

**Miljö och
socialt ansvar**

KappAhl®



Det här är KappAhl

KappAhl är en ledande modekedja med idag nästan 4 500 medarbetare och över 300 butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen. Vi erbjuder prisvärt egendesignat mode för många människor, särskilt riktar vi oss till kvinnor mellan 30 och 50 år med familj. Årligen säljer vi 60 miljoner plagg, som produceras i Asien och Östeuropa. Huvudkontoret och distributionscentralen ligger i Mölndal, strax utanför Göteborg. Omsättningen för tolv månadersperioden som slutade den 31 augusti 2008 var 4 622 miljoner kronor. Vi är noterade på OMX Nordiska Börs i Stockholm sedan februari 2006.

Om redovisningen

Det här är KappAhls redovisning av hela koncernens arbete med miljö och socialt ansvar – det som också kallas för corporate social responsibility, CSR. Redovisningen täcker tiden fram till sista augusti 2008. Huvudmålgrupp är kunder, medarbetare, investerare och ägare. Frågor om redovisningen besvaras av KappAhls miljöchef.

Vd-intervju	03
Verksamhetsrisker	05
Strategier och policies	06
Så här jobbar vi	08
Uppförandekoden	09
Produkterna	12
Miljön	15
Medarbetarna	18
Samarbeten och engagemang	22
Kommunikation med intressenter	24
Omdömen om oss	25
Milstolpar	22
Kontakta oss	26

Intervju med vd Christian W. Jansson

Vilket samhällsansvar har ett modeföretag som KappAhl?

– Ett lika stort moraliskt ansvar som alla samhällsmedborgare har, vare sig större eller mindre. Det gäller alla aspekter av vad vi gör på leverantörssidan, men också med avseende på miljöpåverkan. Däremot ska vi inte ta ett större ansvar än det som naturligt tillkommer oss. Vi ska vara steget före kunderna så att de känner trygghet i att handla på KappAhl.

Hur uppfyller KappAhl bilden du målar upp?

– Vi gör det väldigt bra och ska vara stolta över vad vi åstadkommer. Allt blir inte 100 procent rätt, men på det hela taget är vi duktigare än vad många tror. Det kan bero på vår rädsla för att göra fel, eftersom den mediala effekten av ett misstag är så dramatisk för oss.

Varför jobbar KappAhl med CSR?

– Primär drivkraft är den höga moraliska uppfattning som finns hos oss. Vi vill vara ett juste och pålitligt företag. Vi behöver inte svara upp mot det externa trycket, för vi skapar det själva internt. Men vi måste ständigt vara uppmärksamma och fundera: Är det här relevant eller inte?

Det finns folk som till och med påstår att vi i princip ska vara ansvariga för bomullsodlingen i Uzbekistan och hela vägen framåt, men det går ju inte. Då blir det helt plötsligt jordbrukspolitik och det ska vi inte syssla med.

Vilken är din viktigaste roll i CSR-arbetet som vd och huvudägare?

– Att se till att det finns medarbetare som är besjälade av den här tanken och stötta dem. Det finns ju alltid en konflikt mellan vad som är ekonomiskt fördelaktigt och moraliskt acceptabelt. Då får jag hjälpa till i det beslutet. I vissa lägen väljer vi moral framför pris. Det är ett lätt beslut. Det gäller också att jag bejakar de medarbetare som uppmärksammar och påpekar saker och ting.





Hur involverad är du själv i det här arbetet?

– Inte mer än att jag pratar med berörda med jämna mellanrum för att få veta vad som händer, hur vi tänker och jobbar. Arbetet med CSR-frågorna ska drivas i organisationen där kunskapen är som störst, inte från toppen. Jag uppmuntrar, ser till och försäkrar mig om att arbetet sker.

Vad är du mest stolt över?

– Medarbetarnas kunskap och engagemang samt att vi var så tidiga och konsekventa. Nu skördar vi frukterna av ett beslut från första halvan av 90-talet. Vi har hållit på i mer än 15 år och nu känner vi att kunderna gillar vad vi gör.

Vad är viktigast av allt det ni gör inom området?

– Vår leverantörskontroll, den är viktigare än mycket annat. Där har vi under det senaste året på ett tillfredsställande sätt blivit mycket mer stringenta och tydliga genom att vi förstärkt organisationen med kompetenta och erfarna människor.

Vad kan ni bli bättre på?

– På allt. Men ett område där jag tror vi har särskilt stor påverkan och som bekymrar mig är våra båttransporter. De släpper ut mer koldioxid än vad vi tidigare förstått. Här kan vi tillsammans med andra stora transportköpare påverka rederierna genom att framföra krav. Det kommer vi att göra inom ramen för projektet Clean Shipping.

Ställer investerare eller ägare några speciella krav på KappAhl kopplat till CSR?

– Nej, CSR-arbete är något som de numera tar för givet och när vi granskas får vi också kvitto på att vårt arbete uppskattas.

