

RUDOLPH CARE
BY ANDREA RUDOLPH

ESG-rapport 2022

Miljø, samfund, ledelse

- Indledning
- Fakta om virksomheden
- Indsatsområder
- Opgørelse af ESG-nøgletal
- Opgørelsespraksis
- Væsentlighedsvurdering
- Mærker, certificeringer og andre forpligtelser
- Virksomhedens arbejde med FN's verdensmål



Intro

Dette er den første ESG-rapport fra Rudolph Care. ESG står for 'Environment', 'Social' og 'Governance', og rapporten indeholder vores indsamlede data om disse forhold. ESG er et supplement til de klassiske årlige rapporteringer i form af f.eks. årsregnskab og års-beretning. Vi offentliggør denne rapport, fordi det er et mål for os at være så transparente omkring vores nøgletal for Rudolph Care som virksomhed som overhovedet muligt.

Rudolph Care udvikler og sælger naturlige skønhedsprodukter med et holistisk fokus på effekt og sundhed, fri for skadelig kemi. Vores vision er at udvikle produkter og efterlade et aftryk, som er inden for klodens planetære grænser, og på sigt kun benytte os af uudtømmelige ressourcer, bygget på regenerative principper. Vi vil desuden dedikere min. 4 % af vores overskud til at arbejde med at sikre, at de familier og økosystemer, hvorfra vi får vores ingredienser, får støtte ud over igennem direkte handel.

For at kvantificere vores produkters aftryk er vi i gang med at udarbejde livscyklusanalyser for hele produktet, ingredienserne såvel som emballager og alle dertilhørende processer. Dette skal hjælpe os med at identificere de største aftryk og de processer, der ligger til grund for det. Vi vil derefter aktivt forsøge at reducere eller eliminere ved at efterspørge bedre alternativer til den eksisterende løsning.

Vi har overordnet set forpligtet os til at følge Parisaftalens 1,5 graders scenarie både på kortere og længere sigt og vil blive såkaldt 'Net Zero' i 2040 ved at reducere vores scope 1 og 2 med 50 % indtil 2030 fra referenceår 2020 og scope 3 med min. 90 % indtil år 2040.

Vi vil her dele vores erfaring, fremskridt og udfordringer i bæredygtighedsarbejdet i alle niveauer af virksomheden. Vores værdikæde er baseret på ingredienser fra hele kloden, og det er vores ambition at bygge tætte samarbejder med leverandørerne af vores kerneingredienser, ud over den egentlige handel. At skabe transparens i alle led og skaffe den nødvendige information fra store og små leverandører er den største udfordring i vores indsats for at bidrage til holde kloden væsentligt under de 2 grader celsius, som foreskrevet i Parisaftalen.

Vi håber, at vores arbejde med opgørelse af et produkt over dets livscyklus, GHG-opgørelser og ESG-nøgletalsopgørelse giver os indsigt i, hvordan vi løbende kan forbedre vores performance og mindske vores aftryk.

Team Rudolph Care og Andrea Elisabeth Rudolph



Fakta

Rudolph Care skaber skønheds- og velværeprodukter med afsæt i filosofien om at luksus og effekt ikke skal gå på kompromis med planetens og menneskers sundhed. Derudover laver vi også værdibaserede produktsamarbejder med andre virksomheder.

Sektor	[Beauty, sundhed og wellness, kosmetik]
Produkter/services	[Skin care, livsstilsgenstande og behandlinger]
Markeder	[B2B, detailhandel, B2C, high end magasiner]
Bruttofortjeneste	28880687
Antal ansatte	[31]
Opgørelsesperiode	[2022]



