring fyra procent i volym.”

Se sida 39.

7%

Så mycket steg trävaruindustrins produktion under 2020 jämfört med 2019.

Se sid 42.

AGENDA 2030 OCH PARISAVTALET

Det tryck i hållbarhetsfrågor vi upplever idag är större än någonsin. EU-kommissionen, regeringen, intressegrupper och hela samhället ligger på med initiativ för hållbar utveckling, med särskilt fokus på klimatet.

En nödvändig omställning

FN:s Agenda 2030 och det globala klimatavtalet i Paris 2015 talar sitt tydliga språk. De miljömässiga och sociala utmaningar vi står inför innebär att vi måste ställa om. Men det är inte bara från världsledare och globala institutioner vi hör dessa förmaningar. Även hos kunder och beställare står nu hållbarhetsfrågorna högt på agendan.

Nu talar alla om hållbarhet

Någon hände 2015. När FN:s medlemsländer antog Agenda 2030 med de 17 hållbarhetsmålen och klimatavtalet i Paris skrevs under fick hållbarhetsfrågorna plötsligt fart. Det som tidigare hade varit spridda initiativ, för allt ifrån fattigdomsbekämpning till jämställdhet och klimat, sattes i ett greppbart sammanhang. EU-kommissionen, regeringen, intressegrupper och hela samhället ligger på med initiativ för hållbar utveckling, med särskilt fokus på klimatet.

Agenda 2030, Parisavtalet och The Green Deal

Det som är tydligt i **Agenda 2030** är att det är en färdplan med syftet att guida oss i rätt riktning. Vi vet inte ännu hur omställningen i alla steg kommer att ske, men vi vet att den är nödvändig. Kanske ligger framgången med Agenda 2030 i att vi fick ett begripligt verktyg som hjälper oss att systematiskt arbeta med hållbarhetsmålen och förstå helheten med det sociala, ekonomiska och miljömässiga perspektivet.

Till skillnad från helhetsperspektivet i Agenda 2030 fokuserar **Parisavtalet** från 2015 på klimatet med önskan om att världens medeltemperatur inte ska öka mer än 1,5 °C, och en målsättning att temperaturökningen inte får överskrida 2°C. Tre år efter Parisavtalet kom den alarmerande IPCC-rapporten *Global warming of 1,5°C* om global uppvärmning

som varnar för att världen är på väg mot ett jordklot som är 3-4°C varmare före seklets slut. Det blev tydligt att klimatutmaningen är en global fråga.

I slutet av 2019 presenterade sedan EU **Den gröna given (The Green Deal)** som är EU:s färdplan för klimatet, bland annat med målet att bli världens första klimatneutrala kontinent till år 2050. Det är stort att en sådan förändring ska ske under de närmaste 30 åren och det kommer att påverka oss alla. Åtgärder föreslås inom alla samhällets sektorer, därmed kommer även nya krav i TMF:s branscher.

Ljusning under våren

I lättmoden över att fler började få vaccin våren 2021 kom klimatet åter upp på agendan. När USA:s president Joe Biden lyckades samla ledare från ett fyrtiotal länder till ett klimatmöte blev det tydligt att även de stora ledarna nu var villiga att tala om klimatet. USA återanslöt sig till Parisavtalet och Biden lovade både rejäla utsläppsminskningar till 2030 och nollutsläpp till 2050. I samma veva kom ett lagförslag från EU-parlamentet med skärpta krav fram till 2030 med avseende på klimatet. Detta som ett steg på vägen mot målet om ett klimatneutralt Europa år 2050.



Den europeiska gröna given är EU:s färdplan med åtgärder som ska främja ett effektivt resursutnyttjande genom att ställa om till en ren, cirkulär ekonomi och hejda klimatförändringarna, återta förlorad biologisk mångfald och minska föroreningarna. Den gröna given beskriver vilka investeringar som behövs och vilka finansieringsverktyg som finns samt förklarar hur en rättvis omställning kan ske.

Cirkulär ekonomi är verktyget

Om den Den gröna given i stort handlar om att ställa om EU:s ekonomi för en hållbar framtid kan cirkulär ekonomi sägas vara nyckelordet för tillverkande företag. Genom att jobba med cirkulär ekonomi som verktyg kan företagen nå mål om lägre råvaruuttag och minskad avfallsgenerering, vilket i förlängningen minskar utsläppen av växthusgaser.

Sammantaget kommer kraven att skärpas inom en lång rad områden såsom energianvändning, resurseffektivitet inom byggsektorn, avfallshantering, kemikalieinnehåll och effektiva transporter.

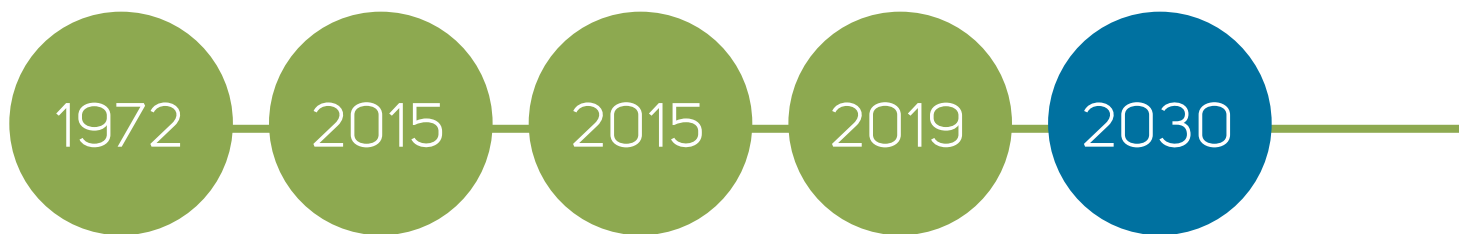
Hållbarhet som konkurrensfördel

Lönsamhet och hållbarhet går hand i hand. Från TMF:s sida menar vi att fri företagsamhet och en sund marknadsekonomi är grunden för hållbar utveckling. Att frihandel och öppen konkurrens leder till livskraftiga företag och nya arbetstillfällen. Vi betonar också vikten av att politiska beslut grundar sig på vetenskapliga fakta.

För det enskilda företaget gäller det att ha en sund affärsmodell och erbjuda produkter som kunder är beredda att betala för – samtidigt som man jobbar

"Fri företagsamhet och en sund marknadsekonomi är grunden för hållbar utveckling."

Hållpunkter för hållbarhet



MÖBELFAKTA

År 1972 lanseras Möbelfakta - ett unikt märkningssystem för möbler och inredning, med krav på kvalitet, miljö och socialt ansvar. Möbler som uppfyller Möbelfaktas krav bidrar till en hållbar utveckling och gör att man kan känna sig trygg med sitt val.

AGENDA 2030

I september 2015 antar FN:s generalförsamling Agenda 2030 och de 17 globala målen för en hållbar utveckling.

PARISAVTALET

Under FN:s klimatkonferens i Paris i december 2015 sluts det internationella klimatavtalet som kommer att kallas Parisavtalet.

THE GREEN DEAL

I december 2019 presenterar EU-kommissionen Den gröna given, en färdplan för att göra EU:s ekonomi hållbar till 2050.

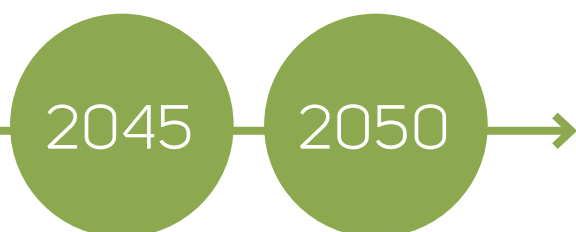
TMF:S HÅLLBARHETSMÅL

TMF har formulerat möjliga mål för branschen fram till år 2030. Dessa mål stämmer väl överens med de globala målen för hållbar utveckling.

hållbart. Att dessutom kunna visa på vilka åtgärder man har vidtagit och vilka mål man jobbar mot kommer inom överskådlig framtid att vara en konkurrensfördel.

Kunden har alltid rätt

Slutligen är det inte bara övergripande organ som FN och EU som driver på. Allmänhetens och medias intresse och kunskap om hållbarhet ökar. Upphandlande kunder ställer också allt högre krav på de tillverkande företagens ansvarstagande.



KLIMATNEUTRALT SVERIGE

Sveriges klimatmål är att senast 2045 inte ha några nettoutsläpp av växthusgaser, vilket kommer innebära stora förändringar i konsumtions- och produktionsmönster.

TMF:S HÅLLBARHETS-VISION 2045

- 100% cirkulära, återvinningsbara och separerbara produkter
- 100% giftfria produkter*
- 100% förnyelsebar energi i råvaruutvinning, produktion och för transport

* Giftfria produkter enligt definition av Sveriges riksdag.

KLIMATNEUTRALT GLOBALT

År 2050 har många av världens länder målet att ha nått klimatneutralitet.



Hej Robin Ljungar, hållbarhetschef på TMF!

Vad är roligast med ditt jobb?

Mest stimulerande är att vara en länk mellan näringsliv och politik. Jag får verka i gränslandet mellan de institutioner i samhället som å ena sidan sätter upp spelregler och mål för hållbarhetsarbetet och å andra sidan näringslivet som ska utveckla och skapa de tekniska innovationer som ska lösa de stora problem vi har att brottas med. Det känns meningsfullt att faktiskt kunna påverka utvecklingen.

TMF har ju även nära samverkan med akademien, såväl forskare som studenter. Jag försöker alltid prioritera att hjälpa studenter, oavsett om det gäller ex-jobb, förmedla kontakter till industrin eller hålla föreläsningar ute på skolor – de är ju framtidens medarbetare och beslutsfattare.

Ditt bästa hållbara köp?

För mig och min familj är det nog investeringarna vi har gjort i vårt hus. Det byggdes på 1940-talet och vi har bytt alla gamla fönster till moderna energieffektiva 3-glasfönster, vi har isolerat tak, väggar och grund samt installerat bergvärme. Detta har minskat vårt behov av el med cirka 80 procent.

Sen tror jag att många av de små saker man gör regelbundet i vardagen har oerhört stor betydelse i långa loppet. Cykla istället för att ta bilen, köpa lokalproducerat istället för importerat, laga hålet i jeansen och bland det viktigaste: att inte slänga mat!

Vad är du mest stolt över i din yrkesroll?

Jag är väldigt stolt över att få jobba med våra medlemsföretag som ligger långt fram i tänket kring hållbarhet. Extra stolt blir jag när kollegor från andra branschorganisationer är intresserade av hur TMF:s medlemmar jobbar med cirkulära initiativ och hur exempelvis möbelindustrin arbetar med att säkra krav på socialt ansvar i leverantörskedjorna.

Hur ser du på framtiden?

Även om vi har stora problem och utmaningar att arbeta med så är jag en obotlig optimist. Teknikutvecklingen går på högvarv och jag tror att vi kommer bli förvånade över hur snabbt stora framsteg blir verklighet för att få en resurseffektiv, cirkulär och klimatneutral industri.

Vi visar den hållbara vägen

TMF jobbar strategiskt med hållbarhet på medlemsföretagens uppdrag, både på global och lokal nivå. På EU-nivå och nationellt är vi med och påverkar politiska beslut. I det dagliga arbetet hos våra medlemmar försöker vi stödja det strategiska hållbarhetsarbetet. Vi vill bidra till att synliggöra det arbete företagen redan gör och inspirera dem till att ta ytterligare steg mot ökad hållbarhet.

Det är i näringslivet det händer

Som branschorganisation har TMF en unik möjlighet att vara med och påverka. Vi samverkar inom EU, vi möter andra branschorganisationer och vi deltar i diskussioner hos våra medlemsföretag. När det gäller utvecklingen inom hållbarhetsområdet är det ingen tvekan om att det är hos de tillverkande företagen som den verkliga omställningen måste ske och redan sker. Det är hos våra medlemmar som jämställdheten blir bättre, energiförbrukningen lägre och svinnet mindre.

I de sammanhang där TMF medverkar håller vi ögonen öppna för branschens räkning. Det är viktigt att de förändringar som föreslås sker i rätt riktning, för hållbarheten i stort och för våra medlemmar. Inom gruppen **Svenskt Näringsliv Miljöpolitik**, som samlar 21 svenska branschorganisationer, arbetar vi med övergripande påverkansarbete, såväl nationellt som gentemot EU-kommissionen. För möbelindustrin specifikt samarbetar vi med branschorganisationer från 15 andra europeiska länder. Via ett kansli i Bryssel (EFIC, European Furniture Industries Confederation) svarar vi på olika initiativ från EU-kommissionen.

Som en del av **Den gröna given** finns handlingsplanen **Circular Economy Action Plan** (CEAP) som är ett antal initiativ och åtgärder som ska drivas igenom de närmaste två åren (fram till 2023), vilka vi kan ge vår syn på. Det som är aktuellt för våra branscher handlar bland annat om vilka krav som ska ställas på hållbar produktdesign, på vilket sätt Ekodesigndirektivet ska breddas, hur

produktpass ska utformas och hur avfall ska definieras och hanteras.

Våra mål och strategier

Många av våra medlemsföretag är små familjeföretag med begränsade resurser att själva fördjupa sig i de globala målen för hållbar utveckling. Av den anledningen har TMF analyserat vilka som är branschens största hållbarhetsutmaningar och utifrån dessa formulerat TMF:s hållbarhetsvision till 2045 och hållbarhetsmål för branschen till 2030 (se faktarutor).

Av de 17 mål som ingår i Agenda 2030 har vi identifierat elva mål och 29 delmål som centrala eller betydande för våra branscher. Inom dessa områden ser vi att TMF och medlemsföretagen har störst möjlighet att bidra till en hållbar utveckling.

