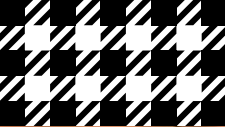




25

CSR-  
RAPPORT

Kohberg Bakery Group A/S



rugbrød er vores stolthed  
Bagt med godt håndværk

Sandwich & Boller  
Et godt tidspunkt  
til et godt måltid

Til den lille sølt og den store sød  
København

TRYK  
MED  
ANSVAR

Miljømærket  
tryksag  
5041 0826  
Lever op til  
skrappe miljø-  
og klimakrav i  
hele produktets  
livscyklus

GRAFISK CSR-KODEKS

FSC  
www.fsc.org  
MIX  
Papir fra  
anvendelige kilder  
FSC® C010493



FÅ DYBERE INDBLIK I KOHBERG PÅ DE SOCIALE MEDIER

 @Kohbergbakerygroup

 @Kohbergdk

 Kohberg - Vi er bagere

 Kohberg.dk | Kohberg.com

# Indhold

|                                                 |           |                                                 |           |                                                   |           |
|-------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>FORORD</b>                                   | <b>5</b>  | <b>SUNDHED</b>                                  | <b>30</b> | <b>KLIMA</b>                                      | <b>68</b> |
| <b>OM KOHBERG</b>                               | <b>6</b>  | Fødevareresikkerhed                             | 32        | Mindre forbrug af energi sparer CO <sub>2</sub> e | 70        |
| En danskejet virksomhed med globale aktiviteter | 8         | Omtanke i valget af råvarer                     | 33        | Minimering af spild i produktionen                | 72        |
| Produkter og services                           | 10        | Mød Martina Pia Laasholdt                       | 34        | Processpild og kassationer                        | 73        |
| Danmarks største familieejede bageri            | 12        | Mærkningsordninger er en støtte til forbrugere  | 36        | Madspild i de danske husholdninger                | 74        |
| Oversigt over ejerskabets struktur              | 13        | Fuldkorn på nationalt og internationalt plan    | 38        | Mød Preben Helleberg Jensen                       | 76        |
| Vores Management Team                           | 14        | Fødevarer til sundhedssektoren                  | 39        | Gennemtænkt materialeforbrug                      | 78        |
| Fakta og nøgletal                               | 16        | KPI - Sundhed                                   | 40        | Mød Laila Jepsen                                  | 80        |
| Vores omverden                                  | 17        | <b>MENNESKER</b>                                | <b>44</b> | KPI - Klima                                       | 82        |
| <b>FORRETNING &amp; STRATEGI</b>                | <b>18</b> | Trygt, sundt og sikkert arbejdsmiljø            | 46        | <b>FN'S GLOBAL COMPACT</b>                        | <b>84</b> |
| 'Time for Change'                               | 20        | Mød Brian Vestergaard Olesen                    | 48        | FN's Global Compact i denne rapport               | 85        |
| Vi bager med omtanke                            | 21        | Respekt for mennesker og forskellige behov      | 50        |                                                   |           |
| Vores værdikæde og risici                       | 23        | Mød Alex Elmhøst                                | 52        |                                                   |           |
| Godkendelse og evaluering af leverandører       | 24        | Trivsel i fokus                                 | 54        |                                                   |           |
| Antikorruption og svindel                       | 26        | Vi dyrker vores talenter                        | 55        |                                                   |           |
| Anstændig markedsføring                         | 27        | Mød Nanna Noe Therkelsen                        | 56        |                                                   |           |
| KPI'er - Forretning & strategi                  | 28        | Vi uddanner fremtidens medarbejdere             | 59        |                                                   |           |
|                                                 |           | Mød Mikkel Løvgreen Hammerlund                  | 60        |                                                   |           |
|                                                 |           | #EnbidafKohberg - fra den digitale opslagstavle | 62        |                                                   |           |
|                                                 |           | KPI - Mennesker                                 | 64        |                                                   |           |

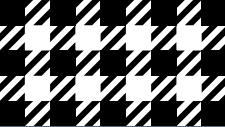
## UDGIVET AF:

**Kohberg Bakery Group A/S**  
**Kernesvinget 1**  
**6392 Bolderslev, Danmark**

[www.kohberg.dk](http://www.kohberg.dk)  
[www.kohberg.com](http://www.kohberg.com)

Udover at være Kohbergs årlige rapportering af vores samfundsansvar udgør rapporten også vores lovpligtige redegørelse for samfundsansvar, jf. §99a i Årsregnskabsloven. Redegørelsen er en bestanddel af ledelsesberetningen i årsrapporten for 2025, der dækker regnskabsperioden 1. januar 2025 - 31. december 2025.

Rapporten er ligeledes vores årlige CoP-rapport (Communication on Progress) til FN's Global Compact program.



SØREN BENDER EGESBORG  
CEO, KOHBERG BAKERY GROUP A/S

# Vi lever en kultur med fællesskabet i fokus

Det har været et begivenhedsrigt år i Kohberg, hvor vi i høj grad har igangsat arbejdet med strategiplanen, 'Time for Change'. Med 'Time for Change' skaber vi en endnu stærkere og mere levedygtig virksomhed, fordi vi handler klogt ud fra det, vi ser, og loyalt i forhold til de beslutninger, vi træffer.

Når jeg bevæger mig rundt i vores fælles Kohberg – om det er i bageriet eller administrationen - mærker jeg tydeligt, hvordan strategien lever. I ord på væggene, gennem lokale tiltag i afdelingerne og ikke mindst i vores fælles sprog. Medarbejdernes enorme engagement i strategiarbejdet er i høj grad dét, der skaber vores fremgang og succes.

Kohberg har stolte – og lokale - rødder i det sønderjyske, men vi er vokset til mere end det. Vi er et internationalt bageri med fremgang på stadig flere eksportmarkeder. Amerikanerne fortsætter deres begejstring for rugbrødet, japanerne viser interesse, og vi har haft besøg af en australsk familieejet virksomhed, som er enormt engageret og positive omkring det, vi kan i Kohberg. Eksporten styrker vores forretning og giver os mulighed for at igangsætte langsigtede initiativer og investeringer. For eksempel har vi moderniseret de fysiske rammer af vores reception i Bolderslev, så den i endnu højere grad afspejler den professionalisme og høje kvalitet, vi står for.

På det danske marked har vi taget signifikante markedsandele og fortsætter med at udvikle gode produkter tilpasset danskernes hverdag. Vi stiller høje krav til kvalitet og funktionalitet, og sandwich-kategorien er et godt eksempel på en produktkategori, Kohberg har taget ejerskab over. Det er godt gået.

Med medarbejderne for øje har vi i år lanceret en ny intern kommunikationskanal i form af en app. Vi har længe ønsket at skabe rammerne for, at endnu flere kollegaer føler sig trygge og informerede om, hvad der rør sig i vores fælles Kohberg. Med app'en har vi mulighed for at dele viden, nyheder og gode historier med hinanden på tværs af jobfunktioner og lokationer og giver i endnu højere grad kollegaer følelsen af at være en del af noget større. En videreudvikling af vores unikke Kohberg-ånd – nu også i digitalt format.

Det digitale format er et supplement til, ikke en erstatning for, vores fysiske informationsmøder, hvor vi mødes i øjenhøjde. Da jeg første gang satte mine ben på Kohberg, var det en helt speciel imødekomende og nærværende medarbejderenergi, der mødte mig. Til informationsmøderne bliver jeg taget tilbage til dengang. Jeg mærker medarbejdernes enorme engagement, og der sker noget særligt i rummet, når mennesker mødes og ser hinanden i øjnene. Det skal vi værne om.

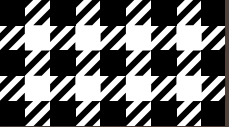
Kohbergs unikke medarbejdere er netop dem, vi dedikerer denne CSR-rapport til. Hver dag tager de på arbejde og sikrer, at bagværket lever op til vores høje kvalitetsstandarder, at vi overholder national og international fødevarerlovgivning og ikke mindst, at vores dygtige elever føler sig støttet på deres læringsrejse ind i fremtiden.

For vores elever er vigtige. I Kohberg prioriterer vi at være med til at uddanne fremtidens arbejdskraft. Derfor deltager vi aktivt i initiativer, der skaber synlighed om muligheden for uddannelse i samarbejde med os. Vi har lige nu 11 elever i gang, og det gør mig stolt og glad, når jeg ser, hvordan de har opbygget et stærkt internt fællesskab på tværs af uddannelsesretninger i vores organisation. De er et levende eksempel på, hvordan vi lever en kultur med fællesskabet i fokus.

For i Kohberg ved vi, at vi har brug for hinanden til at lykkes.

God læselyst.

Søren Bender Egesborg  
CEO, Kohberg Bakery Group A/S

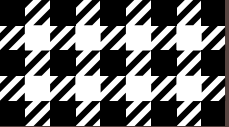


OM  
KOHBERG





I Kohberg Bakery Group A/S er det vores vision at udvikle bagværk af høj kvalitet, bagt med omtanke – til danskerne og verden omkring os.



## OM KOHBERG

# En danskejet virksomhed med globale aktiviteter

Kohberg Bakery Group A/S er Danmarks største dansk- og familieejede bageri. Vores virksomhed består af tre centrale forretningsområder: Retail, Eksport og Out of Home.

På retail er vores aktiviteter primært centreret på det danske marked, hvor private forbrugere ofte har Kohbergs bagværk på bordet morgen, middag og aften. Vores Out of Home aktiviteter dækker professionelle køkkener, restauranter, kantiner, skoler og hoteller over hele Danmark.

Også i udlandet har de fået øjnene op for kvaliteten og håndværket bag 'Original Danish Pastry'. Vi eksporterer i dag til +30 lande i hele verden, og hver dag arbejder vores eksportteam aktivt med at sikre levering og udvikling af nye spændende produkter til stadig flere internationale kunder.

Vi er cirka 500 medarbejdere\* i hele vores organisation, og vi er spredt ud på tre danske bagerier i Bolderslev, Haderslev og Taastrup.

Uanset baggrund, stilling og ansvarsområde er vi alle en del af bageriet – også selvom mange arbejder i pakkeri, på kontor eller andre steder. Den faglige stolthed og omhu, der følger hvert eneste brød, wienerbrød og bolle, har sat sig i os alle og vores tilgang til arbejdet.

# \*492

medarbejdere pr. 31.12.2025  
(gennemsnitlig 433 fuldtidsansatte)



2025:

Omsætning

1.016

mio. kr.

EBITDA

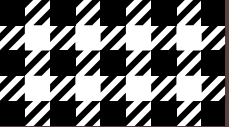
133

mio. kr.

Egenkapital

251

mio. kr.



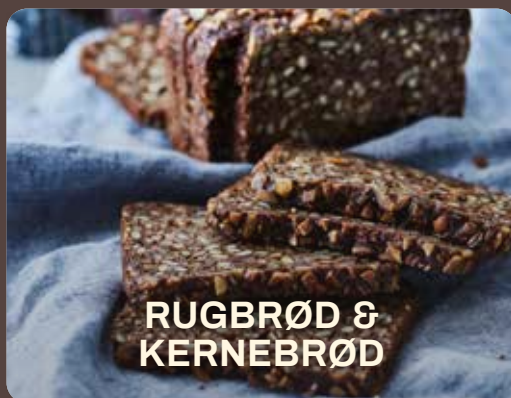
OM KOHBERG

## Produkter og services

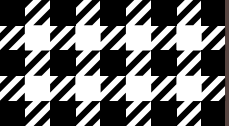
I Kohberg bager vi efter stolte danske traditioner – uanset om opskriften står på brød, boller, wienerbrød eller kage. Vi har fingeren på pulsen, følger tidens trends og sætter en ære i at udvikle produkter i et tæt samarbejde med vores kunder. Med udgangspunkt i deres ønsker indtager vi en rådgivende og udviklende rolle baseret på vores ekspertise og mangeårige kendskab til, hvordan godt bagværk skal smage.

I vores produktkategorier indgår der både økologiske og veganske varianter.





DK-ØKO-100



OM KOHBERG

# Danmarks største familieejede bageri

Grundstenen til det Kohberg, vi kender i dag, blev lagt tilbage i 1955, da Alfred Kohberg overtog sin fars håndværksbageri på Østergade i den lille sønderjyske by Bolderslev.

Da bageriet efter nogle år blev for lille for Alfred, valgte han i 1969 at flytte bageriet til adressen Kernesvinget 1, Bolderslev, hvor der var god plads til at udfolde bagerhåndværket – og her har Kohberg eksisteret siden.

I 1989 solgte Alfred Kohberg sit livsværk til det sønderjyske iværksætterpar Inga og Preben Fogtmann. Inga og Preben lovede Alfred, at de ville videreføre Kohbergs stolte traditioner og bage godt brød til danskerne. Det løfte har de holdt.

I dag er det sønnerne Jesper og Per Fogtmann, der står i spidsen for det familieejede og familieledede holdingselskab KOFF A/S, som Kohberg Bakery Group A/S er en del af. Kohberg Bakery Group A/S er den største virksomhed blandt de fødevarer virksomheder, som KOFF A/S ejer.

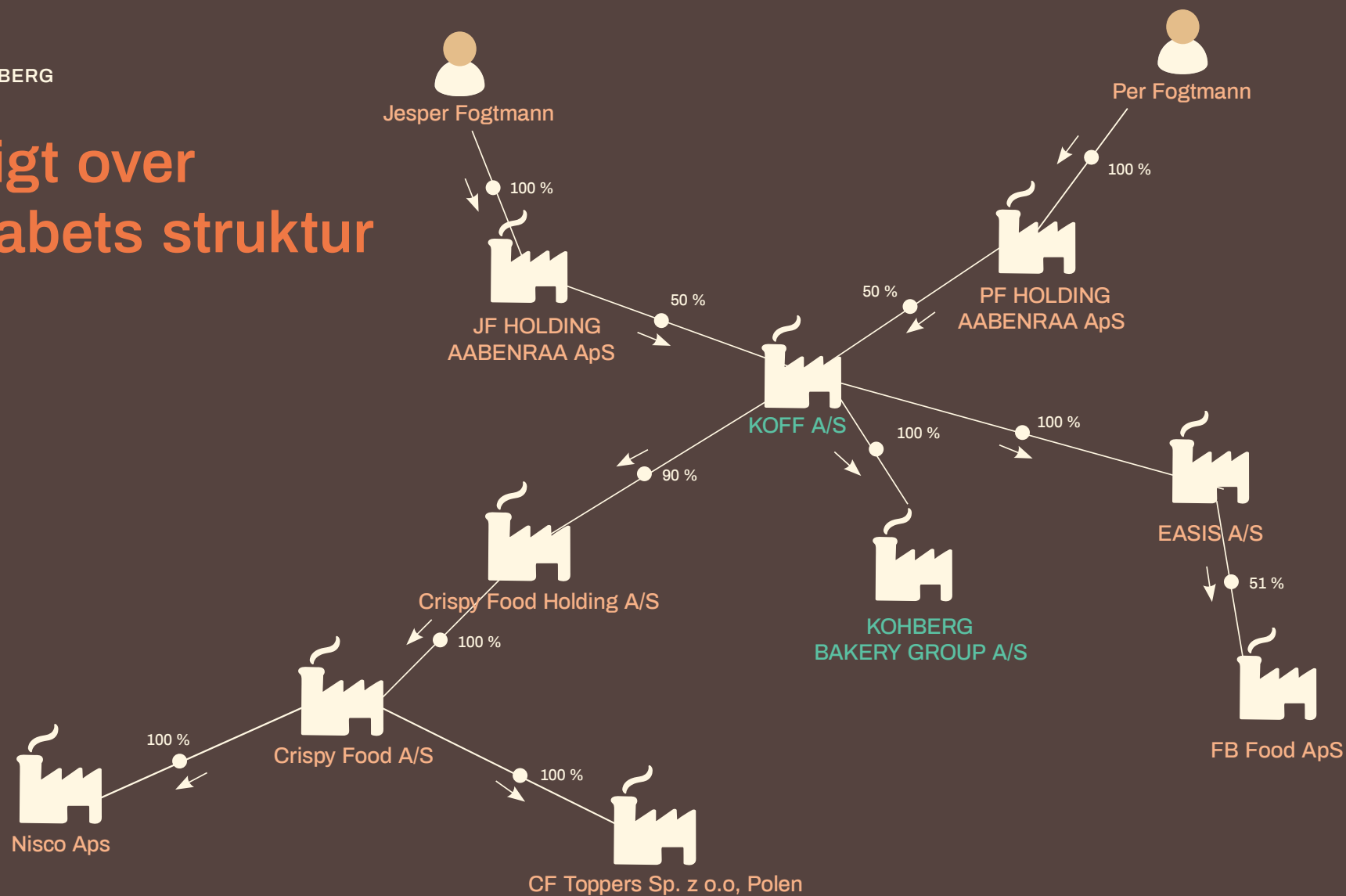
Denne CSR-rapport omfatter Kohberg Bakery Group A/S.

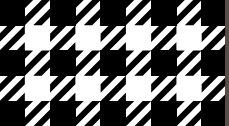


**FAMILIEN FOGTMANN:**  
JESPER, INGA, PREBEN OG PER

OM KOHBERG

# Oversigt over ejerskabets struktur





OM KOHBERG

## Vores Management Team

Kohbergs øverste Management Team er sammensat af syv stærke interne profiler, der alle er med til at sikre, at Kohberg følger med tiden og fortsat bevæger sig stærkt ind i fremtiden.

