

**KNAUF**INSULATION

# NEWS

FOR A BETTER WORLD

## MOD ATT FÖRÄNDRA VÄRLDEN

S. 4

INTERVJU NEIL HARGREAVES

## STRÄVAN EFTER ETT MER SOCIALT HÅLLBART SAMHÄLLE

S. 8

## 6 TIPS FÖR ATT INTE BLI GALEN PÅ HEMMAKONTORET

S. 10



## BUSINESS & EMOTIONS

Reklam som känns i magen är reklam som skapar värde.

Det sägs att man äter med ögonen. Är dessutom innehållet välgjort ökar chanserna att gästen kommer tillbaka. Också så funkar det för företag. Bra kommunikation ska göra härligt väsen av sig, välkomna kunden och svara upp på de förväntningar som finns – och gärna mer än så. Känslor styr alla våra beslut och mycket handlar om den sammanlagda känslan ett företag lyckas förmedla. Vårt jobb är att sätta fingret på just den känslan. Först ut är broschyren du bläddrar i, en liten aptitretare som förhoppningsvis lovar mer. Trevligt att äntligen träffas.

Med vänlig hälsning,  
Business & Emotions

“Vi vill ha engagerade, motiverade och fokuserade medarbetare – och ledarnas roll i att kommunicera, sätta visionen och stötta sina kollegor är otroligt viktig för att lyckas.”

Hela intervjun med Neil Hargreaves på sida 8.

“På längre sikt önskar jag en mångsidig, inkluderande verksamhet på alla plan, en könsbalanserad organisation med anställda som återspeglar den lokala demografin.”

Hela intervjun med Asif Dar på sida 6.

3

### MARK GILLOT

Sträck på dig lite extra. Det gör jag.

4

### FOR A BETTER WORLD

Mod att förändra världen

6

### INTERVJU ASIF DAR

Ny struktur för en ny kultur

7

### DECLARE LABEL

En hållbar och unik kvalitetsstämpel

8

### INTERVJU NEIL HARGREAVES

Strävan efter ett mer socialt hållbart samhälle

10

### 6 TIPS

För att inte bli galen på hemmakontoret

12

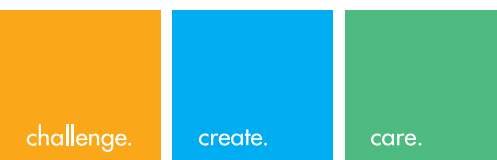
### VAD PANDEMIN HAR LÄRT OSS

Akustiskt välbefinnande i hemmet

14

### HÅLLBARHETEN SITTE I VÄGGARNA

Sjömarkens isolering



MARK GILLOT – MARKET DEVELOPMENT DIRECTOR FÖR NORRA EUROPA

# STRÄCK PÅ DIG LITE EXTRA. DET GÖR JAG.

Jag har arbetat på Knauf Insulation i nästan 20 år. Under den tiden har företaget alltid varit väl medvetet om att produkterna vi skapar spelar en avgörande roll i att förbättra byggnaders energiprestanda, sänka driftskostnader och bidra till en bättre värld. Arbetet mot nollutsläpp och cirkulär ekonomi har varit en hjärtefråga så länge jag kan minnas.

Som en konsekvens av pandemin har människors välmående klättrat högst upp på agendan, jämte miljöfrågorna. Vi vill förbättra levnadsmiljön för alla människor i de gemensamma rummen, men också individens privata miljöer – både i hemmet och på jobbet.

Vår prioritet har varit alla anställdas säkerhet, för organisationens skull såväl som för deras familjer och kunder. Alla som hade möjlighet att jobba hemifrån, jobbade hemifrån. Var man tvungen att komma till jobbet gjordes det efter strikt rotation i begränsat antal, med tydliga regler att följa.

När jag tänker på hur snabbt Knauf Group reagerade genom olika åtgärder för att skydda anställda och kunder är det tydligt att pandemin verkligen förde vår filosofi framåt – att sätta människan först. Att få tillhöra en organisation som inte bara pratar, utan faktiskt efterlever sina värdeord när det väl gäller, gör att jag sträcker på mig lite extra när någon frågar vad jag jobbar med. Jag är både glad och stolt över att vara en del av Knauf Insulation – framförallt känner jag mig trygg inför framtiden.