Verktyg för medlemsföretagen

För de medlemsföretag som vill ha hjälp att komma vidare i sitt hållbarhetsarbete erbjuder TMF ett antal verktyg. **TMF:s medlemsguide för hållbar utveckling** ger en god hjälp att formulera egna mål och strategier för de områden där man ser att företaget har bäst möjligheter att bidra. I guiden får man också hjälp att lägga fast handlingsplaner och tips för hur dessa kan kommuniceras. I fem steg identifieras, analyseras och värderas de olika målen utifrån företagets förutsättningar.

Som ytterligare stöd i hållbarhetsarbetet har TMF tagit fram en digital utbildning och på förfrågan erbjuds rådgivning av TMF:s experter.

UTMANINGAR INOM HÅLLBARHET

- sex områden där branschen kan bidra med lösningar

1. Kemikalieanvändning
2. Avskogning
3. PEAK råvaror & råvaruutnyttjande
4. Avfallsgenerering
5. Socialt ansvarstagande
6. Klimatförändringen med ökande global medeltemperatur

Läs mer på tmf.se



Elva mål

Av de 17 mål som ingår i Agenda 2030 har vi identifierat elva mål och 29 delmål som centrala eller betydande för våra branscher. Inom dessa områden ser vi att TMF och medlemsföretagen har störst möjlighet att bidra till en hållbar utveckling.

De elva identifierade målen är:

Mål 3: God hälsa och välbefinnande

Mål 4: God utbildning för alla

Mål 5: Jämställdhet

Mål 6: Rent vatten och sanitet för alla

Mål 8: Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Mål 9: Hållbar industri, innovationer och infrastruktur

Mål 11: Hållbara städer och samhällen

Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion

Mål 13: Bekämpa klimatförändringarna

Mål 15: Ekosystem och biologisk mångfald

Mål 17: Genomförande och partnerskap

TMF:s hållbarhetsmål för branschen att uppnå till 2030:

1. Medlemsföretagen ska vara föregångare inom cirkulär ekonomi och utveckling/implementering av cirkulära affärsmodeller med ökad kundnytta.
2. Medlemsföretagen ska endast nyttja träråvara som härrör från ansvarsfullt skogsbruk.
3. Medlemsföretagen ska präglas av industriella processer med slutna materialflöden och eliminering av spill och avfall.
4. Medlemsföretagen ska vara fossilfria i sina egna produktionsenheter.
5. Medlemsföretagen ska fasa ut klassade kemiska ämnen och leverera giftfria produkter*
6. Medlemsföretagen ska till minst 70 % utnyttja fossilfria transporter.
7. Medlemsföretagen ska implementera systematiskt arbetssätt för att säkra socialt ansvarstagande i alla produktionsled.

Våra hållbarhetsmål

När vi på TMF talar om hållbarhet ser vi till alla aspekter. Lika viktigt som att använda mer förnybar energi är det att ständigt förbättra arbetsmiljön och att bevara jobb på Sveriges landsbygd. Samtidigt som medlemsföretagen fasar ut vissa kemikalier och tar socialt ansvar erbjuder de praktikplatser för nya svenskar. Allt detta och mer därtill ingår i de elva globala mål (och 29 delmål) som vi ser som mest centrala för våra branscher.



GOD HÄLSA OCH VÄLBEFINNANDE

Det ska vara säkert och trevligt att vara på jobbet. Ansvaret för att se till att medarbetarna har goda arbetsvillkor och en god arbetsmiljö, både fysiskt och psykiskt, ligger på företagen. Det gäller även att ha koll på att de produkter och material som köps in har tillverkats på ett schysst sätt, i en säker och socialt ansvarsfull miljö i leverantörskedjan.

Det här gör TMF, exempel:

- Ger råd och arbetsgivarstöd i arbetsmiljöfrågor.
- Samverkar med bl.a. myndigheter, forskare och fackliga parter i arbetsmiljöforum.
- Sammanställer olycksstatistik för förebyggande åtgärder.
- Deltar i Trä- och möbelbranschens arbetsmiljöråd samt i arbetsmiljöforumet Skyddsnetet.

Maskinkörkortet är ett hjälpmedel och en webbaserad utbildning för att minska och förbygga arbetsplatsolyckor och för att se till att jobbet vid maskinen löper smidigare. Maskinkörkortet kan användas såväl i företag som inom olika trätekniska utbildningar. Utbildningen är framtagen av Prevent, i nära samarbete med TMF och GS-facket, och ger deltagarna all nödvändig kunskap. Cirka 1 200 examinationer genomförs varje år.



GOD UTBILDNING FÖR ALLA

Att lära sig ett yrke kräver både teori och praktik. Våra företag har behov av kunniga medarbetare idag och i framtiden. Bara inom träindustrin behövs det 10 000 nya medarbetare de kommande tio åren och bristen på specialister är redan stor. Företagen har en viktig uppgift i att se till att industriella och hantverksmässiga tillverkningsmetoder lever vidare.

Det här gör TMF, exempel:

- Verkar för att öka tillgången på yrkesutbildningar, både på gymnasie- och vuxennivå.
- Arbetar för att säkerställa att utbildningarna håller god kvalitet.
- Skapar strukturer för livslångt lärande.
- Tar fram kompetensstandarder och valideringsmodeller.

– **Jag fick kännedom om utbildningen** via SFI i Sävsjö och hoppade på. Vi lär oss mycket om maskiner, svensk kultur och hur det går till i svenska fabriker. Det är jätteviktigt att vi får med oss kunskap om hur det går till på svenska arbetsplatser – och vi har roligt under tiden.

Hiba Alhendi går en träteknisk utbildning vid Träcentrum i Nässjö, en av TMF:s samarbetspartners.. Här kombineras teoretiskt och praktiskt lärande med yrkes-svenska. Utbildningen ingår i ESF-projektet Kompetensutveckling 360 grader som är ett samarbete mellan Träcentrum, regionen, Arbetsförmedlingen och närliggande kommuner. Hiba Alhendi kom till Sverige från Palestina för mindre än ett år sedan.





JÄMSTÄLLDHET

Av tradition är trä- och möbelindustrin mansdominerad, men det finns det inte längre någon anledning till. Muskler kan ersättas med lyftar och hjärnor har både kvinnor och män. Med en jämställd lönesättning och tydlig värdegrund har företagen stora möjligheter att attrahera kvinnor både till golvet och till sammanträdesrummen.

Det här gör TMF, exempel:

- Arbetar för ökad jämställdhet i branschen.
- Lyfter jämställdhetsperspektivet i relevanta sammanhang.
- Arbetar för att ingen ska diskrimineras på grund av kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder.



På **hustillverkaren OBOS Sverige** har man bland annat tagit fasta på målet om jämställdhet. Ett långsiktigt mål är till exempel att ha lika många kvinnor som män i chefspositioner, men man vill även öka andelen kvinnor bland de kollektivanställda. Den medvetna satsningen börjar ge resultat och vid slutet av 2020 var 26 procent av OBOS Sveriges medarbetare kvinnor, jämfört med 2018 års branschsnitt som var knappt 10 procent. Som ett led i strategin är OBOS Sverige titelsponsor till OBOS Damallsvenskan fram till 2023.



RENT VATTEN OCH SANITET FÖR ALLA

På många håll i världen är rent dricksvatten en bristvara. Dessutom kostar det energi och kemikalier att rena vatten. För producenter av textilier finns det stora utmaningar både när det gäller vattenförbrukning och användningen av farliga kemikalier. Av den anledningen har vissa av våra företag ett stort ansvar att undersöka och minimera vattenanvändningen i leverantörskedjan.

Det här gör TMF, exempel:

- Informerar om problem kopplat till kemikalier och utsläpp i vatten.
- För dialog med leverantörer för att minska förekomst av skadliga ämnen.
- Arbetar för branschgemensamma riktlinjer.
- Erbjuder ett verktyg för egenkontroll av kraven i miljöbalken.



Att välja miljömärkta textilier är smart.

En av de största märkningarna är EU Ecolabel. Märket garanterar att tillverkaren uppfyller en rad olika krav på miljö, hälsa och funktion.



För producenter av textilier finns det stora utmaningar både när det gäller vattenförbrukning och användningen av farliga kemikalier.



ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Med anständiga arbetsvillkor och en hållbar ekonomisk tillväxt har våra företag en tydlig konkurrensfördel. Men för att vara verkligen hållbara måste de säkra att samma villkor även gäller hos underleverantörerna.

Med innovativa produktionsmetoder och cirkulära affärsmodeller har företagen möjlighet att se till att Sverige ligger i framkant, både när det gäller produktion och miljöhänsyn.

Det här gör TMF, exempel:

- Deltar i nationella och internationella forum för att ta del av och sprida kunskap om effektivisering med hjälp av ny teknologi och digitalisering.
- Påverkar industrin i riktning mot ökad cirkularitet.
- Förmedlar kunskap om hållbar produktion och konsumtion.
- Tillsammans med IVL är TMF delägare i Möbelfakta, som ställer långtgående krav på socialt ansvarstagande i leverantörskedjan.



Möbelfakta är ett verktyg för hållbar produktion. Märkningssystemet är i dagsläget det enda som ställer krav på alla områden - kvalitet, miljö och socialt ansvarstagande. Möbler som uppfyller kriterierna är garanterat ansvarfullt tillverkade, inte minst när det gäller arbetsvillkor hos tillverkare och underleverantörer.



HÅLLBAR INDUSTRI, INNOVATIONER OCH INFRASTRUKTUR

Effektivare, renare och mer resurssnåla. Våra företag har mycket att vinna på att hela tiden förbättra sina industriella processer, inte minst ekonomiskt. Och med hjälp av forskning och innovation bibehåller vi svensk industris konkurrenskraft.

Det här gör TMF, exempel:

- Samarbetar med forskare och fungerar som brygga mellan akademi och näringsliv.
- Främjar forskning och utveckling.
- Sprider kunskap om moderna teknologier som automation, industriellt byggande och digitalisering.
- Påverkar politiken för att förbättra förutsättningarna för svensk industri.

Hanna Lindén är forskare på RISE och projektledare för **Myndighetsdialog cirkulär ekonomi** som TMF deltar i. Projektet syftar till att identifiera utmaningar och möjligheter relaterat till cirkulär ekonomi och produktrelaterad lagstiftning och krav, för att på så sätt underlätta cirkulär ekonomi i praktiken.

Ett viktigt mål är att bidra med guidning för ett mer cirkulärt och resurseffektivt samhälle, och för att undvika att företag avvaktar med cirkulära aktiviteter på grund av osäkerhet kring lagar och regler, både nuvarande och kommande. Ett annat viktigt mål är att skapa en plattform för diskussioner kring cirkulär ekonomi, där myndigheter och industri kan skapa en gemensam förståelse för utmaningar och möjligheter kring cirkulär ekonomi.



"Dialog mellan flera parter är första steget för att skapa en gemensam syn."

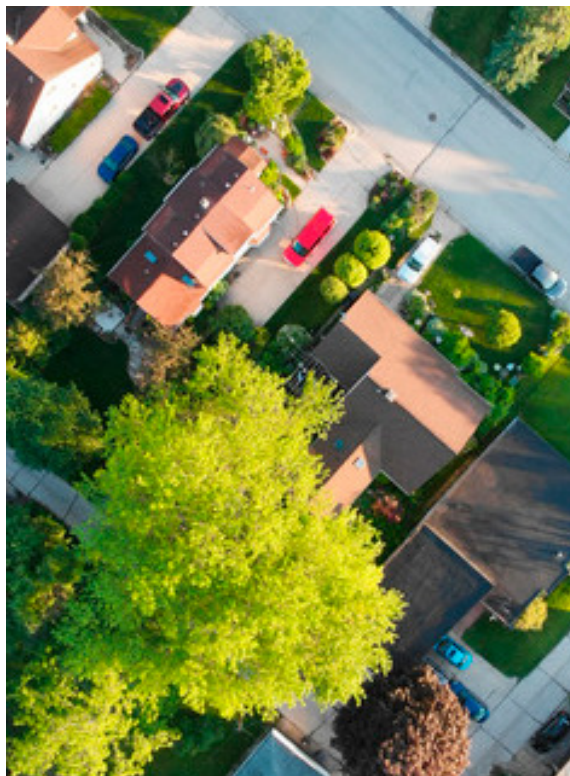


HÅLLBARA STÄDER OCH SAMHÄLLEN

Människor är olika och vill bo på olika sätt. Genom projektet **Den hållbara trädgårdsstaden** verkar TMF och medlemsföretagen för en ny egnahemsrörelse med byggande av hem till rimliga priser i stadsmiljö. Med ett industriellt bostadsbyggande blir detta både hållbart och kostnadseffektivt. Resultatet är ett inkluderande samhälle med en blandad bebyggelse.

Det här gör TMF, exempel:

- Arbetar för en hållbar stadsutveckling med ökat nybyggande och varierade städer.
- Driver projektet Den hållbara trädgårdsstaden som i korthet handlar om att bygga som människor vill bo.
- Stimulerar ökad renovering av bostäder samt återbruk och återtillverkning.



I **den hållbara trädgårdsstaden** finns blandade boendeformer som är anpassade för olika målgrupper. Här finns närhet till service, natur och kommunikationer i en sammanhållen enhet.



HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Hållbar produktion är ett av de viktigaste målen för industriella företag. Våra företag kan utveckla cirkulära produkter och affärsmodeller genom att redan i designfasen förbereda produkter för lång livslängd, möjlighet till återtillverkning och slutna materialflöden. Genom att berätta för konsumenterna om produktens hållbara och cirkulära livscykel kan företagen påverka fler att göra hållbara val.

Det här gör TMF, exempel:

- Arbetar för en omställning till hållbara konsumtions- och produktionsmönster.
- Bygger upp och förmedlar kunskap till medlemsföretagen om hållbart resursutnyttjande.
- Bidrar till utfasning av klassade kemiska ämnen i insatsvaror.
- Uppmärksammar cirkulära affärsmodeller.



Upcycling

Pallen Patch från Materia görs av spilltyg från den egna produktionen.



Återbruk

Offecct ReUsed erbjuder kvalitetstestade designmöbler som är nästan nya.



