

G R E A T E A R T H

Support your local planet.

HALLBARHETSRAPPORT #4
2021

91%

VEGANSKA PRODUKTER



1206

ÅTERFÖRSÄLJARE



898 702

SÅLDA PRODUKTER



100

SJUKDAGAR



**66
MSEK**

I OMSÄTTNING



11500

KUNDER I VÅR WEBBSHOP



12

ANSTÄLLDA I GÄVLE



MARKNADER

**SWE
FIN**



70%

KVINNLIGA KUNDER





Support your every day.

FÖRÄNDRING – TILLSAMMANS.

Det är början på 2022. Vi har precis krupit ur en global grop som gick under namnet Covid-19, för att slängas rakt in i nästa kris. Vår annars trygga tillvaro punkteras nu av ett nytt hot. Samtidigt släpps nya klimatrappporter om hur planeten faller sönder under våra fötter, ett faktum som riskerar att drunkna i bruset av pandemier, konflikter och fake news.

Så, hur mår vi egentligen? Orkar vi mer? Hur ska vi mäkta med att fokusera på alldagliga ting som att sköta jobbet, att leverera på strategiska mål, att se till att våra nära mår bra?

När jag sitter med dessa frågor, som kvinna, som mamma, som chef och som medmänniska så kommer jag hela tiden tillbaka till vår grundfilosofi; good life – great earth. Den ger mig hopp, även i tider när allt verkar hopplöst. Den hjälper mig att hantera perspektivförflyttningarna – och att se det stora i det lilla. Under de två senaste åren har vi människor visat att vi kan förändra våra beteenden monumentalt när det kommer till kritan. Och denna omställning förstärker mitt hopp, för den visar att vi är mer förändringsbenägna än vi tror.

Great Earths hållbarhetsarbete genomsyras av vår grundfilosofi och vårt hopp. Vi vill fortsätta leda förändringen i branschen – för alla behöver hugga i nu. Vi skrotar det gamla samtidigt som vi bygger det nya. Vi delar med oss av vår kunskap och bjuder in till samarbeten – för vi vet att vi måste skapa denna förändring tillsammans. Det vi gör idag påverkar hur världen ser ut imorgon.

Så, ta hand om dig själv, så att du kan ta hand om andra – så att vi tillsammans kan ta hand om planeten.

Keep supporting yourself.
/ Jorunn, VD.



Vi har valt ut 5 fokusområden baserat på den impact vi kan ha kopplat till Agenda 2030.

Support your core.

Vi existerar för att hjälpa människor att må bra – så att de orkar göra bra saker – både för sig själva och för planeten. I decennier har i synnerhet kvinnors hälsa halkat efter – och det vill vi göra något åt. Både med näven knuten på barrikaderna och som leverantör av näringstillskott.

Support your wellness.

Hälsa är vår kärnverksamhet. Vi vill ha välmående och nöjda kunder, men att vårda våra medarbetare är minst lika viktigt för oss. Motiverade medarbetare som mår bra lägger vår stabila grund och är avgörande för att kunna bedriva ett seriöst arbete – och hållbarhetsarbete.

Support your inside.

Våra produkter ska hålla hög kvalité och vi arbetar kontinuerligt med att optimera dem. Här ligger fokus på våra produkters innehåll och effekt samtidigt som vi ständigt jobbar för att minska den påverkan tillverkningen av våra produkter har på planeten.

Support your outside.

Två av våra främsta utmaningar är transporter och förpackningar. Våra produkter behöver skyddas för sin hållbarhet och för bibehållen effekt, och transporteras på ett ansvarsfullt sätt. Sen behöver dom säljas på ett sätt som gör det enklare för konsumenten att göra hållbara val – det jobbar vi febrilt med!

Support your relations.

Tillsammans med andra kan vi åstadkomma de största effekterna, våra relationer är ett ekosystem där vi använder oss av varandras kompetenser. Vår uppförandekod är vår ledstjärna för alla typer av samarbeten.

Support your research.

2021: Vad vi har gjort och hur det har gått

Snabbfakta	2
VD inleder	3
5 fokusområden	4
Innehållsförteckning	5
I fokus 2021 – överblick	6 - 7
Kärnan – vårt syfte	8
Kärnan – vår bransch	9
Hälsa – vår kärnaffär	10 - 13
Insidan – våra produkter	14 - 15
Utsidan – förpackningar & logistik	16 - 19
Relationer – hur vi är bland andra	20 - 21

By 2030 & beyond

Vitamin efter person	22
Mindre avfall, mer vitaminer & Grow local	23

I fokus 2021



Vitamin efter person

Vi vill göra det enklare för våra kunder att hitta rätt i vitamindjungeln – och bara köpa tillskott som de faktiskt behöver. Det finns ingen poäng för varken dem, oss eller planeten att folk köper sådant de inte behöver.

