

Vår berättelse om

HÅLL

BAR

HEFT

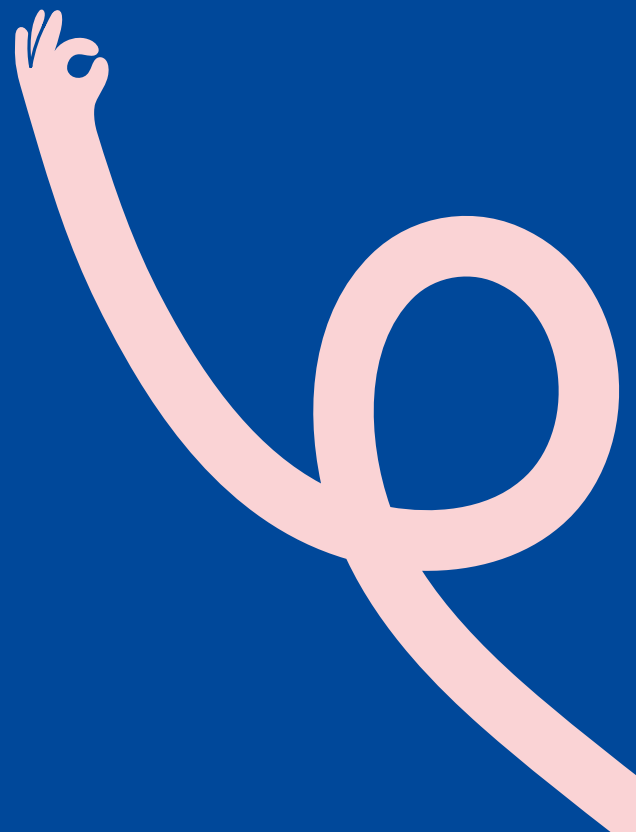
LAGERHAUS



Hej!

I den här berättelsen har vi samlat några exempel på hur vi arbetar med hållbarhet idag - i våra produkter, samarbeten, butiker och på vår arbetsplats.

Häng med!



Innehåll

04

VD-ord

Thérèse Elmquist,
VD på Lagerhaus

06

Intervju

Sara Hannedahl,
Inköpschef på Lagerhaus

08

Vårt presentpapper

Presentpapper från
Sverige i över 30 år

10

Återbruk

Så arbetar vi med
återbruk i våra butiker

12

Svensk tvål

Så produceras
vår tvål i Sverige

14

Våra kunder

Så säger våra
kunder om Lagerhaus

18

Min Stora Dag

Ett samarbete
med stor mening

20

Våra produkter

Våra favoritprodukter
skapade med tanke bakom

22

Våra girlanger

Dekorationer framtagna
för mer än en fest

24

Intervju

Anette Yngvesson,
Delägare på Lagerhaus

26

Våra medarbetare

Röster från våra
medarbetare på Lagerhaus

32

Vägen framåt

Vi fortsätter
för att bli ännu bättre



”
Vi accepterar
egentligen bara en
sak: att vi varje dag
ska bli lite bättre
än igår.

Thérèse Elmquist
VD på Lagerhaus

” Allt handlar om att ta ansvar

När jag får frågan vad hållbarhet betyder för Lagerhaus tänker jag på ansvar. Ansvar för de produkter vi skapar, de människor vi arbetar med och de resurser vi använder.

Ett synsätt som inspirerar mig är modellen som Johan Rockström och Pavan Sukhdev presenterade 2016, där de globala målen illustreras som en tårta. Där utgör den ekologiska hållbarheten grunden, med de sociala och ekonomiska dimensionerna ovanpå. Den påminner om något viktigt: att allt vi bygger är beroende av att vi håller oss inom planetens gränser.

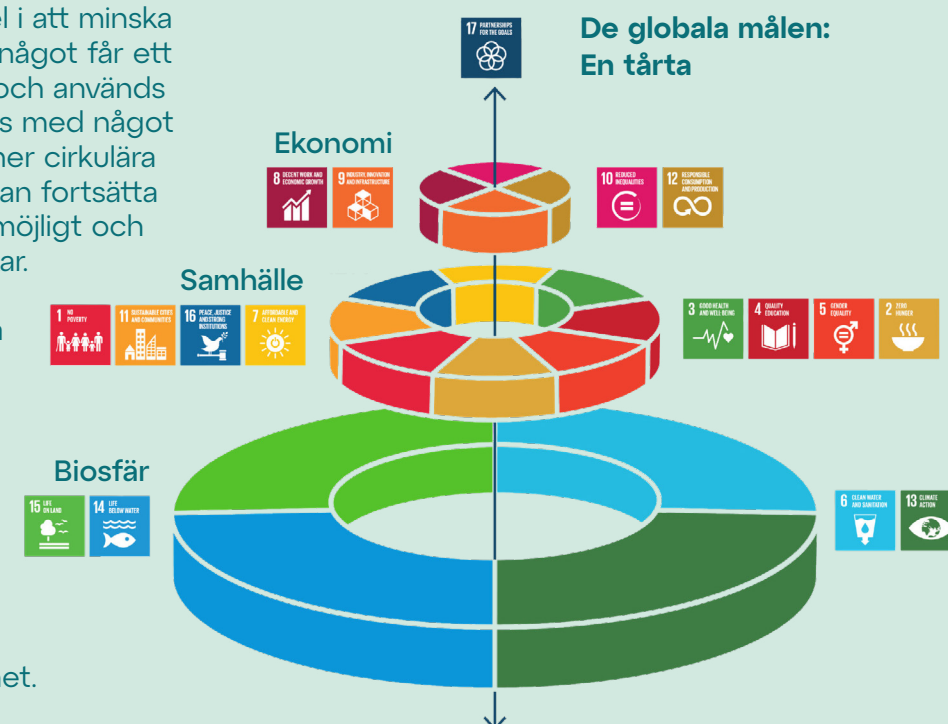
Därför börjar hållbarhetsarbetet för oss med jordens resurser. Vi tror att produkter som används länge är en viktig del i att minska behovet av nya resurser. När något får ett långt liv, uppskattas över tid och används om och om igen har vi lyckats med något viktigt. Vi arbetar också för mer cirkulära materialflöden, där material kan fortsätta vara en resurs så länge som möjligt och behovet av nya råvaror minskar.

