

# 2018

## HÅLLBARHETS- RAPPORT



# ÅHLÉNS

# 2018 i korthet

## STÄRKT SKÖNHETSAFFÄR

Skönhetsaffären har haft stark tillväxt under året och för att skapa ännu starkare erbjudande och synergier skapades i slutet på året Axbeautyhouse som består av de gemensamma inköpsenheterna för Åhléns och KICKS.

## DIGITAL TRANSFORMATION

Åhléns fortsätter att satsa stort på omnihandel och e-handeln har vuxit starkt 2018. Sortimentet har breddats, expressleveranser har införts och kommunikation till kund och upplevelsen på sajten har personaliserats med hjälp av avancerad dataanalys. Åhléns har nu helt egen styrning över IT genom upplösningen av Axstores IT och arbete pågår med att byta ut affärssystemet.

## FRAMTIDSSATSNINGAR

Under 2018 öppnade Åhléns Outlet tre nya butiker, Cityvaruhuset i Göteborg och Stockholm moderniserades med nytt butikskoncept och i flera varuhus har även skönhetsytorna byggts om.

## KUNDINSIKTSANALYS

En kundinsiktsanalys har genomförts för att bli mer träffsäkra i våra hållbarhetsinitiativ och ligger till grund för revidering av hållbarhetsmål.

## ÅTERANVÄND MERA

Initiativet Återanvänd mera har utvecklats och är nu ett nationellt samarbete med Stadsmissionen. Kunder kan lämna in produkter de inte längre använder i samtliga varuhus och kosmetiskt avfall i utvalda varuhus.

## ÖPPNADÖRREN

Event för kunder och medarbetare har genomförts tillsammans med ÖppnaDörren, vilket gör att målet om 100 möten under 2018 uppnås.

## PLASTSTRATEGI

Ny plaststrategi som innebär utfasning av engångsartiklar i plast, ökad andel återvunna syntetmaterial i våra produkter och minskad plast i emballage och förpackningar.



## Innehåll

2. 2018 i korthet

3. VD har ordet

4. Om Åhléns

8. Hållbarhet för Åhléns

11. Hållbar produktion

14. Hållbar livsstil

18. Hållbar drift

22. Hållbart samhälle

24. Om Åhléns hållbarhetsrapport

25. GRI index



# VD har ordet

*"Sedan Åhléns startade år 1899 har vi lyssnat på våra kunder och utgått från deras liv och vardag"*



För att förstå vilken roll varuhuset Åhléns spelar för våra kunder idag frågade vi nyligen över 6000 kunder om deras vardag. Det många delar är att de slits mellan saker de måste göra och saker de vill göra, och en strävan efter att hitta balans. Här ser vi att vi kan vara till hjälp genom att under ett och samma tak erbjuda produkter och tjänster som både underlättar och förgyller livet. Det här vill vi dessutom göra på ett sätt som är i linje med våra värderingar som utgår från mångfald, hållbarhet och jämställdhet. Som företag har vi stor påverkan på vår omgivning och måste ta hänsyn till olika faktorer som påverkar oss. Det handlar om att följa lagar, direktiv, forskning och debatter samt att ligga ett steg före. Vi vill också ta ansvar för hur vi påverkar både människor och miljö som bidrar till vår verksamhet.

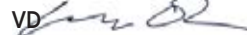
I år följer hållbarhetsrapporteringen för första gången GRI-standard och medför att vi gör en djupare redogörelse än tidigare år, vilket vi välkomnar då transparens och öppenhet är helt i linje med våra värderingar. Under året har vi fortsatt arbetet inom våra fyra fokusområden Hållbar produktion, Hållbar livsstil, Hållbar drift och Hållbart samhälle. Jag är glad för att vi har kommit igång ordentligt med initiativet "Återan-

vänd Mera" som är ett nationellt samarbete med Stadsmissionen där kunder kan lämna in produkter de inte längre använder i samtliga varuhus och kosmetiskt avfall i utvalda varuhus. Att verka för integration och allas lika värde är viktigare än någonsin och något vi på Åhléns gör genom vårt samarbete med ÖppnaDörren. Under året har vi genomfört och deltagit i fler integrationsstärkande evenemang tillsammans med kunder och medarbetare, vilket gör att målet om 100 möten under 2018 uppnås. Under året har vi även satt en plaststrategi som bland annat innebär utfasning av engångsartiklar i plast, ökad andel återvunna syntetmaterial i våra produkter och minskad mängd plast i emballage och förpackningar. Vi har även förtydligat processer för att ytterligare höja nivån för produktsäkerhet och kvalitet och skapat förutsättningar för mer tillförlitlig statistik gällande energi och utsläpp.

Vi sätter mål för vårt hållbarhetsarbete och kan konstatera att vi för 2018 uppnår mål, exempelvis vad gäller godkända revisionsresultat, andel hållbar bomull i egenproducerade varor samt möten genom ÖppnaDörren. Men vi ser också att vi har en lång väg att gå innan samtliga mål är uppfyllda. Framöver kommer vi att behö-

va jobba vidare med våra fokusområden, hantera transportpåverkan som kommer med den växande e-handeln, vi behöver investera för att sänka energiförbrukning och samarbeta med leverantörer för att minska utsläpp. Vi tror på starkare samarbeten, både inom Axel Johnson-koncernen men också vad gäller externa partners och leverantörer. Tillsammans har vi större möjligheter att göra skillnad och det är en nyckel för att vara en ansvarsfull aktör inom vår bransch. Vi behöver också mycket noggrant fortsatt förhålla oss till det som sker i vår omvärld med klimatutvecklingen och till konsumenters förväntningar och beteenden gällande minskad konsumtion. Vi ska fortsätta förgylla och underlätta livet för våra kunder på ett hållbart och medvetet sätt för att finnas i minst 120 år till.

GUSTAF ÖHRN

VD 

# Om Åhléns

Varuhuset Åhléns är en marknadsplats med ett brett och noga utvalt sortiment som förenklar och förgyller livet. Åhléns grundades 1899 i Insjön och erbjuder produkter och tjänster inom skönhet, hem och mode i 60 varuhus runt om i landet och på [ahlens.se](http://ahlens.se). Åhléns har över 1000 varumärken och serviceutbud bestående av restauranger, hår- och skönhetssalonger, personal shopper och skomakare i vissa varuhus.

## ÅHLÉNS VERKSAMHET

Utöver varuhusverksamheten består Åhléns av huvudkontoret, även kallat servicekontoret, i Stockholm (SK) och distributionscentralen (DC) i Jordbro. Åhléns AB är en del av detaljhandelskoncernen Axel Johnson AB som ägs av Antonia Ax:son Johson med familj.

Hela detaljhandeln och därmed Åhléns är inne i stor förändring till följd av ändrade konsumtionsmönster och digitalisering. Åhléns har påbörjat omställningen och under året gjordes stora investeringar för att möta nya kundbehov och skapa nya affärsmöjligheter. Fokus har även varit på att sänka kostnaderna och ett besparingsprogram har löpt över hela verksamheten. Som en del i omställningen har tre olönsamma varuhus stängts under 2018. Förändringsarbetet fortsätter 2019 med satsningar på digital handel och nya initiativ för att möta kundernas behov.

Under 2018 fortsatte resan med att flytta affären närmare design och produktutveckling, då vi beslutade att även stänga vårt produktionskontor i Indien. Med Shanghai som enda kvarstående produktionskontor när Åhléns målet om att jobba utifrån tre ben; direkt mot leverantör, via ett produktionskontor som täcker samtliga produktionsmarknader i Asien samt med en global agent. Vi har nu möjlighet att konsolidera leverantörsbasen i snabbare takt och kan i större utsträckning jobba direkt med nyckelleverantörer.

Totalt antal  
anställda  
**2853**

Netto-  
omsättning  
**MSEK  
4754**

Totalt  
kapital  
**MSEK  
2011**

Stockholm  
Åhléns  
servicekontor  
(SK)

Jordbro  
Åhléns  
distributions-  
central (DC)

Sverige  
60 varuhus  
i hela landet



## Våra anställda (totalt antal anställda 2853)\*

	Män	Kvinnor
Fast anställning	277	1504
Icke fast anställning	105	967
Heltid	217	611
Deltid	165	1860

	SK	DC	Varuhus
Fast anställning	180	151	1522
Icke fast anställning	30	21	1021



\*Medarbetardata från Åhléns HR system representerar antal medarbetare i slutet av 2018 och anges i HC. Inköpsorganisationen för skönhet slogs ihop med KICKS vilket resulterade i ett bortfall av ca 30 personer. Medräknat är medarbetare från Axstores IT som anställdes av Åhléns under 2018. Inför och under julförsäljning ökar andelen icke fast anställda och deltidsanställda på DC och i varuhus. Icke fast anställda anses vara temporär arbetskraft och de med provotid.

### ÅHLÉNS MEDARBETARE – VÅR VIKTIGASTE TILLGÅNG

Våra medarbetare är avgörande för Åhléns framgång, inte minst i kundmötet. Vi sätter stort värde i att ha en bred representation avseende ålder, kön och mångfald bland våra medarbetare.