Indsatsområder

Virksomheden <i>Målsætning 1</i>		Produkter og emballage <i>Målsætning 2</i>	Sociale projekter <i>Målsætning 3</i>
Ambitioner	● For Rudolph Care er det afgørende, at vi følger reduktionsmålene fremsat af Parisaftalens 1,5 graders scenarie. ● Vi vil derudover arbejde mod at opnå status som ‘Net Zero’ i 2040 på tværs af vores værdikæde. ● Derudover fokuserer vi fortsat på alle former for konkrete tiltag, der kan gøre Rudolph Care til en endnu mere ansvarlig virksomhed gennem vores arbejde som B Corp-certificeret virksomhed. ● Rudolph Care har som ambition at opnå status som B Corp Elite ved vores recertificering i 2027, en status som udelukkende er forbeholdt de enkelte virksomheder, der gør en særlig forskel med deres forretning.	● Rudolph Care vil udarbejde LCA’er (Life Cycle Assessment er et værktøj til at vurdere, hvilke miljøpåvirkninger og hvilket ressourceforbrug der er knyttet til et produkt eller en service) på alle vores produkter og kommunikere åbent og transparent omkring det aftryk, de sætter. Vi vil desuden anvende indsigten til at forbedre produkternes miljøaftryk. Vi har en ambition om at udarbejde LCA’er på alle vores produkter i vores sortiment ved 2030. ● Vi ved, at emballage er en oplagt reduktionsmulighed for os og har en ambition om, at Rudolph Cares emballage i 2030 skal indgå i et 100 % lukket kredsløb. Dette håber vi at opnå ved at redesigne vores emballager, så dette er muligt.	● Rudolph Care vil gøre en positiv forskel der, hvor vi sourcer vores ingredienser. Vi vil inddrage lokalbefolkningen og de arbejdere, der høster vores ingredienser, i at bestemme, hvordan vi bedst kan støtte lokalt. ● Det er desuden et erklæret mål, at vi hos Rudolph Care ønsker at bidrage til en positiv for verden. Derfor støtter vi udvalgte organisationer, nationalt og internationalt, som tager udgangspunkt i samme verdensmål og fundamentale værdier som os, og som gør en væsentlig og klar indsats inden for deres felt.
Tiltag	● Vi har kvantificeret vores scope 1, 2 og 3 og er i gang med at sende en ansøgning til SBTI (Science Based Targets Initiative), hvor vi konkret vil forpligte os økonomisk til at nå i mål med vores reduktionsmål. ● Derudover er vi i løbende dialog med vores udlejer omkring initiativer til at reducere vores scope 1- og 2-udledning gennem energiforbedringer af bygningen. ● Vi har opsat ladestandere for at gøre det mere attraktivt for vores medarbejdere at køre elbil og derved reducere vores scope 3. ● Vi er i fuld gang med sammen med vores leverandører at finde reducerende tiltag, som kan sikre, at vi kan nå ‘Net Zero’ inden 2040. ● For at nå i mål med vores overordnede B Corp-ambition har vi ansat konsulenter, som skal hjælpe os med vores recertificering og uddanne os til selv at kunne varetage dette arbejde fremadrettet. Derudover vil vi åbne op for flere ‘impact business models’ for at fremme vores udvikling i en positiv retning.	● Vi har søgt fondsmidler til at gentænke, hvordan vores emballager kan genbruges og forsat sikre hygiejne, bruger-venlighed og æstetik. Dette har hidtil ikke været muligt på grund af vores lave mængde af konserveringsmidler i produkterne.	● Vi har et stærkt og flerårigt samarbejde med de familier, der høster vores kerneingrediens, açai, i Amazonas. Vi har finansieret reparationen af den lokale skoles tag, som huser 150 børn, og sikret, at skolen ikke længere har lukkedage grundet regn. Hertil har vi sikret adgang til rent vand og suppleret møbler og skriveredskaber, så børnene har de rette forudsætninger for at lære. Vi har også etableret en grøntsags- og spirehave, som producerer frisk grønt til skolebørnene og spirer til genoprettelse af udpinte økosystemer, og så kommer vi til at etablere en ‘multicourt’, som skal give et samlingspunkt for fysisk udfoldelse, leg og arrangementer for områdets beboere.
Status	● Vi er blevet nødt til at udarbejde vores GHG-opgørelser ved hjælp af hybridmetoden. Det vil sige, at vi benytter os af primær data såvel som monetær data til at estimere vores samlede GHG-opgørelse. Vi håber på fremadrettet at kunne opgøre vores GHG-opgørelse udelukkende baseret på primær data fra vores leverandører. Situationen er, at mange leverandører endnu ikke har de nødvendige kvalitetsdata til rådighed. Samme udfordringer gør sig gældende for indsamling af data til at udarbejde LCA’er på emballage og produkter. Tallene er endnu ikke blevet defineret, hvilket gør, at arbejdet er præget af antagelser om, hvordan det i virkeligheden forholder sig. Vi ved, at dette ikke er optimalt, men de kvalificerede anslæde tal er med til at skabe nye traditioner og fokus på området, så vi fra år til år kommer længere i vores dataindsamling globalt.	● Vi har gennem de sidste mange år arbejdet med alternativer til plastbaseret emballage af fornybare ressourcer og materialer fra affaldsstrømme. Vi har etableret projekter baseret på papirmasse, et andet baseret på sammenpressede træfibre, et tredje projekt bygget på bionedbrydelig plast blandet med opskyllet tang og et fjerde projekt bygget på kaffegrums. Desværre kom ingen af disse projekter ud på hylderne, enten på grund af krav fra vores vigtige certificering Svanemærket, lugt eller emballagens robusthed. Vi prøver hele tiden at gentænke formen for emballagen og den måde, man bruger den på, så vi kan holde materialet i brug så længe som muligt, før det genanvendes.	● Vi har finansieret reparationen af den lokale skoles tag, som huser 150 børn, og sikret, at skolen ikke længere har lukkedage grundet regn. Hertil har vi sikret adgang til rent vand og suppleret møbler og skriveredskaber, så børnene har de rette forudsætninger for at lære. Vi har også etableret en grøntsags- og spirehave, som producerer frisk grønt til skolebørnene og spirer til genoprettelse af udpinte økosystemer.

