

2021

ÅHLÉNS
HÅLLBARHETS-
RAPPORT



Innehåll

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





VD har ordet

Jag är mycket imponerad över det engagemang och den uthållighet som medarbetarna på Åhléns visat under 2021, som också var ett år präglad av coronapandemin. Vi har framgångsrikt anpassat vår dagliga verksamhet och samtidigt tagit viktiga steg för framtiden. En ny strategisk riktning är satt med målet att bli Sveriges ledande e-handlare med optimal fysisk närvaro. Åhléns ska vara en engagerande värld av varumärken och tjänster där vi ständigt inspirerar kunden till nya upptäckter och möten och har fokus på att uppfylla kundens behov och drömmar.

Att bygga vår framtidsresa med långsiktig hållbarhet är centralt och vi har under året fortsatt utvecklas inom våra tre strategiska fokusområden "Mångfald & inkludering", "Klimatförändringar & påverkan" och "Samarbeten & innovation". Vårt hållbarhetsarbete handlar om att Åhléns ska vara ett ansvarstagande och lönsamt företag över tid, men också om hur vi tillsammans med kunder och partners, kan bidra till en positiv samhällsutveckling.

En viktig prioritering 2021 har varit att säkra våra leveranser, och vi har jobbat hårt för att fullfölja åtaganden gentemot våra leverantörer. Samtidigt har vi arbetat med att parera förseningar i produktion och leveranser.

Under året har vi tagit flera kliv mot vår målsättning om att skapa ett mer hållbart sortiment och att fortsatt arbeta med material som tar hänsyn till människor och miljö. I pandemins spår är höjda råvarupriser och försämrad tillgång på hållbara material en utmaning. Vi fortsätter arbeta med ständiga förbättringar och att nå målet att 100% av Åhléns egna varumärken ska bestå av återvunna eller mer hållbart framtagna material

till 2025. De långsiktiga målen att reducera plastförbrukning i förpackningar och emballage med 25% till 2025 och att reducera plaster i produkter med 25% till år 2030 är en viktig del i vårt arbete med att ta ett helhetsgrepp för att reducera klimatpåverkan.

Vår största påverkan utifrån såväl miljömässiga som sociala aspekter finns i produktionsledet. Vi är därför stolta över att Åhléns 2021 undertecknade The International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment industry, en oberoende överenskommelse mellan varumärken och fabriker där medlemmarna arbetar för en säker och trygg arbetsmiljö i Bangladesh. Åhléns är med i det stora arbetet som pågår för att säkerställa arbetsrättsliga standarder och humana villkor samt mer klimatvänliga produktionsmetoder och transporter.

Samarbeten är en hörnsten i Åhléns hållbarhetsarbete och under året har samarbetet med Sveriges Stadsmissioner fortsatt och för sjätte året i rad genomfördes kampanjen "Jämna ut julen", där kunderna kan avrunda sina köp uppåt till förmån för människor i utsatthet. Under 2021 års kampanj lyckades vi samla in hela 1 787 512 kronor. Åhléns lanserade också tillsammans med Bröstcancerförbundet, kampanjen "Scarfs for Scars". Genom initiativet har vi tillsammans med våra kunder uppmärksammat bröstcancer och samlat in pengar till den viktiga bröstcancerforskningen.

Framåt har vi fortsatt fokus på cirkulär ekonomi. Vi erbjuder redan idag secondhand genom ReRobe, Luxclusif och A Retro Tale. Vi vill fortsätta erbjuda våra kunder produkter med lång livslängd och uppmuntra till vård av det man redan äger. I samarbete med Sellpy erbjuder

vi våra kunder möjlighet att låta deras saker komma andra till glädje. I år kommer vi att påbörja arbetet med att utveckla en cirkulär förpackningsstrategi för smartare, personifierade förpackningslösningar. Vi kommer också att främja graden av återvinning och återanvändning av förpackningsmaterial och emballage i alla kanaler.

Hållbara transporter är fortsatt ett viktigt fokus framåt. I maj öppnar vårt nya distributionslager i Rosersberg, med ny effektiv logistik och hög automationsgrad. Lagret blir en viktig del i vårt hållbarhetsarbete och certifierats enligt BRE, ett miljöcertifierings-system som ställer hårda krav på hållbara och energieffektiva fastigheter som bidrar till en bättre miljö. Lagret kommer även att möjliggöra snabbare och smidigare leveranser till Åhléns kunder och därmed stärka vårt e-handelserbjudande.

Vi har gjort flera framsteg under 2021 och nu fokuserar vi ännu mer på att göra ytterligare förflyttningar under året. Jag ser fram emot att tillsammans med samtliga medarbetare och samarbetspartners ta steg mot ett bättre och mer klimatneutralt Åhléns.

ANNICA HAGEN,
VD ÅHLÉNS

Om Åhléns – en engagerande värld av varumärken och tjänster

Familjeföretaget Åhléns grundades 1899 i Insjön och är idag ett av Sveriges starkaste varumärken, med 48 varuhus i Sverige och e-handel via [ahlen.se](https://www.ahlen.se). Åhléns erbjuder en engagerande värld av varumärken och tjänster där vi ständigt inspirerar vår kund till nya upptäckter och möten med utgångspunkt i deras behov och drömmar. Vi har ett kurerat sortiment med noga utvalda kvalitetsvarumärken och service inom skönhet, hem, mode och barn. I Åhléns varuhus och på [ahlen.se](https://www.ahlen.se) erbjuds över 1000 egna och externa varumärken och tjänster inom skönhet, mode och hem. Åhléns egna varumärken består av Carin Wester, CW by Carin Wester, Wera, Åhléns, Minimarket, Å, Berså, Aroma, Oliv som produceras av kontrakterade leverantörer. Bland de tjänster som erbjuds i utvalda varuhus återfinns personalshopping, skrädderi, skomakare, frisör, olika aktörer inom skönhetsvård, café och restauranger. Åhléns Outlet och Designtorget är dotterbolag. Åhléns är en del av detaljhandelskoncernen Axel Johnson AB.

NETTOOMSÄTTNING

MSEK
4381

TOTALT KAPITAL

MSEK
2290

TOTALT ANTAL
ANSTÄLLDA

2418

Åhléns verksamhet

SVERIGE

48 varuhus samt [ahlen.se](https://www.ahlen.se)

STOCKHOLM

Åhléns huvudkontor (HK)

JORDBRO

Åhléns distributionscentral (DC)

SHANGHAI, KINA

Produktionskontor

Kundnöjdhet och medlemsprogram

Åhléns kundklubb består av över 2 miljoner medlemmar och ca 60 miljoner besöker årligen Åhléns varuhus. 58% av Sveriges kvinnor som är mellan 18 och 64 år är medlemmar hos Åhléns. Under 2021 minskade besöksantalet i Åhléns varuhus till följd av de restriktioner i samhället och Åhléns anpassning till dessa. För att veta hur vi kan bli bättre i vårt kundbemötande, mäter vi årligen hur nöjda kunderna är med Åhléns varuhus och [ahlen.se](https://www.ahlen.se). Under 2021 var utfallet för Nöjd Kund Index (NKI) på 85, vilket även var målet för 2021. Under 2022 kommer Åhléns även börja mäta Net Promoter Score (NPS) som är ett mått på kundlojalitet. Att mäta hur nöjda och lojala våra kunder är med oss är ett sätt för bolaget att utvecklas mot att överträffa våra kunders förväntningar i vårt erbjudande och bemötande mot kund.

Styrning

RISKBESKRIVNING OCH HANTERING

Åhléns har som ett vinstdrivande företag ett ansvar att jobba med långsiktigt ekonomisk lönsamhet med fokus på miljöaspekter, sociala aspekter och företagets styrning och kontroll.

Vår verksamhet styrs av ett antal krav från våra intressenter som vi måste leva upp till. Det är väsentligt att identifiera vilka frågor företaget både påverkar och påverkas av. Det handlar om yttre faktorer såsom nya lagar och förordningar och makroekonomiska aspekter. Att sköta och utveckla företag på ett hållbart sätt innebär att göra mer än lagar och regler säger och att maximera den positiva påverkan och minimera den negativa påverkan på miljö, samhälle och människa. För Åhléns del handlar det om att lönsamhet, miljöhänsyn och samhällsengagemang går hand i hand och genomsyrar alla delar av företagets verksamhet.

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 försvärad förmåga att fullfölja strategier och uppnå uppsatta mål. De främsta operativa riskerna för Åhléns rör leverantörskedjan och de produktionsmarknader Åhléns direkt eller indirekt är beroende av. Risker är kopplade till bland annat antidiskriminering, mångfald och jämställdhet, antikorrupktion, hälsa och säkerhet i arbetet, integritet och säkerhet, kemikalier, produktssäkerhet, miljöpåverkan i värdekedjan, sociala förhållanden hos leverantörer.

Med hjälp av policyer, uppförandekoder och processer för interna såväl som externa parter har Åhléns som mål att identifiera, mäta, kontrollera och begränsa riskerna i verksamheten. För oss är hållbara affärer att skapa affärsmöjligheter och hantera risker genom ett strategiskt och systematiskt arbete.

POLICYER OCH ANSVARFÖRDELNING

Arbetet med Åhléns policyer, uppförandekoder och processer är en integrerad del av vår affärsstrategi och våra processer för styrning, implementering och uppföljning. Genom att följa rådande lagstiftning och omvärldsbevakning försöker Åhléns möta nya förväntningar och krav från intressenter och omvärld.

Bolagets styrelse bär det yttersta ansvaret för Åhléns verksamhet där vd och Åhléns ledningsgrupp bär det operativa ansvaret för att säkerställa att lagar och riktlinjer efterföljs samt att risker förebyggs, mini-

meras och åtgärdas. Vd har det övergripande ansvaret för affärsetik, med hjälp av ekonomi- och finanschef. Ansvaret för Åhléns hållbarhetsarbete är fördelat mellan hr och hållbarhetschef där hr ansvarar för frågor kopplat till fokusområdet mångfald och inkludering medan hållbarhetschef ansvarar för frågor kopplade till fokusområdena klimatförändringar och påverkan samt samarbete och innovation.

Åhléns affärsetiska kod tillsammans med gällande policyer, ger alla på Åhléns stöd i hur medarbetare bör och ska förhålla sig och agera. Alla befintliga medarbetare har skrivit på Åhléns affärsetiska kod och nya medarbetare skriver på vid anställning. Den affärsetiska koder omfattar nolltolerans mot diskriminering och kränkande särbehandling, arbetsvillkor, hälsa och säkerhet och miljö samt en uppförandekod. Denna kod omfattar även nolltolerans mot mutor och korrupktion.

Alla interna policyer, uppförandekoder och processer finns på det interna intranätet för att alla medarbetare enkelt skall ha tillgång till dem. Det finns även ett chefsstöd som syftar till att stötta och underlätta chefsarbetet samt säkerställa att chefer agerar lika i frågor. Vid externa relationer skall relevanta policyer och uppförandekoder förankras och accepteras för att samarbetsavtal skall ingås.

För Åhléns leverantörer 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*. Korrekt redovisning av uppsatta nyckeltal sker genom Åhléns controllingfunktion där även identifiering av utvecklingsområden sker.

AVVIKELSER OCH INCIDENTRAPPORTERING

Åhléns lägger stor vikt vid hur verksamheten sköts och den inverkan den har på omgivningen. För att säkerställa att bolaget inte har negativ påverkan är relationsbyggande och nära samarbeten med intressenter viktigt. Vid överträdelser eller misstankor om överträdelser gentemot lagar, regleringar eller av styrdokument kan Åhléns interna parter rapportera till närmaste chef eller via den anonyma visseblåsarfunktionen. Den finns även tillgänglig för externa parter via Åhléns leverantörsportal. Under 2021 har inga fall av korrupktion rapporterats via visseblåsarfunktionen eller på något annat sätt kommit till Åhléns lednings kännedom. Vid allvarliga avvikelser gentemot Åhléns policyer och krav förbehåller Åhléns sig rätten



att säga upp anställningen för en person och avtalet med en leverantör.

Det är av yttersta vikt att Åhléns följer de lagar och regler som ställs på bolaget för att inte riskera att bidra med eller orsaka skada på miljö eller människor. Åhléns bevakar ständigt utveckling av nya lagar och direktiv samt uppdaterar på årlig basis våra krav gällande produktkvalitet, produktsäkerhet och hållbarhetskriterier, både internt och externt. Operativt ansvarig är produktkvalitetsansvarig samt ytterst ansvarig sourcing och production manager. Inga överträdelser av miljölagar och/eller regleringar har identifierats under 2021. Inga fall om lagbrott för verksamheten har rapporterats under året.

Medarbetares, kunders och medlemmars personliga integritet och säkerhet är av högsta vikt för Åhléns. För att säkerställa hög datasäkerhet föreligger bolagets informations- och integritetspolicyer. Under 2021 inkom ett klagomål som berörde Åhléns hantering av cookies på ahlens.se. Det främsta syftet med vårt användande av cookies och liknande tekniker är att möjliggöra handel i vår webbutik och underlätta analyser av trafiken på vår webbplats samt förbättra vår kundservice. Ärendet har inneburit att Åhléns har förtydligat och förbättrat hanteringen av cookies på ahlens.se. Klagomålet har inte medfört någon anmälan till Integritetsskyddsmyndigheten IMY.