### VÄRDERINGSSTYRDA

Åhléns värderingar uttrycks genom att "vi vill, vi vågar, vi bryr oss" där mångfald, hållbarhet och allas lika värde är viktiga byggstenar. För oss innebär mångfald att

alla, oavsett kön, ålder, etniskt ursprung, sexuell läggning, trosbekännelse och funktionshinder, behandlas lika och har samma möjligheter och rättigheter. Det råder nolltolerans mot diskriminering och kränkande särbehandling, något som omnämns i Åhléns Affärsetiska kod och underliggande policyer och som alla anställda på Åhléns måste följa. I rekryteringsprocesser jobbar Åhléns med tydliga mål gällande könsfördelning, genomsnittsålder och internationell bakgrund. Åhléns har totalt 2853 medarbetare, uppdelat i varuhus (VH), på

servicekontoret (SK) och distributionscentralen (DC). Av dessa är 87% kvinnor med en genomsnittsålder runt 35 år. Av ledande positioner består ca 77% av kvinnor och 15% av personer med internationell bakgrund\*. Vi har kommit en bit på vägen men satsar på att bli ännu bättre. Totalt har ca 28% av medarbetarna internationell bakgrund.

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



**"83 av 100  
i medarbetar-  
undersökning  
tyder på högt  
engagemang bland  
medarbetarna"**

## Personalomsättning

Totalt antal nyanställda och dess andel av totalt antal anställda	Antal	Andel
Kvinnor	987	40%
Män	178	47%
<30 år	675	63%
30-50 år	275	22%
>50 år	209	39%
SK	80	34%
DC	24	12%
Varuhus	1052	43%

All data redovisas i HC. Antalet nyanställda är främst hänförligt till korttidskontrakt bland medarbetare i varuhus.

Totalt antal anställda som lämnat Åhléns och dess andel av totalt antal anställda	Antal	Andel
Kvinnor	2	40%
Män	6	45%
<30 år	107	56%
30-50 år	-118	21%
>50 år	19	36%
SK	-29	32%
DC	-57	11%
Varuhus	44	41%

All data redovisas i HC. Positiv siffra innebär att vi anställt fler än vad som lämnat Åhléns. Negativ siffra innebär att fler lämnat Åhléns än vad som anställdes under året.

### TRYGG OCH SÄKER ARBETSPLATS

Åhléns värnar om en balanserad livssituation och om både fysisk och psykosocial hälsa. Arbetsmiljöarbetet bedrivs systematiskt i enlighet med svensk lag och styrs av hr-teamet, där företagsledningen har det yttersta ansvaret. Chefer och medarbetare på Åhléns har tillsammans ett gemensamt ansvar i arbetet med att vara en arbetsplats där olikheter accepteras och uppmuntras samt att policyer efterföljs. Medarbetare kan via förtroendevalda skyddsombud eller genom Åhléns anonyma visselblåsarkanal rapportera eventuella klagomål och oegentligheter om de inte önskar gå till närmsta chef. 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 lagar och riktlinjer. Inga diskrimineringsfall har uppstått under året.

Sjukfrånvaron är densamma på distributionscentralen (DC) men har ökat något på servicekontoret (SK) och i varuhus från föregående år. En förklaringsfaktor till detta är att det under året, som följd av den omställning Åhléns och detaljhandeln befinner sig i, genomförts förändringar, däribland omorganisationer, vilket kan ha haft viss påverkan på arbetsbelastningen och Arbeitsklimatet. Stöttande insatser pågår och inkluderar rehabiliteringsprocesser, tydligare rutiner, uppföljningar, utbildningar och workshops med både chefer och medarbetare.

Åhléns medarbetare erbjuds friskvårdsbidrag och på servicekontoret anordnas lunchlöpning varje vecka. På distributionscentralen har medarbetarna kostnadsfri tillgång till Åhléns lokala gym och ett återkommande koncept är gemensam gruppträning bland medarbetare på kontor och varuhus.

I april genomfördes en hälsomånad på DC i förebyggande friskvård. Olika aktiviteter såsom yoga, löpning, fotvård och föreläsningar i kosthållning erbjöds under och efter arbetstid. På SK hölls i mitten av året en mindfulnessföreläsning där deltagarna

## Sjukfrånvaro

	2018			2017		
	Kort	Lång	Total	Kort	Lång	Total
Åhléns total	3,3%	3,7%	7,0%	3,3%	3,6%	6,9%
SK	1,3%	2,4%	3,7%	1,2%	2,3%	3,5%
Varuhus	3,6%	3,9%	7,5%	3,4%	3,9%	7,3%
DC	4,3%	3,9%	8,2%	4,8%	3,4%	8,2%



## Föräldraledighet

	Män	Kvinnor
Antal anställda som har rätt till föräldraledighet*	382	2471
Antal anställda som tog ut föräldraledighet	3	50
Antal anställda som återvände till Åhléns efter föräldraledigheten	3	50
Antal anställda som återvände till Åhléns efter föräldraledigheten och fortfarande är anställda 12 månader senare	2	32
Andel anställda som återgått till arbetet efter föräldraledighet i %	100%	100%
Andel anställda som återgått till arbetet efter föräldraledighet och fortfarande är anställda 12 månader senare i %	67%	78%

\* 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.



fick tips och verktyg på hur man kan ta sig igenom stressmoment i vardagen. Denna filmades och finns tillgänglig för alla medarbetare på intranätet. Även HLR-utbildning genomfördes och huvudskyddsombud har gått vidareutbildning i arbetsmiljö. Att aktivt arbeta för att minska kort- och långtidsfrånvaro kommer Åhléns att fortsätta med under 2019 och framåt.

### ENGAGERADE MEDARBETARE

Medarbetarundersökningen från 2018 visar på ett högt engagemangsindex om 83% jämfört med andra företag inom detaljhandeln. Dock noterar vi en sänkning med 2% från föregående år. Under 2019 kommer Åhléns att erbjuda en webbutbildning i psykosocial arbetsmiljö och satsa på att vidareutbilda chefer i rekrytering, arbetsrätt, arbetsmiljö och rehabilitering. Förhoppningen är att detta leder till större förståelse och bättre kommunikation mellan chefer och medarbetare och resultera i att vi blir lite bättre varje dag.

## Kundnöjdhet och medlemsprogram

Åhléns har över 60 miljoner besökare årligen och 2 miljoner kundklubsmedlemmar. Över 50% av dessa är kvinnor i åldern 16-80 år. För att veta hur vi kan bli bättre i vårt kundbemötande, mäter vi årligen hur nöjda kunderna är med Åhléns varuhus och åhlens.se. Utfallet för Nöjd Kund Index, NKI, landade under 2018 på 77 (av 100) för varuhus och 78 (av 100) för e-handeln, via åhlens.se, vilket för varuhus är samma resultat och +1% för e-handeln mot föregående år. Att Åhléns fortsätter utvecklas är till stor del på grund av engagerade medarbetare i varuhus, på DC och hos kundservice som dagligen bemöter och hanterar kundärenden.

# Hållbarhet för Åhléns

Åhléns vill ta ansvar för hur vi som företag påverkar människor och miljö genom vår värdekedja. Vi strävar efter att bedriva ett strategiskt arbete där risker identifieras och kontrolleras och där samarbete är i fokus.



ÅHLÉNS

## Fokusområden



HÅLLBAR  
LIVSSTIL



HÅLLBAR  
PRODUKTION



HÅLLBAR  
DRIFT



HÅLLBART  
SAMHÄLLE

Åhléns strategi för hållbar utveckling omfattar fyra områden som sammantaget täcker in de viktigaste frågorna i hela vår värdekedja ur ett påverkans- och intressentperspektiv. Inom varje område finns prioriterade mål, aktiviteter och nyckeltal formulerade. Fokus de närmaste åren är att fortsätta utveckla och expandera vårt erbjudande av hållbara varor, Bra val, öka andelen hållbara och återvunna material i våra produkter, samt att fortsätta bidra till ett mer hållbart samhälle ur mångfalds- och jämställdhetsperspektiv.



## STYRNING

Som ett vinstdrivande företag har vi ett ansvar att se till att ekonomisk lönsamhet skapas på ett hållbart sätt som värnar om vår omgivning. Detta innefattar att bedriva verksamhet enligt högsta etiska standard, där risken för korruption minimeras för att skydda människor och miljö och där Åhléns varumärke inte riskerar att få negativt anseende. Detta är något som vår ekonomiska och finanschef ansvarar för med stöd från ledningsgruppen. Övergripande ansvar för hållbarhetsfrågor och miljöfrågor har produktions- och hållbarhetschef. Social hållbarhet avseende personal ansvarar hr-chef för och vd har det yttersta ansvaret för det affärsetiska, tillika antikorrupsionsarbetet.

## RISKIDENTIFIERING OCH HANTERING

Åhléns arbetar löpande med att hantera risker som kan hänföras till både händelser och beslut inom och utanför vår kontroll. Detta är av stor vikt då Åhléns har stor påverkan på hur verksamheten sköts och den inverkan den har på omgivningen. Hänsyn måste även tas till yttre faktorer, såsom hur ändringar i lagstiftning har påverkan på det sätt Åhléns bedriver verksamhet. Riskhantering handlar för Åhléns om att identifiera, kontrollera, förebygga och åtgärda finansiella, sociala, miljömässiga och affärsetiska risker och föreligger både inom organisationen och uppströms och nedströms i värdekedjan. För detta krävs policyer och processer som respektive chef ansvarar för. Ansvar för dessa har vd och ledningsgrupp. Ledningsgruppen rappor-

terar i sin tur till styrelsen som har det yttersta ansvaret för Åhléns verksamhet.