Vilken betydelse har ert CSR-arbete för lönsamheten?

– Vi skulle ha gjort det ändå. Hade vi däremot struntat i det här hade det förmodligen kostat på varumärket, vilket hade varit negativt. Men det går inte att mäta.

Vad är utmaningen framöver?

– Att fortsätta arbetet med samma intensitet som vi gör idag och att vara lyhörda för kundernas behov och önsningar.

Verksamhetsrisker

KappAhls främsta risker inom miljö och socialt ansvar är kopplade till vår tillverkning av kläder som sker i utvecklingsländer som Kina, Bangladesh och Indien. Våra risker där gäller kränkningar av mänskliga rättigheter och överensstämmelse väl med de som Amnesty Business Group har identifierat för textilbranschen i stort:

- Prispress och korta ledtider leder till sämre villkor för de anställda
- Långa arbetspass och låga löner
- Dålig arbetsmiljö och otillräckligt arbetsskydd
- Riskerna större i ekonomiska frizoner
- Avsaknad av rätt och möjlighet att organisera sig fackligt
- Uppförandekoder leder inte automatiskt till förbättringar

Läs mer om riskerna på:

[www.amnestybusinessgroup.se/
Filer/Branschriskertextil_10345.pdf](http://www.amnestybusinessgroup.se/Filer/Branschriskertextil_10345.pdf)

Dessa risker försöker vi hantera framför allt genom ett aktivt arbete med vår uppförandekod.

Läs mer om det under "Så här jobbar vi – Uppförandekoden".

Strategier och policies

Vår övergripande vision lyder:

”KappAhl skall bli den ledande och mest lönsamma modekedjan i Norden för kundgruppen 30–50 år.” För att vi ska kunna nå visionen krävs förutom att vi är framgångsrika rent ekonomiskt också att vi gör det på ett långsiktigt hållbart sätt, det vill säga att vi tar ett miljömässigt och socialt ansvar. I det arbetet är tre dokument helt centrala: vår uppförandekod, vår miljöpolicy och vår arbetsmiljöpolicy.

Uppförandekoden

KappAhl använder den uppförandekod som vi också har varit med om att ta fram inom ramen för Business Social Compliance Initiative, BSCI. Den baserar sig bland annat på FN:s deklaration om mänskliga rättigheter, FN:s barnkonvention och ILO:s konventioner om arbetsrätt och arbetsvillkor.

BSCI:s uppförandekod täcker följande områden:

- Lagar och förordningar
- Organisationsrätt och rätt till kollektiv förhandling
- Förbud mot diskriminering
- Löner och ersättningar
- Arbetstid
- Arbetsmiljö, hälsa och säkerhet
- Förbud mot barnarbete
- Förbud mot tvångsarbete
- Miljö- och säkerhetsfrågor
- Ledningssystem

Läs koden i sin helhet på: www.bsci-eu.org/content.php?page=BsciCoreTools

Miljöpolicy

”Vi känner vårt ansvar för människan och miljön. Genom vårt agerande skonar vi miljön och hushållar med naturens resurser.

Detta innebär att:

- Alla medarbetare visar miljöhänsyn i sina beslut.
- Vi arbetar med ständiga förbättringar i samverkan med våra kunder och leverantörer.
- Vi uppfyller lagar och förordningar med god marginal.
- Vi har en öppen kommunikation om vårt miljöarbete.”

Arbetsmiljöpolicy

Utdrag ur KappAhl's arbetsmiljöpolicy:

”En god och säker arbetsmiljö är en viktig strategisk fråga för KappAhl. Målsättningen med KappAhl's arbetsmiljöarbete är att skapa en fysiskt, psykiskt och socialt sund och utvecklande arbetsplats för alla medarbetare, där risker för arbetsskador och arbetsrelaterad ohälsa förebyggs.”

Fler policies

Vi har ytterligare policies som styr vårt arbete med miljö och socialt ansvar exempelvis inom sponsring, jämställdhet och mångfald samt policies kring våra kläder där vi tar avstånd från våld, rasism, sexism, päls och grymhet mot djur.

Så här jobbar vi

KappAhl äger inga fabriker utan är en av många kunder hos fristående tillverkare. Genom att handla och därmed skapa arbetstillfällen hos leverantörer i utvecklingsländer i Asien och Östeuropa, bidrar vi till deras ekonomiska utveckling. Internationellt sett är KappAhl en liten aktör på en stor marknad där vi ensamma inte kan skapa en bättre och rättvisare värld. Men ju fler i vår bransch som engagerar sig, desto större blir möjligheterna att förbättra villkoren för människorna som tillverkar våra kläder.