Men hållbarhet handlar också om människor. Vi vill vara en arbetsplats där människor trivs, känner sig trygga och kan vara sig själva. Vi vill ge våra kunder information som gör det lättare att göra medvetna val och samarbeta med leverantörer som delar vår syn på ansvar och långsiktighet.

För mig handlar ekonomisk hållbarhet om att bygga ett företag som håller över tid. Ett företag som skapar värde för kunder, medarbetare och ägare, och som är en pålitlig partner för dem vi samarbetar med.

Vi är inte färdiga och vi ser inte hållbarhet som något man blir klar med. Men vi arbetar målmedvetet framåt och accepterar egentligen bara en sak: att vi varje dag ska bli lite bättre än igår.

Det här är vår berättelse om hållbarhet, beskriven både av oss själva och genom andra. En berättelse om de steg vi tar, de val vi gör och de människor som varje dag hjälper oss att bli bättre.



Det avgörs i designfasen



På Lagerhaus bestäms mycket innan produkten finns på riktigt. Inköpschef Sara Hannedahl berättar om hur hållbarhet vägs in i varje beslut - från design, materialval och leverantörer till produktion och framtida ambitioner.

Hur vägs hållbarhet in i inköpsbeslut och sortimentsutveckling?

- Hållbarhet är en del av vår inköpsprocess och vägs in när en produkt tar form. När vi utvecklar sortimentet tittar vi bland annat på hur produkten kan leva länge, cirkulära materialval, förpackningar, transportlösningar och leverantörernas arbetssätt. Målet är att fatta beslut som möter kundernas förväntningar samtidigt som vi arbetar för att successivt minska vår miljöpåverkan.

Hur ser du på betydelsen av svensk eller europeisk produktion i vissa delar av sortimentet?

- Svensk och europeisk produktion kan ge kortare ledtider, bättre möjligheter att anpassa inköpskvantiteter efter efterfrågan, närmare samarbeten och i många fall kortare transportavstånd. Här vill vi fortsätta hitta möjliga leverantörer och öka denna andel av vår produktion.

Hur arbetar ni med balansen mellan design, pris, kvalitet och hållbarhet?

- Det är ju en ständig avvägning. Hållbarhet är inte ett separat kriterium utan en del av produktens totala värde. En produkt ska både vara attraktiv, prisvärd och hålla över tid. Ofta handlar det om att hitta smarta lösningar där design och hållbarhet förstärker varandra.

Vad är du mest stolt över att ni redan har lyckats förändra och utveckla i ert arbete?

- Jag är stolt över att vi har tagit flera viktiga steg för att förbättra våra materialval, minska plast och förpackningar och integrera hållbarhet mer i vårt arbete. Det är ett långsiktigt arbete där varje steg räknas, och förändringarna vi gör idag bidrar till ett mer genomtänkt och ansvarsfullt sortiment för framtiden och våra kunder.

”

Hållbarhet är inte ett separat kriterium utan en del av produktens totala värde.

Sara Hannedahl
Inköpschef på Lagerhaus



Våra principer - från idé till användning



Hålla länge

Produkten ska hålla över tid både i kvalitet och funktion.



Användas igen

Vi tänker på återbruk och återanvändning redan i designen.



Återvunnet och certifierat

Vi arbetar för att öka användningen av återvunna och certifierade material.



Återvinnas

När produkten är uttjänt ska materialet kunna tas om hand på rätt sätt.



Ansvar i leverantörsledet

Våra leverantörer ska följa Lagerhaus Code of Conduct, med krav på bland annat arbetsvillkor, mänskliga rättigheter och ansvarsfull produktion.

Presentpapper från Sverige!



Allt presentpapper som Lagerhaus säljer tillverkas i Sverige



Lagerhaus har producerat presentpapper i Alingsås sedan 1997

Sedan 1997 har Lagerhaus skapat presentpapper tillsammans med svenska leverantörer, däribland Flexoprint i Alingsås och Hedlunds Pappersindustri AB i Askim. Samarbetet med Flexoprint har utvecklats från enfärgade rullar till dagens egen-designade mönster, med produktion i Alingsås under större delen av resan.

Över 25 år med Flexoprint

Samarbetet startar 1997

Kort efter att Lagerhaus öppnat sina första butiker inleds samarbetet med Flexoprint i Alingsås. Sortimentet består till stor del av enfärgade presentpapper.

Lagerhaus papper har sedan starten varit erkänt för sin prisvärda kvalitet med många återkommande kunder.

Tillsammans har vi utvecklats

När Lagerhaus sortiment växte utvecklades även presentpapperen. Från standardmönster och färgsättningar till unika designers framtagna av Lagerhaus.

