

Bæredygtighedsrapport

2025

Right On®

Om Right On Firmagaver

En helhjertet forretning

Det hele startede med, at vi stillede os selv spørgsmålet: Hvilken virksomhed vil vi gerne være, og hvordan træffer vi flest mulige bæredygtige valg i vores hverdag? Dét har vi gjort, og vi er bevidst om vores ansvar. Og med det som udgangspunkt har vi skabt et åbent, ærligt og hel-hjertet fundament for vores forretning, der har ét eneste mål - at bidrage mest muligt til en bæredygtig fremtid.

At gøre godt for verden

At være med til at gøre en forskel ligger dybt i os. Det inspirerer, motiverer og husker os hver dag på, at fremtiden afhænger af de valg, vi træffer i dag. Bæredygtighed og velgørenhed ligger i vores DNA, og vi vil ganske enkelt donere så meget som overhovedet muligt til velgørende formål gennem salg af firmagaver.... Bum!

De første og eneste i DK

Med Right On Firmagaver sætter vi en ny og markant grønnere retning for hele firmagavebranchen ved udelukkende at tilbyde firmagaver med fokus på MILJØ og BÆREDYGTIGHED. Skal vi støtte aktivt op om vores kunders grønne omstilling, så duer det ikke med "både og". Vi vil IKKE acceptere at et grønt valg degraderes til varm luft og kun go' samvittighed.

Det handler om at vælge TIL

Med et aktivt fravalg af alle konventionelle produkter, kan vi have fuld fokus på bæredygtighed, og alle de fordele og muligheder der følger med. For os handler det ganske enkelt om at vise, at man som virksomhed ikke vælger noget fra ved at købe bæredygtigt, men tværtimod vælger en hel masse TIL.

"At være med til at gøre en forskel ligger dybt i os. Det inspirerer, motiverer og husker os hver dag på, at fremtiden afhænger af de valg, vi træffer i dag".



Mikkel Lund & Søren Lund
Ejere, partnere og brødre!

Introduktion

Right On Firmagaver - til dig med fokus på miljø og bæredygtighed

Vi er Right On Firmagaver, og vi er her for at ændre måden vi tænker om firmagaver. Virksomheder, der gerne vil træffe mere bæredygtige valg, har længe stået lidt alene med ansvaret for at finde de bedst mulige gaver.

Det ansvar har vi i Right On Firmagaver taget på os, og det besvær har vi været igennem. Derfor kan vi præsentere vores kunder for et samlet, stærkt koncept med fokus på bæredygtig omstilling fra start til slut.

Som firmagaveleverandør fungerer vi som indkøber for

vores kunder – eller sagt på en anden måde, så formidler vi forbrug! Og vi er klar over, at ethvert forbrug har et aftryk på vores klima, miljø og ressourcer, og at det også kan have en negativ social effekt.

Derfor er forbrug som hovedregel slet ikke bæredygtigt i egentlig forstand. Men vi er optaget af at sikre, at de produkter vi tilbyder, har et så lille aftryk som muligt, og at de er blandt de mindst belastende produkter på markedet, sammenlignet med tilsvarende, sammenlignelige produkter.

Hvorfor taler vi om bæredygtighed?

Bæredygtighed er helt centralt for os i Right On Firmagaver. Vores planet er presset, og vores naturressourcer svinder ind som følge af klimaforandringer, forurening og overforbrug. Faktisk forbruger vi her i Danmark cirka fire gange så meget, som kloden kan nå at regenerere.

Eller sagt på en anden måde: Hvis alle mennesker levede på samme måde som os, ville der være brug for cirka fire jordkloder for at opretholde vores livsstil på en måde, så vi ikke afleverer en ringere planet til vores børn end den, vi selv modtog.

Det tidspunkt, hvor vi har opbrugt årets ressourcer kaldes "Country Overshoot Day": Læs mere på overshootday.org.

Som menneskehed har vi ikke andet valg end at forsøge at få vendt den udvikling, så vi i højere grad holder os inden for rammerne af, hvad vores planet kan holde til.