Rent konkret har vi sedan länge inom KappAhl arbetat systematiskt med våra mest betydande miljömässiga och sociala risker samt deras påverkan genom hela flödet: från design, produktion, transport och lager till butik. Det operativa CSR-arbetet leds av funktioner inom varje del av flödet och finns representerat i både koncernledningen och styrelsen. Arbetet är tydligt delegerat och integrerat i den vanliga organisationen för att det ska vara väl förankrat, effektivt och ständigt hållas levande. Här går vi igenom vad vi har gjort och gör.

Uppförandekoden

KappAhl vill bara sälja plagg som är tillverkade under acceptabla förhållanden. Redan 1997 tog vi därför fram vår första uppförandekod för leverantörerna och året därefter började vi kontrollera att de följde den. Sedan 2004 har vi använt oss av BSCI:s uppförandekod och det är idag den kod som samtliga våra 198 leverantörer åtar sig att följa. Inom ramen för BSCI:s regelverk ska två tredjedelar av leverantörerna vara reviderade av externa revisionsföretag inom en treårsperiod. De leverantörer som inte lever upp till kraven måste gå igenom en omrevision inom ett år. Leverantörer som godkänns ska revideras på nytt efter tre år. BSCI anordnar regelbundet informations- och utbildningsdagar för medlemmar, leverantörer och inspektörer.

Att konkurrerande företag och deras leverantörer möts i ett öppet klimat är unikt och har bidragit till BSCI:s starka expansion.

Dubbelt kontrollsystem

Att vara med i BSCI är inte tillräckligt för oss. Vi har också ett parallellt system med egna inspektioner. För att klara av dessa har vi anställt flera nya medarbetare, inspektörer, med lämplig utbildning och yrkeserfarenhet med placering på alla våra produktionskontor. Våra inspektörer granskar hur samtliga våra leverantörer följer BSCI-koden. Upptäcker inspektören brister i arbetet får leverantören en åtgärdsplan som följs upp vid nästa besök.

Därmed inte bara granskar vi dem, utan deltar också i ett ständigt förbättringsarbete ute hos leverantörerna. Under 2008 utförde vi cirka 270 egna inspektioner på våra leverantörers enheter, där runt 70 var uppföljningsbesök.

Löner vanligt problem

Övertid och löner hör idag till de frågor som är svårast för leverantören att leva upp till. Barnarbete är sällsynt, men skulle vi upptäcka barn som arbetar är inte lösningen att ta jobbet ifrån barnet och avbryta samarbetet med leverantören. Istället får vi gemensamt finna den bästa lösningen för barnet.

Tätare leverantörssamarbete

Redan innan KappAhl kontrakterar en ny leverantör inspekterar vi den alltid enligt samma checklista som används vid våra vanliga inspektioner för att se om den motsvarar våra krav. För att vi ska vara intresserade av att anlita leverantören i fråga vill vi att den ska visa bra följsamhet av koden eller ha en tydlig vilja att förbättra sig. Saknas detta blir det inget samarbete. Vi vill jobba långsiktigt med våra leverantörer och därför har vi under årens lopp successivt minskat antalet leverantörer för att få till ännu bättre kontakter med dem vi har kvar. Samtidigt är vi inne i en expansionsfas av vårt butiksnät som också innebär att vi behöver köpa in mer plagg. Det gör att många av våra leverantörer är villiga att uppfylla våra krav eftersom de får ut något konkret av det: större order med tiden.

Allt fler börjar också inse att det generellt sett har blivit en konkurrensfördel att ha en bra fabrik.

Olika synsätt

Vi får dock inte glömma bort att uppförandekoden utgår från ett västeuropeiskt perspektiv och att verkligheten ser annorlunda ut på andra håll. Företeelser som vi tycker är oacceptabla här hemma kan fortfarande vara godtagbara i andra länder.

Kvalitetssäkrad statistik

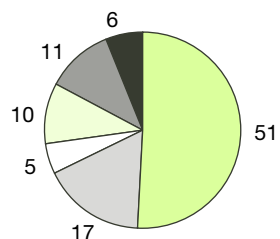
För att skaffa oss en fullständig överblick och för att löpande kunna följa arbetet ute hos våra leverantörer har vi tagit fram ett specialanpassat dataprogram. Därmed kommer vi framöver också att kunna redovisa kvalitetssäkrad statistik kring det mesta inom det här området.

Det kan exempelvis gälla antal genomförda BSCI-revisioner, antal egna inspektioner och hur väl uppförandekoden följs av varje leverantör.

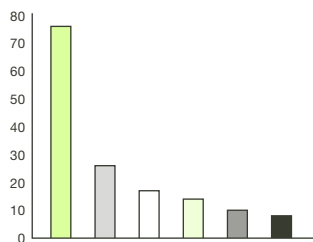
Färganalys ger besked

Under 2008 har vi tagit fram en visuell modell, framför allt till hjälp för våra inköpare och leverantörer, där man på en färglagd A4-sida snabbt kan skapa sig en bild av hur en specifik leverantör för tillfället lever upp till kraven i koden. Ju mer grönt som finns desto bättre, ju mer rött desto sämre. Idag granskas som sagt endast våra leverantörer, men 2010 räknar vi med att expandera kontrollen så att den i vissa delar av produktionen även omfattar ledet före, det vill säga leverantörens närmaste leverantör.