* amfori BSCI Countries' Risk Classification 2020

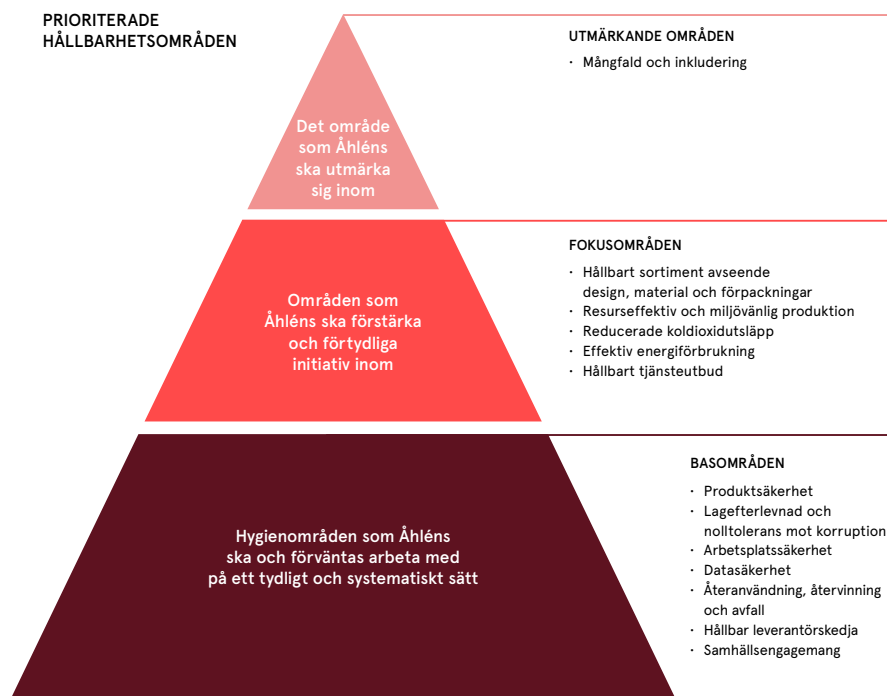
Åhléns hållbarhetsarbete

Strategiska fokusområden & hållbarhetsarbete framåt

VÄSENTLIGHETSANALYS

För att identifiera Åhléns viktigaste frågor i hållbarhetsarbetet gjordes 2019 en väsentlighetsanalys, vilket har satt grunden för Åhléns prioriterade hållbarhetsområden. Väsentlighetsanalysen baseras på en påverkansanalys där hela Åhléns värdekedja analyserats och både positiva och negativ påverkan på miljö, samhälle och ekonomi (både intern och extern) har tagits i beaktning samt dialoger som hölls med både interna och externa nyckelintressenter. Våra intressenter är grupper och samarbetspartners, både internt och externt, som vi är beroende av för att kunna uppnå våra mål. Syftet med intressentdialogerna är att få en insyn i vad de anser är viktigt för Åhléns att fokusera på i hållbarhetsarbetet. Resultatet bestod av hållbarhetsområden som Åhléns nyckelintressenter ansåg mest prioriterade för Åhléns att arbeta med i relation till de faktorer som har störst påverkan på Åhléns verksamhet. En löpande dialog med Åhléns intressenter är ett viktigt verktyg för att säkerställa att vi är relevanta för våra intressenter och hjälper oss att förstå hur vi ska prioritera framöver.

Resultatet från väsentlighetsanalysen som gjordes 2019 är fortfarande relevant, baserat på fortsatt dialog med Åhléns intressenter. Denna dialog omfattar exempelvis kundmöten i butik eller via vår kundservice, samt olika möten med partners, leverantörer, medarbetare, styrelse och koncernledning. Åhléns har inte någon systematisk process uppsatt för dialog med våra intressenter. Väsentlighetsanalysen använder Åhléns som underlag för att prioritera vårt hållbarhetsarbete.



INTRESSEDILOGER

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.

STRATEGI OCH MÅLSÄTTNINGAR

Utöver väsentlighetsanalysen grundar sig Åhléns hållbarhetsarbete på relevant forskning, branschspecifika påverkansområden samt harmonierar med FN:s Agenda 2030 och ägarkoncernens fokus och målbild. Åhléns vill verka inom ramarna för forsknings- och regeringssuppsatta 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. Hållbarhetsarbetet utgör en central del av Åhléns affärsstrategi. För att definiera vad vi kan och bör jobba med för att skapa störst nytta har vi satt klimatneutralitet och hållbar konsumtion som ledord i vårt arbete mot 2030. De hjälper oss att fokusera på rätt hållbarhetsinitiativ.

Ett fortsatt prioriterat område att arbeta med är de utmaningar och risker som finns i leverantörskedjan. Den största påverkan utifrån såväl miljömässiga som sociala aspekter finns i produktionsledet. Här ser vi ett ökat behov av att möjliggöra spårbarhet och ökad transparens i vår värdekedja både på leverantörs- och produktnivå. Detta är ett arbete som vi kommer fördjupa oss i under 2022 för att skapa förutsättningar för en alltmer hållbar leverantörskedja och sortiment.

De fokusområden och initiativ som identifierades för 2021; att transformera design- och inköpsprocesser, arbeta med innovation;

Klimatneutralitet och hållbar konsumtion – våra ledord mot 2030.

som 3D teknik i produktutvecklingsprocessen samt att jobba vidare med att optimera våra förpackningar och våra plastflöden samt att förtydliga och vidareutveckla våra långsiktiga hållbarhetsmål och hållbarhetsarbete är fortsatt lika relevanta.

Åhléns hållbarhetsarbete är en pågående utvecklingsprocess och ska spegla utvecklingen inom hållbarhetsfrågan i stort i samhället. Vårt hållbarhetsarbete bygger på väsentlighetsanalys, intressentdialoger och policys. Dessa ligger i sin tur till grunden för vår hållbarhetsstrategi med fokusområden, aktiviteter, målsättningar och nyckeltal. Vi mäter löpande utfallet av vårt hållbarhetsarbete för att kunna utvärdera och justera styrningen. För varje hållbarhetsaspekt finns indikatorer och mål som vi följer löpande. I och med de övergripande affärsstrategiska förändringar som nu sker på Åhléns kommer arbetet med en långsiktig hållbarhetsstrategi, förankrad i den övergripande affärsplanen, vidare-

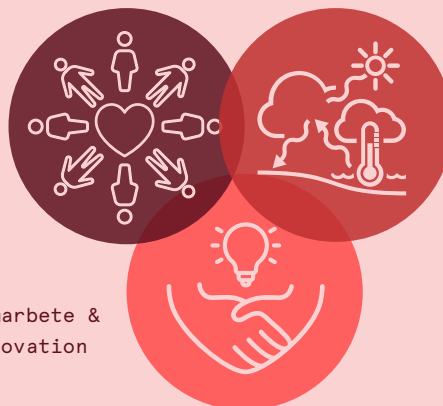
utvecklas under 2022. Däribland kommer det arbete som gjordes under 2020 kopplat till globala målen #10 Minskad ojämlikhet, #12 Hållbar konsumtion och produktion samt #13 Bekämpa klimatförändringarna, att omarbetas. Då de globala målen, per definition är integrerade och odelbara, innebär det att vi behöver arbeta med åtgärder inom alla områden för att agenda 2030 skall uppnås. I arbetet med den långsiktiga hållbarhetsstrategin kommer ett omtag göras gällande de globala målen för att definiera Åhléns ställningstagande och mål som Åhléns kommer sätta extra fokus på. I takt med att hållbarhetsstrategin utvecklas kommer nya hållbarhetsmål adderas och befintliga revideras. Arbetet med att utveckla Åhléns hållbarhetsarbete utifrån kundresan, med syftet att kunden på ett mer personligt och enkelt sätt ska förstå hur Åhléns har tagit ansvar i produktion och distribution av sålda varor fortsatte under 2021 och kommer att fortsätta vara fokus under 2022. Åhléns vill förnya samhället genom innovativa och hållbara lösningar. Det gör att vårt hållbarhetsarbete alltid skall vara i fokus när vi skapar värde för våra kunder och för samhället i stort. Visionen att förstärka betydelsefulla stunder i människors liv går hand i hand med våra fokusområden.

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

STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN

Hållbarhetsarbetet utgör en central del av Åhléns affärsstrategi. Åhléns har delat in hållbarhetsarbetet i tre strategiska fokusområden, där möjligheter och risker hanteras utifrån hela värdekedjan. De strategiska fokusområdena "Mångfald & inkludering", "Klimatförändringar & påverkan" och "Samarbeten & innovation" skapar förutsättningar för Åhléns ska kunna utveckla åtaganden och mål som krävs för att nå en långsiktigt hållbar utveckling där samarbete internt och externt är det genomgående temat.

Mångfald &
Inkludering



Samarbete &
Innovation

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 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

- 100% bomull från mer hållbara källor
- 20% återvunna syntetmaterial i produkter (2021)
- 100% LWG läder
- 100% FSC/Svanenmärkt papper
- 90% palmolja från certifierade källor

MÅNGFALD OCH INKLUDERING

- 300 genomförda möten via ÖppnaDörren

**Målsättningar för 2021 kommer tas med in i kommande strategi för 2022 och framåt.*

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

- mål som uppnåtts till 2021
- mål som inte uppnåtts till 2021

ETT INTEGRERAT HÅLLBARHETSARBETE

För att driva framfart i vår förändringsresa på Åhléns är en kontinuerligt utvecklande operativmodell, kompetensutveckling och ledarskap avgörande när verksamheten ställer om inför framtiden. Under 2021 tillkom en ny funktion, Strategi & Affärsutveckling, med syftet att kontinuerligt utveckla bolagets övergripande strategi mot lönsam tillväxt, bolagets hållbarhetsstrategi mot en klimatneutral verksamhet, identifiera nutida och framtida kundresor för nyckelsegment samt driva kontinuerlig affärsutveckling för Åhléns. I och med Åhléns nya operativmodellen har bolaget inte längre en funktion som enbart arbetar med hållbarhetsfrågor. Hållbarhetschef ingår numera i funktionen Strategi- och affärsutveckling och ansvarar för att sätta Åhléns hållbarhetsstrategi på kort- och lång sikt, samt att driva utvecklingen inom bolaget mot ett integrerat hållbarhetsarbete i alla funktioner. Vår övertygelse är att ett hållbarhetsarbete som driver förändring och där målsättningar nås, sker i hela organisationen genom ett tvärfunktionellt arbete.

Under 2022 kommer Åhléns därför ta ytterligare steg för att säkerställa ett långsiktigt, målmedvetet och integrerat hållbarhetsarbete. En styrgrupp bestående av nyckelpersoner

från olika funktioner kommer tillsättas som tillsammans med hållbarhetschef ska driva Åhléns hållbarhetsarbete framåt. Styrgruppen kommer ansvara för att fastställa målsättningar för identifierade fokusområden och för att driva implementering och uppföljning inom respektive funktion samt stötta organisationen. Styrgruppens roll kommer ta ett strategiskt helhetsansvar genom att prioritera och styra det övergripande arbetet med utgångspunkt i väsentlighetsanalysen. Varje affärsområdeschef utarbetar en handlingsplan för att tillsammans med medarbetarna nå gemensamt uppsatta hållbarhetsmål.

Vår medvetenhet och kompetens inom hållbarhet är avgörande för att kunna bidra till ett mer hållbart samhälle och uppnå våra målsättningar. Det gäller främst hur vi omsätter vår kunskap om hållbarhet i vårt dagliga arbete inom alla Åhléns funktioner. För att Åhléns hållbarhetsarbete skall utvecklas och främja företagets möjlighet att nå våra mål behövs medarbetare få möjligheten till utbildning och andra kunskapshöjande insatser. Dessa områden behöver Åhléns jobba mer med inom de kommande åren för att säkerställa organisationens framfart. Vår ambition är att arbeta mer systematiskt med lärande som en del i vår hållbarhetsstrategi.



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 har varit kärnan i Åhléns värderingar länge och identifierades som ett prioriteringsområde i väsentlighetsanalysen som gjordes under hösten 2019. För att kunna prata om mångfald som en positiv kraft på riktigt måste man också ha en inkluderande kultur med ett inkluderande ledarskap. Åhléns som så många andra företag behöver höja sin kompetens kring mångfald och inkludering och till stöd finns Axelerate som sedan 2020 är en central verksamhet på Axel Johnson med uppdraget att växla upp mångfalds- och inkluderingsarbetet i våra koncernbolag, samt stärka Axel Johnsons samhällsengagemang inom mångfald och inkludering. Axelerate driver tillsammans med bolagen inom koncernen ett mångfalds- och inkluderingsarbete som ska säkerställa att vi tar tillvara på all kompetens, och att alla känner sig inkluderade oavsett bakgrund.

I arbetet med att skapa en organisation som är framstående inom mångfald och inkludering behöver vi jobba med rekryterings- och befordringsprocesser, utbilda ledare och medarbetare inom mångfald och inkludering, initiera projekt och samarbeten för ökat samhällsengagemang, säkerställa mångfald och inkludering i marknadskommunikation och främja ett produktutbud som vänder sig till många olika kundgrupper. Det räcker inte med en kvantitativt jämställd eller jämlik organisation, om man som bolag inte tar vara på och värderar medarbetarnas olika perspektiv och kompetens. För oss på Åhléns är det viktigt att skapa arbetsplatser där medarbetare trivs, utvecklas och känner att deras expertis och kompetens gör skillnad. Som bolag arbetar

vi för att förbli relevanta och attrahera fler att söka sig till Åhléns, både som medarbetare, samarbetspartner och kund.

Åhléns rekryteringspolicy anges att Åhléns alltid skall tillsätta varje tjänst med bästa person utifrån kompetens. Vid rekrytering ska hänsyn tas till diskrimineringslagstiftningen för att eliminera kränkande särbehandling, och främja mångfald och jämställdhet. Det innebär att ingen kandidat ska missgynnas eller kränkas på grund av kön, könsidentitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder.