Interna risker rör främst medarbetare och skiljer sig åt inom olika delar av organisationen. Hr- chefer för servicekontor, varuhus och distributionscentral ansvarar för att årligen genomföra en risk- och konsekvensanalys och uppdatera Åhléns uppförandekod, kallad affärsetisk kod som samtliga medarbetare ska signera vid anställningsstart. Denna täcker, tillsammans med ett antal centrala policyer in områden såsom nolltolerans mot diskriminering och kränkande särbehandling, arbetsvillkor, hälsa och säkerhet, miljö samt förbud mot mutor och korruption.

För att hantera risker som förekommer i Åhléns leverantörskedja måste samtliga leverantörer vid avtalssignering acceptera våra hållbarhetskrav och uppförandekod för leverantörer (amfori BSCI Code of Conduct) som täcker in sociala, miljömässiga och affärsetiska aspekter. Efterlevnad av dessa följs bland annat upp genom leverantörbesök, revisioner och stickprovskontroller. Läs mer under avsnittet "Hållbar produktion" på sid 11.

Om någon misstänker eller uppfattar att överträdelser har förekommit gentemot lagar, policyer eller våra krav, uppmanas detta rapporteras till närmsta chef eller via Åhléns anonyma visselblåstjänst som finns tillgänglig både för interna och externa parter på intranätet och i leveran-

törsportalen. Under 2018 inkom åtta interna rapporteringar till visselblåstjänsten, alla rörande personrelaterade konflikter. Samtliga ärenden hanterades enligt Åhléns interna processer utan behov av extern utredning.

Vid allvarliga avvikelser gentemot Åhléns policyer eller hållbarhetskrav förbehåller Åhléns sig rätten att säga upp anställningen för en person och avtalet med en leverantör. Under 2018 upptäcktes att en leverantör hade brutit mot affärsetiska principer. Efter en internutredning och diskussion med leverantören resulterade detta i att avtalet med leverantören sades upp. Gällande interna fall upptäcktes en överträdelse gentemot vår affärsetiska kod under 2018. Efter omfattande utredning sades en anställning upp till följd av oetiskt agerande. Åhléns har inte dömts för några brott mot ekonomisk-, social- eller miljölagstiftning under året.

## SÄKERHET FÖR KUNDER

Kundsäkerhet är av högsta vikt för Åhléns. Det handlar både om trygghet i Åhléns varuhusmiljö som hanteras av varuhuspersonal och säkerhetschef och om kunders och medlemmars personliga integritet. För att säkerställa tryggare hantering av medlemmars personuppgifter har Åhléns under året arbetat intensivt med teknisk utveckling och nya rutiner enligt GDPR. Under 2018 rapporterade Åhléns in två fall gällande personuppgiftsincidenter till Dattainspektionen. Ingen återkoppling kring incidenterna har ännu erhållits.

*"Vårt ansvar för människor och miljö sträcker sig långt utanför våra varuhus väggar och kräver ett systematiskt arbete med samarbeten genom hela värdekedjan"*

## Samarbete – en nyckelfaktor

Som en del av Axel Johnson-koncernen har Åhléns möjlighet att dra nytta av kunskap som nyckelpersoner inom de andra koncernbolagen besitter. Det anordnas regelbundet funktionsgruppsmöten och workshops där hållbarhetspersoner inom respektive bolag diskuterar utmaningar och möjliga sätt att samarbeta i komplexa frågor relaterat till bland annat material och produktion. Åhléns ser fram emot att hitta fler synergier inom koncernen under 2019.

## Medlemskap i föreningar och initiativ

Åhléns är medlemmar i flertalet föreningar, nätverk och initiativ. Två av dessa är Sveriges Annonörer och Sveriges Reklamförbund. Som företag har Åhléns ett rapporteringskrav till EL-Kretsen och FTI varje år och är frivilliga medlemmar i Naturskyddsföreningen, Swedish Fashion Ethical Charter, KTF, Swerea, SIS, Svensk handel, SISPO, BSCI och Bangladesh Accord on Fire and Building Safety. Läs mer under "Hållbar produktion" på sid x.

## PRIORITERADE HÅLLBARHETSOMRÅDEN OCH STRATEGI

Åhléns följer alltid rådande lagstiftning och försöker ständigt möta de krav och förväntningar som kunder och andra intressenter har på oss som företag. Omvärldsbevakning är viktigt för att säkerställa att vi håller oss à jour med forskning och utveckling, konsumentundersökningar och andra rön som kan påverka våra sätt att arbeta. För att bedriva ett relevant och aktuellt hållbarhetsarbete har Åhléns sedan länge arbetat utifrån fyra områden; Hållbar produktion, Hållbar livsstil, Hållbar drift och Hållbart samhälle. Dessa fyra pelare representerar alla delar inom vår verksamhet med påverkan på vår omgivning och där det finns möjligheter och risker att hantera. Mål och initiativ kopplat till respektive område revideras med jämna mellanrum och baseras på både interna uppfattningar om vad Åhléns ska

jobba med och vissa externa förhållanden. Som ett bolag inom en koncern har Åhléns viss struktur och koncernspecifika mål att förhålla sig till, vilket bland annat speglar sig i arbetet med klimat och mångfald, vars utveckling vi rapporterar på till koncernen. Åhléns aktuella hållbarhetsstrategi togs fram under 2017 och gäller till 2020. Strategin och vissa mål reviderades under 2018.

Konsumenter (inklusive medlemmar, kunder och potentiella kunder) är några av Åhléns viktigaste intressenter. Under året genomfördes en kundinsiktsanalys baserat på 20 intervjuer, varav åtta djupintervjuer, där konsumenter ombads tycka till om hållbarhet och Åhléns arbete, i syfte att undersöka om initiativen som bedrivs är relevanta och värdefulla. Detta resulterade i att vissa befintliga mål och initiativ justerades för att bättre spegla verkligheten. Initiativet "Åter-

använd mera" visade sig vara helt rätt fokus och fördjupades under 2018. Det framkom att Bra val inte är ett köpmotiv utan en bonus för Åhléns kunder, något som legat till grund för reviderat målfokus kring material. Kunder säger sig även vara mest måna om certifieringar och märkningar gällande barn och djur, något som också påverkat hållbarhetsarbetet.

Utöver kunder har leverantörer, medarbetare och potentiella medarbetare, myndigheter, media, branschorganisationer och samarbetspartners identifierats som Åhléns intressenter då dessa har stor påverkan på Åhléns som företag. I dagsläget har intressentdialoger inte genomförts med dessa grupper. Diskussioner förs kring genomförande av en fullskalig väsentlighetsanalys inför kommande revidering av hållbarhetsstrategin.

## Hållbarhetsmål 2020 - 2021

För att mäta utvecklingen av hållbarhetsarbetet har ett antal mål och nyckeltal tagits fram till 2020. Efter genomgång av resultat från kundinsiktsanalysen och kartläggning

av arbetet relativt målsättning, fattades beslut om att revidera ett antal mål. Detta gäller bland annat mål kopplat till material, Bra val och energiförbrukning.



HÅLLBAR  
PRODUKTION

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



HÅLLBAR  
LIVSSTIL

13% av försäljningen ska vara Bra val\*  
100% hållbar bomull i produkter  
20% återvunna syntetmaterial i produkter\* (2021)

100% LWG läder  
90% hållbar palmolja  
100% FSC papper  
Fasa ut engångsartiklar i plast



HÅLLBAR  
DRIFT

Årligen minska energiförbrukning med 3%\*  
Minska utsläpp med 15% (mätt i ton CO2e/MSEK)  
Minska plast i förpackningar med 20% (2021)



HÅLLBART  
SAMHÄLLE

300 genomförda möten via ÖppnaDörren

### Läs mer under avsnitten

Hållbar produktion, sid 11  
Hållbar livsstil, sid 14  
Hållbar drift, sid 18  
Hållbart samhälle, sid 22



\* Reviderade mål under 2018

# Hållbar produktion



Åhléns vill erbjuda kunder produkter som tillverkats med hänsyn till människa och miljö, både vad gäller produkter från våra egna och från externa varumärken. Hållbar produktion är därmed ett fortsatt högt prioriterat område. Vi har under 2018 fortsatt bedriva ett systematiskt arbete genom revidering av krav och processer för att säkra en hållbar leverantörskedja. Vidare har samarbeten med externa parter fördjupats, fler initiativ utvecklats och verksamhetsförändringar genomförts för att möta de omställningar som sker inom detaljhandeln.