Under åren har samarbetet omfattat allt från tryckteknik och färgval till papperskvalitet och olika produktionstekniska lösningar. Närheten mellan företag och människor har gjort det möjligt att utveckla produkterna tillsammans, från skiss till färdig rulle.

Närproducerat i Alingsås

Att ha produktionen i Alingsås innebär kortare transporter mellan Lagerhaus huvudkontor och lager, Flexoprint och övriga samarbetspartners jämfört med om produktionen hade legat längre bort i Europa eller Asien. Den geografiska närheten gör det också enklare att följa upp kvalitet, utveckla nya produkter och genomföra justeringar under produktionens gång. Produktionen i Alingsås innebär korta avstånd mellan flera av de aktörer som är involverade i produktionen.



Att få vara en leverantör som ligger geografiskt nära är bra både rent logistiskt och miljömässigt. Närproducerat i allra högsta grad.

Charlotte Lekmark
Produktionsplanerare på Flexoprint



Visste du?

Hållbarhet hos Flexoprint



Produktion i Alingsås

Flexoprint trycker, skär och förädlar papperet i vår fabrik i Alingsås. Råpappersrullar förvandlas i flera steg till färdiga presentpappersrullar. Tryck, kvalitet och färgåtergivning kontrolleras i varje steg innan papperet skickas vidare till butik.



Vattenbaserade färger

Redan under 90-talet ställde Flexoprint om till vattenbaserade tryckfärger. Färgerna används fortfarande i produktionen och är en viktig del av arbetet med att värna om både miljön och våra anställda.



Råvaror

Flexoprint köper certifierat papper, huvudsakligen från nordiska pappersbruk. Det ger god spårbarhet genom hela kedjan och kortare transportavstånd för råvarorna.



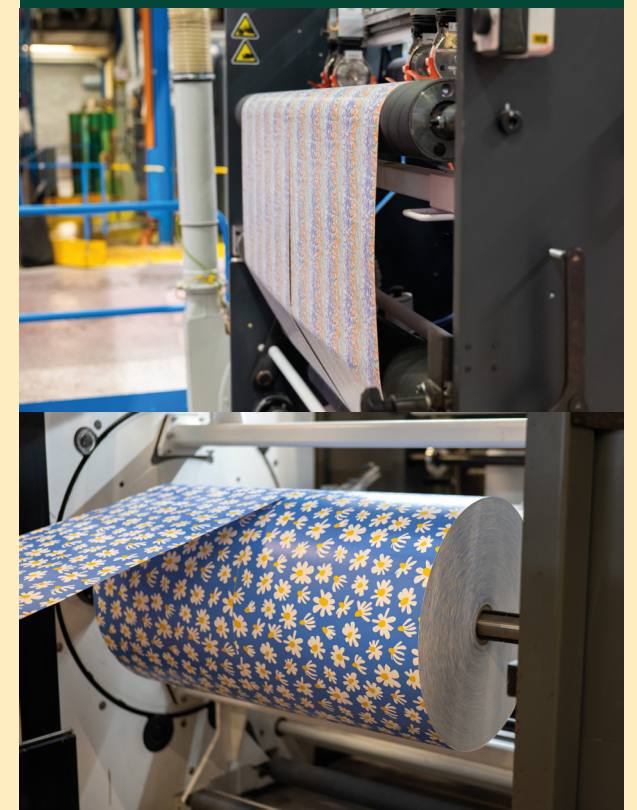
Energi

Produktionen drivs med el märkt Bra Miljöval. Elen kommer från förnybara energikällor som sol, vind och vatten.



Vi arbetar för att minska produkternas miljöpåverkan genom bland annat materialval, vattenbaserade tryckfärger och förnybar el i produktionen.

Charlotte Lekmark
Produktionsplanerare på Flexoprint



Återbruk i våra butiker

När en Lagerhausbutik byggs om eller tyvärr måste stängas får så mycket inredning som möjligt leva vidare. Den återanvänds i andra butiker eller sparas som reservdelar för framtida projekt.

Vi försöker också hitta nya användningsområden för det vi redan har. Inredning kan målas om, kassadiskar kläs om och delar anpassas för att fungera i nya miljöer i stället för att ersättas med nytt. På så sätt kan samma inredning följa med genom flera förändringar och få ett längre liv.

När vi själva inte längre har användning för inredningen försöker vi hitta andra vägar vidare. Genom samarbeten, som det med Räddningsmissionen som beskrivs på nästa sida, kan hyllsystem, kassadiskar och andra delar få nytt liv i nya verksamheter.

Ett butikskoncept byggt för att hålla

Som VM- och konceptansvarig arbetar Laurie Börjesson med att skapa butiksmiljöer som håller över tid. Genom att planera för återbruk redan från början blir hållbarhet en naturlig del av varje ombyggnad och nyöppning.

Hur tänker du kring återbruk av butiksinredning i ditt arbete?

– I en bransch där det är vanligt att byta ut all inredning vid en ombyggnad känner jag att det är viktigt att leva som vi lär – Reuse me! Fungerar inredningen för 10–15 år till? Kan vi göra något med det vi redan har?

Vi har utvecklat ett butikskoncept som kan förädas med tiden men som bygger på samma ursprungliga fundament som gör att vi vid renoveringar och nyöppningar kan återbruka inredning från stängda butiker som vi sparar. Antingen i befintligt skick eller genom ommålning.

”
Det är viktigt
att leva som
vi lär -
Reuse me!