MEDARBETARE

Åhléns medarbetare uppgår till 2418 och är uppdelade i 49 varuhus (VH), på huvudkontoret (HK) och distributionscentralen (DC). I varuhus och på distributionscentralen har

många ledare och chefer internationell bakgrund, vilket Åhléns i interna och externa rekryteringssammanshang försöker ta vara på. Mångfaldsmätningen från 2021 visar att andelen medarbetare med internationell bakgrund* uppgår till 29% 2021 vilket är samma andel som för 2020. Andelen ledare med internationell bakgrund uppgår till 13% 2021 vilket också är samma andel som 2020. Andel kvinnor i ledande positioner uppgick till 82% 2021 jämfört med 79% 2020. 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 (2418)**

	2020		2021			
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor		
Tillsvidareanställning	275	1524	259	1333		
Tidsbegränsad anställning	55	554	92	734		
Heltid	203	513	199	483		
Deltid	127	1565	152	1584		
	SK	DC	Varuhus	SK	DC	Varuhus
Tillsvidareanställning	248	181	1370	224	175	1193
Tidsbegränsad anställning	27	11	571	28	22	776

***Medarbetaradata från Åhléns hr-system representerar antal medarbetare i slutet av 2021 och anges i HC Inför och under julförsäljning ökar andelen tidsbegränsade anställningar på DC och i varuhus. Tidsbegränsade anställningar anses vara temporär arbetskraft.*

MEDARBETARHÄLSA UNDER PANDEMIN

På Åhléns distributionscentral (DC) har corona-anpassade utbildningar hållits, vilket har inneburit att antal deltagande personer har anpassats till den lokala utbildning har hållits i och det har varit fler tillfällen av samma utbildning. Där digitala träffar har varit möjligt så har det genomförts men många tillfällen har varit i kombination av fysisk närvaro och digitalt via teams. De tjänstemän som har kunnat arbeta hemifrån har gjort det i enlighet med FHMs rekommendationer. Det har varit fortsatt fokus på korrekt information och regler från regering med de anpassningar som krävts. Det har varit viktigt att främja så hög närvaro som möjligt från chefer och HR för att säkerställa en så trygg arbetsmiljö som möjligt för de anställda. Det har skett ett fortsatt fokuserat samarbete med övriga aktörer i DCs lokaler med extra städ och gemensamma regler.

Under året har extra friskvårdsaktivitet för alla anställda på DC arrangerats med fokus på en hälsomånad under maj månad. Då erbjöds promenader och hade även jogginggrupper för nybörjare och för vana löpare under arbetstid. Styrketräning fanns också på schemat liksom seminarium om Kost & Hälsa (Covid-anpassat). Detta har varit uppskattat och högt utnyttjande av våra medarbetare, framför allt utomhuspromenader.

Under 2021 har tjänstemännen på huvudkontoret (HK) jobbat större delen av sin arbetstid hemifrån. Det har haft positiva effekter på hälsan i stort men samtidigt har många medarbetare känt ett behov av att återknyta till det sociala engagemang som en närvaro på arbetsplatsen medför. Under perioder då FHMs rekommendationer har medgivit det har vi rekommenderat medarbetare att vara närvarande på kontoret minst 60% av arbetstiden. Samtidigt vill Åhléns fortsätta bevara den positiva effekten som möjligheten till hemarbete medför för medarbetarna.

Under året har den nya strategin och införandet av den nya operativmodellen medfört stora förändringar till verksamhetsstyrning, ledarskap och organisationsstruktur. Därmed har den digitala kommunikationen till alla medarbetare med information från ledningen och VD blivit än mer viktig. Digitala möten med alla medarbetare eller per avdelning har därmed blivit en viktigt och integrerad del av att skapa en

känsla av delaktighet. Det nya intranätet, som togs i bruk i september 2021, har också spelat en viktig roll i det förbättrade informationsflödet dels kring förändringar till verksamhets- och organisationsförändringar, men också information och riktlinjer till följd av förändringar som skett gällande rekommendationer utifrån Covid-restriktioner som skett löpande under hela året.

SJUKFRÅNVARO

Sjukfrånvaron under 2021 har fortsatt varit på en högre nivå än åren före pandemin men totalt på ungefär samma nivå som pandemiåret 2020. På huvudkontoret har sjukfrånvaron fortsatt varit lägre än perioden 2017-2019, mycket på grund av att tjänstemän under hela året haft möjlighet att arbeta deltid hemifrån och därmed fortsatt arbeta trots restriktioner och rekommendationer från Folkhälsomyndigheten. På distributionscentralen märks den ökade sjukfrånvaron relaterad till pandemin främst på korttidsjukfrånvaron medan man på varuhusen ser en effekt på både kort- och långtidssjukfrånvaron. Under 2021 har friskvårdsbidraget, en förmån för samtliga tillsvidareanställda som tillfälligt pausades under 2020, åter införts. Dessutom har medarbetare på distributionscentralen tillgång till Åhléns lokala gym och på huvudkontoret finns en naprapat tillgänglig för tidsbokning.

För att främja att de medarbetare som är villiga att ta vaccin mot Covid har Åhléns beviljat att ta sprutan på arbetstid. Dessutom har vaccinering mot säsongsinfluensan, liksom tidigare år, subventionerats.

SJUKFRÅNVARO (ANDEL TIMMAR)

	2020			2021		
	Lång	Kort	Total	Lång	Kort	Total
Åhléns total	3,15	3,28	6,43	3,67	3,93	7,69
HK*	1,39	1,51	2,89	1,59	0,88	2,48
Varuhus	3,33	3,64	6,97	4,58	4,23	8,81
DC	4,5	3,01	7,51	2,32	6,56	8,87

* I 2020 års rapportering angavs HK som SK, Service kontor.

ARBETSKULTUR, ENGAGEMANG OCH UTVECKLING

En medarbetarundersökningen genomfördes under 2021 efter ett uppehåll under 2020 som föranleddes av de många och snabba förändringar som krävdes vid pandemins början. Därmed kan endast en jämförelse göras med medarbetarundersökningen från 2019 gällande resultat. Undersökningen 2021 visar ett fortsatt högt Engagemangsindeks (EI) på 82% (82% 2019) vilken är mycket positivt givet att pandemin medfört förändringar till möjligheten till socialt nätverkande. Vi kan också se att medarbetarnas upp-

fattning om den psykosociala arbetsmiljön, som mäts med PAI resultatet fortsatt ligger på en hög nivå, 74%, detsamma som 2019. Det i 2019 års medarbetarundersökning nyinförda Kulturindexet, som rör frågor kring Åhléns värderingar och den kultur, har dessutom ökat något från 75 till 76. Det är betryggande att alla dessa indikatorer på medarbetarnas välmående på arbetsplatsen fortsatt är stabila trots pandemin.

Under 2021 påbörjades en ledarskapsutbildning på HK som dock avbröts i och med att ansvarig utbildningsledare slutade på

Åhléns och restriktioner under pandemin försvårade uppstart av ny utbildning. Under 2022 kommer det hållas utbildning för ledare på HK inom arbetsrätt, arbetsmiljö och rekrytering.

Trots pandemin har en serie utvecklingsaktiviteter genomförts inom försäljningen (VH). Medarbetare har erbjudits att delta i en utbildning i samarbete med Trygghetsfonden TSL om kundservice och kundbemötande. En pilotutbildning i "Varuhusmagi" en säljutbildning som var både digital och lärarledd, gjordes i ett antal varu-

hus. Ett flertal internt ledda utbildningsinsatser till chefer kring arbetsrätt, arbetsmiljö OSA och kränkande särbehandling och Arbetsmiljö och Rehabilitering hölls också.

På DC har personer i ledande befattning haft workshops gällande trakasserier och kränkande särbehandling, motivation, feedback, samt att leda och motivera i den förändring som flytten av DC till det nya lagret i Rosersberg kommer innebära. Även workshops för alla medarbetare i kränkande särbehandling har genomförts.

TRYGG OCH SÄKER ARBETSMILJÖ

Åhléns arbete med arbetsmiljö ska ha en utgångspunkt i aktuella lagar, föreskrifter och avtal samt i interna rutiner och regler. Inom Åhléns är det systematiska arbetsmiljöarbetet en självklar och naturlig del av den löpande verksamheten. Målet för arbetsmiljöarbetet inom Åhléns är att ingen medarbetare ska utsättas för ohälsa, skada eller olycksfall i arbetet. Åhléns bedriver ett systematiskt

arbetsmiljöarbete och strävar efter att hela tiden förbättra arbetsmiljön och erbjuda alla anställda en trygg och säker arbetsplats. 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. Samtliga medarbetare ska ges möjlighet att kunna påverka sin egen arbetsituation utifrån tjänstens karaktär. Arbetsmiljöarbetet är en strategisk fråga där helhetssynen gällande organisation, ledarskap och arbetsmiljö bidrar till utveckling.

De tre verksamhetsområdena, varuhus, distributionscentral (DC) och huvudkontoret (HK), håller regelbunden samverkan under året kring frågor gällande arbetsmiljö och hälsa. Skyddsronder sker kvartalsvis på DC halvårsvis på varuhuset och minst årligen på HK och utmynnar i handlingsplaner för att åtgärda och förbättra arbetsmiljön. På DC och varuhus sker daglig brand- och arbetsmiljölista, utredning av tillbud/olyckor,

anmälningar AMV/FK, arbetsskador med AMO och kvartalsvis uppföljning observationer/tillbud/olyckor/arbetsskador med Huvudskyddsombud. Årligen sänder hr ut ett digitalt frågeformulär till samtliga varuhus som är en uppföljning gällande SAM och svaren sammanställs och tas sedan upp på det centrala arbetsmiljökommittémötet.

Huvudskyddsombuden på de olika verksamhetsområdena bjuds in årligen till den centrala arbetsmiljögruppen som gör en uppföljning av tidigare års arbetsmiljöarbete och planerar för nästkommande års arbetsmiljöarbete. På DC sker daglig brand- och arbetsmiljölista, utredning av tillbud/olyckor, anmälningar AMV/FK, arbetsskador med AMO och kvartalsvis uppföljning observationer/tillbud/olyckor/arbetsskador med huvudskyddsombuden.

Arbetsmiljöutbildningar har under året utförts med chefer på varuhuset och DC. Utbildningarna är skapade specifikt utifrån Åhléns behov. Dessutom utbildas nya skyddsombud i BAM. Hr-avdelningen har fått utbildning i kränkande särbehandling och diskriminering, likaså chefer och medarbetare på DC har fått utbildning i kränkandesärbehandling/diskrimineringsutbildning. Samtliga chefs-tjänster inleds med en roll-specifik introduktion som inkluderar en modul gällande systematiskt arbetsmiljöarbete.

För att hantera särskilda arbetsmiljöfrågor har Åhléns ett samarbetsavtal med extern företagshälsovård som oberoende part. Företagshälsovårdens effektivitet följs upp individuellt inom ramen för rehabiliteringsprocessen. Arbetsrelaterade skador följs upp regelbundet vid möten inom arbetsmiljökommitté som sker regelbundet under året.

ANDEL ANSTÄLLDA EFTER BEFATTNINGSNIVÅ, ÅLDERSINDELNING

Befattningsnivå	Ålder	Andel %
Ledare	<30 år	4%
	30-50 år	76%
	>50 år	20%
Medarbetare	<30 år	37%
	30-50år	44%
	>50 år	19%
Styrelse	<30 år	0%
	30-50 år	14%
	>50 år	86%

ANDEL ANSTÄLLDA EFTER BEFATTNINGSNIVÅ, BAKGRUND

Befattningsnivå	Kön	Andel % internationell bakgrund	Andel % svensk bakgrund	Andel % Kvinnor/Män Totalt
Ledare	Kvinnor	9%	91%	82%
	Män	32%	68%	18%
Medarbetare	Kvinnor	28%	72%	86%
	Män	47%	53%	14%
Styrelse	Kvinnor	20%	80%	71%
	Män	100%	0%	29%
Totalt	Kvinnor	26%	74%	85%
	Män	46%	54%	15%
	Totalt bakgrund internationell/svensk	29%	71%	

Under 2021 har inga incidenter på huvudkontoret blivit rapporterade. På distributionscentralen görs en riktad skyddsron med fokus på ergonomi som leder till en handlingsplan. Åtgärder är delvis genomförda och följs upp regelbundet på skyddskommittémöten. På de större varuhusen följs arbetsskador upp två gånger årligen på arbetsmiljökommittémöten medan mindre varuhus dokumenterar och skickar in årligen till den centrala arbetsmiljögruppen. Psykosociala arbetsmiljön mäts via medarbetarundersökningen och uppföljningen delegeras till linjecheferna som håller uppföljningsmöten, har individuella samtal i mål och utvecklingssamtal och veckoavstämningar. På distributionscentralen genomfördes dessutom en muntlig psykosocial undersökning, som sammanställdes och handlingsplan sattes tillsammans med AMO och fackförbund. Åtgärder är uppföljda och genomförda.

Av Åhléns medarbetare omfattas 100% 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. De ärenden gällande diskriminering som uppkommit har det gjorts utredningar på enligt satt rutin. Resultatet av dessa utredningar har inte påvisat att det varit ett diskrimineringsärende. 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.

Medarbetare kan via förtroendevalda skyddsombud eller genom Åhléns anonyma visselblåsarkanal rapportera eventuella kla-

gomål och oegentligheter om de inte önskar gå till närmsta chef. Åhléns har ett medbestämmandeavtal som styr hur vår samverkan med facket skall gå till. Syftet med ett medbestämmandeavtal är att medarbetarna via de fackliga representanterna skall ges insyn i verksamheten och medverka i planerings- och uppföljningsarbetet och på så sätt vara med och påverka företagets framtid. På Åhléns intranät finns information gällande anställning, policys, utbildning och organisationen. All informationen är tillgänglig för samtliga medarbetare. Det har hållits två arbetsrättsutbildningar under 2021, en på våren och en på hösten. Ingen rekryteringsutbildning har hållits 2021 men kommer däremot genomföras våren 2022.