## ÅHLÉNS ARBETE FÖR EN HÅLLBAR LEVERANTÖRSKEDJA

Åhléns erbjuder produkter inom affärsområdena Mode, Hem och Skönhet av både externa och egna varumärken som Carin Wester, Wera, Åhléns, Å, Vide, Berså, Aroma, Oliv, Skir och PHC. Med en stor leverantörsbas över hela världen blir värdekedjan komplex och medför sociala, miljömässiga och affärsetiska risker då framförallt resurser och processer relaterat till produktion av dessa varor har stor påverkan på vår omgivning. Som ett sätt att kontrollera dessa måste alla Åhléns leverantörer vid avtals-signering acceptera våra hållbarhetskrav och uppförandekod för leverantörer (amfori BSCI's Code of Conduct) som baseras på FN Global Compact's tio principer. Dessa krav och kod harmonierar bland annat med ILO's kärnkonventioner, REACH-förordningen och försiktighetsprincipen som vi tillämpar i vårt arbete och förväntar oss att leverantörer förhåller sig till.

## FORTSATT FÖRÄNDRINGSARBETE

Vi tror på långsiktiga leverantörskedjor, där transparens och ömsesidigt

förtroende är nyckelfaktorer. En förutsättning för att bli leverantör till Åhléns är att alla fabriker som producerar varor ska ha blivit reviderade enligt en av våra godkända revisionsstandarder. Dessa täcker minst in sociala aspekter, inklusive mänskliga rättigheter, arbetsrätt och hälsa och säkerhet. Under 2018 fattades beslutet att, utöver de 9 revisionsstandarder, även godkänna fyra företags-specifika revisionsprotokoll med likvärdig standard. Ett beslut som grundade sig på att leverantörer och fabriker av olika storlek har olika förutsättningar att bli reviderade och att många fabriker redan har reviderats enligt andra företags krav som ofta är likvärdiga våra egna. Genom att acceptera fler rapporter och certifikat som håller en god standard, kan mer tid och fokus läggas på det viktiga uppföljnings- och utvecklingsarbetet. Detta har gett goda resultat och vi har lyckats uppnå vårt mål om 98% reviderade fabriker med godkända revisionsresultat genom siffran 98,4% i slutet av 2018. Under 2018 utvärderades och registrerades 43 leverantörer av egenproducerade varor. Av dessa har 79%\*

utvärderats utifrån sociala aspekter, baserat på tillhandahållet revisionsprotokoll enligt en standard vi godkänner.

*\*Dessa 79% är leverantörer som är belägna i riskländer enligt amfori BSCI's riskklassning. Övriga 22% är belägna i lågriskländer.*

## EGNA REVISIONER

För att säkerställa tillförlitliga revisionsresultat genomfördes under året egna revisioner hos fem utvalda leverantörer i Kina. Då vi tror på leverantörsutveckling valdes att fokusera på avvikelser som identifierats och pågående åtgärdsplaner samt diskutera möjligheter och utmaningar som leverantörerna upplever i utvecklingsarbetet. Utmaningar som lyftes och identifierades under besöken var ledningens och chefers okunskap om hållbarhet och vår kravställning samt brist på ekonomiska medel att genomföra förändringar som krävs för att åtgärda samtliga brister och risker. Vi ser att tålmod och en fortsatt tät dialog som lösningen framåt, och försöker se till sätt att mötas i dessa frågor.



435  
Fabriker

» 280 »  
Leverantörer



## Antal leverantörer och fabriker

	2018	2017	Förändring i procent
Antal leverantörer, totalt	280	309	-9%
Antal leverantörer i riskland	196	220	-11%
Antal fabriker, totalt	435	498	-13%
Antal fabriker, i riskland	305	353	-14%

Data avser leverantörer och fabriker avseende produktion av Åhléns egna varumärken. I linje med vår strategi om att konsolidera vår leverantörsbas har antalet leverantörer och fabriker totalt och i riskländer minskat under 2018. Riskland baseras på amfori BSCIs landriskindex 2018. Vi har avslutat samarbetet med ett flertal och registrerat totalt 43 nya leverantörer under året. Vi har nödvändigtvis inte placerat ordrar hos dessa leverantörer men har utvärderat dessa utifrån revisionsresultat.

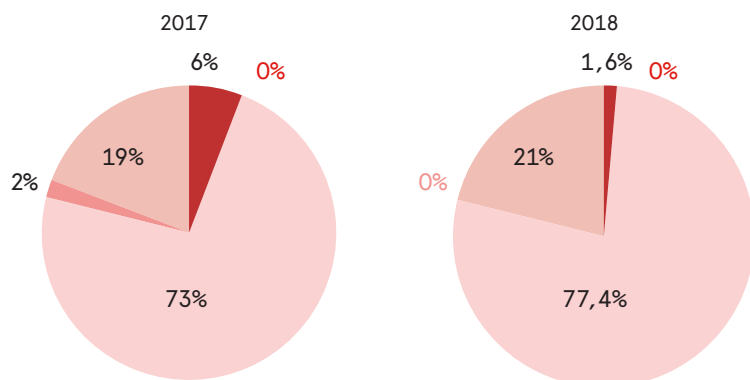


Största produktionsmarknader

**Kina**  
**Indien**  
**Bangladesh**

## Fabriksrevisioner

100% reviderade fabriker, 98,4% med godkända resultat



- Utgångna revisionsrapporter
- Ej reviderade fabriker
- BSCI revisioner
- Interna revisioner
- Övriga revisioner



## Resultat av QuizRR

	2018	2017
Antal deltagande fabriker	13	3
Antal personer som utbildats	2107	1700
Antal utbildningstillfällen	8498	-
Genomsnittligt baseline resultat	75%	
Genomsnittligt uppföljningsresultat	84%	-

*Baseline och uppföljningsresultat mättes från 2018 och saknas för 2017*

### QUIZRR

#### - UTBILDNINGSVÄRKTÖG MED RESULTAT

I vår satsning om att jobba mer med leverantörsutveckling har en fördjupning av samarbetet med QuizRR skett under 2018. Ytterligare åtta av Åhléns nyckelleverantörer har gått med i QuizRRs program som syftar till att förbättra dialogen mellan fabrikschefer, mellanchefer och fabriksarbetare. Deltagarna består av både chefer och övriga anställda som utbildas genom informationsvideos i läsplattor. I verktyget berörs frågor såsom löner, förmåner, övertidsarbete och karriärmöjligheter och upplysning samtliga om respektives rättigheter och skyldigheter. Totalt hade Åhléns under 2018 13 deltagande leverantörer (12 i Kina och 1 i Bangladesh), vilket gör att vi när

målet från föregående år om att värva 10 leverantörer. Nytt för i år var utbildningsprogrammet Blended Learning som initierades i en fabrik, som blandar utbildning via läsplatta med klassrumsutbildning.

Sammanlagt har totalt 2107 personer utbildats under 8498 utbildningstillfällen. En baseline study genomförs alltid vid projektstart för att mäta kunskapsnivån hos deltagarna och följs sedan upp efter genomförd utbildningstillfälle. Genomsnittlig kunskapsnivå vid start landar på 75% och efter genomförd utbildning på 84% vilket visar på en positiv effekt. Genom ett fortsatt arbete med QuizRR hoppas vi bättre kunna mäta effekterna över tid. På sikt är ambitionen att involvera fler fabriker i

våra andra stora produktionsländer Bangladesh, Indien och Turkiet i takt med att QuizRR har etablerat sig där.

#### FÖRBÄTTRADE STYRDOKUMENT

Vi har sett över och konsoliderat våra hållbarhetskrav och riktlinjer för leverantörer och partners och tagit fram en checklista med hållbarhetsaspekter ämnad för våra inköpare att använda vid leverantörs- och fabriksbesök. Syftet är att inköpare ska kunna få indikation på eventuella risker som förekommer. Planen är att under 2019 ge inköparna genomgång och utbildning i hur hållbarhet kan bli ännu mer förankrat genom hela leverantörsledet.

*"Med QuizRR hoppas vi bättre kunna mäta effekterna över tid"*

## Bangladesh Accord

Under 2018 signerade vi på nytt the Bangladesh Accord on Fire and Building Safety, som verkar för att förbättra hälsa och säkerhetsaspekter i textilfabriker.

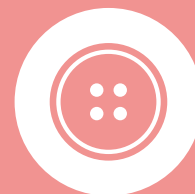


HÅLLBAR  
LIVSSTIL



# Hållbar livsstil

Åhléns strävar efter att ha ett noga utvalt och kurerat erbjudande och vi vill designa, skapa och erbjuda våra kunder ett brett och modernt sortiment som är hållbart över tid. Vi vill inspirera kunder att välja hållbart, inte bara genom märkningar och certifieringar, utan även genom att lyfta fram produkter med tidlös design som kan föras vidare till nya hem och kommande generationer. En satsning under året har varit att konvertera storsäljande produkter till att bli hållbara, för att dessutom göra det enklare för kunder att välja hållbart.



## PRODUKTSÄKERHET OCH PRODUKTKVALITET

Lagstiftning, nya EU-direktiv, forskning, rön och debatter kring ämnen har stor påverkan på de produkter vi producerar och tillsätter på marknaden. Genom omvärldsbevakning och att noga följa utveckling kring material och ämnen, uppdaterar vi regelbundet vår kravställning och riktlinjer gentemot leverantörer av både egna och externa varumärken.