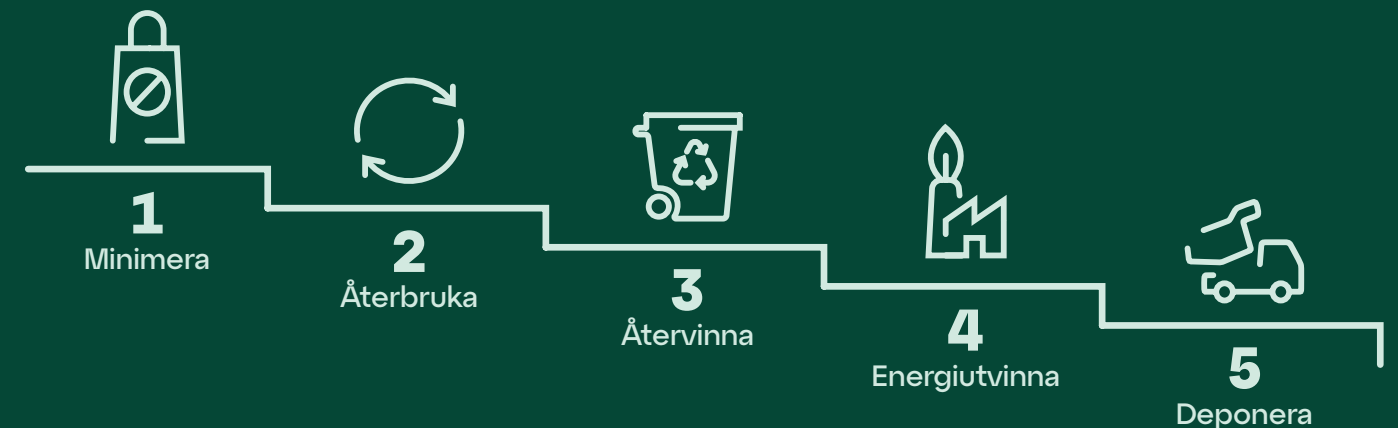
Laurie Börjesson
VM- & konceptansvarig på Lagerhaus

Om vi har avvikande inredning hittar vi nya användningsområden som till exempel hyllor till lagret. Det är ett arbetssätt som minskar behovet av att köpa nytt, sparar resurser och gör det möjligt för oss att skapa en trivsamt butiksmiljö.



Avfallstrappan

Vi använder avfallstrappan som vägledning och strävar efter att komma så högt upp i trappan som möjligt. För oss handlar det om att använda resurser smartare; att minska onödigt material och förlänga livet på det som redan finns.



Minimera

Vi minskar material och förpackningar där det är möjligt. Vi gör regelbundet tester för att identifiera produkter som kan säljas utan förpackning.

Återbruka

Vi utvecklar produkter för lång och flexibel användning. Våra kökshanddukar kan exempelvis bli tabletter och glas användas till både dryck och dessert. Trälådor kan förnyas genom målning.

Återvinna

Vi väljer återvunnet material där det är möjligt och arbetar tidigt i designfasen för att underlätta materialåtervinning där relevanta insamlingssystem finns.

Energiutvinna & deponera

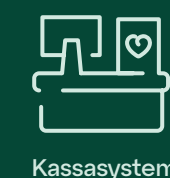
Genom medvetna val kring material, användning, återbruk och återvinning vill vi att så mycket som möjligt ska stanna kvar högre upp i avfallstrappan.

Återbruk med mening

När Lagerhaus butik på Vallgatan stängde fick delar av inredningen nytt liv hos Räddningsmissionens Klädrätt.

”
Tack vare ett cirkulärt tänkande kring återbruk av butiksinredning kan både miljönyttan och vårt sociala arbete gynnas, det är ytterligare ett exempel på hur material som annars riskerat att slängas kan användas. Genom donationer av butiksinredning från branschen kan vi investera pengar i annat som gynnar våra medlemmar samtidigt som miljön skonas från nyproduktion, vi är mycket glada för detta samarbete.

Det här har vi återbrukat!



Kajsa Johansson
Butikschef Socialt
Företagande på
Räddningsmissionen

Räddningsmissionen



Woho!

Tvål från Sverige!

Lagerhaus populära tvålar tillverkas i Sverige. Närproducerat har många fördelar och att öka andelen är ett av Lagerhaus affärsmål. Vi ställde frågor till Ola Rosquist och Daniel Shahbazi, som arbetar på NSI Sweden AB, om de val och processer som ligger bakom produkterna.

Vad ser ni som de största fördelarna med att produktionen sker i Sverige?

- Produktion i Sverige innebär kortare transportsträckor, hög spårbarhet och bättre möjligheter att säkerställa att våra processer lever upp till både kvalitetskrav och miljömärkningarnas kriterier. Det ger oss också större transparens genom hela produktionskedjan.

Vad är viktigt när ni väljer ingredienser till tvålarna?

- Vi utgår alltid från tre perspektiv: säkerhet, effektivitet och hållbarhet. Råvarorna ska vara skonsamma för användaren, ge god funktion och samtidigt uppfylla de krav som ställs inom exempelvis miljömärkningar.

”

Svensk produktion ger kortare transporter, hög spårbarhet och bättre kontroll.

Ola Rosquist
Affärsområdeschef på NSI Sweden AB



Vilka områden fokuserar ni på framåt?

- Vi arbetar vidare med att öka andelen återvunnet material i förpackningarna, utveckla produkter som uppfyller kriterierna för Svanenmärkning och minska produktionens klimat- och resursavtryck.