ESG-nøgletal

ESG-nøgletal	Enhed	2022	2021	Mål
Enviroment				
CO2e-udledning inden for scope 1	CO2 ton eq.	1,96	2,39	1,5 t anno 2030
CO2e-udledning inden for scope 2	CO2 ton eq.	8,11	4,8	4 t anno 2030
CO2e-udledning inden for scope 3	CO2 ton eq.	1.560	1.364	Min. 90 % reduktion anno 2040
Samlet CO2e-udledning (scope 1, 2 og 3)	CO2 ton kg eq.	1.570	1.371	Min. 90 % reduktion anno 2040
CO2-intensitet, samlet CO2e-udledning ift. omsætning	kg CO2 eq. / bruttofortjeneste i 1.000 kr.	0,0543	0,042	Årlig reduktion på 7 %
Samlet energiforbrug	MWh	197,4	139	50 % reduktion anno 2030
Energiintensitet, samlet energiforbrug ift. omsætning	MWh / bruttofortjeneste i 1.000 kr.	0,0071	0,00427	Årlig reduktion på 7 %
Vedvarende energiandel, vedvarende energiforbrug ift. samlet energiforbrug	Procent	71	79,7	100 %
Vandforbrug	m3	116	36,125	Vores vandforbrug er primært forbundet vores medarbejdes forbrug. Vi vil i højere grad forsøge at udnytte vores vand i så vid en udstrækning som overhovedet muligt, eksempelvis gennem gråvand- og regnvandsopsamling til skyl og vanding af planter. Vi har derfor en ambition om at ændre vores vandbrugspraksis, men ikke nødvendigvis et entydigt reduktionsmål.
Håndtering af farligt affald	kg	Vi behandler farligt affald efter retningslinjerne for Københavns kommune og dertilhørende fraktion.	Vi behandler farligt affald efter retningslinjerne for Københavns kommune og dertilhørende fraktion.	Sikrer, at alt farligt affald bliver håndteret korrekt, heriblandt under vores årlige skraldeindsamling, hvor vi blandt andet samler elektronik og lignende.
Håndtering af genanvendeligt affald	Vi opgør vores mængde af genanvendeligt affald i kg for de fraktioner, vi kan sortere i på adressen: pap, papir, metal, plast, rest, glas og farligt affald.	Vi har fuldstændig affaldssortering på alle etager på kontoret og har opsat retningslinjer fremsat af Københavns kommune.	Vi har fuldstændig affaldssortering på alle etager på kontoret og har opsat retningslinjer fremsat af Københavns kommune.	'Zero waste' eller maks. 10 % af affald til afbrænding; resten skal kunne sorteres.

Fortsættes på næste side



ESG-nøgletal		Enhed	2022	2021	Mål
Social					
Sygefravær	Procent		2,78	4,65	Mål om at have et arbejde og en kultur, der ikke bidrager til sygedage.
Arbejdsulykker	((Antal arbejdsulykker * 1.000.000) / samlet antal arbejdstimer for alle FTE'er		21,79		
Medarbejderomsætning	Procent		9,67	16	Vores ambition er at skabe en kultur, der giver én lyst til at blive. Og at ansætte folk i jobpositioner, hvor vi kigger langsigtet, frem for på kortsigtede behov.
Medarbejdertilfredshed	Vurdering fra APV		3,4 / 4		4 / 4
Kønsdiversitet i organisationen	Procent		100	100	Vi vil forsøge at rette vores fokus mod grupper, der i højere grad er underrepræsenterede på arbejdsmarkedet.
Kønsdiversitet i direktionen	Procent		100	100	Se svaret for kønsdiversitet i organisationen
Kønsdiversitet i øvrige ledelsesslag	Procent		100	100	Se svaret for kønsdiversitet i organisationen
Kønsdiversitet i øverste ledelsesslag	Procent		66,7	66,7	Se svaret for kønsdiversitet i organisationen
Governance					
Lønforstel mellem CEO og medarbejdere	Forhold		2,98	2,671	3:1
Lønforstel mellem køn	Forhold		1,648	1,039	1:1, når arbejdsbyrde og ansvar også er fordelt 1:1

I dybden med *E-nøgletal*

CO2-udledninger

- Generelt udgør vores scope 3 minimum 95 % af vores samlede CO2-udledning. Dette skyldes hovedsageligt, at vi outsourcer meget arbejde, heriblandt vores produktion, distribution og bortskaffelse.
- Vi kan konstatere, at vores scope 2-emissioner af varme er steget. Dette skyldes hovedsageligt, at vi har været mere til stede på kontorerne i år i forhold til 2021, som pga. covid var præget af hjemmearbejde.
- Og dette er også koblet med, at emissionsfaktoren fra Høfor var omkring 25 % højere end i 2021. Vores elektricitetsforbrug er øget, da vi har åbnet kontor i Norge, hvor varmen også er elektrisk. Derfor er vores elforbrug steget så markant fra 2021 til 2022 (50 %).
- Vi ser dog, at vores strømforbrug for vores hovedkvarter på Antoinettevej 3 er faldet, på trods af at vi er mere på kontoret end i 2021.