FOR A BETTER WORLD

# MOD ATT FÖRÄNDR VÄRLDEN

För att leva upp till vår vision; att bidra till en bättre värld genom smarta isoleringslösningar, kräver det att vi gör mer för människan och miljön. Vår nya hållbarhetsstrategi "For A Better World" är framtagen för att agera och ta ansvar över vår framtida generation.

## En helhjärtad insats för en hållbar framtid.

Vi arbetar med att skapa produkter som sparar energi, minskar utsläpp och säkerställer att byggnaderna är bra för miljön och människans hälsa. Under de senaste tio åren har hela organisationen arbetat mot en miljösamt, social och ekonomisk hållbarhet.

## Nu, för nästa generation.

Vi vill lämna efter oss en bra planet att bo på och har många långsiktiga mål att nå, men det räcker inte. I strategin "For A Better World" har vi även satt upp kortsiktiga mål för 2025 som hela organisationen kan börja arbeta mot redan idag. Vi har undertecknat FN:s 17 globala mål och vår hållbarhetsstrategi utgår från Agenda 2030 – en universell agenda för hur länder ska jobba tillsammans under de närmaste åren. Tänk om fler företag hade tänkt så när vi var små?

## Mot en koldioxidneutral kontinent.

Vi vill generera nettonollutsläpp. Ett mål som går i linje med EU:s åtaganden och bidrar till att göra Europa till den första kontinenten i världen som är koldioxidneutral 2050. Det är en lång väg till dess och det kommer kräva mycket av oss under tiden. Vi kommer att göra vår del genom att fortsätta driva igenom höga krav och förbättringar i vår verksamhet – med tydliga mål och en tro på det vi gör.

## Renovation Wave.

Idag har många européer ett hemmakontor, många har även förlorat sina jobb. På grund av pandemin har Europakommisionen presenterat Renovation Wave, en strategi med mål att fördubbla den årliga renoveringstakten i Europa – inom 10 år ska 35 miljoner byggnader renoveras! Det innebär att tusentals människor får ett jobb att gå till, koldioxidutsläppen minskar och livskvaliteten ökar för de boende.

## Tillsammans för fler.

Många människor lever i bränslefattigdom. Projektet kommer att resultera i att energiräkningarna minskar och att fler personer kan leva i ett tryggt och varmt hem. 36 % av de totala koldioxidutsläppen kommer från just byggnader – och för att lyckas nå Europamålen 2050 måste vi agera nu. Det krävs mod för att gå längst fram i ledet och tillsammans visar vi vägen för fler människor.

## FYRA MÅL FÖR FRAMTIDEN.



**Sätt människan främst.** En bättre värld börjar på jobbet. Vi vill se till att samhälle och människor utvecklas tryggt.



**Nolla koldioxidutsläppet.** Vår ambition är att uppnå noll koldioxidutsläpp. Minimal miljöpåverkan från produkter, fabriker och kontor.



**Circulär ekonomi.** Vi vill göra mer med mindre. Klok återanvändning och återvinning för allas bästa.



**Bättre byggnader.** Vi framtidsanpassar våra byggnader. En avgörande faktor för en bättre värld.

## KONKRETA MÅLSÄTTNINGAR ATT UPPNÅ TILL ÅR 2025.

En lägre grad rapporterade säkerhetsincidenter.  
– Vi ligger idag på 9,2 i TRIR men strävar efter att komma ner på

# FEM

Minska koldioxidutsläpp vid produktion med

# 15%

Reducera ekologiska fotavtryck från kontorsverksamhet och affärsresor med

# 25%

Investera

# 10%

av vår utvecklingsbudget i nya projekt – som syftar till att minska utsläpp och avfall.

Använda mer än

# 25%

externt återvunnet material i våra stenullsprodukter och mer än 65% återvunnet material i våra glasullsprodukter.

Minska mängden nyttillverkad plast i våra förpackningar med mer än

# 25%

# INGET

avfall från produktionen ska gå till deponi.

# NY STRUKTUR FÖR EN NY KULTUR



**VI VILL VARA EN MODERN ORGANISATION SOM DRIVS AV MODERNA LEDARE"**

## Motivation, engagemang och förändring.

– D & I-gruppen har stor betydelse, för alla på arbetsplatsen och för mig personligen. Jag har själv en annorlunda bakgrund och jag ser förändringar i samhället, hur farligt det är att normalisera orättvisor, hur små de än tycks vara. Engagemanget ser till att vi inte fastnar i gamla vanor, att verksamheten håller sig på tårna och rör sig framåt med tiden. De allra flesta kan relatera till några av de frågor som ingår i mångfald- och inkluderingsarbetet, förhoppningsvis är det en katalysator som skapar förändring. Vi vill få alla att se fördelarna i människors skiljaktigheter – inte bara för verksamheten, utan också för oss själva.