Med andre ord: Vi skal tænke os bedre om og træffe nogle smartere valg. Vi skal samtidig også leve og give os selv lov til at have det sjovt, og vi skal selvfølgelig blive ved med at give gaver. At give gaver er grundlæggende en smuk ting, men vi kan give **bedre** gaver, og det kan Right On Firmagaver hjælpe med.

"Det handler om at gøre mindre af det, der belaster vores klima og miljø eller skaber social ulighed, og mere af det, der reducerer de nævnte problemer".

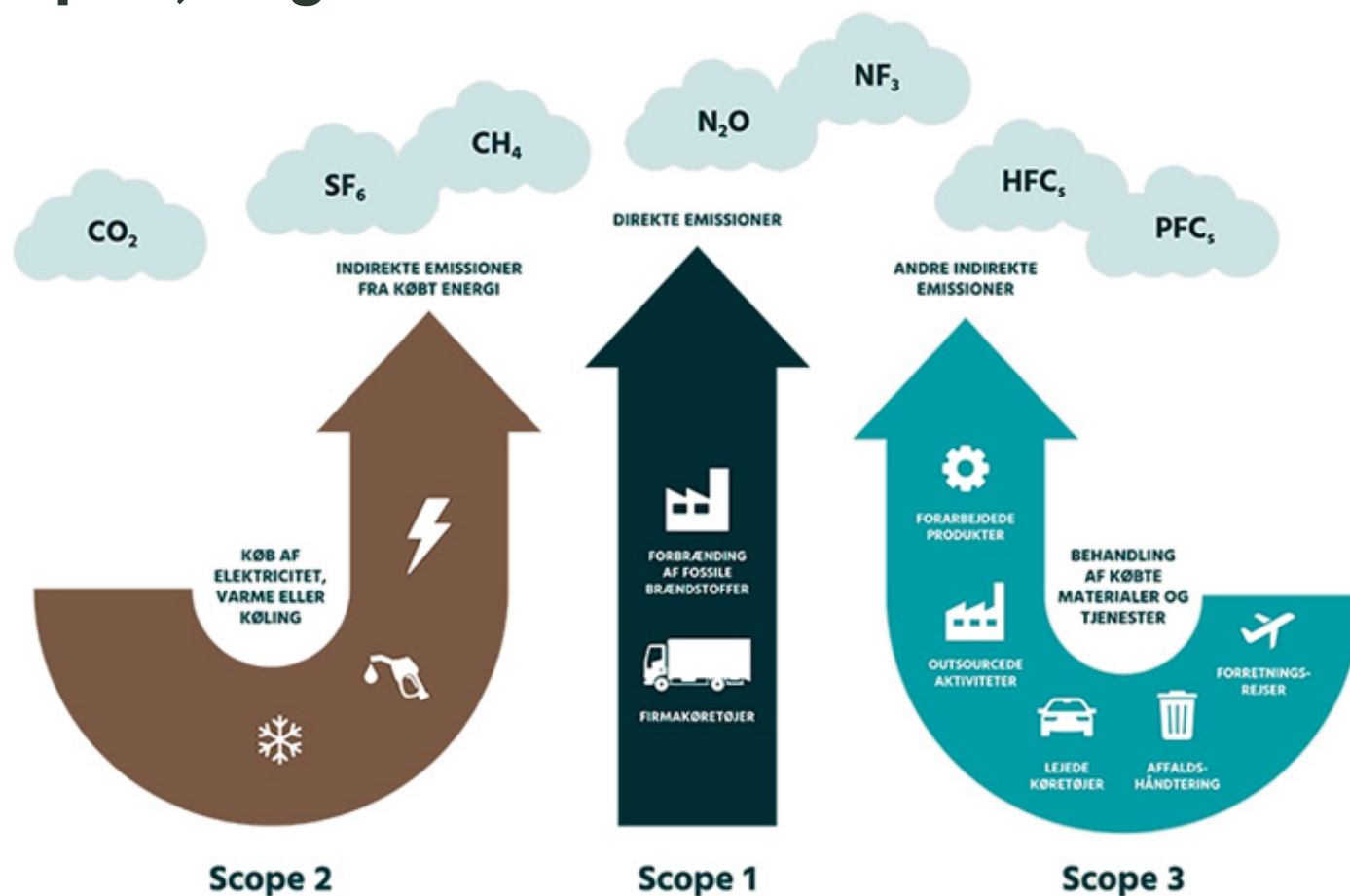
Brug-og-smid-væk? Ikke hos Right On Firmagaver

