

2020

ÅHLÉNS
HÅLLBARHETS-
RAPPORT



Innehåll

1. Året som gått
 2. VD har ordet
 3. Om Åhléns
 4. Åhléns hållbarhetsarbete
 - Mångfald & inkludering
 - Klimatförändringar & påverkan
 - Samarbete & innovation
 5. Om rapporten
 6. GRI-index
-



Året som gått

Annica Hagen, tillträdde som ny VD i september 2020, och har sedan dess drivit förändringsarbete på flera plan, bland annat pågår ett arbete med att sätta en ny framtidsstrategi med fokus på kundbehov, varumärkesposition och digitalisering med målsättningen att vända Åhléns till lönsamhet.

Den digitala transformation som har pågått under de senaste åren har detta år varit central, inte minst i och med omställningen till hemarbete, där de digitala funktionerna har möjliggjort det mesta av det dagliga arbetet. Ett nytt affärssystem har lanserats som bättre möjliggör dataöverföring och analys mellan olika funktioner. Investering i ett nytt centrallager med robotiserad automationslösning är också en viktig del i den digitala omställningen. Lagret som väntas stå klart 2022 möjliggör snabbare, smidigare och effektivare leveranser för både e-handel och varuhus, och är en satsning för att möta framtida logistikkrav.

Resan till att bli en ledande marknadsplats och att utveckla Åhléns erbjudande har fortsatt, både i varuhus och online. Fler externa hyresgäster i form av restauranger, caféer, barberare och blomsterbutiker har flyttat in i Åhlénsvaruhus, som ett sätt att bli mer attraktiva för kunderna och lönsamma. Flera små entreprenörer med cirkulära affärsmodeller har introducerats på åhlens.se, och digitala kundmöten har intro-

ducerats som påbyggnad på samarbetet med Kivra och digitala kvitton. Lansering av digital betalning med hjälp av mobila enheter i varuhusmiljö är ett nytt koncept som förstärker och förenklar kundens köppplevelse.

Dotterbolaget Åhléns Outlet lanserade framgångsrikt ytterligare varuhus under året och blir 2021 totalt 10 till antalet. Beauty Bargain kommer att avvecklas då beslut om att koncentrera lågpriserbudandet till Åhléns Outlet har fattats. Designtorget finns nu i 12 shopinshops i Åhlénsvaruhus runt om i landet.

I Åhléns förändringsarbete har många insikter dykt upp och lett till att beslut har fattats att ta bort den egna produktguiden Bra val som syftat till att hjälpa kunden göra mer hållbara val avseende material och innehåll. Åhléns vill framåt öka transparensen kring produkter och vara tydligare i sitt budskap mot kund. Arbetet för att komma dit har påbörjats.

2020 var ett år präglad av snabba omställningar och 2021 kommer också att kräva stora krafttag för att fortsatt driva transformation till att anpassa Åhléns affär efter den rådande samhällsutvecklingen. Det blir även ett år där Åhléns arbete med hållbar konsumtion och minskad miljöpåverkan är fortsatt central.

VD har ordet



2020 var ett år som började likt många andra men som på grund av Corona tog oss i en riktning som inte någon hade kunnat förutse. Själv tillträdde jag som vd för Åhléns mitt i pandemin under hösten och då hade företaget redan kommit långt med att anpassa verksamheten efter den rådande situationen. Vi har under året ställts inför många prövningar men vårt viktigaste fokus har alltid varit våra medarbetares och kunders hälsa och trygghet. Samarbete, omtanke och innovation summerar vår insats och jag är mycket stolt över hur vi tagit hand om varandra samtidigt som vi har gjort vårt bästa för att hålla verksamheten igång, genom kreativa försäljningslösningar som tex utomhusförsäljning och utökade, säkra leveransmöjligheter, allt för att möjliggöra en trygg handel i linje med myndigheternas restriktioner.

Vi har som en konsekvens av pandemin stött på stora utmaningar i vårt produktionsled med nedstängda fabriker och jag är glad för att vi haft en löpande bra dialog och tät uppföljning med våra leverantörer, och för vårt beslut om att i största möjliga utsträckning hållit fast vid våra ordrar för att inte jobb skulle gå förlorade under denna svåra tid.

Trots det utmanande läget har vi under året tagit viktiga steg som kommer att göra skillnad på hållbarhetsområdet och för vår framtid. Vi har investerat i ett helt nytt framtida robotiserat lager som möjliggör effektivare logistiklösningar men som även är designad för att minimera energianvändningen med solcellspaneler installerade på taket. Det nya systemet Relex ger oss en mer prognosstyrd varuförsörjning och konsolidering av anta-

let ordrar från externa leverantörer, för att minska lagernivåer samt antalet transporter. Vi har genom vår marknadsplats skapat en plattform där vi kombinerar affärsutveckling och hållbarhetskoncept såsom second-hand, uthyrning av kläder och upplåter yta till externa aktörer. Vi har idag ca 10 leverantörer där hållbarhet är central i affärsmodellen och målet är att dubbla denna siffra kommande år.

Vi har fortsatt att arbeta mot våra långsiktiga hållbarhetsmål gällande klimat och plaster. Stora förflyttningar från konventionella till mer hållbara material har gjorts och 38% av vår egen produktion utgörs nu av material från mer hållbara källor, exempelvis är nu alla basplagg från varumärket Åhléns gjorda av ekologisk bomull och återvunnen polyester. Vi når tyvärr inte vårt 2020 mål om 100% mer hållbar bomull men ökade andelen till 93%. Åhléns har tillsammans med Axel Johnson-koncernen deltagit i ett pilotprojekt kring utveckling av ett nytt verktyg för kartläggning av plaster. Vårt mål är att reducera plastförpackningar och emballage med 25% till år 2025 och plaster i produkter med 25% till 2030, vilket gör att vi är med och går i bränschen för svenska bolag.

Mångfald och inkludering är fortsatt ett viktigt område för Åhléns. Vi fortsatte vårt samarbete med ÖppnaDörren som möjliggör möten med nya och etablerade svenskar och lärde oss att det visst går bra att genomföra digitala möten istället för fysiska. Fram till 2020 har vi nu möjliggjort 374 möten. Tillsammans med organisationen Mitt Livs Val genomfördes ett studiebesök på, Åhlénsvaruhuset i Nordstan, Göteborg. Organisa-

tionen bedriver ett mentorskapsprogram med fokus på att engagera nyanlända och ensamkommande ungdomar att studera vidare efter gymnasiet. Planen är att fortsätta med studiebesöken även nästkommande år, förhoppningsvis i större skala när restriktionerna lättar.

Pandemin har fört med sig omfattande förändringar i allas våra beteenden. Som en konsekvens av det har digitaliseringens framfart påskyndats och efterfrågan på e-handel och snabba leveranser har ökat vilket vi har anpassat oss till. Det finns också ett ökat intresse för att det vi konsumerar, omger oss med och gör, ska vara hållbart för människor och miljö. Områden som rör klimatet, cirkulär ekonomi och social hållbarhet kommer fortsatt vara viktiga för oss som företag att förhålla oss till genom hela kundresan. Vi arbetar nu med att färdigställa vår nya långsiktiga hållbarhetsstrategi som tar sikte på klimatneutralitet 2030.

Vi ser fram emot 2021 där förhoppningsvis ett ännu större engagemang och fokus kan läggas på framtid och utveckling. Med tanke på hur vi tagit oss an utmaningarna under året, där vi ställt om arbetssätt och affärserbjudanden tack vare våra engagerade och kreativa medarbetare, är jag säker på att Åhléns står bra rustat för vad framtiden än för med sig.

Annica Hagen

**ANNICA HAGEN,
VD ÅHLÉNS**

Om Åhléns

– en marknadsplats med ett brett och noga utvalt sortiment som förenklar och förgyller livet för våra kunder

Familjeföretaget Åhléns som grundades 1899 i Insjön, är idag en marknadsplats med ett brett och noga utvalt sortiment som förenklar och förgyller livet för våra kunder. Över 1000 egna och externa varumärken och tjänster inom skönhet, mode och hem återfinns i bolagets 55 (2020) varuhus i Sverige och e-handel via åhlens.se. Den egna varumärkesportföljen består av märkena Carin Wester, Wera, Åhléns, Vide, Å, Minimarket, Berså, Aroma, Oliv och PHC som produceras av kontrakterade leverantörer. Bland de tjänster som erbjuds i vissa varuhus återfinns personal shopping, skrädderi, skomakare, café och restauranger. Åhléns AB är en del av detaljhandelskoncernen Axel Johnson AB som ägs av Antonia Ax:son Johnson med familj.

NETTOOMSÄTTNING

MSEK
4074

TOTALT KAPITAL

MSEK
2146

TOTALT ANTAL
ANSTÄLLDA

2408

Åhléns verksamhet

SVERIGE

55 varuhus + åhlens.se

STOCKHOLM

Åhléns huvudkontor tillika servicekontor (SK)

JORDBRO

Åhléns distributionscentral (DC)

SHANGHAI, KINA

Produktionskontor

Hållbarhetsarbetet som beskrivs i denna rapport har en längre tidshorisont än tidigare och blickar mot 2030. En handlingsplan för hur målbilden 2030 ska uppnås har påbörjats och beskrivs under kommande avsnitt i denna rapport.

Styrning

RISKBESKRIVNING OCH HANTERING

Som ett vinstdrivande företag har Åhléns ett ansvar att uppnå en långsiktig ekonomisk lönsamhet som samtidigt är affärsmässigt hållbar. Det handlar om att bedriva ett strategiskt och systematiskt arbete där möjligheter identifieras och risker minimeras genom värdekedjan.

Åhléns verksamhet påverkas av ett antal omvärldsfaktorer vars effekter kan kontrolleras i varierande grad. Olika typer av risker, såväl omvärldsrisker som strategiska, operativa och finansiella risker har olika påverkan på verksamheten och kan leda till försämrade förmåga att fullfölja strategier och uppnå uppsatta mål. Yttre faktorer såsom nya lagar och förordningar, makroekonomiska aspekter såsom klimatförändringar som leder till försämrade skördar och förhöjda råvarupriser, marknadsrelaterade risker som minskad konsumtion/efterfrågan, samt strategiska risker såsom informationssäkerhet påverkar Åhléns i olika utsträckning. De främsta operativa riskerna för Åhléns rör leverantörskedjan och de produktionsmarknader Åhléns direkt eller indirekt är beroende av, där brist på demokrati, mänskliga rättigheter, arbetsmiljö- och miljöbrott förekommer. Bristande insyn i den dagliga produktionen är bidragande till det höga riskläget. Till operativa risker hör även Åhléns medarbetare, där hög personalomsättning kan medföra försämrade förmåga att fullfölja arbete som planerats. Med hjälp av policyer, riktlinjer och processer för interna såväl som externa parter har Åhléns som mål att identifiera, mäta, kontrollera och begränsa riskerna i verksamheten. Med dessa risker i beaktande har Åhléns identifierat möjligheter att utvecklas i en riktning som både gynnar hållbarhet och minimerar de risker som föreligger, bland annat genom att välja andra typer av råmate-

rial som inte är lika beroende av klimatet och ändrade skördemönster.

POLICYER OCH ANSVARFÖRDELNING

Genom att följa rådande lagstiftning och omvärldsbevaka försöker Åhléns möta nya förväntningar och krav samt förhålla sig till aktuell forskning, konsumentbeteenden och andra faktorer som kan påverka vårt sätt att arbeta. Bolagets styrelse bär det yttersta ansvaret för Åhléns verksamhet. Vd och Åhléns ledningsgrupp bär det operativa ansvaret för att säkerställa att lagar och riktlinjer efterföljs samt att risker förebyggs, minimeras och åtgärdas. Vd har det övergripande ansvaret för affärsetik, med hjälp av ekonomi- och finanschef. Hr-chef är ansvarig för sociala frågor och för miljöfrågor och hållbarhetsfrågor ansvarar bolagets hållbarhetschef.

Vid varje nyanställning ges medarbetare ett introduktionspaket innehållandes centrala policyer gällande nolltolerans mot diskriminering och kränkande särbehandling, arbetsvillkor, hälsa och säkerhet och miljö samt en uppförandekod, kallad affärsetisk kod. Denna kod omfattar nolltolerans mot mutor och korruption och ska signeras av samtliga anställda.