Andel av inköpsvärdet, %



Antal leverantörer 2007/2008



Träningscenter i Bangladesh

Under 2009 startar KappAhl tillsammans med några leverantörer ett träningscenter i Bangladesh för flickor som är minst 17 år, saknar formell utbildning och kommer från fattiga familjer. Tre kullar med 15 personer i varje kommer att tas in per år under en testperiod på två år. Utbildningen pågår under sju månader och är betald. Under den här tiden lär sig flickorna att bli skickliga sömmerskor samtidigt som de får utbildning i hygien och hälsa samt säkerhet, rättigheter och skyldigheter på fabrik. De sista tre månaderna skolas de in i ett vanligt arbete hos en av KappAhls leverantörer.

Bakgrund

Bangladesh är ett av KappAhls stora produktionsländer. Det är ett mycket fattigt land där den unga blomstrande textilindustrin har medfört väsentliga skillnader, särskilt för landets 2,5 miljoner kvinnor som är sysselsatta där idag. Deras sociala och ekonomiska status har ökat i och med arbetet utanför hemmets gränser och med den egna inkomsten.



Produkterna

KappAhl är mån om att de kläder vi säljer är så miljö- och människovänliga som möjligt. För att säkerställa detta och även garantera hög produktkvalitet har vi tagit fram guiden Test and Manufacturing Guide, som våra leverantörer åtar sig att följa. Den omfattar exempelvis en lista över förbjudna eller reglerade kemikalier i våra plagg, fysiska krav på plaggen (som färghärdighet, krympning och torrfällning) och säkerhet i barnkläder. Under 2008 uppdaterades guiden och de som använder den, våra egna kvalitetskontrollanter på produktionskontoren och våra leverantörer, får nu utbildning i den.

Farliga kemikalier i fokus

Kemikalier syns inte på plagget. Därför startade vi projektet No risk i början av 2008 för att få full kontroll på kemikalierna i produktionen. Utgångspunkten är kemikalielistan i guiden som omfattar drygt 20-talet olika kemikaliegrupper, däribland cancerogener och allergener. Fram till och med 2009 kommer vi hos samtliga våra leverantörer samla in stickprover och genomföra ett tusentals tester på oberoende laboratorier. Upptäcks det vid testerna att förbjudna eller reglerade kemikalier förekommer i plaggen får den aktuella leverantören en åtgärdsplan som sedan följs upp av oss.

Genom det här projektet kan vi kontrollera ledet bakom vår leverantör, därifrån de köper in sina tyger och kemikalier. Det här är ytterligare ett sätt för oss att följa upp att vår Test and Manufacturing Guide följs.

Nyttigt kunskapsutbyte

För att hålla oss uppdaterade inom just kemikalieområdet deltar vi i den så kallade Kemikaliegruppen som leds av Swerea IVF. Där träffas företag tillsammans med experter för att diskutera och lära sig mer om textilier och kemikalier. Senaste året har det varit mycket fokus på EU:s nya kemikalielagstiftning Reach.

Miljömärkta kläder ska öka

Vi jobbar sedan länge med miljö- och hälsomärkta kläder, men det är inte förän nu som vi börjar känna av ett större kundintresse. För att nå framgång anser vi är att dessa kläder ska ha precis samma höga modegrad som resten av vårt sortiment. Öko-Tex Standard 100, EU-blomman, Organic Cotton och Organic Linen är de märkningar som vi använder, och där utgör Öko-Tex den allra största delen. Sedan 2008 är vi själva Öko-Tex-certifierade, vilket innebär att vi får marknadsföra märkningen. I början av 2007 började vi också köpa in vår första certifierade ekologiska bomull – spårbar ända tillbaka till bonden.

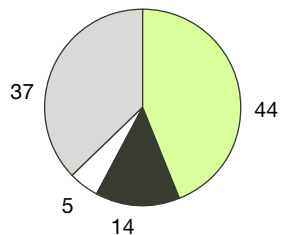
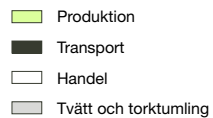
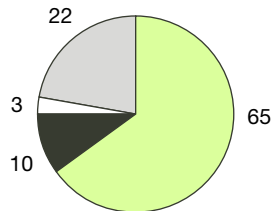
Målet för 2008 är att 6 miljoner av våra plagg ska ha någon av dessa märkningar, det vill säga 10 procent av alla KappAhl's plagg. Det är en andel som framöver ska öka. Från och med 2008 har vi kvalitetssäkrad statistik över miljö- och hälsomärkta kläder.