MÅNGFALD OCH INKLUDERING GENOM SAMARBETE

För Åhléns är värderingar gällande mångfald och inkludering ett prioriterat område. Att engagera sig i externa partnerskap som syftar till att skapa ett inkluderande samhälle och en arbetsmarknad som är öppen för alla ligger i Åhléns övertygelse. Sedan 2018 samarbetar Åhléns med Öppna Dörren – en paraplyorganisation för integrationsinitiativen Yrkesdörren, Svenska med baby och Nya Kompisbyrån - bland annat genom att bjuda in medarbetare och medlemmar att ta möten genom organisationerna. Genom att engagera sig i portalen ÖppnaDörren och dess ideella oberoende organisationer är Åhléns med och bidrar till ökad mångfald och inkludering i samhället. Gemensamt för alla organisationer inom ÖppnaDörren är att de är med och skapar möten mellan nya och etablerade svenskar och främjar ett öppnare samhälle.

Hösten 2021 initierade Åhléns och ÖppnaDörren en digital kampanj i sociala medier, medlems-mail, invitation wall i Åhléns

City varuhus i Stockholm och Göteborg, Åhléns intranät och åhlens.se. Syftet med kampanjen var att öka kännedomen om organisationerna, lyfta Åhléns engagemang i mångfaldsfrågan och uppmuntra till möten mellan etablerade och nya svenskar. Kampanjen nådde totalt 1 024 636 personer och ledde till 97 möten, som skedde både digitalt men även i form av fysiska träffar utomhus. Genom att uppmuntra medarbetare och kunder till att delta i ÖppnaDörrens initiativ har över 400 möten mellan nya och etablerade svenskar genomförts mellan 2017-2021.

Mitt livs val är en insamlingsstiftelse som arbetar för ett inkluderande samhälle där ungdomar har förutsättningar att påverka sin framtid. Stiftelsen har ett arbetsmarknadsförberedande program vid namn Framåt! som syftar till att stärka kopplingarna mellan utbildning och jobb samt minska trösklarna till den svenska arbetsmarknaden för nyanlända och ensamkommande ungdomar mellan 16–23 år. I Framåt! får ungdomarna under en termin utveckla sina kunskaper om arbetsmarknaden samt etablera viktiga kontakter med yrkesverksamma personer. Åhléns vill bidra till att fler ensamkommande och nyanlända ungdomar får förutsättningar att påverka sin framtid. Därmed har Åhléns genom olika initiativ stöttat stiftelsen och programmet. Bland annat har 4 studiebesök hållits i både fysisk och digital miljö för en grupp ungdomar som ingår i programmet. Åhléns har under dessa studiebesök gett ungdomarna en inblick i arbetsplatsen och introduktion till olika yrken inom företaget samt lyssnat på berättelser från anställda. Vidare har medarbetare från Åhléns agerat som coach och hjälpa ungdomar i att skapa eller förbättra CV eller personligt brev. Både studiebesöken och CV-coachningen har varit mycket uppskattad.



MÖTEN GENOM ÖPPNADÖRREN

	2019	2020	2021
Yrkesdörren	29	34	22
Nya Kompisbyrån*	89	52	42
Svenska med baby	15	15	33
Totalt antal möten**	124	101	97

*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.

29%

medarbetare med
internationell
bakgrund

50

Minst språk
representerade bland
Åhléns medarbetare

82%

kvinnor i
ledande positioner

TOTALT ANTAL NYANSTÄLLDA OCH DESS ANDEL AV TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA

	2020		2021	
	Antal	Andel	Antal	Andel
Antal anställda (tillsvidare och provanställda)*	1824		1709	
Kvinnor	74	5%	165	12%
Män	39	14%	57	20%
<30 år	37	9%	123	32%
30-50 år	67	6%	92	10%
>50 år	9	2%	7	2%
SK	44	17%	40	17%
DC	26	14%	52	27%
Varuhus	43	3%	130	10%

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

	2020		2021	
	Antal	Andel	Antal	Andel
Antal anställda (tillsvidare och provanställda)*	1824		1709	
Kvinnor	246	16%	301	21%
Män	38	13%	63	22%
<30 år	97	25%	100	26%
30-50 år	145	14%	200	21%
>50 år	42	11%	64	17%
SK	38	15%	67	28%
DC	14	7%	44	23%
Varuhus	232	17%	253	20%

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

FÖRÄLDRALEDIGHET

	2020		2021	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Antal anställda som har rätt till föräldraledighet*	330	2078	351	2067
Antal anställda som tog ut föräldraledighet	4	40	5	54
Antal anställda som återvände till Åhléns efter föräldraledigheten	4	40	5	54
Antal anställda som återvände till Åhléns efter föräldraledigheten och fortfarande är anställda 12 månader senare	4	33	2	29
Andel anställda som återgått till arbetet efter föräldraledighet i %	100%	100%	100%	100%
Andel anställda som återgått till arbetet efter föräldraledighet och fortfarande är anställda 12 månader senare i %	100%	79%	50%	73%

*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.

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.

CIRKULÄRA INITIATIV OCH SAMARBETEN

Omställningen inom textil- och modebranschen gällande krav på miljövänliga material och hållbara leveranskedjor har för Åhléns del inneburit att ytterligare hänsyn tagits till fler påverkansaspekter i produktutvecklingen såsom val av material, detaljer och förpackningar. Detta går i linje med senaste årens forskning som visar att störst negativ miljö- och klimatpåverkan uppstår i samband med produktionens alla delsteg.

Under 2020 inleddes ett initiativ att börja jobba med 3D programmet CLO för att främja mer hållbar produktutveckling. Detta initiativtagande har lett till att en process för att jobba med CLO/3D i produktutvecklingen har tagits fram och applicerats i arbetet gällande delar av damsortimentet och med utvalda leverantörer. Detta arbetssätt förkortar produktutvecklingstiden vilket innebär att order kan läggas senare och därmed landar mer rätt i våra köp mot kund. Det innebär också att färre fysiska prover behöver tas fram vilket är viktigt ur ett resursperspektiv samt minskad arbetsbelastning hos både Åhléns interna team som hos leverantör. Utmaningen har varit att gå från en traditionell produktutvecklingsprocess till en digital. Det är olika parter involverade i detta arbete; Åhléns team på HK, vårt produktionskontor och våra leverantörer. Det krävs en mognad hos leverantören och en vilja att investera i ett 3D verktyg.

Att arbeta cirkulärt handlar om att vara resurseffektiv i varje steg under produktens livscykel. Under året som gått har Åhléns jobbat vidare med att hitta nya samarbeten med fokus på cirkulariet. Att erbjuda våra kunder produkter som skapar möjlighet till lång livslängd är ett av de viktigast bidragen vi kan göra för att minska det miljömässiga

avtrycket från konsumtion. Åhléns vill bidra med att öka medvetenheten hos våra kunder om vad cirkulariet innebär och främja en konsumtion där produkter ges ett längre liv samt uppmuntra till vård och reparation av det man redan äger. Åhléns erbjuder via ahLens.se second-handshopping genom ReRobe, Luxclusif och A Retro Tale.

Ett samarbete med Sellpy inleddes där Åhléns kunder via ahLens.se kan beställa Sellpypåsar. Detta är ett samarbete som stärker vårt fokus på hållbar konsumtion, där vi tillsammans med Sellpy kan främja återanvändning av produkter. Åhléns inledde även ett samarbete med A Second Love Affair, ett företag som hyr ut barnkläder, där utvalda delar av Minimarkets sortiment gjordes tillgängligt för uthyrning. Detta samarbete fortsätter aktivt in i Q1 2022, därefter kommer produkterna vara tillgängliga för uthyrning under hela 2022.



LÅNGSIKTIGA MATERIALMÅL & CERTIFIERINGAR

Åhléns övergripande långsiktiga mål är att 100% av Åhléns egna varumärken ska bestå av återvunna eller mer hållbart framtagna material till år 2025. Åhléns arbetar i största möjliga mån med certifieringar som kan verifiera att produkter är mer hållbart producerade, spår-

bara och uppfyller högt satta kriterier som tar hänsyn till både sociala och miljömässiga aspekter. Genom att ställa om till material som är producerade mer hållbart bidrar vi till att minska användningen av kemikalier, vatten och energi, och skapar bättre förhållanden för människor och miljö.

Arbetet med att använda mer hållbara material såsom ekologiskt, återvunnet och cellulosabaserade material i sortimentsutvecklingen har fortsatt i strävan mot att nå uppsatta delmål för 2021. Dock så har den rådande pandemin påverkat både utbudet och prisnivån av certifierade material vilket har varit en utmaning. En stor andel av våra mer hållbara material är certifierade och verifierade genom en tredjepartsstandard. De fiber som det finns en målsättning kring är bomull (mer hållbara bomullsval innefattar återvunnet material samt märkningarna Global Organic Textile Standard (GOTS), Organic Cotton Standard (OCS) och Better Cotton Initiative (BCI)), återvunna syntetiska fibrer, läder från LWG certifierade garverier, hållbar palmolja, FSC (Forest S Council) samt övriga mer hållbara material (Lenzing fibrer – Tencel, EcoVero, Lenzing viskos och modal). Åhléns ställning gällande 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 såsom produktionsmetoder och infärgning. Under 2022 och framåt kommer vi öka andelen produkter med tredjeparts-certifieringar i

vårt sortiment för att säkerställa att vårt produktutbud i möjligast mån uppfyller miljö- och sociala standarder för att säkerställa att de produkter som designas har tillverkats med hänsyn till människor och miljö.

Under våren 2021 påbörjades arbetet med att fasa ut den egna produktmärkningen Bra Val som syftat till att guida kunder till mer hållbara produkter. Det finns idag ingen standardiserat sätt att kommunicera kring hållbarhet på produktnivå vilket skapar otydlighet mot kund. Vi ser heller inte längre att vår egen märkning tillför det extra värde som den gjorde tidigare och att kravbilderna både från oss själva och omvärlden gällande miljöpåståenden har förändrats.

Åhléns har under hösten 2021 tagit fram tvålar och diskmedel som är miljömärka med Bra Miljöval. Det ingår i Åhléns plan för att möta kundernas efterfrågan på miljömärkta varor. De märkta tvålarna och diskmedlet uppfyller de strikta miljö- och hälsokrav som Bra Miljöval ställer. Efterfrågan på miljömärkta produkter har ökat och därför är det extra viktigt att vi kan erbjuda fler produkter med ett tydligt ställningstagande för ett mer hållbart sortiment.

MATERIALVAL, FÖRPACKNINGAR OCH EMBALLAGE

Målsättningen att reducera plastförbrukning i våra förpackningar och emballage med 25% till 2025, kvarstår såväl som målet att reducera plaster i produkter med 25% till 2030*. Arbetet med att möta vår målsättning kommer intensifieras under 2022 med fokus på att minska och eliminera onödiga produktförpackningar och hitta mer hållbara alternativ för att säkerställa lägre negativa miljöpåverkan, genom bättre materialval och främja återvinningsbarhet.

* I enlighet med det koncerngemensamma målet inom Axel Johnson

I Åhléns varuhus finns ett stort fokus på att minska mängden tryckt material och att hitta nya ännu mer miljövänliga material till våra produktioner. I möjligaste mån använder vi pappersbaserade produkter för skyltar och annat butiksmaterial, som kan återvinnas som returpapper eller kartong. Vi använder FSC-märkt och återvunnet papper i största möjliga utsträckning. Under 2022 tar Åhléns ytterligare ett steg att minska materialåtgången genom att fler medarbetare i varuhusen får tillgång till digitala lösningar som kommer ersätta behovet av att skriva ut material. Vi är noggranna i våra val när det gäller tryckproduktion av butiksmaterialet, vilket innebär att vi minskat volymen som producerat och därmed kunnat minska volymen som transporteras och samfraktas så långt det är möjligt.

I projekt där vi behöver bygga om eller förändra i varuhusen, återanvänds inredning så långt det är möjligt i befintligt varuhus, alternativt återanvänds i annat varuhus då primärt närliggande. Även i de varuhus som stänger återanvänds så mycket som möjligt av inredning, inredningstillbehör, kommunikationsmaterial som är möjligt i annat varuhus. Butiksinredning från samtliga avetableringar, som Åhléns inte kan återanvända själva går till PMU, Pingstmissionens utvecklingsarbete som är en av Sveriges större biståndsorganisationer. Utöver det direkta arbetet med utvecklingsprojekt och humanitära insatser, arbetar PMU med påverkansarbete, kommunikations- och insamlingsarbete och second hand-butiker i Sverige.

Under 2020 skedde ett byte av Åhléns e-handelsemballage. Det röda emballaget av plast som funnits i 20 varianter minskades till 14 varianter och ersattes till stor del av ofärgat papper med vitt tryck. Åhléns strävar efter att alla förpackningar ska vara återvinningsbara och tillverkade av återvunnet



eller förnybart material. Storleken på förpackningen anpassas utifrån behov och hur ofta den används. Under 2021 har ytterligare förflyttningar gjorts inom e-handelsemballage bla har bubbelplast kring flaskor bytts till flaskskydd som är gjorda av papper och är 100 % återvinningsbara. Viss typ av plast behövs fortfarande, tex uppblåsbar bubbelplast som skyddar stötkänsliga produkter, detta för att minska skador vid leverans. Den uppblåsbara plasten har en egenskap som gör den svår att tillverkas av återvunnet material men är allra högsta grad 100 % återvinningsbar att göra ny plast av. En förpackningsmaskin som anpassar förpackningen till det som skall transporteras har installerats på DC. Detta innebär att inget fyllnadsmaterial behövs och paketen skickas med mindre luft vilket innebär att man kan packa mer effektivt.