Vi ønsker ikke at bidrage til den brug-og-smid-væk-kultur, som meget af forbruget i den vestlige verden er et udtryk for. Vi arbejder derfor ud fra det udgangspunkt, at når vi tilbyder et kvalitetsprodukt, som har en lang holdbarhed, og som tillige er mere bæredygtigt produceret end tilsvarende produkter, så har man ikke behov for at købe det samme produkt igen lige foreløbig – eller måske nogensinde.

Og hvem siger, at en gave absolut behøver at være en ting? Vi vil fremover anstrenge os på at tilbyde også ikke-materielle gaver, som derfor ikke lægger bånd på knappe ressourcer eller udleder skadelige ting i miljøet. Som eksempler kan nævnes Oplevelser (SUB-kurser, træklattring mm.) og Donationer, hvor den enkelte medarbejder donerer sin gave til et specifikt velgørende formål (f.eks. BørneCancer Fonden).



Scope 1, 2 og 3



Figur 1.2 - Scope 1, 2 og 3

Scope 1, 2 og 3 (fortsat)

Right On Firmagaver tager udgangspunkt i GHG Protocol og arbejder med CO₂-udledninger i scope 1, 2, og 3.

Figur 1.2 (på forrige side) viser hvordan vi definerer vores scope 1, 2 og 3, (1). Scope 1 og 2 er primært vores forbrug fra kontor og lager og vil estimeret og forventet ligge med en meget lav andel af vores samlede aftryk, formentlig under 5%.

Størstedelen – over 95% - af vores samlede aftryk ligger i Scope 3, og relaterer primært til produktionen af de varer, vi sælger. Dette indbefatter også **emballage, varetransport og distribuering** samt til en vis grad **end-of-life behandling** af produkterne.

En stor del af vores produkters CO₂-udledninger og miljømæssige og sociale udfordringer finder sted i produktionslandet. Da mange produkter er produceret i lande med en mere CO₂-tung energiproduktion, mindre udviklede kontrolsystemer til natur- og miljøbeskyttelse eller færre sociale rettigheder, prioriterer vi derfor produkter, hvor der er en høj grad af transparens i producentledet. Og en rigtig god måde at sikre sig ordentlige forhold hele vejen igennem værdikæden er gennem certificerede produkter.

Vores filosofi er derfor at støtte de producenter, som arbejder med at skubbe til grænserne for, hvor bæredygtigt de kan producere deres varer, og generelt sikre at de produkter vi tilbyder, har et så lille aftryk som muligt. Vel vidende, at det, der er cutting edge i dag, kan være mainstream om fem år. Derfor skal vi hele tiden holde os ajour og vælge til og fra hos vores leverandører.

Bæredygtighed er meget kompliceret at opgøre helt præcist, og det kræver, at man forholder sig indgående til hvert enkelt produkt i såvel dets fremstilling, transport, dets brug, og hvad der sker med det efter brug. Af samme grund stræber vi efter at tilbyde holdbare produkter af høj kvalitet, som er fremstillet helt eller delvist af genanvendte materialer, og som kan genbruges direkte eller genanvendes på et tidspunkt. Vi tilstræber desuden, at vores produkter heller ikke i brugsfasen er årsag til et problematisk forbrug af energi eller ressourcer

(1) Kilde: Klimaklar SMV



Hvordan udvælger vi vores produkter?

Alle produkter har en påvirkning af miljø og klima, og vi ved godt, at vores produkter ikke er bæredygtige. Men samtlige af vores gaver er udvalgt, fordi vi har vurderet, at de er et mere bæredygtigt valg end et tilsvarende, gennemsnitligt produkt. Vores udvælgelse beror på vores egen, samlede vurdering af produktet, og hvis det findes i vores sortiment, betyder det IKKE, at produktet er bæredygtigt, men at vi - på basis af den tilgængelige dokumentation - har vurderet, at det er et bedre valg end et tilsvarende, sammenligneligt produkt.