Förlängd livscykel

Som ett led i Swedeses hållbarhetstänk erbjuds utbildning för tapetsereare som vill ge Lamino-fätöljer ett längre liv.



Design för reparation, uppgradering och återtillverkning

Fätöljen EFG Evo är cirkulärt utvecklad och har få komponenter. Varje del består av endast ett material som kan ersättas eller återvinnas separat.



BEKÄMPA KLIMAT-FÖRÄNDRINGARNA

För att nå klimatmålen måste alla hjälpas åt. För företagen handlar det bland annat om att nå målet att vara fossilfri i den egna produktionen till år 2030 och att till minst 70 procent utnyttja fossilfria transporter. Även de egna medarbetarna och underleverantörerna måste vara en del av ambitionen.

Det här gör TMF, exempel:

- Sätter mål och vision för branschens klimatanpassning.
- Upplyser om och främjar klimatanpassning hos medlemsföretagen, till exempel inom energieffektivisering och transporter.
- Verkar för att byggmaterial med så låg klimatpåverkan som möjligt ska användas.

Villa Zero₂



VillaZero är ett koldioxidneutralt småhus med framtidens mest hållbara byggtekniska lösningar och byggmaterial. Det är målsättningen för samverkansprojektet Villazero i Borlänge där huset väntas stå klart vid årskiftet 2021/2022. I projektet deltar Mondo Arkitekter, Structor Byggt teknik Dalarna och Fiskarhedenvillan.



EKOSYSTEM OCH BIOLOGISK MÅNGFALD

Trä är en råvara som kräver respekt. Genom att välja ansvarsfullt producerade och helst certifierade träråvaror bidrar företagen till att stoppa avskogning, återställa utarmade skogar och öka återbeskogning i hela världen.

Det här gör TMF, exempel:

- Verkar för att träråvara som används i trä- och möbelindustrin kommer från ansvarsfullt skogsbruk.
- Uppmuntrar medlemmarna att välja certifierat virke.
- Framhåller vikten av hållbar framställning av andra viktiga råvaror, till exempel bomull.



Märkningar som FSC (Forest Stewardship Council) och PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) är båda redskap för utveckling mot ett uthålligt skogsbruk och skyddandet av skogens djur- och växtliv.



GENOMFÖRANDE OCH PARTNERSKAP

För en branschorganisation är samverkan A och O. TMF är den naturliga mötesplatsen för näringsliv, akademi och politik, såväl nationellt som internationellt. Dessutom är samverkan nyckeln för att vi ska kunna bidra till Agenda 2030. De mål och strategier vi formulerar för branschens långsiktiga hållbarhetsarbete ligger till grund för de konkreta verktyg som medlemsföretagen erbjuds som stöd.

Det här gör TMF, exempel:

- Formulerar och kommunicerar branschens mål för hållbar utveckling.
- Utvecklar standarder och normer för branschen och produktgrupper, nationellt och inom EU.
- För dialog med forskare och akademi.
- Samordnar nätverk och ordnar kompetensutveckling, seminarier och temadagar.

Näringsminister Ibrahim Baylan, här tillsammans med TMF:s vd David Johnsson till vänster, invigde möbelmässan 2020. Mässan som fyllde 70 år är en av världens ledande mötesplatser för skandinavisk möbel- och ljusdesign.



GLOBALA MÅLEN för hållbar utveckling

AGENDA 2030 OCH DE GLOBALA MÅLEN FÖR HÅLLBAR UTVECKLING

Globala målen för hållbar utveckling är 17 ambitiösa och universella mål som FN:s medlemsländer enades om 2015. Målen handlar bland annat om att utrota fattigdom, bekämpa klimatförändringar och säkerställa en fredlig och inkluderande värld. Agenda 2030 och de globala målen är den mest ambitiösa överenskommelsen för hållbar utveckling som världens ledare någonsin har antagit. De globala målen är integrerade och odelbara samt inrymmer de tre dimensionerna av hållbar utveckling: social, ekonomisk och miljömässig.

De globala målen för hållbar utveckling kallas ibland FN:s hållbarhetsmål, FN:s utvecklingsmål och SDG-mål (Sustainable Development Goals), men det är samma mål som avses.



Stor affärspotential med ökad hållbarhet

Handlar hållbarhet om måsten eller möjligheter? Både och förstås, men en sak är säker: bortom kraven på ett reducerat klimatavtryck börjar företagen inom trä- och möbelbranschen också se ekonomisk potential med exempelvis cirkuläritet, tjänstefiering och samhällsengagemang.

Att svensk trä- och möbelindustri kännetecknas av produkter med hög kvalitet och god miljöprestanda är knappast en slump. Branschen har under lång tid arbetat målmedvetet med hållbar utveckling. De höga ambitionerna har gett resultat: svenska företag är idag världsledande inom exempelvis tillverkningsprocesser, materialutnyttjande och produktprestanda genom hela livscykeln.

Svensk trä- och möbelindustri är också långt framme inom social hållbarhet, både vad gäller goda arbetsvillkor, inte bara i den egna fabriken utan även bakåt i leverantörskedjan, och som en aktiv aktör i lokalsamhället. TMF:s medlemsföretag, många av dem belägna på mindre orter runt om i landet, engagerar sig ofta i samhälle och föreningsliv, ett engagemang som bidrar till positiv utveckling för lokalsamhället, stärker varumärket och förenklar rekryteringen.

Utveckla för cirkuläritet

Majoriteten av TMF:s medlemsföretag bedriver industriell tillverkning. Att utveckla affärsmodeller som bygger på ökad grad av cirkulära flöden är därför centralt, både ur ett klimatperspektiv och för att behålla svensk industris konkurrens- och innovationskraft. Genom att designa produkter för den cirkulära logiken kan ett företag radikalt minska sitt klimatavtryck och bli mer resurseffektivt.

Här ligger till exempel den svenska **möbelindustrin** i framkant; en leverantörsrankning gjord av brittiska designkonsulterna Dodds & Shute visar att hela sju svenska företag ligger på tio-i-topp-listan över hållbarhet. Redan i designstadiet tar man höjd för hur produkterna ska hanteras när de tjänat ut samt hur delarna ska tas tillvara för återbruk eller återtillverkning. Företagen har också kommit långt i arbetet med att utveckla nya affärsmodeller kopplade till de cirkulära flödena. Kunderbjudandet kan kompletteras med olika typer av tjänster, som exempelvis leasing, inredningshjälp, underhåll och renovering.

Även **kök- och badrumsföretagen** märker av ett ökat intresse för hållbarhet. De arbetar alltmer med att tillgodose kundernas önskemål kring förnyelse, samtidigt som klimatavtrycket hålls nere. Branschen arbetar systematiskt med att utveckla en mer hållbar värdekedja, hela vägen från produktutveckling och transporter till avfall och återvinning, med cirkulära materialflöden och lägre klimatpåverkan. Kvalitetssäkring är en annan viktig komponent för att förlänga produkternas livslängd.

Många möjligheter med trä

Ett annat område där det händer mycket är inom **byggbranschen**. Här har det industriella byggandet flera fördelar eftersom trähus till stor del produceras i fabrik. Förutom att trämaterialiet är förnyelsebart och binder

Svenska företag är idag världsledande inom exempelvis tillverkningsprocesser, materialutnyttjande och produktprestanda genom hela livscykeln.

koldioxid under hela sin livstid, innebär det industriella byggandet ett lågt materialsvinn, högt resursutnyttjande, en bra arbetsmiljö och färre transporter.

Enligt Boverkets siffror från 2018 stod den totala bygg- och fastighetssektorns inhemska utsläpp (exklusive import) för drygt 20 procent av Sveriges totala utsläpp av växthusgaser. En stor del kommer från själva byggprocessen och från tillverkning av byggmaterial. Den ökade medvetenheten kring hållbarhet gör att intresset nu växer för industriellt byggande med trä som byggmaterial; LCA-analyser visar att trä medför betydligt lägre utsläpp av växthusgaser jämfört med andra byggmaterial. Utvecklingen drivs också av att Boverket inför krav på klimatdeklaration för byggnader under 2022, initialt ett TMF-initiativ.

Ljuset på bygginredningen

Ett större fokus ligger nu även på själva bygginredningen. I Sverige har vi en lång tradition av att producera högkvalitativa dörrar, fönster, golv och trappor. **Svenska bygginredningsföretag** ligger i framkant internationellt. En av nycklarna är att vårt klimat tvingat fram konsten att tillverka hållbara, energieffektiva produkter som fönster och dörrar.

Historiskt har hållbarhetsfokus för exempelvis fönster legat på att minska energiförbrukningen i de byggnader där fönsterna ska installeras. Här finns nu många, nya spännande möjligheter med olika energismarta funktioner, som solceller eller automatisk avskärmning för att minska behovet av AC.

Strålkastarna riktar också alltmer mot att minska klimatavtrycket i hela värdekedjan, liksom mot att ta ett större ansvar för vad som händer med produkten då den tjänat ut. Samtidig har en stor del av produkterna, som trägolv och trä-

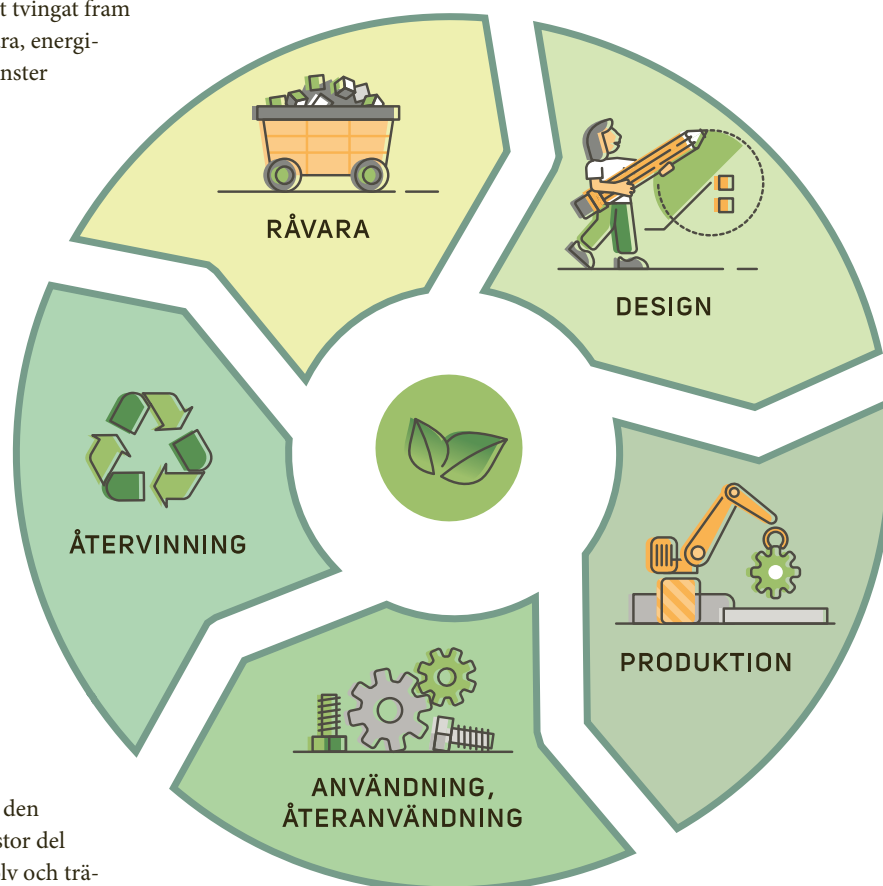
trappor, redan inbyggda hållbarhetsfördelar i och med sin långa livslängd och genom att materialet är förnyelsebart.

Hållbarhet som konkurrenskraft

Högt ställda krav på miljöprestanda, energieffektivitet, klimatredovisning och hållbarhetsmärkning utgör konkurrensfördelar för svensk industri. Bolag som både har en stark affärspotential och bevisligen bidrar till en positiv samhällsförändring och ett minskat klimatavtryck är helt enkelt högtintressanta för såväl anställda som kunder och investerare.

För många av TMF:s medlemsföretag är hållbarhet numera en naturlig del av affären. Värderna som design, funktion, hållbarhet och socialt ansvarstagande har blivit centrala delar av kunderbjudandet och har tagits emot väl på marknaden. Svensk trä- och möbelindustri har därigenom stärkt sin konkurrenskraft. I takt med att intresset för hållbarhet ökar globalt, har medlemsföretagen en mycket fördelaktig position.

Bolag som både har en stark affärspotential och bevisligen bidrar till en positiv samhällsförändring och ett minskat klimatavtryck är helt enkelt högtintressanta för såväl anställda som kunder och investerare.





Kinnarps®

Bransch: Inredningslösningar för kontor, skola och omsorg

Antal anställda: 1900

Omsättning: 3,5 miljarder kr (2019/20)

Huvudkontor: Kinnarp

Marknad: Försäljningsverksamhet i 40 länder

Varumärken: Kinnarps, Drabert, MartinStoll, Materia, Skandiform och NC Nordic Care

Systematiskt hållbarhetsarbete ger Kinnarps konkurrenskraft

Hjälp kunden att göra långsiktiga val, förläng produkternas livscykel och erbjud flexibla lösningar – det är **Kinnarps** hållbarhetsrecept. Inställda på att skapa arbetsplatslösningar som håller över tid, och med full koll på det egna klimatavtrycket, arbetar Kinnarp metodiskt med hållbarhetsfrågorna, något som också stärker affärerna. FOTO: KINNARPS

Om du gått i skolan, jobbat på kontor eller uppsökt vården, är chansen stor att du redan bekantat dig med Kinnarps. Som en av Europas största leverantörer av arbetsplatslösningar, möblerar familjeägda Kinnarps kontor och offentliga miljöer runt om i Sverige och ungefär 40 andra länder.

Varje dag lämnar 24 fullastade containrar någon av de sex svenska produktionsanläggningarna.