För Åhléns avtalspartners ställs krav på att samtliga ska förstå och signera Åhléns uppförandekod för leverantörer (amfori BSCI Code of Conduct) som täcker in sociala, miljömässiga och affärsetiska aspekter. Efterlevnad av koden följs upp genom leverantörsbesök, stickprovskontroller och tredjepartsrevisioner för leverantörer i högriskländer*. Genom bolagets controllingfunktion säkerställs korrekt redovisning av uppsatta nyckeltal och identifiering av utvecklingsområden.

AVVIKELSER OCH INCIDENTRAPPORTERING

Åhléns lägger stor vikt vid hur verksamheten sköts och den inverkan det har på omgivningen. För att säkerställa att bolaget inte har negativ påverkan är relationsbyggande och nära samarbeten med intressenter viktigt. Överträdelser eller misstankar om överträdelser gentemot lagar, regleringar eller av Åhléns styrdokument kan av interna parter rapporteras till närmsta chef eller via Åhléns anonyma visselblåsartjänst, som även finns tillgänglig för externa parter via Åhléns leverantörsportal. Under 2020 förekom inga korruptionsfall eller brott mot ekonomisk, social eller miljölagstiftning.

Vid allvarliga avvikelser gentemot Åhléns policyer eller hållbarhetskrav förbehåller Åhléns sig rätten att säga upp anställningen för en person och avtalet med en leverantör. Under 2020 förekom inga brott mot ekonomisk, social eller miljölagstiftning.

Medarbetares, kunders och medlemmars personliga integritet och säkerhet är av högsta vikt för Åhléns. För att säkerställa hög datasäkerhet föreligger bolagets informations och integritetspolicyer. Två incidenter inträffade under 2020, varav en rörde felaktig marknadsföring från ett av bolagets dotterbolag. Ärendet ledde till att bolagets integritetspolicy uppdaterades och händelsen rapporterades till Integritetsskyddsmyndigheten som avslutade detta utan vidare åtgärder. En annan incident rörde personuppgifter som felaktigt skickades till utomstående part. Parterna som berördes blev informerade och ärendet rapporterades till Integritetsskyddsmyndigheten som avslutade ärendet utan vidare åtgärder.

*amfori BSCI Countries' Risk Classification 2020



Åhléns hållbarhetsarbete

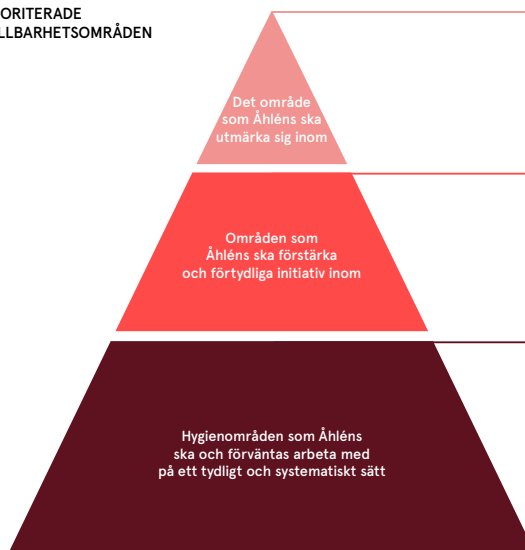
Nya strategiska förutsättningar – blickar mot 2030

Under 2020 fattades viktiga beslut som kommer hjälpa Åhléns framåt i hållbarhetsarbetet. Som fortsättning på 2019 års genomförda väsentlighetsanalys och interna förankring av hållbarhetsfrågorna, påbörjades under 2020 framtagning en ny hållbarhetsstrategi som kommer innehålla ambitiösa mål och riktlinjer för var Åhléns som bolag ska befinna sig år 2030. Den långsiktiga ambitionen är att Åhléns vill vara ett ledande socialt ansvarstagande och inkluderande bolag där hållbar konsumtion och klimatneutralitet är ledord.

VÄSENTLIGHETSANALYS

Syftet med väsentlighetsanalysen från 2019 var att identifiera områden att fokusera hållbarhetsarbetet och insatserna på utifrån ett intressent- och påverkansperspektiv, i strävan mot att möta intressenters förväntningar. Resultatet bestod av hållbarhetsområden som Åhléns nyckelintressenter ansåg mest prioriterade för Åhléns att arbeta med i korrelation till de faktorer som har störst påverkan på Åhléns verksamhet. Ledningsgruppen valde efter presenterat resultat att justera vissa områden utifrån analys av vad som är långsiktigt värdeskapande för Åhléns. Det justerade resultatet visualiseras i en pyramid där toppen visar området som Åhléns ska utmärka sig inom, mitten är områden som Åhléns ska ha som strategiska fokusområden och basen är områden som Åhléns ska fortsätta arbeta med systematiskt men inte nödvändigtvis vidareutveckla. Dialog med intressenter och omvärldsbevakning sker löpande för att säkerställa relevans i prioriterade områden. Inga av dessa ledde till ändringar i prioriteringar under 2020.

PRIORITERADE HÅLLBARHETSOMRÅDEN



UTMÄRKANDE OMRÅDEN

- Mångfald och inkludering

FOKUSOMRÅDEN

- Hållbart sortiment avseende design, material och förpackningar
- Resurseffektiv och miljövänlig produktion
- Reducerade koldioxidutsläpp
- Effektiv energiförbrukning
- Hållbart tjänsteutbud

BASOMRÅDEN

- Produktsäkerhet
- Lagefterlevnad och nolltolerans mot korruption
- Arbetsplats säkerhet
- Datasäkerhet
- Återanvändning, återvinning och avfall
- Hållbar leverantörskedja
- Samhällsengagemang

NTRESSEDIALOGER

Intressegrupp	Dialogform	Prioriterade områden
Medarbetare	Enkät	Arbetsplats säkerhet Hållbar leverantörskedja Arbetsvillkor och kompetensutveckling
Konsumenter	Enkät	Hållbar leverantörskedja Resurseffektiv och miljövänlig produktion Hållbart sortiment avseende material och märkningar
Leverantörer	Intervju	Design och sortiment med hög produktkvalitet Resurseffektiva förpackningar och emballage Hållbart sortiment avseende material och märkningar
Samarbetspartners	Intervju	Mångfald i marknadsföring och kampanjer Transparent kommunikation Samhällsengagemang
Ägare	Intervju	Mångfald och inkludering Samhällsengagemang Reducera utsläpp

Tillfrågade nyckelintressenter har antingen en påverkan på och/eller intresse i Åhléns verksamhet. Löpande dialog sker med respektive intressentgrupp.

Kommande strategi och handlingsplan

Utöver väsentlighetsanalysen grundar sig arbetet med hållbarhetsstrategin på relevant forskning, branschspecifika påverkansområden samt harmonierar med FN:s Agenda 2030 och ägarkoncernens fokus och målbild. Åhléns långsiktiga vision är starkt förknippad med globala målen #10 Minskad ojämlikhet, #12 Hållbar konsumtion och produktion samt #13 Bekämpa klimatförändringarna. Klimat-

förändringarna är vår tids största utmaning och det krävs tydliga handlingar för att den globala temperaturökningen ska stanna vid 1,5 grader som rekommenderats av Parisavtalet. För Åhléns del handlar detta om att förändra affärsmodellen, vara proaktiva och göra mer än vad som lagstadgats samt utmana och förändra traditionella sätt att arbeta. Åhléns vill verka inom ramarna för forsknings- och

regeringsuppsatta mål samt sträva efter att nå det koncerngemensamma klimatmålet om att vara klimatneutrala till år 2030*. Det handlar om att både minska direkta utsläpp från egna verksamheten samt indirekta utsläpp som genereras i leverantörskedjan.

*Scope 1 och 2 samt delar av Scope 3 (transporter och tjänsteresor)



Ledord till 2030 är klimatneutralitet och hållbar konsumtion.

NÅGRA AV DE HANDLINGAR SOM KRÄVS FÖR ATT NÅ VISIONEN TILL 2030 ÄR:

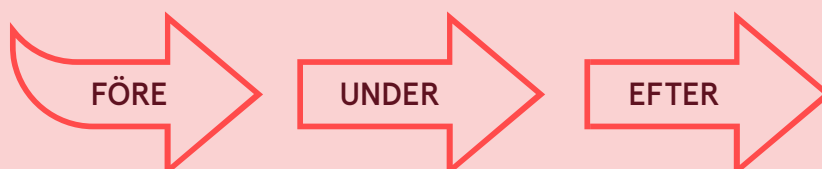
- Transformera design- och inköpsprocesser genom att vidare konsolidera leverantörsbasen för den egna varumärkesaffären. Detta för att möjliggöra närmre samarbeten samt identifiera och premiera leverantörer med ett proaktivt och strategiskt hållbarhetsarbete.
- Arbeta med innovation, såsom digital sampling, 3D teknik och övriga produktionstekniker.
- Kartlägga och reducera plaster - i produkter, produktförpackningar och emballage.
- Jobba hårdare med kemikalierester och kontroller för att säkra innehållet i produkter.

2021 kommer en ny långsiktig strategi arbetas fram för hela Åhléns och där hållbarhetsfrågorna kommer ta en ännu tydligare och mer central plats.

Kundresan

För att tydliggöra Åhléns hållbarhetsarbete formar vi vårt kommande arbete utifrån kundresan; "Före" "Under" och "Efter" för att visa på vad som sker före varan når kund, under köptillfället samt efter att kunden konsumerat. Syftet är att kunden på ett mer personligt och enkelt sätt ska förstå hur Åhléns har tagit ansvar i produktion och distribution av sålda varor och förstå vad och hur kunden själv bör ta ansvar för och för att agera så hållbart som möjligt. Detta arbete är ännu i uppstartsfasen och 2021 kommer till stor del handla om hur Åhléns kan vässa erbjudandet och budskapen vad gäller hållbar konsumtion.

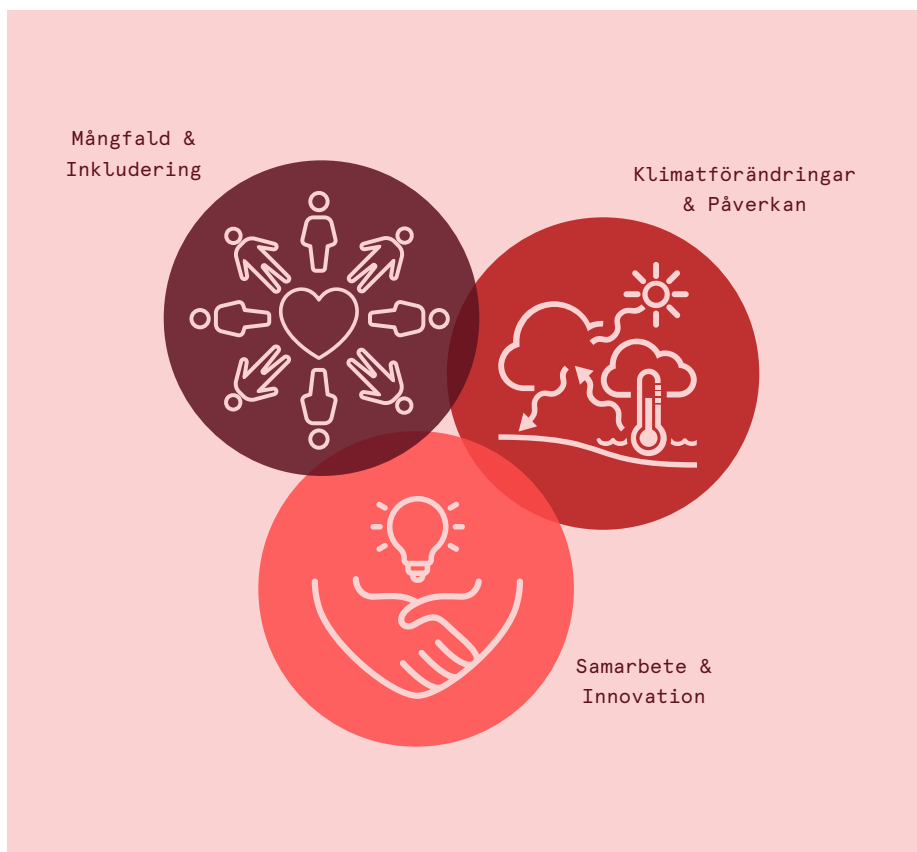
Före varan når kund, under köptillfället samt efter att kunden konsumerat.