Når vi udvælger produkter, fokuserer vi på fire vigtige områder: **Klima, Ressourcer, Miljø og Social ansvarlighed.**

Klima

Klimaforandringerne er menneskeskabte, og derfor er det også vores alles opgave at begrænse udledningerne af drivhusgasser yderligere. Vores produkter udvælges derfor med fokus på en mindre klimabelastende fremstilling, brug og end of life/recycling end et tilsvarende, gennemsnitligt produkt.

Miljø

Ophobning af giftige og skadelige stoffer i naturen er et stort problem for alle levende væsener på jorden. Der er fundet pesticidrester i mere end halvdelen af drikkevandsboringer i Danmark (1) - et af de lande i verden med den bedste miljøbeskyttelse. Mange steder står det formentlig langt værre til. Vores produkter udvælges derfor med fokus på minimal påvirkning af miljøet, det vil sige med færre giftige kemikalier eller andre skadelige stoffer end tilsvarende, gennemsnitlige produkter, og så vidt muligt med en eller flere miljømærkninger.

Ressourcer

Vi er ved at løbe tør for en række vigtige ressourcer på jorden, og desuden har udvindingen af ressourcer oftest en skadelig virkning på både klima og miljø. Vores produkter er derfor udvalgt med fokus på et reduceret ressourceforbrug, lang holdbarhed, egnet til direkte genbrug og så vidt muligt fremstillet i genanvendte og genanvendelige materialer.

Social ansvarlighed

Ikke alle producenter har 100% styr på hele leverandørkæden, specielt i lande uden for EU kan der stadig forekomme dårlige arbejdsforhold. Vores produkter udvælges fra socialt ansvarlige producenter, der kan beskrive og dokumentere de sociale tiltag, og allerhelst fremvise relevante certifikater, fx SA8000, FairTrade eller FSC. Sådan kan vi komme nærmest muligt en garanti for, at alle regler er overholdt. For vores eget vedkommende har vi eksempelvis valgt et pakkeri, der beskæftiger udsatte og sårbare mennesker med psykiske, fysiske eller sociale udfordringer.

(1) Kilde: Danmarks Naturfredningsforening. Læs [HER](#)

Hvordan udvælger vi vores produkter? (fortsat)

PRODUKTSCORING

Alle vores produkter skal kunne svare positivt på mindst et – og helst alle fire – af de følgende spørgsmål. Hvis produktet lever op til dette, tildeler vi det et blad, og vi fremlægger vores overvejelser om hvert eneste produkt i vores sortiment, så man selv kan vurdere, om man er enig. Dét er transparens!



Klima

Har produktet en mindre klimabelastende fremstilling og transport, sammenlignet med tilsvarende gennemsnitlige produkter, eller er det et ikke-materielt produkt, som dermed slet ikke har en udledning ved fremstilling, fx massage eller en guidet svampetur, og samtidig heller ikke har en betydelig udledning ved aktiviteten?



Ressourcer

Har produktet et reduceret ressourceforbrug og/eller er fremstillet af en større andel af genbrugte materialer, fornybare materialer (fx træ eller bomuld) eller genanvendte og genanvendelige materialer (fx rPET), sammenlignet med tilsvarende gennemsnitlige produkter?



Miljø

Har produktet en minimeret påvirkning af miljøet, sammenlignet med tilsvarende gennemsnitlige produkter, fx med brug af færre giftige kemikalier eller andre skadelige stoffer?



Social ansvarlighed

Er produktet produceret af producenter, hvor der er bedre styr på arbejdsmiljøet, lønforholdene og/eller større fokus på inklusion af udsatte grupper, sammenlignet med tilsvarende, gennemsnitlige producenter?