**THORBJØRN BRUHN**  
CHIEF FINANCIAL OFFICER

**BRITT HOUGAARD**  
MARKETING & INNOVATION DIRECTOR





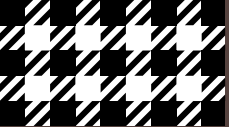
**SØREN BENDER EGESBORG**  
CHIEF EXECUTIVE OFFICER

**NANNA NOE**  
HR DIRECTOR

**SØREN VANG**  
CHIEF SALES OFFICER

**ANDERS NYBORG**  
PROCUREMENT DIRECTOR

**THOMAS KAHR KNUDSEN**  
CHIEF OPERATIONAL OFFICER



OM KOHBERG

## Fakta og nøgletal



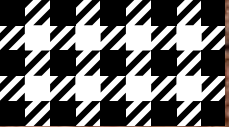
## OM KOHBERG

# Vores omverden

I vores virke som international fødevarer virksomhed interagerer vi naturligt med verden omkring os. Det gælder alt fra myndigheder og den til enhver tid gældende lovgivning i ind- og udland. Det gælder selvfølgelig også de mange medarbejdere, der har deres daglige gang i bagerierne og på kontorerne, samt de kunder og forbrugere, der sætter tænderne i vores bagværk.

Som en moderne virksomhed ved vi, at vi bærer et ansvar for at udvise respekt for både fødevarer, mennesker og miljø gennem hele vores værdikæde. Det er afgørende for os, at vi altid gør vores bedste for at skabe en positiv forandring for alle vores interessenter:

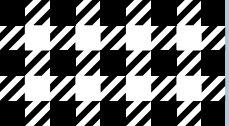




FORRETNING  
& STRATEGI



Vi er bagere. Med vores passionerede faglighed bager vi smagfulde produkter efter stolte danske traditioner. Men vi bager også med omtanke på verden omkring os.



## FORRETNING & STRATEGI

# 'Time for Change'

I Kohberg har vi en vision om at udvikle velsmagende dansk bagværk af høj kvalitet, bagt med omtanke – til danskerne og verden omkring os.

Vores forretning er grundlagt af den passionerede bager, Alfred Kohberg, og respekten for det bagerfaglige håndværk ligger dybt i Kohbergs DNA. Vi går passioneret til værks – dét uanset om man er ansat i bageriet, på lageret eller i administrationen. Vores kerneværdier lever iblandt os, og vi stræber altid efter at agere:

**NÆRVÆRENDE, FORANDRINGSFARTE, ANSVARLIGE,  
TEAMORIENTEREDE OG PASSIONEREDE.**

Med et stærkt afsæt i netop vores kerneværdier lancerede vi i 2024 en ny strategisk retning for Kohberg – treårsplanen 'Time for Change'.

Med 'Time for Change' bygger vi videre på det, vi allerede gør godt, og igangsætter nye initiativer, der styrker os for fremtiden og bidrager til en positiv samfundsudvikling.



## FORRETNING &amp; STRATEGI

## Vi bager med omtanke

Grundstenen i vores arbejde med CSR er vores kerneværdi ansvarlighed. Med vores årlige CSR-rapport skaber vi overblik over vores handlinger og målsætninger i vores arbejde med CSR.

CSR i Kohberg centrerer sig om tre primære områder: Sundhed, Mennesker og Klima. I vores CSR-hus tydeliggør vi sammenhængen mellem vores missionsgrundlag og et stærkt ønske om at bage efter stolte danske traditioner – dog stadig med vigtig omtanke på social ansvarlighed og verden omkring os.

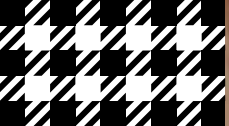
### KOHBERG OG FN'S VERDENSMÅL

I Kohberg er vi BRC-certificerede og SMETA-auditerede, der på hver deres måde sætter nogle af verdens højeste standarder for arbejdet med sikkerhed, ansvarlighed, mennesker og miljø. I forlængelse heraf er det naturligt for Kohberg, at vi støtter op om FN's verdensmål nr. 12: *Ansvarligt forbrug og produktion*. Heri forpligter vi os til at undgå forurenende stoffer, og gennem hele vores produktion stræber vi altid efter mindst mulig påvirkning af klima og miljø.

## FN's verdensmål

I 2015 vedtog FN's medlemslande 17 verdensmål for bæredygtig udvikling – og dermed forpligtede de 193 lande sig til at arbejde for en mere bæredygtig udvikling.





## VISION

Vi vil udvikle velsmagende dansk bagværk af høj kvalitet, bagt med omtanke – til danskerne og verden omkring os.

## FN'S VERDENSMÅL NR. 12: ANSVARLIGT FORBRUG & PRODUKTION



### SUNDHED

Fødevaresikkerhed  
Fødevaresundhed  
Ansvarlig indkøb af råvarer



### MENNESKER

Arbejds miljø & -sikkerhed  
Sundhed & trivsel  
Rummelig arbejdsplads  
Medarbejderudvikling



### KLIMA

Energiforbrug  
Ressourceforbrug



### ANSVARLIG SELSKABSLEDELSE

Leverandørstyring | Fairness | Åbenhed

## MISSION

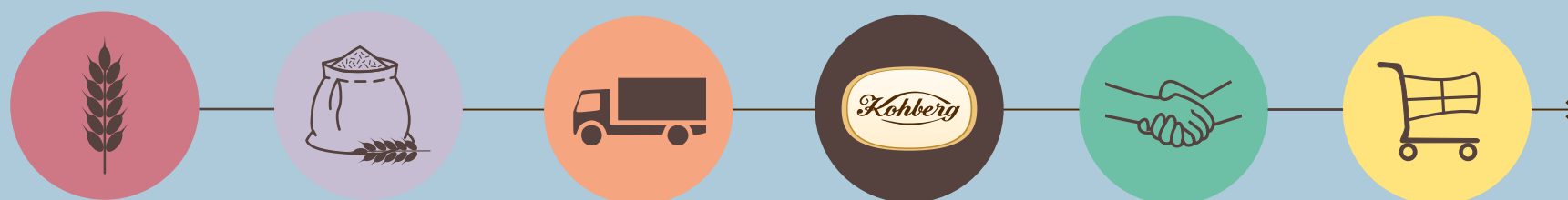
Vi er bagere. Igennem passioneret faglighed og nøje udvalgte råvarer, bager vi med omtanke og efter stolte danske traditioner til kunder og forbrugere i ind- og udland.

## FORRETNING & STRATEGI

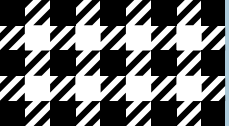
# Vores værdikæde og risici

Det er afgørende for os, at vi så vidt muligt agerer ansvarligt igennem alle led i vores værdikæde. Vi har kortlagt og analyseret vores værdikæde for at blive skarpe på, hvor vi risikerer at påvirke vores omgivelser negativt.

Det er en del af vores strategiske arbejde med CSR, at vi arbejder kontinuerligt på at minimere de negative påvirkninger, der måtte være.



|           | RÅVARER OG AVLERE                                                                                    | LEVERANDØRER                                                                                    | TRANSPORT                               | KOHBERG                                                | KUNDER             | FORBRUGERE         |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| SUNDHED   | Fødevaresikkerhed                                                                                    | Fødevaresikkerhed                                                                               | Fødevaresikkerhed                       | Støj<br>Fødevaresikkerhed<br>Lugt                      | Fødevaresikkerhed  | Fødevaresikkerhed  |
| MENNESKER | Børnearbejde<br>Tvangsarbejde<br>Oprindelige folk<br>Aflønning<br>Arbejdsforhold<br>Bestikkelse      | Børnearbejde<br>Tvangsarbejde<br>Oprindelige folk<br>Aflønning<br>Arbejdsforhold<br>Bestikkelse | Trafiksikkerhed<br>Arbejdsforhold       | Data<br>Aflønning<br>Arbejdsforhold                    | Markedsføring      | Markedsføring      |
| KLIMA     | Kemikalier<br>Vandforbrug<br>Affald og madspild<br>Biodiversitet<br>Dyrevelfærd<br>CO <sub>2</sub> e | Kemikalier<br>Vandforbrug<br>Affald<br>CO <sub>2</sub> e                                        | Partikelforurening<br>CO <sub>2</sub> e | Affald og madspild<br>Vandforbrug<br>CO <sub>2</sub> e | Affald og madspild | Affald og madspild |



## FORRETNING & STRATEGI

# Godkendelse og evaluering af leverandører

Kohberg er en fødevarevirksomhed, og det er helt afgørende for os, at vi samarbejder med pålidelige og ansvarlige leverandører. Vi styrker løbende relationerne ved at måle og evaluere dem på en række parametre i henhold til BRC-certificeringen.

Kohberg har ingen fuldt formaliseret due diligence proces, men vi foretager løbende kontrol og risikovurderinger af leverandører af både råvarer, emballager og handelsvarer. I 2025 var 100 % af denne leverandørgruppe risikovurderet.

### KOHBERGS CODE OF CONDUCT

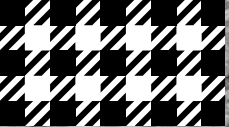
Ved at underskrive vores Code of Conduct (CoC) forpligter leverandører sig til at leve op til et etisk regelsæt for både ledelse og medarbejdere inden for: menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder og korruption. Samtidig forpligter de sig til at agere ansvarligt i forhold til miljø og klima.

Vores målsætning er, at alle vores leverandører af råvarer, emballager, handelsvarer, rengøring og logistik er omfattet af Kohbergs CoC eller har deres egen CoC, der som minimum matcher Kohbergs.

### SMETA-AUDITERING STYRKER KOHBERGS POSITIONERING PÅ EKSPORTMARKEDET

Kohbergs bageri i Bolderslev er SMETA-auditeret efter en af verdens mest anerkendte standarder for vurdering af virksomheders arbejde med CSR, herunder arbejdsforhold, arbejdssikkerhed og forretningsetik. Auditeringen giver os en intern styrke, da vi herigennem bliver klogere på, hvad vi gør godt, og hvor der er potentiale for videreudvikling. Samtidig bliver vi en endnu mere transparent samarbejdspartner for vores internationale kunder, da det gennem auditeringen bliver synligt for dem, at vi har "orden i eget hus".





## FORRETNING & STRATEGI

# Antikorruption og svindel

I Kohberg accepterer vi ikke korruption af nogen form. Dette markerer vi bl.a. gennem vores tilslutning til FN's Global Compact, hvor virksomheder opfordres til at modarbejde alle former for korruption, herunder afpresning og bestikkelse blandt medarbejderne. Vi har desuden en intern antikorrupsionspolitik, der nøje beskriver, hvordan vi i Kohberg forholder os i tilfælde af svindel og ulovligheder.

### WHISTLEBLOWERORDNINGEN

Som et led i ovenstående arbejde har vi en whistleblowerordning til indberetning af oplysninger om alvorlige lovovertrædelser af dansk ret, EU-retten samt øvrige alvorlige forhold. Jf. BRC-standarden, version 8, giver ordningen ligeledes medarbejdere mulighed for at anmelde formodninger om fødevarer sikkerhed, produktkvalitet og integritet – 100 % anonymt. Ordningen er med til at sikre åbenhed og gennemsigtighed i forhold til eventuelle (lov) overtrædelser og alvorlige uregelmæssigheder. Samtidig skal den være med til at reducere risici og sikre både vores medarbejders, kunders og offentlighedens tillid til Kohberg.

Anmeldelserne tilgår HR.

## FORRETNING &amp; STRATEGI

# Anstændig markedsføring

Det vægter højt for os i Kohberg, at vi agerer ansvarligt og fair over for vores omverden. Det gælder naturligvis også, når vi markedsfører både Kohberg som arbejdsplads og vores bagværk.

**FAIR MARKEDSFØRING OG KONKURRENCE**

Vores markedsføring er altid anstændig, ærlig og sandfærdig. Vi overholder lovgivningen og har respekt for principperne om fair konkurrence.

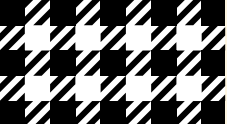
For at leve op til vores egne krav og standarder bliver relevante medarbejdere løbende undervist i konkurrenceretslig compliance, og det er obligatorisk for nye medarbejdere i bl.a. salgs-, indkøbs- og marketingafdelingen at gennemgå lignende forløb.

**ET ÆRLIGT INDBLIK I VORES FORRETNING**

Denne CSR-rapport udgør Kohbergs årlige rapportering af vores samfundsansvar i forhold til Årsregnskabsloven. Samtidig er den et redskab, der danner grobund for udvikling og hjælper os til at blive skarpere år for år.

I rapporten giver vi læserne et indblik i, hvordan vi agerer ansvarligt i forhold til vores ledelsesstil, vores forbrug, vores fødevarer og vores medarbejdere. Vi fortæller både, når det går godt, men er også ærlige, når vi kan blive endnu bedre.

Denne rapport udgør samtidig vores årlige CoP-rapport (Communication on Progress) jf. FN's Global Compact program.



# Leverandørstyring

| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Godkendelse og evaluering af leverandører – råvarer, emballager og handelsvarer</b></p> <p>100 % af indkøbsvolumen i DKK, der er fra råvare-, emballage- og handelsvareleverandører, skal være evalueret og godkendt.</p> <p>Udvælge leverandører til audit og gennemføre godkendelse og evaluering. Samtlige leverandører evalueres to gange årligt.</p>                       | <p><b>Godkendelse og evaluering af leverandører – råvarer, emballage og handelsvarer</b></p> <p>100 % af indkøbsvolumen i DKK, der er fra råvare-, emballage- og handelsvareleverandører, blev evalueret og godkendt.</p>                                                                                              | <p><b>Godkendelse og evaluering af leverandører – råvarer, emballage og handelsvarer</b></p> <p>100 % af indkøbsvolumen i DKK, der er fra råvare-, emballage- og handelsvareleverandører, skal være evalueret og godkendt.</p> <p><b>Handling:</b> Udvælge leverandører til audit og gennemføre godkendelse og evaluering. Samtlige leverandører evalueres to gange årligt.</p>                        |
| <p><b>Accept af Kohbergs Code of Conduct - råvarer, emballage, handelsvarer, rengøring og logistik</b></p> <p>100 % af Kohbergs samlede indkøb fra råvare-, emballage-, handelsvare-, rengørings- og logistikleverandører, skal være omfattet af Kohbergs CoC eller have egen CoC, der som minimum matcher Kohbergs.</p> <p>Løbende opfølgning på at få leverandører med om bord.</p> | <p><b>Accept af Kohbergs Code of Conduct - råvarer, emballage, handelsvarer, rengøring og logistik</b></p> <p>95 % af Kohbergs samlede indkøb fra råvare-, emballage-, handelsvare-, rengørings- og logistikleverandører, havde underskrevet Kohbergs CoC eller havde egen CoC, der som minimum matchede Kohbergs.</p> | <p><b>Accept af Kohbergs Code of Conduct - råvarer, emballage, handelsvarer, rengøring og logistik</b></p> <p>100 % af Kohbergs samlede indkøb fra råvare-, emballage-, handelsvare-, rengørings- og logistikleverandører, skal være omfattet af Kohbergs CoC eller have egen CoC, der som minimum matcher Kohbergs.</p> <p><b>Handling:</b> Løbende opfølgning på at få leverandører med om bord.</p> |

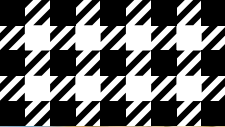
# Åbenhed

| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                     | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>CSR-rapport</b></p> <p>Fra 2025 skal Kohberg som en del af KOFF-koncernen afreportere på ESG jf. EU's lovkrav. Rapporteringen kommer til at indgå som en del af Kohbergs årlige ledelsesberetning.</p> | <p><b>CSR-rapport</b></p> <p>Kohberg var for regnskabsåret 2025 pålagt en omfattende rapporteringspligt jf. EU's ESG lovgivning. Lovkravet er dog ændret væsentligt i EU og i den danske lovgivning. Derfor er Kohberg alligevel ikke omfattet af rapporteringspligten.</p> <p>Kohberg har valgt fortsat at udgive en CSR-rapport som vanligt.</p> | <p><b>CSR-rapport</b></p> <p>Selvom vi ikke længere er omfattet af EU's lovkrav i henhold til CSRD'en, så vil vi fortsat udgive en CSR-rapport i henhold til gældende praksis herfor.</p> <p>Vi følger udviklingen inden for ESG tæt.</p> |

## FORRETNING &amp; STRATEGI

# Fairness

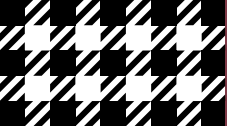
| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                                                          | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Fair markedsføring</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af markedsføringslovgivningen udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p> <p>Vi har udført lovlig, anstændig, ærlig og sandfærdig markedsføring.</p>                                                                         | <p><b>Fair markedsføring</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af markedsføringslovgivningen udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p>                                                                                             | <p><b>Fair markedsføring</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af markedsføringslovgivningen udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p> <p><b>Handling:</b> Vi vil udføre lovlig, anstændig, ærlig og sandfærdig markedsføring.</p>                                                                         |
| <p><b>Fair konkurrence</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af konkurrencelovgivningen udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p> <p>Vi respekterer både nationale regler og principperne for fair konkurrence. En gang årligt gennemfører relevante medarbejdere compliance-træning.</p> | <p><b>Fair konkurrence</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af konkurrencelovgivningen udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p> <p>Alle relevante medarbejdere har gennemført compliance-træning.</p>                            | <p><b>Fair konkurrence</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af konkurrencelovgivningen udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p> <p><b>Handling:</b> Vi respekterer både nationale regler og principperne for fair konkurrence. En gang årligt gennemfører relevante medarbejdere compliance-træning.</p> |
| <p><b>Anti-korruption</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af lovgivning for anti-korruption udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p> <p>Fokus på anti-korruption i hele organisationen gennem bl.a. compliance-træning for relevante medarbejdere.</p>                                 | <p><b>Anti-korruption</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af lovgivning for anti-korruption udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p> <p>Alle relevante medarbejdere har gennemført compliance-træning ift. anti-korruption.</p> | <p><b>Anti-korruption</b><br/>0 retslige domme for overtrædelser af lovgivning for anti-korruption udført eller forårsaget af Kohberg Bakery Group A/S.</p> <p><b>Handling:</b> Fokus på anti-korruption i hele organisationen gennem bl.a. compliance-træning for relevante medarbejdere.</p>                                 |



SUNDHED



Vi bager med nøje udvalgte råvarer og dokumenterer, at de lever op til vores høje krav om fødevarer sikkerhed og kvalitet.