Säkerhet och funktionalitet är av högsta vikt för Åhléns och under året återkallades totalt åtta produkter som vi antingen producerat själva eller är återförsäljare av. Anledning-

arna till återkallelserna var att produkterna identifierades avvika från Åhléns krav. Då vi tillämpar försiktighetsprincipen uppmanades samtliga kunder återlämna produkterna i valfritt varuhus mot full ersättning. Vi agerade enligt uppsatta rutiner för samtliga ärenden. Det finns inga rapporter på att någon kommit till skada till följd av de återkallade produkterna. Under en tillsyn som genomfördes under året upptäcktes att en produkt inom julbelysning innehöll ftalater som översteg tillåten halt, och därmed klassad som skadlig för hälsan. Vi hanterade ärendet enligt åtgärdsrutin och förbättrade som en följd vår riskkartläggning av produk-

ter och våra rutiner för att minimera risker och brister kring produktsäkerhet. Vi har förenklat våra styrdokument för både inköpare och leverantörer (däribland Chemical, Product Quality och Product Safety Requirements), något som kommer att öka kompetensnivån hos våra leverantörer och göra både lagstadgade och våra företagsspecifika krav tydligare. I samband med uppdateringen av styrdokumentet gavs även utbildning till inköparna för att säkerställa att alla är införstådda i hur vi ska jobba framgent för att ha ett mer proaktivt förhållningssätt till produktsäkerhet och produktkvalitet. Det genomfördes även en stor kartläggning av





leverantörer av barn- och belysningsprodukter, där vi exempelvis har börjat titta på fler leverantörer som är Oeko-tex och GOTS-certifierade (Global Organic Textile Standard). Även här gavs samtliga leverantörer möjligheten att delta i en utbildning för att skapa bättre förståelse om eventuella risker som kan förekomma med produkter inom deras områden.

Utbildningstillfällena som hölls under 2018 fokuserade på produkter av högst risk, vilket

barnkläder, leksaker, belysning och kosmetik anses vara. Inköpare av övriga produkter kommer att utbildas allteftersom. Vidare har vi säkerställt produktsäkerhet genom att genomföra stickprovskontroller på ca 2% av våra leverantörer av egna varumärken.

Gällande produktkvalitet infördes skärpta krav och nya testrutiner som kommer att sättas i bruk under 2019. Testrutinen syftar bland annat till att stärka kontroll och minimera risken ytterligare att de produkter

vi säljer inte innehåller otillåtna ämnen. Vi har förbättrat dokumentationshanteringen för att följa utvecklingen framåt. Ett fall relaterat till bristande produktinformation identifierades under året då ett varumärke inte hade korrekt skriven innehållsförteckning och märkning, vilket resulterade i en varning från tillsynsmyndigheter. Produkten togs omedelbart bort från våra hyllor och leverantören ombads att åtgärda märkningsfelet.

*"Genom att alltid följa lagstiftning, ställa egna krav, kvalitetssäkra och jobba med produktutveckling, vill Åhléns göra det enkelt att handla hållbart"*

## Ämnen som förbjudits / beslut om utfasning

**PFAS** (fasat ut från egenproducerade varor)

**Mohair** (fasat ut från egen produktion, utfasningsperiod för externa varumärken till 2020)

**Antibakteriella ämnen**  
(utfasning för externa varumärken)

**Mikroplaster** (fasat ut för egenproducerade och externa varumärken inom kosmetik)

**Engångsartiklar** i plast (utfasning till 2020)

Som exempel uppstod under året en stor debatt kring mohair rörande dålig djurhållning av Angoragetter i Sydafrika. Detta gjorde att vi fattade beslut om att omedelbart sluta använda mohair i våra egna produkter. För externa varumärken sattes en utfasningsperiod till år 2020, med förutsättningen att leverantörerna fram till dess kan uppvisa att materialet kommer från hållbara källor. Vi tillåter mohair som är certifierat enligt Responsible Wool Standard (RWS). Framöver kommer vi att fortsätta följa debatten och föra dialog med leverantörer kring utvecklingen av ämnet.



HÅLLBAR  
LIVSSTIL



## VÄGEN MOT DIGITALISERADE PROCESSER – MATERIALMÅL

Materialval är en viktig del i vårt sätt att jobba med produktutveckling, och utvecklingen mäts genom materialmål. Under 2018 har försök gjorts med att förbättra kartläggning av hållbara märkningar och en process med att digitalisera arbetet och säkra synkronisering av data mellan olika funktioner och system har påbörjats. När detta arbete har genomförts kommer vi få lättare att mäta och analysera tillförlitlig data, vara mer träffsäkra i målsättning, och kunna fokusera mer på utvecklingsarbete.

### BRA VAL

Bra val är Åhléns egen guide av märkningar som tar extra hänsyn till människa och miljö och som syftar till att hjälpa kunder att göra mer hållbara val, som exempelvis ekologiska, GOTS, Bra miljöval och Fairtrade-certifierade produkter. Åhléns har tidigare haft mål på och mätt Bra val i procent av försäljningen, något som styrts av kunders köpkraft. Då vi under 2018 haft en negativ försäljningsutveckling på dam och barnkläder, som båda har haft en hög andel Bra val-produkter, har Bra val-försäljningen sjunkit och landar under 2018 på 8%. Enligt resultatet från kund-

insiktsanalysen, som visat att Bra val snarare är en bonus än ett köpmotiv, har framåt valts att gå bort från att vidareutveckla Bra val-konceptet och istället fokusera på att konvertera toppsäljande produkter till att bli hållbara genom att utöka andelen ekologiska, hållbara och återvunna material i dessa.

### HÅLLBAR BOMULL

Andelen hållbar bomull uppgår idag till 81% av total inköpsvolym vilket är en markant förbättring från föregående år och innebär att målet nås för 2018 som var satt till 60%. Detta beror på att våra inköpare har prioriterat och alltid kvoterat med hållbar bomull i vissa produktgrupper, framförallt för hudnära produkter som baby, underkläder och hemtextil. Medräknat i denna statistik är produkter där bomullen står för 50% eller mer. För att klassificeras som hållbar bomull ska materialet vara ekologiskt, återvunnet eller från Better Cotton Initiative (BCI).

### ÅTERVUNNA SYNTETISKA MATERIAL (POLYESTER OCH POLYAMID)

Polyester och polyamid är efter bomull våra mest frekvent använda material. Dessa är även av fossilt ursprung vilket har negativ påverkan på miljön, inte minst då de är

svårnedbrytbara. Till dess att vi har hittat ersättningsmaterial med samma egenskaper, görs en översyn hur vi kan öka andelen återvunna syntetiska material i våra produkter, med fokus på de som säljs i stora volymer. Till 2021 ska 20% av sortimentet inom mode och hem bestå av återvunna syntetiska material. Förutsättningen är att produkterna består av minst 50% polyester eller polyamid. Med detta mål ersätts även nyckeltalet "Återvunnen polyamid" med "Återvunna syntetiska material".

### ÖVRIGA HÅLLBARA MATERIAL

Ambitionen är att alltid använda hållbara material i produkter och inköpare uppmuntras alltid välja detta om möjligt. En kartläggning av totala andelar hållbara material i produkter genomfördes under året där andelen lyocell uppgick till 32% (beräknat av produkter bestående av 50% lyocell eller mer). Lyocell är ett celulosamaterial som är mer miljövänligt än bomull avseende resursförbrukning under tillverkningsprocessen. Vi fortsätter arbetet för att nå målet om 100% FSC, LWG och 90% hållbar palmolja till 2020. Detta arbete sker genom fortsatta dialoger med befintliga och nya leverantörer.





Sminkborstar med handtag av FSC-märkt trä

Bäddset från Vide i 100% ekologisk bomull

Matta tillverkad av restgarn från textilproduktion i Portugal

## Hållbara material

	2018	2017	Mål till 2020-2021
Bra val	8%	8,3%	13% (2021)
Hållbar bomull	81%	50%	100%
Återvunna syntetiska material*	17%	-	20% (2021)
Läder från LWG certifierade garverier**	82%	85%	100%
Hållbar palmolja	45%	0,2%	90%
FSC/återvunnet papper	73%	75%	100%

\*Ersätter mål och nyckeltal gällande "Återvunnen polyamid". Motsvarande siffra finns därför inte för 2017.

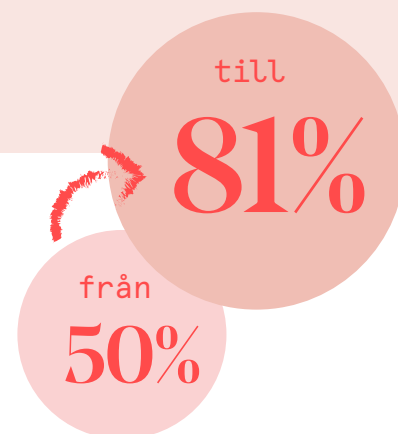
\*\*Andel LWG läder kommer framöver att beräknas utifrån inköpsvolym i antal artiklar snarare än ordervärde. Beräknat på inköpt volym i pcs är motsvarande siffra för 2018 78%. Minskningen från föregående år beror delvis på förflyttningar i vår leverantörsbas samt att en annan certifiering (HIGG-index) utöver LWG har godkänts på grund av begränsad tillgång på LWG-läder.