Vi giver IKKE vores produkter et blad, hvis:

1. Der er tale om ubetydelige forbedringer indenfor hver af de fire kategorier
2. Der findes mere bæredygtige, sammenlignelige alternativer på markedet
3. Produktet i sin brugsfase er årsag til et problematisk forbrug af energi eller ressourcer

Du kan læse mere om vores produktudvælgelse [HER](#)

Varetransport og distribuering

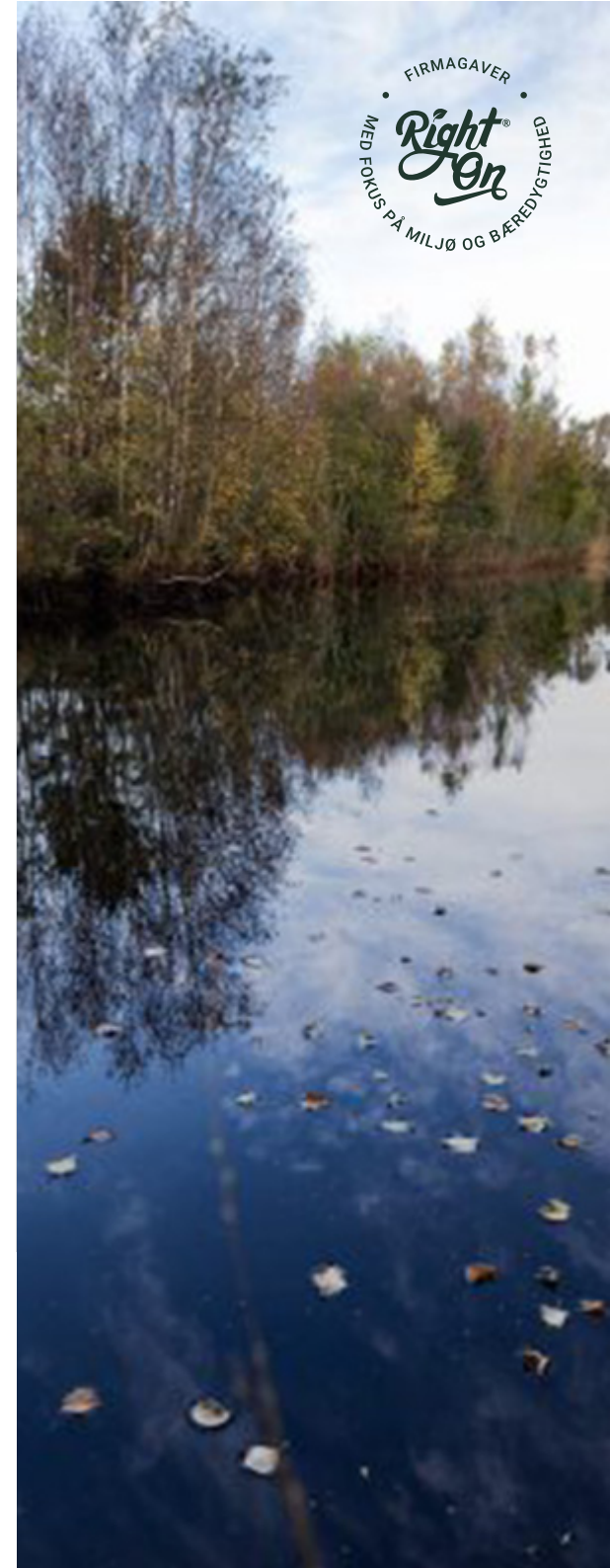
Vi tilvælger den mest klimavenlige transportform gennem bla. PostNords Pakker med Omtanke, hvor udledningen fra transporten klimakompenseres. Alle klimabidrag går til et unikt naturprojekt i Nordjylland, der er blevet til i samarbejde med Den Danske Naturfond, hvor en tidligere stor højmoser genoprettes. Ved at hæve mosens vandstand, mindskes udledningen af drivhusgasser, der i stedet bindes i jorden. En sidegevinst er desuden, at områdets vilde dyr og planter får flere levesteder.

Samtidig holder vi øje med mere klimavenlige alternativer, og forventer at gå over til elektrificeret varetransport inden for en kortere tidsperiode, helt eller delvist.