## SUNDHED

# Fødevaresikkerhed

At bage smagfuldt bagværk af høj kvalitet kræver nøje udvalgte råvarer. Derfor stiller vi i Kohberg høje krav til sikkerhed og kvalitet af de råvarer, vi anvender. Vi bruger ressourcer på omhyggeligt at udvælge leverandører, der lever op til Kohbergs indkøbspolitik samt Code of Conduct.

Som fødevarevirksomhed skal vi yderligere leve op til myndighedernes høje standarder inden for fødevaresikkerhed og kvalitetssikring. Vi gennemfører løbende interne og eksterne audits for hele tiden at sikre, at vi opfylder alle myndighedernes krav.

### CERTIFICERING VIGTIGT PEJLEMÆRKE I FØDEVARESIKKERHED

Vores tre bagerier har gennem flere år været certificeret med 'BRC Food Certificate' fra British Retail Consortium. En certificering, der stiller nogle af de højeste krav til fødevareproducenter om ledelse, produktsikkerhed, hygiejne, autenticitet og medarbejderuddannelse. Kravene omfatter udførlige beskrivelser af alle procedurer og arbejdsprocesser, og beskrivelserne bliver hvert år kontrolleret af et certificerende organ, ligesom alle kravene i BRC-standardens bliver gennemgået ved vores interne audits.

Med 'BRC Food Certificate' kan vores kunder og samarbejdspartnere vide sig sikre i, at fødevaresikkerheden er i top for alle Kohbergs produkter.

3 ud af 3 lokationer havde i 2025 en gyldig BRC-certificering:

- **Taastrup: AA**
- **Haderslev: AA**
- **Bolderslev: A**

### FIRE GLADE SMILEY FRA FØDEVARESTYRELSEN

Som fødevarevirksomhed bliver Kohberg regelmæssigt kontrolleret af Fødevarestyrelsen. Fødevarestyrelsens kontrol er baseret på EU-regler og danske love og bekendtgørelser samt en fælles kontrolstrategi for Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.

Kontrollen bliver udført på fire lokationer: Vores bagerier i Bolderslev, Haderslev og Taastrup samt på vores frostlager i Haderslev. I 2025 har fire ud af fire af vores lokationer fået Fødevarestyrelsens glade smiley. Resultaterne af de seneste kontrolbesøg vil altid være at finde på vores hjemmeside.



## SUNDHED

## Omtanke i valget af råvarer

Kohberg startede som et rugbrødsbageri, og den dag i dag bager vi stadig rigtig mange rugbrød om ugen - naturligvis med dansk rug.

Når vi bager med omtanke på verden omkring os, betyder det, at vi nøje overvejer, hvilke råvarer og hvilke leverandører vi samarbejder med. Vi forsøger så vidt muligt at samarbejde med danske leverandører, så vi kan source råvarer, der ikke skal fragtes tværs over kloden.

### KUN CERTIFICERET PALMEOLIE

Siden 2014 har Kohberg været certificeret efter RSPO - "Round table on Sustainable Palm Oil", og vi er derfor underlagt kravet om kun at anvende RSPO-certificeret palmeolie i hele vores forsyningskæde.

RSPO er en non-profit medlemsorganisation og certificeringsordning, der består af både NGO'er, institutioner, indkøbere og producenter.

RSPO blev etableret i 2004 for at sætte en stopper for de negative konsekvenser af den massive, globale efterspørgsel på palmeolie. I Indonesien og Malaysia var produktionen af palmeolie den primære årsag til, at den tropiske regnskov blev fældet. RSPO-certificeringen garanterer, at palmeolien lever op til miljømæssige og sociale principper og kriterier.

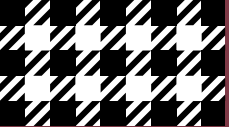
### 'CLEAN LABEL'

Vi tror på, at høj kvalitet hænger sammen med transparente ingredienslister. I vores udviklings- og innovationsarbejde har vi længe arbejdet i projektet 'Clean Label', hvor vi fokuserer på brugen af rene ingredienser af høj kvalitet i vores bagværk.

I 2024 gik vi skridtet videre og igangsatte et dybdegående internt arbejde, hvor vi forbedrede en lang række af vores wienerbrødsprodukter på eksportmarkedet ved enten at reducere eller helt fjerne unødvendige tilsætningsstoffer fra opskriften. Arbejdet foregår løbende.



4-1368-21-100-00



MØD QUALITY ASSURANCE COORDINATOR, MARTINA PIA LAASHOLDT

## "Et stærkt samarbejde med vores eksportkunder er nøglen"

Kohberg Bakery Group har de seneste år i endnu højere grad gjort sit indtog på eksportmarkedet.

Det mærker Martina Pia Laasholdt tydeligt i hendes arbejde som Quality Assurance Coordinator i Kohberg, hvor hun har fokus på fødevarer sikkerhed på eksportmarkedet. Hun arbejder blandt andet med deklarationer og specifikationer, hvor specifikationerne giver en mere uddybende dokumentation af deklaration, ingredienser og råvarernes oprindelse. Senest har hun sat sig ind i amerikansk fødevarelovgivning, da USA er et vigtigt eksportmarked for Kohberg.

"Det giver rigtig god mening, at jeg ved nøjagtigt, hvad der er op og ned i amerikansk lovgivning. Jeg er en central del af produktudviklingsfasen på eksport allerede fra start, fordi der ofte kan være kunde krav, der ligger ud over lovgivningen. I sidste ende sparer det os tid, at vi kan være skarpe på ingredienser og råvarer fra start," siger Martina.

For at hjælpe hendes eksportkollegaer har Martina samlet alle kunde kravene på flere eksportmarkeder. Kunde kravene er tilgængelige i Kohbergs kvalitetsstyringssystem, KERNEN, som produktcheferne og produktudviklingsteamet anvender som opslagsværk.

### VI STOLER PÅ DE KUNDER, VI SAMARBEJDER MED

Kohberg eksporterer – for nuværende – til samlet +30 lande på tværs af kontinentet. Senest har også Japan vist interesse i originalt dansk bagværk.

"Det kan være udfordrende at balancere fødevaremærkning fra hele verden – specielt fordi fødevarelovgivningen er så specifik fra land til land. Samarbejde er nøgleordet, fordi det ikke er realistisk, at jeg sætter mig ind i fødevarelovgivningen i alle de lande, Kohberg eksporterer til. Derfor samarbejder vi og stoler på, at kunderne oplyser os de rigtige og vigtige ting fra start. For som vi fortæller dem, så kan manglende information i sidste ende blot forlænge produktudviklingsprocessen yderligere," siger Martina.

Lige nu arbejder Martina på en case i forbindelse med eksport til Mexico, hvor der er krav til sporing af æg og mælk ved forsendelse. Dokumentation skal noteres i et såkaldt 'Veterinærcertifikat' mellem Danmark og Mexico.

"For at komme i mål med dette har vi måttet etablere kontakt til den danske ambassade i Mexico, der agerer vores 'talerør' ind til den mexicanske fødevaremyndighed. Når certifikatet er på plads, er der yderligere indenrigserklæringer, der skal udfyldes for at dokumentere den komplette vareoverførsel. Det kan godt blive lidt teknisk, så er det altså nemmere, når det bare er internt i EU, at vi eksporterer til," siger Martina.



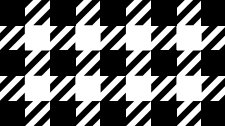
### BRC-CERTIFICERINGEN ER VORES KVALITETSSTEMPEL

Kohberg er BRC-certificeret. Det er en certificering, der stiller nogle af de højeste krav til fødevarerproducenter om ledelse, produktsikkerhed, hygiejne og medarbejderuddannelse.

"Den er vores kvalitetsstempel, men for nogle af vores internationale kunder er denne certificering ikke nok. Måske de har erfaring fra andre leverandører, der ikke lever op til det, de lover, og så kræver de yderligere dokumentation – også fra os," siger Martina.

Verden er stor, og eksportmarkedet kan til tider blive en kompleks størrelse – også for Martina:

"Jeg kan godt savne ekstern sparring vedr. fødevarerikkerhed på eksportmarkedet. Vi bruger lige nu Teknologisk Institut og ambassaderne i landene, men det kan stadig være svært. Så vi forsøger hele tiden at finde gode kontakter, vi kan sparre med. Også set i lyset af, at Kohbergs eksportrejse jo kun tager til."



## SUNDHED

# Mærkningsordninger er en støtte til danske forbrugere

Fødevarestyrelsen anbefaler i De officielle Kostråd, at man skal spise 90 gram fuldkorn om dagen – og gerne mere. Det vil altid være vores målsætning at udvikle brød, der smager dejligt og har en god tekstur. Men som fødevarevirksomhed ser vi det også som vores ansvar at udvikle produkter, der gør det nemmere for de danske forbrugere at træffe sundere valg i supermarkedet.

Derfor er det en målsætning for os, at en stor del af både vores rug- og hvedebrødsprodukter skal have et højt indhold af kostfibre og fuldkorn, og vi vurderer altid, om et nyt brød til det danske detailmarked er egnet til at få enten 'Fuldkornsmærket' og/eller 'Nøglehulsmærket'.

Vi arbejder desuden på at gøre hverdagen lettere for mennesker, der lever med diabetes, ved at angive næringsværdier pr. skive eller bolle på al emballage til Kohbergs friske brød. På den måde bliver det nemmere at beregne et eventuelt behov for insulin. Desuden donerer vi 10 øre til Diabetesforeningens vigtige arbejde, hver gang en dansk forbruger køber et Kohberg Proteinbrød, Balance Brød eller en pose Proteinboller.





### FULDKORNSMÆRKET

Fuldkorn betyder, at alle kornets dele er med - også kim og skaldele, hvor de fleste fibre, vitaminer og mineraler sidder. 'Fuldkornsmærket' stiller krav til produkternes indhold af fuldkorn samt yderligere krav til indholdet af fedt, sukker, salt og kostfibre. I 2025 havde 40 % af vores friske, indpakkede brød under eget brand det orange 'Fuldkornsmærke'. Vores målsætning er at opretholde dette niveau i 2025.

### NØGLEHULSMÆRKET

For at få 'Nøglehulsmærket' skal en fødevarer indeholde mange fibre og fuldkorn samt have et mindre indhold af fedt, umættet fedt, sukker og salt. Nøglehullet er derfor et vigtigt pejlemærke for de forbrugere, der gerne vil træffe sunde valg, når de handler. I Kohberg har vi som målsætning, at 60 % af det totale antal friske, indpakkede brød under Kohberg-brandet skal bære 'Nøglehulsmærket'.



### DET GRØNNE HJERTE

Kohberg er tilknyttet Dansk Vegetarisk Forenings mærkningsordning, og 24 ud af 30 produkter under Kohberg-brandet bærer 'Det Grønne Hjerter'. Det Grønne Hjerter er forbrugernes garanti for, at produkterne ikke indeholder nogen former for animalske produkter, som f.eks. mælk, æg og honning.

### MEGET GERNE ØKOLOGI

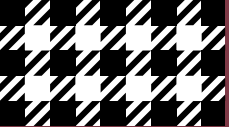
Danmark har i mange år været førende inden for økologi, og økologi spiller en stor rolle for mange forbrugere og i de professionelle køkkener. For Kohberg er økologi en hjertesag, og vi arbejder med særligt udvalgte råvarer for at bage de bedste økologiske brød. Vores økologiske brød er mærket med det danske Ø-mærke, der bliver kontrolleret af den danske stat. Det grønne EU-økologimærke viser, at brødet opfylder EU's regler for økologi.



DK-ØKO-100



DK-ØKO-100



## SUNDHED

# Fuldkorn på nationalt og internationalt plan

I Kohberg er vi stolte medlemmer af Fuldkornspartnerskabet, der er et offentligt, privat partnerskab, som arbejder for at forbedre folkesundheden ved at udbrede kendskabet til fuldkorn – på nationalt og internationalt plan.

FN udnævnte i juni 2025 Fuldkornspartnerskabet til en succesfuld organisation, der kan være med til at transformere globale fødevarer systemer. Den internationale interesse for dansk bagværk med netop fuldkorn er steget i løbet af 2025, og det mærker vi også i Kohberg. På nuværende tidspunkt eksporterer vi rugbrød til det amerikanske marked, og senest har også Japan vist interesse for det traditionsrige danske fuldkornsprodukt.

Kohberg deltager desuden aktivt i møder med internationale aktører gennem Fuldkornspartnerskabet for at dele erfaringer i arbejdet med fuldkorn, produkter og forbrugere.

# En skive

**rugbrød indeholder ca. 16 gram fuldkorn.**

*Kilde: Fuldkornspartnerskabet*

# Rugbrød er på 1. pladsen

**over danskernes mest spiste aftensmad i 2025.**

*Kilde: Madkulturen*

# Vidste du...

**at rugbrød er blandt de fødevarer med lavest klimaaftryk?**

*Kilde: Fødearestyrelsen*

## SUNDHED

## Fødevarer til sundhedssektoren

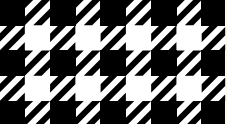
Vores forretningsområde, Out of Home, sørger for stabil levering af fødevarer til de professionelle køkkener rundt omkring i Danmark. Det kan være alt fra skoler, kantiner, caféer, restauranter og ikke mindst – sundhedssektoren.

I Kohberg byder vi ind på såkaldte SKI-aftaler, der er en indkøbsservice for Staten og Kommunerne i Danmark. Aftaler om levering af frisk bagværk løber i en årrække alt efter, hvilken aftale der er tale om. I Kohberg byder vi ind på de produkter, som vi vurderer, giver god mening – f.eks. i forhold til sundhedssektoren.



**JETTE THYRRESTRUP BUUS**  
BUSINESS UNIT MANAGER

Når vi arbejder med så stor en kunde, som sundhedssektoren jo repræsenterer, så er det helt afgørende, at vi i Kohberg sikrer en stabil levering. Vi skal garantere høj leveringssikkerhed, da det ellers er mange – også sårbare – mennesker, det kan ende med at gå ud over. Det arbejder vi aktivt på fortsat at kunne leve op til.”