### CIRKULÄR ANALYS

Med hjälp av en extern part genomfördes en analys av våra materialflöden i syfte att identifiera områden av högt materialvärde där vi med fördel kan ställa om till cirkulära arbetsmetoder och initiativ. Resultatet visade att textilier står för hela 80% av materialvärdet, följt av papper, papp och wellpapp om 9% och plast om 8%. Under 2019 kommer denna analys tas vidare till handling med fokus på flöden där vi har störst påverkan och möjlighet att påverka. De material som Åhléns väljer att tillverka produkter i samt val av förpackningar för dessa är två sådana områden.

### PLAST

Plast blev det stora fokusområdet under 2018 och kommer fortsatt stå i centrum framöver. Vi har under året sett över och minskat antalet etiketter på produkter samt har planer på att ändra packrutiner för vissa varor i syfte att minska plaståtgången. Under 2019 ses fortsatt över var i verksamheten vi har möjlighet att minska/byta ut plast till andra material. Till 2021 är målet att minska plastförbrukningen avseende förpackningar med 20% kring Åhléns egna varumärken. Det finns även beslut om att fasa ut alla engångsförpackningar i plast till 2021.



Genom att alltid kvotera med ekologisk, återvunnen eller BCI bomull ökar andelen hållbar bomull rejält från föregående år och når långt över vårt mål 2018 som var satt till 60%.





HÅLLBAR  
DRIFT

# Hållbar drift

Lägre energiförbrukning, reducerade utsläpp och minskad mängd avfall är samtliga delar som ingår i Åhléns dagliga drift. Genom att tillämpa försiktighetsprincipen och arbeta tillsammans med medarbetare, leverantörer och kunder, strävar Åhléns efter att bli mer klimat- och resurseffektiva. Till hjälp har vi vår miljöpolicy för medarbetare och miljökrav för leverantörer. 2018 har till stor del handlat om att förbättra och förtydliga rutiner samt säkerställa tillförlitlig data som är jämförbar över tid.



## ENERGIFÖRBRUKNING

Åhléns har fortsatt arbeta i linje med de rekommendationer som lyftes fram i Energikartläggningen från 2016. I vissa fall är tidsbegränsade hyresavtal betydande för de insatser vi har möjlighet att genomföra – men där det är möjligt genomförs investeringar och optimeringsåtgärder för att sän-

ka elförbrukningen i framförallt varuhus. I samtliga varuhus har kassasystemen bytts ut till mer energisnål teknik, vars effekt kommer mätas framöver.

Trots detta nås dessvärre inte målet om att reducera energiförbrukningen med 3% under 2018, vilket delvis beror på att Åhléns

e-handelsaffär har ökat och således påverkat aktiviteter på distributionscentralen och vår IT-drift. En stor renovering pågick på huvudkontoret under en period, vilket förklarar ökningen av elförbrukning. Vissa renoveringar genomfördes även av varuhus, och utebliven budget för investeringar i ny armatur och LED gjorde att elåtgången inte

## Energiförbrukning (kWh)

	2018	2017*	Procentuell förändring
Elektricitet	19 715 324	19 559 943	1%
Elektricitetsförbrukning per m <sup>2</sup>			
Varuhus	81,9	84,5	-3%
SK	196,5	185,1	6%
DC	64	53,8	16%
Fjärrvärme	3 512 608	3 742 235	-7%
<b>Total energiförbrukning</b>	<b>23 228 274,5</b>	<b>23 302 178</b>	<b>-0,3%</b>

Energiförbrukningen baseras på automatisk mätaravläsning i 51 av 60 varuhus, vårt servicekontor och distributionscentral.

Fjärrvärmedata avser vår distributionscentral. Data har tillhandahållits av systemleverantör Mestro.

\*2017 års data är justerad efter vidare dataanalys.

# 75%

av anläggningar  
har grön el eller  
faller under  
gröna hyresavtal

## Utsläpp från energiförbrukning

angett i ton CO<sub>2</sub>e (Scope 2)

El	2018	2017
Elförbrukning (kWh)	19 715 324	19 559 943
kWh med ursprungsmärkt vattenkraft	14 786 493	14 669 957
kWh med residualmix	4 928 831	4 889 986
Utsläpp i Scope 2 ton CO <sub>2</sub> e market-based method	1 623	1 609
Varav utsläpp från ursprungsmärkt el (ton CO <sub>2</sub> e)	0,59	0,44
Varav utsläpp från nordisk residualmix (ton CO <sub>2</sub> e)	1 623	1 609
Utsläpp i Scope 2 ton CO <sub>2</sub> e location-based method	1 281	1 271
<b>Fjärrvärme</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Fjärrvärmeförbrukning (kWh)	3 512 608	3 742 235
Utsläpp i Scope 2 ton CO <sub>2</sub> e fjärrvärme	232	247

För utsläppsberäkningar enligt market based method används Vattenfalls emissionsfaktor för ursprungsmärkt vattenkraft (0,03 g CO<sub>2</sub>/kWh) och nordisk residualmix (329 g CO<sub>2</sub>/kWh). Location based method beräknas utifrån kraftnätets samlade elproduktion, med en blandning av förnybara och icke förnybara källor. Emissionsfaktorn för nordisk medelmix (65 g CO<sub>2</sub>/kWh) har använts. Emissionsfaktorn för fjärrvärme kommer från Stockholm Exergi 2017 (66 g CO<sub>2</sub>/kWh).

sänktes i önskad takt. På distributionscentralen har ett extra arbetsskift lagts in på grund av ökad e-handel, vilket också har påverkat förbrukningsstatistiken negativt. Dock minskade fjärrvärmeförbrukningen med 7%. Under 2020 kommer vi att se över investering av ny armatur och energisnål belysning i Åhléns största varuhus i förhoppning att minska elförbrukningen. En del förändringar kommer även genomföras av Åhléns IT-drift som kommer påverka lagringsmängden i molnet och därmed och förbrukningsstatistiken på servicekontoret.

Efter en kartläggning identifierades att Åhléns rör över elavtalen för 50% av anläggningarna (varuhus, DC och SK). För dessa har ett aktivt val gjorts att välja ursprungsmärkt vattenkraft som energikälla med ett mycket lågt koldioxidavtryck. Utöver detta antas 25% av anläggningarna och elförbrukningen falla under gröna hyresavtal, där ursprungsmärkt el används. Resterande 25% antas komma från icke ursprungsmärkta källor, varpå utsläppen blir långt högre.

### EFFEKTIV LOGISTIK

Effektiv logistik handlar till stor del om

optimerad ruttplanering och hög fyllnadsgrad genom hela transportkedjan. Det kräver god samordning och samarbete i alla led, hela vägen från inköp till försäljning. Alla egna märkesvaror och en stor del av varumärkesvarorna transporteras till varuhus via Åhléns distributionscentral, tillika lager, i Jordbro.

### KRAV I UPPHANDLINGSSKEDET

Åhléns har genomfört nya upphandlingar för både varuhus- och e-handelsleveranser. Inför detta skärptes våra hållbarhetskrav, både ur ett socialt, miljömässigt och affärsetiskt perspektiv, och de fyra e-handelsleverantörer, som enligt oss hade mest konkret arbete med miljö samt bedrev klimatkompensationsprogram valdes. I anbudsprocessen av butikstransportörer kommer hållbarhet att vägas in som en väsentlig parameter.

### TRANSPORTER

Åhléns transporter står för majoriteten av vår klimatpåverkan – och består av både inkommande transporter från leverantör till distributionscentralen och utgående transporter, från distributionscentralen

till våra varuhus och e-handelskunder.

### INKOMMANDE TRANSPORTER

En stor del av Åhléns flöden på intranporter hanteras av ramavtalsleverantörer som till övervägande del förekommer med väg och sjöfrakt. Flygfrakt används i undantagsfall vid försenade leveranser eller tidsbrist. Då vi arbetat med att förbättra fyllnadsgraden per containersändning har antalet sjötransporter minskat från 2422 sändningar år 2017 till 1740 år 2018. Även vägtransporter har minskat med 20 sändningar. Under 2018 ställdes flera rutter om till tåg i Kina och till sjö- och flygfrakt från Indien och Bangladesh, istället för endast flyg vid försenade leveranser. Med denna omställning minskade andelen flygsändningar – från 10,7% till 7,6% av inkommande transporter. Trots detta ökade antalet flygsändningar från 2017 med 30 på grund av stora förseningar i produktion. Under 2019 kommer effekterna av omställningarna att mätas och vi kommer vidare se över vilka rutter (flyg och väg) som i större utsträckning kan läggas om och kombineras med tåg och sjöfrakt.



HÅLLBAR  
DRIFT

# Inkommande transporter

med ramavtalsleverantörer per transportmedel 2018 i %

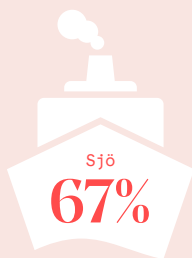


Bild: Freepik

## UTGÅENDE TRANSPORTER

För att effektivisera transporterna och minska belastningen på miljön uppmuntras kunder att hämta beställda varor via e-handeln i närmsta Åhléns-varuhus. Ungefär hälften av beställningarna var så kallade "Click & Collect", vilket innebär att paket skickas ut till varuhuset med ordinarie transporter och hämtas där av kunderna. Resterande hälft distribuerades via ombud och hemleverans. Mindre än en procent var expressleveranser, vilket ses som ett tecken på att leveranser med ordinarie behandlingstid är snabba och effektiva.