– Istället för traditionellt emballage skyddar vi möblerna med filter och papp som återanvänds, säger Johanna Ljunggren, hållbarhetschef på Kinnarps AB. Det gör att vi sparar 270 kilo emballage per container.

Hållbarhet som grundpelare

Exemplet illustrerar hur Kinnarps arbetar med hållbarhet in i minsta detalj. Arbetet är ett livslångt engagemang och en viktig del av affären. Grundbulten är en uttalad strategi från ägare och ledning om vilken typ av företag Kinnarps ska vara. Att ha koll över hela kedjan från komponenttillverkning, färdigställande av produkter och leverans till kund hjälper förstås. Verksamheten har utvärderats gentemot FN:s 17 globala mål och kopplats ihop med

Kinnarps mest prioriterade områden. Flera av etappmålen nåddes redan under 2020, som målen för koldioxidutsläpp (som närapå halverades), samt minskad energiförbrukning och användning av lösningsmedel. Arbetsmiljöcertifieringen, ISO 45001, av produktionsenheterna är en annan milstolpe.


Ännu vassare mål är satta för 2025.

– Eftersom vi jobbat länge med miljöfrågor kan vi nu börja växla upp, säger Johanna Ljunggren. Samtidigt blir hållbarhetsarbetet aldrig färdigt utan är ständigt pågående.

”Grundbulten är en uttalad strategi från ägare och ledning om vilken typ av företag Kinnarps ska vara. Att ha koll över hela kedjan från komponenttillverkning, färdigställande av produkter och leverans till kund hjälper förstås.”



Johanna Ljunggren, hållbarhetschef på Kinnarps AB



”Hållbarhet är en av våra grundpelare, vilket syns tydligt i strategin.”

Rätt investering lönsamt i längden

Det handlar inte bara om en vilja att göra gott; genom hållbarhet kan svensk möbelindustri också differentiera sig gentemot konkurrenterna i lägstkostnadsländer, både vad gäller miljökrav och arbetsförhållanden. I Sverige är det framför allt Kinnarps kunder inom offentlig sektor som driver utvecklingen mot ökad hållbarhet.

Grundtanken är att den största hållbarhets-effekten uppnås genom att köpa rätt inredningslösning redan från början. Här har Kinnarps utvecklat tjänsten Arbetsplatsanalys som hjälper kunden att skapa en miljö som är hållbar under lång tid. Miljömärkningen Möbelfakta, en validering av delarna kvalitet, miljö och socialt ansvar, är ett annat exempel där Kinnarps varit drivande. De har dessutom tagit fram en egen indexering, The Better Effect Index, som ger en helhetsbild av en produkts hållbarhet (se text här intill).

Tjänstefiering och cirkuläritet

Just nu pågår en ökad tjänstefiering på marknaden. För Kinnarps ligger fokus på att erbjuda lösningar för såväl långsiktiga som kortsiktiga behov och skapa flexibilitet genom att hyra ut möbler. Det här är ett sätt att säkra att produkterna kan användas länge. Samma sak gäller med uppgraderingar som avtagbar soffklädsel, utbytbara bordsskivor eller nya sitsar för arbetsstolar.

Någon spikrak väg är det dock inte; de nya affärsmodellerna kopplade till livscykeln innebär flera utmaningar, menar Johanna Ljunggren. För vad händer exempelvis med produktsäkerhet och garanti när produkten görs om? Kan kemikaliekraV och spårbarhet uppfyllas när möblerna sätts på marknaden en andra och tredje gång? Här återstår mycket arbete.

I och med pandemin har det ställts nya krav på arbetsmiljöer och arbetssätt. Många av Kinnarps kunder funderar över hur framtidens kontor egentligen ska se ut. Samtidigt är Johanna Ljunggren fast förvissad om att de valt rätt väg framåt.

– Vi fortsätter satsa på hållbarhet och flexibla lösningar, där vi bland annat vidareutvecklar vårt utyrningskoncept. Vi jobbar också för att förlänga livet på produkterna.



TIPS: BÖRJA MED PRODUKTERNA

Vad innehåller produkterna? Hur har de producerats? Varifrån kommer råvarorna? Vilka kemikalier har använts? Hur gör vi för att produkterna ska kunna användas längre? Det här är viktiga frågeställningar att börja med för de möbeltillverkare som vill få fart på hållbarhetsarbetet.

Det går också snabbt att koppla dessa insatser till själva affären, vilket Kinnarps gjort genom sitt **The Better Effect Index**, marknadens första heltäckande verktyg för hållbara inredningsval där Kinnarps produkter betygssätts inom sex viktiga hållbarhetsområden.

Kinnarps arbetsstol Capella är utformad med 100% återvunnet magnesium i mekanismen. Capella är designad för att vara en del av arbetsplatsen under lång tid. Efter många års användning kan man byta ut sitsen, ryggen, nackstödet och armstödet för att förlänga livslängden ännu mer.



Agenda 2030

Kinnarps har utvärderat sin verksamhet gentemot FN:s 17 globala mål och identifierat de mål där koncernen har störst möjlighet, direkt eller indirekt, att påverka. Därefter har de nio valda målen kopplats ihop ned Kinnarps mest prioriterade områden, som rör råvaror och resurser, klimat, rena material, socialt ansvar, återbruk och ergonomi.

Konkret handlar arbetet om att skapa arbetsmiljöer som bidrar till hälsa och goda lärmiljöer, genomföra energieffektiviseringar och minska egna klimatutsläpp, arbeta för goda arbetsmiljöer och villkor i verksamheten och i leverantörskedjan, skapa produkter som miljömärks och består av FSC-certifierat trä, nyttja material så effektivt som möjligt och skapa mer cirkulära material och produktflöden.



Kinnarps utvalda mål

- Mål 3 God hälsa och välbefinnande
- Mål 4 God utbildning
- Mål 7 Hållbar energi för alla
- Mål 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt
- Mål 9 Hållbar industri, innovationer och infrastruktur
- Mål 10 Minskad ojämlikhet
- Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion
- Mål 13 Bekämpa klimatförändringarna
- Mål 15 Ekosystem och biologisk mångfald

TRE STEG MOT CIRKULÄRITET

- **Gör det lätt att välja rätt.** Hjälp kunden att göra kloka, långsiktiga val som är miljömässigt och ekonomiskt hållbara.
- **Förläng livscykeln.** De smartaste produkterna är de som används länge; erbjud kunden flexibla möjligheter att skala upp och ned utifrån behov.
- **Bygg in cirkuläritet.** Se till redan i utvecklingsfasen att produkterna går att uppdateras, uppdateras, återanvändas och till sist återvinnas.



Derome

Bransch: Trähus, takstolar, sågverk och byggvaror

Antal anställda: 2 500

Omsättning: 8,5 miljarder kr (2020)

Huvudkontor: Derome

Marknad: Sverige, Norge, Tyskland, England, Holland och USA

Varumärken: Bl a Derome Bostad, Derome Plusshus, Varbergshus och A-hus

Framtiden hos Derome byggs i trä

Allt fler sneglar mot trämateriallets många fördelar: flexibelt, förnybart och kostnadseffektivt. För trähusbyggarna **Derome** har verksamheten alltid handlat om långsiktig hållbarhet, långt innan det började kallas hållbarhetsarbete. Det industriella husbyggandet i trä, där sparsamheten är inbyggd, ger helt enkelt ovanligt goda möjligheter att påverka klimatavtrycket. FOTO: DEROME

Det finns ett växande intresse för trä som byggmaterial. Investerare och bostadsutvecklare börjar nu få upp ögonen för det industriella byggandet, särskilt med fokus på trä. Träbyggandet ökar snabbt, eftersom Boverket i januari 2022 införde krav på klimatdeklarationer för byggnader. Här kan hus av trä bidra till minskade utsläpp, både genom själva processen och för att trä lagrar koldioxid under hela sin livstid.

- Det industriella byggandet lämpar sig väl för trä som material, säger Anders Carlsson, chef för teknik och FoU på Derome. Vi kan säkra väldigt effektiva processer genom upprepning av byggmomenten, koll på flöden och material, samt minimalt med spill.

Trä, den gröna tråden

Företaget Derome har sina rötter i 1940-talet. Det som började med en såg, har nu vuxit till Sveriges största familjeägda träindustri med 2 500 anställda spridda över 70 orter, något som också gör företaget till en viktig lokal aktör och arbetsgivare. Produktionen sker till

95 procent i Sverige, ofta i anslutning till den skog verksamheten utgår från. Derome äger hela förloppet från råmaterial till färdig produkt – skog, sågverk, husfabriker och transporter – något som Anders Carlsson säger är själva kärnan i hållbarhetsarbetet.

- Genom att vi verkar i hela kedjan kan vi säkra hållbarhet, kvalitet, leveransförmåga, ja, allt som handlar om långsiktigt goda leveranser.



Anders Carlsson, chef för teknik och FoU på Derome

”Som jag ser det förändrar vi byggbranschen och sätter en ny standard för byggandet.”

Sara Kulturhus i Skellefteå. Hotellet är en tretton våningar hög träbyggnad som sträcker sig mot himlen över kulturhuset. De 205 hotellrummen tillverkas med industriell produktion av Derome som gör stora satsningar inom området.



Hållbarhet i Deromes DNA

Effektivitet och långsiktighet har alltid varit en förutsättning för Deromes existens. Fördelen med industriellt byggande är att processen är sparsam till sin natur; den bygger på god kontroll över material, flöden, energiåtgång och transporter. Det här, menar Anders Carlsson, ger Derome ett försprång när hållbarhetsarbetet systematiseras.

I takt med ökad miljömedvetenhet och skärpta omvärldskrav, har företaget satt andra ord på de krafter som suttit i ryggraden från start. Sedan 2019 har Derome arbetat strategiskt med avstamp i FN:s globala mål för hållbar utveckling, Agenda 2030.

Ambitionerna är höga. Koncernmålet är att bli klimatneutrala 2030 och redan 2024 vill

Derome bygga Sveriges första klimatneutrala bostadsområde. Koldioxidavtrycket i hela kedjan måste därför minskas. En rad initiativ pågår: en fordonsflotta som till 60 procent drivs med fossilfritt bränsle, Svanen-certifiering av husproduktionen och klimatdeklarering av bostäder. Dessutom pågår en övergång till förnybar energi genom vindkraftverk, solceller och genom att utnyttja spill från sågverk som biobränsle. Vad gäller jämställdhet är en 50/50-fördelning målet.

“Det här ger Derome ett försprång när hållbarhetsarbetet systematiseras.”



PROJEKT FÖR KLIMATSMART BYGGANDE

1. Hoppet

Under 2020 togs första spadtaget på bygget av förskolan Hoppet i Göteborg, med ambitionen att uppnå ett fossilfritt byggande. Genom samverkansprojektet ihop med Göteborgs Stad vill Derome driva på branschutvecklingen. Beräkningar visar på nära 70 procent lägre klimatpåverkan för de stora byggdelarna.

2. Parkstråket

Lärdomar från Hoppet ska användas i projektet Parkstråket, där Derome under senare delen av 2021 ska bygga 18 radhus inom ramen för Malmös lokala färdplan för en klimatneutral bygg- och anläggningsbransch.

3. Innovative Design for the Future

Utvecklingsprojektet “Innovative Design for the Future – Use and Reuse of Wood (Building) Components” undersöker hur trä från befintliga byggnader kan återanvändas. Tanken är att kunskapen ska underlätta framtida återbruk av Deromes byggnader.

Deromes Villa Saltö
för Varbergshus.



Klimatprojektet One Tonne Life

Ibland har Derome varit alldeles för tidigt ute. Som i det futuristiska projektet One Tonne Life ihop med Volvo och Vattenfall, där en familj genom ny teknik och ett klimatsmart hus skulle sänka sina koldioxidutsläpp radikalt. Projektet fick stort medialt genomslag, men marknaden var inte riktigt mogen. Nu använder Anders Carlsson och hans kollegor istället projektet som ett avstamp för diskussioner om vad ett husföretag kan göra ur klimatsynpunkt.

– Det här viljan att våga testa nytt är en av nycklarna i vårt arbete; våra ägare förstår hållbarhetsfrågan fullt ut och uppmuntrar oss att prova, utvärdera och prova igen. Som jag ser det förändrar vi byggbranschen och sätter en ny standard för byggandet.

Agenda 2030

Under våren 2019 genomförde Derome en stor workshop med beslutsfattare från hela koncernen där fyra av FN:s globala mål valdes ut. Det är utifrån dessa mål, varav flera kopplar till koncernmålen, det strategiska utvecklingsarbetet ska ske. Ramverket för arbetet är konkreta handlingsplaner tillsammans med kvalitets- och miljöcertifieringar samt riktlinjer för miljö, etik, arbetsmiljö och uppförande.



Deromes utvalda mål

- Mål 5 Jämställdhet
- Mål 11 Hållbara städer och samhällen
- Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion
- Mål 13 Bekämpa klimatförändringarna

SÅ SÄTTER DU FART PÅ HÅLLBARHETS- ARBETET

- **Ta reda på var du står idag.** Om du inte mäter blir det svårt att fatta bättre beslut; hållbarhetsarbetet börjar med en tydlig bild av var företaget står idag.
- **Utgå från klimatkalkylen.** Din första klimatkalkyl gör det uppenbart vilka material som ger stort klimatavtryck och som borde bytas ut.
- **Gynna klimatkloka leverantörer.** Genom att välja byggprodukter med en tydlig miljövarudeklaration (EDP) bidrar du till en positiv spiral också för leverantörernas egen klimatresa.
- **Samarbeta med flera.** Hållbarhetsarbete är ingen enmansföreställning. Sträck ut handen utanför företagets fyra väggar för att få draghjälp och större effekt.



nobia

Bransch: Kökstillverkare

Antal anställda: 6 000

Omsättning: 13 miljarder kr (2020)

Huvudkontor: Stockholm

Marknad: Norden, Storbritannien och
Centraleuropa

Varumärken: 15 olika, bl a Marbodal,
HTH och uno form

Nobias hållbarhetsrecept: ta ansvar i hela värdekedjan

För börsnoterade kökskoncernen **Nobia** är hållbarhet affärskritiskt – och ambitionsnivån är hög. I snabb takt har flera milstolpar betats av: Nobia var tidigt ute med Svanen-märkta kök och som första svenska kökstillverkare har de fått sina klimatmål godkända av Science-Based Targets. Fler hållbarhetsmål står nu på tur. FOTO: NOBIA

Lagat många måltider hemma på sistone? Sällan har väl köket använts så frekvent som under det gångna året. Främst för matlagning och bakning givetvis, men även för jobb, studier och umgänge. Nobia, en av Europas främsta köksspecialister, ser nu ett ökat intresse för köksrenoveringar och -investeringar i pandemins kölvatten. Företagets kökslösningar har en central plats i många hem, med starka varumärken som exempelvis Marbodal.