*"Jag har verkligen tyckt om att vara en del av den här gruppen! Tack vare att alla i gruppen har varit så öppna med sina erfarenheter har jag lärt mig otroligt mycket. Min förhoppning är att D & I ska finnas med i allt vi gör och bli en del av vår kultur på samma sätt som våra kärnvärden. Tänk vilken värdefull arbetsmiljö vi har möjlighet att skapa, som främjar lärande och samhörighet i hela organisationen."*

**Jane Curran, Commercial Support Manager**

Diversity & Inclusion Group (D & I) är skapad för att säkerställa jämlikhet på alla nivåer av Knauf Insulation. Asif Dar är Technical Services Manager och en del av den grupp som arbetar aktivt för mångfald och inkludering.

– Människan har alltid varit vår prioritet, men vi kan bli ännu bättre. Vi vill vara en modern organisation som drivs av moderna ledare, då krävs också en tydlig struktur för att stötta och behandla alla rättvist.

## En tydlig strategi för en trygg miljö.

– På Knauf vill vi försäkra oss om att var och en behandlas rätt, med tillgång till samma val och möjligheter som sin kollega. Vi vill att människor ska bidra med hela sitt sanna jag i sitt arbete och behandla varandras olikheter som styrkor. Genom en tydlig strategi vill vi göra det till en självklar del av företagskulturen. Eftersom trygghet ökar produktiviteten blir det en ekvation utan förlorare.

## Visionen om en vidsynt framtid.

– Vi måste komma ihåg att det här är ett arbete som aldrig tar slut – om tio år är vi fortfarande bara i början. Förhoppningen är att det då finns en självklarhet i hur vi bemöter och agerar kring alla de frågor som D & I-gruppen är skapad för. På längre sikt önskar jag en mångsidig, inkluderande verksamhet på alla plan, en könsbalanserad organisation med anställda som återspeglar den lokala demografin. Vi vill vara en organisation som leder med exempel, som får fler företag att förstå vikten av ett aktivt och långsiktigt arbete för jämlikhet. I framtiden är det en naturlig del av vår vardag.

# EN HÅLLBAR OCH UNIK KVALITETSSTÄMPEL

Vårt mål är att säkerställa byggnader som är bra för miljön, med hälsa och välbefinnande i centrum. Declare Label visar kunderna att de gör ett bra och miljösäkert val genom att välja Knauf insulation – den enda leverantör av mineralullsisolering i Europa som lyckats få kvalitetsstämpeln på lösull.

The Red List är en lista över ämnen som har utsetts som hälsofarliga av internationella hälsoorganisationer. Declare Label är motsvarigheten för byggprodukter. Ett bevis på hög nivå av transparens som gör det möjligt för oss tillverkare att visa att våra produkter inte innehåller några otillåtna, kemiska ämnen.

## Grönare byggnader.

Vår lösull, Supafil, är den första blåsbara lösullsisoleringen som är certifierad i Europa av Declare Label. Produkten i sin helhet består av Red List Free Materials, 80 % är skapad av återvunnet glas och resterande material består av rena naturresurser – mindre än 1% utgörs av mjukgörare. Certifieringen är också en nyckelfaktor för att uppnå poäng i Green Building Rating systemet som fokuserar på hållbara och hälsosamma material i byggandet. Värt att veta är att även våra skivor och rullar fick samma certifiering i Europa, under 2021.

## Miljömedvetna kunder.

Eftersom världen blivit alltmer miljömedveten är detta en viktig milstolpe i vårt arbete. Kunden vill informeras om vad byggmaterialet faktiskt innehåller och hur detta påverkar miljön, även i slutet av materialets livscykel – samt hur materialet kan påverka deras egen hälsa. Declarelistan är ett enkelt sätt att granska produkt ingredienserna och en trovärdig källa för kunden att luta sig emot.