I Stockholm körs samtliga leveranser av lastbilar av euroklass 6 som tankas med biodiesel. Leveranser till Cityvaruhuset och Skanstull körs med så kallade Citybilar, som drivs av biogas. Åhléns har bidragit till investeringen av en av Citybilarna sedan fem år tillbaka. Under 2018 minskade Åhléns utsläppen från distribution till varuhus och e-handel genom Click & Collect med 8%, något som kan bli ännu bättre.

I det digitala samhället ställer konsumenterna allt högre krav på snabba leveranser. Från att tidigare endast köra ut kundpaket med ordinarie varuhusleveranser genom Click & Collect, kan Åhléns framgent behöva öka antalet leveranser för att tillgodose våra kunders behov. För att ta ansvar för vår miljöpåverkan, måste vi som företag se över hur kundlöftet upprätthålls utan att öka transportutsläppen och samtidigt informera kunder om de konsekvenser som deras förväntningar har på klimatet och miljön.

För att fortsätta reducera utsläppen från distribution pågår ett arbete med att ta fram ett nytt plock-, avgångs- och leveransschema med fokus på optimering och anpassning utifrån hög- och lågsäsong. Detta beräknas kunna leda till över 500 färre lastbilsavgångar i retailflödet på helårsbasis. Under 2019 kommer vi att se närmare på när ett sådant schema kan implementeras. Detta för att kompensera för den planerade utökningen av Click & Collect-leveranser.

Till dess att innovationer såsom chaufförfria terminallösningar är ett beprövat koncept, kommer Åhléns tillsammans med transportörerna att se över hur våra transporter kan göras mer miljövänliga.

## TJÄNSTERESOR

Under 2018 minskade antal tjänsteresor ytterligare vilket reducerade utsläppen med

hela 44%. Detta åstadkoms genom att utöka antalet videokonferensmöten och i större utsträckning bjuda in leverantörer till servicekontoret. För att klara kapaciteten av ett ökat antal videomöten har ytterligare ett system installerats på kontoret i Stockholm. Kampanjer plåtas i regel alltid i studios i Sverige med undantag för sommar- och badmode som fotograferas i februari och som spelats in utomlands. Åhléns ser då till att jobba med lokala produktionsteam för att antalet resenärer ska hållas till ett minimum.

## AVFALL

En viktig aspekt i Åhléns hållbarhetsarbete är att sträva efter en hög sorteringsgrad av avfall som genereras i våra verksamheter. Wellpapp är största avfallsposten, följt av osorterat och brännbart, poster som båda har minskat från förra året. En stor bidragande faktor var att en fraktion för trä lades till på Cityvaruhuset i Stockholm, vilket stod för hela 4% av vårt totala avfall. Åhléns har inget textilt avfall då alla varuprover, kläder och textilier som inte säljs, skänks till Stadsmissionen. Tygprover och annat går till Stadsmissionens Remake-avdelning. Under 2018 skänktes totalt 37 ton varor till Stadsmissionen, varav ca 27 ton varor från vår egna verksamhet (10 ton mjuka varor/textilier), jämfört med 29 ton från under 2017.\* Läs mer om vårt samarbete med Stadsmissionen under "Hållbart samhälle".

Återvinning av plast har varit högt prioriterat och sorteringsgraden har ökat markant från 2017 med hjälp av förtydligade rutiner och utbildning. I Åhléns plaststrategi, som syftar till att minska den totala mängd plast som vi förbrukar inom vår verksamhet, har emballage och förpackningar identifierats som ett fokusområde. Under 2019 kommer en kartläggning av plastemballage och fyllnadsmaterial i sändningar från leverantör att genomföras och ett kvantitativt reduceringsmål tas fram.

*\*Under 2017 skänktes enbart varor från egna verksamheten till både Myrorna och Stadsmissionen. Antal skänkta varor vägdes och rapporterades till Åhléns i kg. Under 2018 började vi samarbeta enbart med Stadsmissionen och en schablonvikt togs fram för att beräkna antalet skänkta varor i kg. En kartong mjuka varor uppskattas väga 10 kg och en kartong hårda varor antas väga 12 kg. På sikt är ambitionen att väga samtliga kartonger och därmed få mer tillförlitlig statistik över skänkta varor i faktisk vikt.*



# 44%

Lägre utsläpp  
från tjänsteresor

## Vår klimatpåverkan

(utsläpp i ton CO<sub>2</sub>e)

	2018	2017	Procentuell förändring
Scope 2	1 855	1 856	-0,1%
Scope 3	11 491	1 591	-
Energi	123	122	-
Ingående transporter	10 233	185	-
Utgående distribution	790	857	-8%
Tjänsteresor	345	612	-44%
<b>Totala CO<sub>2</sub>e utsläpp</b>	<b>13 346</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Totala CO<sub>2</sub>e utsläpp/MSEK</b>	<b>2,81</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Utsläpp har beräknats i Axel Johnsons klimatverktyg. Scope 2 avser utsläpp från energi (elektricitet och fjärrvärme) som Åhléns köper färdigproducerad. Utsläpp från energiförbrukning 2017 baseras på justerad data. I Scope 3 ingår utsläpp som genereras vid produktion och distribution av inköpt energi samt transporter och tjänsteresor. Transporter avser inkommande leveranser från leverantör till distributionscentral och utgående transporter avser leveranser från distributionscentral till varuhus. Ingående transporter saknas för 2017. Tjänsteresor inkluderar utsläpp från tjänstebilar för Åhléns anställda samt flyg, tåg och hotell som bokats via kontrakterad byrå och företagskonton. Jämförelsen av våra totala CO<sub>2</sub>e utsläpp från föregående år har inte kunnat göras. Detta kommer mätas från och med 2019.

## Avfall (%) per avfallsfraktion

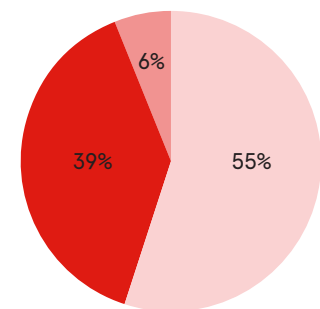
	2018
Wellpapp	64%
Osorterat	17%
Brännbart	7%
Plast	5%

Redovisade siffror anger % andel av totalt avfall, inkl. varuhus, SK och DC. Resterande 7% avser trä, glas, farligt avfall, elektronik, returpapper och metall.

## Avfall per typ och hanteringsperiod

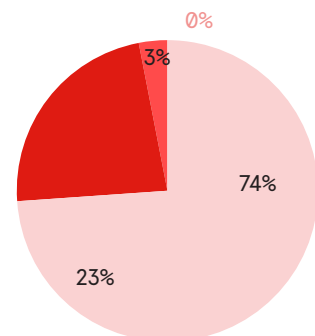
Åhléns totala avfall under 2018 uppgick till 1 519 ton. Av detta utgör farligt avfall 13,75 ton, vilket är 0,09% av totalen. Majoriteten av både farligt avfall (55%) och icke-farligt avfall (74%) gick till återvinning. Data inkluderar avfall som genererats från samtliga verksamheter (varuhus, DC och SK) och baseras på rapporter från kontrakterade avfallsentreprenader Stena och Suez.

Farligt avfall



- Återvinning (7,6 ton)
- Förbränning
- energiutvinning (5,4 ton)
- Förbränning (0,7 ton)

Icke farligt avfall



- Återvinning (1 109 ton)
- Förbränning
- energiutvinning (348 ton)
- Deponi (48 ton)
- Förbränning (0,03 ton)



# Hållbart samhälle

Att verka för integration och allas lika värde är viktigare än någonsin. Genom samarbeten och initiativ strävar Åhléns efter att bidra till ett mer hållbart samhälle. Under året har vi genomfört och deltagit i fler integrationsstärkande evenemang med ÖppnaDörren och vidareutvecklat initiativet Återanvänd mera för att bidra till ett mer cirkulärt samhälle.



**FÖRDJUPAT SAMARBETE MED STADSMISSIONEN GENOM "ÅTERANVÄND MERA"!**  
Det är väsentligt för oss som företag att designa produkter med rätt material och se till att så lite materialsvinn genereras så att produkterna hanteras och återvinns på rätt sätt.

I april 2018 lanserades ett nationellt samarbete med Stadsmissionen som innebär att kunder kan lämna in kläder, skor, heminredning, husgeråd och andra prylar de inte längre använder i alla Åhléns varuhus. Tillsammans med Stadsmissionen ser vi till att de får nytt liv. I första hand ges dessa till behövande, därefter beslutar Stadsmissionen om lämplig slutdestination inom verksamheten. Även de varor som av någon anledning inte säljs i varuhuset skänks till Stadsmissionen. På så sätt undviks att kläder, skor och andra varor slängs el-

ler bränns, och bidrar istället till ett mer cirkulärt samhälle. Tillsammans samlade våra kunder in över 10 ton varor från april-december 2018.