SUNDHED

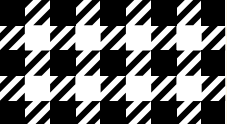
# Fødevaresikkerhed

| MÅL 2025                                                                                                                                                                            | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                      | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>BRC-certificering</b><br>3 ud af 3 lokationer skal opretholde BRC-grade.                                                                                                         | <b>BRC-certificering</b><br>3 ud af 3 lokationer havde en gyldig BRC-certificering af fødevaresikkerheden:<br><br>- Taastrup: AA<br>- Haderslev: AA<br>- Bolderslev: A                                             | <b>BRC-certificering</b><br>3 ud af 3 lokationer skal opretholde BRC-grade på samme niveau som det forrige år.<br><br><b>Handling:</b> Opretholdelse af Kohbergs høje standarder inden for fødevaresikkerhed og kvalitet. |
| <b>Fødevarestyrelsens smiley</b><br>4 ud af 4 lokationer skal have Fødevarestyrelsens glade smiley.                                                                                 | <b>Fødevarestyrelsens smiley</b><br>4 ud af 4 lokationer havde Fødevarestyrelsens glade smiley:<br><br>- Taastrup: Glad smiley<br>- Haderslev: Glad smiley<br>- Bolderslev: Glad smiley<br>- Frysehus: Glad smiley | <b>Fødevarestyrelsens smiley</b><br>4 ud af 4 lokationer skal have Fødevarestyrelsens glade smiley.<br><br><b>Handling:</b> Opretholdelse af Kohbergs høje standarder inden for fødevaresikkerhed og kvalitet.            |
| <b>Interne audits</b><br>Der skal udføres 12 interne audits, der gennemgår både BRC- og RSPO-krav på egne lokationer.<br><br>Interne audits gennemføres med både BRC- og RSPO-krav. | <b>Interne audits</b><br>Der blev udført 12 interne audits med gennemgang af BRC- og RSPO-krav på egne lokationer.                                                                                                 | <b>Interne audits</b><br>Der skal udføres 12 interne audits, der gennemgår både BRC- og RSPO-krav på egne lokationer.<br><br><b>Handling:</b> Interne audits gennemføres med både BRC- og RSPO-krav.                      |
| <b>Eksterne audits</b><br>Der skal gennemføres 2 leverandøraudits.                                                                                                                  | <b>Eksterne audits</b><br>Der blev gennemført 2 leverandøraudits.                                                                                                                                                  | <b>Eksterne audits</b><br>Der skal gennemføres 2 leverandøraudits.                                                                                                                                                        |

## SUNDHED

# Indkøb af råvarer

| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                                             | RESULTAT 2025                                                                                                           | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Glyfosat</b><br>100 % af alle indkøbte mel- og kornprodukter skal være dyrket uden brug af glyfosat.                                                                                                                              | <b>Glyfosat</b><br>100 % af alle indkøbte mel- og kornprodukter var dyrket uden brug af glyfosat.                       | <b>Glyfosat</b><br>Som følge af den stigende internationalisering i Kohberg samles glyfosat og stråforkortere i én fælles målsætning, som følger den gældende EU-lovgivning på området.                                                                                                                                            |
| <b>Stråforkortere</b><br>100 % af alle indkøbte mel- og kornprodukter skal være dyrket uden brug af stråforkortere.                                                                                                                  | <b>Stråforkortere</b><br>100 % af alle indkøbte mel- og kornprodukter var dyrket uden brug af stråforkortere.           | <b>Stråforkortere</b><br>Som følge af den stigende internationalisering i Kohberg samles glyfosat og stråforkortere i én fælles målsætning, som følger den gældende EU-lovgivning på området.                                                                                                                                      |
| <b>Palmeolie</b><br>100 % af de indkøbte råvarer, der indeholder palmeolie, skal kun indeholde RSPO-certificeret palmeolie.<br><br>Krav til råvareleverandører om RSPO-certificeret palmeolie (Round table of Sustainable Palm Oil). | <b>Palmeolie</b><br>100 % af de indkøbte råvarer, der indeholder palmeolie, indeholdte kun RSPO-certificeret palmeolie. | <b>Palmeolie</b><br>100 % af de indkøbte råvarer, der indeholder palmeolie, skal kun indeholde RSPO-certificeret palmeolie.<br><br><b>Handling:</b> Krav til råvareleverandører om RSPO-certificeret palmeolie (Round table of Sustainable Palm Oil). Vi arbejder desuden på at udfase palmeolie helt i en del af vores sortiment. |
| <b>Æg</b><br>100 % af alle indkøbte æg skal være enten skrabææg eller økologiske æg.                                                                                                                                                 | <b>Æg</b><br>100 % af alle indkøbte æg var enten skrabææg eller økologiske æg.                                          | <b>Æg</b><br>100 % af alle indkøbte æg skal være enten skrabææg eller økologiske æg.<br><br><b>Handling:</b> Krav til råvareleverandører om levering af skrabææg og økologiske æg.                                                                                                                                                 |



SUNDHED

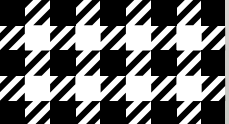
# Danske råvarer

| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                                                     | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                    | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Rug, konventionel</b><br/>Minimum 95 % af alt indkøbt konventionelt rug og rugmel skal være dansk dyrket.</p> <p><b>Rug, økologisk</b><br/>Minimum 95 % af alt indkøbt økologisk rug og rugmel skal være dansk dyrket.</p>             | <p><b>Rug, konventionel</b><br/>95 % af alt indkøbt konventionelt rug og rugmel var dansk dyrket.</p> <p><b>Rug, økologisk</b><br/>95 % af alt indkøbt økologisk rug og rugmel var dansk dyrket.</p>             | <p><b>Dansk rug</b><br/>Målet ændres til at hedde: 'Dansk rug'.</p> <p>95 % af alt Kohbergs rug skal være dyrket i Danmark.</p> |
| <p><b>Hvede, konventionel</b><br/>Minimum 60 % af alt indkøbt konventionelt hvede og hvedemel skal være dansk dyrket.</p> <p><b>Hvede, økologisk</b><br/>Minimum 60 % af alt indkøbt økologisk hvede og hvedemel skal være dansk dyrket.</p> | <p><b>Hvede, konventionel</b><br/>60 % af alt indkøbt konventionelt hvede og hvedemel var dansk dyrket.</p> <p><b>Hvede, økologisk</b><br/>60 % af alt indkøbt økologisk hvede og hvedemel var dansk dyrket.</p> | <p><b>Hvede</b><br/>60 % af alt Kohbergs hvede skal være dyrket i Danmark.</p>                                                  |
| <p><b>Havre</b><br/>Minimum 60 % af alt indkøbt havre samt havremel og -gryn skal være dansk dyrket.</p> <p>Krav til leverandører om dansk oprindelse af havre samt havremel og -gryn.</p>                                                   | <p><b>Havre</b><br/>60 % af alt indkøbt havre samt havremel og -gryn var dansk dyrket.</p>                                                                                                                       | <p><b>Havre</b><br/>51 % af alt Kohbergs havre skal være dyrket i Danmark.</p>                                                  |

## SUNDHED

# Fødevarer og sundhed

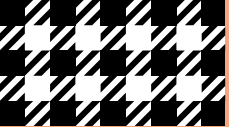
| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                                                         | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Nøglehulsmærket</b><br/>60 % af det totale antal friske, indpakkede brød under Kohbergs brand skal have Nøglehulsmærket.</p> <p>Fortsat fokus på, hvad forbrugernes behov er, og hvordan vi bedst kan bidrage til at rykke folkesundheden i en positiv retning. Vores udgangspunkt i produktudviklingsfasen er altid, om vi kan sætte mærkninger på.</p> | <p><b>Nøglehulsmærket</b><br/>50 % (15 ud af 30) af det totale antal friske, indpakkede brød under Kohbergs brand havde Nøglehulsmærket.</p>                                                                                                          | <p><b>Nøglehulsmærket</b><br/>50 % af det totale antal friske, indpakkede brød under Kohbergs brand skal bære Nøglehulsmærket.</p> <p><b>Handling:</b> Fortsat fokus på forbrugernes behov, og hvordan vi bedst kan bidrage til at rykke folkesundheden i en positiv retning. Vores udgangspunkt i produktudviklingsfasen er altid, om vi kan sætte mærkninger på.</p>  |
| <p><b>Fuldkornsmærket</b><br/>Vi vil fastholde niveauet for antallet af friske indpakkede brød under Kohberg-brandet, der har Fuldkornsmærket.</p>                                                                                                                                                                                                             | <p><b>Fuldkornsmærket</b><br/>40 % (12 ud af 30) af det totale antal friske, indpakkede brød under Kohberg-brandet bar Fuldkornsmærket.</p>                                                                                                           | <p><b>Fuldkornsmærket</b><br/>40 % af det totale antal friske, indpakkede brød under Kohberg-brandet skal bære Fuldkornsmærket.</p> <p><b>Handling:</b> Fortsat fokus på forbrugernes behov, og hvordan vi bedst kan bidrage til at rykke folkesundheden i en positiv retning. Vores udgangspunkt i produktudviklingsfasen er altid, om vi kan sætte mærkninger på.</p> |
| <p><b>Kostfibre</b><br/>Minimum 90 % af alt rugbrød under Kohberg-brandet skal indeholde mindst 7 % kostfibre.</p> <p>Minimum 50 % af alt hvedebrød under Kohberg-brandet skal indeholde mindst 3 % kostfibre.</p>                                                                                                                                             | <p><b>Kostfibre</b><br/>100 % (10 ud af 10) af alt rugbrød under Kohberg-brandet indeholdt minimum 7 % kostfibre.</p> <p>60 % (12 ud af 20) af alt hvedebrød under Kohberg-brandet indeholdt minimum 3 % kostfibre.</p>                               | <p><b>Kostfibre</b><br/>Minimum 90 % af alt rugbrød under Kohberg-brandet skal indeholde mindst 7 % kostfibre.</p> <p>Minimum 50 % af alt hvedebrød under Kohberg-brandet skal indeholde mindst 3 % kostfibre.</p>                                                                                                                                                      |
| <p><b>Fuldkorn</b><br/>Minimum 50 % af alt frisk, indpakket rugbrød under Kohberg-brandet skal indeholde mindst 35 % fuldkorn.</p> <p>Minimum 30 % af alt frisk, indpakket hvedebrød under Kohberg-brandet skal indeholde mindst 35 % fuldkorn.</p>                                                                                                            | <p><b>Fuldkorn</b><br/>50 % (5 ud af 10) af alt frisk, indpakket rugbrød under Kohberg-brandet indeholdt mindst 35 % fuldkorn.</p> <p>30 % (24 ud af 30) af alt frisk, indpakket hvedebrød under Kohberg-brandet indeholdt minimum 35 % fuldkorn.</p> | <p><b>Fuldkorn</b><br/>Minimum 50 % af alt frisk, indpakket rugbrød under Kohberg-brandet skal indeholde mindst 35 % fuldkorn.</p> <p>Minimum 30 % af alt frisk, indpakket hvedebrød under Kohberg-brandet skal indeholde mindst 35 % fuldkorn.</p>                                                                                                                     |
| <p><b>Det Grønne Hjerte</b><br/>Vi vil fastholde samme niveau for antallet af produkter under Kohberg-brandet med Det Grønne Hjerte.</p>                                                                                                                                                                                                                       | <p><b>Det Grønne Hjerte</b><br/>80 % (24 ud af 30) af alle produkter under Kohberg-brandet havde Det Grønne Hjerte.</p>                                                                                                                               | <p><b>Det Grønne Hjerte</b><br/>Fastholde samme niveau for antallet af produkter under Kohberg-brandet med Det Grønne Hjerte.</p>                                                                                                                                                                                                                                       |



MENNESKER



I Kohberg ønsker vi at være en arbejdsplads med et trygt, sundt og sikkert arbejdsmiljø - uanset om arbejdsdagen foregår i vores bagerier, på lagrene eller i administrationen.



## MENNESKER

# Trygt, sundt og sikkert arbejdsmiljø

At vi i Kohberg kan sikre medarbejderne et trygt, sundt og sikkert arbejdsmiljø, er af højeste prioritet. Vi har et klart mål om, at ingen medarbejdere oplever arbejdsulykker. Derfor registrerer vi arbejdsskader og -ulykker samt tilløb til ulykker (TTU), så vi får indsigt i, hvor der evt. skal sættes ind med ekstra tiltag.

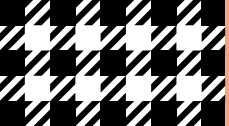
I 2025 har vi gjort Kohberg til en 100 % røg- og nikotinfri arbejdsplads. Dette både af hensyn til hygiejne og fødevarsikkerhed, men også for at skabe endnu bedre forudsætninger for et sundt arbejdsmiljø uden skadelige stoffer.

## NY ARBEJDSMILJØMODEL LANCERES I 2026

Som en del af vores treårsplan, 'Time for Change', lancerer vi i 2026 en ny arbejdsmiljømodel for Kohberg, 'Co-Work Safety'. Arbejdet er i fuld gang, og det medfører en igangsættelse af en række initiativer, der skal styrke vores interne kompetencer, så vi forbedrer vores samlede arbejdsmiljø og øger sikkerheden på arbejdspladsen yderligere.

Vi tror på, at en tryk, sund og sikker arbejdsplads kan være med til at reducere antallet af arbejdsulykker og mindske risikoen for arbejdsrelateret sygefravær.





MØD WORKING ENVIRONMENT COORDINATOR, BRIAN VESTERGAARD OLESEN

## "Medarbejdernes sikkerhed er det vigtigste"

**Stands, Tænk, Observér, Planlæg, Påbegynd** – i korte termer, **STOPP**-princippet, der er en central del af Kohbergs arbejde med sikkerhed på arbejdspladsen.

Arbejdsmiljøorganisationen i Kohberg består af to niveauer – et strategisk og operationelt niveau. På strategisk niveau har Kohberg to arbejdsmiljøudvalg på bageriet i hhv. Bolderslev og Taastrup. På operationelt niveau er der arbejdsmiljøgrupper rundt omkring i organisationen.

Brian Vestergaard Olesen driver rollen som arbejdsmiljøkoordinator og sikrer faglig understøttelse af alt arbejdet vedr. arbejdsmiljø i Kohberg.

"Min rolle indebærer en koordinering af opgaverne med arbejdsmiljø rundt om i arbejdsmiljøgrupperne, hvor jeg samler input og bringer det videre ind i det overordnede arbejdsmiljøudvalg," fortæller Brian Vestergaard Olesen og fortsætter:

"Lige nu arbejder vi med at opbygge nye systemer, der lettere og mere effektivt kan håndtere APV'er, TTU'er (tilløb til ulykker) og opfølgninger. Hvis en medarbejder skal registrere en TTU-hændelse, kan de tage et billede med mobilen og tale beskrivelsen ind. De behøver ikke skrive. Det er virkelig smart og en del lettere for mange af kollegaerne i bagerierne."

E-learning bliver også en del af det nye system, hvor Kohberg kan træne og uddanne medarbejderne i sikkerhed på arbejdspladsen.



## ADFÆRD OG TRAVLHED OFTE SKYLD I ULYKKER

Et godt arbejdsmiljø er for Brian forholdsvis simpelt, men kan være kompleks at arbejde med i praksis:

"Et godt arbejdsmiljø starter fra toppen. Hvis man har en nærværende, troværdig og lyttende ledelse, så er man allerede langt."

Tallene viser, at arbejdet med arbejdsmiljø og sikkerhed går godt i Kohberg. I APV-målingen for april 2024 scorer Kohberg fine resultater. I 2018, 2019, 2020 lå Kohberg på +30 arbejdsulykker om året med fravær. I juli 2025 ligger det tal kun på 4.

"Vi kan se en væsentlig forbedring i adfærd. Der er dog stadig lang vej endnu, da størstedelen af de ulykker, der sker, alle har et element af adfærd og travlhed. Faktisk så er det i 90 % af tilfældene adfærd, der er skyld i ulykken," siger Brian og fortsætter:

"Det ligger dybt i os, at produktion og effektivitet er vigtigst. Men vi er nødt til at forstå, at egen sikkerhed er vigtigst først og fremmest. Vi kan ikke pakke os ind i bobleplast, og uanset hvor mange tiltag vi laver, så kan vi aldrig sikre 100 %. Det er altafgørende, at vi hver især bliver bedre til selv at risikovurdere løbende og husker forsigtighed i vores adfærd. Når vi derhen, så har vi et rigtig godt arbejdsmiljø."

## HELT NY ARBEJDSMILJØMODEL FOR KOHBERG

I Kohbergs seneste strategiplan, 'Time for Change', er arbejdsmiljø og sikkerhed én af otte strategiske initiativer. I det arbejde foregår nu udarbejdelsen af en helt ny arbejdsmiljømodel for Kohberg.

"Vi er bedre til at undgå ulykker, men vi har en række strukturelle udfordringer. Vi skal være mere skarpe på, hvad der ligger i de enkelte arbejdsmiljøroller, men det er jeg sikker på, at vi får styr på med den nye arbejdsmiljømodel – vi hilser den velkommen."

## STANDS

Stop op inden du går i gang med en opgave.

## TÆNK

Tænk over, om der er en risiko for at komme til skade. Kan du f.eks. falde ned, få noget i klemme eller andet? Spørg evt. om hjælp.

## OBSERVÉR

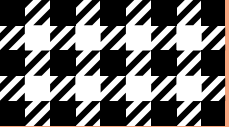
Se på om det er muligt at løse opgaven på en mere sikker måde. Skal der f.eks. bruges et hjælpemiddel til at løse opgaven - og er det det rigtige?

## PLANLÆG

Få f.eks. fat i en lift i stedet for en stige, eller vær sikker på at al energi er frakoblet, inden du rengør en maskine.

## PÅBEGYND

Gå først i gang med opgaven, når du ved, den kan løses sikkert. Er du stadig i tvivl, så tal med din leder eller arbejdsmiljørepræsentant om at få nærmere instruktion.



## MENNESKER

# Respekt for mennesker og forskellige behov

I Kohberg skal alle medarbejdere have de samme muligheder for at skabe sig en karriere og et velfungerende arbejdsliv. Det er vigtigt for os at være en rummelig arbejdsplads, der er attraktiv for alle – uanset personlige forhold eller kulturel identitet. Kun på den måde kan vi løfte i flok og alle bidrage til Kohbergs succes. Vi har udviklet en række politikker inden for bl.a.: menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, kønsdiversitet, mobning, seksuel chikane samt trivsel, hvilke alle fungerer som vigtige pejlemærker i vores kontinuerlige arbejde med at opretholde en sund, tryk og sikker arbejdsplads.

Vores medarbejderstab afspejler i høj grad det samfund, som Kohberg er en del af. Man mærker mangfoldigheden, når der rundt om i vores bagerier bliver talt både dansk, tysk, engelsk, polsk, arabisk, rumænsk, ukrainsk m.fl.

Vi har i Kohberg i 2025 lanceret en ny intern kommunikationskanal i form af en app. Det gør det nemmere for os – på tværs af timelønnede og funktionærer – at kommunikere med hinanden. I appen kan medarbejdere få oversat indholdet til deres eget sprog, og de har mulighed for at få tekst læst op om nødvendigt.

### VI ER IKKE ALLE ENS

Nogle af os kan have brug for, at der bliver taget et særligt hensyn – måske det er et livsvilkår, men det kan også være et pludseligt opstået behov, der kræver lidt ekstra fleksibilitet af Kohberg i en periode.

Livet er ikke en lige linje, og hvis vi i Kohberg kan hjælpe ved at skrue på nogle knapper i forhold til enten arbejdstiden, stilling eller noget helt tredje, så er vi lydhøre.

Hos Kohberg rummer vi medarbejdere med særlige behov, og vi har en række medarbejdere ansat på særlige vilkår. Vi har ingen stillinger, der i udgangspunktet er skåne- eller flexjob, men vi ser altid positivt på at undersøge mulighederne. Det er afgørende for os er, at hver eneste medarbejder bliver behandlet retfærdigt og respektfuldt.