Nya fokusområden

Åhléns hållbarhetsarbete har tidigare omfattat fyra fokusområden; hållbar produktion, hållbar livsstil, hållbar drift och hållbart samhälle. För att bättre täcka in de utmaningar som är störst ur ett påverkans- och intressentperspektiv samt berör hela värdekedjan, har nya strategiska fokusområden tagits fram under 2020. De strategiska fokusområdena "Mångfald & inkludering", "Klimatförändringar & påverkan" och "Samarbeten & innovation" skapar bättre förutsättningar för Åhléns att utveckla åtaganden och mål som krävs för att nå en långsiktigt hållbar utveckling där samarbete internt och externt är genomgående temat.

I takt med utvecklingen av den nya hållbarhetsstrategin kommer hållbarhetsmål adderas och revideras. Mer hållbara och återvunna material kommer fortsätta vara ett fokus, och även kompletteras med mål att skapa förutsättningar för förlängd livslängd på Åhléns produkter. Klimatfrågan blir en nyckelfråga och inkludering och mångfald blir prioriterat internt såväl som externt.



Långsiktiga mål

- Ledande bolag vad gäller mångfald och inkludering
- Klimatneutralitet 2030*
- Reducera och eliminera plaster i förpackningar och produkter (2025-2030)
- 100% återvunna eller mer hållbara material till 2025

*Omfattar Scope 1 och 2 samt transporter och tjänsteresor i Scope 3 i enlighet med koncernens mål

Mål till 2020-2021

RESURSER OCH UTSLÄPP

- Minska energiförbrukning med 3% årligen
- Reducera utsläpp med 15% (CO₂e/MSEK) med basår 2016

HÅLLBAR LEVERANTÖRSKEDJA

- 100% reviderade fabriker*
- 98-100% reviderade fabriker med godkända resultat
- 0-2% utgångna revisionsrapporter

MATERIAL

- 13% av försäljningen ska vara bra val
- 100% bomull från mer hållbara källor
- 20% återvunna syntetmaterial i produkter (2021)
- 100% LWG läder
- 100% FSC/Svanenmärkt papper
- 90% palmoilja från certifierade källor

MÅNGFALD OCH INKLUDERING

- 300 genomförda möten via ÖppnaDörren

*Av fabriker belägna i riskländer enligt amfori BSCI Countries' Risk Classification 2020

- mål som uppnåtts till 2020
- mål som inte uppnåtts till 2020

Mångfald & inkludering



Åhléns ser värdet i att uppmuntra olikheter och mångfald för att spegla hur samhället ser ut. Genom att ha hög mångfald internt bland medarbetare, i sortiment och i externa samarbeten vill Åhléns bidra till långsiktigt värdeskapande för primärt medarbetare och kunder.

En arbetsplats för alla

Mångfald och inkludering identifierades som ett prioriteringsområde i väsentlighetsanalysen och 2020 påbörjades arbetet internt. En projektgrupp bestående av hr, hållbarhet och marknadsavdelningen sattes samman och genomförde ett arbete med att på nytt definiera mångfald och inkludering för bolaget samt identifiera sätt att bättre tillvarata och uppmuntra olikheter. Som bolag arbetar vi för att förbli relevanta och attrahera fler att söka sig till Åhléns, både som medarbetare, samarbetspartner och kund.

Det kan handla om att ta fram och köpa in ett brett och noga utvalt sortiment som är aktuellt och relevant för den lokala kunden, att vara transparenta och låta mångfald genomsyra kundmötet, vidareutbilda och uppmuntra till olikheter i rekryteringssammanhang, välja inkluderande samarbetspartners samt vara inkluderande i kommunikation och marknadsföring. För att få med alla i detta arbete är det viktigt att frågorna genomsyrer hela bolaget.

I rekryteringssammanhang är det viktigt hur vi attraherar, rekryterar, behåller och tar hand om medarbetare och potentiella medarbetares olikheter. I Åhléns rekryteringspolicy uppmuntras mångfald och det nämns vad arbetsledaren kan ska tänka på för att få kandidater med olika bakgrund till att söka anställning hos oss. Bolaget värderingar ”Vi vill, vi vågar, vi bryr oss” har mångfald, hållbarhet och allas

lika värde som grund och förutsätter att alla, oavsett kön, ålder, etniskt ursprung, sexuell läggning, trosbekännelse och funktionshinder behandlas lika, har samma möjligheter och rättigheter. Målbilden är att Åhléns internt och externt ska vara en föregångare för både kunder, medarbetare och samarbetspartners vad gäller mångfald och inkludering.

MEDARBETARE

Åhléns medarbetare uppgår till 2408 och är uppdelade i 55 varuhus (VH), på servicekontoret (SK) och distributionscentralen (DC). I varuhus och på distributionscentralen har många ledare och chefer internationell bakgrund, vilket Åhléns i interna och externa rekryteringssammanhang försöker ta vara på.

Mångfaldsmätningen från 2020 visar en viss höjning från 2019 där andel medarbetare med internationell bakgrund uppgår till 29% (28% 2019), bland ledare 13% jämfört med 15% 2019. Andel kvinnor i ledande positioner uppgick till 79% 2020 jämfört med 77% 2019.

Inom verksamheten finns över 50 nationaliteter representerade och lika många olika språk talas bland Åhléns medarbetare, främst på distributionscentralen och i varuhus. Vi ser detta som en tillgång och en möjlighet i kundmötet för att ge bättre och mer personlig service.

**Internationell bakgrund definieras som en medarbetare som antingen är född utomlands eller har föräldrar som båda är födda utomlands.*

TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA (2408)*

	2019		2020	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Tillsvidareanställning	270	1585	275	1524
Tidsbegränsad anställning	108	1000	55	554
Heltid	191	2029	203	513
Deltid	187	556	127	1565

	SK	DC	Varuhus	SK	DC	Varuhus
	Tillsvidareanställning	224	171	1460	248	181
Tidsbegränsad anställning	36	6	1066	27	11	571

**Medarbetardata från Åhléns hr-system representerar antal medarbetare i slutet av 2020 och anges i HC. Inför och under julförsäljning ökar andelen tidsbegränsade anställningar på DC och i varuhus. Tidsbegränsade anställningar anses vara temporär arbetskraft.*

MEDARBETARHÄLSA OCH KONSEKVENSERNA AV PANDEMIN 2020

Konsekvenserna av Pandemin 2020 resulterade i att de flesta tjänstemän på servicekontoret jobbade hemifrån större delen av året vilket har inneburit många nya möjligheter men också en del nya utmaningar. För att behålla känslan av delaktighet och engagemang har utöver stormöten för medarbetare även digitala ledarforum hållits, med information och diskussion kring frågor kopplat till pandemin och ledarskap har tagits upp. Chefer har fått genomgå digitala utbildningar gällande arbetsrätt, arbetsmiljö och rekrytering. Vilket gjort att fler har kunnat delta och ingen har behövt resa.

Två undersökningar genomfördes med medarbetare på servicekontoret kopplade till hur Åhléns har hanterat krisen och hur hemarbete har påverkat hälsa, samarbete och arbete. Utifrån resultatet vidtogs åtgärder för att förbättra fysisk och psykisk arbetsmiljö för hemarbetare och kontoret anpassades för att minska smittspridning. Information och riktlinjer har sedan pandemins utbrott publicerats och uppdaterats nästintill dagligen på intranätet för att tydliggöra för alla medarbetare om nya förhållningsätt och företagets hållning i Coronafrågan. Detta sker löpande än idag.

I varuhusen och på distributionscentralen har fokus varit på att skapa en trygg och säker miljö både för kunder och anställda. Nya regler och restriktioner har gjort att varuhusen har behövt ställa om drift och kontinuerligt uppdatera trygghetsåtgärder i enlighet med myndigheters restriktioner. Detta har lett till att bolaget arbetat fram en ny schema- och bemanningsprocess för att kunna optimera scheman i drift. På så vis blir driften bättre bemannad när det är som mest att göra vilket underlättar för medarbetarna och bidrar positivt till kundupplevelsen. Distributionscentralen har tillsammans med andra aktörer i samma lokal, såsom systerbolag, bemanningsföretag, Samhall och fastighetsskötare, arbetat kontinuerligt med att minska smittspridning på arbetsplatsen. Detta genom ändrade arbetstider, införandet av rastschema och tre extra lunchrum i syfte att inte överstiga antal personer i gemensamma utrymmen.

Trots det arbetsmiljöarbete som bedrivits har sjukfrånvaron på grund av restriktioner och rekommendationer från Folkhälsomyndigheten och förändrade regler kring karensavdrag och krav på läkarintyg varit högre än vanligt. Endast på SK, där hemarbete varit vanligt förekommande har sjukfrånvaron på både kort och lång sikt varit lägre. I förebyggande friskvårdsarbete har medarbetare på DC tillgång till Åhléns lokala gym. På SK finns en naprapat tillgänglig för tidsbokning. Under 2021 kommer friskvårdsaktiviteter och bidrag som tillfälligt pausades under 2020 att återinföras för samtliga tillsvidareanställda medarbetare.

SJUKFRÅNVARO

	2019			2020		
	Kort	Lång	Total	Kort	Lång	Total
Åhléns total	3,15%	3,28%	6,43%	4,05%	3,61%	7,66%
SK	1,39%	1,51%	2,89%	0,78%	0,97%	1,75%
Varuhus	3,33%	3,64%	6,97%	4,37%	4,25%	8,62%
DC	4,5%	3,01%	7,51%	7,10%	3,56%	10,6%

ARBETSKULTUR OCH ENGAGEMANG

På grund av ett stort arbete med omorganisation och korttidspermitteringar under våren 2020 genomfördes ingen undersökning gällande Engagemangindex eftersom den medför en stor logistisk insats i varuhusen. Nästa undersökning kommer genomföras i april 2021. Pandemin har även påverkat an-

talet nyanställningar och rekryteringar samt begränsat möjligheten till praktikplatser och därför har det interna arbetet med mångfald inte fortlöpt som planerat. Förhoppningen är att 2021 blir ett år där mer tid kan ägnas åt detta. Åhléns kommer att linjera sina värderingar och ledarfilosofi med koncernens ramverk, ta fram handlingsplaner och mål

och arbeta med sitt arbetsgivareerbjudande i samband med Åhléns övergripande arbete med positionering och förtydligande av varumärket och dess identitet.

TRYGG OCH SÄKER ARBETSMILJÖ

Åhléns värnar om medarbetarhälsa och bedriver ett systematiskt arbetsmiljöarbete i enlighet med rådande lagstiftning, förektrifer, avtal och interna rutiner för att säkerställa en trygg och säker arbetsmiljö. Företagsledningen med hjälp av hr har det yttersta ansvaret att säkerställa att alla medarbetare, såväl medarbetare som ledare, konsulter och inhyrd personal, omfattas av bolagets arbetsmiljöpolicy. Åhléns chefer samverkar för att löpande undersöka och genomföra konsekvensbedömningar och medarbetarundersökningar för att minimera olyckor och fysisk och psykosocial ohälsa. Medarbetare kan via förtroendevalda skyddsombud eller genom Åhléns anonyma visselblåsarkanal rapportera eventuella klagomål och oegentligheter om de inte önskar gå till närmsta chef. För att hantera särskilda arbetsmiljöfrågor har Åhléns ett samarbetsavtal med extern företagshälsovård som oberoende part. 100% av Åhléns medarbetare omfattas av kollektivavtal.

För att ytterligare förtydliga bolagets ansvar utifrån diskrimineringslagen har bolagets arbetsrätts- och rekryteringsutbildning uppdaterats. Genom bolagets interna processer hanteras sociala och organisatoriska arbetsmiljöärenden som uppstår. Under året har inga fall av diskriminering anmälts. Om en medarbetare skulle utsättas för kränkande särbehandling eller trakasserier har Åhléns som arbetsgivare en skyldighet att göra det yttersta för att ge stöd och hjälp samt agera enligt gällande lagar och riktlinjer. Även bolagets arbetsmiljöpolicy uppdaterades för att förtydliga ansvar och hur det systematiska arbetet ska bedrivas.