Vi tilbyder ikke varer transporteret med fly, og dermed kan vi ikke altid tilbyde lige så kort leveringstid som andre konkurrerende gavevirksomheder. Til gengæld er vi gode til rådgivning og planlægning, så flytransport ofte ikke er nødvendigt og aldrig opleves som gene.

"Når du køber dine firmagaver hos Right On, bliver CO₂-udledningen fra dine forsendelser kompenseret via bla. Post Nords "Pakker med Omtanke"

 **CO₂ kompenseret pakke**





Emballage

Emballage med mindre belastning af miljø og klima

Vi arbejder hele tiden på at minimere klimaaftrykket i alt, hvad vi foretager os. Det indebærer også brugen af både emballage og indpakning. Derfor benytter vi udelukkende materialer, der skåner miljø og klima på bedst mulig vis.

Det betyder at vi blandt andet benytter gaveposer i f.eks. økologisk bomuld, genanvendt bomuld eller genanvendt PET og forsendelses-emballage i FSC-certificeret eller recycled pap. Vi screener konstant markedet for nye emballageløsninger, fx **Rezip** eller **Cradle to Cradle** certificeret emballage.



Miljøvenlig Pakning er en sammenslutning af virksomheder der alle pakker og sender varer og dermed bruger emballage, men som samtidig går op i at skåne miljøet og vores klodes begrænsede ressourcer



REDUCE



REUSE



RECYCLE

End-of-life

End-of-life behandling af solgte produkter

Vi er i proces med at skrive på alle varer som en fast del af produktbeskrivelsen, hvordan produktet bedst håndteres efter brug. Vi bekymrer os om, hvor vores produkter ender henne efter endt brug, og vil derfor lave en end-of-life-strategi for alle produkterne med anbefalinger til korrekt bortskaffelse med så høj grad som muligt af genbrug (helst) eller genanvendelse (næstbedst).





Social ansvarlighed

En særlig indsats for sårbare mennesker

Cirka 500.000 danskere med psykiske, fysiske eller sociale udfordringer i livet står uden for arbejdsmarkedet. Det er menneskeligt spild, både for den enkelte, virksomhederne og samfundet.

Derfor pakkes alle firmagaver fra Right On på vores pakkeri, der beskæftiger udsatte og sårbare mennesker. Her har vi en vaskeægte "jo mere, jo bedre"-situation: Jo flere gaver du bestiller fra Right On Firmagaver, jo flere arbejdsopgaver til vores elskede pakkeri, og jo flere mennesker får mulighed for en ny og bedre tilværelse.

Det sker bl.a. med hjælp fra den danske nonprofit organisation Code of Care. Derudover er social ansvarlighed med som parameter i vores procedure for produktudvælgelse (se side 7).



Code of Care

Mere care - mindre mig

Code of Care er en nonprofit organisation, som inspirerer til, informerer om og skaber innovation inden for virksomhedernes sociale ansvar. De arbejder på, at flere mennesker med psykiske, fysiske eller sociale udfordringer i livet inkluderes på de danske arbejdspladser.

Certificeringer



Godkendte

certificeringer er en vigtig parameter, når vi udvælger produkter. Dels sikrer de forbrugeren at produktet lever op til forskellige krav, og samtidig at de på hver deres måde bidrager til en mere bæredygtig fremtid. Vi prioriterer derfor produkter, hvor der er en høj grad af transparens helt tilbage til producentleddet. Og en rigtig god måde at sikre sig ordentlige forhold hele vejen igennem værdikæden er gennem certificerede produkter.