Tvättråd till kunderna

Vår klimatstudie av kläder visar att det även är vid skötseln av dessa som stora koldioxidutsläpp sker, runt 20–40 procent av de totala utsläppen. Läs mer under "EXEMPEL/Klimatanalys av t-shirt och byxa". Därför har vi under hösten 2008 tagit fram en skrift, Tvätta rätt!, som innehåller enkla tips som skonar såväl miljö, plagg som plånbok.

Koldioxidutsläpp under livscykeln

T-shirt – totalt 5,3 kilo koldioxid, %



Bomullsbyxa – totalt 4,8 kilo koldioxid

Hälso- och miljömärkningar

- Öko-Tex Standard 100: Ledande märket för textilier som testats för skadliga ämnen.
- EU-blomman: Europeisk miljömärkning som kontrollerar hela kedjan från råvara till avfall.
- Organic Cotton/Linen: Bomull och lin odlad utan skadliga substanser eller kemikalier.

Klimatanalys av t-shirt och byxa

Under våren 2008 lät vi genomföra en studie för att skapa oss en bättre bild av klädtillverkningens klimatpåverkan ur ett livscykelperspektiv, från garntillverkningen till dess att plagget är kasserat. Som exempel valde vi en t-shirt i bomull och ett par bomullsbyxor från vårt eget sortiment, tillverkade i Kina och konsumerade i Sverige. Resultatet blev följande: 5,3 kilo koldioxid (CO₂) för t-shirt och 4,8 kilo CO₂ för byxa. Se nedan hur koldioxidutsläppen fördelar sig under livscykeln. Med den här analysen som bas jobbar vi nu vidare med att minska vår klimatpåverkan där det ger störst effekt.

Miljön

KappAhl ska vara, och uppfattas som, ett av branschens mest miljömedvetna företag. 1999 blev vi den första modekedjan i världen som certifierades enligt miljöledningsstandarden ISO 14001. Idag omfattar miljöledningssystemet hela varuflödeskedjan: från design, tillverkning, transport till distributionscentral och ut till butik samt verksamheten vid huvudkontoret, distributionscentralen och butiksdriften i Sverige och Finland. Vår långsiktiga ambition är att hela verksamheten ska ingå i systemet.

Smidigare uppföljning

Själva miljöledningsarbetet har under de senaste åren effektiviserats i samband med att vår revisionsmetodik har förenklats och förbättrats.

Det har skett genom ett nytt system för planering och uppföljning inom säkerhet, arbetsmiljö och miljö, som kallas SAM. Flera nya interna miljörevisorer har också utbildats. En gång årligen ska alla våra chefer (på huvudkontor, distributionscentral och i butiker) tillsammans med sina medarbetare gå igenom miljödelen i SAM-pärmen för att diskutera miljöfrågorna på ett systematiskt och konstruktivt sätt. Resultatet blir en handlingsplan för det kommande året på miljöområdet för den specifika enheten, som sedan skickas vidare till närmaste chef. Vid det här tillfället fångas också medarbetare upp som behöver uppdatera sina miljökunskaper. Det gör de med hjälp av vår webbaserade utbildning Miljöjakten.



Pilotprojekt inom vattenrening

Vår största negativa miljöpåverkan är kopplad dels till garn- och tygtillverkningen genom utsläpp av kemikalier till mark och vatten, dels till varutransporterna där koldioxidutsläppen bidrar till klimatförändringar. Inom framför allt de här områdena har vi under drygt tio år kontinuerligt jobbat med att skärpa våra krav och arbetat för att minska påverkan. Vi har till exempel under 2008 genomfört ett pilotprojekt inom vattenrening hos fyra leverantörer i Bangladesh. I förlängningen ska det leda till renare vattenutsläpp hos samtliga våra leverantörer med våtprocesser.

Hårdare krav på sjötransporter

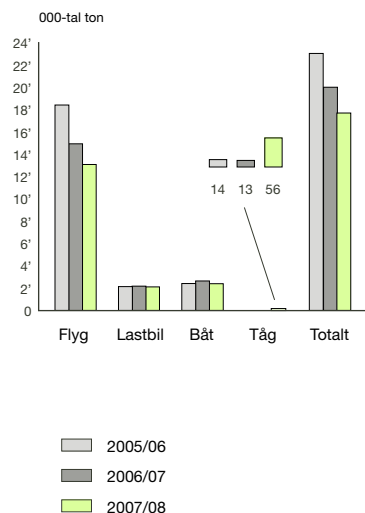
När det gäller våra varutransporter arbetar vi medvetet med att föra över så mycket gods som möjligt till mindre miljöbelastande transportmedel: från flyg till båt, från lastbil till tåg. Vi har också aktiva diskussioner med speditörer kring nya bränslen och motorer, samlastning med andra företag inom konfektionsbranschen och arbetar med effektiv ruttplanering. Dessa metoder sparar inte bara miljö, utan också pengar. I slutet av 2008 går vi med i projektet Clean Shipping, ett samarbete mellan transportköpare som syftar till att sätta press på rederierna att minska sin miljöpåverkan. Vi skärper därmed på allvar våra miljökrav på sjötransporterna, ett tidigare lite bortglömt område.