Under 2021 tog vi dessutom fram ett behovstest, där du svarar på ett gäng frågor kring hur du lever och får sedan en produktrekommendation tillsammans med andra tips och trix från vår egna expert Rebecca. Det sista vi vill är att sälja på folk falska förhoppningar och mål som är omöjliga att nå.



Full koll på produkten

Vi vet nästan allt om våra produkter – men det finns fortfarande vissa luckor. Full spårbarhet är inte ett krav i vår bransch ännu, men vi tycker att spårbarheten borde ligga i allas intresse, så vi vill ta täten. Därför ställer vi höga krav på våra producenter när det gäller spårbarhet på råvaran.

2021 tog vi beslutet att stoppa produktionen av en av våra storsäljare då vi efter en kontroll inte kunde säkerställa att vår dåvarande leverantör mötte våra högt ställda krav. Så'n't är livet.



Mindre luft – mer vitaminer

De senaste åren har vi fokuserat på att reducera mängden luft som fraktas i våra förpackningar. Snart har vi kommit till ett läge där vi i princip inte kan frakta mindre luft på burk.

Under 2021 har vi därför tagit fram ett skarpt test på ett nytt refillsystem som kommer att nå kund under 2022. Vi hoppas förstås att även kunderna ska se fördelarna med att paketen går ner i lådan – även när de vill ha påfyllning av flera produkter på samma gång.

Klimakteriet & kvinnohälsa i alla åldrar

2021 var klimakteriet temat innanför våra väggar, på våra arbetsbord och i våra sociala kanaler. Alla våra medarbetare har fått gedigen utbildning i klimakteriefrågor och kan vara med och lära omvärlden om detta hittills hyschpyshiga ämne. Självklart har vi också en klimakteriepolicy. Här ska ingen skämmas för svallande kroppstemperatur eller upp-och-ner-humör.

Närmare produktion

2021 var året då vi tog steget att flytta en del av vår produktion från USA till Norge och packningen till Gävle.

Att flytta produktionen närmare ger kortare transporter till vår huvudmarknad här i Norden. Men också tätare kontroller och ett jämnare kassaflöde – vilket frigör ytterligare kraft i vårt innovationsarbete framåt. Vi siktar på fler kraftfulla och närproducerade tillskott åt folket i framtiden, alltså. Yey!





We support our core.

Vad händer med världen när du mår bra?

Vi drivs av tanken att människor som mår bra gör bra saker. Om du mår bra orkar du vara en bättre lyssnare, du blir en bättre partner, en bättre vän, en bättre förälder, du kanske orkar ta på dig ett större uppdrag i en ideell förening – eller ta upp en hobby som får dig att må ännu bättre.

Vi tror på positiva spiraler. På effekten av god sömn – eller att ha full pott på alla näringsämnen, vitaminer och mineraler.

Vi tror på att skapa förutsättningar för balans. I cykeln, i livet. Varje månad, hela månaden.

Vi går till jobbet varje dag för just den missionen – att öka välmåendet i världen. Det börjar med dig.

Support yourself.