Vi forventer, at vores emissioner fortsat vil stige frem mod 2025, da vi på nuværende tidspunkt ikke har afkoblet vækst og emissioner. Vi mener dog, at vores tiltag og fokus vil sikre, at vi får reduceret vores scope 1 og 2 med 50 %, målt i forhold til vores 2020-værdier. Og at vores værdikæde begynder at benytte sig af vedvarende energikilder og udskifter teknologi, som ikke blot medfører en kortsigtet reduktion, men potentielt set kan blive emissionsfri på sigt.

Vandforbrug

Af vores opgørelse fremgår det, at vores vandforbrug er næsten fordoblet på et år. Det skyldes primært, at vi har overtaget og aktiveret endnu en etage i vores lejemål. Desuden var 2021, som før nævnt, præget af hovedsageligt hjemmearbejde på grund af covid-19.

Energiforbrug

- Størstedelen af vores energiforbrug går til at opvarme vores kontorer, da huset, vi bor i, samlet set er 937 m² og har energimærkning G, hvilket gør det til en meget energitung opgave.
- Vi har generelt foretaget screening af vores elektriske apparater og opsat kriterier for køb af ny elektronik på baggrund af Ecovardis score og en energiklasse som min. C eller bedre for nye apparater.
- Vi har i 2022 forsøgt at sænke temperaturen til 19 grader indendørs i videst muligt omfang.
- Vi har gennemgået vores elforbrug og løbende udskiftet til apparater med bedre energimærkning, når det var muligt. Vi vil naturligvis bruge vores elektronik, indtil det ikke kan mere, og vil etablere såvel energigenererende tiltag for at reducere vores strømforbrug som energiforbedrende tiltag og reducere forbruget ved at sænke temperaturen og mindske varmemeforbruget.

Affaldshåndtering

I Rudolph Care har vi indført 100 % fælles affaldssortering. Vi har fjernet alle personlige skraldekurve og i stedet lavet sorteringsstationer rundt om i virksomheden. Vi oplever dog stadig, at der sker en del fejlsortering. Typisk ser vi, at pap fra mad havner i pap, og at bionedbrydeligt plastik havner i plast. Vi arbejder derfor løbende på, hvordan vi kan sortere korrekt.

I dybden med *S-nøgletal*

Sygefravær

I 2021 ligger sygefraværet i Rudolph Care på et niveau (4,65 %), som ligger over landsgennemsnittet (3,5 %) samme år. Vi var i højere grad ramt af sygdommeldinger under covid-19. I 2022 så vi til gengæld et langt lavere sygefravær (2,72 %) i forhold til landsgennemsnittet (4,2 %), og dette kan kobles med vores Arbejdspladsvurdering (APV), der kunne konstatere, at arbejdsforholdene ikke bidrager til et øget sygefravær for samtlige af vores medarbejdere. Vi har dog af samme APV-opgørelse kunnet konkludere, at der fortsat er mulighed for forbedringer for at kunne reducere arbejdsrelateret stress, og vi er i gang med at revurdere processer og klargøre ansvarsområder og skabe mere klare arbejdsgange i samarbejde med vores medarbejdere.

Arbejdsulykker

Vi har registreret én arbejdsulykke i 2022. Det har øget vores fokus på at sikre, at vi har en sikkerhedskultur, hvor vores medarbejdere kan vurdere, om der er løst liggende effekter, der kan udgøre en risiko, og derfor fjerner dem.

Vi har desuden gennem vores APV identificeret, at der op til flere steder har været risiko for at falde. Vi har derfor truffet de fornødne foranstaltninger og fjernet de effekter, som viste sig at give anledning til de fleste gener, såsom tæpper i gangarealer, hvor mange passerer.

Kønsdiversitet

Som det fremgår af vores opgørelse, er vi 100 % kvinder i virksomheden, når man udelukkende tager udgangspunkt i fastansatte. Vi har deltidsansatte mænd i studenterstillinger og tilknyttet på freelancebasis.

Vi er meget bevidste om og ønsker, at vi skal øge indsatsen på området og har derfor nedsat et diversitetsudvalg, som har til formål at identificere muligheder for og fremsætte idéer til, hvordan vi skabe rammerne for en inkluderende og omfavnende arbejdsplads.



I dybden med *G-nøgletal*

Lønforskel mellem CEO og medarbejdere

Vores opgørelse viser, at CEO får mellem 2,5 og 3 gange mere end medianlønnen for ansatte, hvilket vidner om en sund fordeling af vores lønninger, når vi tager udgangspunkt i B Corps ramme.

Lønforskel mellem køn

Vi har i størstedelen af 2021 og hele 2022 kun haft mænd ansat i timelønnede positioner med lavt til intet ansvar, og vi har derfor ikke den medarbejdersammensætning, der muliggør en retsvisende sammenligning mellem køn og ansvar.