MÅNGFALD OCH INKLUDERING EXTERNT

I linje med bolagets värderingar och i arbetet med mångfald och inkludering vill Åhléns även bidra till ett mer inkluderande samhälle och en öppnare arbetsmarknad. ÖppnaDörren verkar med hjälp av initiativen Yrkesdörren, Nya kompisbyrå och Svenska med baby för att brygga broar mellan människor och skapa möten mellan nya och etablerade svenskar, både vad gäller jobb och intressen. Genom att bredda nätverk och underlätta utrikesföddas etablering på arbetsmarknaden kan nya svenskar snabbare komma in på arbetsmarknaden och på så sätt bli en del av det svenska samhället. Detta är ett arbete som Åhléns stöttar sedan två år tillbaka och samtliga medarbetare uppmuntras och får

på arbetstid genomföra ett Yrkesdörrenmöte.

Tidigare år har Åhléns även engagerat kunder i ÖppnaDörren genom att bjuda in till möten i varuhus. Innan pandemin slog till i Sverige genomfördes ett varuhusevent i Malmö men som försiktighetsåtgärd och i takt med fler restriktioner, ersattes de fysiska mötena av digitala nätverksträffar, där Åhléns, Yrkesdörren och Nya Kompisbyrån gemensamt bjöd in medlemmar till digitala möten via zoom. I mobilen/datorn träffades personer med olika bakgrund och fick en in-

MÖTEN GENOM ÖPPNADÖRREN

	2018	2019	2020
Yrkesdörren	52	29	34
Nya Kompisbyrån*	22	89	52
Svenska med baby	75	15	15
Totalt antal möten**	149	124	101

*Invitationsdepartementet och Kompisbyrån slogs ihop under 2020 och blev tillsammans Nya Kompisbyrån

**Ett möte räknas som en träff mellan två deltagare. Svenska med babys aktiviteter bygger på föräldragrupper men räknas i statistiken som ett möte.

troduktion till Åhléns värderingar, rekryteringsprocess och mångfaldsarbete. Därefter fick deltagarna som på förhand blivit matchade, delta i samtal under en timme. Med digitala hjälpmedel genomfördes 101 möten vilket gör att utfallet från 2017-2020 landar på 374 möten och överträffar målet som var satt till 300 möten.

Under 2020 anordnades tillsammans med organisationen Mitt Livs Val ytterligare ett studiebesök på, på Åhlénsvaruhuset i Nordstan. Organisationen bedriver ett mentorskapsprogram med fokus på att engagera nyanlända och ensamkommande ungdomar att plugga vidare efter gymnasiet och studiebesöket syftade till att ungdomarna skulle få kontakt med ett företag i svenska näringslivet, höra mer om vad man kan jobba med på Åhléns och lyssna på när två medarbetare berättade om sin väg från gymnasiet till Åhléns. Planen är att fortsätta med studiebesöken även nästkommande år, förhoppningsvis i större skala när restriktionerna lättar.



Bild från Åhléns digitala nätverksträff i november 2020.



TOTALT ANTAL NYANSTÄLLDA OCH DESS ANDEL AV TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA

	2019		2020	
	Antal	Andel	Antal	Andel
Antal anställda (tillsvidare och provanställda)	1938		1824	
Kvinnor	178	11%	74	5%
Män	37	13%	39	14%
<30 år	111	23%	37	9%
30-50 år	91	9%	67	6%
>50 år	13	3%	9	2%
SK	53	22%	44	17%
DC	12	7%	26	14%
Varuhus	150	10%	43	3%

All data redovisas i HC. Data speglar nyanställda med tillsvidareanställning och/eller provanställning. Tidsbegränsade anställningar har exkluderats.

TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA SOM LÄMNAT ÅHLÉNS OCH DESS ANDEL AV TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA

	2019		2020	
	Antal	Andel	Antal	Andel
Antal anställda (tillsvidare och provanställda)	1938		1824	
Kvinnor	306	16%	246	16%
Män	60	3%	38	13%
<30 år	125	6%	97	25%
30-50 år	188	10%	145	14%
>50 år	53	3%	42	11%
SK	53	3%	38	15%
DC	21	1%	14	7%
Varuhus	296	15%	232	17%

All data redovisas i HC. Data speglar anställda med tillsvidareanställning och/eller provanställning som lämnat Åhléns. Tidsbegränsade anställningar har exkluderats.

FÖRÄLDRALEDIGHET

	2019		2020	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Antal anställda som har rätt till föräldraledighet*	378	2585	330	2078
Antal anställda som tog ut föräldraledighet	4	42	4	40
Antal anställda som återvände till Åhléns efter föräldraledigheten	4	41	4	40
Antal anställda som återvände till Åhléns efter föräldraledigheten och fortfarande är anställda 12 månader senare	1	37	4	33
Andel anställda som återgått till arbetet efter föräldraledighet i %	100%	98%	100%	100%
Andel anställda som återgått till arbetet efter föräldraledighet och fortfarande är anställda 12 månader senare i %	33%	74%	100%	79%

*Alla har rätt till föräldraledighet i Sverige enligt lag. Många är eller blir föräldrar under sin anställning på Åhléns och en hög andel återvänder till Åhléns efter föräldraledigheten. All data redovisas i HC.

29%

medarbetare med
internationell
bakgrund

50

Minst 50 språk
representerade bland
Åhléns medarbetare

79%

kvinnor i
ledande
positioner

"Vi vill, vi vågar, vi bryr oss"

Kundnöjdhet och medlemsprogram

Åhléns kundklubb består av över 2 miljoner medlemmar och ca 60 miljoner besöker årligen Åhléns varuhus. Över 50% av dessa är kvinnor i åldern 16-80 år. Under pandemiåret 2020 sjönk besökarantalet till ca 42 miljoner besök, vilket är en effekt av samhällets restriktioner och Åhléns anpassningar till dessa. Besökare på åhléns.se uppgick till 80 miljoner. För att veta hur vi kan bli bättre i vårt kundbemötande, mäter vi årligen hur nöjda kunderna är med Åhléns varuhus och åhléns.se. Under 2019 var utfallet för Nöjd Kund Index (NKI) på 85, vilket även var målet för 2020. Glädjande landar NKI för 2020 på hela 86, vilket tyder på att Åhléns agerande och hantering av Coronakrisen har mottagits väl av kunderna.



Klimatförändringar & påverkan



Klimatförändringar är vår tids största utmaning och Åhléns inser att den traditionella affären måste ställas om för att minska utsläppen och bromsa den globala uppvärmningen. Detta kräver att Åhléns arbetar proaktivt genom värdekedjan för att åstadkomma förändring och bli mer cirkulära.

Från linjärt till cirkulärt

DESIGN OCH PRODUKTION

Senaste årens forskning som belyser att textilproduktion står för 80% av ett plaggas miljöpåverkan har gjort att branschen intensifierat arbetet att se över de råvaror, kemikalier, vatten och energiresurser som krävs i produktion. För Åhléns del har detta inneburit att hänsyn tagits till fler påverkansaspekter i design- och sortimentsutvecklingen såsom val av kvaliteter, detaljer och förpackningar. Samarbeten inleddes med flera leverantörer kring digital sampling under designstadiet vilket spar material och resurser samt transporter som förekommer när fysiska prover skickas till servicekontor för godkännande.

För att åstadkomma dessa förändringar på ett bredare plan kommer en omställning av bolagets befintliga leverantörsbas krävas, varpå en leverantörsutvärdering påbörjades under 2020 för att konsolidera hela leverantörsbasen och identifiera föredragna leverantörer. Med färre leverantörer och närmare relationer tror Åhléns på att utvecklingen och omställningen kan gå snabbare samt att kunskap, erfarenheter och inspiration bättre kan utbytas.

För att konkretisera detta arbete och göra det möjligt för designers och inköpare att realisera Åhléns cirkulära ambitioner, kommer en designstrategi att tas fram i samråd med

forskning och experter under kommande år. Det kommer innebära att designers framåt får ett större ansvar över resurskreativitet och att ha en produkts varaktighet i åtanke i alla designprocesser. Det kan handla om att välja monomaterial som är optimerade för återvinning, utbytbara detaljer för förlängd livslängd och mer miljövänliga produktionstekniker. Alla funktioner som påverkar olika delar i ett kretslopp. I samband med att påverka kunder till att vilja vårda och använda sina produkter längre är målsättningen att bidra till en mer hållbar konsumtion och cirkulära flöden.

CIRKULÄRA INITIATIV

Inom det cirkulära har Åhléns även inlett ett samarbete med Hack Your Closet, en digital uthyrningstjänst som baseras på kundens personliga preferenser. Åhléns Market Place Online erbjuder second-handshopping genom Re-robe och Luxify. I fysisk retailmiljö har Stadsmissionens Re:make haft pop-up på primäryrta på varuhuset City Stockholm.

Även 2021 kommer Åhléns som initiativ för den cirkulära ekonomin att uppmana konsumenterna att minska onödiga köp, använda produkter fler gånger och vårda produkter under dess livsstil. Det handlar även om att reparera produkter som går sönder och återvinna i största möjliga utsträckning.



MATERIALVAL

Arbetet med att använda mer hållbara material såsom återvunnet, ekologiskt och Tencel i sortimentsutvecklingen fortsatte under 2020 i strävan mot att nå uppsatta mål. På grund av att vissa kvaliteter i mer hållbara material har varit svåra för leverantörerna att hitta, uppnåddes inte alla materialmål som var satta till 2020.

Glädjande är att Åhléns damkollektion från hösten 2020 består helt av mer hållbara material som bland annat ekologiska och återvunna material. Målet om 100% LWG certifierat läder nåddes, till stor del för att samtliga skinnhandskar nu har konverterats till LWG och andelen återvunna material mer än dubblades från 2019. Andelen mer hållbar bomull visade på en förbättring på 13% mot föregående år. Mer hållbara bomullsval innefattar återvunnet material samt märkningarna Global Organic Textile Standard (GOTS), Organic Cotton Standard (OCS) och Better Cotton Initiative (BCI). Åhléns ställning kring BCI är att standarden bidrar till mer hållbar bomullsproduktion i form av utbildande insatser för bönder i bevattningstekniker, hantering av färre bekämpningsmedel och därför är bättre än konventionell bomull. Åhléns kommer framåt att fortsätta använda material från mer hållbara källor och standarder, sträva efter att nå resterande materialmål och samtidigt bredda fokus till fler aspekter utöver material.

Ett prioriterat fokus för 2021 är också att hitta leverantörer som kan tillhandahålla rätt kvaliteter, material och mer miljövänliga produktionsmetoder. Arbetet kommer drivas genom Åhléns nya strategiska sourcing-avdelning vars huvuduppgift blir konsolidering och identifiering av rätt leverantörer. Ambitionen är att ett globalt inköpskontor ska hantera alla nya leverantörer för att förbättra kontrollen av hela affären, vilket gör att beroendet av agenter ska minska. Åhléns inser att ansvaret ligger hos bolaget att säkerställa att de produkter som säljs har tillverkats med hänsyn till människor och miljö och att fler aspekter än val av material ligger till grund för detta. Ett beslut fattades därför under 2020 att ta bort märkningen Bra val, ett koncept som 2012 skapades för att guida kund till just mer hållbara materialval. Under 2021 väntas ett omtag kring hållbarhet rörande produkter och tillverkning, där transparens och kommunikation är fokus.



MATERIALMÅL OCH NYCKELTAL

	2018	2019	2020	Mål till 2020-2021
Bra val-försäljning*	8%	7,25%	10,66%	13% (2021)
Bomull från mer hållbara källor	72%	79%	93%	100%
Återvunna syntetiska material	6,5%	6,4%	17%	20% (2021)
Övriga mer hållbara material**	26%	28%	27%	34%
Läder från LWG certifierade garverier	69%	75%	100%	100%
Hållbar palmolja	45%	93%	98%	90%
FSC/återvunnet papper	84%	81%	77%	100%

*Bra val är Åhléns guide av märkningar där minst 50% av en produkt består av mer hållbara material.

**Övriga mer hållbara material innefattar Lenzing fiber som Tencel, EcoVero, Lenzing Viskos och Modal.

2019 års data har justerats då endast Lyocell och Viskos fanns med i datateckning. Justerad data innefattar även Modal.