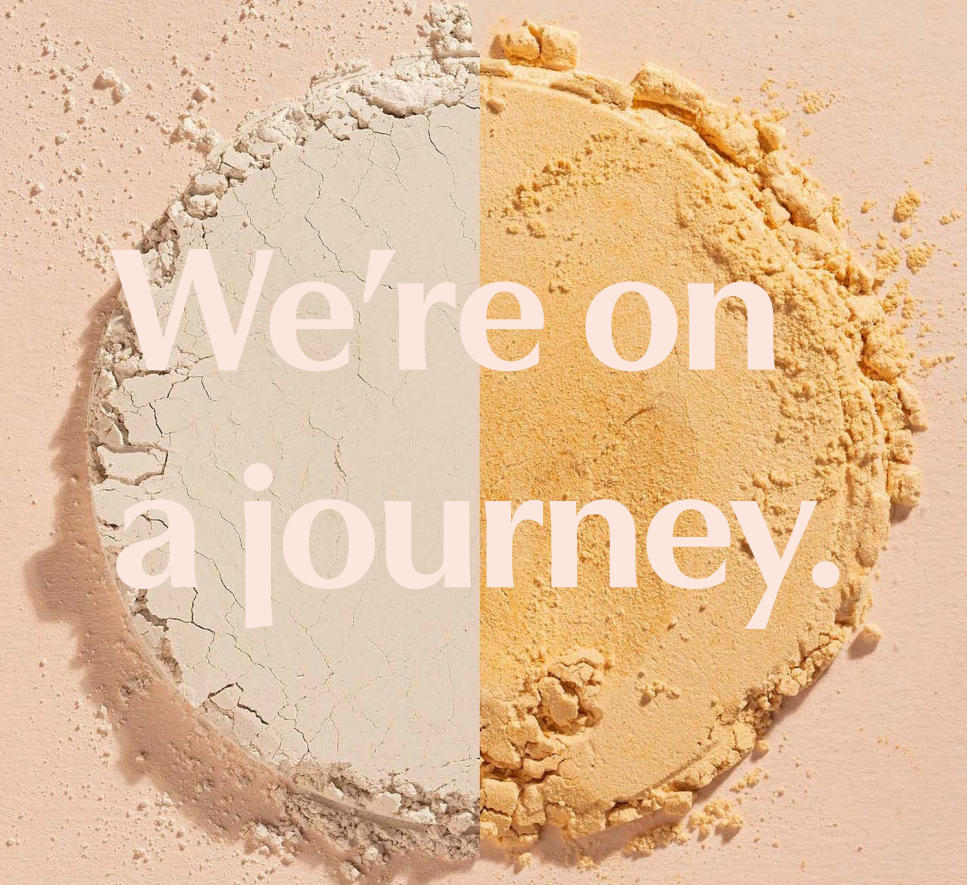
Att driva förändring i vår bransch

Kosttillskott bygger på att man hittar de mest kraftfulla vitaminerna och mineralerna och koncentrerar dem i ett format som är lätt att få i sig, som en kapsel eller en tablett. De mest kraftfulla, potenta, mineralerna finns ibland långt bort. Att produkter och råvaror får resa långt är en av de klimatmässiga utmaningarna som vi delar med andra i vår bransch.

Men det betyder inte att vi är nöjda med det! Vi strävar hela tiden efter att hitta närmare sätt att producera utan att tumma på kvalitén. Genom innovation, nytänk och nya sätt att producera våra produkter vill vi driva förändring i vår bransch.

2021 tog vi ett stort kliv för att flytta vår produktion över Atlanten. Från USA till EU. 10 produkter produceras nu i Norge och under 2022 är planen att alla som är kvar i USA ska flytta efter. Ett arbete som inte minst handlar om att hitta nya kraftfulla råvaror närmare, eftersom vårt mål är att jobba med råvaror nära produktionen.

Framöver kommer vi att fortsätta utforska nya förpackningssätt, återbruk och produktion. Allt för att minska mängden frakter. Vår ambition är att få in ett cirkulärt tänk i hela livscykeln för våra produkter.



We're on
a journey.

Bara det du behöver – inget mer.

Att tillgodose våra behov av vitaminer, mineraler och näringsämnen innebär någon form av påverkan på planeten – oavsett hur vi väljer att inta den – eftersom all produktion i någon utsträckning påverkar planeten. Därför ser vi som vårt uppdrag att se till att våra kunder får det de behöver och inget mer!

Det gör vi t ex genom att ha så effektiva produkter som möjligt, med så lite fyllnadsmassa som möjligt – och genom att erbjuda behovsstyrda produkter och lära våra kunder vad de behöver.

En självklar del i vårt kvalitetsarbete är att jobba för att produkterna ska produceras på det sätt som för stunden är mest hållbart. Ny forskning, nya metoder och nya rön har t ex lett till att vi bytt ut ingredienser och produkter som inte längre lever upp till våra kvalitets- och hållbarhetskrav.

Under 2021 valde vi att plocka bort en av våra storsäljare eftersom vi inte kunde säkerställa att producenten mötte våra högt ställda krav. Ett annat exempel är algoljan som fick ersätta krilloljan som råvara 2020. Det är ett löpande arbete, helt enkelt.

Vi eftersträvar att alltid använda de bästa råvarorna – alla aspekter inkluderade. Socialt, ekonomiskt och ekologiskt.

Kvinnohälsa i fokus

När vi mår bra gör vi bra saker. Vi hoppas att vårt driv ska få fler att engagera sig. Kvinnohälsa är en sån fråga.

I decennier, för att inte säga århundraden, har man förhållit sig till kvinnors hormonella cykler som undantag. Men faktum är att den kvinnliga kroppen är under hormonell påverkan från puberteten till andra sidan klimakteriet. Hormoner påverkar alltså kvinnors mående genom livet, genom månaden och veckan.