BILD: MARKUS KAISER

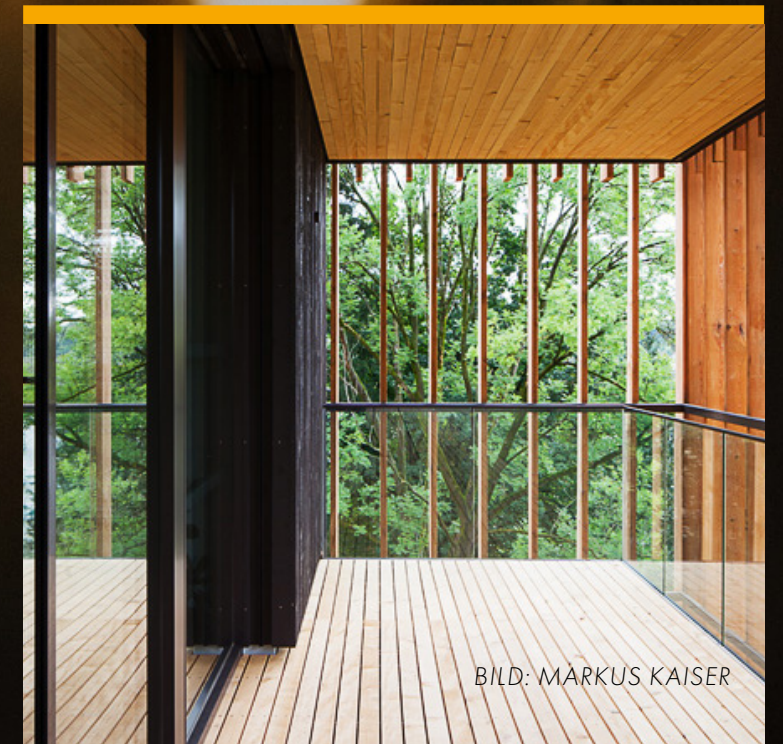


BILD: MARKUS KAISER

INTERVJU NEIL HARGREAVES, VD FÖR KNAUF INSULATION NORRA EUROPA

# STRÄVAN EFTER ETT MER SOCIALT HÅLLBART SAMHÄLLE

En nylanserad hållbarhetsstrategi och en pandemi som vände upp och ned på det mesta. Neil Hargreaves är VD för Knauf Insulation i Norra Europa och en av många som snabbt fick hitta nya lösningar på arbetsplatsen – med nya möjligheter och förbättringar som resultat.

**Pandemin har drabbat alla och på olika sätt. Att säkerställa välmåendet bland medarbetarna var första prioritet.**

– I mars förra året gick vi in i en reaktionsfas, allt var okänt och verksamheten påverkades enormt. Ändå har vi lyckats hålla igång vår produktion genom hela krisen – och välmåendet var en viktig del i det hela. Ungefär samtidigt lanserades vår nya "For A Better World Strategy" och tidpunkten var perfekt, eftersom den påminde alla om varför vi gör det vi gör. Vår första prioritet var att skapa en trygg miljö för alla våra medarbetare, bland annat genom

att snabbt utveckla ett tydligt ramverk att använda i det dagliga arbetet. När livet utanför arbetet känns osäkert är det ännu viktigare med en trygg och meningsfull miljö på arbetsplatsen – och kommunikationen var avgörande. Enligt en medarbetarundersökning nyligen fick vi höga betyg inom både genomförande och stöttning, vilket gör mig väldigt stolt över hur vi har prioriterat och agerat det senaste året.

**Social hållbarhet internt och insikten om ett agilt arbetssätt.**

– Verkligheten framöver kommer att se väldigt annorlunda ut än före krisen. Det flexibla, nya sättet att arbeta på är här för att stanna. Vissa människor trivs med att arbeta hemifrån, andra älskar den sociala interaktionen och vill vara på kontoret fem dagar i veckan. Vi vill ha engagerade, motiverade och fokuserade medarbetare – och ledarnas roll i att kommunicera, sätta visionen och stötta sina kollegor är otroligt viktig för att lyckas.

**Krisens fyra faser.**

– Efter den inledande reaktionsfasen var vi tvungna att bygga upp vår motståndskraft. Vi fokuserade på kärnelementen för att säkerställa att grundläggande förutsättningar – som att tjäna pengar – fungerade som det skulle. Under årets andra hälft gick vi in i återhämtningsfasen, där volym och efterfrågan på våra produkter började repa sig. Och när vi gick över till det nya året fokuserade vi på något vi kallar *Den nya verkligheten* – hur vi ska arbeta i framtiden. Totalt har vi gått igenom fyra faser: reaktion, motståndskraft, återhämtning och *Den nya verkligheten*.