Snabb tvålfakta



75%

Andel återvunnet material i förpackningarna (flaska och pump)



100%

Förpackningar som kan återvinnas efter att produkten använts



100%

Producerat i Sverige med fokus på kvalitet



Producerad i Sverige

Våra tvålar tillverkas i Sverige, vilket innebär kortare transportsträckor och produktion under svenska miljö- och kvalitetskrav.



Spårbar produktion

Vi har spårbarhet i alla led från råvara till färdig produkt. Det skapar transparens och gör det möjligt att snabbt agera och fortsätta förbättra våra processer.



Förpackningar som kan återvinnas

Flaskorna är tillverkade av PET och kan sorteras som plastförpackning efter användning.



Tillverkad enligt GMP

Produktionen sker enligt GMP (Good Manufacturing Practice), en internationell standard som ställer krav på kvalitet, spårbarhet och dokumenterade processer genom produktionen.



Nästa steg

Tillsammans arbetar vi för att:

- Öka andelen återvunnet material i förpackningarna (ex. pumpen).
- Utveckla tvål som uppfyller kriterierna för Svanenmärkning.
- Minska produktionens klimat- och resursavtryck.

Med våra kunders ögon

För att få en bild av hur Lagerhaus upplevs av våra kunder ställde vi frågor om sortimentet, hållbarhet och vad som skapar värde i vardagen. Här delar två kunder med sig av sina tankar och erfarenheter.

”

Lagerhaus har hög trendkänslighet, överkomliga priser och bra kvalitet.

Anna Larsson, Lagerhauskund

Tänker du på hållbarhet när du handlar hos Lagerhaus? I så fall hur?

- Nej, inte direkt. Men jag noterar om det finns en märkning och väljer gärna varor från hållbar produktion. Det är dock inte alltid avgörande för mitt köp.

Vad är viktigt för dig när du väljer en produkt - till exempel material, kvalitet eller livslängd?

- Det beror på produkten, men generellt betalar jag hellre lite mer för kvalitet och bra materialval som kan ge längre livslängd.

Har du märkt något hos Lagerhaus som känns mer hållbart eller genomtänkt?

- Svår fråga. Jag kan ha tänkt på att pappersprodukter har miljömärkning, till exempel presentpapper. Allt som är märkt med någon form av miljömärkning eller att det är återvunnet material eller liknande känns som ett bra val.

Vad skulle du vilja se mer av framåt hos Lagerhaus när det gäller hållbarhet?

- Det skulle vara intressant med mer information om ursprung och spårbarhet i produkter och berättelsen bakom det. Det vore också intressant med "Lagerhaus Återbruk" där kunderna kan byta in gamla varor som sedan kan säljas om, antingen i befintligt skick eller restaurerat.

”

Lagerhaus känns både nytänkande, personligt och överraskande.

Evelyn Fyhr, Lagerhauskund

Tänker du på hållbarhet när du handlar hos Lagerhaus? I så fall hur?

- Nej, det gör jag inte faktiskt utan går bara på inspiration och känsla. Jag uppskattar hållbart så länge det inte påverkar priset eller kvaliteten.

Vad är viktigt för dig när du väljer en produkt - till exempel material, kvalitet eller livslängd?

- Alla de sakerna är viktiga för mig, men särskilt livslängden, som oftast går hand i hand med bra kvalitet och hållbara produkter.

Har du märkt något hos Lagerhaus som känns mer hållbart eller genomtänkt?

- Ja, jag var där igår och såg att flera pappersprodukter hade återvunnet papper. Men det är inte viktigt för mig. Pappersprodukter håller ändå inte så länge och då vill jag inte betala mer för att det är återvunnet.

Vad skulle du vilja se mer av framåt hos Lagerhaus när det gäller hållbarhet?

- Jag är helnöjd som det är. Jag ser gärna återvunnet material och dylikt, men inte till bekostnad av priset.



”

Allt som är märkt med någon form av miljömärkning eller att det är återvunnet material eller liknande känns som ett bra val.

Anna Larsson
Lagerhauskund

Med våra kunders ord

Det finaste kvittot är kanske det vi inte skriver själva. Under året har vi delat flera av våra hållbarhetsinitiativ i sociala medier. Här är några av de kommentarer vi fått från kunder, samarbetspartners och andra som följer vårt arbete.

”

Min dotter arbetar hos er och vittnar varje dag om att det stämmer. Trots utmanande juldagar är det en tacksam och glad tjej som landar i soffan och glatt berättar om glädjen till trots. Fler arbetsplatser som era behövs. Glädje och stolthet bygger energi.

Annika Ripa

Från ett LinkedIn-inlägg om vår certifiering som Great Place To Work.

”

Lagerhaus AB team ni är änglar. Hoppas flera företag följer era spår.

Khalid Mahmoud

Från ett LinkedIn-inlägg om samarbetet med Min Stora Dag.

”

Toppen att återanvända det som redan finns producerat... Heja Lagerhaus AB!

Christina Holmqvist

Från ett LinkedIn-inlägg om återbruk av inredning från butik.

”

Så roligt att ni tänker närproducerat och svenskt i synnerhet. Så mycket vackert att inspireras av i natur, dess material och färger. Kan bara bli bra!

Anna-Karin Granberg

Från ett LinkedIn-inlägg om svenskproducerade produkter.

”

Inte ens tänkt på detta när jag köper presentpapper tidigare - men nu har jag ännu godare skäl att köpa både present och papper på Lagerhaus!