ÅTERVINNING OCH AVFALL

Åhléns bedriver en verksamhet där avfall genereras genom hela värdekedjan från råvara, produktion, transport, försäljning och användning. Avfall genereras både uppströms, främst i de processer som är kopplade till produktion av våra produkter och transporter, och nedströms vid distribution, köp- och användningsfasen samt vid avfallshantering. Det är komplexa värdekedjor med många aktörer. Här finns ett behov av att få en bättre översikt över avfallsrelaterade effekter av aktiviteter, produkter och tjänster samt bättre förståelse för hur man ska mäta och hantera avfall. Att få ett helhetsgrepp och ökad förståelse.

MATERIALMÅL OCH NYCKELTAL*

	2019	2020	2021	Mål till 2021
Bra val försäljning*	7,25	10,66	0	0
Bomull från mer hållbara källor	79	93	93	100%
Återvunna syntetiska material	6,4	17	48	20%
Övriga mer hållbara material**	28	27	45	34%
Läder från LWG certifierade garverier	75	100	93	100%
Hållbar palmolja	93	98	98	90%
FSC/återvunnet papper	81	77	69	100%

Måttal avser andel av orderlagd volym där materialkompositionen på produktnivå, består av minst 50% material som Åhléns klassificerar som mer hållbara utifrån tredjepartscertifieringar.

* Bra val utfasat. Nyckeltal ej mer relevant.

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

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

Åhléns bedömer att i de flesta fall är påverkan på mängden avfall från uppströms processer större än påverkan från nedströms (avfallshanteringen). Det innebär att fördelarna med förebyggande av avfall snarare ligger i uppströmsledet i form av ökad materialeffektivitet och design som främjar återvinning, än i själva avfallsledet. Vi ser ett behov av att bättre förstå hur inköp, design och användning av material leder till avfallsströmmar, både uppströms och nedströms, och vad dessa består av samt identifiera åtgärder som kan leda till en förändring och minskning av avfall. Att växla från ett linjärt till ett cirkulärt tänk redan i designfasen är ett viktigt steg för att förebygga avfall vid källan och att hitta lösningar för cirkulära affärsmodeller ser Åhléns som några av de viktigaste åtgärderna för att på sikt kunna minska sina avfallsströmmar. Här kommer en enhetlig och progressiv strategi som både jobbar förebyggande och lösningsorienterat utifrån cirkulära aspekter bli viktigt framöver.

För att skapa en hög återvinningsgrad av det avfall som genereras behöver vi som företag ta ett ansvar för att vi sorterar vårt avfall på ett korrekt sätt. Detta omfattas av bolagets miljöpolicy. Tillsammans med kontrakterade avfallsentreprenader bevakar och genomför Åhléns åtgärder för att minska avfallet och öka sorteringsgraden i den egna verksamheten. Vi har som mål att löpande förbättra källsorteringen för återvinning och minska mängden restavfall i vår verksamhet. Via kundportaler med kontrakterade avfallsentreprenader har Åhléns tillgång till den statistik man använder internt för mätning, utvärdering, analyser och hållbarhetsrapport. Det är upphandlingsansvarig inköpare och hållbarhetsansvarig som ansvarar för central upphandling av tjänster och kontraktering av avfalls- och återvinningspartners samt årlig uppföljning. I varuhus och DC ansvarar varuhuschef respektive produktionsledare för samordning och kontakt med avfalls- och återvinningspartner gällande upphämtning och service. På huvudkontoret är kontorschef ansvarig för rutiner kring avfallshantering.

I Åhléns Packaging Requirements för våra leverantörer finns vägledning om material för återvinning i syfte att minska avfall. Åhléns strävar efter att arbeta miljövänligt i alla delar av verksamheten, därför är vårt mål att undvika all onödig förpackning som rör våra produkter. Förpackningens storlek ska optimeras i förhållande till dess innehåll för att minimera avfall samt förpackningsmaterial ska vara återvinningsbart

och tillverkat av återvunnet eller förnybart material. Detta inkluderar men är inte begränsat till plast, papper, kartong, metall och trä. Materialen i förpackningen ska vara lätta att separera för att göra det möjligt för slutanvändaren att sortera materialen och minska avfall.

Våra varuhus, vårt kontor och distributionscentral är anslutna till våra centrala avfallsavtal vilket möjliggör att vi tydligt kan mäta och följa typ och mängd avfall som genereras. Merparten av avfallet består idag av wellpapp, mjukplast och brännbart. Varuhusen och DC har rutiner för avfallshantering som inkluderar både icke-farligt avfall och farligt avfall. Rutinen syftar till att minska mängden osorterat avfall samt hantera avfallet lagenligt. Ett aktivt arbete med att säkra upp rutinen för att varuhus och DC ska ha förståelse, kunskap och kompetens inom området är viktigt för skapa bästa förutsättningarna för att avfallet skall kunna återvinnas rätt samt minska kostnaderna internt för avfallshantering.

Textilier och andra produkter som inte säljs återvinns inte utan skickas i första hand till vår samarbetspartner Stadsmissionen. I vårt samarbete med Stadsmissionen under konceptet Återanvänd mer, skapas nytt liv för produkter som annars skulle bli avfall. Konceptet inkluderar kundinsamling i våra varuhus samt insamling från den egna verksamheten i lager och på distributionscentralen. För att textilavfall ska kunna hanteras enligt avfallshierarkin och tillgängliggöras som en värdefull resurs behöver textilavfallet samlas in och hanteras separat. Här följer Åhléns utvecklingen gällande det föreslagna producentansvar för textil som kommer få påverkan för avfallsströmmar av just textil.

Under 2021 minskade Åhléns totala avfall till 1 159 ton (1 298 ton 2020). Av den totala mängden avfall utgörs 7,5% av farligt avfall medan majoriteten består av icke-farligt avfall som kan materialåtervinnas som papper, plast, trä och metall.

AVFALL PER AVFALLSFRAKTION (TON)*	
Fraktion	Ton/fraktion
Brännbart	175,3
Glasförpackningar	9,2
Träavfall	15,3
Osorterat	45,1
Elektronik	6,8
Farligt avfall	8,0
Metall	6,9
Kontorspapper	4,1
Wellpapp	835,0
Plast	53,0
Total	1158,9

AVFALL PER AVFALLSFRAKTION (TON) OCH HANTERINGSMETOD		
Fraktion	Återvinning	Avfall
Brännbart	0	175,3
Glasförpackningar	9,2	0
Träavfall	0	15,3
Osorterat	18,5	26,6
Elektronik	6,8	0
Farligt avfall	1,0	7,0
Metall	6,9	0
Kontorspapper	4,1	0
Wellpapp	835,0	0
Plast	53,0	0
Total/ hanteringmetod	934,6	224,3

*Åhléns ger genom sin verksamhet upphov till icke-farligt avfall och farligt avfall i givna anläggningar. Avfallsdata avser varuhus, DC och huvudkontor och har tillhandhållits av kontrakterade avfallsentreprenader Stena Recycling och Prezero. Avfall per fraktion anges i ton.

FARLIG AVFALL	
	Total ton
Återanvändning	0
Återvinning	6,4
Andra åtgärder**	7,0
Total	13,4

ICKE FARLIG AVFALL	
	Total ton
Återanvändning	0
Återvinning	930,3
Andra åtgärder**	213,1
Total	1143,4

Förebyggade av avfall***	16,5
---------------------------------	-------------

**Andra åtgärder avser här Förbränning eller Förbränning med energiutvinning alt. Deponi.

*** Kundinsamling och insamling från den egna verksamheten via insamlingsinitiativet Återanvänd mera i samarbete med Stadsmissionen

Arbete för en hållbar leverantörskedja

För att Åhléns skall säkerställa korrekt kravställning och riktlinjer kring produktinnehåll och den operativa verksamheten är det viktigt att ha en ständigt aktiv omvärldsbevakning gällande direktiv och lagstiftning samt forskning, rön och debatter i vår omvärld.

PRODUKTIONSLÄNDER OCH LEVERANTÖRSBAS

Totalt utgjordes Åhléns leverantörsbas av 261 leverantörer med tillhörande 455 fabriker för den egna varumärkesaffären. Åhléns äger inga egna fabriker. Under 2021 fortsatte arbetet med att systematiskt konsolidera leverantörsbasen. Detta för att möjliggöra närmare samarbeten och för att säkerställa att leverantören klarar av att leverera utifrån våra kvalitets-, miljö- och sociala krav, samt identifiera leverantörer med ett proaktivt och strategiskt hållbarhetsarbete. Inför varje säsong utvärderas leverantörerna och utifrån resultatet sätts produktstrategi och leverantörsspecifika planer. Viktiga delar i utvärderingen av leverantören är kvalitet, leverans, pris, sociala aspekter och eventuella brister som påträffats vid revision.

Under 2021 har arbetet med att konsolidera leverantörsbasen försvårats av rådande pandemi och att vi inte har kunnat besöka potentiella

nya och befintliga leverantörer. Vi ser ett fortsatt behov av att minska antalet leverantörer och fabriker, något som skapar bättre förutsättningar för ökad transparens, spårbarhet och mer miljövänlig produktion.

I ledet att fördjupa förståelsen och kunskap kring leverantörsbasen kopplat till miljöaspekter fick alla leverantörer och fabriker möjligheten att besvara en digital enkät kopplat till områdena miljöstyrning, vatten, energi, avfall och kemikalier gällande den egna verksamheten. Sammanställning och analys av detta arbete beräknas vara klart under Q1 2022 och skall agera som vägledande för fortsatt riskanalys och leverantörskonsolidering. För att öka transparensen och spårbarheten i Åhléns produktion kommer Åhléns under 2022 påbörja arbetet med att identifiera en extern partner för att möjliggöra systematisk kartläggning och uppföljning av vår värdekedja. Vi ser detta som ett nödvändigt steg i att utveckla vårt inköps- och leverantörsarbete till att bli mer hållbart och möta intressenters krav på transparens.

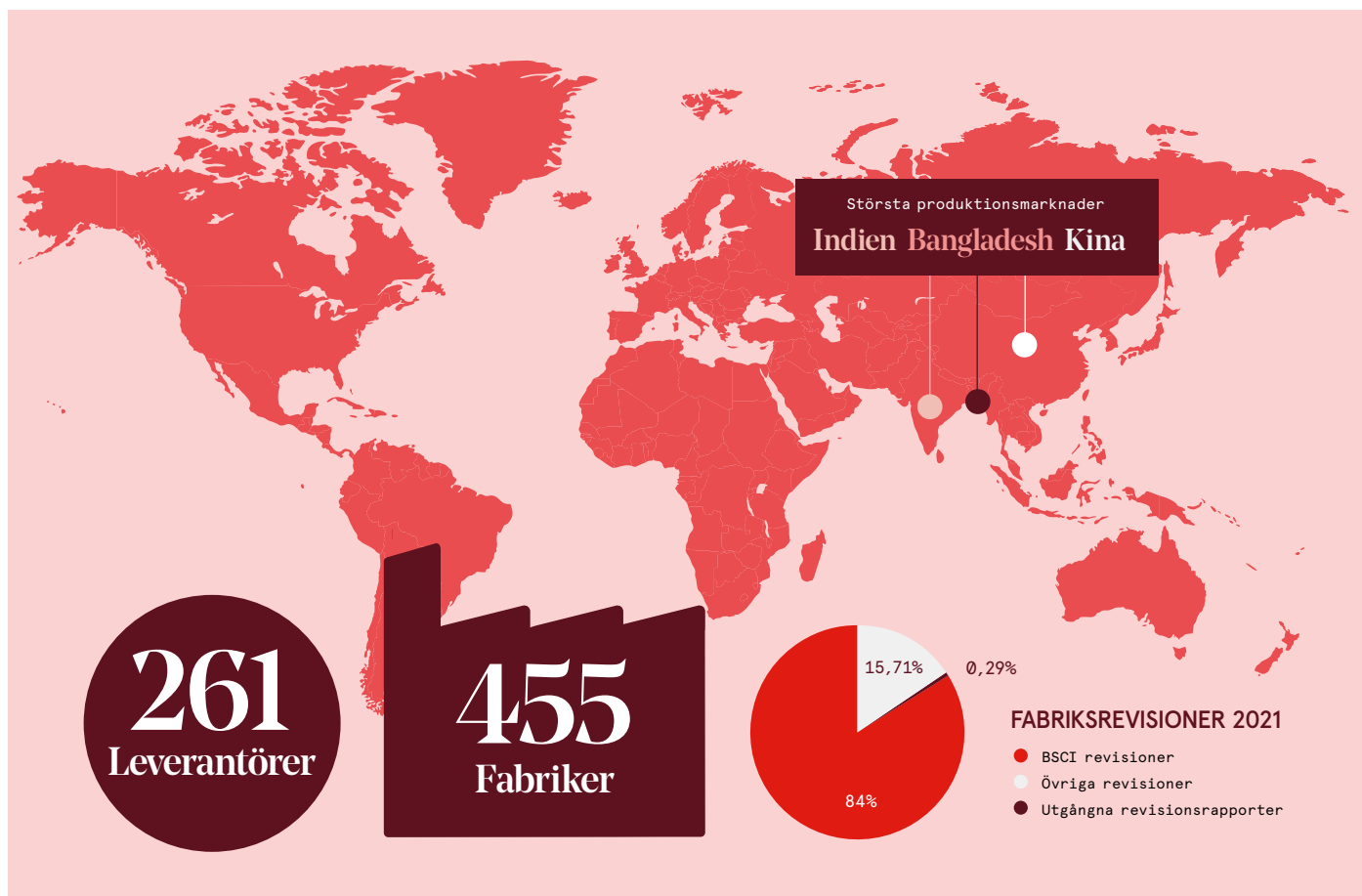
Åhléns har under hela pandemin aktivt arbetat med att fullfölja våra åtaganden gentemot våra leverantörer. Trots förseningar undvek Åhléns att annullera ordrar för att inte påver-

ka fabrikernas omsättningsgrad negativt och för att inte jobb skulle gå förlorad 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. Digitala möten har schemalagts för alla inköpsteam för att säkerställa en tät dialog med leverantörer och att skapa en närmare relation då fysiska möten inte har varit möjliga. Restriktionerna ledde till att inga interna revisioner genomfördes utan endast ett begränsat antal fabriksbesök via produktionskontoret.