Redan idag ingår Clean Shippings krav som en del i KappAhls upphandling av varutransporter.

Totalt minskad klimatpåverkan

Under verksamhetsåret 2007/2008 uppgick koldioxidutsläppen från KappAhls totala varutransporter till 17624 ton – utsläpp som i totala siffror minskat kontinuerligt under de senaste åren trots att våra inköp har ökat. Målet för 2009/2010 är att minska dessa utsläpp med 10 procent i förhållande till företagets omsättning (basår 2005/2006).

Koldioxidutsläpp från varutransporter



Klimatkompensering av flygresor

Som första nordiska företag i branschen klimatkompenserar KappAhl för de mest frekventa resenärernas tjänsteresor med flyg, mer exakt resor för inköparna och ledningen. För resor som gjordes under verksamhetsåret 2007/2008 har KappAhl köpt klimatkompensering för drygt 200 000 kronor (motsvarande 1 000 ton koldioxid) från klimatföretaget Tricorona.

Under 2008/2009 kommer vi att fortsätta klimatkompensera för tjänsteresorna. Klimatkompenseringen sker med vindkraftsprojekt som ger el till 250 småföretag inom textilindustrin i Tamil Nadu, Indien. Projektet är ett så kallat CDM-projekt (Clean Development Mechanism) och därmed certifierat av FN under Kyotoprotokollet.

Medarbetare

KappAhl vill vara en god och attraktiv arbetsgivare för våra idag nästan 4 500 medarbetare som finns på över 300 arbetsplatser: på huvudkontor och i distributionscentral i Mölndal, i butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen samt på produktionskontor i Hong Kong, Kina, Bangladesh, Indien, Litauen, Ukraina och Turkiet.

SAM = Säkerhet Arbetsmiljö Miljö

Sedan 2006 använder vi oss av verktyget SAM, detsamma som på miljöområdet, för att planera och följa upp arbetet kring varje medarbetares situation på arbetsplatsen. Det kan gälla arbetsplatsens utformning, säkerhetsrutiner och brandskydd, samarbete, stress, kränkande särbehandling och friskvård.

En gång om året går varje arbetsgrupp igenom avsnittet säkerhet i SAM-pärmen under ett personalmöte, vid ett annat liknande möte behandlas arbetsmiljö. Genomgångarna är styrda till företagsgemensamma perioder för att få stor genomslagskraft i analys och handling. Resultatet blir en konkret handlingsplan för säkerhet respektive arbetsmiljö för både enhet och företag det kommande året.



Bredare grepp om hälsan

Minskad sjukfrånvaro har under några år varit i fokus på KappAhl. Flera insatser har resulterat i lägre frånvaro, exempelvis bättre kontakt mellan vår distributionscentral och företagshälsovården, projekt där medarbetare med akuta rygg- och nackproblem snabbt kommit till naprapat, samt fokus på friskvård och arbetsklimat. Genom konkreta åtgärder arbetar vi för att skapa hälsosamma arbetsplatser och stödja våra medarbetare att hitta en god balans mellan arbetsliv och privatliv. Med vårt motionsbidrag uppmuntrar vi till fysiska aktiviteter och bättre hälsa.

Bra mix av erfarenheter

KappAhl jobbar aktivt med rekrytering, utbildning samt karriär- och ledarutveckling. Vi är måna om att anställa rätt person till rätt arbetsplats och rätt befattning. Därför är det a och o att tidigt förmedla vår affärskultur och tydliga förväntningar. Vi ser ett värde i att internrekrytera och på huvudkontoret är var tredje tjänst tillsatt med en intern sökande – en lagom mix av gamla och nya. Årligen investerar vi i ett flertal utbildningar för att stärka våra medarbetares kompetens så att de kan växa och utvecklas. I februari 2007 ägde vår hittills största utbildningssatsning rum. Då gick alla våra säljare en endagsutbildning som präglades av nyckelorden inspiration, arbetsglädje och egen utveckling.

Sedan många år samverkar vi också aktivt med skolor och universitet, främst med koppling till handel och design, för att få nya idéer men även för att långsiktigt profilera KappAhl som en attraktiv arbetsplats.

Tydlig information

Nyckeln till engagemang, delaktighet och trygghet heter öppen och tydlig information. I vår mycket spridda organisation är bra kommunikationskanaler helt avgörande, där hör internwebben KappNet, regelbundna fysiska möten och personaltidningen Inside till de viktigare.

Nära dialog med facket

Vi har också ett öppet och nära samarbete med facket. Inom ramen för Lagen om europeiska företagsråd har vi sedan 1996 ett gemensamt årligt organiserat möte med våra fackliga representanter i Sverige, Norge och Finland, då vi kan fördjupa dialogen kring olika medarbetarfrågor. Vår verksamhet i Polen är fortfarande för liten för att kunna ingå.