Opgørelsespraksis

ESG-nøgletal

Enviroment

CO2e-udledning inden for scope 1

CO2e-udledning inden for scope 2

CO2e-udledning inden for scope 3

Samlet CO2e-udledning (scope 1, 2 og 3)

CO2-intensitet, samlet CO2e-udledning ift. omsætning

Samlet energiforbrug

Energiintensitet, samlet energiforbrug ift. omsætning

Vedvarende energiandel, vedvarende energiforbrug ift. samlet energiforbrug

Vandforbrug

Håndtering af farligt affald

Håndtering af genanvendeligt affald

Beregningsmetoder til opgørelse af ESG-nøgletal

Aktiviteter i virksomheden (A) * emissionsfaktorer (B)

Aktiviteter i virksomheden (A) * emissionsfaktorer (B)

Aktiviteter i virksomheden (A) * emissionsfaktorer (B)

Scope 1 + scope 2 + scope 3

CO2-total / bruttofortjeneste

Σ (brugt brændselstype (t) * energifaktor pr. type brændsel) pr. brændselstype + (brugt elektricitet (inkl. vedvarende energi) (MWh) * 3,6) + (brugt fjernvarme / fjernkøling inkl. vedvarende kilder til varme/køling (GJ)).

Samlet energiforbrug / bruttofortjeneste

(Vedvarende energi / energiforbrug) * 100

Summen af alt forbrugt vand - brutto

Beskriv jeres metode

Beskriv jeres metode

Fortsættes på næste side



ESG-nøgletal

Social
Sygefravær
Arbejdsulykker
Medarbejderomsætning
Medarbejdertilfredshed
Kønsdiversitet i organisationen
Kønsdiversitet i direktionen
Kønsdiversitet i øvrige ledelseslag
Kønsdiversitet i øverste ledelseslag
Governance
Lønforskel mellem CEO og medarbejdere
Lønforskel mellem køn

Beregningsmetoder til opgørelse af ESG-nøgletal

Sygetimer / antal arbejdstimer (inkl. overarbejde) * 100
Antal arbejdsulykker * 1.000.000) / samlet antal arbejdstimer for alle FTE'er
(Frivilligt + ufrivilligt forladende FTE'er) / FTE'er) * 100
Andel af medarbejdere, som er tilfredse med at arbejde hos Rudolph Care - fra APV
(Kvindelige FTE'er + kvindelige midlertidige arbejdere) / (fuldtidsarbejdsstyrken)) * 100
Andel af kvindelige direktionsmedlemmer af det samlede antal direktionsmedlemmer (i procent)
Andel af kvindelige ledere af det samlede antal ledere (i procent)
Andel af kvindelige bestyrelsesmedlemmer ud af den samlede bestyrelse (i procent)
CEO compensation / medianmedarbejderløn
Gennemsnitlig løn baseret på køn

Opgørelsespraksis

Scope 1, 2 og 3

Scope 1

- Vi har p.t. to firmaleasede biler, hvor vi har opgjort mængden af brugt brændstof for regnskabsåret. Vi har ikke nogen produktion eller opvarmning på stedet.

Scope 2

- Vi har fået primær data fra leverandører (fjernvarme, elektricitet, vand). Vi har taget udgangspunkt i miljødeklarationen for strøm, da vi ikke har mulighed for at garantere, at den strøm, vi faktisk bruger, er grøn. Kilden er valgt som certificeret grøn strøm.

Scope 3

- Vi har kunnet få primær data fra vores primære leverandører. Markedet er komplekst, og indsamlingen af data kompliceres af, at mange agenter bidrager til at source ingredienserne til os fra en række underleverandører. Dette forårsager, at vi ganske enkelt har mange underleverandører, som igen har en række underleverandører. Derfor bliver dataindsamling meget vanskelig og uden for vores direkte værdikædes rækkevidde.
- Vi har ikke kunnet få emissionsdata på emballageniveau og har derfor taget udgangspunkt i en antaget mængde af købt plast. I takt med at vi overgår til mere primær data, er vi bekymrede for, at vi overser nogle af de afledte emissioner, som den monetære opgørelse også omfatter. Vi har derfor forsat taget en uforholdsmæssig stor andel monetære omkostninger med i vores udregning for at sikre, at vi ikke underestimerer vores CO₂-udledning.
- Vi har ikke haft mulighed for at indsamle data på samtlige processer for hver ingrediens, som vores produkter indeholder, og derfor har vi taget udgangspunkt i monetær data til at belyse denne udledning med.
- Vi har ikke kunnet opgøre emissionsdata fra vores samples og har derfor lavet antagelser af det relative CO₂-aftryk fra disse.
- Vi har ikke kunnet få skabt indsigt i det specifikke CO₂-aftryk pr. produkt for både emballage og indhold.