Åhléns har under året bevakat hur arbetet i leverantörskedjan påverkats av pandemin och fört nära dialog med leverantören genom mail och videomöten. Genom fortsatt aktivt medlemskap i Accord har revisioner för arbetsplats säkerhet i Bangladesh fortsatt dock med viss påverkan av pandemin.

UPPFÖRANDEKOD FÖR LEVERANTÖRER

Som medlem av amfori BSCI har Åhléns anslutit sig till en gemensam uppförandekod för våra leverantörer, med en uppsättning regler och specifika krav för villkoren på de fabriker där Åhléns produkter tillverkas. Amfori BSCI arbetar för att säkra systematisk, oberoende uppföljning av leverantörskedjor. Genom att



använda oss av den gemensamma uppförandekoden – Amfori BSCI Code of Conduct – säkerställer vi att våra leverantörer erbjuder en säker arbetsmiljö med respekt för arbetsrätt och mänskliga rättigheter.

Amfori BSCI Code of Conduct hänvisar till internationella konventioner, såsom deklARATIONEN om mänskliga rättigheter, FN:s vägledande principer för näringsliv, OECD:s riktlinjer, FN:s globala fördrag samt Internationella arbetsorganisationens (ILO:s) konventioner och rekommendationer för att förbättra arbetsförhållandena i leverantörskedjan.

I Amfori BSCI:s uppförandekod ingår krav på:



*Baserat på amfori BSCI Countries Risk Classification 2020 standard

För att bli leverantör till Åhléns måste man uppfylla krav som omfattar både lagstadgade krav på produkten och produktionsprocessen samt Åhléns-specifika krav avseende funktion, kvalitet och hållbarhet. Vår uppförandekod (amfori BSCI Code of Conduct) måste godkännas och ett Letter of Acceptance måste signeras av leverantören innan avtal kan slutas.

Partnerguiden är Åhléns avtal mot varumärkesleverantörer för att säkerställa att de alltid följer relevanta lagar och direktiv och där våra kvalitets-, miljö- och sociala krav regleras.

REVISION OCH UPPFÖLJNING

Inspektioner och inspektionsuppföljning är viktiga delar av Åhléns arbete i leverantörskedjan för att säkerställa mänskliga rättigheter, arbetsrätt och hälsa och säkerhet. Tredjepartrevisioner är grunden till Åhléns arbete med uppföljning i produktionskedjan. En stor del av Åhléns produktion finns i länder som är klassificerade högriskländer*, något vi måste beakta när vi påbörjar samarbeten med nya leverantörer, då det är där våra största risker finns. Vi för kontinuerlig dialog med våra leverantörer och tydliggör vår kravbild.

77% av Åhléns leverantörer är belägna i riskländer* och 100% har reviderats av tredje part. Under 2021 granskades 100% av alla nya leverantörer avseende sociala aspekter.

Åhléns godkänner totalt nio erkända sociala standarder för fabriksrevisioner: amfori BSCI, SEDEX with SMETA, SA8000, International Council of Toy Industries (ICTI), WCA (by Intertek), Fair Labor Association, WRAP, ICS, Fair Wear Foundation (FWF). 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 2021 avslutades inga avtal på grund av avvikelser gentemot hållbarhetskrav. Leverantören är ansvarig att informera underleverantör om våra krav och se till att de efterlevs. Sedan 2019 uppdateras en lista på ahlen.se, över aktiva leverantörer och fabriker som tillverkar Åhléns egna varumärkesprodukter. Denna uppdatering sker en gång per år.

Alla fabriker Åhléns arbetar med i Bangladesh täcks också av Bangladesh Accord, där inspektioner göras för att kontrollera och säkerställa att åtgärder för brand, el och säkerhet genomförs. Accord on Fire and Building Safety i Bangladesh, som upprättades efter Rana Plaza-kollapsen 2013, har gjort ett avgörande arbete för att göra fabriker i Bangladesh säkrare. I augusti 2021 enades varumärken och fackföreningar om ett nytt internationellt avtal. Avtalet är en överenskommelse mellan köpande företag och fackförbund att arbeta tillsammans för att förbättra säkerheten och arbetsmiljön i fa-

brikerna. Dess innehåll berör bland annat oberoende och transparenta inspektioner, obligatoriska reparationer och renoveringar av fabriker, ökat inflytande för textilarbetarna och en översyn av landets standarder för byggnads- och brandsäkerhet. Avtalet innebär också att företagen som skriver under ska bidra till att utöka avtalet till minst ett produktionsland utöver Bangladesh. Åhléns var ett av de 14 svenska bolag som skrev på det nya avtalet den 1 september 2021, dagen då avtalet började gälla.

PRODUKTSÄKERHET, MÄRKNING OCH SAMVERKAN

Ansvar och hållbarhet är centrala delar av Åhléns kvalitet- och produktsäkerhetsarbete. Åhléns kunder skall känna sig trygga i att vårt sortiment lever upp till högt ställda krav på kvalitet och säkerhet. Genom medlemskap i olika branschorganisationer och nätverk samt samverkan med olika tillsynsmyndigheter vill Åhléns bidra till utveckling av positiva förändringar i branschen samt få stöd i frågor rörande produkter och dess innehåll. Vi bevakar kommande lagstiftningar och rekommendationer för att hålla oss uppdaterade och arbetar proaktivt i vårt produktsäkerhetsarbete.

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. Vi säkerställer vår kravställning genom att identifiera och reducera riskfaktorer samt göra medvetna val i hela värdekedjan från materialval till färdig produkt. Alla Åhléns produkter måste uppfylla våra kvalitets-, kemikalie- och säkerhetsföreskrifter. Vi arbetar systematiskt med ständiga förbättringar för att hela tiden utvecklas.

Kemikaliehantering där vårt arbete är att begränsa, förbjuda och fasa ut skadliga kemikalier är en viktig del i att ta ansvar för våra produkter. Åhléns är uppdaterad på rådande lagstiftning gällande kemikalier, där ibland EU:s kemikalielagstiftning REACH ingår. Åhléns är medlemmar i Kemikaliegruppen (RISE). Alla våra leverantörer och externa varumärken måste underteckna avtal om att produkterna efterlever de uppsatta krav som återfinns i Åhléns kemikalierestriktionslista. Åhléns säkerställer detta genom kontinuerligt utföra tester av oberoende testinstitut och uppföljning i form av dokumentationer och testrapporter.

Barns säkerhet är av högsta prioritet hos Åhléns och vi arbetar med risk- och säkerhetsbedömningar på alla våra barnprodukter.



Vi är deltar i Svenska Institutet för Standarder (SIS) arbete med att ta fram nya krav och riktlinjer på EU nivå inom bland annat produktsäkerhet och miljöaspekter kopplat till textil. En varning från myndighet och sex frivilliga återkallelser av produkter kopplat till hälsa och säkerhet uppstod under 2021. 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. Två externa varumärkesprodukter inom hemsegmentet, säljstoppades då man uppmärksammade att dessa hade kvalitetsbrister, dock utan säkerhetsrisk. Inom Åhléns egna varumärken säljstoppades tre produkter av kvalitetsbrister och negativt påverkad funktionalitet. Ingen av dessa återkallelser utgjorde någon säkerhetsfara. En barnblus från Åhléns egna varumärke säljstoppades och återkallades och under rättelse om en vara med säkerhets- eller hälsorisk gjordes till Konsumentverket. Med anledning av att återkallelse av den aktuella varan gjordes och de åtgärder som krävs vidtogs ansåg Konsumentverket att ytterligare åtgärder inte var nödvändiga. Ärendet kom därför att avslutas från verkets sida. Inga skador har påträffats gällande några av de

återkallade eller säljstoppade varorna. En tillsyn från Energimyndighetens marknads kontroll visade på brister i korrekt energimärkning på Åhléns hemsida. Det är krav på att energimärkningsetiketten och produktinformationsbladet visas i närheten av produktens pris, något Åhléns brister i. En dialog med Energimyndigheten är nu upprättad och Åhléns kommer avhjälpa bristerna under första halvåret av 2022.

Som återförsäljare av externa varumärken har vi ett ansvar att se till att produkterna vi tar in i vårt sortiment mot kund följer gällande lagstiftning. Vid upptäckt om brister tar vi en dialog med leverantören och sätter en åtgärdsplan. Det är en pågående process att se över produktkvalitets- och produktsäkerhetskrav för att möta uppdaterade lagkrav och branschstandard.

ÅHLÉNS EGNA VARUMÄRKEN INOM KOSMETIK

Hållbarhet är en integrerad del i arbetet att utveckla och producera Åhléns egna kosmetiska produkter. Arbetet består av olika delar och täcker både leverantörer, formulering och förpackningar. Formuleringar som utvecklas till Åhléns egna varumärken följer

EU:s kosmetiklagstiftning och vår egna restriktionslista, för att säkra att produkterna inte innehåller ingredienser som är problematiska för människa och miljö. Kvalitet är också en viktig parameter och alla produkter testas under utveckling för att säkra god hållbarhet under hela produktens livstid. Majoriteten av Åhléns kosmetiska produkter produceras i Sverige för att minimera långa transporter.

Ett exempel på initiativ inom hållbarhet är varumärket Berså, vars produkter är utvecklade med naturliga, ekologiska ingredienser samt Fair Trade certifierade ingredienser. Fair Trade är en internationell certifiering av råvaror som bla innebär att de tillverkas efter sociala, ekonomiska och miljömässiga kravställningar. När det gäller förpackningar till Åhléns kosmetiska produkter arbetar vi enligt devisen reduce, reuse & recycle. Det innebär att förpackningar ska vara utvecklade i monomaterial som går lätt att återvinna, samt innehåller återvunnet material. Under 2022 kommer vi arbeta med att skapa en tydligare roadmap för Åhléns egna varumärken inom kosmetik, samt uppdatera våra hållbarhetskravställningar till våra leverantörer för att främja utveckling av säkra och miljövänliga kosmetiska produkter.



Verksamhetens klimatpåverkan

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, huvudkontor och distributionscentral.

Åhléns klimatmål är i enlighet med koncerngemensamma mål inom Axel Johnson, att nå klimatneutralitet till år 2030. För att kunna prioritera rätt åtgärder i klimatarbetet är det viktigt att först ha insikt i från vilka delar av verksamheten och vilka aktiviteter som utsläppen sker samt hur stora de är. Rapportering av företages klimatpåverkan sker årligen enligt GHG-protokollet. Detta för att mäta utvecklingen av genomförda insatser samt att sätta en åtgärdsplan baserat på det resultat som rapporteringen visar. Åhléns kommer fortsätta fokusera sitt arbete med att minska negativ klimatpåverkan från egna verksamheter i form av energiförbrukning från huvudkontor, distributionscentralen i Jordbro och från varuhus samt utsläpp från upphandlade transporter och tjänsteresor i Scope 2 och 3. Vi är också medvetna om att detta arbete måste utökas gällande övriga utsläpp i Scope 3 kopplade till vår produktion samt att jobba med att säkerställa rätt inköpsvolym och reglera överproduktion. Målsättningar och åtaganden kring påverkan i produktionskedjan kommer definieras i den långsiktiga hållbarhetsstrategin mot 2030.

Åhléns deltar regelbundet i Axel Johnson-koncernens gemensamma forum där de olika bolagen delar utmaningar och möjligheter inom olika hållbarhetsfrågor. Utbyte av erfarenheter och kunskap skapar möjlighet till positiva förflyttningar. Åhléns deltar också i externa seminarium och branschforum där klimatfrågan avhandlas. Detta för att vara uppdaterade på utveckling och relevant forskning.

Klimatförändringar är ett globalt problem och det krävs internationellt samarbete för att gemensamt lösa problemen. Åhléns ser därför arbetet med att identifiera leverantörers mognadsgrad och nivå vad gäller miljö och klimat som en viktig del i att minska klimatpåverkan kopplad till våra gemensamma aktiviteter.

ENERGIFÖRBRUKNING OCH EFFEKTIVISERING

I de anläggningar där Åhléns har rådighet över elavtalen kommer energin från ursprungsmärkt vattenkraft. Arbetet med att byta ut ljuskällor i varuhus fortsätter. Vid ombyggnationer i varuhus ersätts gammal armatur med ny LED-armatur och energieffektivare belysning. Under 2021 har stora delar av varuhusen Åhléns City Göteborg och Åhléns Kungsgatan bytt till bytt till LED-belysning. Det sker årligen utvärderingar hur Åhléns kan optimera sina processer till att bli mindre energikrävande. Det gäller bland annat översyn av ljuskällor, värme- och fläktsystem, IT-utrustning, maskiner och sorteringsverk som används i olika delar av verksamheten. Åhléns AB uppfyller kraven för "stort företag" och går därmed under lag 2014:266 om energikartläggning (EKL) i stora företag. Åhléns har därför anlitat Aktea Energy AB, Aktea, för att upprätta en energikartläggning för sin verksamhet. Den de-

taljerande energikartläggningen har utförts i två varuhus där energianvändningen per kvadratmeter har varit hög. Varuhusen är belägna i Malmö och på Östermalm i Stockholm. Vid platsbesöken fokuserades det på att identifiera genomförbara åtgärder med låg investeringskostnad och kort återbetalningstid.