”

**NÄR LIVET UTANFÖR ARBETET KÄNNS OSÄKERT  
ÄR DET ÄNNU VIKTIGARE MED EN TRYGG OCH  
MENINGSFULL MILJÖ PÅ ARBETSPLATSEN.”**



**Förståelse för psykisk ohälsa och ramverk för framtiden.**

Ett konkret exempel i synnerhet är att vi har infört första-hjälpen för psykisk ohälsa. På samma sätt som första-hjälpen är tillgänglig vid akuta och fysiska olyckor ska våra medarbetare få stöttning mentalt. Psykisk ohälsa måste tas på allvar och professionell hjälp ser vi som en förutsättning för att verkligen skapa trygghet och välmående bland medarbetarna.

Vi introducerade också ett ramverk på hur vi ska arbeta säkert i framtiden gällande virus, socialt avstånd, luftkvalitet och hygien. Vi har inte haft någon smitta i våra fabriker, vilket bevisar dess effektivitet. Utfallet har faktiskt varit så bra att vi har delat ramverket med andra företag.

**Knauf tar också ansvar utanför företaget och bidrar till social hållbarhet i samhället.**

– Vi vill inte bara slänga ur oss tomma ord, vi vill vara en positiv kraft i samhället. Vi har satt upp många långsiktiga mål som sträcker sig långt framåt, men också konkreta och kortsiktiga mål till 2025. Först och främst vill vi säkerställa alla människors möjlighet att trivas i en trygg miljö. Den andra punkten är att generera nettonollutsläpp och minimera påverkan av vår produkt och våra anläggningar. Den tredje punkten är att leverera en cirkulär ekonomi och att göra mer av mindre – glasullen som vi säljer i Skandinavien är tillverkad av upp till 80% återvunna flaskor. Den fjärde punkten är att skapa bättre byggnader och att se till att det vi bygger lämpar sig för framtiden. Människan kommer i första hand och det börjar alltid med säkerhet för oss.

**Förhoppningsvis har vi börjat se slutet av pandemin. Vilka är de största utmaningarna framöver och vilken roll har Knauf Insulation i att återuppbygga samhället?**

– 2020 har fått oss att inse vad som är viktigt i livet och jag hoppas att det lever kvar långt efter pandemin. Det har visat oss vilka jobb som är viktigast, och det är inte VD:ns eller de högt uppsatta – det är läkarna och sjuksköterskorna, de som jobbar i mataffären och på fabriken som har hållit igång ekonomin under krisen. Det har fått oss alla att omvärdera våra egna tankar om jämlikhet och social rättvisa.

Pandemin har även fått oss att se klimatkrisen med nya ögon, vilket är bra. Vi tillbringar mer tid i naturen och förhoppningsvis förstår fler hur viktig den är. Knauf vill bidra genom att bygga bättre, och vår produkt har förmågan att göra det. Alla har inte turen att arbeta för ett företag som har en vision som vår – och att veta att vi har en produkt som hjälper till att rädda världen gör det enkelt att gå upp på morgonen.

# 6 TIPS FÖR ATT INTE BLI GALEN PÅ HEMMAKONTORET

2020 blev året vi bytte kontorsplatsen till hemmakontor. Visst var det skönt att arbeta från soffan i pyjamas en dag eller två, men ska man arbeta hemma en längre period behövs struktur och rutiner för att särskilja jobb från privatliv. Här kommer 6 tips på hur du arbetar effektivt hemma!

## 1 FIKA ÄR NYTTIGT!

Det blir många koppar kaffe på en arbetsdag, men glöm inte att kaffe ofta är mer än en dryck. Det är en stund med kollegorna. Avtala en tid varje dag där ni träffas digitalt. Se varandra, diskutera utmaningar i arbetet eller prata om något helt annat än jobb. Det är nyttigt!



## 2 KAMMA DIG.

Dina slitna mjukisbyxor är säkert ditt favoritplagg och äntligen kan du tillbringa dygnets alla timmar som du vill. Men det är dags att byta om till vanliga kläder. Att göra sig i ordning inför jobbet gör också att vi går in i jobbläge.