### GENNEMSIGTIGHED I VORES TILGANG TIL LØN

Alle vores timelønnede medarbejdere får samme løn afhængigt af, hvilket område de arbejder i og hvilken overenskomst, der er gældende for det pågældende område.

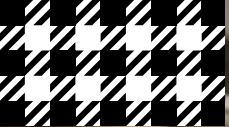
Vi er i gang med et stort forarbejde ift. løngennemsigtighed for vores funktionæransatte. Arbejdet kommer som følge af et EU-direktiv, men da det endnu ikke er implementeret i dansk lovgivning, afventer vi nærmere. Vi samarbejder med eksterne rådgivere i processen, og ifølge lovgivningen er vi forpligtet til at indberette for 2026.

“

**SØREN BENDER EGESBORG**  
CEO

Ikke alle har adgang til en computer i løbet af arbejdsdagen, men med appen kan vi nu dele viden og nyheder med hinanden på tværs af lokationer og jobfunktioner. Vi skaber en intern følelse af at være en del af noget større og videreudvikler vores unikke Kohberg-ånd til også at eksistere i digitalt format.”





MØD LOGISTIC MANAGER, ALEX ELMHORST

## "Mennesket er mere end bare en ressource"

Kohbergs 3 logistiklokationer opnåede i 2025 bemærkelsesværdige milepæle uden arbejdsulykker med fravær:

- **Haderslev frysehus:** 911 dage (2,5 år)
- **Taastrup:** 819 dage (2,2 år)
- **Bolderslev:** 483 dage (1,3 år)

De gode resultater er ikke kommet af sig selv. Bag tallene ligger en bevidst indsats for at ændre holdninger, vaner og adfærd.

"Vi har arbejdet med værdiskabende og understøttende tiltag, som både styrker sikkerheden og trivslen i hverdagen," fortæller Alex.

### FRA TAL TIL KULTUR

Et afgørende element har været arbejdet med kultur – for hvad betyder ordet egentlig? Det rummer mange lag: Normer, adfærd, tanker og vaner. Elementer, som ifølge Alex skal udfordres, hvis man vil skabe reel forandring.

"Vi kan sætte mål og lave planer, men hvis vi ikke ændrer vores kultur, ændrer vi heller ikke adfærden. Det handler om at skabe en hverdag, hvor vi tager ansvar for hinanden. Vi reagerer, når noget ikke føles rigtigt og anerkender, når nogen gør en forskel."

"Når vi taler om arbejdsmiljø, tænker mange på fravær og skader – men fravær kan lige så vel handle om manglende trivsel. Man kan godt være fysisk til stede uden reelt at være nærværende. Derfor har vi valgt at starte dér, hvor det virkelig gør en forskel: ved at sætte fokus på mennesket," siger Alex.

## LEDERNE ER DE VIGTIGSTE AMBASSADØRER

Alex og hans teams har valgt en række temaer, der kan gøre en forskel for alle. Lederne har han udstyret med en række spørgsmål til medarbejderne. Nogle af de temaer, de har arbejdet med, er:

- "Hvad er vigtigt for dig?" – med fokus på dialog, forskelligheder og fællesskab
- "Små handlinger, stor forskel" – hvor små, daglige handlinger skaber store resultater for trivslen

Derudover har der været et særligt fokus på forebyggelse gennem TTU'er (tilløb til ulykker), hvor registreringerne er steget markant. Den største forskel ses dog i, hvordan sagerne bliver behandlet – for bag hver hændelse gemmer sig ofte flere lag af årsager og læringsmuligheder, som der nu bliver taget systematisk hånd om.

"Det er et stærkt signal! For det viser, at vi tør tale åbent om tingene og handler i fællesskab. Alle sager behandles grundigt og med medarbejderinvolvering, så vi sammen finder løsninger og forebygger fremtidige hændelser. Det er helt afgørende, at vi som ledere reagerer hurtigt og tager henvendelserne alvorligt," siger Alex og fortsætter:

"Som ledere har vi nøglerollen – vi sætter retningen og viser, at vi mener det alvorligt. Det kræver dedikation – og mod til at tage de svære samtaler og til at skabe energi omkring det, vi vil opnå. Og så skal vi huske at fejre vores succeser undervejs – for det giver lysten til at fortsætte. Og dét kan vi stadig blive endnu bedre til."

## FRA ORD TIL HANDLING

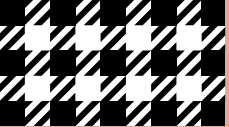
For Alex er det afgørende, at indsatsen ikke reduceres til et midlertidigt projekt eller en række gode intentioner, men bliver en integreret del af den daglige drift.

"I en travl hverdag er det naturligt at falde tilbage i kendte rutiner. Derfor er det vigtigt at minde medarbejderne om, at vi faktisk er i gang med at skabe forandring – og at vi hele tiden bevæger os fremad. Ved at dele milepæle og følge op undervejs synliggør vi fremskridtene og sikrer, at indsatsen opleves meningsfuld og relevant for alle."

For at sikre fremdrift og fastholde de ønskede forandringer arbejder ledergruppen målrettet med både opfølgning og anerkendelse.

"Forandring lykkes kun, når den forankres i vores daglige praksis gennem nye og bedre vaner. Det kræver konsekvent opfølgning – både når adfærden skal korrigeres, og når den fortjener anerkendelse. Konsekvens og anerkendelse er to sider af samme sag. Begge er nødvendige for tydeligheden, tilliden og til understøttelse af et fælles ansvar for at lykkes," siger Alex og afslutter:

"Et godt arbejdsmiljø må aldrig kun eksistere på papiret eller en tavle – det skal mærkes i hverdagen. Når vi stiller høje krav til arbejdsmiljøet og til hinanden, viser vi, at vi tager både opgaven og mennesket alvorligt. Større krav er ikke en begrænsning, men en løftestang, der løfter vores fælles standard og skaber en kultur, hvor trivsel, ansvar og resultater går hånd i hånd. Det er netop dér, vi som organisation bliver stærkest."



## MENNESKER

# Trivsel i fokus

I Kohberg ønsker vi at være en arbejdsplads, hvor medarbejdernes fysiske og mentale helbred ikke bliver negativt påvirket af at gå på arbejde. I 2025 har vi afholdt en trivselsuge på tværs af vores tre lokationer i Bolderslev, Haderslev og Taastrup for at sætte fokus på arbejdet med den mentale sundhed og generelle trivsel hos os selv og kollegaerne.

I Kohberg ønsker vi at kunne tale åbent og ærligt om det, der er svært. Initiativerne i trivselsugen hjælper os med denne agenda, og ugen igennem fik vi besøg af eksterne samarbejdspartnere, der repræsenterer nogle af de mange ekstraordinære sundhedstilbud, vi har i Kohberg.

I år afholdte vores samarbejdspartner, Blume Support, en intern 'Clinic', hvor medarbejdere på hver lokation kunne booke en samtale med en erfaren terapeut. 'Clinic'en' kørte over tre uger, og idéen var nem adgang til hjælp og støtte for de medarbejdere, der oplevede et behov. Der blev også afholdt søvnworkshop med to erfarne psykoterapeuter, hvor medarbejderne fik indblik i vigtigheden af god søvn samt en række redskaber, de kunne teste af i hjemmet.

For de af vores medarbejdere, der holder gang i bagierne om natten, tilbyder vi et helbredstjek pga. natarbejde, så vi kan være opmærksomme på eventuelle gener, der måtte opstå.

## TRIVSELSMÅLING 2025

I 2025 har vi gennemført en trivsels- og engagementsmåling for alle medarbejdere i samarbejde med Ennova. Undersøgelsen bliver gennemført hvert andet år og giver Kohbergs øverste ledelse vigtig indsigt i medarbejdernes overordnede trivsel.

Svarprocenten var på 79, og målt på en skala fra 0-100, var medarbejdernes arbejdsglæde samlet på 77, der er over branchegennemsnittet (75). Loyaliteten blev målt til hele 84, hvilket også er over branchegennemsnittet (81). I år var vores eNPS\* målt til 39, der er hele 14 gange mere end målingen tilbage fra 2023, hvilket er en tydelig positiv fremgang.

Overordnet set var resultatet af trivsels- og engagementsmålingen på de fleste parametre fra 2025 enten forbedret eller status quo ift. den forrige måling. I 2026 følger vi op og gennemfører en række tiltag på de områder, hvor resultatet var lavere end forventet, ligesom alle afdelinger skal arbejde med resultaterne og udarbejde handlingsplaner for enten at udvikle/forbedre eller fastholde en høj trivsel.

*\*Villighed til at anbefale Kohberg som arbejdsplads.*

## MENNESKER

# Vi dyrker vores talenter

I Kohberg er vi lydhøre, når medarbejdere ytrer ønsker eller behov for videreudvikling. Vi har et mål om endnu stærkere tilknytning af dygtige medarbejdere til vores virksomhed og arbejder derfor målrettet på at tilbyde ekstra uddannelse og opkvalificering til de medarbejdere, der viser villighed til det.

Hvert år tilbyder vi alle medarbejderne i produktionen mulighed for to ugers selvvalgt uddannelse ved IKUF – Industriens Kompetenceudviklingsfond. Vi tror på, at faglig og personlig udvikling giver glade og motiverede medarbejdere, der skaber værdi – ikke kun for hverdagen i Kohberg, men også for Kohbergs fremtid på sigt.

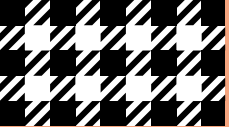
### E-LEARNING VÆRKTØJ I NYT HR-SYSTEM

Vi har i 2025 fået helt nyt HR-system, der giver os muligheden for fremadrettet at træne medarbejdernes kompetenceniveauer gennem let adgang til e-learning. Det gør det endnu lettere for os at arbejde strategisk med at højne det interne kompetenceniveau.

### UDDANNELSE AF VORES LEDERE GØR EN FORSKEL

De senere år har alle vores ledere fået ledertræning og vigtige ledelsesværktøjer ved at gennemføre Kohberg Leadership Academy, som vi tilbyder i samarbejde med eksterne konsulenter fra Learn2lead. I 2025 har alle ledere med personaleansvar desuden været på et stressforebyggende ledelseskursus for at blive klogere på, hvordan de lærer at spotte tegn på mistrivsel og stress – både hos dem selv, men også hos deres medarbejdere.





MØD HR DIRECTOR, NANNA NOE THERKELSEN

# "I fællesskab skal vi gøre det mere naturligt at tale om det, der kan være svært"

Kohberg ønsker at være en arbejdsplads, hvor medarbejderne føler sig trygge og sikre hver dag, de går på arbejde. Heri ligger også et stort fokus på medarbejdernes trivsel og mentale sundhed.

"Trivsel på arbejdspladsen er medarbejdernes samlede oplevelse af egen velvære, motivation og tilfredshed i deres arbejde. Det skabes i et samspil mellem det psykiske, sociale og fysiske arbejdsmiljø og handler ikke kun om at undgå sygdom og stress, men om at medarbejderne oplever en generel arbejdsglæde, mening og motivation i deres arbejde," fortæller Nanna Noe, HR Director i Kohberg.

## KONKRETE INITIATIVER I ARBEJDET MED TRIVSEL OG MENTAL SUNDHED

Hvert andet år udfører Kohberg en trivselsmåling blandt alle medarbejdere, der måler på netop trivslen, arbejdsglæden og motivationen. Resultaterne bruger Kohbergs ledelse aktivt til at iværksætte initiativer der, hvor de vurderer det nødvendigt.

Af konkrete initiativer er der kommet en trivselspolitik. Der afholdes en årlig trivselsuge, og Kohberg tilbyder medarbejderne ekstraordinære sundhedstilbud.

I trivselsugen 2025 havde Kohberg som noget helt nyt, i fællesskab med samarbejdspartner Blume Support, stablet en 'Clinic' på benene, hvor medarbejderne kunne forhåndsbooke en 50-minutters anonym samtale med en erfaren terapeut.

"Med en in-house 'Clinic' tilbød vi medarbejderne mulighed for nem adgang til en individuel samtale, så de kunne blive klogere på, hvilken hjælp de faktisk kan få igennem Kohberg. Det kan være svært selv at vurdere, om man har brug for hjælp, og 'Clinic'en' gav dem nem adgang til sparring," siger Nanna.

Trivselsugen bød også på en søvnworkshop, hvor to eksterne terapeuter holdte oplæg om sammenhængen mellem den gode søvn, tankemylder og trivsel.

"Søvnforstyrrelser kan komme som følge af mange forskellige faktorer. Med workshoppen ønskede vi at give medarbejderne en bred forståelse for sammenhængen mellem god søvn og trivsel i hverdagen og på arbejdspladsen. Med sig fra workshoppen fik medarbejderne en række konkrete redskaber, de kunne tage i brug i forsøget på at gøre en positiv forskel for dem selv," siger Nanna.

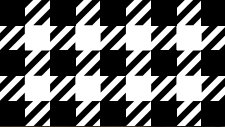


### TRIVSEL ER ALLES ANSVAR – IKKE KUN LEDERNES

I 2025 har alle Kohbergs personaleledere gennemført et kursus i stressforebyggende ledelse. Ifølge Nanna kan stress udspringe af mange forskellige faktorer, og stress kan være både usund og sund – det afhænger af situationen. På kurset har lederne fået konkrete, praktiske værktøjer f.eks. analyseredskaber og kommunikationsteknikker, så de kan skelne mellem stress og travlhed, samt bedre vurdere stressniveauet hos dem selv og deres medarbejdere.

"Lederne er blevet trænet i at spotte mistrivsel, for dernæst at spørge ind til det og forstå. Næste step er så at finde løsninger og følge op. Alle sammen vigtige faktorer så vi i fællesskab gør det mere naturligt at snakke om det, der kan være svært," siger Nanna og fortsætter:

"Trivsel er alles ansvar – ikke kun ledernes. Lederne sender vi på uddannelse, men vi har netop trivselsugen til – over for medarbejderne – at engagere dem i samtalen om mental sundhed og trivsel. I sidste ende er målet, at der på vores arbejdsplads er en høj grad af psykologisk tryghed, så medarbejderne tør – over for kollegaer og ledere – at italesætte, når det mentale udfordrer dem i hverdagen."



## MENNESKER

# Vi uddanner fremtidens medarbejdere

I Kohberg vil vi støtte og gøre en forskel, der hvor vi kan. Vi vil være med til at uddanne den kommende generation af kvalificerede medarbejdere ved at give dem relevante kompetencer og erfaringer, som de kan trække på gennem hele deres arbejdsliv.

I Kohberg ser vi det også som vores ansvar at åbne dørene og dele indsigter med unge – og ældre, der står over for at skulle træffe beslutninger om fremtiden. Derfor deltager vi flere gange om året på udvalgte karrieremesser, til 'åbent hus'-arrangementer og lignende, hvor vi kan møde nysgerrige sjæle i øjenhøjde. Vi har også praktikanter i forløb – både praktikanter fra relevante uddannelsesinstitutioner, men også personer der af forskellige årsager har brug for en støttende hånd til at finde vej gennem arbejdsmarkedet.

Ved at fortælle og vise, hvilke uddannelses- og karrieremuligheder vi har i Kohberg, håber vi at kunne så bare et lille frø og starte en relation, der i sidste ende kan danne grundlag for en fremtidig karriere.

# 11 elever

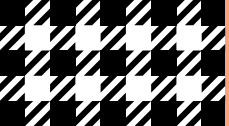
I 2025 havde Kohberg 11 elever ansat:

7 automatikteknikerelever

2 bagværkerelever

1 lager- og logistikelev

1 økonomielev



MØD BAKER APPRENTICE, MIKKEL LØVGREEN HAMMERLUND

# "Jeg ser os lærlinge som fremtiden – vi skal bære faklen videre"

Mikkel Løvgreen Hammerlund, 27 år, er bagværkerlærling i Kohberg. Han er opvokset i Stenløse på Sjælland – men hvordan endte han hos Kohberg helt nede i sønderjyske Bolderslev?

"Jeg flyttede til Vestjylland for at starte på Varde Kaserne. Jeg gik i min fars fodspor og ville være soldat. Jeg er opvokset i en kernefamilie, men har nok altid været lidt et curlingbarn. Jeg savnede at blive udfordret – blive voksen. Derfor startede jeg i forsvaret," fortæller Mikkel.

I dag er Mikkel bosat i det jyske. Han blev nemlig forelsket i en sønderjysk pige, som han i dag er gift med.

"Min tid i forsvaret var en rejse hen imod at blive en 'rigtig' mand - fra drengerøv til ansvarsbevidst. Jeg valgte forsvaret, fordi jeg savnede følelsen af at være selvstændig. Vi blev trænet i at tænke konsekvenser og altid have alle mand med. Jeg har løbet i skov og mudder for dernæst at skulle stå ret og pænt. Jeg har deltaget på et råbekursus for at give slip på nogle ting – en enorm frihed," fortæller Mikkel og fortsætter:

"Men det er også en rå kultur. Fed drengerøvsdrøm når man er single, men en svær livsstil at forene med en kæreste. Jeg savnede at slå mig ned og en gang imellem bare drikke en kop te."

## IDENTITETSKRISE EFTER HJEMKOMST FRA KOSOVO

Mikkels tid i forsvaret sluttede, efter han kom hjem fra sin udsendelse i Kosovo. Han landede på dansk jord syv dage inden Rusland angreb Ukraine første gang.