Kroppen är komplex – och särskilt kvinnokroppen. Behoven varierar över tid och detta är något de flesta behöver lära sig mer om för att må bra. Det kan t ex handla om kosttillskott anpassat för vad du begär av din kropp för stunden, men också om sociala värden som att göra det socialt accepterat att prata om t ex klimakteriet – en fråga som vi drivit både externt och internt. Under 2021 lanserade vi till exempel vår interna klimakteriepolicy, under 2022 kommer vi fortsätta vårt arbete för kvinnohälsa med bland annat fler nya, spännande produkter.



“Don’t think about making women fit the world, think about making the world fit women”

– Gloria Steinem



We support our wellness.



6 VECKORS
SEMESTER



30 MIN PROMENAD PÅ
ARBETSTID VARJE DAG



GRATIS
STEGRÄKNARE



ARBETSMILJÖHANDBOK
& KLIMAKTERIEPOLICY



BONUSSYSTEM:
VI GLÄDS TILLSAMMANS



PERSONALHANDBOK FÖR
TYDLIGA RIKTLINJER

Good life – great workplace

Motiverade medarbetare som gillar att gå till jobbet är vår främsta tillgång i företaget. Vi har genom åren genomfört en rad förbättringar för våra anställda och vi arbetar kontinuerligt för att exempelvis minska sjukfrånvaro.

Alla våra medarbetare har rätt till friskvårdsbidrag och till gratis träning. Vi ser även till att skapa så mycket tid som möjligt för gemensamma aktiviteter som stärker relationerna mellan medarbetarna och ger tid för reflektion.

En utvecklande miljö

På Great Earth ska alla bli sedda och hörda. Alla medarbetare uppdateras varje år om vår affärsplan, våra mål och de aktiviteter vi planerar för att nå dem. Alla medarbetare har också medarbetarsamtal med sin närmaste chef för att sätta en plan för sin fortsatta personliga utveckling inom företaget.

En öppen kultur

Vi är övertygade om att framgång skapas av att vara många olika. Därför strävar vi efter att bygga ett team av medarbetare med skilda kompetenser, erfarenheter och bakgrunder. Vi är ett litet företag, men vår ambition är att skapa en jämlik miljö där vi

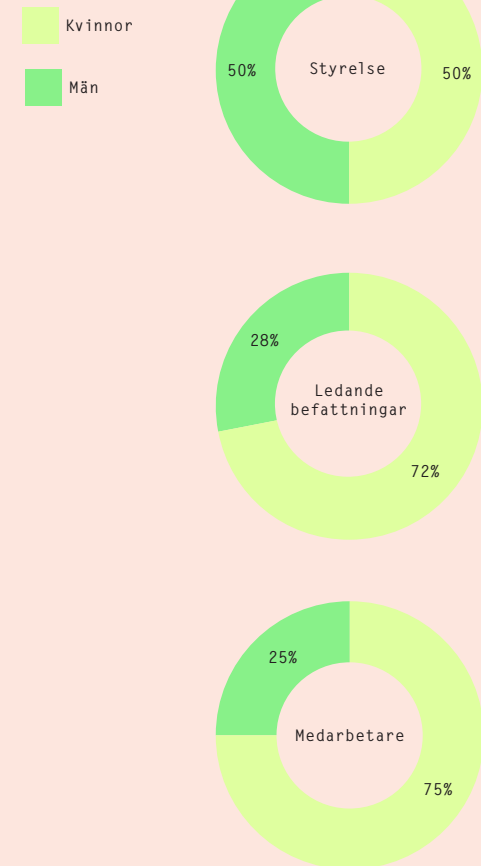
tar vara på våra olikheter. Det är så vi kan utvecklas och hålla oss relevanta.

Jämställdhet

I vår strävan efter att vara Great Work Place är våra medarbeters välmående viktigt och vi vill med handlingskraft, öppenhet och integritet lyfta alla aspekter av hälsa genom livets skeden. Kvinnohälsa är ett fokusområde för oss på Great Earth. Det är inget vi bara säger i våra sociala kanaler. Det märks även i hur vi jobbar internt. 2021 utbildade vi till exempel alla våra medarbetare i klimakteriet och införde en klimakteriepolicy. Ingen ska längre behöva skämmas över svallande kroppstemperatur eller upp-och-ner-humör.

Vi strävar såklart också efter att ha en jämn fördelning av kvinnor och män, bland våra medarbetare, för ledande befattningar och i styrelsen.

Andel kvinnor & män 2021:



A photograph of two yellow capsules and a pile of yellow powder on a white card. One capsule is lying on its side in the upper left, and the other is lying on its side in the lower right. A pile of yellow powder is in the center. The card is placed on a light-colored, speckled surface.