Amanda Landfeldt

Från ett LinkedIn-inlägg om vårt svensktillverkade presentpapper.

”

Härligt, då fortsätter jag köpa mitt presentpapper hos er på Lagerhaus med gott samvete!

Ulrika Mikkelsen

Från ett LinkedIn-inlägg om vårt svensktillverkade presentpapper.

Med stöd från
Lagerhaus under 2025

177 barn

fick en Stor Dag

328 591 kr

insamlat till Min Stora Dag

Tillsammans skapar vi Stora Dagar

Genom vårt partnerskap med Min Stora Dag skapar vi stunder av glädje för barn som kämpar med allvarliga sjukdomar och diagnoser. Stunder som ger kraft att orka fortsätta genom operationer, behandlingar och utanförskap.

Samarbetet har vuxit fram över tid och utvecklats till ett långsiktigt partnerskap där tillit, gemensamma värderingar och viljan att göra skillnad står i centrum. Tillsammans med Min Stora Dag gör vi tillvaron bättre för barn som kämpar.

”

**Vi delar tron
på att små
saker kan
göra stor
skillnad.**

Hanna Leback
och Maria af Geijerstam
Ansvariga för partnersamarbeten på Min Stora Dag



Mer än en upplevelse

För barnen handlar en Stor Dag om mer än själva upplevelsen. Det är en paus från en vardag som ofta präglas av vård, mediciner och oro. Det är glädje, gemenskap och hopp. Och energi som räcker långt bortom själva dagen.

Våra gemensamma värderingar

Lagerhaus fokus på glädje, omtanke och det mänskliga mötet Min Stora Dags uppdrag att sätta barnet först och genom glädje bidra med kraft. Tillsammans skapar vi något som inte bara känns, utan också är äkta och meningsfullt. Happy moments!

En dag för att orka flera

Vi ser fram emot att fortsätta utveckla samarbetet och hitta nya sätt att engagera och göra ännu mer för barnen. Ambitionen är densamma hos oss båda: att fortsätta sprida glädje, hopp och skapa livslånga ljusa barndomsminnen.

”

Lagerhaus kombinerar hjärta med handling. De visar ett genuint engagemang, är nyfikna, prestigelösa och såväl lätta som sprudlande att samarbeta med. De har alltid en tydlig ambition att bidra till något större än den egna verksamheten.

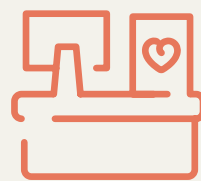
Hanna Leback och Maria af Geijerstam
Ansvariga för partnersamarbeten
på Min Stora Dag



Under året har vi:



Arrangerat lekterapikalas på barnsjukhus runt om i landet



Samlat in pengar i butik genom synlighet i kassor



Bidragit med produkter till frukostträffar, event och gåvor till månadsgivare



Bidragit till utsmyckning av evenemangslögar på Strawberry Arena



Delat ut goodiebags till barn som fått en Stor Dag



Skänkt 5 kr per papper från presentpappret Heartbeat till Min Stora Dag

Produkter med en tanke bakom

Vi väljer material med omsorg och designar med funktion och livslängd i fokus. Tillsammans med våra leverantörer delar vi ansvar för de produkter vi tar fram. Här är några favoriter!



Svenska doftljus

Tidlösa doftljus i glas med behagliga dofter, skapade av Lagerhaus egna designers. En fin detalj i hemmet och uppskattad gåva.

- Tillverkade och utvecklade i Sverige
- Rapsvaxbas utan animaliska ingredienser
- Glasbehållaren kan återanvändas
- Lång brinntid



30 år i sortimentet

Glasen Bodega är mångsidiga allglas för både kalla och varma drycker. Den tidlösa designen har gjort dem till en favorit i sortimentet i 30 år - lika användbara till vardags som till fest.

- Mångsidig och tidlös design
- Flera användningsområden
- Kan materialåtervinnas



Medaljer från EU

Våra populära chokladmedaljer är en uppskattad gest som går att äta upp! Banden kan sedan återanvändas till nästa hänge, exempelvis till studenten.

- Tillverkas och förpackas i EU
- Bandens design möjliggör återanvändning



Förvaring från Borås

Håll ordning med minimalistiska förvaringslådor för smink, badrumsartiklar eller kontorstillbehör. Perfekta i lådor, på hyllor, skrivbord eller bänkar.

- Tillverkade av 90% återvunnen plast
- Svensk produktion i Borås



Doftljus utan palmolja

Härliga doftljus i glasburk, skapade av Lagerhaus egna designers. Perfekta för att skapa en mysig känsla hemma med en god doft.

- 50% rapsvax från raps producerad i Sverige
- Veganska och fria från palmolja
- Tillverkade i Lettland
- Veke i ekologisk bomull



Svensktillverkade vykort

Egendesignade vykort till alla tillfällen! Födelsedagar, student, jul och andra festliga tillfällen. Personliga budskap med glimten i ögat.

- Tillverkade i Sverige
- Enkelvykort av Svanenmärkt papper
- Lokal produktion ger kortare leveranskedja
- Pappersbaserade produkter

Designade för fler än en fest

Våra girlanger är skapade för att bidra till stämningen vid många firanden.

Med genomtänkta material och en praktisk förpackning som gör det enkelt att använda samma dekoration flera gånger.

Materialval och detaljer



Återvunnet material

Flera av våra girlanger innehåller återvunnet material eller certifierat papper.