## 3 HAR DU KÖRT FAST?

### LYFT LUREN OCH RING EN KOLLEGA.

Ni undviker missförstånd via mail eller sms och skapar en känsla av det "normala". Dessutom är det trevligt att höra någons annans röst än din egen. Ja, vi har väl alla börjat prata lite med oss själva nu när vi sitti hemma så länge.



## 4 ARBETA FRÅN EN OCH SAMMA PLATS, SOM PÅ JOBBET.

Vi vet att soffan är bekväm att landa i, men vill du verkligen att den ska förknippas med arbete? Har du ont om plats – städa bort din arbetsstation när dagen är slut så att du kan koppla bort och koppla av.



## 5 LÅT TVÄTTEN OCH DAMMSUGAREN VARA!

Helt plötsligt är alla de där vanliga vardagssysslorna extremt roliga att genomföra. Håll dig till din planering, låt tvätten ligga och dammrättorna vara tills arbetsdagen är slut. Vi lovar, de går ingenstans.

## 6 TA HAND OM DIG SJÄLV.

Gå en promenad, rulla ut yogamattan eller släng dig i soffan och kolla på ett avsnitt av din favoritserie. Fastna inte framför datorn för länge. Du mår bättre av att göra något du tycker om – och arbetet blir mer effektivt!



VAD PANDEMIN HAR LÄRT OSS

# AKUSTISKT VÄLBEFINNANDE I HEMMET

Högljudda konferenssamtal, bråkiga barn, distansundervisning, bullriga TV-apparater, skällande hundar, skrikande grannar och det konstanta ljudet av leveransbilar och mopeder. En pandemi som påvisat vikten av lugn och ro hemma.

#### Kostsam på fler än ett sätt.

Den påverkan som kontinuerlig bullerförorening har på vår hälsa och vårt välbefinnande är väldokumenterad. En undersökning från Världshälsoorganisationen visar att förlorade arbetsdagar, sjukvård, sjukhusresurser, minskad produktivitet och inlärningsutmaningar i genomsnitt kostar Europa 40 miljarder euro per år. I samma undersökning dras slutsatsen att långvarig exponering för överdrivet buller uppskattas orsaka 12 000 för tidiga dödsfall och bidra till 48 000 nya fall av ischemisk hjärtsjukdom årligen. Dessutom lider 22 miljoner européer av kronisk irritation och 6,5 miljoner människor lider av betydande sömnstörningar. Alla dessa besvär kan leda till problem med kardiovaskulär hälsa, vakenhet och produktivitet.

Buller och ljud minskar produktiviteten med 66 %.

Enligt en brittisk undersökning kan överdrivet buller i öppna kontorslandskap minska produktiviteten med 66 % medan den genomsnittliga ljudnivån i klassrummen är 72 decibel – en ljudnivå nästan lika hög som dammsugare. Hur buller har påverkat oss i hemmet under pandemin har ännu inte utvärderats. Med rätt akustisk isolering är det enkelt att uppnå en minskning med 10 decibel, vilket kommer att innebära en livsförändrande skillnad.