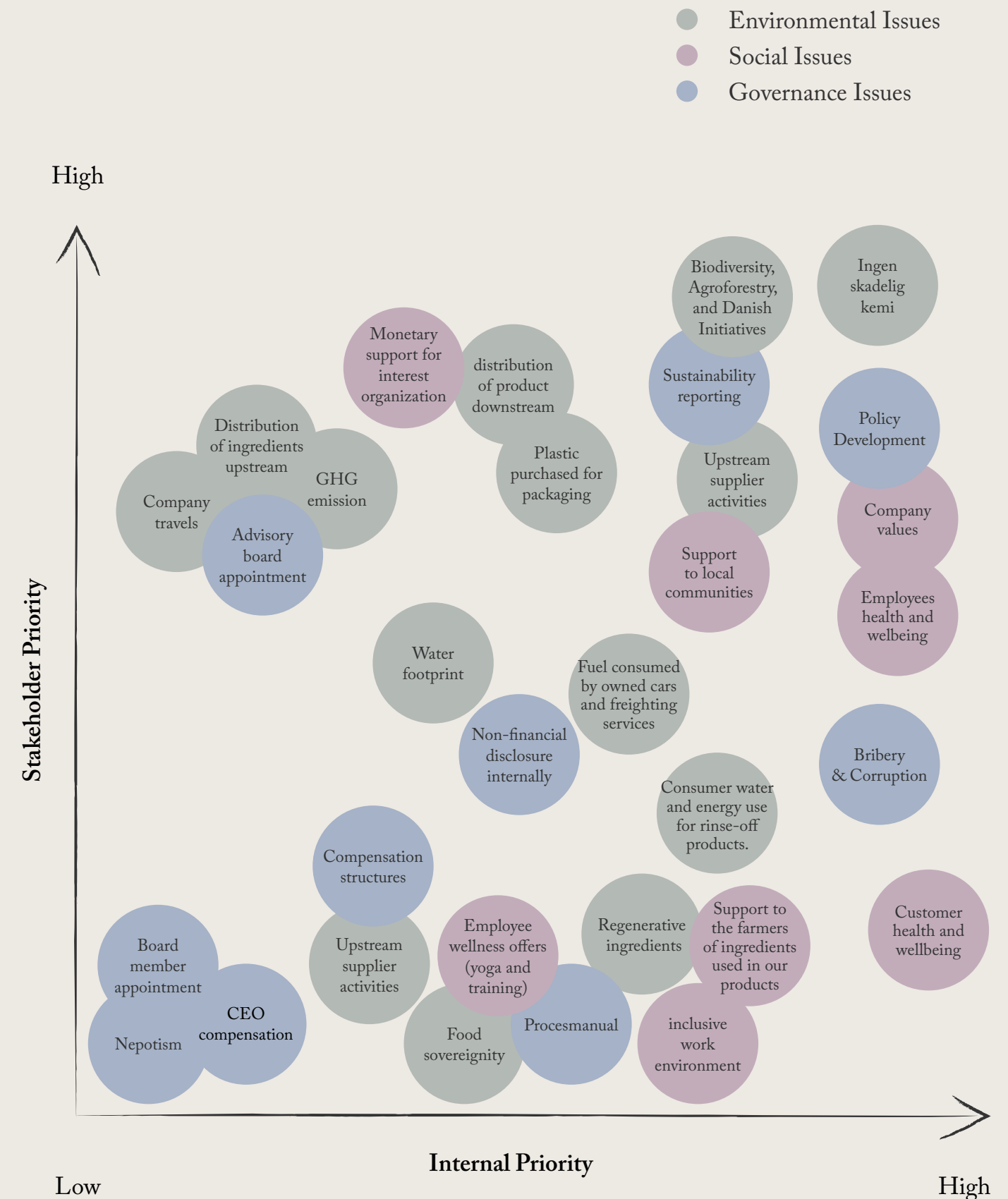
Vi har påbegyndt arbejdet med at forstå, hvad vores emissioner er på produktniveau. Vi forventer først at kunne give et korrekt estimat, når Product Environmental Footprint-metoden (PEF) bliver færdiggjort, og der kommer en bredere konsensus om at indsamle og kvantificere miljøaftrykket for processer på tværs af hele værdikæden.

STRATEGY FOR
SUSTAINABLE
GROWTH

Væsentligheds-vurdering

I et forsøg på at forstå, hvad vores interessenter ser som det vigtigste indsatsområde, har vi udarbejdet væsentlighedsanalyser. Væsentlighedsanalysen skal hjælpe os til at identificere de indsatsområder, som har høj intern prioritet og høj prioritet fra vores interessenter. På næste side ses vores første eksterne væsentlighedsvurdering. Vi vil gentage denne øvelse for alle relevante interessenter for at prioritere vores indsats inden for forskellige impact-kategorier. Gennem denne øvelse bliver det tydeligt, at alle kategorier (i siderne af modellen) skal inkluderes og er af væsentlig prioritet for virksomheden. For eksempel ser vi ikke negativ indflydelse på menneskeligt helbred som særligt sandsynligt, men eftersom at det er en af vores kerneværdier, har vi sat den som havende stor negativ indflydelse med lav forekomst.

Vores intention er at udføre workshops med produktionspartnere og interesseorganisationer og spørgeskemaer til vores kunder samt enkelte interviews. Herefter vil vi have en prioriteret oversigt over de indsatsområder, der berør samtlige interessenter gennem hele værdikæden.