We support our inside

Våra produkter är designade och producerade med ingredienser av absolut högsta kvalitet för att våra kunder ska kunna få i sig det som de behöver – och inget mer. Vi vill inte använda jordens resurser i onödan och vill gärna bidra till att våra kunder inte gör det heller.

Här är några exempel på hur vi jobbar för att utveckla vår produktion och våra produkter.

Burk > Bulk – nu packar vi i Gävle

Under 2021 flyttade vi merparten av packningen till Sverige. 90 % av produkterna packas nu i Gävle, inte långt från vårt huvudkontor. Genom att frakta i bulk och packa här hemma får vi bättre kontroll över vår produktionskedja. Dessutom har det lett till att vi fraktar 160 m³ mindre luft än tidigare, vilket motsvarar 2 fulla 40-fots containrar.

Vi har flyttat en del av produktionen till Norge

10 produkter produceras nu i Europa. Vi arbetar för att flytta resten under 2022.

Fler och bättre veganska & vegetariska produkter

91 % är nu helt veganska. Det är bra för att minska vår påverkan. Men om det är så enkelt, varför är inte hela vårt sortiment vegetariskt/veganskt? Jo, för att vissa animaliska ingredienser är väldigt potenta. Men vi jobbar ständigt för att de ska vara lika klimatsmarta – och i första hand komma från restprodukter som är smarta att använda. Det tänket är grunden för det cirkulära system som vi vill vara med och bygga.

Vi fortsätter optimera fyllnadsgraden

Våra nya burkar är mycket snyggare än tidigare, men framförallt så har vi optimerat fyllnadsgraden så att vi slipper frakta onödig luft. 2021 var fyllnadsgraden 65 % – vårt långsiktiga mål är 80 %. Samtidigt behöver burken vara tillräckligt stor för att möta andra lagkrav, så det är en ekvation som inte är helt enkel.

Vårt behovstest lanserades

2021 lanserade vi ett behovstest på vår webb. Det är ett sätt att hjälpa kunderna hitta det de behöver

och inget annat. Att utgå från behov är en grundläggande del av hela vårt tänk.

Vi ser löpande över sortimentet

Produkter som inte möter våra högt ställda krav, både vad gäller spårbarhet och kvalitet, får inte finnas kvar. Vi håller också på att sortera bort generiska produkter och produkter som inte följer vår nya linje kopplat till individens behov. 2021 tog vi bort 8 produkter. Vårt mål är att varje individ ska få i sig exakt det hen behöver – no more no less.

Vi tog bort en av våra storsäljare

På en av våra storsäljare hade vi svårt att säkerställa att underleverantören levde upp till våra högt ställda krav – vi valde därför att plocka bort den produkten.

Fyra nya behovsanpassade produkter

2021 lanserade vi fyra nya produkter baserat på vanliga behov. Behovsprodukterna är kombinerade produkter med ingredienser som gynnar varandra upptagsmässigt och effektmässigt.

En av våra
nyheter 2021



Vi ställer krav på våra leverantörer

Vi är inte bara petnoga med vår egen kvalitet och säkerhet. För lika hårda som vi är mot oss själva är vi mot våra leverantörer. Därför samarbetar vi uteslutande med leverantörer som följer en så kallad Good Manufacturing Practice (god tillverkningssed, engelsk förkortning GMP). GMP är ett omfattande regelverk som styr tillverkning och paketering av livsmedel, hälsokost och läkemedel. I kvalitetsstämpeln ingår regler om produktionspersonalens utbildning och ansvarsförmållanden. När produkter tillverkas med GMP-standard måste varenda tillverkad sats analyseras av en person med särskilda kvalifikationer. Om något fel skulle uppstå under produktionen måste det även utredas enligt ett särskilt system kallat Corrective and Prevention Action.

Vi följer internationella föreskrifter

För att produkter ska godkännas för internationell försäljning och konsumtion måste de följa USA:s livsmedels- och läkemedelsmyndighet och deras kvalitetsföreskrifter. Alla våra produktionspartners följer dessa lokala kvalitetsföreskrifter, vilka är jämställda med den internationella kvalitetsstandarden ISO 13485.

Vi är ivriga påhejare av certifieringar och är certifierade enligt CFSC. Det enda tråkiga med dem är deras trista förkortningar som aldrig blir bra i skrift. Det är inte så mycket att göra åt saken, så låt oss presentera CFSC som är en förkortning för (Certified for self-care). Ett system

framtaget av den oberoende branschorganisationen Svensk Egenvård. CFSC är den enda unikt anpassade certifieringen för producenter och leverantörer av kosttillskott och sport- och viktnedskningsprodukter i Sverige. För att få certifieringen granskas företaget noggrant av en oberoende part. Den oberoende parten går igenom hur väl man följer branschriktlinjer, myndighetskrav och en lång lista av erkända livsmedelsstandarder. Exempel på sådana riktlinjer är ISO 22000, ISO 9001, BRC (Global standard för livsmedelssäkerhet) samt International Food Standard IFS. En ytterligare fördel med CFSC är att det är en tidsbegränsad certifiering. De företag som har certifierats granskas årligen och en förnyelse av certifikatet krävs vart tredje år.