#### En bullerfri framtid med Knauf Insulation.

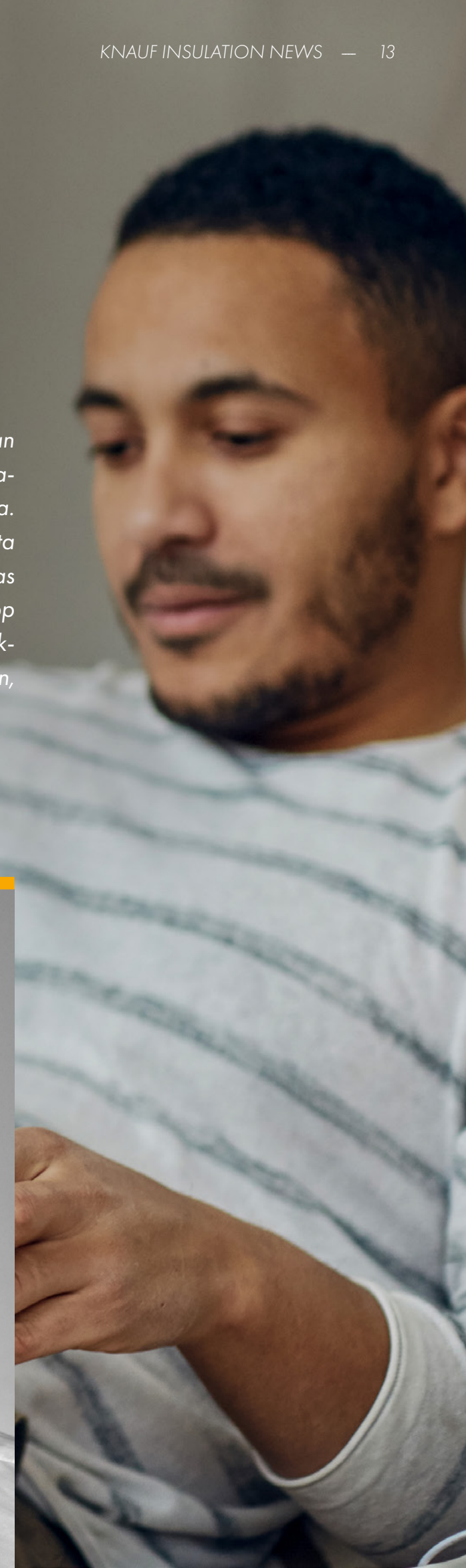
Pandemin har lärt oss hur viktigt det är med akustiskt välbefinnande och att vi inte behöver acceptera byggnader som är dåliga för oss. Ljudisolering av hög kvalitet har länge varit självklart för hotell, biosalonger och teatrar, nu är den även på väg in i våra hem – och det är på tiden. Alla förtjänar ett lugnt liv hemma, fritt från buller och oväsen.

"

Omvärlden kanske verkar tystare nu, men ljudnivån i lägenheten är så mycket mer påtaglig och distraherande eftersom jag tillbringar all min tid hemma. Grannarna som bor ovanför mig har börjat delta i träningspass online. Förut kunde jag höra deras fotsteg men nu ekar deras burpees och krysshopp i hela lägenheten. Även deras tv-vanor och musiksmak – precis som det mekaniska ljudet från hissen, luftkonditioneringen och vattenledningarna."

#### MARO PULJIZEVIĆ

Expert på akustik och projektledare på Knauf Insulations centrala forsknings- och utvecklingsavdelning i slovenska Škofja Loka.



# HÅLLBARHETEN SITTER I VÄGGARNA

Är lösull nyckeln till energieffektiva hus? Sjömarkens Isolering gör processen ännu mer hållbar med återvunnen glasull från Knauf Insulation.

## Optimala förutsättningar för energieffektiva hus.

Att isolera med lösull har länge varit standard i takkonstruktioner. Sedan ett par år tillbaks väljer allt fler att även använda det i väggar. Att spruta in materialet i väggarna är inte bara tidseffektivt, det undviker spill och bidrar till ett smidigare flöde på byggarbetsplatsen.

## Marknadens bästa produkt.

Knauf Insulations lösullsprodukt Supafil Frame har marknadens bästa lambdavärde, vilket är ett mått på isoleringsförmåga. Den är väldigt lätt och har en prestanda som ingen annan leverantör slår. Mindre material för samma resultat – en logistisk jättefordel.

## En hållbar livscykel.

Råvaran består av 99 % glas, det enda som tillsätts är mineralolja och silikon. Knauf jobbar hårt med hållbarhet, livscykelanalyser och cirkulär ekonomi – inom en snar framtid är det möjligt att återvinna produkten till ny isolering när husen rivs. Sjömarkens Isolering använder bland annat glasullsisolering från Knauf Insulation.

– Vår kampanj Transparent Kvalitet handlar om att visa hur vi utför våra installationer och att vi faktiskt sprutar in den mängd lösull som behövs för att konstruktioner ska få tillräcklig isolering, säger Magnus Håkansson, VD på Sjömarkens Isolering.

## Avgörande kvalitet.

Kampanjen syftar till att utbilda kunder så att de också kan köpa produkter och tjänster på rätt sätt – och kvaliteten är avgörande, både i hantverk och i material. Genom välriktat fokus bidrar Sjömarkens Isolering till energieffektivt byggande. Lösullsisolering är därmed en nyckel till hållbara hem, samt ett sätt att arbeta med FN:s globala hållbarhetsmål.

– Isolering är oftast den billigaste produkten i ett helt byggprojekt. Och det är väldigt viktigt att välja rätt kvalitet, det är ett måste för att bygga hållbart, säger Magnus Håkansson.





***KNAUFINSULATION***