Certificeringer

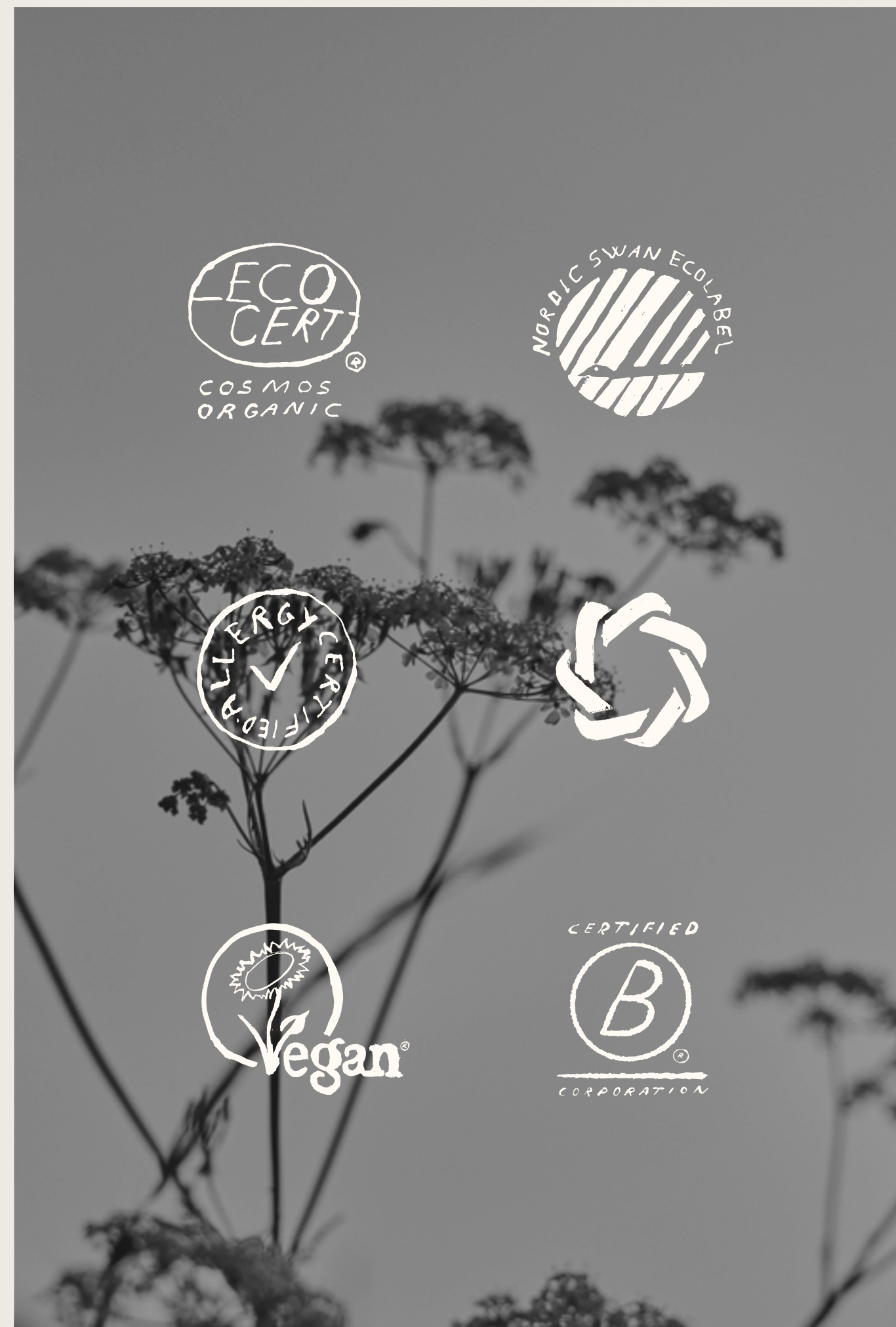
Rudolph Care skaber eksklusive skønhedsprodukter, der tager bæredygtige hensyn til såvel mennesker som miljø. Langt størstedelen af vores produkter er krydscertificerede i kombinationen af det nordiske miljømærke Svanen, i unik kombination med den europæiske økologiske certificering COSMOS Organic, og de er samtidig helt fri for de 26 kendte allergene parfumestoffer, som EU anbefaler, at man undgår.

Den dobbelte certificering er vores enkelgaranti for, at indhold og indpakning til hvert enkelt produkt er nøje udvalgt ud fra, at dyrkning, forarbejdning, produktion, arbejdsforhold og emballage lever op til strenge krav til miljø og sundhed.

Svanemærket er det officielle nordiske miljømærke. Målet med mærkningen er at mindske belastning af miljøet, til gavn for mennesker, dyr og jordens ressourcer. For at opnå certificeringen skal et produkt opfylde en række strenge krav i alle relevante faser af dets livscyklus, herunder til de eventuelt anvendte kemikalier. Svanemærket ser på helheden. Fra råvarer til produktion, brug, bortskaffelse og recirkulering. Når man vælger et svanemærket produkt, er man med til at drive produktudviklingen i en mere bæredygtig retning.

Ecocert COSMOS Organic er en bredt anerkendt europæisk certificering, som garanterer, at mindst 95 % af ingredienserne stammer fra naturlige og fornybare ressourcer. Mindst 10 % af indholdet skal være økologisk i forbindelse med 'rinse off'-produkter og 20 %, hvis produktet skal blive på huden. Vi har i Rudolph Care valgt at fokusere på produkter, som ikke er skabt på bekostning af biodiversitet og menneskers velbefindende. Derudover er det vores brugers garanti for, at produkterne ikke indeholder GMO'er eller anden skrap kemi.