Vi jobbar enligt HACCP

När det kommer till kvalitet tror vi på att ha både hängslen och livrem. Det kan helt enkelt inte bli för mycket. Därför jobbar vi enligt HACCP som har utarbetats av FN:s livsmedels- och jordbruksorganisation. Denna förkortning står för Hazard Analysis and Critical Control Points (på svenska riskanalys och kritiska styrpunkter.) Syftet med denna metod är att minimera risken för att kvalitetsbrister uppkommer under produktionsprocessen. HACCP är en standardiserad arbetsmetod som beskriver hur man kartlägger, bedömer och kontrollerar potentiella risker i livsmedelsproduktionen. Arbetsmetoden är utvecklad med målet att livsmedel och produkter alltid ska vara helt säkra för konsumenten.

...and outside.



Närmare produktion

Under året har vi tagit hem 10 produkter som nu produceras inom Europa istället för på andra sidan Atlanten. Detta är bra på många sätt, inte minst för att vi slipper frakta produkter så långa sträckor. Vi får även ännu bättre kontroll på våra produkter och kan tillsammans med våra producenter fortsätta höja ribban för både kvalitet och innehåll.

Förpackningar

Under 2020 gjorde vi ett stort arbete med att omforma vårt varumärke, med stort fokus på våra förpackningar. 2021 hade 96 % av våra produkter vår nya förpackning. Förutom att burkarna fått ett nytt utseende så är de även bättre gällande både fyllnadsgrad och materialval.

Burk av återvunnen PET

Våra nya burkar är tillverkade i återvunnen PET. Bara på ett år har det minskat vårt användande av ny plastråvara med 17 200 kg, samtidigt som vi stöttar marknaden för återvunnen plast. Varför har vi då plastburkar? Jo, för att plast är otroligt bra för att förvara vår typ av produkter. Vi hoppas förstås att våra kunder ser till att burken återvinns igen. Därför anslöt vi oss till Bower, som ska uppmuntra fler att återvinna sina förpackningar. Som kund får du en slant när du återvinner förpackningen – om du laddar ner Bowerappen, där du kan registrera dina förpackningar som återvunna.

Refillsystem på ingång!

Även om burkarna är toppenfina, så stannar vi inte där. Under 2021 har vi utvecklat en beta-version av ett helt nytt sätt att leverera våra produkter – på påse! Refillsystemet är tänkt att komplettera burkarna och är särskilt lämpat för e-handeln och paket som helst ska gå ner i brevlådan. Du slipper ta dig hemifrån för att hämta paketet, bara en sån sak.

Import

	2020	2021
 Sjöfrakt Co ²	11 x	8 10 258 kg
 Flygfrakt Co ²	12 x	13 70 837 kg
Import antal	23	21
Total Co ² :	x	81 094 kg

Kundfrakt

	2020	2021
 Antal paket Co ²	2 987 st 340 kg	4 394 st 576 kg
 Antal pall Co ²	311 st 950 kg	301 st 1 264 kg
 Antal varubrev Co ²	x	8 584 st 977 kg
Totalt Total Co ² :	3 298 st 1 290 kg	13 279 st 2 817 kg

Frakter

Vårt mål är alltid att använda det mest miljövänliga och, om möjligt, snabbaste fraktalternativet. I vårt fall betyder det sjöfrakt för import och standardpaket/pall för inrikesfrakt.

Import

Vår importfrakt sköts till största delen av Kuehne & Nagel. De låter oss vara med och påverka val av rederi, vilket betyder att vi kan välja det rederi som tar den rakaste rutten till Sverige.

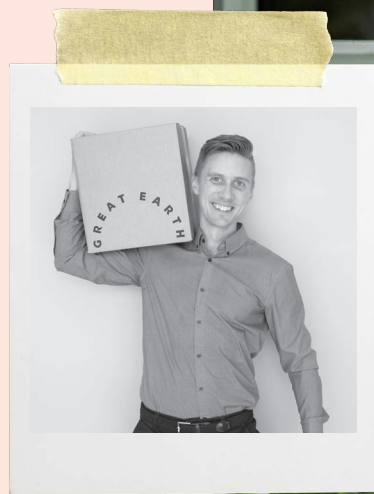
Under 2021 var effekten av pandemin påtaglig, vilket bland annat bidrog till en extra flygfrakt. Det är något vi är på väg bort ifrån, inte minst när vi nu flyttar produktionen närmare. Med större delen av vår produktion i Norge blir vi mindre sårbara och näst intill eliminerar risken för framtida akut flygfrakt.