– Köket spelar en allt större roll i människors liv, säger Amanda Jackson, hållbarhetschef på Nobia. Ur ett hållbarhetsperspektiv är det viktigt för oss att kunna erbjuda kökslösningar som bidrar till att leva mer hållbart.

Ansvar genom hela kedjan

Varje vecka tillverkas över 10 500 kök som säljs både till privatkunder och professionella aktörer. De 14 produktionsanläggningarna är utspridda över Europa och samtliga anläggningar är certifierade enligt miljöledningssystemet ISO 14 001, utom en som är i process för certifiering.

När Amanda Jackson började på Nobia för omkring fem år sedan saknades en koncernövergripande hållbarhetsfunktion. Med en hög ambitionsnivå har hon strukturerat och



Amanda Jackson, hållbarhetschef på Nobia

rullat ut hållbarhetstänket i organisationen. Hållbarhet genom hela värdekedjan – från produktutveckling, inköp, tillverkning, försäljning, transport och användning till avfall och återvinning – är A och O i arbetet.

Har ett stort börsnoterat bolag fler ögon på sig när det gäller att agera ansvarsfullt? Enligt Amanda Jackson är det åtminstone tydligt att hållbarhet numera är en viktig del av konkurrenskraften.

”Som en del av produktutvecklingen har vi implementerat ett styrkort där vi bland annat tittar på material, design och funktion ur ett hållbarhetsperspektiv och på om produkten bidrar till ett mer hållbart liv i köket.”

”Ett av delmålen är att säkra att träråvara kommer från hållbara, certifierade skogar, är återvunnen eller kommer från godkända leverantörer.”



Moduler ur Marbodals nya serie
Arkitekt Plus med Svanenmärkta luckor

– Tidigare har miljömärkta kökslösningar varit en nisch inom den nordiska B2B-marknaden, men nu har det blivit en hygienfaktor vid nybyggnationer i Norden. På alla våra marknader ser vi ökad efterfrågan på hållbara lösningar och produkter.

Flera delmål uppnådda

Koncernens största hållbarhetsutmaningar handlar om klimat, träråvaran och cirkuläritet. Ansvarsfulla inköp är ett annat viktigt fokusområde. För att driva arbetet, tar Nobia avstamp i FN:s globala mål och Agenda 2030 (se text här intill).

De delmål som sattes upp för perioden 2017–2020 har uppfyllts. Det handlar bland annat om implementering av ett styrkort som utvärderar nya köksprodukters hållbarhetsprestanda, om att säkra att träråvara kommer från hållbara, certifierade skogar, är återvunnen eller kommer från godkända leverantörer, samt att alla produktionsanläggningar och egna butiker enbart använder förnybar el.

Nobia har även jobbat med ansvarsfulla inköp genom att införa ett nytt digitalt program för leverantörer som inkluderar riskanalys, granskning och en kanal för rappor-

tering av överträdelser av uppförandekoden. Närmre 300 leverantörer ingår i programmet.

– Vi har gjort en hel del på kort tid, men har självklart mer att göra. Nyckeln har varit att arbeta systematiskt och integrera hållbarhetsarbetet som en naturlig del av allt vi gör; från produktutveckling och inköp till produktion.

Cirkuläritet ger nya möjligheter

Nya målsättningar för nästkommande period har nu spikats. Ambitionen är att skapa positiv förändring långt utanför företagets väggar. På agendan står ytterligare reduceringar av koldioxidutsläppen, från den egna verksamheten men också från leverantörer och kunder. Dessutom ska design och hållbarhet knytas samman för bättre möjligheter att leva hållbart i sitt nya kök.

Cirkuläritet är en annan het potatis, där köksbranschen generellt har stora möjligheter. En viktig del är att tänka hållbarhet redan i designfasen och skapa produkter vars design och kvalitet står sig över tid, menar Amanda Jackson.

TRE RÅD FÖR HÅLLBARHETSARBETET

1. Syna kärnverksamheten. Hållbarhetsarbetet måste börja med att du förstärker verksamhetens egen påverkan, genom värdekedjan.
2. Agera för effekt. Inled förändringarna där din verksamhet har störst påverkan. Här brukar en materialitetsanalys kunna visa vägen.
3. Tänk globalt. Glöm inte att främja ansvar i hela din värdekedja genom att exempelvis sträva efter att nå längre ut i leverantörsled för att bidra till stärkt respekt för människa och miljö

”Köket är ofta det dyraste man har i möbelväg. Därför har våra produkter lång hållbarhet – omkring 20 år.”



– Som en del av våra styrkort för nya produkter tittar vi specifikt på produkten utifrån dess möjlighet att ingå i en mer cirkulär ekonomi. Inom vårt nederländska varumärke Bribus arbetar vi också med ett cirkulärt konceptkök, där vi tittar på allt från materialval till affärsmodellen för det cirkulära köket.

Beslut har också fattats om en ny, stor investering: Europas modernaste anläggning för kökstillverkning planeras i Jönköping. Allt projekteras med höga hållbarhetsambitioner. Vid driftstarten 2024 ska en hög grad av automation och digitalisering optimera den kundorderstyrda tillverkningen, möjliggöra spårbarhet från råvara till färdig produkt och ge effektivare processer.

”En viktig del är att tänka hållbarhet redan i designfasen och skapa produkter vars design och kvalitet står sig över tid”

Agenda 2030

Nobias koncerngemensamma hållbarhetsstrategi, som gäller 2021–2026, kopplar ihop verksamheten med FN:s globala hållbarhetsmål. Till varje uppsatt mål finns KPI:er kopplade tillsammans med ett policyramverk. Ett internt hållbarhetssystem följer löpande upp efterlevnaden. Dessutom finns ett samverkande nätverk av lokala hållbarhetsambassadörer på alla Nobias marknader.



Nobias utvalda mål

- Mål 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt
- Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion
- Mål 13 Bekämpa klimatförändringarna
- Mål 15 Ekosystem och biologisk mångfald
- Mål 17 Genomförande och globalt partnerskap

SCIENCE BASED TARGET, VETENSKAPLIGA KLIMATMÅL

- Som första svenska köksföretag har Nobias klimatmål blivit godkända av Science Based Target initiative, en metod för företag att sätta vetenskapligt förankrade klimatmål i linje med Parisavtalet. Målen innebär att:
 - Nobia ska reducera koldioxidutsläppen från verksamheten och egna transporter med 72 procent till 2026 (basår 2016).
 - Nobia ska samverka med leverantörer för att minska deras koldioxidutsläpp från både produktion och användning. Minst 70 procent av Nobias leverantörer (baserat på koldioxidutsläpp) ska ha Science Based Targets (vetenskapliga klimatmål) senast 2025.

SVENSKA FÖNSTER

Bransch: Fönstertillverkare

Antal anställda: 900

Omsättning: 1,35 miljarder kr
(2020)

Huvudkontor: Edsbyn

Marknad: Sverige

Varumärken: Traryd Fönster och
SP Fönster



Goda hållbarhetsutsikter hos Svenska Fönster

Engagemang och ständiga förbättringar genomsyrar Svenska Fönsters arbete med att både optimera de egna processerna och erbjuda högkvalitativa, hållbara produkter och tjänster. Nu växlar de upp hållbarhetsarbetet ytterligare genom att koppla de lokala initiativen till Agenda 2030 på koncernnivå. FOTO: SVENSKA FÖNSTER

Drar det kallt från fönstret? Enligt Energimyndigheten släpper dåligt isolerade fönster ut hela en tredjedel av värmen. Fönster är helt enkelt en av de känsligaste punkterna för energiförlust i ett hus och just därför är energieffektiva fönster en viktig pusselbit i framtidens klimatsmarta byggnader.

Hos Svenska Fönster är man förstas medvetna om att fokus på kvalitetsfönster nu ökar. Med produkter som håller minst 50 år, förutsatt att underhållet sköts, kallar de sig ”en av de mest hållbara fönstertillverkarna i Sverige”. Vad ligger bakom påståendet?

– Medvetenhet om en hållbar framtid ligger i vårt DNA och har en central roll i vår vision om att skapa en ljusare framtid. Bland annat tack vare vårt löpande miljöarbete i alla led, och då särskilt vårt vattenburna ytbehandlingssystem, blev vi först på marknaden 2012 med att klara de nya hårdare kraven för miljömärkningen Svanen, säger Beatrice K Henriksson, vd för Svenska Fönster.

Social hållbarhet viktigt

Svenska Fönster bildades 1997 då småländska Traryd Fönster gick samman med SP Fönster i Hälsingland, bolag vars historia började redan på 30- och 40-talen. Idag ligger huvudkontoret och den största fabriken i Edsbyn, där Svenska

Fönster med sina över 900 medarbetare är kommunens främsta arbetsgivare.

Svenska Fönster ägs av Dovista, som i sin tur ägs av VKR Holding med Villum- och Veluxfonden som huvudägare. Globalt ger fonderna stora bidrag till forskning, miljöinsatser, sociala projekt och kultur.

Det märks även lokalt i Edsbyn, där en rad projekt stöttas både genom medel från ägarna och från Svenska Fönster för att främja barn, ungdomar, föreningsliv och, inte minst, det lokala bandylaget.

Just den lokala förankringen är en av hemligheterna bakom hållbarhetsframgångarna. Visst finns det lagar och kundkrav att efterleva, men den främsta drivkraften finns hos medarbetarna själva.

– Vi ser ett stort, äkta engagemang. Det händer exempelvis ofta att personer kommer fram och lyfter förslag på förbättringar när jag är ute i fabriken, säger Camilla Olsson, miljösamordnare hos Svenska Fönster.



Camilla Olsson, miljösamordnare hos Svenska Fönster.

“Vi har en vision om en ljusare framtid, vi vill lämna något bra efter oss.”

“Glöm inte bort det vardagliga; det är viktigt att varje dag engagera medarbetarna i hållbarhetsarbetet.”

Ständiga förbättringar i processerna

Anläggningarna i Edsbyn och Söderhamn är certifierade enligt ISO 9001 och ISO 14001. Ledningssystemen underlättar arbetet med ständiga förbättringar, något som präglar företagets förhållningssätt till hållbarhet. Varje dag går exempelvis en arbetsgrupp igenom föregående arbetsdag med fokus på säkerhet, kvalitet, leverans och medarbetare.

Virket som användas i produkterna är certifierat och kommer från närliggande, hållbara skogsbruk. Här används både tallens finaste bit – stamblocket – och virke som fingerskarvats i komponentfabriken i Söderhamn. Produktionen, som är helt fri från lösningsmedel, är optimerad för att minimera spill och det som ändå uppstår används för att värma upp fabriken eller säljs som råvara till träpellets. Sedan 2017 är all energi som används ursprungsmärkt och kommer från förnybara källor.

Föregående år investerade Svenska Fönster stort i sin tillverkning av glaskassetter, något som gett bättre kontroll över produktionen och färre transporter.

Energieffektiva fönster

I fjol tog Svenska Fönster fram miljövarudeklarerationer (EPD:er) för sina produkter, ett initiativ som efterfrågats såväl externt som internt. – Det är ett jättebra underlag för att se var vi har stor miljöbelastning och var vi behöver jobba för att minska en produkts miljöavtryck, säger Camilla Olsson. Kunderna kan också jämföra våra produkter med andras ur ett miljöperspektiv.

“Virket som användas i produkterna är certifierat och kommer från närliggande, hållbara skogsbruk.”





Bostäder och lokaler står för över en tredjedel av Sveriges totala energianvändning och energieffektivisering av byggnader är centralt för att nå de globala hållbarhetsmålen. Vid nybyggnation och renovering finns det därför mycket att hämta hem ekonomiskt och klimatomått genom fönster med förbättrad isoleringsförmåga. En annan viktig bit är ljud och buller, där skarpare krav nu ställs på fönsters ljudreducerande förmåga.

Den cirkulära aspekten då? Svenska Fönster uppmuntrar främst till återbruk, som exempelvis i växthus eller i garage. Utöver det inkluderar monteringsanvisningarna också riktlinjer för hur ett fönster bäst återvinns.

“Med avstamp i FN:s globala hållbarhetsmål ska hållbarhetsfrågorna framöver få en mer central plats i verksamheten.”

Öppnar för Agenda 2030

Svenska Fönsters ägare Dovista har tagit fram en koncerngemensam strategi för CSR och hållbarhet. Med avstamp i FN:s globala hållbarhetsmål ska hållbarhetsfrågorna framöver få en mer central plats i verksamheten. Främst gäller det mål 3 som adresserar god hälsa och välbefinnande, mål 12 om hållbar konsumtion och produktion, samt mål 13 som handlar om att bekämpa klimatförändringarna.

– För oss som för alla andra gäller det att reducera CO2-avtrycket genom hela livscykeln, avslutar Camilla Olsson.