BÄRKASSAR OCH EMBALLAGE

När skatten på plastpåsar trädde i kraft 2020 valde Åhléns att ha kvar befintligt bärkasseprogram om 6 varianter; 3 plastbärkassar och 3 pappersbärkassar i butik och höja priserna på samtliga kassar i relation till storlek. Åhléns har valt att inte premiera något material då livscykelanalyser som hållbarhetsavdelningen tagit del av visar på att återvunnen plast är mest fördelaktigt ur miljösynpunkt jämfört med andra bärkassematerial. För att vidare hjälpa kunden minska konsumtionen togs en flegångskasse av återvunnen polyester fram som är ämnad att användas om och om igen.

Under 2020 beslutades även byte av e-handelsemballage. Det röda emballaget av plast som funnits i 20 varianter krymper till 14 varianter och ersätts till stor del av ofärgat papper med vitt tryck och kompletteras i nödvändiga fall med återvunnet skrynkelpapper istället för skyddplast. Det nya emballaget kan som helhet sorteras som pappersförpackning och är designad för att kontaminera pappersåtervinningen så lite som möjligt.

Åhléns magasin innehållandes personliga erbjudanden fick under 2020 en klimatanpassad förpackning och består nu av majoriteten återvunnen polyeten samt viss förnybar polyeten. Framtida ambitionen är fortsatt att eliminera plastfilmen.

AVFALL

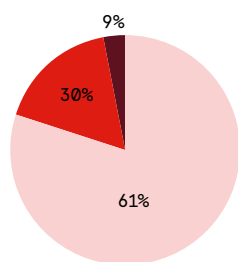
Avfall uppstår både uppströms och nedströms i Åhléns värdekedja. För att möjliggöra återvinning av de material och resurser som förbrukas i verksamheten, ser Åhléns ett ansvar i att ha hög sorteringsgrad av det avfall som genereras. Detta omfattas av bolagets miljöpolicy. Åhléns uppmuntrar leverantörer att ständigt förbättra arbetsprocesser relaterat till mönsterkonstruktion för att minska textila rester under produktion. Tillsammans med kontrakterade avfallsentreprenader bevakar och genomför Åhléns åtgärder för att minska avfallet och öka sorteringsgraden i den egna verksamheten. Under 2020 minskade Åhléns totala avfall till 1 298 ton (1 547 ton 2019). Av detta utgör en liten del farligt avfall 11,7 ton medan majoriteten består av icke-farligt avfall i form av pappers- och plastemballage.

AVFALL PER AVFALLSFRAKTION (%)

	2019	2020
Wellpapp	62%	64%
Osorterat	15%	5%
Brännbart	5%	20%
Trä	5%	4%
Plast	4%	4%

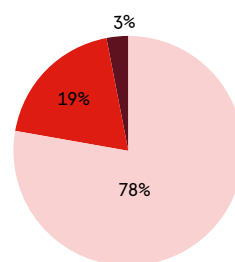
Avfallsdata avser varuhus, DC och SK och har tillhandahållits av kontrakterade avfallsentreprenader Stena och Suez. Avfall per fraktion anges i % av totalt avfall, 1 298 ton. Resterande 3% avser glas, farligt avfall, elektronik, returpapper och metall.

FARLIGT AVFALL

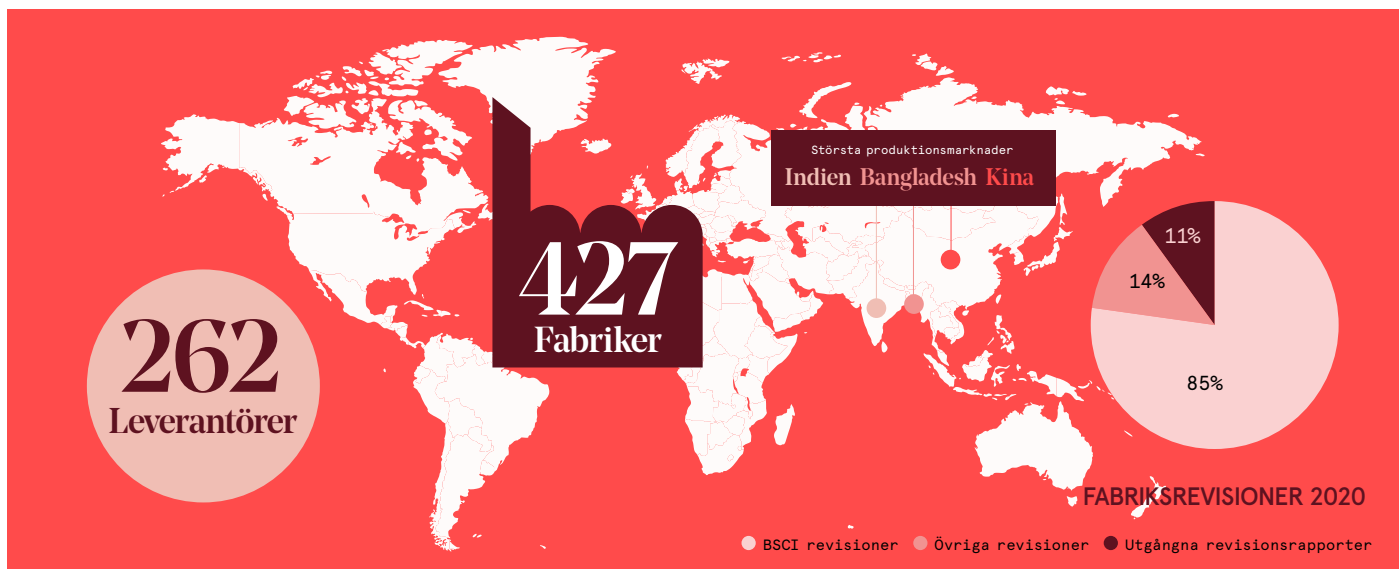


- Återvinning (3,5 ton)
- Förbränning - energiåtervinning (7,2 ton)
- Förbränning (1,1 ton)

ICKE FARLIGT AVFALL



- Återvinning (932,6 ton)
- Förbränning - energiåtervinning (309 ton)
- Deponi (44,6 ton)



100% reviderade fabriker i riskländer, 98,9% med godkända resultat 2020 jämfört med 99,1% år 2019

Arbete för en hållbar leverantörskedja

Hållbarhet är en viktig del i inköpsprocessen och ett systematiskt arbete bedrivs för att ständigt bli bättre. Åhléns kontrakterade leverantörer måste godkänna bolagets krav innan och under samarbetets gång.

OMVÄRLDSBEVAKNING

Lagstiftning, EU-direktiv, forskning, nya rön och debatter kring ämnen har stor påverkan på hur verksamheten bedrivs och de produkter som produceras och tillsätts på marknaden. Genom omvärldsbevakning säkerställer Åhléns att kravställning och riktlinjer kring produktinnehåll, producentansvar och den operativa verksamheten förhåller sig till dessa påverkansfaktorer.

KRAVSTÄLLNING OCH LEVERANTÖRSUTVÄRDERING

För att kontrollera sociala, miljömässiga och affäretiska risker kopplat till produktion av Åhléns egna varumärkesprodukter måste samtliga leverantörer acceptera Åhléns uppförandekod för leverantörer (amfori BSCI's Code of Conduct) som baseras på FN Global Compacts tio principer samt hållbarhetskrav som ligger till grund för avtalssignering. Dessa krav och kod harmonierar bland annat med ILO:s kärnkonventioner, REACH-förordningen och försiktighetsprincipen som vi tillämpar i vårt arbete och förväntar oss att leverantörer förhåller sig till och förmedlar till leverantörer uppströms i kedjan. Om en producerande fabrik är belägen i ett högriskland krävs att denna ha blivit tredjepartsgranskad enligt en av Åhléns godkända revisionsstandarder. Dessa täcker minst in mänskliga rättigheter, arbetsrätt och hälsa och säkerhet. Om en fabrik inte upprätthåller den standard som krävs för att vara leverantör åt Åhléns, ombeds leverantören genomgå en åtgärdsprocess. Om avvikelser

kvarstår och standarden ej förbättras, förbehåller Åhléns sig rätten att säga upp avtalet med leverantör. Under 2020 avslutades inga avtal på grund av avvikelser gentemot hållbarhetskrav.

TRANSPARENS

Totalt utgjordes Åhléns leverantörskedja av 262 leverantörer och 427 fabriker för den egna varumärkesaffären. 77% av dessa fabriker är belägna i riskländer* och har alla reviderats av tredje part. Under 2020 granskades 92 nya fabriker avseende sociala aspekter. Sedan 2019 uppdateras halvårsvis en lista på åhlens.se över aktiva leverantörer och fabriker som tillverkar Åhléns egna varumärkesprodukter. För att öka transparensen är förhoppningen att mer information om bolagets leverantörskedja på sikt ska kunna redovisas i takt med att affärssystemet implementerats fullt ut.

PRODUKTSÄKERHET, MÄRKNING OCH SAMVERKAN

Produktsäkerhet, kvalitet och funktionalitet har stor betydelse för Åhléns då vi som bolag har ett ansvar för de produkter vi tillsätter på marknaden och för våra kunders säkerhet och nöjdhet. Bolagets policyer rörande produkter, ämnen och innehåll samt processer och rutiner kopplat till dessa områden baseras på lagstiftning och branschstandard och kontrolleras genom interna kvalitetskontroller och externa tester. Genom medlemskap i nätverk och samverkansgrupper vill Åhléns bidra till utveckling av olika ämnen i branschen samt få stöd i frågor rörande produkter och dess innehåll. Under året har Åhléns lämnat remissvar till den kemikalieskatt som föreslagits på textilier. Dialog har även förts kring kommande producentansvaret för textil. Skatterna som föreslås har stor betydelse för hur Åhléns inköpsaffär

*Baserat på amfori BSCI Countries Risk Classification 2020

bedrivs och bevakning och dialog pågår för att vara så anpassade för lagändringarna som möjligt. Under 2020 genomfördes två tillsyner och en marknadskontroll av Åhléns verksamhet. En varning från myndighet och tre frivilliga återkallelser av produkter kopplat till hälsa och säkerhet uppstod. Smådelar på en barnleksaker från externt varumärke riskerade att lossna och således utgöra en säkerhetsrisk. Produkten säljstoppades och återkallades från samtliga kunder med full återbetalning. Ytterligare en extern varumärkesprodukt säljstoppades då man uppmärksammade att varningstext på svenska saknades. Båda fallen avskrevs efter uppvisade åtgärder. En tillsyn från Konsumentverket ansåg att Åhléns marknadsfört rea på ett sätt som överskred tillåtna tidsramar. Ärendet lades ner utan vidare påföljder men har lett till att Åhléns framåt kommer se över sin strategi för att stärka varumärket, fullprisförsäljning och minska rea-marknadsföring.

Ett duschdraperi i Åhléns sortiment påvisade ftalater som överskred kemikalielagstiftning. Ftalaterna som påträffades var inte reglerade under 2018 då sista orderläggning av produkten gjordes, men som försiktighetsåtgärd gick Åhléns ut med en produktåterkallelse. Inga skador har påträffats gällande några av de återkallade eller säljstoppade varorna. Som ett frivilligt åtagande gick Åhléns under året ut med information på nytt om en återkallad vara från 2016 då det upptäcktes att ett fåtal produkter fanns kvar på marknaden. Inga skador har påträffats gällande några av de återkallade eller säljstoppade varorna.

Under 2021 kommer Åhléns vidare se över produktkvalitets- och produktsäkerhetskrav för att möta uppdaterade lagkrav och branschstandard.



ORDERLÄGGNING OCH PRODUKTION UNDER CORONAPANDMIN

På grund nedstängningar av ett stort antal fabriker världen över påverkades produktionen och ledde till förseningar av ett stort antal leveranser. Trots förseningar undvek Åhléns att annullera ordrar för att inte påverka fabrikernas omsättningsgrad negativt och för att inte jobb skulle gå förlorat under denna svåra tid. I ett fåtal fall reducerades storlek på order. Täta dialoger hölls under denna period med leverantörerna för att upprätthålla goda relationer. Restriktionerna ledde till att inga interna revisioner genomfördes utan endast ett begränsat antal fabriksbesök via produktionskontoret. Andelen fabriksrevisioner sjönk under första Corona-perioden vilket gjorde att en del fabriker fick försenade revisioner genomförda. Mot årets slut låg dock

antalet fabriksrevisioner på 98,9% vilket är positivt då det överstiger uppsatt mål och är nästan i paritet med föregående år, 99,1%.