Praktisk förpackning

Förpackningen är designad för att skydda produkten i butik och samtidigt göra det enkelt att packa ned och förvara girlangen mellan festliga tillfällen.



Vattenbaserade färger

Vimplarna är tryckta med vattenbaserade färger, ett alternativ som minskar användningen av lösningsmedel och bidrar till en bättre arbetsmiljö vid produktionen.

Tillsammans utvecklar vi bättre lösningar

Lagerhaus och vår girlangleverantör Seet Kamal samarbetar för att tillsammans utveckla produkter och förpackningar.

Fokus ligger på att hitta lösningar som kombinerar funktion, hållbarhet och ett effektivt produktskydd.

Så förlänger du livslängden på din girlang:



Spara förpackningen så att du enkelt kan förvara girlangen till nästa gång.



Vik ihop girlangen försiktigt efter användning för att undvika onödigt slitage.



Förvara den torrt och skyddat tills det är dags för nästa firande.

”

Tillsammans med Lagerhaus har vi utvecklat förpackningar med fokus på att minska engångsmaterial och göra dem praktiska att använda om och om igen.

Lagerhaus girlangleverantör
Seet Kamal

” Hållbarhet, ansvarstagande och lönsamhet kan gå hand i hand

För Anette Yngvesson handlar det om att skapa värde över tid genom lönsam tillväxt, kloka materialval och en organisation som speglar de människor vi möter varje dag.

Vilka miljö- och klimatfrågor ser du som viktigast för Lagerhaus framåt?

- För mig är det oerhört viktigt att de företag jag driver verkar och agerar på ett sätt som känns bra i magen. Alla verksamheter har ett stort ansvar när det gäller hållbarhet och för mig är det en självklarhet att den frågan hela tiden är högt på agendan, vare sig det gäller materialval, effektivare transporter, närproducerat och att vara en trygg arbetsgivare.

Vilka frågor tycker du är viktigast som en större arbetsgivare inom handeln, ofta en av de första arbetsplatserna för flera unga människor?

- När vi har ansvar för så många medarbetare är det viktigt att vi har tydliga och sunda riktlinjer. Kollektivavtal är en självklarhet.

Våra medarbetarundersökningar kompletterar den ständigt pågående dialogen vi har i företaget och hjälper oss att fånga medarbetarnas tankar och önsningar. Jag brinner även för att fler kvinnor ska våga ta ledande positioner och

jag vet att förebilder skapar nya förebilder. Det vill jag självklart uppmuntra på Lagerhaus.

För Lagerhaus är det dessutom en styrka att vår organisation i hög grad speglar de kunder vi möter varje dag.

Vad betyder ekonomisk långsiktighet för dig och för Lagerhaus?

- Långsiktig lönsamhet är helt avgörande för allt vi gör. Det handlar om att fortleva som ett seriöst varumärke och företag i förhållande till våra kunder, leverantörer, medarbetare och ägare. Långsiktig lönsamhet skapar förutsättningar för oss att göra de investeringar som krävs för att vi ska vara långsiktigt relevanta med vårt erbjudande.

Vi gick in i 2025 på tuffast möjliga sätt men tack vare flera tuffa beslut så lyckades vi vända vårt negativa resultat från 2024. Vi har anpassat vår affärsmodell på flera sätt, från sortiment och inköp till butikskoncept och kostnadsstruktur, för att i fortsättningen driva en lönsam tillväxt.

”

Jag är stolt över att vi är ett varumärke som uppskattas av många, medarbetarundersökningarna visar att medarbetarna trivs och att vi varje dag strävar efter att förbättra oss.

Anette Yngvesson
Delägare och styrelseordförande
på Lagerhaus



Vi som jobbar på Lagerhaus!

I 2025 års medarbetarundersökning uppgav 92% av Lagerhaus medarbetare att de kan vara sig själva på jobbet och 85% att Lagerhaus är en mycket bra arbetsplats. Vi frågade några av våra medarbetare om hur det är att jobba på Lagerhaus.

Gemenskap!

Teamwork!

Glädje!

Stolthet!

92%
kan vara sig
själva på jobbet

85%
upplever Lagerhaus som
en mycket bra arbetsplats



”
Efter åtta år på Lagerhaus känner jag fortfarande att jag utvecklas.

Emma Borneskog, region-VM i Norge



Samhörighet

Det är samhörigheten som gör Lagerhaus till en bra arbetsplats. Alla idéer tas emot och ingen fråga är för dum.



Teamwork

Vi har kul på jobbet och stor respekt för varandra och våra olikheter. Vi vet att teamwork makes the dream work.



Framåtanda

Jag skulle vilja se ännu djupare upplärning kring sortimentet för att skapa större intresse, kunskap och ägarskap i butikerna.

”

Jag känner inte att jag behöver gå in i en roll när jag är på jobbet.

Vega Jacobsson Johnselius
Butikssäljare på Bromma Blocks



Gemenskap

Alla är så snälla och peppiga, både inom den egna butiken och över butiksgränserna.



Stolthet

Jag blir stolt när jag kan hjälpa kunder med produkter tillverkade i Sverige eller av återvunnet material - de är lätta att stå för.



Utveckling

Lagerhaus skapar en trygg miljö där jag får utvecklas som människa. Jag känner mig uppskattad.

”

Jag kan göra fel och bli bemött på ett bra och respektfullt sätt.

Hanna Fridberg
Butikssäljare på Marieberg Örebro



Trygghet och glädje

Jag vågar fråga och göra fel. Jag känner mig trygg med både kunder och kollegor.