Hos Rudolph Care bruger vi vores certificeringer som et positivt værktøj – en ekstern part, der står inde for, at det, vi siger og skriver om produkterne, ganske enkelt er sandt. Certificeringerne understreger vores produkters kvalitet, effekt og aftryk i verden. Vi udvikler altid som udgangspunkt til begge vores kernecertificeringer, Svanemærket og Ecocert COSMOS Organic, og går kun – og meget sjældent – bevidst på kompromis, hvis vi ikke kan opnå den ønskede effekt inden for de strenge krav.



B Corp

B Corp-certificering er en global standard for, hvilken forskel en virksomhed gør for samfundet. Som certificeret B Corp forpligter man sig til at leve op til høje standarder både socialt, miljømæssigt og i forhold til gennemsigtighed. I januar 2021 blev vi B Corp-certificeret og er nu en aktiv del af den globale bevægelse, som ønsker at påvirke samfund og miljø så positivt som overhovedet muligt gennem ansvarlig virksomhedsledelse og praksis. Certificeringen betyder, at vi driver en forretning, der forpligter sig til at gøre en positiv forskel i verden og for den grønne omstilling.

Rudolph Care har afsat i forretningsmodellerne Toxin Reduction, Poverty Alleviation og Mission Locked, da vi i vores vedtægter har forpligtet os til gøre en positiv indsats i alle aspekter af vores forretning. Rudolph Care skal recertificeres i 2024, hvor vi håber, at sundhed bliver endnu en impact business model for virksomheden.



FN's verdensmål

Alle 17 verdensmål har vores opmærksomhed. Vi arbejder ud fra dem alle i det omfang, det er muligt for os. Vi har valgt at fokusere på fire mål, som er særligt fagligt nære og relevante for os, og hvor vi gennem delmålene kan gøre den største positive forskel i verden omkring os.

Verdensmål 3 <i>Sundhed og trivsel</i>	Verdensmål 12 <i>Ansvarligt forbrug og produktion</i>	Verdensmål 15 <i>Livet på land</i>	Verdensmål 17 <i>Partnerskaber for handling</i>
Delmål 9	Delmål 2, 4 og 5	Delmål 1 og 2	Delmål 16
Vi støtter blandt andet dette ved udelukkende at tilbyde produkter, som ikke udsætter forbrugeren eller kloden for skadelig kemi og andre problematiske stoffer såsom PFAS og hormonforstyrrende stoffer. Og også med afsæt i en filosofi om, at det at tage vare på krop og sind er en væsentlig forudsætning for at kunne drage omsorg for andre.	Vores emballage bliver designet med henblik på at reducere ressourceforbruget ved at tænke vægtreduktion og cirkulære forretningsmodeller ind hvor end muligt, givet vores virksomheds kontekst. Derudover stiller både vores Cosmos-certificering og Svanemærket krav til, hvordan vi kan designe vores produkter med henblik på at fremme ansvarligt ressourceforbrug med hensyn til emballage og naturlige ingredienser og udelukke brugen af skadelig kemi, miljøgifte.	Vi støtter målet ved, at al udnyttelse af naturen, i forbindelse med vores sourcing, er baseret på regenerative principper, og gennem at prioritere dokumenterede, certificerede ressourcer, der ikke forudsætter negative indgreb på eksisterende økosystemer.	I Rudolph Care mener vi, at vi kan gøre en reel forskel ved at indgå partnerskaber med virksomheder med samme værdisæt og sammen skabe en større indflydelse. Vi er blandt andet medstifter i B Beauty Coalition, som er en international sammenlutning af 63 B Corps fra 6 kontinenter og råder over 1.000 medarbejdere i beauty-industrien. B Beauty Coalition er skabt med henblik på at udvikle værktøjer til og dele erfaringer om best practice med alle de virksomheder, der ikke er påbegyndt deres bæredygtighedsarbejde eller har svært ved finde frem til, hvad der er den bedste løsning.

Tak fordi *du læste med!*

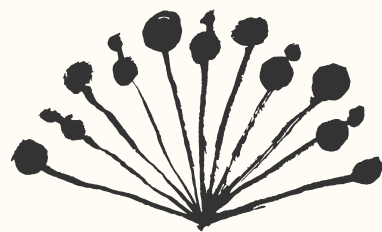
Du kan læse meget mere om Rudolph Care på rudolphcare.com og i vores årlige Bæredygtighedsrapport, som du finder [her](#).

Har du spørgsmål og idéer, er du altid meget velkommen til at kontakte os på info@rudolphcare.com.

Bedste hilsner
Team Rudolph Care og Andrea Elisabeth Rudolph

Rudolph Care A/S
30903412
Antoinettevej 3, 2500 Valby
kontakt@rudolphcare.com
+45 53 57 11 23





RUDOLPH CARE
BY ANDREA RUDOLPH