"Det var vildt at opleve, hvordan dynamikken i forsvaret ændrede sig. Pludselig var der så meget stress. Den gruppedynamik, vi havde trænet så stærkt, og dét at løfte i flok blev pludselig udfordret. Jeg oplevede, at folk trak sig om egen kerne og tænkte på dem selv og deres familier. Det var tydeligt, at det var voldsomt for folk. Det går nok op for én, at man ikke er udødelig," siger Mikkel.

Efter samlet 3,5 år i forsvaret står Mikkel over for en hård periode, hvor følelsen af identitetstab rammer ham. For hvem er Mikkel, når han ikke er ham i forsvaret, som folk har rost til skyerne? Med en trang til at bidrage og hjælpe mennesker, prøvede han både at arbejde i hjemmeplejen og i en vuggestue, men heller ikke her følte han sig hjemme.

"Jeg er inkarneret håndværksmand. En dag nævnte min kæreste, om jeg havde overvejet at blive bager. Og altså jeg elsker at bage og snakker altid om at gøre det noget mere," siger Mikkel.

Herefter startede han på bageskole på EUC Syd. Med en ildsjæl af en underviser fik ham og hans klassekammerater ekstra muligheder for udvikling i bageriet, og alle fik de topkarakterer. Undervejs ender han også i praktik hos Kohberg.

"Tiden på bageskolen blev en katalysator for min tilbagevenden til mig selv. Jeg oplevede et bagerfag i opvågning, og min tid i praktik hos Kohberg gav mig den der genkendelige følelse i maven fra forsvaret. En følelse af at høre til," fortæller Mikkel.

## FORSTÅELSE AF BAGERVERDENEN INDEFRA

Mikkel kan se frem til fire års læretid sammen med Kohberg. Lige nu er han på hvedebrødslinjen og glæder sig over at blive dygtigere sammen med de kollegaer, der lærer fra sig.

"Jeg har et mål om ikke kun at blive god til at betjene bagelinjerne. Jeg vil forstå bageverdenen indefra og blive god til den. Kohberg har ikke travlt på mine vegne, og det er meget befriende. Her er der plads til udvikling, støtte og sparring, og der bliver i høj grad lyttet til mig," siger Mikkel og fortsætter:

"Kohberg er et sted, der tror på dig som menneske. Mennesket kommer først – kompetencerne dernæst. De er også enormt gode til at rose. Jeg får tit at vide, at de sætter pris på mig. Jeg ser mig selv og mine kollegaer, som mennesker der er ydmyge, engagerede og har respekt for hinandens arbejde. Og nåh ja, så er vi også altid klar på at drikke en kop kaffe. Selvom vi arbejder, så husker vi også hyggen. Den er vigtig."

## EN FREMTID (OG ET JUBILÆUM) I FÆLLESSKAB MED KOHBERG?

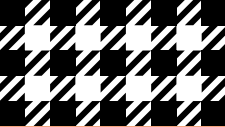
I dag ser Mikkel tilbage på sin identitetskrisen med mildere - og mere erfarne - øjne.

"Jeg har oplevet meget som relativt ung, men jeg ser det som en god start på min udviklingsrejse med Kohberg. Jeg ser os lærlinge som fremtiden – vi skal bære faklen videre. Måske jeg en dag gerne selv vil lære fra mig," siger Mikkel.

Dog tager Mikkel en dag ad gangen, men glæder sig til at se, hvad fremtiden bringer. Han håber, at han kan få jubilæum et sted – måske det bliver i Kohberg?

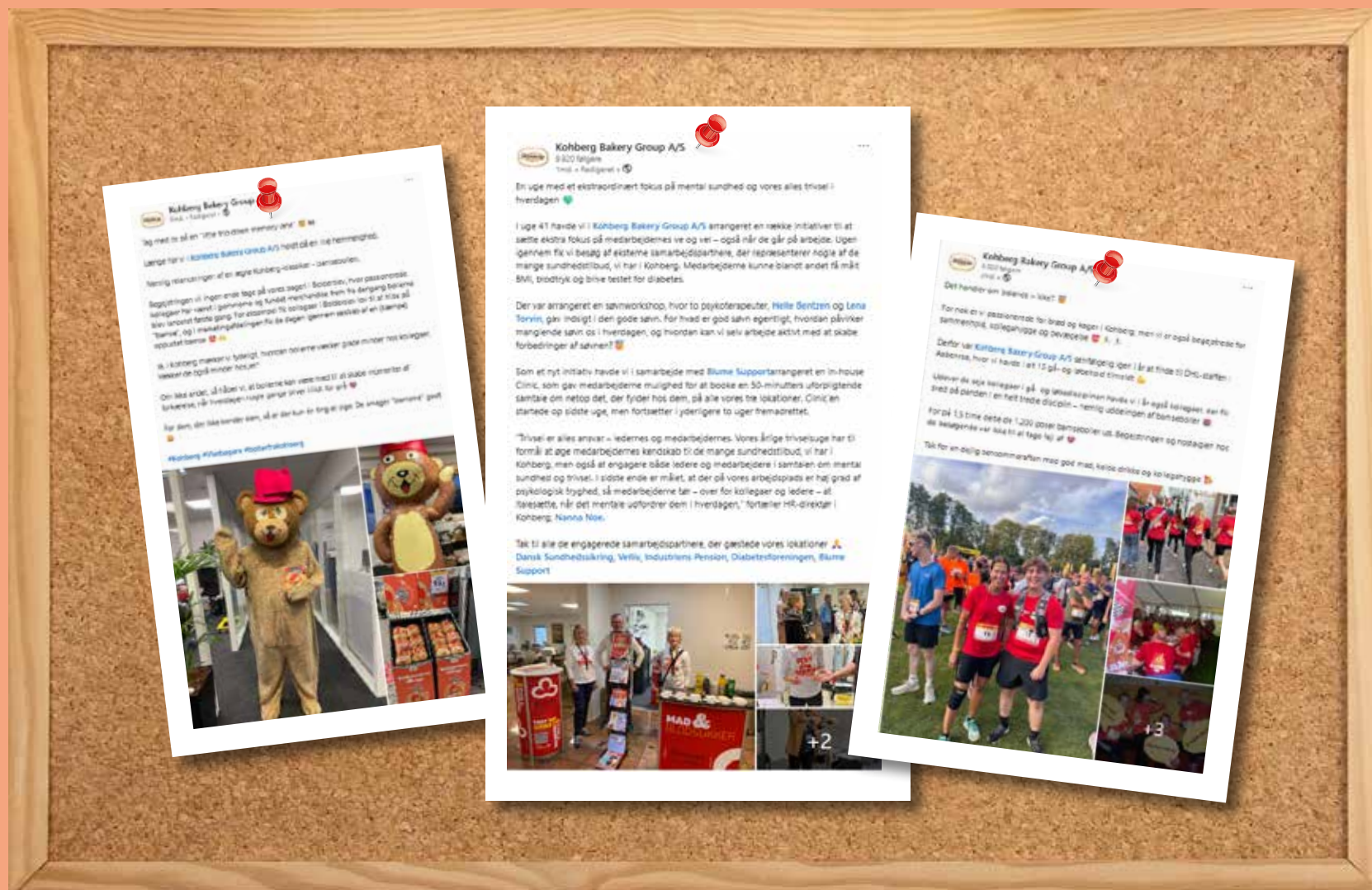
"Jeg nyder at have fundet ro. Min kone siger, hun kan kende Mikkel igen – nu ikke som sej soldat, men som sej bager. Mine dage i Kohberg minder mig om de bedste dage i forsvaret. Min identitet er kommet tilbage. Jeg kan sænke paraderne, og jeg føler mig hjemme," afslutter Mikkel.

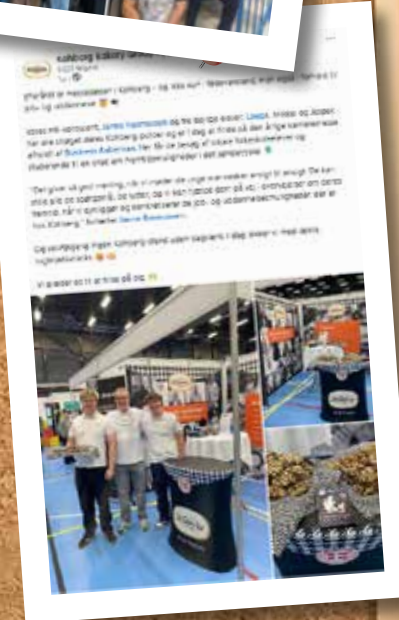
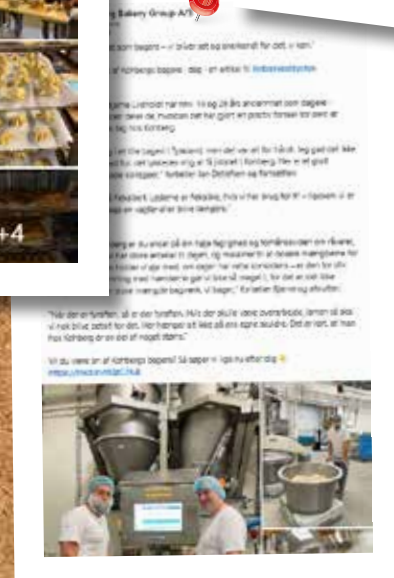
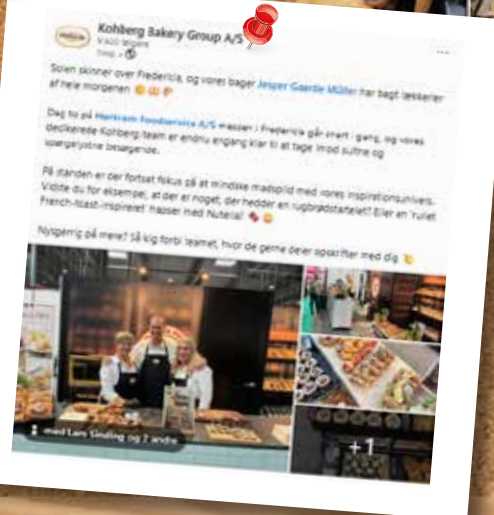
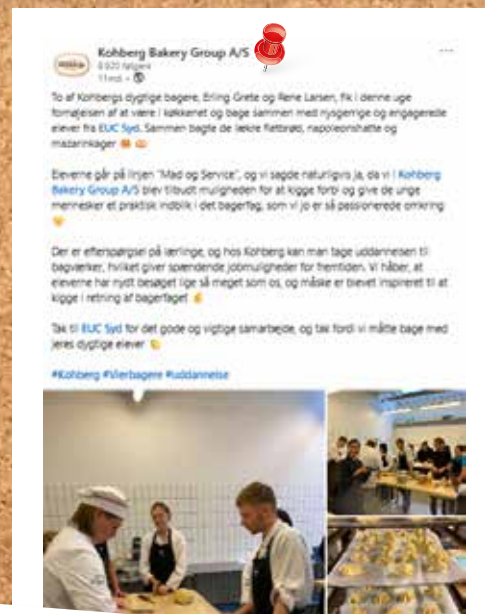


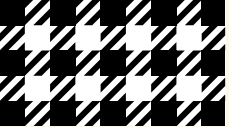


MENNESKER

# #EnbidafKohberg – fra den digitale opslagstavle







## MENNESKER

# Arbejdsmiljø og sikkerhed

| MÅL 2025                                                                                                                                                        | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Arbejdsulykker</b><br>Maksimalt 10 anmeldte arbejdsulykker med fravær.<br><br>Mål for ulykker pr. mio. produktionstimer er = 13.                             | <b>Arbejdsulykker</b><br>Vi havde 7 anmeldte arbejdsulykker med fravær. Antallet af arbejdsulykker blev således reduceret med 53 % i forhold til det forrige år.<br><br>Antal ulykker pr. mio. produktionstimer: 9<br><br>Arbejdet med udviklingen af en helt ny arbejdsmiljømodel er igangsat. Her er det helt centralt, at vi vil gøre Kohberg til en tryk og sikker arbejdsplads med endnu færre arbejdsulykker. | <b>Arbejdsulykker</b><br>Målsætning på maksimalt 10 anmeldte arbejdsulykker med fravær.<br><br>Målsætningen er, at antallet af ulykker pr. mio. produktionstimer maksimalt er = 13<br><br><b>Handling:</b> Udrulning af ny arbejdsmiljømodel. |
| <b>Alvorlige arbejdsulykker med længerevarende fravær</b><br>Målet er, at 0 ansatte oplever en arbejdsulykke, hvor hændelsen kan betegnes som værende alvorlig. | <b>Alvorlige arbejdsulykker med længerevarende fravær</b><br>1 ansat oplevede en arbejdsulykke, hvor hændelsen kan betegnes som værende alvorlig.                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Alvorlige arbejdsulykker med længerevarende fravær</b><br>Målet er, at 0 ansatte oplever en arbejdsulykke, hvor hændelsen kan betegnes som værende alvorlig.                                                                               |

## MENNESKER

# Sundhed og trivsel

## MÅL 2025

## RESULTAT 2025

## MÅL OG HANDLING 2026

**Trivselsmåling**

Vi vil fortsat have fokus på trivsel og mental sundhed. Derudover gennemfører vi en trivselsmåling i efteråret.

**Trivselsmåling**

Trivsels- og engagementsmåling blev gennemført.

Parentesen markerer ændring fra måling tilbage i 2023:  
Svarprocent: 79 (0)  
Arbejdsglæde: 77 (0)  
Loyalitet: 84 (+2)  
eNPS: 39 (+14)

Branchetal fra Ennova viser, at vores score ligger over branchegennemsnittet som er 75 på arbejdsglæde, 81 på loyalitet, og 21 på eNPS (villighed til at anbefale Kohberg som arbejdsplads til andre).

Vi har gennemført en 'Trivselsuge' på tværs af alle lokationer med workshops og initiativer relateret til trivsel og mental sundhed.

**Trivselsmåling**

Det er målet at gennemføre en Trivselsuge.

Vi vil arbejde med handlingsplaner frem mod ny trivselsmåling i 2027.

**Sygefravær**

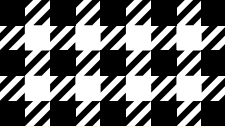
Maksimalt 4,5 % sygefravær af præsterede timer blandt alle vores ansatte.

**Sygefravær**

Sygefraværet lå på 4,35 %, hvilket svarer til en reduktion på 0,45 % i forhold til det forrige år.

**Sygefravær**

Maksimalt 4,5 % sygefravær af præsterede timer blandt alle vores ansatte.



MENNESKER

# Rummelig arbejdsplads

| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                   | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Særlige stillinger</b><br/>Minimum opretholdelse af 2024-niveau med:</p> <p>10 flexjobbere<br/>10 elevstillinger</p> <p>Fortsat opfordre alle personaleledere til at overveje at oprette særlige stillinger og fortsætte med at uddanne elever.</p>                                                                                                | <p><b>Særlige stillinger</b><br/>Antallet af særlige stillinger var:</p> <p>8 flexjobbere<br/>11 elevstillinger</p>                                                             | <p><b>Særlige stillinger</b><br/>Minimum opretholdelse af 2025-niveau med:</p> <p>10 flexjobbere<br/>10 elevstillinger</p> <p><b>Handling:</b> Gøre personaleledere opmærksomme på mulighed for oprettelse af særlige stillinger om nødvendigt. Fortsat opfordring til uddannelse af elever.</p>                                                         |
| <p><b>Kønsfordeling i bestyrelsen</b><br/>Det er Kohbergs mål at have mindst 25 % af hvert køn i selskabets bestyrelse.</p> <p>Kohberg vil dog altid udnævne bestyrelsesmedlemmer ud fra den præmis, at den/de bedst egnede skal udnævnes uanset køn.</p>                                                                                                | <p><b>Kønsfordeling i bestyrelsen</b><br/>Kohbergs bestyrelse bestod pr. 31. december af:</p> <p>1 kvinde, svarende til 25 %<br/>3 mænd, svarende til 75 %</p>                  | <p><b>Kønsfordeling i bestyrelsen</b><br/>Det er Kohbergs mål at have mindst 25 % af hvert køn i selskabets bestyrelse.</p> <p>Kohberg vil dog altid udnævne bestyrelsesmedlemmer ud fra den præmis, at den/de bedst egnede skal udnævnes uanset køn.</p>                                                                                                |
| <p><b>Kønsfordeling i ledergruppen</b><br/>Kohberg ønsker at fremme en ligelig fordeling af kønnene i vores Extended Management Team. Andelen af hvert køn i den udvidede ledergruppe skal altid være minimum 25 %.</p> <p>Kohberg vil dog altid ansætte/udnævne ledere ud fra den præmis, at den/de bedst egnede skal ansættes/udnævnes uanset køn.</p> | <p><b>Kønsfordeling i ledergruppen</b><br/>Kohbergs Extended Management Team bestod pr. 31. december af:</p> <p>8 kvinder, svarende til 33 %<br/>16 mænd, svarende til 66 %</p> | <p><b>Kønsfordeling i ledergruppen</b><br/>Kohberg ønsker at fremme en ligelig fordeling af kønnene i vores Extended Management Team. Andelen af hvert køn i den udvidede ledergruppe skal altid være minimum 25 %.</p> <p>Kohberg vil dog altid ansætte/udnævne ledere ud fra den præmis, at den/de bedst egnede skal ansættes/udnævnes uanset køn.</p> |

## MENNESKER

# Medarbejderudvikling

## MÅL 2025

**Uddannelse og træning**

Vi vil have fokus på, at alle medarbejdere løbende bliver efter-/videreuddannet, så vi sikrer et højt kompetenceniveau i hele Kohberg.

**Ledertræning**

Minimum 10 nye ledere og nøglemedarbejdere gennemfører Kohberg Leadership Academy.