Åhléns har under året bevakat hur arbetare i leverantörskedjan påverkats av pandemin och fört nära dialog med leverantörerna genom mail och videomöten. Genom Accord har säkerhetsåtgärder kring pandemin drivits som en del av initiativets agenda kring förbättrad arbetsplatssäkerhet i Bangladesh. Åhléns har även fört dialog med leverantörer i Bangladesh kring löneutbetalningar under lock-down och nerdragningar i arbetstid och fått skriftlig bekräftelse på datum för utbetalningar. I vissa fall har löner utbetalats något senare än vanligt, men bekräftats ca två veckor efter ordinarie utbetalningsdatum.



Klimatavtryck och utsläppsreduceringar

Forskning, politiker, näringslivet och individer är överens. Handling behövs för att bromsa utsläppen av växthusgaser och uppnå 1,5 graders målet. Åhléns strävar efter att minska utsläppen av koldioxidekvivalenter i linje med FN:s Agenda 2030 som innebär att bolagets utsläpp ska halveras till 2030 och vara klimatneutrala till 2045. Inom Axel Johnson-gruppen är målet mer ambitiöst än så och Åhléns klimatmål är således att vara klimatneutrala till 2030. För att mäta utvecklingen av genomförda insatser rapporterar Åhléns årligen utsläpp enligt GHG-protokollet och genomför åtgärder baserat på redovisat resultat.

Historiskt har Åhléns fokuserat en stor del av arbetet på att minska negativ klimatpåverkan från egna verksamheten i form av energiförbrukning från servicekontoret, distributionscentralen och varuhus samt utsläpp från upphandlade transporter, i Scope 2 och 3. Lag-

stiftning och bolagets Miljöpolicy utgör grunden för Åhléns miljöarbete.

Då forskning visar på att utsläppen för textilindustrin till störst del sker i produktionsledet, kommer en stor del av arbetet framåt gå ut på att minska de resurser som går åt och de utsläpp som genereras under tillverkning, i Scope 3. För Åhléns del kommer det handla om att minska och ställa om råmaterial, energi, vatten, kemikalier, tekniker och transporter som idag används för att åstadkomma utsläppsminskningar. Det kommer också handla om att se över inköpta varor och minska överproduktion. Genom att ansluta till Textile & Fashion 2030 som är Sverige Nationella Plattform för hållbart mode och hållbara textilier, kan Åhléns med hjälp av experter skapa en tydlig handlingsplan som kan appliceras tvärfunktionellt inom bolaget och minska eventuella kunskapsgap som råder internt.

Under 2020 deltog Åhléns i klimatseminarium med experter och konsulter för att få hjälp om hur klimatarbetet kan konkretiseras till handlingsplan.

Arbetet med pågående leverantörutvärdering kommer att identifiera leverantörers mög- nadsgrad och nivå vad gäller miljö och klimat, samt tas i beaktande i strategin för vilka leverantörsrelationer som ska intensifieras och avslutas. Ambitionen är att de leverantörer som Åhléns väljer att arbeta med ska ha effektiv energianvändning, vattenanvändning och avfallshantering samt erbjuda miljövänligare produktionsmetoder som kräver färre resurser och därmed har mindre belastning på människa och miljö. För att bäst fokusera där Åhléns har störst möjlighet att påverka kommer arbetet närmst att fokusera på den egna varumärkesproduktionen.



Egna verksamheten

Genom att tillämpa försiktighetsprincipen och arbeta tillsammans med medarbetare, leverantörer och kunder strävar Åhléns efter att bli mer klimat- och resurseffektiva. Till hjälp finns bolagets miljöpolicy för medarbetare och miljökrav för leverantörer. Att verka för låg energianvändning, miljövänliga förbrukningsvaror och minskad mängd avfall är delar i det operativa arbetet som bedrivs av varuhus, servicekontor och distributionscentral.

ENERGIKARTLÄGGNING OCH EFFEKTIVISERING

Alla anläggningar där Åhléns har rådighet över elavtalet, får energi från ursprungsmärkt vattenkraft. De varuhus som omfattats av ombyggnationer under 2020 har fått ny LED-armatur och energieffektivare belysning. Under 2020 berörde detta Kristianstad, Herrplanet på City Stockholm samt Odenplan. En andra Energikartläggning med auktoriserade energikonserter genomfördes, som gick igenom förbättringsåtgärder sedan tidigare EKL samt uppförde nya åtgärdsförslag för nästkommande fyraårsperiod. Till skillnad från föregående EKL då samtliga anläggningar inkluderades i kartläggningen, valde Åhléns ut två varuhus att djupdyka i för att se vilka åtgärder som identifierades möjliga för att minska energiförbrukningen på kort- mellan och lång sikt med både mindre och större investeringar.

ENERGIFÖRBRUKNING

Det arbete och investeringar som planerades för 2020 fick i stor utsträckning ge plats till att istället säkerställa verksamhetsanpassningar till myndighetsrestriktioner. Begränsade öppettider infördes för att ekonomiskt klara av krisläget. Två varuhus avvecklades också under året på grund av olönsamhet. Dessa förändringar har påverkat den totala elförbrukningen, som under året minskat med 13%. Varuhusen i drift har fortsatt verka för en effektiv varuförsörjning för hålla sig inom ramarna för målet om minskad energiförbrukning.

Åhléns utsläpp genereras delvis från den el som förbrukas i verksamhetens 55 varuhus, kontor och distributionscentral. Trots att Åhléns totalt sett minskat elförbrukningen under 2020 är utsläppen något större till följd av att emissionsfaktorn för Svensk elmix, som antagits för 25% av anläggningarna, var högre än 2019. I det kommande systematiska energiarbetet kommer Åhléns att förstärka dialogen kring Gröna hyresavtal med fastighetsägare i förhoppning om att minska avtrycket även från anläggningar där Åhléns inte själva har rådighet över elen.

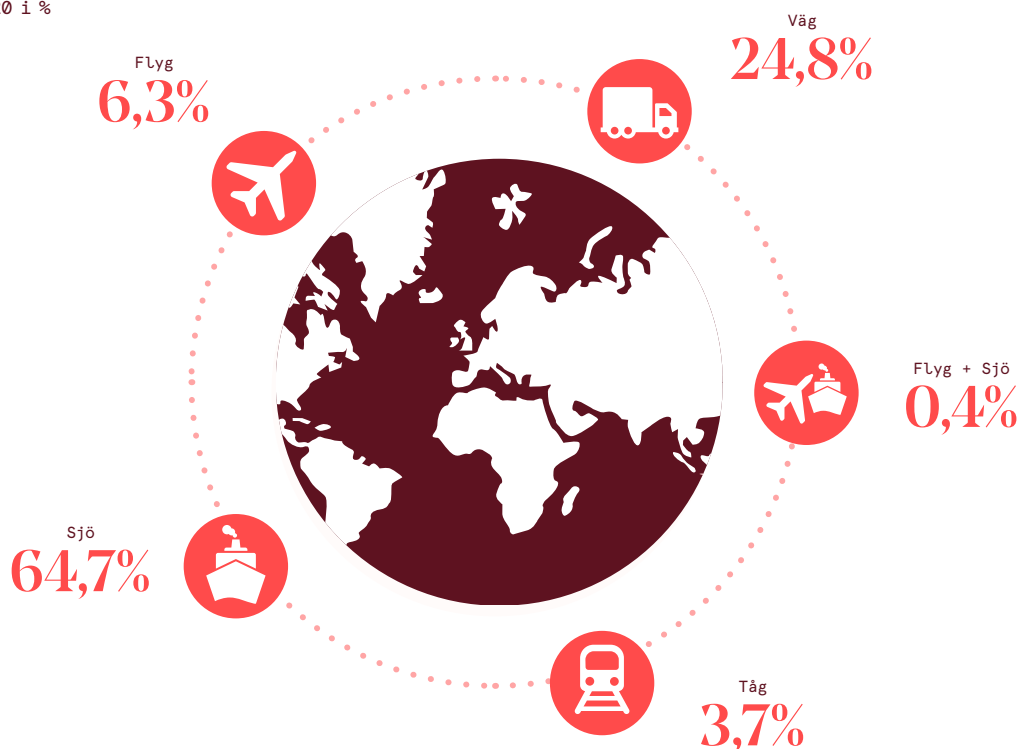
ENERGIFÖRBRUKNING (MWh)			
	2019*	2020	Procentuell förändring
Elektricitet	24 352,2	21 088,3	-13%
MWh med ursprungsmärkt el	18 264,1	15 816,2	
MWh med residualmix	6 088	5 272,1	
Elförbrukning (kWh) per m ²			
Varuhus	115,7	99,6	-14%
SK	78,0	48,7	-38%
DC	81,1	79,9	-1%
Fjärrvärme	2 995,6	3 139,8	5%
Total energiförbrukning	26 986,7	24 228,2	-11%

Energiförbrukningen baseras på 47 av 55 varuhus där full data-teckning kunnat utläsas, servicekontoret och distributionscentralen. Fjärrvärme-data avser distributionscentralen. Data har tillhandahållits av systemleverantör Mestro. *2019 års data har justerats då mer fullständig data-teckning för varuhus kunnat tillgås.

ÅHLÉNS UTSLÄPP FRÅN ENERGIFÖRBRUKNING ANGETT I TON CO ₂ e (SCOPE 2)		
	2019	2020
Elektricitet		
Utsläpp i Scope 2 ton CO ₂ e market-based method	1 528	1 787
Varav utsläpp från ursprungsmärkt el (ton CO ₂ e)	0	0
Varav utsläpp från nordisk residualmix (ton CO ₂ e)	1 528	1 787
Utsläpp i Scope 2 ton CO ₂ e location-based method	1 692	1 427
Fjärrvärme		
Utsläpp i Scope 2 ton CO ₂ e fjärrvärme	231	204
Totala utsläpp Scope 2	1 759	1 991

Baseras på antagandet om att 75% av Åhléns anläggningar får el från förnybara källor och resterande 25% från icke ursprungsmärkta källor. För utsläppsberäkningar enligt market-based method används Vattenfalls emissionsfaktor för ursprungsmärkt vattenkraft (0 g CO₂e/kWh) och nordisk residualmix (339 g CO₂e/kWh år 2020 och 251 g CO₂e/kWh år 2019). Location-based method beräknas utifrån kraftnätets samlade elproduktion, med en blandning av förnybara och icke förnybara källor. Emissionsfaktorn för nordisk medelmix (58 g CO₂e/kWh 2020 och 60 g CO₂e/kWh 2019) har använts. Emissionsfaktorn för fjärrvärme kommer från Stockholm Exergi (65 g CO₂e/kWh 2020 och 77 g CO₂e/kWh 2019).





Logistik och transporter

Logistiken har stor betydelse för hur effektivt Åhléns kan bedriva verksamheten. Optimerad ruttplanering, hög fyllnadsgrad och punktlighet i inkommande och utgående leveranser har stor betydelse för en effektiv logistikkedja. För detta krävs nära samarbeten genom leveranskedjan, från inköp till försäljning. Under 2020 implementerade Åhléns system RELEX för att säkra varuförsörjning, öka samfrakter, snabbare leveranser och minskad klimatpåverkan. Verktøget möjliggör för Åhléns att bli mer prognosstyrda i varuförsäljningen istället för att förlita sig på historisk försäljningsstatistik. Detta förutspås även bidra till ökad fullpridförsäljning och minskat överskottslager.

Alla egna märkesvaror och en stor del av varumärkesvarorna transporteras till varuhus och butiker via Åhléns distributionscentral, tillika lager, i Jordbro. En stor del av Åhléns flöden av intransporter hanteras av ramavtalsleverantörer som till övervägande del förekommer med väg och sjöfrakt. Flygfrakt används i undantagsfall vid försenade leveranser eller tidsbrist.