SVENSKA FÖNSTERS MILJÖ- OCH KVALITETSPOLICY

- Göra rätt från början.
- Kontinuerligt minska miljöbelastningen och skydda miljön genom att vara så resurssnåla som möjligt, förebygga förorening och begränsa klimatpåverkan.
- Kontinuerligt minska miljöbelastningen under produktens hela livscykel.
- Alltid uppfylla de bindande krav som ställs.
- Bygga vårt arbetssätt på ständiga förbättringar.
- Säkerställa att vi har en god och stabil ekonomi för att kunna arbeta hållbart.

Den ljusnande framtid är vår!

När pandemin slog klorna i världsekonomin trodde vi att det skulle påverka trä- och möbelföretagen negativt. Vi hade delvis fel och nedgången blev tack och lov kortvarig. Hemarbete och "hemestrände" satte fart på renoveringar och funderingar på var och hur man bor och arbetar. Drömmen för många blev ett eget trähus.

Ett ökat husbyggande leder till att våra medlemmar säljer fler golv, fönster, dörrar, kök och badrumsinredningar. Det gillar vi på TMF. Våra möbeltillverkande medlemsföretag och många inredningsföretag har däremot drabbats av lägre efterfrågan under pandemin.

Med ett bra utgångsläge för Sverige som helhet efter pandemin ser vi dock stora möjligheter för en ökad export från svensk möbelindustri. Det faktum att många av våra medlemmar är världsledande inom hållbarhet är en klar framgångsfaktor. Dessutom jobbar de flesta med trumfkorset trä – en förnybar råvara.

När nu restriktionerna gradvis lättar pekar mycket på ett uppdämt investeringsbehov globalt. Det rekommenderar jag dig att läsa mer om i konjunkturrapporten på de följande sidorna. Innan du ger dig i kast med rapporten vill jag peka på två områden som är viktiga för att våra medlemsföretag ska kunna svara upp mot den förväntade ökade efterfrågan.

- **Kvalificerade medarbetare.** Många av TMF:s medlemsföretag saknar både medarbetare som kan hantverket och tekniska tjänstemän som exempelvis byggnadsingenjörer och logistik. Den ökade automatiseringen av produktionen kräver också en ny typ av kompetenser. Lösningen är fortsatta satsningar på industriutbildningar och annan kompetensförsörjning – det kommer att ge nya jobb, ofta utanför de stora tätorterna, och lönsamma företag.
- **Välfungerande infrastruktur.** För att våga nyinvestera behöver TMF:s medlemsföretag veta att infrastruktur och logistik, i form av elkraft, datastrafik, järnvägstransporter och vägnät, kommer att fungera även i framtiden. Goda pendlingsmöjligheter till mindre orter är även viktigt för rekrytering av medarbetare.

Jag hoppas att de positiva prognoserna i konjunkturrapporten ska bli verklighet, men är ödmjuk inför svårigheterna att sja om framtiden. Det jag dock känner mig övertygad om är att TMF:s medlemsföretag är svaret på många av samtidens utmaningar.

David Johnsson
vd Trä- och möbelföretagen



Detalj från Elitfönsters produktion i Vetlanda.

Översikt över den svenska och globala ekonomin respektive industrin

Trä- och Möbelföretagen har ett nära samarbete med den svenska teknikindustrins branschorganisation, **Teknikföretagen**, som bedriver en omfattande ekonomisk omvärldsbevakning och analysverksamhet. Nedan ger Teknikföretagens national-ekonomer Mats Kinnwall och Lena Hagman sin syn på utvecklingen i den globala samt svenska ekonomin, och även på utsikterna för industrin som helhet samt specifikt för branscherna där TMF:s medlemsföretag verkar, dvs. trävaru- och möbelindustrin.

Industrin primus motor för hela ekonomin

Efter förra årets rekordras i global BNP på minus 3,8 procent räknar Teknikföretagen med att den ökar med 5,5 procent 2021. Det starka tillväxttalet förklaras till stor del av en kraftig överhängeffekt, cirka 3 procentenheter, från det svaga 2020. I samband med lättade coronarestriktioner under andra halvåret i år räknar vi med att BNP-tillväxten kommer ta ännu mer fart. Därefter bedömer vi att tillväxten gradvis kommer mattas av. Global BNP-tillväxt avtar därför till 3,5 procent 2022. Sammantaget räcker inte dessa tillväxttakter riktigt till för att BNP ska återta all den mark som förlorades under krisåret 2020.

Med ett BNP-fall på 2,8 procent 2020 klarade Sverige coronakrisen relativt bra jämfört med liknande ekonomier. Skälen är bland annat att Sverige inte stängde ner ekonomin lika drastiskt som många andra länder i Europa, vilket tillät hemmaekonomin att rulla något bättre. Svensk ekonomi gynnades också av en relativt väl positionerad tillverkningsindustri, som i sin tur gav draghjälp till den i Sverige relativt stora industrinära tjänstesektorn.

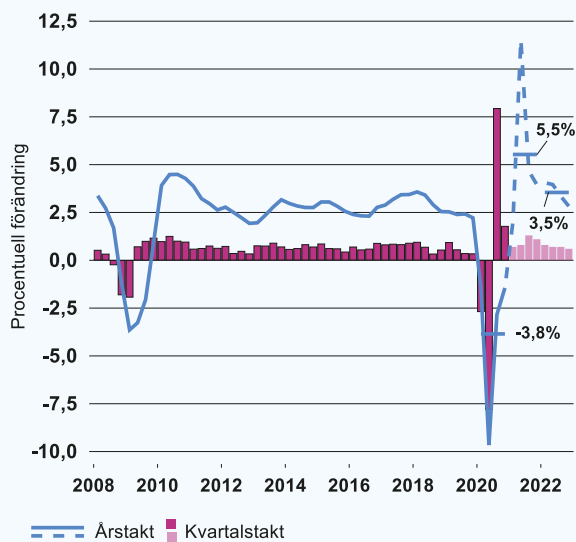
Vi räknar med att industrin, direkt och indirekt via industrinära tjänster, fortsätter att driva på Sveriges ekonomi de närmaste åren. Industriproduktionen förväntas öka med 9 procent i år och med 4,5 procent nästa år. Dessutom finns det förutsättningar för en stark konsumtionsutveckling i samband med att coronarestriktionerna gradvis lättar. Sammantaget räknar vi med att svensk BNP växer med 4,5 procent respektive 3,5 procent under 2021-2022.

Eftersom BNP kommer att växa betydligt snabbare än potentiell tillväxt de kommande åren finns det förutsättningar för ett betydande fall i arbetslösheten. Vi räknar ändå med att den är så hög som kring 7 procent mot slutet av 2022.

De flaskhalsar som uppstått för industrin på grund av brist på en rad insatsvaror i början av 2021, i kombination med de extrema prisrörelserna i samband med den akuta krisen förra våren, innebär att global och Sveriges inflation stiger på kort sikt. Teknikföretagen räknar dock inte med att detta är inledningen på en period av persistent högre inflation. Fortsatt lediga resurser globalt och centralbanker som är dedikerade till prisstabilitet talar emot att tillfälliga inflationsuppgångar biter sig fast i inflationsförväntningarna. För svensk del räknar vi med inflation en bra bit under målet under de närmaste åren, 1,4 procent i genomsnitt i år och 1,2 procent 2022. Fortsatt låg inflation världen över talar för fortsatt expansiv penningpolitik, vilket för svensk del innebär nollränta under överskådlig framtid.

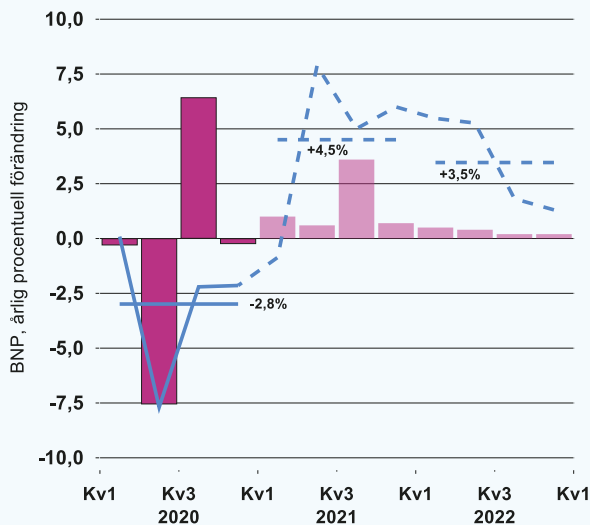
Hittills har återhämtningen drivits av tillverkningsindustrin, industrinära tjänster och delar av detaljhandeln medan restriktionerna lagt en våt filt över stora delar av servicenäringarna. När ekonomierna väl öppnar upp igen räknar vi med att konsumentefterfrågan vrids från varor till besöksnäringar, som turism och resor med mera. Samtidigt talar mycket för att industrin behåller sin roll som primus motor.

GLOBAL BNP: VÄRRE BERG-O-DALBANA ÄN FINANSKRISEN



Källa: Teknikföretagen, Världsbanken

SVERIGE: SAMMA MÖNSTER SOM GLOBALT



Källa: SCB, Macrobond, Teknikföretagen

Produktionsvolymen för global industri bedöms öka med höga 9 procent i år. Att tillväxten förväntas visa nära tvåsiffrig tillväxt i år beror till stor del på mycket låga jämförelsetal andra kvartalet förra året. Nästa år räknar vi med en återgång till något mer normala tillväxtsiffror där global industriproduktion förväntas öka i stort sett i takt med tillväxten i global BNP, dvs. med omkring 4 procent i volym.

Prognosen för industrin är ljus, trots att vi räknar med fortsatta störningar i produktionen åtminstone även under andra kvartalet i år på grund av brist på insatsvaror, från halvledare till varor som plast, gummi, kartong, färger och lack, metaller, trävaror med mera.

Leveranserna av insatsvaror har störts till följd av en världsomspännande brist på containrar. Bristen har uppstått av flera orsaker, delvis som ett resultat av att tillgången på containrar varit för liten i förhållande till den oväntat starka uppgången i efterfrågan på olika varor. Produktionen av containrar har i utgångsläget dessutom varit för låg och det tar nu tid att komma ikapp efterfrågan med ökad containerproduktion. Dessutom stoppades många leveranser av att ett enormt containerfartyg blockerade Suezkanalen i slutet av mars. Då väl trafiken kunde flyta igen genom kanalen har det istället uppstått

köbildning för lossning av containrar från fartyg som blev försenade. Dessutom är många fartyg med tomma containrar fast utanför USA:s kust i väntan på att fylla på ny last efter att ha levererat ovanligt stora mängder varor för import till USA.

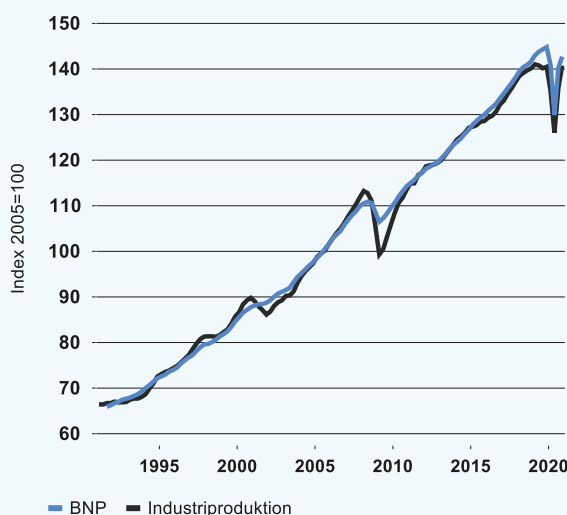
Sveriges industriproduktion har, trots störningar i leveranskedjor, visat en snabbare återhämtning och högre tillväxt sedan andra halvåret 2020 jämfört med flertalet jämförbara länder, och särskilt jämfört med länder i eurozonen. Raset i produktionen blev påtagligt mindre i svensk industri jämfört med exempelvis industrin i Italien, Spanien, Frankrike och Portugal förra året.

Nästa år räknar vi med en återgång till något mer normala tillväxtsiffror där global industriproduktion förväntas öka i stort sett i takt med tillväxten i global BNP, dvs. med omkring 4 procent i volym.

Det är naturligt att industrins utveckling skiljer sig åt med tanke på den varierande industristrukturen länderna emellan. Delar av svensk industri drabbades visserligen mycket hårt i mars-april 2020, när lockdown i omvärlden klippte av leverantörskedjorna, men då leveranserna åter fungerade återhämtade den sig snabbt under andra halvåret. Industrin mötte då en uppdämd stark efterfrågan, inte minst

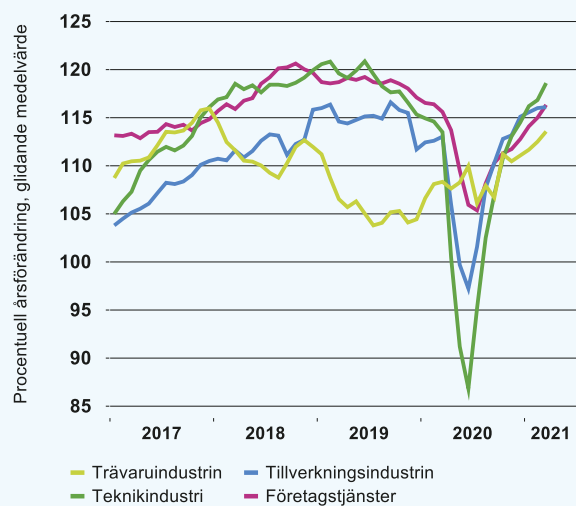
på motorfordon. Dessutom har vissa industribranscher i Sverige gynnats av ökad efterfrågan under pandemin, som läkemedels- och trävaruindustrin. Som vi redovisar i följande avsnitt har trävaruindustrin gått mot strömmen och visat en så gott som stadigt uppåtgående trend under pandemin, se diagram till höger nedan.

GLOBAL BNP OCH GLOBAL INDUSTRIPRODUKTION



Källa: CPB, Världsbanken

I SVERIGE ÄR DE NÄRA SAMMANKOPPLADE



Källa: SCB (PVI), Macrobond

Teknikföretagen räknar med att produktionsvolymen i Sveriges gruv- och tillverkningsindustri kommer öka i år med 9 procent. Inbromsningen i ekonomisk tillväxt i Sverige och globalt nästa år innebär att produktions-tillväxten avtar och förväntas då öka med 4,5 procent i industrin totalt.