## RESULTAT 2025

**Uddannelse og træning**

5 af vores timelønnede medarbejdere har gennemført en selvvalgt uddannelse med IKUF – Industriens Kompetenceudviklingsfond.

58 medarbejdere har gennemført et omfattende brand- og førstehjælpskursus.

**Ledertræning**

12 nye ledere og nøglemedarbejdere gennemførte Kohberg Leadership Academy.

Alle ledere med personaleansvar har gennemført et stressforebyggende ledelseskursus.

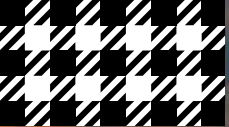
## MÅL OG HANDLING 2026

**Uddannelse og træning**

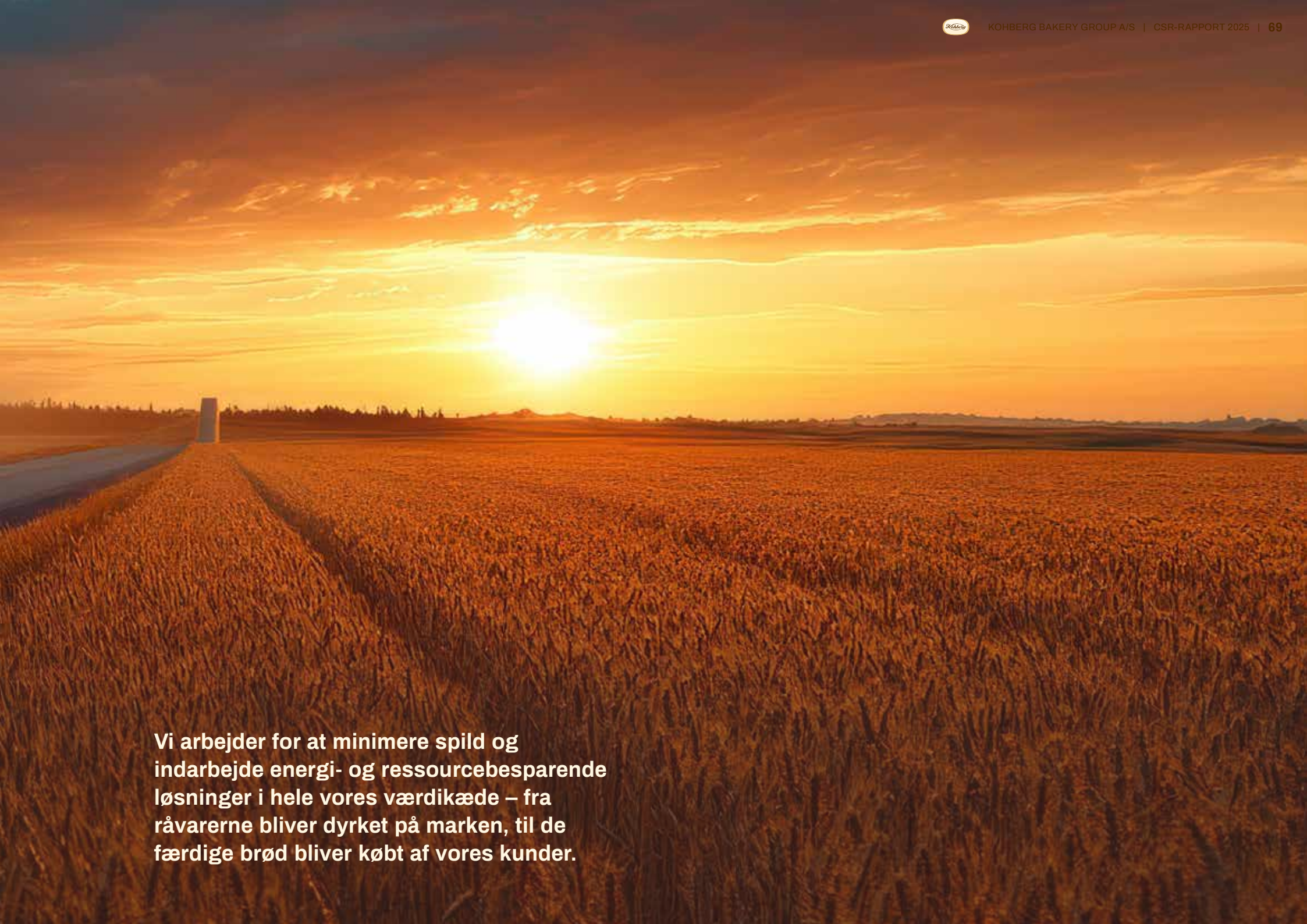
Vi vil have fokus på, at alle medarbejdere løbende bliver efter-/videreuddannet, så vi sikrer et højt kompetenceniveau i hele Kohberg.

**Ledertræning**

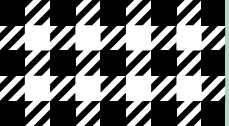
Vi vil finde en ny ekstern samarbejdspartner, der kan hjælpe os med fortsat træning og udvikling af kompetencerne hos Kohbergs ledelse.



KLIMA



**Vi arbejder for at minimere spild og indarbejde energi- og ressourcebesparende løsninger i hele vores værdikæde – fra råvarerne bliver dyrket på marken, til de færdige brød bliver købt af vores kunder.**



## KLIMA

# Mindre forbrug af energi sparer CO<sub>2</sub>e

Overordnet set har industrifremstillet rugbrød med fuldkorn et relativt lavt CO<sub>2</sub>e-aftryk i forhold til andre fødevarer\*, men derfor er der selvfølgelig stadig en sammenhæng mellem vores samlede CO<sub>2</sub>e-udledning og antallet af brød, vi bager. Da verdens befolkning stiger, og der i fremtiden kun bliver flere munde at mætte, ligger det ikke i kortene at skulle nedjustere mængden af de brød, vi bager. Derfor er det helt afgørende, at vi har et skarpt fokus på, hvordan vi kan nedbringe vores samlede udledning af CO<sub>2</sub>e.

I 2025 har vi købt oprindelsesgarantier fra danske vindmøller og solpaneler for 100 % af vores elforbrug. Vi ønsker at bidrage til, at der bliver produceret vedvarende energi svarende til det forbrug, vi har anvendt i Kohberg.

Bæredygtighed er en integreret del af vores forretning, og vi arbejder løbende med at identificere og implementere mere bæredygtige løsninger. Vores ambition er at træffe ansvarlige valg, der både understøtter den grønne omstilling og imødekommer de stigende forventninger fra vores kunder, forbrugere og samarbejdspartnere. Vi følger udviklingen på bæredygtighedsområdet tæt og tilpasser løbende vores indsats i takt med ny lovgivning, markedsforventninger og teknologiske muligheder.

### IOT-TEKNOLOGI OG AI

Vi anvender digitale teknologier som f.eks. IoT-teknologi og AI i vores bageri, da det giver os muligheden for at foretage præcise dataindsamlinger. Således kan vi udnytte digitalisering til at reducere spild og ressourceforbruget i vores bageri og i sidste ende nedbringe vores CO<sub>2</sub>e-udledning.

### ELDREVNE KØRETØJER

Vi er i 2025 i fuld gang med at afvikle vores benzin- og dieseldrevne firmabiler og forventer, at 100 % af vores firmabiler i 2026 kører på ren el.

I 2025 har vi fået stillet en el-lastbil til rådighed af vores distributør, så vi tester muligheden for at distribuere alt vores brød på el for fremtiden.

## BESKRIVELSE AF KPI'ER

### ENERGIFORBRUG

KPI'en måler Kohbergs samlede energiforbrug (el, gas og varme) indekseret med basisår 2021 = 100.

Datagrundlaget er virksomhedens samlede registrerede forbrug af el, gas og varme på tværs af alle produktionslokationer og lagre.

### CO<sub>2</sub>E UDLEDNING (SCOPE 1 OG 2)

KPI'en måler de samlede scope 1 og 2 drivhusgasudledninger (CO<sub>2</sub> ækvivalenter) indekseret med 2021 som basisår.

Opgørelsen baseres på:

- Scope 1: Direkte udledning fra brændsler i ovne, kedler, firmabiler mv.
- Scope 2: Indirekte udledning fra indkøbt el og varme.

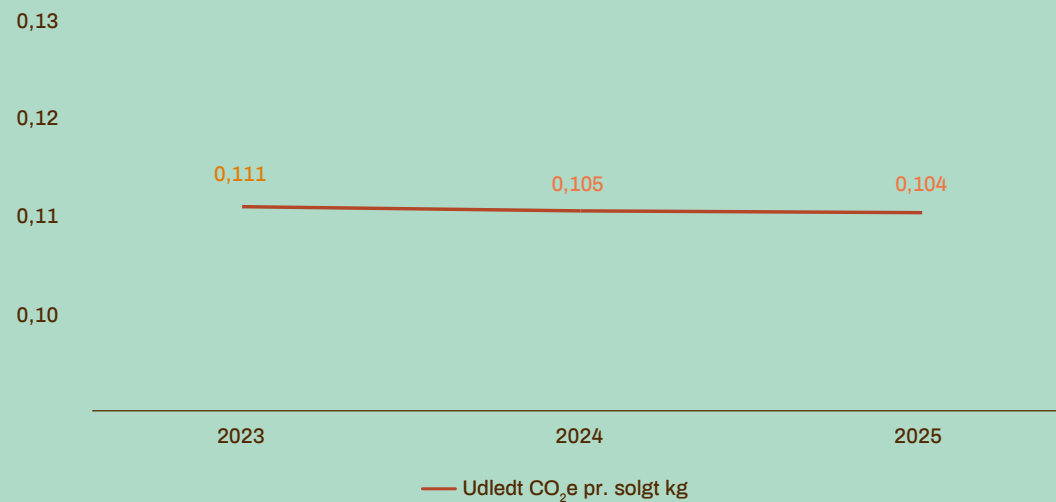
Emissionsfaktorer følger gældende nationale/internationale standarder (fx Energistyrelsen/DEFRA) eller energileverandørers dokumentation.

### UDLEDT CO<sub>2</sub>E PR. SOLGT KG

KPI'en måler virksomhedens klimaintensitet: hvor meget CO<sub>2</sub>e der udledes pr. solgt kg produkt, indekseret med 2021 som basisår.

KPI'en beregnes ved at dividere den samlede scope 1 og 2 udledning med det totale antal solgte kilo brød og bagværk i året.

\*Kilde: Den store klimadatabase



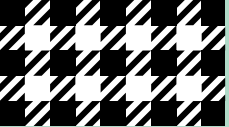
2021 = Index 100

2023

2024

2025





## KLIMA

# Minimering af spild i produktionen

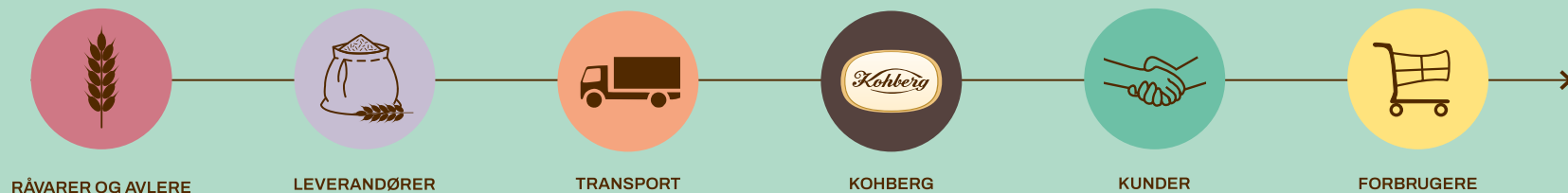
I en fødevarevirksomhed som Kohberg vil der uundgåeligt være dage, hvor dejen slår fejl, eller vi får bagt flere brød, end vi kan sælge. En stor del af vores produktportefølje på det danske marked er desuden frisk brød, og når først brødet er bagt, har det en begrænset holdbarhed.

Det er derfor helt afgørende, at vi altid, og gennem hele vores værdikæde, har et strategisk fokus på prognoseberegning samt optimering af vores processer, så vi minimerer spild i alle led bedst muligt.

Vores spild i Kohberg er godkendt af Fødevarestyrelsen til brug som dyrefoder. Derfor har vi et samarbejde med lokale landmænd, der aftager vores kassationer som foder til dyrene, så det indgår i et cirkulært system. På den måde sikrer vi, at det ikke ender som madspild.

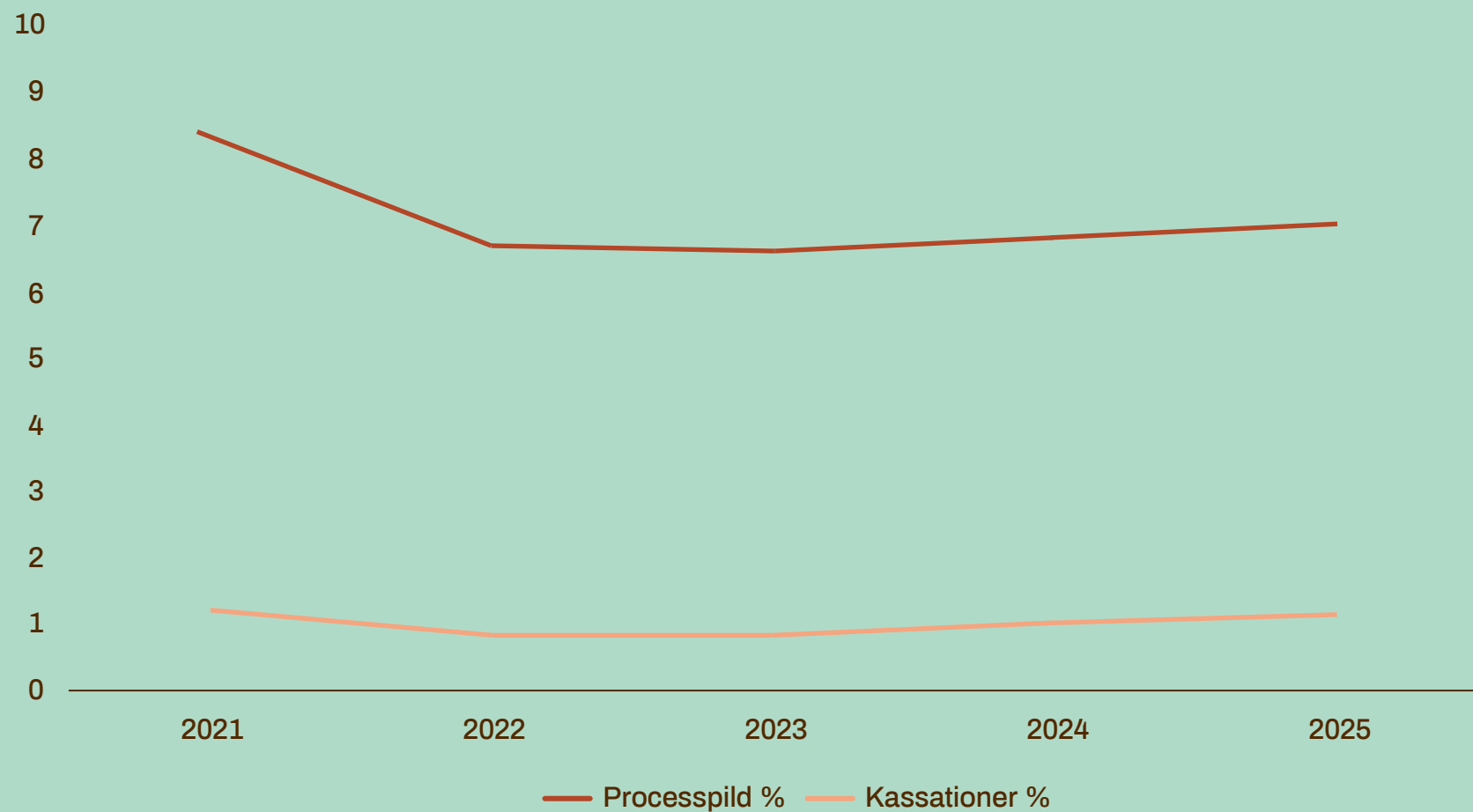
## STRATEGISK PROGNOSEBEREGNING

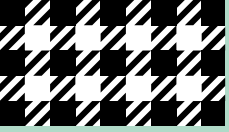
At bage godt brød tager tid. Derfor er vi i Kohberg nødt til at sætte gang i bageprocessen allerede inden, at brødene er bestilt af kunderne. Her arbejder vi strategisk med prognoser for at forudsige, hvilke og hvor mange brød vores kunder efterspørger. Prognoserne er et vigtigt redskab, fordi langt de fleste af vores brød har en kort holdbarhed.



## KLIMA

## Processpild og kassationer i % 2021-2025





## KLIMA

# Madspild i de danske husholdninger

Ifølge Miljøstyrelsen smider de danske husholdninger hvert år 900.000 ton mad ud samtidig med, at de har et aktivt ønske om at reducere deres madspild\*.

I Kohberg er det vores ønske at støtte de danske forbrugere, så godt vi kan og være med til at sikre, at brød når at blive spist inden, at det bliver for gammelt. Vi arbejder derfor målrettet på at sikre holdbarheden af vores produkter – f.eks. ved at gøre det muligt at købe brød i mindre pakker. Vi har også igangsat et projekt om forlænget holdbarhed, hvor vi øger holdbarheden af vores produkter yderligere.

### INGEN ENDESKIVER I SKRALDESPANDEN

Vi bager langt de fleste af vores rugbrød i lange forme på ca. 1,8 meter. Efter bagningen skærer vi det lange rugbrød ud i mindre brød, så vi undgår endeskiver på vores rugbrød, da al erfaring viser, at netop endeskiverne er det, der først ryger i skraldespanden hos forbrugerne og professionelle køkkener.