Åhléns utsläpp genereras delvis från den el som förbrukas i verksamhetens 48 varuhus, huvudkontor och distributionscentral. Även under 2021 har varuhusdriften påverkats av restriktioner i samhället i samband med pandemin. Detta har till viss del påverkat öppettider. Inrapporteringen av energidata under 2021 avser 36 enheter. Motsvarande antal enheter 2020 var 44 st. Vid årets rapportering har hänsyn tagits till stängda enheter under år 2019-2021 samt butiker med datatäckning under 30% per helår. Åhléns totala energiförbrukning minskade med 11% under 2021 jämfört med 2020.

ENERGIFÖRBRUKNING (MWh)			
	2020	2021	Procentuell förändring
Elektricitet	21 088,3	18 812,1	-11%
MWh med ursprungsmärkt el	15 816,2	14 109,1	
MWh med residualmix	5 272,1	4703,0	
Elförbrukning (kWh) per m ²			
Varuhus	99,6	99,3	-0,3%
SK	48,7	49,61	1,8%
DC	79,9	75,1	-6%
Fjärrvärme	3 139,8	3 240,5	3%
Total energiförbrukning	24 228,2	22 052,6	-11%

Energiförbrukningen baseras på 36 av 48 varuhus där full datatäckning kunnat utläsas, servicekontoret och distributionscentralen. Fjärrvärme-data avser distributionscentralen. Data har tillhandahållits av systemleverantör Mestro.

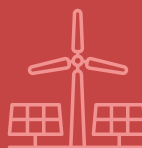
SCOPE 1

Utsläpp från exempelvis egenägda bilar och anläggningar. Åhléns har inga utsläpp i Scope 1



SCOPE 2

Utsläpp från elektricitet som går åt till varuhus, servicekontor och distributionscentral



SCOPE 3

Utsläpp från inköpta tjänster; inkommande transporter, utgående distribution, e-handeln och tjänsteresor/leasade tjänstebilar



Logistik och transporter

Transporter är en viktig del av Åhléns miljöpåverkan. Det är viktigt att tänka grönt hela vägen. Åhléns skall medvetet väljer alternativa transportlösningar när möjligheten finns och på så sätt minskar miljöpåverkan. 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. År 2021 har varit ett särskilt problematiskt år för hela transportsektorn, med bland annat brist på containers, personalbrist, höjda fraktkostnader, stockningar i olika hamnar, som har varit orsaker till de stora förseningarna. Åhléns produkter produceras och transporteras främst från fabriker globalt till vårt lager i Jordbro och därifrån till butiker alternativt direkt till kunder. Transporterna hanteras av ramavtalsleverantörer. Att arbeta strategiskt med transporter är ett viktigt arbete för att säkra hållbara transporter och undvika förseningar i största möjliga mån. Flygtransporter är den betydande orsaken till växthusgasutsläpp och förseningar den primära anledningen till att produkter måste flygas. Åhléns försöker dock se andra alternativ innan varan flygs, exempelvis

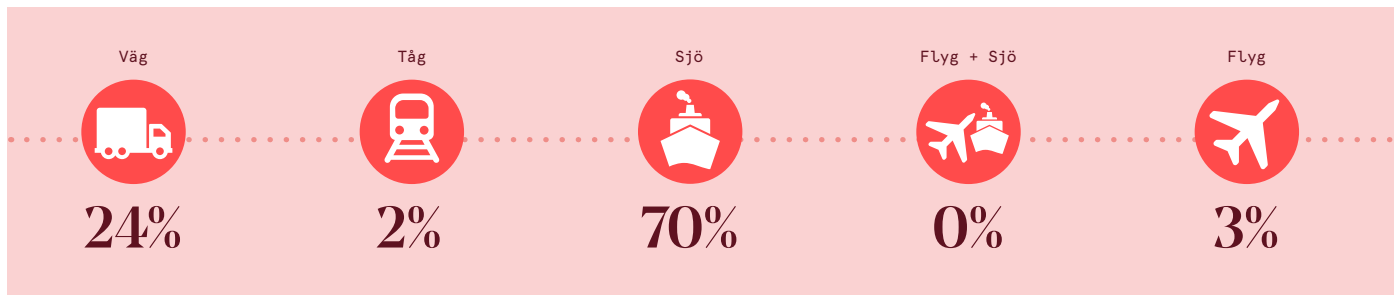
tåglösningar. Genom planering genom hela orderprocessen jobbar vi med att minska risken för förseningar. Pandemin har dock på olika sätt påverkat leveransprestationen hos våra leverantörer, vilket till största del har legat utanför deras rådighet. De globala transportkedjorna har varit under mycket hård press 2021 vilket även Åhléns, våra leverantörer och samarbetspartners har drabbats av.

INKOMMANDE TRANSPORTER

Den största delen av våra transporter från Asien sker med båt. Åhléns gör redan idag ett stort arbete med att undersöka och utreda alternativa transportmetoder, bränslen och innovativa lösningar. Vi har bytt rutter för vissa marknader från väg till en intermodal lösning med sjö/tåg, sjö/väg eller tåg/väg. Sändningar från Turkiet och Italien går sedan 2019 via den här typen av intermodal lösning vilket reducerar miljöpåverkan jämfört med enbart vägtransporter. Under 2021 har en intermodal lösning tagits fram för Nederländerna vilket gör att flödet av transporter nu går från Amsterdam till Åhléns lager i Jordbro i en kombination av tåg och lastbil. Detta förväntas enligt beräkningar i Eco TransIT World (ETW) minska utsläpp av koldioxid med 59% i jämförelse med endast

lastbilstransport. I arbetet med att främja och premiera mer hållbara drivmedel valde Åhléns tillsammans med nominerade speditörer HVO bränsle för inrikestrafik. HVO står för hydrerad vegetabilisk olja och är ett fossilfritt drivmedel för dieselmotorer. Med HVO tankning minskar miljöpåverkan med upp till 90% och gäller för alla dragningar på Åhléns containers till lagret hösten 2021.

Åhléns hade som mål 2021 att minska miljöutsläpp med 5%, ett mål som möttes då utfallet för minskning av utsläpp blev 7%. Genom att byta från bil- till tåg och sjötransporter jobbar vi aktivt med att möta den målsättningen. I slutet av 2021 implementerades transportmetoden Shortsea Europé genom vår avtalspartner Greencarrier Freight Services. Detta innebär att vi kan ersätta vissa sträckor lastbilstransporter med kortsjö och därmed minska utsläppen med 72-80 % enligt beräkningar i Eco TransIT World (ETW). Förutom den direkta miljövinsten så är detta ett viktigt led i att utveckla vårt logistikflöde och sprida våra risker. Under 2021 har Åhléns påbörjat flytt av viss produktion av porslin från Kina till Portugal vilket kommer ha en positiv effekt på mängden av utsläpp kopplat till transport samt sprida riskerna.



Andel % av inkommande transporter per transportmedel, 2021.

KLIMATPÅVERKAN FRÅN ENERGI OCH TRANSPORTER (UTSLÄPP I TON CO2e)			
	2020	2021	Procentuell förändring
Scope 1	0	0	0
Scope 2	1991	1877	-5,7
Elektricitet	1787	1718	-3,8
Fjärrvärme	204	159	-22
Scope 3	2507	2309	-8,9
Energi	136	148	8,9
Ingående transporter	1311	1354	3,3
Utgående distribution	685	637	-7
e-handel*	230	145	-37
Tjänsteresor**	82	25	-30%
Totala CO2e utsläpp	4498	4186	-7%
Totala CO2e utsläpp/MSEK	1,1	0,96	

Utsläpp har beräknats i Axel Johnsons klimatverktyg. Scope 2 avser utsläpp från energi (elektricitet och fjärrvärme) som Åhléns köper färdigproducerad. 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 (365g CO2e/kWh 2021 och 339 g CO2e/kWh år 2020). Emissionsfaktorn för fjärrvärme kommer från Stockholm Exergi (49 g CO2e/kWh 2021 och 65 g CO2e/kWh 2020). 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.

*På grund av felrapporterad data för 2020 gällande e-handelsdistribution för kontrakterad partner Postnord har data för 2020 korrigerats jmf med 2020 års rapport.

**På grund av begränsningar i Åhléns interna system för uppföljning av reseräkningar har inte flyg, taxi, tågresor eller hotellnätter som administreras genom Åhléns Löneadministration rapporterats utan endast tjänsteresor bokade genom bolagets kontrakterade resebyrå samt tjänstebilar. Detta medför en stor avvikelse mellan år 2020 och 2021 vilket inte gör dem jämförbara.



UTGÅENDE DISTRIBUTION

Den snabbt växande e-handeln med många leveranser av paket till flera platser och returerna, riskerar att bidra till ökade utsläpp med negativ påverkan på klimatet och miljön. För att ge kundnytta och samtidigt inte påverka miljön mer än nödvändigt, krävs att vi påverkar leverans- och beteendemönster genom att göra det enklare för våra kunder att välja mer miljövänliga transportsätt. Samtidigt kan vara svårt vid ett e-handelsköp att bedöma klimatpåverkan från olika leveransalternativ, eftersom begränsad information om klimatpåverkan vid transporter är tillgänglig. Åhléns är väl medvetna om den här utmaningen och vi följer den utredning som Regeringen har gett Trafikanalys i uppdrag att med hjälp av Konsumentverket föreslå åtgärder som gör det enklare för konsumenterna att göra hållbara leveransval vid e-handel. Åhléns kommer under 2022 jobba vidare hur vi kan vägleda våra kunder till mer hållbara e-handelsköp gällande transporter.

Flera av de svenska transportörer som Åhléns samarbetar med har samma målsättning att nå klimatneutralitet till 2030, vilket är väldigt positivt och underlättar vårt arbete att nå målet för utgående transporter. Under 2021 påbörjade Åhléns samarbeten med två nya e-handelstransportörer, Instabox vars målsättning är att vara 100% fossilfria i juni 2021 och Airme, som beräknar att företagets transporter ska vara

fossilfria år 2021 och emissionsfria år 2022. Åhléns minskade sina utsläpp från distribution och e-handelsleveranser med 7% respektive 37% under 2021. På grund av systembegränsningar kan vi idag inte samla in data gällande leveranser från externa varumärken till vårt lager. Detta är något som vi hoppas kunna inkludera i våra beräkningar under de kommande åren.

TJÄNSTERESOR

Resor, både internationella och inrikes, är en nödvändig för en del anställda på Åhléns. Det kan beröra butiks- och lagerbesök, besök hos leverantörer, i fabriker och olika nätverksmöten samt besök på vårt produktionskontor i Shanghai. Resor ska göras genom medvetna val som relaterar till kostnad, tid och miljö. Detta styrs av Åhléns resepolicy. Med fortsatta strikta restriktioner relaterade till pandemin har endast ett fåtal tjänsteresor gjorts av medarbetare under 2021, samtliga dessa inom Sverige. Genom digitala möten har kontakten och relationer med våra samarbetspartners runt om i världen samt vårt produktionskontor i Shanghai kunnat upprättas och många arbetsmoment har gått bra att genomföra på distans. Åhléns bedömer dock att det föreligger en risk med att resor kopplade till vår produktion inte har kunnat genomföras som brukligt. Här gäller det främst resor till de riskländer där vi har en stor del av vår produktion där medarbetare på vårt huvudkontor i Sverige och medarbetare på vårt

produktionskontor i Shanghai inte har kunnat ha den fysiska närvaro som vi bedömer är lämplig. När nu restriktionerna har upphört så bedömer vi att resandet kommer att öka under 2022 men att de kommer fortsatt ligga på en lägre nivå än innan pandemin då nya välfungerande digitala arbetssätt har etablerats.

MILJÖ OCH HÅLLBARHETSLÖSNINGAR – FRAMTIDA LAGER

Som en del i den viktiga omställningen till att bli Sveriges ledande e-handlare med optimal fysisk närvaro investerar Åhléns i ett automatiserat robotlager.

Det nya lagret, som byggs i Rosersberg utanför Stockholm, kommer att möjliggöra snabbare, smidigare och effektivare leveranser för både e-handel och varuhus. Åhléns behöver en lagerlösning som bättre möter förändrade konsumentbeteenden och miljökrav. Fastigheten har miljöcertifierats enligt BREEAM IN USE-standard. Certifieringen ställer hårda krav, som skapar en fastighet som starkt bidrar till en bättre miljö och som också innebär en bättre investering. Fjärrvärme som uppvärmningskälla till anläggningen, en välgenomtänkt avfallshantering och området är förberett för ladd stolpar till personbilar är andra områden som ger en bättre hållbarhetsprestanda. Flytten är planerad till Q2 2022.

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 & Innovation

Enligt producentansvar för elektronikutrustning och förpackningar är Åhléns skyldiga att rapportera till Naturvårdsverket och FTI. Åhléns är medlemmar i en rad olika organisationer och initiativ.

Business Social Compliance Initiative (amfori BSCI) Genom sitt medlemskapet får Åhléns tillgång till en uppförandekod (amfori BSCI Code of Conduct) som baseras på internationella konventioner och deklARATIONER gällande mänskliga rättigheter, arbetssätt, miljö och antikorrupktion.

International Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh.

Avtalet är en överenskommelse mellan köpande företag och fackförbund att arbeta tillsammans för att förbättra säkerheten och arbetsmiljön i fabriker.

SISPO, Swedish Initiative for Sustainable Palm Oil in Cosmetics and Detergents

Ett svenskt initiativ som syftar till att öka användningen av ansvarsfullt producerad och certifierad palmolja och palmkärnolja, uppnå bättre spårbarhet i råvaruledet och öka efterfrågan på ansvarsfullt producerad palmolja.

Kosmetik- och hygienföretagen KoHF

En branschorganisation för företag som importerar, tillverkar eller marknadsför kemisk-tekniska konsumentprodukter. Medlemskapet främjar kunskap om kommande lagkrav, riktlinjer och branschrekommendationer samt visar engagemang och vilja att ta ansvar för produktsäkerhet och miljöfrågor.