#### KOSMETISKT AVFALL

I början av 2018 lanserades insamling av överbliven kosmetik i två varuhus i Göteborg som en förlängning av konceptet Återanvänd mera. För att bygga vidare på arbetet med cirkularitet har vi utöver Göteborgs stad inlett samarbeten med Stockholms Stad, Sundsvall och Helsingborgs kommun kring insamling av kosmetiskt avfall. Konsumenter kommer, oavsett inköpsställe, kunna lämna in parfymflaskor, nagellacksbehållare, hårspraysflaskor med mera i ett Åhléns-varuhus så ser vi, i samband med respektive kommun, till att de återvinns på rätt sätt. Insamlingen kommer att rullas ut i 12 varuhus under

2019, vilket gör att totalt 14 Åhléns varuhus har möjlighet att ta emot kosmetiskt avfall från konsumenter.

#### JULEN FÖR STADSMISSIONEN

Under julen kommunicerades via Åhléns sociala medier en uppmaning till våra kunder att lämna in varma vinterkläder i våra varuhus, för att hjälpa människor som lever i utsatthet. Stadsmissionen såg till att alla gåvor kom till användning och gjorde julen lite varmare för de som behöver.

Genom kampanjen "Jämna ut julen" erbjöds även möjlighet för kunder att runda upp sitt köp för att stödja Stadsmissionens arbete. Totalt var målet att samla in mer än föregående års utfall, 656 898 SEK, men tillsammans med våra kunder lyckades vi samla in hela 1 536 204 SEK, vilket är +234% mot uppsatt mål.



## ÖPPNADÖRREN

Tillsammans med Axfoundation och Öppna Dörren medverkade Åhléns under Järva-veckan i juni 2018 där det primära syftet var att genomföra Yrkesdörrenmöten med nya svenskar.

Alla medarbetare på Åhléns får på arbetstid genomföra ett Yrkesdörrenmöte. I september arrangerades en helt egen fikaträff där medarbetare på Åhléns Servicekontor och nya svenskar träffades och utbytte erfarenheter.

Utöver Yrkesdörren genomfördes under våren och hösten flertal events tillsammans med ÖppnaDörrens initiativ Invitationsdepartementet, Kompisbyrån och Svenska med baby i varuhuset i Örebro,

Gävle, Malmö, Stockholm, Helsingborg och Sundsvall. I Stockholm bjöds våra kunder via medlemsbrev in till olika event med samtliga av ÖppnaDörrens initiativ för att träffas över frukost, lunch eller fika. Tillsammans genomförde Åhléns medarbetare och kunder 149 möten under året vilket gör att vi når vårt mål om 100 möten år 2018 och tar oss ett steg närmre målet om 300 möten till år 2020.

I mars 2019 väntar ytterligare ett event på Åhléns City i Göteborg där kunder, både nya och etablerade svenskar, får chans att träffas över en frukost, lunch eller fika.

Då vi värnar om ÖppnaDörrens arbete för integration skänktes även årets överskott från bärkassaförsäljningen, som uppgick till 1 276 365 kr till initiativet.



## Möten genom ÖppnaDörren

	2018	2017
Yrkesdörren	52	33
Invitationsdepartementet	10	-
Svenska med baby	75	-
Kompisbyrån	12	-
Totalt antal möten*	149	33

\* Statistik fördes inte för samtliga initiativ under 2017 varpå endast möten genom Yrkesdörren blir jämförbart med 2018.

*Jag känner mig stolt över Åhléns engagemang i ÖppnaDörren och värdesätter mycket att arbeta på ett företag med samma värderingar som jag själv”,*

- Ylva Abrahamsson, produktionsledare



# Om Åhléns hållbarhetsrapport



## OM RAPPORTEN

Åhléns strävar efter att ge en balanserad bild av hållbarhetsarbetet genom alla led. Detta 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 sjätte hållbarhetsrapport, varav den första som upprättats i enlighet med GRI-standards Core. Rapporten omfattar helåret 2018 och publiceras årligen. Föregående rapport publicerades 2017-03-19. Rapporten omfattar Åhléns AB, inklusive samtliga varuhus, servicekontoret och distributionscentralen i Sverige. Rapporten omfattar inte dotterbolag Åhléns Outlet AB, Åhléns Far East Asia Ltd eller de vilande bolagen Beauty Bargain Sverige AB och Åhléns AS.

Data som redovisas i rapporten har samlats in mellan januari till december 2018. Medarbetardata anges i Head Count (HC) och kommer ur Åhléns HR-system. Axbeautyhouse, Åhléns inköpsorganisation för skönhets bildades tillsammans med KICKS under slutet av 2018, gör att medarbetare för skönhets inte räknas med i medarbetardata 2018-12-31. Medräknat finns medarbetare från Axstores IT som anställdes av Åhléns under 2018. Statistik för hållbar produktion kommer från egna system och antal möten med ÖppnaDörrens initiativ har tillhandahållits av samarbetspartnern. Energi-, utsläpps- och avfallsdata har levererats av leverantörer. Basår för energidata är 2013 och 2017 för utsläppsdata. Viss data, såsom 2017 års energidata, har justerats och reviderats efter dataanalys. Inga vidare förändringar i avgränsningar har gjorts. Utsläpp för energi

och transport har beräknats i Axel Johnsons klimatverktyg och baseras på GHG-protokollet. 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 405-1** Med anledning av begränsningar i Åhléns HR-system är indikatorn ej helt uppfylld. Om utveckling av HR-systemet sker planeras indikatorn att rapporteras på i fullt.

## Kontakta oss gärna!

Frågor om Åhléns hållbarhetsrapport och hållbarhetsarbete kan skickas via mail till [sustainableproduction@ahlens.se](mailto: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.

Texter: Åhléns. Form: Forsman & Bodenfors Factory AB. Var sparsam och läs helst denna rapport digitalt. Om du skriver ut rapporten gör det gärna på Svanenmärkt och/eller FSC-märkt papper.

# GRI index Åhléns Hållbarhetsrapport 2018

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

	Uppfylld	Sida	Kommentar
<b>GRI 200 Ekonomi:</b>			
<b>Antikorruption</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	9,10	
GRI 205: Antikorruption 2016 205-3 Bekräftade fall av korruption och vidtagna åtgärder	●	9	
<b>GRI 300 Miljö</b>			
<b>Energi</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	18,19	
GRI 302: Energi 302-1 Energiförbrukning inom organisationen	●	18	
<b>Utsläpp</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	19,20	
GRI 305: Utsläpp 305-2 Indirekta utsläpp av växthusgaser (Scope 2) 305-3 Andra indirekta utsläpp av växthusgaser (Scope 3)	●	19,21	
<b>Avfall</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	20,21	
GRI 306: Effluenter och avfall 2016 306-2 Avfall per typ och hanteringsmetod	●	21	
<b>Efterlevnad</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	9,10, 19	
GRI 307: Efterlevnad av miljölagar och regler 306-1 Överträdelse av miljölagar och regleringar	●	9,10	
<b>GRI 400 Social</b>			
<b>Anställning</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	5,6	
GRI 401: Anställning 401-1 Nyanställda och personalomsättning 401-3 Föräldraledighet	●	6 7	
<b>Hälsa och säkerhet på arbetsplatsen</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	5,6,9	
GRI 403: Styrning hälsa och säkerhet på arbetsplatsen 2018 403-1-7 Arbetstagare som omfattas av ett ledningssystem för hälsa och säkerhet	◐	6	På grund av begränsningar i Åhléns HR-system har ett eget nyckeltal; Sjukfrånvaro, tagits fram för att mäta hälsa och säkerhet på arbetsplatsen. Vid uppdatering av Åhléns HR-system kommer GRI-indikatorn mätas och rapporteras på i helhet.
GRI 403: Hälsa och säkerhet på arbetsplatsen 2018 Eget nyckeltal: Sjukfrånvaro	●	6	
<b>Mångfald och lika möjligheter</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	5	
GRI 405: Mångfald och lika möjligheter 2016 405-1 Mångfald inom styrelse, ledning och bland anställda	◐	5	Begränsningar i HR-system gör att data kring mångfald per GRI-specifik uppdelning saknas. Framgent planeras nyckeltalet att rapporteras på i sin helhet.



	Uppfyllnad	Sida	Kommentar
<b>Diskriminering</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	6	
GRI 406: Diskriminering 406-1 Antal fall av diskriminering och vidtagna åtgärder	●	6	
<b>Lokalsamhället</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	9,10, 22	
GRI 407: Lokalsamhällen Eget nyckeltal Möten genom ÖppnaDörren	●	23	
<b>Leverantörsutvärdering socialt</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	9,10, 11	
GRI 414: Leverantörsgranskning 414-1 Nya leverantörer som granskats avseende sociala kriterier	●	11	
<b>Kunders hälsa och säkerhet</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	11,14, 15	
GRI 416: Kunders hälsa och säkerhet 416-2 Antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan inte efterlevts	●	14	Åtta fall identifierade som bröt mot egen uppsatta riktlinjer.
<b>Marknadsföring och märkning</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	11,14, 15	
GRI 417: Marknadsföring och märkning 417-2 Antal fall där regler och frivilliga koder gällande marknadsföring och märkning inte efterlevts	●	14	Ett fall identifierat som resulterade i varning från tillsynsmyndighet.
<b>Efterlevnad</b>			
GRI 103: Styrning 2016 103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsningar och styrning	●	9,10	
GRI 419: Efterlevnad av sociala och ekonomiska lagar och regler 419-1 Bristande efterlevnad av sociala och ekonomiska lagar och regleringar	●	9	