Stolthet

Jag är stolt när det går bra för oss, våra kunder är nöjda och allt fler produkter vi säljer faktiskt tillverkas här i Sverige.



Förbättringsområden

Mindre ensamarbete, bättre arbetskläder och bonus när vi når våra mål hade varit toppen!

”

När människor känner att de kan vara sig själva, växer både engagemanget, arbetsglädjen och viljan att utvecklas tillsammans.

Emma Olausson
HR-chef på Lagerhaus

Röster från våra butiker



”

Det är trevligt att komma till jobbet. Vi stöttar varandra och har en öppen dialog där vi kan säga vad vi tycker. Jag känner mig uppskattad och sedd.

Monica Sandvik
Medarbetare på Grensen Oslo



Kommunikation

Vi kan säga vad vi tycker och har en bra kommunikation med kollegor och ledning.



Stolthet

Jag är stolt när kunderna ger positiv feedback och uppskattar våra produkter och vårt sortiment.



Uppskattning

Man får positiv återkoppling när man gör en insats och blir sedd.

Medarbetarna lyfter fram

Enligt vår medarbetarundersökning framträder Lagerhaus som en arbetsplats där dessa delar gör störst skillnad i vardagen:



Gemenskap

Vi stöttar, hjälper och lyfter varandra i butik, på kontoret och över landsgränserna.



Trygghet

Vi får vara oss själva och känner oss sedda, respekterade och inkluderade.



Ledarskap

Våra chefer är lyhörda, närvarande och inspirerande. Vi får frihet under ansvar.



Kreativitet

Vi arbetar med inspirerande produkter, butiksmiljöer och kundmöten som skapar glädje.



Engagemang

Vi gör det lilla extra, tar ansvar och arbetar med företagets bästa i fokus.



Stolthet

Vi är stolta över våra värderingar, vårt ansvarstagande och att göra rätt.

”

Vi skrattar och har roligt på jobbet. När vi lyfter varandras humör lyfter vi kundernas.

Linnéa Lundqvist
Medarbetare på Umeå City



Gemenskap

Vi samarbetar, skrattar och har roligt medan vi jobbar.



Kundglädje

Jag känner mig alltid stolt över att jobba här, särskilt när jag kan göra skillnad i kundernas vardag.



Delaktighet

Lagerhaus lyssnar på sina anställda och tar emot våra åsikter och önskemål.

”

När Lagerhaus visar omtanke genom samarbeten som Min Stora Dag blir jag extra stolt.

Lisette Nilsson
Medarbetare på Umeå City



Kreativitet

Det är kul att gå till jobbet och sprida glädje genom våra produkter.



Stolthet

Jag är stolt över att vi satsar på svensk design, ekologiska produkter och bra arbetsvillkor hos våra leverantörer.



Öppenhet

Jag kan till 100% vara mig själv på jobbet.

Ledarskap som skapar trivsel och utveckling

En stark kultur byggs i vardagen. Våra butikschefer har en nyckelroll i att skapa trygga team, engagemang och möjlighet till utveckling. Här berättar två av våra butikschefer om sitt ledarskap och sin vardag på Lagerhaus.



”

Jag vill att alla ska kunna göra allt, oavsett om man är säljare eller visual merchandiser.

Anna Gunnarsson
Butikschef på Marieberg & City i Örebro



Högt i tak

Alla är på samma nivå, får komma med idéer och input. Vi har högt i tak i vårt team.



Förtroende

Jag vill att alla ska kunna utvecklas trots att jag inte alltid är på plats.



Teamkänsla

Vi ställer upp för varandra och gör saker tillsammans, både på och utanför jobbet.



”

Att flera medarbetare valt att stanna hos mig i 10, 15 och snart 20 år är en ynnest.

Annika Hansson
Butikschef på Mobilia & Triangeln i Malmö



Trygghet

Tydliga mål och rutiner gör att medarbetarna känner sig trygga och vet vad som förväntas av dem.



Mångfald

Vi har en härlig blandning av bakgrunder, identiteter och erfarenheter som skapar en dynamik som både teamet och kunderna uppskattar.



Utveckling

Jag önskar att framtiden för med sig utbildningar för både butikschefer och personal, så att vi känner att vi utvecklas och får ny kunskap.

Vad är det som gjort att du trivts så länge på Lagerhaus?

- Jag har fått chansen av mina regionchefer att driva många olika butiker samtidigt på olika orter. Det har inneburit att jag fått nya möjligheter att utvecklas och träffa nya härliga medarbetare.

Mitt hjärta kommer för alltid att vara Lagerhaus-blått! Det finns inget annat företag där alla kämpar för varandra och gör allt de kan för att vi ska bli ett lönsamt och hållbart företag. Lagerhaus 4-ever!

Annika Hansson, butikschef på Mobilia & Triangeln i Malmö



Vi fortsätter arbetet!

Vårt hållbarhetsarbete fortsätter att utvecklas. Genom de val vi gör, de samarbeten vi bygger och de steg vi tar tillsammans vill vi hela tiden bli lite bättre.

Vi har kommit en bit på vägen, men det finns fortfarande mycket kvar att göra. Därför fortsätter vi att göra genomtänkta val, följa upp vårt arbete och vara öppna med både våra framsteg och vad vi kan utveckla.

För oss handlar hållbarhet om att göra skillnad där vi kan – konkret, tillsammans och steg för steg. Och vi ser fram emot att fortsätta resan!





Tack!