FIRMA GAVEN
Right On
MED FOKUS PÅ MILJØ OG BÆREDEYGTIGHED

FN's Verdensmål

3 - Sundhed og trivsel



DELMÅL 3.9

Reducér sygdom og dødsfald på grund af kemikalier og forurening

8 - Anstændige jobs og økonomisk vækst



DELMÅL 8.4

Brug ressourcerne effektivt i forbrug og produktion



DELMÅL 8.6

Hjælp unge i arbejde, uddannelse og praktik



DELMÅL 8.8

Beskyt arbejdstager rettigheder og skab sikre arbejdsmiljøer

12 - Ansvarligt forbrug og produktion



DELMÅL 12.2

Brug og håndtér naturressourcer bæredygtigt



DELMÅL 12.4

Håndtér kemikalier og affald ansvarligt

15 - Livet på land



DELMÅL 15.2

Stop skovrydning og genopret ødelagte skove



DELMÅL 15.5

Beskyt biodiversitet og naturlige levesteder



VERDENSMÅL
 for bæredygtig udvikling

Vi kender efterhånden alle den regnbuefarvede palette fra FN. Den, som symboliserer de 17 verdensmål, som frem til 2030 skal sætte kursen mod en mere bæredygtig verden.

Hvert eneste produkt, virksomhed, mærkningsorganisation og indsats er vigtige aktører for at nå i mål. Og helt basic handler det om at tage et helhjertet og ærligt ansvar, og hver dag agere efter det – ikke kun i tale, men også i handling!

Vi fokuserer primært på følgende delmål, som alle relaterer direkte til de produkter, vi tilbyder samt vores daglige forretning:

Klimakompensation eller aflad?

En ting vi gør, som har en direkte, positiv og regenerende virkning på klimaet, er at klimakompensere, fx ved at plante træer. Nogle mener, det er noget pjat, eller endda greenwashing, men vi er uenige. Når man planter et træ via en træplantningsorganisation, så kommer det til at stå i generationer og suge CO₂ ud af atmosfæren, skabe bosteder for dyr og fugle og være med til at beskytte vores grundvand mod forurening – uanset hvad vi mennesker kalder det eller mener om det. Vi er helt klar over, at træplantning ikke er en endelig løsning, der hjælper os helt i mål, men det er en del af en løsning, der bidrager til mindre CO₂ i atmosfæren.

Derfor har vi valgt at støtte den danske nonprofit organisation Growing Trees Network med en donation til nye træer for hver kundeordre. Det betaler man ikke ekstra for som kunde, men vi bruger en fast del af vores overskud på træplantning. Og for hver ordre får man et bevis på, hvor mange nyplantede træer ens ordre har medført.

Derudover kan man efter ønske få at vide, nøjagtig hvor i Danmark de enkelte træer er plantet.



Vi støtter...

Danmark er et foreningsland og mange mener, at foreningslivet er grundstenen i vores samfund og kultur. Men lige nu er mange lokale foreninger under pres. Den stigende centralisering påvirker de små klubber og foreninger - både økonomisk, men også i det daglige, frivillige arbejde. Vi skal værne om de lokale foreninger, som både giver indhold, glæde og drømme til mange børn og voksne, men som samtidig bidrager til at binde Danmark sammen på tværs af aldre, samfundsgrupper og interesser. I Right On har vi en intern regel om, at vi alle skal deltage aktivt i foreningsarbejde i vores fritid - og derudover støtter vi hvert år udvalgte foreninger med en økonomisk håndsrækning.

Nedenfor kan du se hvilke foreninger vi har valgt at yde støtte til:

Sponsorater



Randers FC
8920 Randers NV



SG TEAM GYM
5700 Svendborg



Randers Tennis & Padel
8920 Randers NV



SHEA Skanderborg Håndbold
8660 Skanderborg



HSF - Hornbæk Sportsforening
8920 Randers NV



Fortuna Svendborg
5700 Svendborg



Parasport Danmark
2605 Brøndbyders NV

Målsætninger

Det forbrugsvalg, som i dag fremstår som det bedste, kan være mainstream om få år. Når det sker, og der findes mere bæredygtigt fremstillede produkter, er det tid til at genoverveje, om et produkt fortsat skal være i vores sortiment. Den, der står stille, sakker bagud. Derfor er en fast del af vores koncept konstant udvikling, og vi skal hele tiden holde vores viden ajour. Det gør vi især ved at omgive os med og benytte os af eksperthjælp, som sørger for kontinuerligt at skubbe os fremad i den rigtige retning. Som eksempel kan nævnes, at vi i 2022 fik tildelt midler til et SMV:Grøn puljeforløb, hvor vi i samarbejde med rådgivningsvirksomheden WorldPerfect (www.worldperfect.dk) bl.a. fik lagt flere lag på vores koncept, og i det hele taget blev beriget med masser af ny, faglig viden.