Vad gäller bostadsinvesteringarna i Sverige räknar vi med att de kommer öka med 5 procent i år och med 6 procent 2022. Det innebär att dessa investeringar ökar takten jämfört med förra året då de steg med lite drygt 2 procent. Däremot räknar vi med minskade investeringar i kommersiella fastigheter (handel och kontor etcetera), främst till följd av pandemins effekter på både försäljning inom butikshandel samt minskat behov av kontorslokaler med det ökade hemarbetet. Investeringar

i infrastruktur ökar å andra sidan relativt mycket i år, med 6 procent, enligt vår bedömning. Bygginvesteringarna totalt beräknas öka med 2,4 procent i år och med 2,2 procent nästa år.

Delar av svensk industri drabbades visserligen mycket hårt i mars-april 2020, när lockdown i omvärlden klippte av leverantörskedjorna, men då leveranserna åter fungerade återhämtade den sig snabbt under andra halvåret.

Det ekonomiska läget i trä- och möbelindustrin

Efterfrågan vände upp under pandemin

I början av pandemin, våren 2020, föll efterfrågan snabbt för trä- och möbelindustrin, men nedgången blev kortvarig. Redan under sommaren vände efterfrågan upp, både från hemma- och exportmarknaden. Vändningen kan delvis förklaras av att hushållens konsumtion förändrades i samband med ökat hemarbete, korttidspermitteringar samt ”hemestrände”. Ökad tid spenderad i hemmen fick fart på renoveringar och anpassningar för ökat hemarbete. Medan konsumtionen av tjänster drogs ned av olika restriktioner tog varukonsumtion fart, inte minst sådan som kan kopplas till den egna bostaden. Dessutom minskade semesträndet utomlands kraftigt, vilket fick efterfrågan på bland annat fritidshus att öka. Det förändrade konsumtionsmönstret har drivit upp efterfrågan på bland annat trävaror och möbler.

I Sverige började hushållen redan i maj förra året att öka sina inköp av möbler, byggvaror, hemutrustning med mera, en trend som fortsatt i början på 2021. Ändå har orderingången till möbelindustrin från hemmamarknaden ännu inte återhämtat hela raset från i våras. Det är ännu ett stort gap upp till de nivåer för orderingången som uppmättes under den starkare efterfrågan 2017, se diagram nedan till vänster.

Den svaga återhämtningen för möbelindustrin efter raset förra året beror i hög grad på att det omfattande hemarbetet under coronakrisen dragit ned efterfrågan på möbler för kontorslokaler. Däremot har efterfrågan från exportmarknaden återhämtat sig efter raset förra våren och i mars i år översteg exportorderingången pre-coronanivån med omkring 3 procent, se diagram till höger nedan.

Trävaruindustrin fick en rejäl skjuts av ökad efterfrågan under 2020 och främst från hemmamarknaden. Däremot har orderingången från exportmarknaden inte återhämtat sig helt. I mars låg dess nivå ännu långt under pre-coronanivån, se diagram till höger nedan. Ändå steg trävaruindustrins produktion under större delen av 2020, till skillnad från flertalet industribranscher i Sverige under fjolåret. Det var följaktligen den starka efterfrågan från hemmamarknaden som framförallt drev trävaruindustrins tillväxt under 2020. I årstakt visade trävaruindu-

strins produktion plustecken redan i mars förra året, och produktionsnivån i mars i år låg nära 7 procent högre än i slutet av 2019, se diagram nedan.

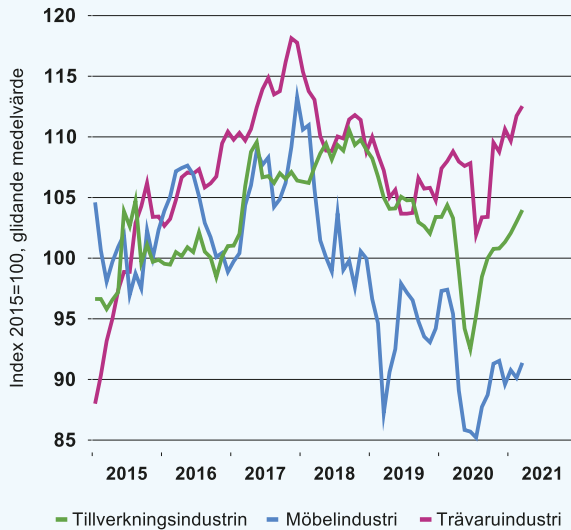
Ökad efterfrågan på småhus av trä tog också fart under 2020 och bidrog till lyftet för trävaruindustrin. Efterfrågan blev starkare än väntat och TMF har i år reviderat upp sin prognos för antalet påbörjade småhus under 2021, från 9 500 till 10 500. Även antalet påbörjade flerbostadshus med stomme av trä bedöms öka i år, från knappt 4 500 2020 till drygt 5 100 (se vidare TMF:s Trähusbarometer från mars 2021).

Företagen inom bygg- och anläggningsverksamhet har för första gången sedan januari 2020 rapporterat om ökat byggande, vilket KI:s barometer från april visar. Uppgången beror på att husbyggandet började öka under första kvartalet i år, efter att ha minskat under hela förra året, enligt barometern. Husbyggandet under andra halvåret 2020 blev betydligt svagare än vad företagen inom branschen hade förväntat sig, men nu har det alltså vänt uppåt. Orderstocken för husbyggandet ökade för cirka 1/4 av företagen under första kvartalet i år vilket ger ljusare utsikter för byggandet framöver.

Nu räknar en dubbelt så stor andel av företagen jämfört med förra året, 40 procent, med att orderstocken kommer att öka under de närmaste månaderna.

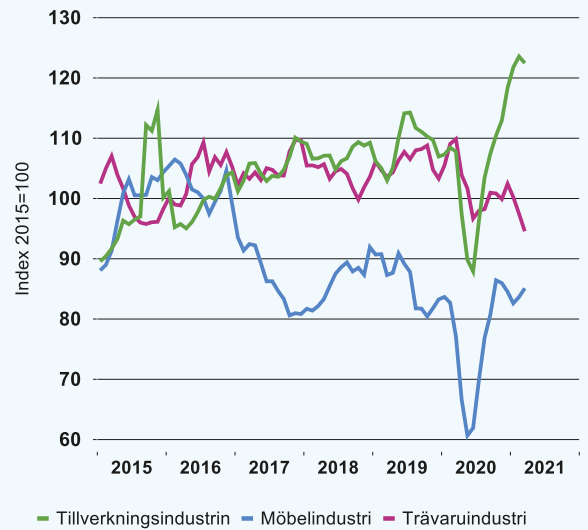
Ökad tid spenderad i hemmen fick fart på renoveringar och anpassningar för ökat hemarbete. Medan konsumtionen av tjänster drogs ned av olika restriktioner tog varukonsumtion fart, inte minst sådan som kan kopplas till den egna bostaden.

ORDERINGÅNG PÅ HEMMAMARKNADEN, NIVÅ



Källa: SCB, Macrobond

ORDERINGÅNG PÅ EXPORTMARKNADEN, NIVÅ, GLIDANDE MEDELVÄRDE

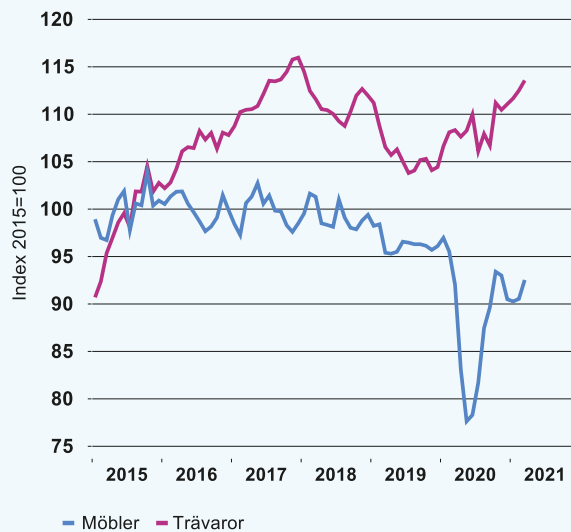


Källa: SCB, Macrobond

Trävaruindustrins produktion har som vi tidigare belyst visat en uppåtgående trend under i stort sett hela pandemin, och även i början av 2021, se diagram nedan. Branschen har gått mot strömmen under coronakrisen jämfört med tillverkningsindustrin totalt, vars produk-

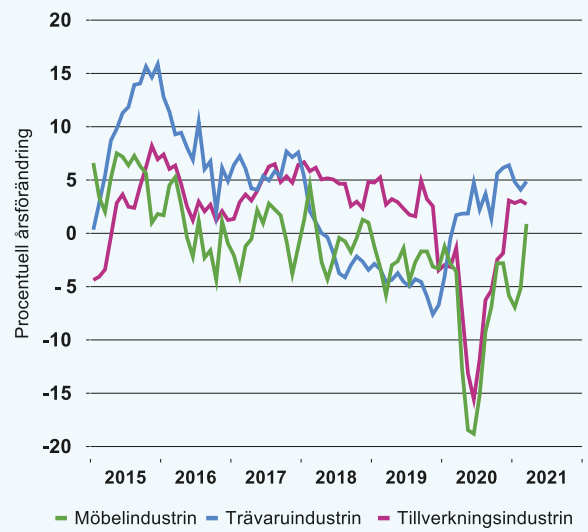
tion rasade i början av pandemin. Industrins återhämtning från och med tredje kvartalet 2020 har emellertid gått ovanligt snabbt efter den djupa svackan, se diagram nedan till höger.

PRODUKTIONSINDEX, NIVÅ, GLIDANDE MEDELVÄRDE



Källa: SCB, Macrobond

PRODUKTIONSVOLYM, GLIDANDE MEDELVÄRDE

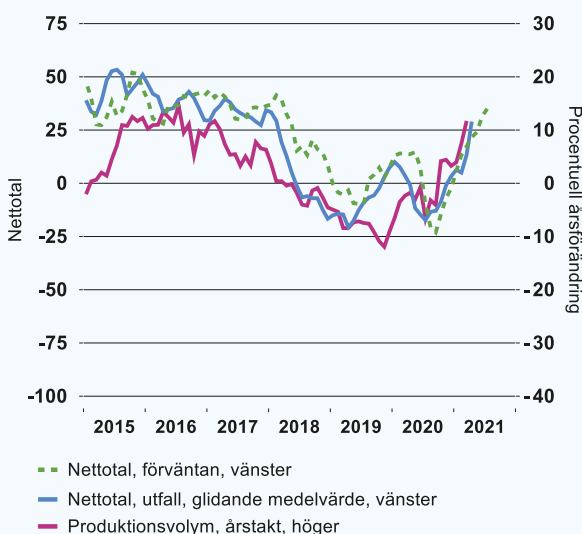


Källa: SCB, Macrobond

Det ljusnar även för möbelindustrin

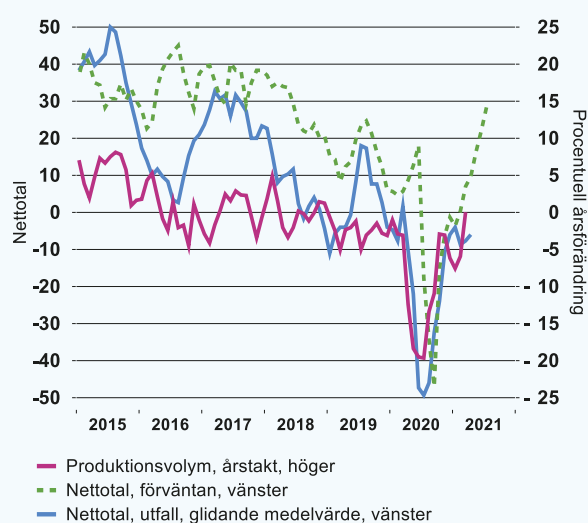
För att kunna bedöma om återhämtningen kommer fortsätta kan vi utgå från att uppgången i efterfrågan under de senaste månaderna leder till en ökning för produktionen. Vi kan också få vägledning från företagens förväntningar om hur efterfrågan väntas utvecklas under årets andra kvartal, vilket fångas upp i Konjunkturbarometern från Konjunkturinstitutet. Den visar så kallade ”mjuka data”, som exempelvis netttotal, dvs. andelen företag som svarat att de förväntar sig ökad efterfrågan minus andelen som räknar med minskad efterfrågan. Om nettotalet visar plus och dessutom stiger tyder det på en fortsatt förbättring.

TRÄINDUSTRI: PRODUKTIONSVOLYM, MJUKA OCH HÅRDA DATA



Källa: KI, SCB, Macrobond

MÖBELINDUSTRI: PRODUKTIONSVOLYM, MJUKA OCH HÅRDA DATA



Källa: KI, SCB, Macrobond

Det finns ett hyggligt starkt samband mellan företagens förväntningar och utfall, både enligt ”mjuka” och ”hårda” data. Med hårda syftar vi här på utfall räknat i procent och fasta priser enligt SCB:s månadsstatistik över produktionsindex. Diagrammen ovan illustrerar dessa samband¹.

Enligt KI-barometern förväntar sig trävaruindustrin fortsatt ökning av produktionen under andra kvartalet i år, vilket tyder på att produktionen närmar sig tidigare toppnivåer från 2017. Företagen inom möbelindustrin räknar samtidigt med ett ordentligt uppsving, efter den svaga produktionen under hela 2020.

Efter att ha minskat under hela 2020 var möbelindustrins produktion i mars i år tillbaka på samma nivå som i mars förra året enligt SCB:s månadsstatistik, se diagram ovan till höger. Nu tyder företagens förväntningar inför de närmaste månaderna på att produktionen ska ta ännu mer fart jämfört med förra året, se de streckade kurvorna ovan. De röda tidsserierna visar utfall räknat i procentuell årsförändring i fasta priser enligt SCB:s månadsstatistik och i glidande medelvärde.