INKOMMANDE TRANSPORTER

Leveransutmaningarna i omvärlden påverkade påverkade inkommande transporter då många sändningar fastnade i hamnlägen på grund av restriktioner. Detta ledde till att en stor andel var tvungen att köras med tåg- eller flygtransport istället för sjöfart. Trots detta har antalet sändningar minskat på grund av det konsolideringsarbete som fortskridit. Två

hamnar, Ningbo och Shanghai, i Kina har konsoliderats för att kunna skeppa större volymer och därmed har bättre förutsättningar skapats att bygga egna samlastningscontainers före sändning och bidragit till minskad löslast. Resultatet är att färre containers behöver forslas vilket spar både fraktkostnader, ledtid och miljö. Under 2020 var planen att konsolidera ytterligare två hamnar Hongkong och Yantian, men hårdare restriktioner gör att detta arbete verkställs 2021. I Europa har sändningar i Turkiet övergått till en intermodal lösning vilket reducerat miljöpåverkan med 60% jämfört med enbart vägtransport. Planen är att se över om samma miljöfördelar kan åstadkommas genom en intermodal lösning i Holland. Portugalflödet kommer att samlastas och skeppas

med fartyg istället för bil vilket också förväntas minska utsläpp av koldioxid.

VARUFLÖDET

För att underlätta lossning vid ankommande leveranser på distributionscentralen genomfördes ett test med användning av slip sheets för gods från Shanghai. Detta innebär att godset lastas på tunna plastskivor istället för pall för att möjliggöra effektiv lossning vid ankomst, både arbetsmiljömässigt och tidsmässigt. Testet föll väl ut och för att bättre harmoniera med bolagets plastmål är nästa steg att undersöka om slip sheets finns att tillgå i papp istället för plast samt om lösningen kan hanteras redan i fabrik.



UTGÅENDE DISTRIBUTION

Avgångsvolymer till varuhusen gick ned drygt 13% jämfört med föregående år, mycket beroende på pandemin som blev påtaglig i slutet av mars och höll i sig året ut med vissa variationer. Två av Åhléns varuhus, Nacka och Birsta, Sundsvall stängdes också under 2020 vilket bidrog till färre distributioner. På grund av ökad efterfrågan via e-handel har ordinarie körschema inte kunnat hantera volymer som tillkom via Click & Collect. Till följd infördes därför ett utökat leveransschema vilket lett till att antal leveranstillfällen ökat med drygt 13%. I Stockholmsområdet får alla varuhus Click & Collect leveranser varje dag och av de 36 varuhus som hanteras av Postnord får 34 dagliga leveranser. Varuhus i Norrland har inte ingått i upplägget p.g.a. utmaningar med att kombinera tjänster och önskvärd ledtid.

Tillväxten har varit fortsatt positiv för e-handeln under 2020. Som en följd av pandemin har andelen Hemleveranser ökat från tidigare ca 10% till uppemot ca 18-19% och andelen Click & Collect till varuhusen minskat från tidigare ca 40% till ca 25%. I tillägg har varubreven ökat sin andel från ca 8% 2019 till närmare 25% under hösten 2020 i samband med en uppdatering av fraktsätten i kassan där kunden själv väljer fraktoalternativ. Under november-decemberperioden då många erbjudanden florerade beställde kunder i regel hem flera varor i samma order. Genom att kunden får en och samma leverans för flera varor resulterar det till färre transporter per kund. Förhoppningen är att driva fler kunder i samma riktning för att öka andelen samfrakter och således minska utsläppen för e-handel. Detta arbete lägger även Åhléns transportörer stor vikt vid.

Under 2020 har flera fraktsätt varit klimatkompenserade, för Postnord har detta gällt hemleveranser av paket och skrymme samt ombudsförsändelser via Schenker. Best Transport har utöver klimatkompensering för sina försändelser påbörjat en övergång till fossilfria bränslen för "sista milen" ut till kund i ett 30-tal städer och för linehaul-transporter mellan Stockholm, Göteborg och Malmö. Planen är att Best Transport ska erbjuda helt fossilfria transporter från lager till kund under 2021.

Åhléns e-handel förutspås fortsätta växa, vilket gör att ett större fokus framåt kommer att läggas på att optimera, leveranssäkra och effektivisera transporter avseende kostnad, tid och miljö. Under 2021 påbörjar Åhléns samarbeten med Instabox vars målsättning att vara 100% fossilfria i juni 2021 och Airmea, som beräknar att företagets transporter ska vara fossilfria år 2021 och emissionsfria år 2022.

TJÄNSTERESOR

På grund av reserestriktioner har färre tjänsteresor till utlandet gjorts av medarbetare. Fotografering av badmodet skedde utomlands då den ägde rum före reserestriktioner trädde



i kraft. Restriktionerna har varit utmanande i produktion på många sätt och gett digitala medel ny betydelse. Tack vare tekniken har många arbetsmoment gått bra att genomföra utan platsbesök vilket även bidragit till viss minskning i utsläpp. Fortsättningsvis ska tekniken få spela så stor roll som möjligt för att fortsätta hålla flygresor till ett minimum.

FRAMTIDENS LAGER

Under 2020 fattades beslutet att Åhléns investerar i ett toppmodernt automatiserat centrallager. Lagret som byggs i Rosersberg utanför Stockholm väntas stå klart i början av 2022



och är del i strategin i att bli en ledande digital marknadsplats i Sverige. Fastigheten kommer miljöcertifieras enligt BREEAM IN USE-standard och är designad för att minimera energianvändningen, har solceller installerade på taket och ett optimerat inomhusklimat med hjälp av FTX-ventilation som återvinner värmen. Den nya lagerlösningen kommer förbättra Åhléns leveransförmåga med ökad kapacitet och kortare leveranstider i hela logistikkedjan vilket behövs för att möta förändrade konsumentbeteenden. Anläggningens klimatavtryck väntas även reduceras kraftigt till följd av byggnadens energieffektivitet och miljöcertifiering.

ÅHLÉNS KLIMATPÅVERKAN

Trots en viss ökning av utsläppen i Scope 2 ledde Åhléns arbete avseende inkommande transporter, distribution och tjänsteresor, till att bolagets totala utsläpp reducerades med närmare 3%. På grund av att Åhléns haft en lägre försäljning under 2020 redovisas en negativ utveckling av utsläppsmålet som mäts i förhållande till bolagets omsättning.

KLIMATPÅVERKAN FRÅN ENERGI OCH TRANSPORTER (UTSLÄPP I TON CO2e)

	2019	2020	Procentuell förändring
Scope 1	0	0	
Scope 2	1 759	1 991	13,2%
Scope 3	2 873	2 507	-12,7%
Energi	152	136	-10,5%
Ingående transporter	1 614	1 311	-18,8%
Utgående distribution	769	685	-10,9%
e-handel	171	293	71,3%
Tjänsteresor	338	82	-75,7%
Totala CO2e utsläpp	4 632	4 498	-2,9%
Totala CO2e utsläpp/MSEK	0,95	1,1	16,2%

Utsläpp har beräknats i Axel Johnsons klimatverktyg. Scope 2 avser utsläpp från energi (elektricitet och fjärrvärme) som Åhléns köper färdigproducerad. Utsläpp från energiförbrukning 2019 baseras på justerad data. I Scope 3 ingår utsläpp som genereras vid produktion och distribution av inköpt energi samt transporter och vissa tjänsteresor. Transporter avser inkommande leveranser från leverantör till distributionscentral och utgående transporter avser leveranser från distributionscentral till varuhus samt e-handelsleveranser. Tjänsteresor inkluderar utsläpp från tjänstebilar för Åhléns anställda samt flyg, taxi, tågresor och hotellnätter som bokats via Åhléns företagskonton samt som rapporterats i reseräkning till Åhléns Löneadministration

Samarbete och innovation



För att åstadkomma strategiska hållbarhetsinitiativ är samarbete mellan och med bolagets nyckelintressenter avgörande. Genom att kombinera affärsutveckling med hållbarhet vill Åhléns bidra till mer hållbar konsumtion och samtidigt förbli relevanta för kunderna.

Samarbete

MEDLEMSKAP I FÖRENINGAR OCH INITIATIV

Under 2020 anslöt Åhléns till Textile & Fashion 2030 som är den nationella plattformen för hållbart mode och hållbara textilier. Högskolan i Borås har fått i uppgift av regeringen att leda svenska mode- och textilaktörer mot nya, hållbara lösningar och affärsmöjligheter. Åhléns har under 2020 påbörjat samarbetet och får därmed tillgång till kompetensutveckling, aktiviteter och verktyg för att driva hållbarhetsarbetet framåt. Enligt Producentansvar för elektronikutrustning och förpackningar är Åhléns skyldiga att rapportera till Naturvårdsverket och FTI. Åhléns stödjer vidare Naturskyddsföreningen, Swedish Fashion Ethical Charter och är medlemmar i KTF, RISE, Svensk handel, T4RI, SISPO, amfori BSCI och Bangladesh Accord on Fire and Building Safety.



VÄGEN MOT PLASTREDUCERING

Under året har nätverkande mellan bolag inom Axel Johnson-koncernen fortsatt där områden som cirkulär ekonomi, plast och mångfald har varit i fokus. Under 2020 deltog Åhléns som pilotföretag i det Axfoundation drivna projektet "Plastic Progress Tool" som syftar till att utveckla en metod och ett digitalt verktyg för uppföljning av plastanvändning i organisationer. Målet är att bidra till ett mer

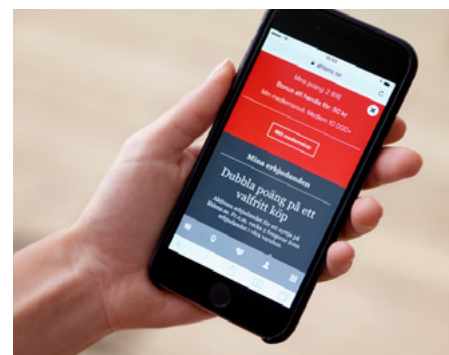
enhetligt sätt att mäta plaster, vilket kan utgöra ett underlag för strategiska prioriteringar och beslut i relation till målsättningar. Som pilotföretag har Åhléns bidragit med data och synpunkter till det verktyg som håller på att utvecklas. Samtidigt har Åhléns kartlagt plasttyper och volymer i utvalda produktgrupper och förpackningar vilket ligger till underlag för kommande åtgärdsarbete.

Under 2021 kommer Åhléns fortsätta se till hur verksamheten kan bidra till att nå övriga plastmål genom att eliminera och minska mängden plast som förbrukas, undvika och byta ut plast som är svår att materialåtervinna och på så sätt ställa om till kretsloppssystem där andelen ny råvara hålls till ett minimum.

Innovation och affärsutveckling

Samarbetet med Kivra kring Digitala kvitton är ett viktigt och bra exempel på hur det går att kombinera affärsutveckling med hållbarhet. Genom att vara mer agila och lösningsorienterade kan påverkansarbete åstadkommas och bidra till mer hållbar konsumtion. För att förstärka och förenkla köppupplevelsen lanserades en digital betalösning som gör att kunder i utvalda butiker kan få hjälp att köpa sina varor via mobila enheter, slipper således stå i kö och får kvittot direkt i mobilen. Åhléns skickade även in en affärsutmaning till Axel Johnsons program inom ledarskapsutveck-

ling där representanter från olika bolag gemensamt får arbeta fram lösningar till olika utmaningar inskickade från bolagen. Åhléns utmaning arbetades fram tillsammans med Axfoundation och handlar om hur Åhléns genom digital nudgeing kan bidra till mer hållbar konsumtion. Under 2020 års senare hälft påbörjades arbetet med kreativa lösningar som ger Åhléns många insikter och värdefull kunddata som kommer att vara avgörande för att bidra till den beteendeförändring som måste till. Resultatet som kommer delges under 2021 blir förhoppningsvis innovativt och ett spännande inslag för kund i köpprocessen.



Affärsutveckling är ett område som Åhléns tror starkt på i samband med hållbarhetsutveckling. Ambitionen är att identifiera projekt och initiativ som både kan bidra till ett mer hållbart samhälle, bringa lönsamhet i Åhléns affär och samtidigt bidra till mervärde för kund.