Vi vil derfor fortsætte vores arbejde og opstille en række målsætninger. Vi har valgt 2022 som baseline, da det var her, vi lancerede vores nuværende produktudvælgelseskoncept.

PRODUKTNIVEAU	2022	2023	2024	2025	2026
Certificerede produkter skal samlet set udgøre:	80%	90%	100%	100%	100%
Produkter som scorer på alle 4 kriterier skal samlet set udgøre:	15%	25%	50%	75%	100%
End-of-life beskrivelser pr. produkt skal samlet set udgøre:	10%	75%	100%	100%	100%
Varer produceret indnefor EU (incl. DK) skal samlet set udgøre:	20%	30%	45%	60%	70%
EEMBALLAGE					
Gave -og forsendelsesemballage som er skånsom mod miljø og klima skal samlet set udgøre:	100%	100%	100%	100%	100%
Produktemballage (leverandører) som er skånsom mod miljø og klima skal samlet set udgøre:	55%	75%	100%	100%	100%
Certificeret cradle-to-cradle emballage (eller lign.) skal samlet set udgøre:	5%	15%	30%	50%	75%
DONATIONER					
Plantning af nye træer (Growing Trees) skal øges med:	10%	10%	10%	10%	10%
Medarbejderdonationer til velgørende organisationer skal øges med:	10%	10%	10%	10%	10%
Sponsorater til lokale foreninger skal øges med:	10%	10%	10%	10%	10%



Vi deler vores viden...

...og tager gerne dialogen

Vi gør vores bedste for at sikre, at alle vores produkter på en eller flere måder er bedre end tilsvarende, sammenlignelige produkter på markedet. Det er besværligt, og nogle produkter har ikke god, sammenlignelig dokumentation. Vi har alligevel valgt at bruge den tid, der er nødvendig for at kunne stå inde for hvert enkelt produkt, og vi deler gerne vores overvejelser.

Det er vores klare ambition, at man skal kunne genkende indholdet i denne Bæredygtighedsrapport i vores sortiment. Hvis ikke det er tilfældet, har vi fejlet. Men vi har mange varer fra mange producenter, og både vores sortiment og de andre produkter på markedet ændrer sig hele tiden. Hvis der er noget, vi har overset, så tager vi gerne dialogen om det. Ingen af vores produkter er uundværlige, og vi er klar på at vælge fra, hvis vores valg ikke giver mening.

Dokumentation og opfølgning

Vores målsætninger skal kunne ses direkte i vores produktudvalg, og vi følger op på det med statistik hvert år i vores årlige Bæredygtighedsrapport.

Samtidig får hver af vores kunder en individuel rapport for hvert køb, der opgør, hvor mange produkter, der har bidraget til hver af vores fire udvælgelseskriterier, samt antallet af træer, der er blevet plantet.

Vi er stolte af vores arbejde for at sikre vores kunder de bedst mulige produkter, men vi kan tage fejl. Den vigtigste opfølgning er derfor den fra jer – vores kunder eller samarbejdspartnere. Vi er åbne og fremlægger vores dokumentation, og modtager meget gerne forslag, kommentarer eller konstruktiv kritik af vores sortiment eller formidling heraf. Kun gennem transparens og åbenhed kan vi sikre, at vores ideer bliver testet i virkeligheden, og at vi lærer af vores fejl.

Du kan kontakte os [HER](#), og vi skal gøre vores bedste for at besvare din henvendelse hurtigt.

Bæredygtighedsrapport

2025

TAK...

Tak fordi du valgte at bruge tid på at læse om vores tanker og strategi. Vi håber, du har fået lyst til at blive kunde hos Right On Firmagaver og hjælpe os med at fortsætte den rejse, der helst aldrig skal stoppe.

Right On[®]