Kemikaliegruppen (RISE)

Rise är ett nätverk för textil- och elektronikföretag som sprider den senaste kunskapen inom kemi- och miljörelaterade frågor och utbildar medlemsföretag för att tillsammans förebygga förekomster av oönskade kemikalier i varor som textil, skor och elektronik.

Svensk Handel

Bransch- och arbetsgivarorganisation för företag inom detaljhandeln vars främsta uppgift är att stärka handeln genom påverkansdialog med politiker, myndigheter och massmedia kring handelns utmaningar och förutsättningar. Åhléns deltar regelbundet i forum och diskussioner tillsammans med branschkollegor kring viktiga frågor, utmaningar och möjligheter inom vår bransch.

Textile for Recycling Initiative.

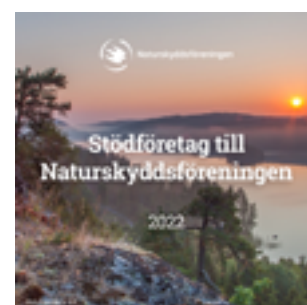
Åhléns är del av T4RI. Gruppen arbetar för bättre förutsättningar för återanvändning och återvinnig av textilier. T4RI vill bidra till att branschen tar ansvar för de produkter som framställs, genom ökad livslängd och genom återvinning.

Swedish Fashion Ethical Charter

Åhléns har undertecknat policyn vilket innebär att Åhléns står bakom gemensamma värderingar och riktlinjer kring kroppsideal, mångfald och arbetsmiljö i modebranschen.

Åhléns är stolt stödföretag till **Naturskyddsföreningen** och stöttar därmed utveckling för ett hållbart samhälle.

Sedan 2020 är Åhléns ansluten till Textile & Fashion 2030 som är den nationella plattformen för hållbart mode och hållbara textilier som leds av Högskolan i Borås och drivs av Smart Textiles i samarbete med Textilhögskolan, Swedish Fashion Council, RISE, TEKO, Sveriges Textil- och Modeföretag, Peak Innovation samt Svensk Handel.



INNOVATION OCH AFFÄRSUTVECKLING

Innovation och 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. Enheten för Strategi & Affärsutveckling driver Åhléns strategiska riktning och affärsutveckling för lönsam tillväxt med fokus på kundinsikter och framtida kundresor. Sedan hösten 2021 ingår Åhléns hållbarhetschef i denna enhet som ett led i att sätta hållbarhet på en strategisk position i företaget. Enheten, där CRM, data och analys även ingår skall leda delar av affärsutvecklings- och innovationsprocessen på Åhléns. Under hösten 2021 presenterades Åhléns nya affärsstrategi med fokus på kundresan och dess fyra faser; upptäcka behov, beslutsprocessen, köp och efter köp. Genom ett centraliserat fokus och förmågor inom analys, kundinsikt och marknadstrender kan insiktsdrivna beslut fattas genom hela kundresan. Hållbarhet skall genomsyra hela företagets erbjudande i alla kundresans faser. Detta arbetssätt skall främja innovation och ett insikt drivet hållbarhetsarbete förankrat i organisationen som helhet.

ÅTERANVÄND MERA

Åhléns rikstäckande samarbete med Stadsmissionen omfattar både kundinsamling och insamling från den egna verksamheten. På samtliga av Åhléns varuhus finns insamlingsbehållare där det går att lämna in allt från husgeråd, porslin och heminredning till hemtextil, leksaker, kläder och skor. Det som samlas in skänks till förmån för Stadsmissionen som distribuerar insamlade produkter till behövande och inom verksamheten. Återanvänd mera konceptet syftar till att bidra till ett mer cirkulärt samhälle, där produkter kommer fler användare till nytta och är i linje med Åhléns ambition om att förlänga livslängden på produkter. Under 2021 samlades totalt 16,5 ton varor in, varav 3,0 ton kom från kundinsamling och resterande 13,5 ton från Åhléns egen verksamhet. Åhléns strävan att minska andelen skänkta varor till under 10 ton till 2020 uppnåddes därmed inte. Detta är en målsättning som går i linje med att förbättra inköpsprognoser för att minska överproduktion och lagernivåer samt främja fullpridförsäljning, och kommer tas med till 2022. Produkter med mindre defekter eller som av annan anledning inte kan säljas i butik ska fortsatt skänkas till Stadsmissionen, vilket främjar återanvändning och stöd till behövande.



INSAMLINGSKAMPANJER

Åhléns har samarbetat med Sveriges Stadsmissioner sedan 2010 och för sjätte året i rad genomfördes kampanjen "Jämna ut julen" där kunderna får möjlighet att jämna ut sitt köp uppåt i alla varuhus. Sveriges Stadsmissioner är idag en välkänd och stark aktör inom civilsamhället. Arbetet inom deras verksamheter gör stor skillnad för utsatta grupper i samhället. I årets "Jämna ut julen"-kampanj samlades det in hela 1.787.512 kr som går oavkortat till Stadsmissionen viktiga arbete för människor som lever i hemlöshet. Åhléns har under 2021 fortsatt att tillsammans med sina samarbetspartners bidra till ett hållbart samhälle och att skapa samhällsnytta trots unika förutsättningar under pandemin.

Åhléns erbjöd i år sina kunder möjligheten att lämna in sina urvuxna lucikläder på fem utvalda varuhus. Nya kunder kunde sedan köpa plaggen för 50 kr styck som oavkortat gick till Stadsmissionens arbete för barn och unga som lever i fattigdom och utsatthet. Aktiviteten berör både sociala och miljörelaterade hållbarhetsaspek-



För andra året i rad arrangeras en unik julkonsert på Åhléns City i Stockholm för att sprida julstämning även under tider med rådande restriktioner. Miss Li med band gjorde ett liveuppträdande som visades i Åhléns digitala kanaler. Livestream-eventet blev mycket uppskattat och nådde mer än 500 000 lyssnare.

ter – genom att främja återanvändning och samtidigt belysa utanförskap i samhället och bidra med ekonomiska resurser till behövande.

Åhléns har i stolt samarbete med Bröstcancerförbundet lanserat kampanjen Scarfs for Scars. För varje såld scarf skänker Åhléns 100 kronor till Bröstcancerförbundet. Genom ett initiativ som detta har Åhléns möjlighet att genom våra kunder sprida uppmärksamheten kring bröstcancer och bidra till det viktiga arbete som Bröstcancerfonden gör samt till forskning- en kring bröstcancer.

INSAMLING AV KOSMETISKT AVFALL

Som en förlängning av konceptet Återanvänd mera erbjuder Åhléns insamling av överbliven kosmetik i utvalda varuhus. I samband med kommunernas verksamhet för farligt avfall, ser vi till att de återvinns på rätt sätt. Det går idag att lämna in kosmetiskt avfall i totalt 13 Åhléns-varuhus i Göteborg, Helsingborg, Stockholm och Göteborg. Insamlingen sker i samarbete med respektive kommun och deras avfallsbolag. Sjunkande besöksiffror i varuhusen koppelade till pandemin har negativt påverkat mängden insamlat kosmetiskt avfall under 2021. Mängden insamlat kosmetiskt avfall var knappt ett halv ton vilket är en minskning med cirka ett halvt ton jämfört med 2020. Åhléns målsättning är att konstant öka denna andel och utvidga antalet varuhus som tar emot kosmetiskt avfall.

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 nionde hållbarhetsrapport som publiceras som omfattar helåret 2021 och har upprättats i enlighet med GRI Standards, nivå core. Åhléns har en årlig rapporteringcykel och data som redovisas i rapporten avser 2021.01.01 till 2021.12.31. Föregående rapport publicerades 2021-04-07. Rapporten avser finansiellt Åhléns AB, inklusive samtliga varuhus, huvudkontoret och distributionscentralen i Sverige. Rapporten omfattar inte dotterbolag Åhléns Outlet AB, Åhléns Far East Asia Ltd, Designtorget eller det vilande bolaget Åhléns AS. 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. Bokförda tjänsteresor år 2021 är inte helt representativa för normala antalet resor som genomförs i tjänst. Pandemin under 2020 har haft påverkan på Åhléns verksamhet vilket även visar sig i inrapporterad data över tjänsteresor, inkomna leveranser mm. Det föreligger också brister i inrapportering av tjänsteresor 2021 på grund av begränsningar i internt rapporteringssystem. 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 2021

	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	
102-7 Organisationens storlek	4	
102-8 Personalstyrka	4	
102-9 Leverantörskedja	17	
102-10 Betydande förändringar i organisationen och dess leverantörskedja	17	
102-11 Tillämpning av försiktighetsprincipen	20	
102-12 Externa initiativ	23	
102-13 Medlemskap	23	
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	12	
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	25	
102-46 Process för att definiera redovisningens innehåll	6	
102-47 Identifierade väsentliga områden/aspekter	6	
102-48 Reviderad information	Se kommentar	I fall detta förekommer rapporteras detta med relevant område.
102-49 Väsentliga förändringar	25	Viss data har justerats till följd av analys.
102-50 Redovisningsperiod	25	
102-51 Datum för senast rapport	25	
102-52 Redovisningscykel	25	Åhléns hållbarhetsrapport publiceras årligen.

	Sida	Kommentar
102-53 Kontaktuppgifter för frågor om redovisningen och dess innehåll	25	
102-54 Tillkännagivande att rapporten uppfyller GRI Standards	25	
102-55 GRI index	26-29	
102-56 Extern granskningsprocess	25	
GRI 200 Ekonomi:		
Antikorruption		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	5	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	5	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	5	
GRI 205: Antikorruption 2016		
GRI 205-3 Bekräftade fall av korruption och vidtagna åtgärder	5	
GRI 300 Miljö		
Energi		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	20	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	20	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	20	
GRI 302: Energi		
GRI 302-1 Energiförbrukning inom organisationen	20	
Utsläpp		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	20, 21	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	20, 21	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	20, 21	
GRI 305: Utsläpp		
GRI 305-1 Direkta utsläpp (Scope 1)	20, 21	
GRI 305-2 Indirekta utsläpp av växthusgaser (Scope 2)	20, 21	
GRI 305-3 Andra indirekta utsläpp av växthusgaser (Scope 3)	20, 21	
Avfall		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	15, 16	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	15, 16	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	15, 16	
GRI 306 : Avfall 2020		
GRI 306-1 Avfall per fraktion	15, 16	
GRI 306-2 Styrning av betydande påverkan relaterad till avfall	15, 16	
GRI 306-3 Avfall per fraktion	15, 16	

	Sida	Kommentar
GRI 306-4 Avfall per fraktion, återanvändning	15, 16	
GRI 306-5 Avfall per fraktion till förbränning med eller utan energiutvinning	15, 16	
Efterlevnad		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	5	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	5	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	5	
GRI 307: Efterlevnad av miljölagar och regler		
GRI 307-1 Överträdelser av miljölagar och regleringar	5	
GRI 400 Social		
Anställning		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	9	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	9	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	9	
GRI 401: Anställning		
GRI 401-1 Nyanställda och personalomsättning	13	
GRI 401-3 Föräldraledighet	13	
Hälsa och säkerhet på arbetsplatsen		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	10, 11	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	10, 11	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	10, 11	
GRI 403: Styrning hälsa och säkerhet på arbetsplatsen 2018		
GRI 403-1 Ledningssystem för arbetsrelaterad hälsa och säkerhet	10, 11	
GRI 403-2 Riskidentifiering, riskbedömning och incidentundersökning	11	
GRI 403-3 Företagshälsovård	11	
GRI 403-4 Arbetstagarrepresentation, samråd och kommunikation om hälsa och säkerhet	11	
GRI 403-5 Utbildning inom hälsa och säkerhet för arbetstagare		
GRI 403-6 Främjande av arbetstagarnas hälsa	10, 11	
GRI 403-7 Förebyggande och begränsning av effekter av hälsa och säkerhets direkt kopplade till affärsrelationer	11	
GRI 403-8 Arbetstagare som omfattas av ett ledningssystem för hälsa och säkerhet	11	
Eget nyckeltal Sjukfrånvaro	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 hr-system kommer GRI-indikator mätas och rapporteras i sin helhet.
Mångfald och lika möjligheter		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	11	

	Sida	Kommentar
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	11	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	11	
GRI 405: Mångfald och lika möjligheter 2016		
Eget nyckeltal Mångfald inom styrelse, ledning och bland anställda	11	På grund av begränsningar i Åhléns hr-system används ett eget nyckeltal för att mäta mångfald.
Diskriminering		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	12	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	12	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	12	
GRI 406: Diskriminering		
GRI 406-1 Antal fall av diskriminering och vidtagna åtgärder	12	
Lokalsamhället		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	12	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	12	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	12	
GRI 407: Lokalsamhällen Eget nyckeltal		
Eget nyckeltal Möten genom Öppna Dörren	12	
Leverantörsutvärdering socialt		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	17	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	17	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	17	
GRI 414: Leverantörsgranskning		
GRI 414-1 Nya leverantörer som granskats avseende sociala kriterier	17	
Kunders hälsa och säkerhet		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	18	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	18	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	18	
GRI 416: Kunders hälsa och säkerhet		
GRI 416-2 Antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan inte efterlevts	18, 19	
Marknadsföring och märkning		
GRI 103: Styrning 2016		
GRI 103-1 Beskrivning av det väsentliga ämnet och dess avgränsningar	18	
GRI 103-2 Ledningsstrategi och dess delar	18	
GRI 103-3 Uppföljning och utvärdering av ledningstrategi	18	
GRI 417: Marknadsföring och märkning		
GRI 417-2 Antal fall där regler och frivilliga koder gällande marknadsföring och märkning inte efterlevts	19	