Kvinnotätt i ledningen

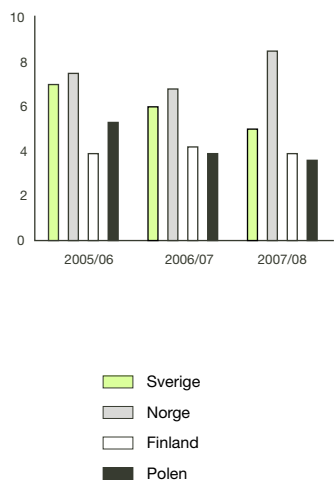
För oss är det viktigt att vara en jämlik arbetsplats med lika möjligheter och samma förutsättningar för alla medarbetare – oavsett kön, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionshinder eller sexuell läggning – så att vi blir en bra spegling av samhället och kunderna. Vår bransch är kvinnodominerad. Men att ha en bra balans mellan könen är positivt och något som vi strävar efter. KappAhl's ledningsgrupp består av fem kvinnor och tre män, styrelsen består av sex kvinnor (varav fyra är fackliga representanter) och tre män. Detta gör oss till ett av de börsbolag i Sverige som har flest kvinnor i ledningen.

Nöjda medarbetare

Varje år låter vi genomföra en personallattitydundersökning, KappAhl Attitude Survey, som omfattar alla medarbetare för att fånga upp hur de uppfattar sin arbetssituation, sin närmaste ledare, sin butik/avdelning och hela företaget.

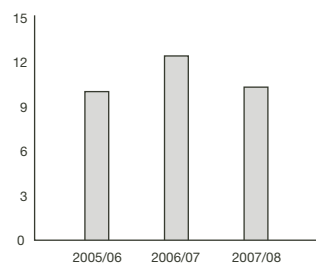
I analysen för 2008 ser det mycket bra ut för KappAhl och vi har ett högre snittresultat på samtliga dessa fyra nyckelområden vid en jämförelse med såväl branschen som näringslivet som helhet. Detta enligt Mercuri International som administrerar undersökningen. Mer än 60 procent av de anställda ser KappAhl som en framtida arbetsgivare för mer än tre år framåt och 96,4 procent kan rekommendera oss som arbetsgivare.

Sjukfrånvaro, %



Kompetensutveckling

medelantal heltidsanställda, timmar



Krav på butiksinredning

För att erbjuda en så bra arbetsmiljö som möjligt för våra medarbetare i butik, installerar vi sedan cirka fem år tillbaka endast höj- och sänkbara kassadiskar när vi bygger nytt eller bygger om våra butiker. Det finns också tillgång till en speciell matta att stå på vid kassan. Detta görs för att avlasta ryggarna. Sedan 2007 ställer vi också miljökrav på vår butiksinredning både för att minska miljöbelastningen vid tillverkningen och allergirisken för vår personal.

Samarbeten och engagemang

KappAhl ser positivt på att jobba tillsammans med andra parter: det ger mer kraft bakom åtgärderna, bättre resultat och tillgång till experthjälp.

Vid ren sponsring riktar vi in oss på långsiktiga projekt med tydliga mål inom human- och miljöområdet. Här lyfter vi upp ett antal konkreta exempel.

Business Social Compliance Initiative, BSCI

Vi har aktivt deltagit i uppbyggnaden av BSCI, som påbörjades 2002, och vi har varit medlem sedan starten 2004. Det är ett internationellt samarbete med idag över 200 deltagande företag, framför allt från textilbranschen, som vill skapa bättre arbetsförhållanden i leverantörländerna. www.bsci-eu.org

Better Cotton Initiative, BCI

Sedan 2007 sponsrar vi initiativet BCI som stärker konventionella bomullsodlare runt om i världen med utbildning och information för att åstadkomma en mer miljöanpassad bomullsodling. www.bettercotton.org

1,6 miljonerklubben

Vi är sponsorer sedan 2007 till 1,6 miljonerklubben, en organisation som vill uppmärksamma kvinnors hälsa. Genom försäljning av pins och utvalda plagg supportar vi deras kampanj Go Red inom forskning kring kvinnors hjärt-kärlsjukdomar. www.1.6miljonerklubben.com, www.goredforwomen.se

Milstolpar

1993

- Miljöarbetet startar: två arbetsgrupper får uppdraget att göra företaget mer miljöanpassat
- Lanserar första kollektionen av "ekokläder"
- Tar fram begränsningslista för miljö- och hälsofarliga ämnen i klädtillverkningen

1995

- Börjar med källsortering och ansvarsfull avfallshantering

1997

- Skriver första uppförandekoden
- Miljöutreder hela verksamheten och tillsätter miljösamordnare
- Har plagg märkta med Öko-Tex i butikerna

Barnens Rätt i Samhället, BRIS

Vi är huvudsponsorer till den ideella organisationen BRIS, som ger utsatta barn och ungdomar i Sverige råd och stöd. www.bris.se

Hungerprojektet

Sedan 2004 sponsrar vi organisationen Hungerprojektet vars mål är att minska hungern i världen genom att hjälpa utsatta människor i utvecklingsländer att själva förbättra sin situation. www.hungerprojektet.se

Transportsamarbete

Vi arbetar sedan 2007 tillsammans med Vägverket och mode- och sportföretagen RnB, Lindex, Intersport, Stadium och Team Sportia kring en gemensam plattform för miljö- och trafiksäkerhetskrav i transportupphandlingar.