Stadsmissionen

ÅTERANVÄND MERA

Åhléns rikstäckande samarbete med Stadsmissionen omfattar både kundinsamling och egna verksamheten. Kläder, skor, heminredning, husgeråd och andra prylar som inte längre används eller säljs, skänks till förmån för Stadsmissionen som distribuerar insamlade produkter till behövande och inom verksamheten. På så sätt undviks att kläder, skor och andra varor slängs eller bränns och bidrar istället till ett mer cirkulärt samhälle.

På grund av det minskade besökarantalet till varuhus var andelen insamlade varor från kunder mindre än föregående år, 2,4 ton jämfört med 4,7 ton. På grund av att Åhléns hittade andra försäljningskanaler för varor som inte sålts i varuhus, sjönk även andelen skänkta varor från egna verksamheten något, från drygt 13 till 12,8 ton.

Samarbetet med Stadsmissionen är uppskattat av såväl Åhléns som av kunderna och är i linje med Åhléns ambition om att förlänga livslängden på produkter. Målsättningen framåt är att Åhléns genom tydligare prognoser ska minska lager och överproduktion ytterligare, sälja fler varor till fullpridförsäljning, minska reamarknadsföring och således bidra till ett mer hållbart konsumtionssamhälle där varor används länge. Åhléns strävar därför mot att minska andelen skänkta varor

till under 10 ton kommande år. De produkter som är smådefekta eller av annan anledning inte kan säljas i butik ska fortsatt skänkas till Stadsmissionen, vilka genom sina kanaler ger produkterna nytt liv, samtidigt som de går till behövande.

INSAMLINGSKAMPANJER

För att vidare bidra till Stadsmissionens arbete, bedriver Åhléns insamlingskampanjer internt, i varuhus och på sociala medier för att uppmuntra kunder att engagera sig.

När Pandemin bröt ut i Sverige i början av 2020 samlade Åhléns AB och dotterbolaget Åhléns Outlet genom snabbt agerande över 12 000 hygienartiklar och ett hundratal handdukar att skänka till Stadsmissionen som distribuerade dessa till människor som lever i utsatthet. Genom kampanjer såsom "Jämna ut julen" erbjuder även Åhléns kunder möjligheten att i samband med sitt köp skänka valfri summa till förmån för Stadsmissionens arbete för människor som lever i utsatthet. Insamlingen under julhandeln 2020 överträffade allas förväntningar och landade på knappt 1,6 miljoner kronor vilket nästan är i linje med 2019 års insamling (1,76 MSEK). En fantastisk insats i dessa tider med både besökstapp och restriktioner, som visar på medmänsklighet och engagemang från både kunder och varuhusmedarbetarna.



Insamling kosmetiskt avfall

Förlängningen på Återanvänd mera och cirkulära initiativ är Åhléns insamling av kosmetiskt avfall. Under 2020 inleddes samarbete med Danderyds kommun vilket gör att Åhlénsvaruhuset i Mörby nu erbjuder kunder möjligheten att lämna in kosmetiskt avfall i varuhus. Stängning av ett varuhus i Sundsvall gör att Åhléns har fortsatt insamling i 14 varuhus i Göteborg, Helsingborg, Stockholm och Sundsvall. Även kosmetikinsamlingen stagnerade under 2020 och uppgick till samma cirka mängd som 2019, knappa 1 ton.



För att lättare kunna umgås på distans och över generationer utvecklade Åhléns inför julen ett digitalt sällskapsspel "Visste ni att?" där deltagare på ett roligt sätt lär känna nya sidor hos varandra. För att sprida julstämning och glädje anordnade Åhléns ett liveevent med operasångaren Rickard Söderberg som gjorde ett juluppträdande i Åhléns digitala kanaler för att så många som möjligt skulle få ta del av sin julstämning.

Om Åhléns hållbarhetsrapport



Om rapporten

Åhléns strävar efter att ge en balanserad bild av hållbarhetsarbetet gentemot bolagets intressenter. Det görs bland annat genom att belysa utmaningar och möjligheter som bolaget står inför och redogöra för var vi befinner oss i arbetet gentemot uppsatta mål.

Detta är Åhléns åttonde hållbarhetsrapport som publiceras som omfattar helåret 2020 och har upprättats i enlighet med GRI Standards, nivå core. Föregående rapport publicerades 2020-04-10. Rapporten omfattar Åhléns AB, inklusive samtliga varuhus, servicekontoret och distributionscentralen i Sverige. Rapporten omfattar inte dotterbolag Åhléns Outlet AB, Åhléns Far East Asia Ltd, Beauty Bargain Sverige AB, Designorget eller det vilande bolaget Åhléns AS. Data som redovisas i rapporten har samlats in mellan 2020.01.01 till 2020.12.31. Statistik och information i rapporten kommer från egna verktyg, systemleverantörer och externa samarbetspartners.

Data gällande personalomsättning har justerats för 2019 och omfattar endast tillsvidare- och provanställda. Ett eget nyckeltal. Basår för energidata är 2013 och 2017 för utsläppsdata. Energidata från 2019 har justerats då mer tillförlitlig datateckning kunnat tillgås. Bokförda tjänsteresor år 2020 är inte helt representativa för normala antalet resor som genomförs i tjänst. Pandemin under 2020 har till stor del påverkat Åhléns affärssätt, vilket även visar sig i inrapporterad data över tjänsteresor, inkomna leveranser mm. Inga vidare förändringar i avgränsningar har gjorts. Utsläpp för energi och transport har beräknats i Axel Johnson klimatverktyg samt i vissa fall kommer data från speditörernas egna system och baseras på GHG-protokollet. 2016 och 2017 års data för inkommande transporter är uppskattade värden i förhållande till inköpsvärde och omsättning. Detta för att möjliggöra jämförelse av transportdata från basår 2016. Hållbarhetsrapporten är upprättad som en separat del av Årsredovisningen och har inte granskats av extern part.

Undantag och utelämnad information

GRI 403 Med anledning av Åhléns hr-system har vi använt ett eget nyckeltal; Sjukfrånvaro, för att mäta hälsa och säkerhet på arbetsplatsen. När hr-systemet tillåter specifik dataindelning planerar vi att använda ett GRI-specifikt nyckeltal.

GRI 405 Av samma anledning mäter Åhléns mångfald genom det egna nyckeltalet; Jämställdhet och mångfald bland medarbetare och ledning.

Kontakta oss gärna!

Frågor om Åhléns hållbarhetsrapport och hållbarhetsarbete kan skickas via mail till sustainableproduction@ahlens.se
Ni kan även nå oss på telefonnummer 010-455 00 80 eller skicka post till Åhléns AB, Ringvägen 100, 118 90 Stockholm.

GRI index Åhléns Hållbarhetsrapport 2020

	Sida	Kommentar
GRI 101: Foundation 2016		
GRI 102: Standardredogörelser 2016		
Organisationsprofil		
102-1 Organisationens namn	4	
102-2 Varumärken, produkter och tjänster	4	
102-3 Organisationens huvudkontor	4	
102-4 Verksamhetsländer	4	
102-5 Ägarstruktur och bolagsform	4	
102-6 Marknader	4,12	
102-7 Organisationens storlek	5	
102-8 Personalstyrka	9	
102-9 Leverantörskedja	15	
102-10 Betydande förändringar i organisationen och dess leverantörskedja	15	
102-11 Tillämpning av försiktighetsprincipen	15	
102-12 Externa initiativ	21	
102-13 Medlemskap	21	
Strategi och analys		
102-14 Uttalande från högsta beslutsfattare	3	
Etik och integritet		
102-16 Värderingar, principer, standarder och normer för uppträdande	5,9	
Styrning		
102-18 Styrningsstruktur	5	
Intressentengagemang		
102-40 Intressentgrupper	6	
102-41 Andel som omfattas av kollektivavtal	10	
102-42 Identifiering och val av intressentgrupper	6	
102-43 Tillvägagångssätt för kommunikation med intressenter	6	
102-44 Frågor som lyfts av intressenter samt hantering av dessa	6	
Redovisningsprofil		
102-45 Enheter som ingår i rapporteringen	23	
102-46 Process för att definiera redovisningens innehåll	6	
102-47 Identifierade väsentliga områden/aspekter	6	
102-48 Reviderad information	23	Viss data har justerats.
102-49 Väsentliga förändringar	23	Viss data har justerats till följd av analys. Inga vidare förändringar i avgränsningar har gjorts.
102-50 Redovisningsperiod	23	
102-51 Datum för senast rapport	23	
102-52 Redovisningscykel	23	Åhléns hållbarhetsrapport publiceras årligen.
102-53 Kontaktuppgifter för frågor om redovisningen och dess innehåll	23	
102-54 Tillkännagivande att rapporten uppfyller GRI Standards	23	
102-55 GRI index	24,25,26	
102-56 Extern granskningsprocess	23	

	Sida	Kommentar
GRI 200 Ekonomi:		
Antikorruption		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	5	
GRI 205: Antikorruption 2016 205-3 Bekräftade fall av korruption och vidtagna åtgärder	5	
GRI 300 Miljö		
Energi		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	18	
GRI 302: Energi 302-1 Energiförbrukning inom organisationen	18	
Utsläpp		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	17,18,19,20	
GRI 305: Utsläpp 305-2 Indirekta utsläpp av växthusgaser (Scope 2) 305-3 Andra indirekta utsläpp av växthusgaser (Scope 3)	18,19,20	
Avfall		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	14	
GRI 306: Effluenter och avfall 2016 306-2 Avfall per typ och hanteringsmetod	14	
Efterlevnad		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	5	
GRI 307: Efterlevnad av miljölagar och regler 306-1 Överträdelse av miljölagar och regleringar	5	
GRI 400 Social		
Anställning		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	9	
GRI 401: Anställning 401-1 Nyanställda och personalomsättning	10	
401-3 Föräldraledighet	11	
Hälsa och säkerhet på arbetsplatsen		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	10	
GRI 403: Hälsa och säkerhet på arbetsplatsen 2018	10	På grund av begränsningar i Åhléns hr-system har ett eget nyckeltal; Sjukfrånvaro, tagits fram för att mäta hälsa och säkerhet på arbetsplatsen. Vid uppdatering av Åhléns hr-system kommer GRI-indikatorn mätas och rapporteras på i helhet.
403-1 403-1 Ledningssystem för arbetsrelaterad hälsa och säkerhet	10	
403-2 403-2 Riskidentifiering, riskbedömning och incidentundersökning	10	
403-3 403-3 Företagshälsovård	10	
403-4 403-4 Arbetstagarrepresentation, samråd och kommunikation om hälsa och säkerhet	10	
403-5 403-5 Utbildning inom hälsa och säkerhet för arbetstagare	10	
403-6 403-6 Främjande av arbetstagarnas hälsa	10	
403-7 403-7 Förebyggande och begränsning av effekter av hälsa och säkerhets direkt kopplade till affärsrelationer	10	
GRI 403: Hälsa och säkerhet på arbetsplatsen 2018 Eget nyckeltal: Sjukfrånvaro	10	
Mångfald och lika möjligheter		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	9	
GRI 405: Mångfald och lika möjligheter 2016 Eget nyckeltal: Jämställdhet och mångfald bland medarbetare och ledning	9	På grund av begränsningar i bolagets hr-system används ett eget nyckeltal för att mäta mångfald.

	Sida	Kommentar
Diskriminering		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	10	
GRI 406: Diskriminering 406-1 Antal fall av diskriminering och vidtagna åtgärder	10	
Lokalsamhället		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	10,11	
GRI 407: Lokalsamhällen Eget nyckeltal Möten genom ÖppnaDörren	11	
Leverantörsutvärdering socialt		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	15,16	
GRI 414: Leverantörsgranskning 414-1 Nya leverantörer som granskats avseende sociala kriterier	15	
Kunders hälsa och säkerhet		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	15	
GRI 416: Kunders hälsa och säkerhet 416-2 Antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan inte efterlevts	15	
Marknadsföring och märkning		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	15	Undantag: Åhléns kommer att se över rutiner kopplat till marknadsföring och ta fram en policy för detta under 2021.
GRI 417: Marknadsföring och märkning 417-2 Antal fall där regler och frivilliga koder gällande marknadsföring och märkning inte efterlevts	15	
Efterlevnad		
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	5	
GRI 419: Efterlevnad av sociala och ekonomiska lagar och regler 419-1 Bristande efterlevnad av sociala och ekonomiska lagar och regleringar	5	