Kundfrakt

Under 2021 valde vi att dra ner på fraktalternativen till våra kunder. Detta för att vi hellre vill fylla varje transport än att olika bolag ska komma till oss för att hämta upp paket. Vi skickar primärt våra produkter till kund med Postnord. Dels för att de är bra på det de gör, dels för att de jobbar aktivt med att minska sin klimatpåverkan och erbjuder oss bra verktyg för att minimera vår. Dessutom kör de redan till varje brevlåda i landet.

Fraktkompensation

Samtliga av våra brev, paket och pallar fraktkompenserar vi för genom vår fraktpartner- Postnord. En självklarhet!



Supporting relations.

Code of conduct

Vi har en uppförandekod som styr hur vi hanterar våra relationer och som definierar hur vi kommunicerar med våra intressenter. Vi implementerar den vid besök på fabriker, när vi förhandlar med leverantörer och vid kundbesök; vår uppförandekod genomsyrar allt vi gör. Vi vill inte använda oss av det slitna uttrycket "möt andra så som du själv vill bli bemött". Istället försöker vi identifiera hur våra kunder och samarbetspartners vill bli bemötta, den kunskapen kan vi kombinera med vår för att tillsammans jobba mot en mer hållbar värld.

Våra främsta intressenter idag är: våra medarbetare och framtida medarbetare, butiker/grossister, konsumenter, media, tillverkare och leverantörer, ägare och finansörer, myndigheter och intresseorganisationer.

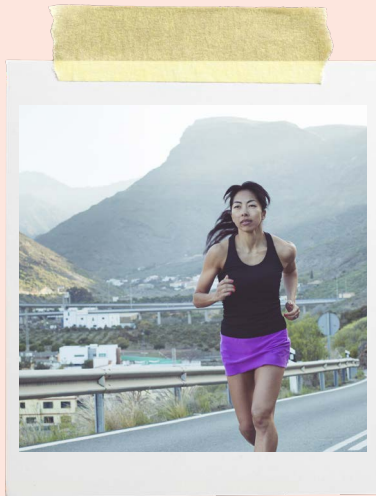
Episka samarbeten 2021

Ca/Bom, Coest, IVEO, Nordea, Centra, Exsitec är bara några av de fina gäng som vi jobbat med kontinuerligt över året. Vi tror att nya perspektiv är nyckeln till exponentiell utväxling – i synnerhet när vi tar oss för helt nya saker som det inte finns någon manual till – så det är vi glada för och tänker fortsätta med.

Gratis mensskydd till Gefle IF

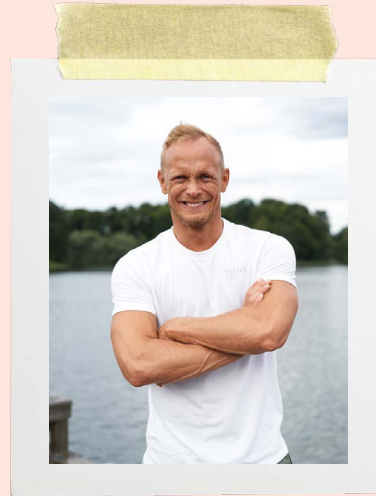
Vi sponsrar Gefle IF med gratis mensskydd till deras aktiva tjejer och kvinnor. Vi utbildade också Ungdomslagen och A-lagen (herr och dam) i näringslära och sponsrade med produkter för deras behov.





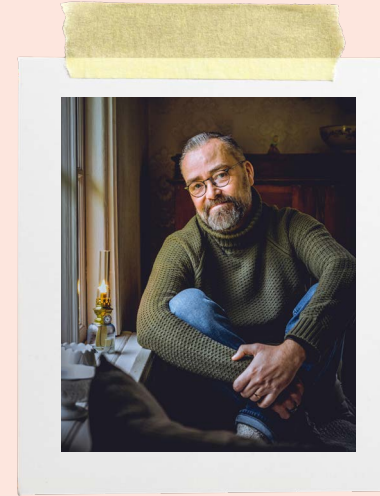
Monika Björn

Författaren och inspiratören Monika Björn är en av våra långsiktiga ambassadörer. Hon delar både vårt brinn för kvinnohälsa och våra värderingar. Monika har en fantastisk förmåga att skapa engagemang och hennes arbete får otrolig effekt när hon är ute och inspirerar tusentals kvinnor till att gå starka genom livet. Under 2021 utbildade hon bland annat våra återförsäljare och nyckelkunder om klimakteriet. Knowledge is the key to change, tänker vi.