1. Vi har valt att visa sambanden genom att räkna om tidsserierna till tre månaders glidande medelvärde för att mer tydligt visa sambanden. Månadsstatistiken är historiskt volatil mellan månader, och glidande medelvärden visar bättre trenden för utvecklingen.

Att återhämtningen väntas fortsätta syns i företagens anställningsplaner. Enligt KI-barometern från april räknar hela 40 procent av företagen inom trävaruindustrin med att öka antalet anställda under de närmaste månaderna. I april förra året var det inte ett enda företag som räknade med en motsvarande ökning. Även möbelindustrin räknar med en viss ökning framöver. I april räknade 1/4 av företagen med att öka antalet anställda under perioden maj-juli.

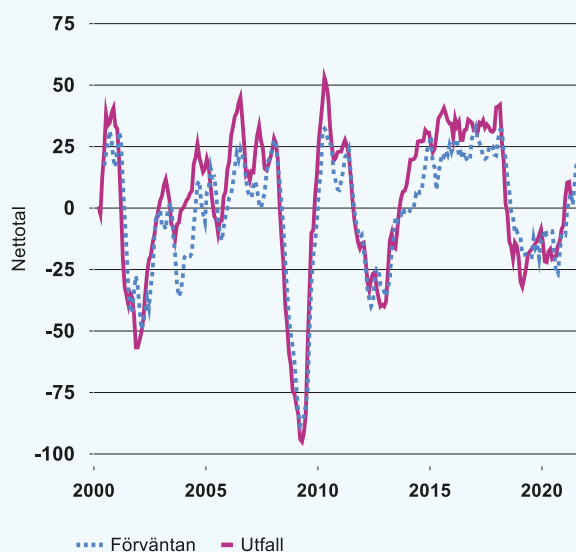
Bristen på arbetskraft inom trävaruindustrin var i början av 2020 mycket låg, efter att konjunkturen försvagats sedan toppen 2017. Att denna industri gick mot strömmen och visade en uppåtgående trend i produktionen under krisåret ledde till att bristen på yrkesarbetare vände upp redan under våren 2020. Bristen på tekniska tjänstemän vände upp relativt snabbt i slutet av året och berörde nära 1/3 av företagen inom trävaruindustrin första kvartalet i år. Samtidigt rapporterade nära 1/5 av

företagen brist på yrkesarbetare, se diagram till höger nedan.

Under konjunkturtoppen 2017 var bristen på yrkesarbetare och tekniska tjänstemän ännu högre jämfört med början på 2021, men med fortsatt tillväxt i efterfrågan och ökat kapacitetsutnyttjande kan bristen förväntas öka ytterligare i år.

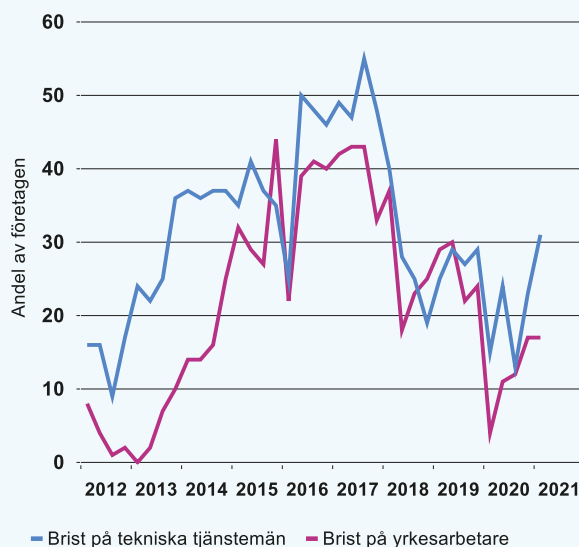
Normalt stiger bristen på arbetskraft i samband med konjunkturuppgångar. Dels kan det ta tid för arbetsgivare att hitta den kompetens de söker på arbetsmarknaden. Dessutom har det uppstått ökad brist på kompetenser under de senaste högkonjunkturerna, ett problem som tar tid att få bukt med då det kräver åtgärder, såsom större satsningar på den utbildning som krävs för de jobb som industrin behöver. Under den senaste konjunkturtoppen hade cirka 40 procent av trävaruindustrins företag brist på yrkesarbetare och omkring hälften brist på tekniska tjänstemän.

TRÄINDUSTRIN: ANTAL ANSTÄLLDA



Källa: KI-barometern

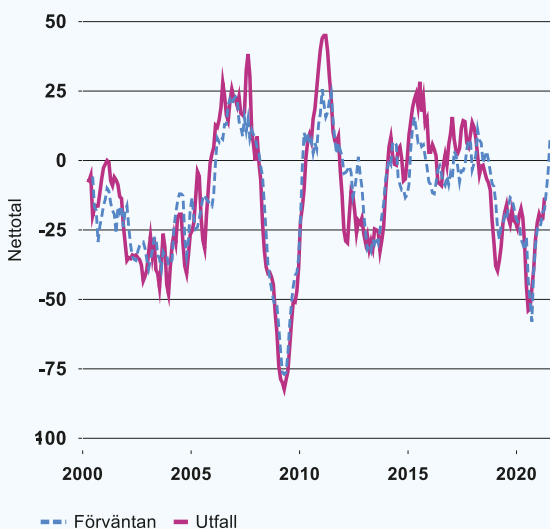
TRÄINDUSTRIN: BRIST PÅ ARBETSKRAFT



Källa: KI-barometern

Även företagen inom möbelindustrin räknar med att behöva öka antalet anställda inom kort. Nu räknar en större andel av företagen med att öka sin personalstyrka än andelen som räknar med att dra ned, vilket är första gången sedan augusti 2018, se diagram till vänster nedan. I början av 2021 var ännu bristen på både yrkesarbetare

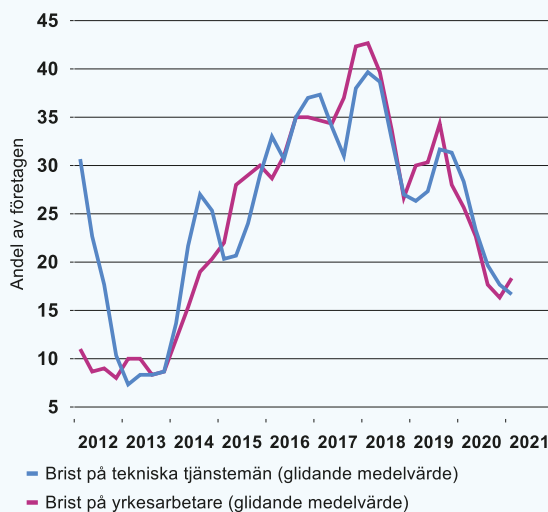
MÖBELINDUSTRIN: ANTAL ANSTÄLLDA



Källa: KI-barometern

och tekniska tjänstemän låg, under 1/5 av företagen, men i samband med ökat behov av att nyanställa kan bristen komma att stiga även för möbelindustrin. I slutet av den senaste högkonjunkturen hade bristen på arbetskraft inom branschen ökat till omkring 40 procent av företagen, se diagram till höger nedan.

MÖBELINDUSTRIN: BRIST PÅ ARBETSKRAFT



Källa: KI-barometern

Ett annat tecken på starkare efterfrågan och konjunktur är att företagen förväntar sig fortsatt uppgång i sina försäljningspriser. Inom trävaruindustrin förväntar sig företagen prisuppgångar särskilt på hemmamarknaden under andra kvartalet i år. Det hör samman med förväntningarna om fortsatt uppgång i efterfrågan inom Sverige. Cirka hälften av företagen räknar med högre priser på hemmamarknaden under andra kvartalet. Däremot kan möjligen den relativt svagare utvecklingen i efterfrågan från exportmarknaden, som vi pekat på tidigare, förklara varför exportpriserna inte väntas ta lika mycket fart. Endast 17 procent av företagen räknar nu med stigande exportpriser under andra kvartalet.

Producentpriserna² i Sverige på sågat trä har stigit snabbt under första kvartalet i år, med hela 11 procent, och låg i mars nära 19 procent högre jämfört med mars förra året. Denna starka uppgång märks dock inte riktigt i producentpriser för mer förädlade trävaror som vi fokuserar på i denna konjunkturanalys. I mars låg priserna för denna breda produktgrupp (SNI 16.2) 2,6 procent högre än i mars förra året. Mycket talar för fortsatta prisökningar i år i samband med starkare efterfrågan i kombination med brist på trävaror.

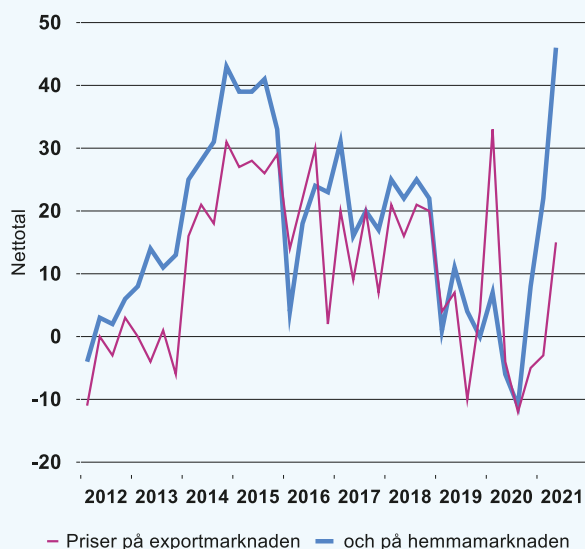
2. Producentpriserna mäts av SCB och avser de priser som producenter i Sverige erhåller för sina produkter. I producentpriserna totalt ingår både priser på hemma- och exportmarknaden.

Att priserna på sågat trä rusat i höjden beror främst på att efterfrågan från industrin på trä som råvara ökat snabbt under senare tid och att utbudet varit för begränsat i förhållande till efterfrågan. Uppsvinget för industrin, som fortsatt i början på 2021, har varit starkare än väntat. Råvaran används bland annat till byggmaterial, för textilproduktion samt ersättning av oljeanvändning inom industrin. Sågverken har alltså inte hunnit med att möta det ökade trycket i efterfrågan på sågade trävaror. Dessutom har det uppstått brist på containrar för exporten av trävaror. Dessutom har USA:s straffullar mot Kanada på sågat trä medfört att andra länders producenter av sågat trä kunnat höja priserna kraftigt till USA-marknaden.

Möbelindustrins ökade optimism om efterfrågan i år har också spillt över på företagets förväntningar om att kunna höja sina försäljningspriser. Även här spelar den ökade bristen på trävaror, här som insats i produktionen

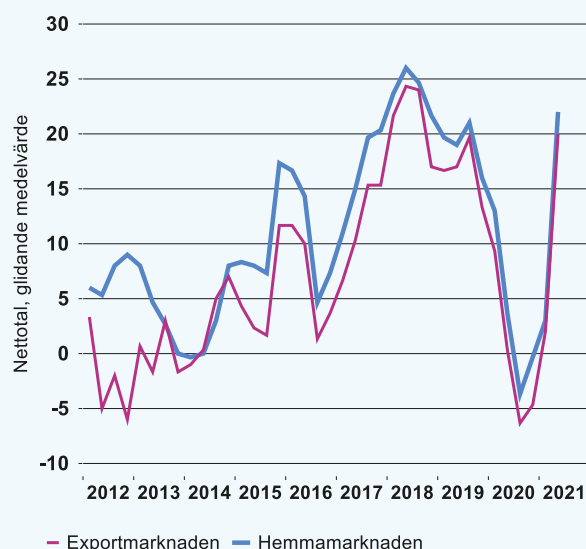
av möbler, också in. Bristen leder till störningar i produktionen och längre ledtider samtidigt som efterfrågan ökar. Därmed kan företagen lättare höja sina priser. De väntas stiga markant under årets andra kvartal, både på hemma- och exportmarknaden, se diagram nedan till höger. Efter att endast 15 procent av företagen höjt sina försäljningspriser under första kvartalet, räknar nu så gott som hälften av företagen med att kunna höja priserna under andra kvartalet i år, enligt KI-barometern. Möjligen beror de högre förväntningarna på att företagen också räknar med ökad efterfrågan på möbler för kontorslokaler, i samband med att allt fler förväntas återgå till sina arbetsplatser inom några månader då smittspridningen av covid-19 gått ned mer permanent och större delen av befolkningen blivit vaccinerad mot viruset.

TRÄINDUSTRIN: FÖRSÄLJNINGSPRISER, FÖRVÄNTNINGAR



Källa: KI-barometern

MÖBELINDUSTRIN: FÖRSÄLJNINGSPRISER, FÖRVÄNTNINGAR



Källa: KI-barometern

TMF 360° – EN BRANSCHRAPPOR

TMF företräder sina medlemsföretag och agerar som samlade röst i många gemensamma frågor. Vi arbetar för att ur olika perspektiv belysa våra fantastiska företag och de branscher inom vilka de verkar. Vår serie *branschrapport TMF 360°* är en del av strävan att sprida en samlad och fördjupad bild.

Rapporten är tänkt att publiceras två gånger om året och behandla centrala teman ur olika perspektiv. Dessutom presenteras i varje rapport en aktuell konjunkturuppdatering, specifik för våra branscher, i samarbete med Teknikföretagens nationalekonomer. Över tid ska rapportserien ge en ökad förståelse för vad som driver våra företag och vad de behöver för att överleva, växa och fortsätta bidra till en positiv samhällsutveckling.

Denna andra rapport i serien har tema Hållbarhet och visar hur både TMF och våra medlemsföretag arbetar med hållbarhetsfrågor.



Box 55525, 102 04 Stockholm • Tel 08-762 72 50
E-post info@tmf.se



Traomobel



Trtmf_swe



Traomobel