### MINDSK MADSPILDET I DE PROFESSIONELLE KØKKENER

På det professionelle danske marked arbejder vores Out of Home team med et såkaldt Kohberg inspirationsunivers. Nøgleordet er recycling, og de viser alternative måder at anvende vores produkter på - f.eks. kan tørt rugbrød trylles om til 'rugbrødstarteletter', og daggamle kardemommesnurrer ender som lune vafler.

### EN DEL AF 'DANMARK MOD MADSPILD'

Kohberg er en del af den frivillige reduktionsaftale 'Danmark mod Madspild', som drives af tænketanken ONE\THIRD. Sammen med ca. 35 andre fødevarevirksomheder på tværs af branchen har vi forpligtet os til at reducere madspildet med 50 % inden 2030. Hvert år sender vi data ind til 'Danmark mod Madspild', så vi holder trit med vores udvikling og sikrer, at vi bevæger os den rigtige vej.

*\*Kilde: Landbrugsavisen*

# 9 ud af 10

danskere siger, at det er vigtigt for dem at nedbringe deres madspild.

*Kilde: Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri*

# 6 ud af 10

undgår madspild for at gøre deres vaner mere bæredygtige.

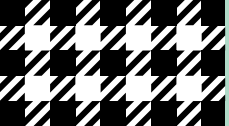
*Kilde: Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri*

# Godt hver femte

dansker savner hjælp og/eller inspiration til at reducere madspild i hverdagen.

*Kilde: Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri*





MØD PRODUCT DEVELOPER, PREBEN HELLEBERG JENSEN

## "Projektet kan sænke madspildet både i vores og i kundernes værdikæde"

Preben Helleberg Jensen og kollegaer i produktudviklingsteamet har i 2025 arbejdet med projektet: 'Forlænget holdbarhed'. I den danske detailhandel er brødkategorien en af de største madspildsområder\*, og projektet har til formål at reducere madspildet i værdikæden hos Kohberg, hos kunderne og ude hos forbrugerne.

"Kohbergs brød holder sig frisk i længere tid end bagerens henne på hjørnet, og samtidig er vi tilgængelige der, hvor danskerne alligevel handler ind. Det er nemt, og med vores produkter behøver forbrugerne heller ikke købe frisk brød hver dag," siger Preben og fortsætter:

"Der har dog været et ønske fra vores kunder om større fleksibilitet i deres værdikæde, da de fortsat må smide en del brød væk. Vi arbejder allerede aktivt i Kohberg på at mindske spild. Så når vi kan udvide arbejdet yderligere og samtidig gøre en forskel for vores kunder, er der store fordele ved et projekt som 'Forlænget holdbarhed.'"



### PROJEKTET VISER POSITIVE TAKTER

I 2025 er produktudviklingsteamet i fuld gang med receptoptimeringer og tests på rugbrøds-kategorien, og snart står hvedebrøds-kategorien for tur. Planen er en reel implementering i løbet af 2026.

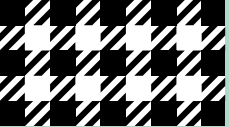
I arbejdet med råvarer kigger teamet ind i brugen af rette enzymblandinger og fermenterede råvarer.

"Generelt arbejder man i branchen i dag med bageenzymer for at opnå den friskhed i brødet, man ønsker. Vi er i gang med at udvikle nye enzymblandinger, så vi kan sikre en endnu mere unik friskhed og saftighed over længere tid," siger Preben og fortsætter:

"Og så arbejder vi med forskellige fermenterede råvarer, der skal være med til at reducere mug og skimmeldannelsen. Fermenteringsprocessen består af naturlige mikroorganismer, så det er en naturlig måde at udskyde mugdannelsen, når man arbejder med fermentering."

Holdbarheden er øget med mellem to og seks dage, og forbrugertests viser, at forbrugerne stadig har præference for produktet og er positive over for dets friskhed.

"Projektet viser positive takter. Det er super godt. For som virksomhed er vi jo kun interesserede i at sælge brød, der smager godt og er af god kvalitet, og når vi samtidig kan gøre en stor forskel for madspildet i hele tre led: hos os selv, hos kunderne og forbrugerne, så er det win-win."



## KLIMA

# Gennemtænkt materialeforbrug

I valget af emballage til vores produkter skal vi tage højde for vigtige faktorer som fødevaresikkerhed, madspild og opbevaring. Plastemballage holder brød og boller friske i lang tid og er stadig en af de bedste løsninger til at undgå madspild i de danske køkkener. Plastemballage er også et let materiale, hvilket nedsætter miljøbelastningen under transport.

Som fødevareproducent må vi af hensyn til kvalitet og sikkerhed kun anvende det såkaldte 'virginplast' – dvs. plast, der ikke har været anvendt tidligere – til vores emballager. Dog kan den type af virginplast, brødene pakkes ind i, genanvendes efter, at den har tjent sit formål ude hos forbrugerne.

### EN KOHBERGKASSE MED MULIGHEDER

I mere end 20 år har de klassiske Kohberg transportkasser været fremstillet af genanvendt plast. Kasserne er robuste, har lang holdbarhed og sikrer, at vores produkter kommer sikkert ud til vores kunder.

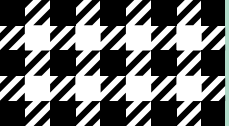
Desværre er vi ikke ene om at elske plastkasserne. Faktisk skyldes vores spild på kasserne ofte, at de desværre ikke bliver returneret. Derfor kører vi løbende kampagner på sociale medier for at få kasserne retur, og i dagligdagen samarbejder vi tæt med vores kunder for at få alle vores kasser retur i god behold.

Selvom det meste af vores brød bliver transporteret i brødkasser af genanvendt plast, kan særlige leveringsforhold kræve kasser af pap. Her sikrer vi så vidt muligt, at papkasserne er fremstillet af genanvendt pap.

# 89 %

af den plast, vi anvendte til vores emballager i 2025, var genanvendelig. Vores målsætning er, at vi i 2026 som minimum anvender genanvendeligt plast i 95 % af vores emballager.





MØD PACKAGING COORDINATOR & SPECIALIST, LAILA JEPSEN

## "En stor andel af vores materialer er allerede gradueret grønne"

For to år siden fik danske virksomheder løftet sløret for den nye EU-lovgivning: 'Udvidet Producentansvar' (UPA). Den betyder, at fødevareproducenter, der sætter produkter på markedet, som ender i affald, selv bærer omkostningen for bortskaffelsen i stedet for kommunerne. Laila Jepsen er Kohbergs drivende kraft i projektet, der berører mange afdelinger internt i Kohberg.

Lovgivningen fra EU har til formål at øge incitamentet hos fødevareproducenterne til at mindske mængden af affald, da det vil skabe en positiv effekt for både økonomi og miljø. I lovgivningen arbejder man ud fra en gradueringsskala (rød, gul, grøn), der fortæller, hvor genanvendeligt materialet er i et cirkulært system.

"Jeg er positivt overrasket over, hvor langt fremme Kohberg faktisk er. En stor andel af vores materialer er allerede gradueret grønne. Vi har taget gode valg undervejs," fortæller Laila og fortsætter:

"Det, der er svært for Kohberg, er at skulle minimere mængden af plast. Vores produkter sætter jo en naturlig grænse for, hvor små vores emballager kan blive. Samtidig skal vi huske, at plast som et fødevarekontaktmateriale for os ikke kun er dårligt. Det har en vigtig funktion ved at holde vores brød friske, så vi mindsker spild – også ude i husstanden."



### TÆTTE SAMARBEJDER MED KUNDER OG LEVERANDØRER

Laila arbejder tæt sammen med kolleger i både Indkøb, Controlling og Kvalitet, så de i fællesskab har overblik over emballagemængder, emballagetyper samt, hvordan de opretholder en god arbejdsproces i forbindelse med at få UPA i drift hos Kohberg.

"Vi laver aftaler med kunder på, hvordan vi indmelder mængden af materialer til 'Dansk Producentansvar', der er den offentlige myndighed, vi rapporterer og betaler til. Som udgangspunkt er aftalen, at vi selv står for Kohbergs brandede produkter, og kædernes Private Label håndterer de selv," fortæller Laila.

### STADIG UDFORDRING MED FASTFOOD PLAST OG LUKKECLIPS

Selvom Laila er positiv over, hvor mange af Kohbergs materialer der allerede er genanvendelige, så er hun også realistisk omkring de store opgaver, der venter forude:

"Vi har stadig en opgave at løfte med vores fastfoodemballage og vores lille plastlukkeklips. De scorer begge rødt i gradueringen. Vi har testet alternative fastfoodemballage på pakkemaskinerne, men desværre uden positive resultater. Det er en svær opgave, når vi skal parre vores pakkemaskiner med nye materialer. Heldigvis er vores leverandører fremadsynede og samarbejdsvillige, og de kigger gerne forbi til tests."

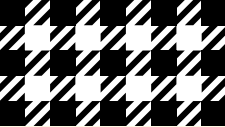
### EN SVÆR PROCES MED UVIDENHED OG ÆNDRING I LOVGIVNING UNDERVEJS

Laila er ærlig omkring, hvor svær en proces det har været at implementere arbejdet med 'Udvidet Producentansvar' internt i organisationen. Siden det blev meldt ud fra EU, har de ændret lovgivningen adskillige gange, og det har gjort det svært konkret at vurdere omfanget af lovgivningen, og hvad den reelt ville betyde for Kohberg.

Laila og teamet har sat processer i styring rundt omkring i forretningen, så der ikke hersker tvivl om, hvem der gør hvad.

"Det har været svært at skabe overblikket, og det er til stadighed en stor opgave for Kohberg at løfte. For én ting er status her og nu, men vi skal også sikre os løbende indberetninger. Hvis vi får nye produkter, skal de oprettes, vurderes og registreres. Og imens det kører, skal vi også huske på, at vi jo faktisk skal forbedre os på minimering af materialer eller skift til nye og bedre materialer," siger Laila og afslutter:

"Der er nok at gribe fat på, men jeg kan godt lide at sætte mig ind i lovgivningen, og se det komme til live i Kohberg. Det er enormt spændende og tilfredsstillende, når man endelig får det i styring."



KLIMA

Energiforbrug

| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>CO<sub>2</sub>e pr. solgt kilo</b><br/>Vi vil beregne, hvor meget CO<sub>2</sub>e vi udleder pr. solgt kilo.</p> <p>Vi vil udarbejde en ny klimastrategi med fokus på at definere Kohbergs CO<sub>2</sub>e-mål og strategi i forhold til arbejdet med ESG samt de nationale målsætninger for 2030 og 2050.</p> <p>I 2024 udledte vi 0,105 CO<sub>2</sub>e for hvert kg brød, vi solgte.</p> | <p><b>CO<sub>2</sub>e pr. solgt kilo</b><br/>Vi udledte i Kohberg 0,104 CO<sub>2</sub>e for hvert kg brød, vi solgte.</p> <p>Vores CO<sub>2</sub>e-udledning pr. kg solgt brød faldt således med 0,95 % i forhold til forrige år.</p> <p>Vi anvender de vejledende emissionsfaktorer fra Energistyrelsen.</p> | <p><b>CO<sub>2</sub>e pr. solgt kilo</b><br/>Som følge af det vedtagne 'Stop the Clock' direktiv er både implementeringen og rapporteringskravene under Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) blevet udskudt. Kohberg, som oprindeligt var omfattet, er på nuværende tidspunkt ikke længere omfattet. Derfor udgår denne KPI i CSR-rapporten.</p> <p>Bæredygtighed er dog fortsat en integreret del af vores forretning. Vi arbejder løbende med at identificere og implementere mere bæredygtige løsninger.</p> |

Madspild

| MÅL 2025                                                                                                                                                                                                                   | RESULTAT 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | MÅL OG HANDLING 2026                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Processpild</b><br/>6,3 % processpild af råvarer fra indkøb til færdigpakket produkt.</p> <p>Løbende procesoptimering samt ugentlige møder med fokus på spild.</p>                                                   | <p><b>Processpild</b><br/>7,0 % processpild fra bageri til pakkeri.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p><b>Processpild</b><br/>6,4 % processpild fra bageri til pakkeri.</p>                                  |
| <p><b>Kassationer</b><br/>Kassationer i salgsenheder (alle produkter) må maksimalt udgøre 1,0 %.</p> <p>Fokus på og optimering af prognoser og planlægning, der reducerer kassationer samt tæt dialog med kernekunder.</p> | <p><b>Kassationer</b><br/>Kassationer i salgsenheder = 1,18 %.</p> <p>Beregningen for 2025 er baseret på alle salgsenheder – både frisk- og frostvarer. De tidligere år har vi anvendt en anden regnskabsmetode, hvor kassationer af frostenheder ikke har været medregnet.</p> <p>Den korrekte værdi for 2024 er 1,07 % og ikke de 0,97 %, som fremgår af 2024 rapporten.</p> | <p><b>Kassationer</b><br/>Kassationer af salgsenheder må maks udgøre 1,0 % af Kohbergs salgsenheder.</p> |

## KLIMA

# Materialer

## MÅL 2025

## RESULTAT 2025

## MÅL OG HANDLING 2026

**Genanvendelig plast**

Minimum 95 % af vores plastemballage skal være fremstillet af genanvendelig plast.

Projekt "Monoplast", der blev iværksat i 2022 med skift til genanvendelig monoplast på fastfood-emballager, fortsætter.

**Genanvendelig plast**

89 % af vores plastemballage var fremstillet af genanvendelig plast.

**Genanvendelig plast**

Minimum 95 % af vores plastemballage skal være fremstillet af genanvendelig plast.

**Handling:** Projekt "Monoplast", der blev iværksat i 2022 med skift til genanvendelig monoplast på fastfood-emballager, fortsætter.

**Transportkasser**

100 % af vores transportkasser i plast skal være fremstillet af genanvendt plast.

Alle nyindkøbte transportkasser i plast skal være fremstillet af genanvendt plast.

**Transportkasser**

100 % af vores transportkasser i plast var fremstillet af genanvendt plast.

**Transportkasser**

100 % af vores transportkasser i plast skal være fremstillet af genanvendt plast.

**Handling:** Alle nyindkøbte transportkasser i plast skal være fremstillet af genanvendt plast.

**Nyindkøb af transportkasser**

Målet er minimum 8 % reduktion i indkøb af nye transportkasser af genanvendt plast i forhold til forrige år.

Løbende optimering af genbrugsprocessen i Kohberg, optimering og sikring af returnering af kasser fra kunder samt minimering af skader på kasserne under vask og transport.

**Nyindkøb af transportkasser**

Vi opnåede en 0,4 % reduktion i indkøb af nye transportkasser af genanvendt plast i forhold til forrige år.

**Nyindkøb af transportkasser**

Måles udfases, da KPI'en ikke længere tjener et realistisk formål i praksis. Plastkasserne har en naturlig levetid, og indkøb af nye kasser vil være en nødvendighed. Alle indkøbte plastkasser er dog - jf. KPI'en ovenfor - alle i 100 % genanvendt plast.

**Genanvendt pap**

60 % af alle papenheder, anvendt i Kohberg, skal være fremstillet af 100 % genanvendt pap.

Maksimalt 10 % af alle papenheder, anvendt i Kohberg, må være fremstillet af mindre end 66 % genanvendt pap.

**Genanvendt pap**

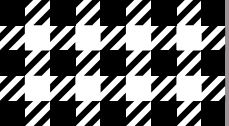
70 % af alle papenheder, Kohberg anvendte, var fremstillet af 100 % genanvendt pap.

18 % af alle de papenheder, Kohberg anvendte, var fremstillet af mindre end 66 % genanvendt pap.

**Genanvendt pap**

Minimum 60 % af alle papenheder, anvendt i Kohberg, skal være fremstillet af 100 % genanvendt pap.

Maksimalt 10 % af alle papenheder, anvendt i Kohberg, må være fremstillet af mindre end 66 % genanvendt pap.



FN'S GLOBAL COMPACT

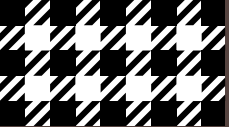
## FN's Global Compact

FN's Global Compact består af ti principper inden for menneskerettigheder, miljø og anti-korruption, som virksomheder skal gøre deres bedste for at leve op til.

I Kohberg Bakery Group støtter vi op om FN's Global Compact, da vi ved, at vi som virksomhed bærer et vigtigt ansvar over for både medarbejdere, miljø og omverden. Siden 2009 har vi været en del af Global Compact Nordic Network (GCNN), hvorigennem vi deler erfaringer, får inspiration og rådgivning i arbejdet med de ti principper.







# Virksomhedsprofil

## ORGANISATION

Virksomhedens navn: Kohberg Bakery Group A/S

Webadresse: [www.kohberg.dk](http://www.kohberg.dk) og [www.kohberg.com](http://www.kohberg.com)

Hovedkontor: Kernesvinget 1, 6392 Bolderslev, Danmark

Ejerforhold: Koff A/S (100 %)

Antal medarbejdere: 492

## RAPPORT

Rapporteringsperiode: 1/1 2025 – 31/12 2025

Rapporteringspraksis: Vi har rapporteret i overensstemmelse med den danske Årsregnskabslov §99a.

Omfattede selskaber i rapporten: Samtlige selskaber i Kohberg Bakery Group A/S

## GOVERNANCE

Kontaktperson vedr. rapporten og overordnet CSR-ansvarlig:

Søren Bender Egesborg, CEO ([sbeg@kohberg.com](mailto:sbeg@kohberg.com))