Tobias Karlsson

Vi brukar prata om "vad som händer med världen när du mår bra" och om att vi alla behöver hitta en kraftkälla i resan mot hälsa och välmående. Tobias är ett praktexempel på detta, därför är vi extra glada att ha Tobias både som vän och ambassadör. När Tobias bytte fotboll mot dans – hittade han hem i sig själv och en helt ny värld öppnade sig.



Micke Gunnarsson

Micke Gunnarsson är en kärleksfull irritatör, föreläsare & författare. Micke har en glöd och ett ljus som han idag använder för att hjälpa andra att älska sig själva. Micke driver bland annat initiativet "Tid för egentid 2022" där mammor har chansen att ansöka om att bli en av de utvalda som får åka på en minisemester till Ronneby Brunnshotell. Detta vill vi självklart vara med och stötta och sponsrar därför med kunskap och produkter till mammorna utifrån deras situation och behov.



By 2030 & beyond.

What's a good life in 2030?

Hur kan vi på Great Earth skapa förutsättningar för att människor ska må bra nu, år 2030 och framåt? Det är ett konstaterat faktum att maten vi äter innehåller allt mindre näring. Det är svårt att få i sig allt man behöver via kosten även om man försöker. Och det är varken rimligt eller hållbart att vi ska äta enorma mängder fisk eller broccoli för att tillgodose våra behov. De flesta av oss behöver – och kommer att behöva – lite support för att njuta av livet fullt ut och känna kraft i vardagen. Kraft som kommer att behövas för att driva igenom förändringar i våra yrkesliv, ta hand om familjen eller what-ever-life-throws-at-you.

Här är några av de områden vi lägger extra energi på framåt – för att kunna fortsätta bidra till människors välmående och samtidigt minska vår påverkan på planeten.

Vitamin efter person

Tiden när vi valde kosttillskott efter bokstav är över. Nu vill vi ha kosttillskott som är anpassade efter våra individuella behov och de resultat vi är ute efter. Vårt behovstest som lanserades under året är ett första steg i att möta den utvecklingen. Genom att personifiera våra rekommendationer får våra kunder endast de kosttillskott de behöver, vilket också sliter mindre på vår planet. Hittills har 120 000 personer genomfört testet!

Utvecklingen går hela tiden framåt och verktygen blir mer och mer tillgängliga. Genom blodanalys, DNA-prover och skräddarsydda rekommendationer kommer vi snart få bättre möjligheter att ta hand om vårt välmående. Spännande, eller hur?

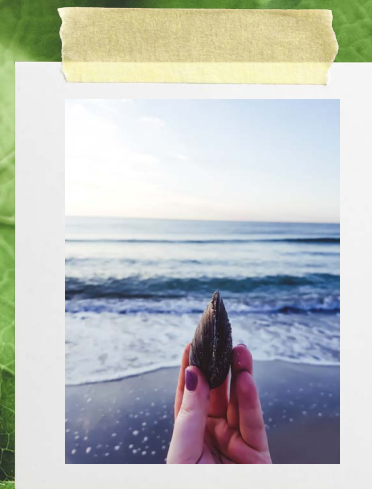
Mindre avfall, mer vitaminer

Frakt, innehåll, format och paketering. Framtiden behöver innehålla mer – absolut inte mindre – vitaminer, men däremot mindre avfall, spill och utsläpp. Det är vår ambition och målbild. Det är därför vi tagit initiativ som ett nytt refillsystem, att frakta i bulk och att plocka bort onödiga förpackningar och vissa produkter.

Grow local

I takt med att nya produktionstekniker utvecklas blir det snart möjligt att "gräva där vi står" i större utsträckning. Vi vet att det finns enorm kraft i vår lokala natur här i Norden. Den vill vi absolut använda i våra produkter, när vi kan få samma höga kvalitet på innehållet från närmare råvaror.

Skulle du till exempel kunna tänka dig att äta restprodukterna från mussleproduktion, som skalen som idag slängs? De är fyllda av viktiga vitaminer och mineraler och är ett bra exempel på hur vi kan ta vara på en "glömd" resurs i havet. Att ta hand om det som annars slängs är ett bra sätt att minimera människans påverkan på klimatet, i alla branscher. We're on it!





G
R
E
A
T

E
A
R
T
H

Good life
Great Earth.