Ett antal andra av KappAhls samarbeten och engagemang som kan nämnas är Initiativ för Etisk handel, Amnesty Business Group, standardiseringsgruppen SIS/TK 160 om säkerhet i barnkläder samt Transfer (som förmedlar föreläsare från näringslivet till skolan). Fler rena sponsringssamarbeten är Erikshjälpen, Majblomman och projekt i våra produktionsländer, såsom stöd till gatubarn i Bangladesh och barnhem i Litauen.

1998

- Beslutar om första miljöpolicy
- Sätter igång med regelrätta leverantörsinspektioner
- Miljöutbildar alla medarbetare

1999

- Utbildar interna miljörevisorer
- Ställer miljökrav på transportörer
- Miljöcertifierar hela varuflödeskedjan enligt ISO 14001
- Använder grön el till hela verksamheten i Sverige
- Inleder uppförandekodprojektet DressCode tillsammans med Rena Kläder och klädkedjorna H&M, Lindex och Indiska

2000

- Skänker överblivna kläder till hjälporganisationer

Kommunikation med intressenter

Vi vill ha en öppen, rak och konstruktiv dialog med våra intressenter (medarbetare, kunder, investerare, media, frivilligorganisationer med flera) kring vårt CSR-arbete. Därför uppskattar vi om du hör av dig med synpunkter på vad vi gör eller vad vi borde göra. Kontaktuppgifter finns längst bak i denna redovisning. Hör av dig!

2001

- Avtalar om tågtransporter för varudistributionen

2002

- Deltar i uppbyggnaden av Foreign Trade Associations system för uppförandekodarbete som resulterar i Business Social Compliance Initiative, BSCI
- Förbjuder användning av PVC i regn- och ytterplagg

2004

- Blir medlem i BSCI
- Har plagg märkta med EU-blomman i butikerna

2005

- Kör ut plagg med gasdriven miljöbil till butiker i Göteborgsområdet

Omdömen om oss

Här har vi bett två personer, en investerare och en revisor, väl insatta i vårt CSR-arbete kommentera det hela.

Anna Nilsson, chef för Etik- och miljöanalys på Swedbank Robur:

”KappAhl är godkänd för investering i våra etikfonder på grund av sitt leverantörskontrollarbete som inleddes för tio år sedan samt det interna miljöarbetet som är ovanligt omfattande för ett bolag i denna bransch. Vi ser fram emot en utökad redovisning av resultatet av miljöarbetet, personalarbetet samt nyckeltal kring leverantörsuppföljningsarbetet och hur väl leverantörerna efterlever uppförandekoden.”

Mikael Söld, revisionsledare på SP Certifiering:

”Miljöfrågan är en naturlig del i KappAhls verksamhet. Den finns representerad i de mest skilda områden som produkten (kläder), transporter, påverkan på leverantörer, butikens inredning, den el man köper in, kaffet man dricker, klimatneutralisering av flygresor med mera. Det sista året har miljöfrågan fått större uppmärksamhet och flera projekt har initierats inom en mängd olika områden. Vad som kan bli bättre är att föra ut detta i organisationen, framför allt till butikerna där man kan känna sig tryggare i allt som görs inom miljöområdet.”

2006

- Återanvänder plastgalgar
- Tar fram verktyget SAM för bättre styrning av säkerhets-, arbetsmiljö- och miljöarbetet

2007

- Genomför största utbildningen hittills: alla säljare går kurs i inspiration, arbetsglädje och egen utveckling
- Blir medlem i Better Cotton Initiative
- Nysatsar på kollektioner med ekologisk bomull
- Ger resepolicy tydlig miljöprofil
- Ställer miljökrav på butiksinredningen
- Strukturerar om och effektiviserar uppförandekodarbetet
- Blir godkänd som investeringsobjekt hos Swedbank Robur för samtliga deras etikfonder

Kontakta oss

KappAhl AB, Idrottsvägen 14, Box 303, SE-431 24 Mölndal, Sweden

Telefon: +46 31 771 55 00

E-post: csr@kappahl.com

www.kappahl.com

2008

- Startar projektet No risk för att få full kontroll på kemikalierna i produktionen
- Klimatkompenserar för ledningens och inköparnas tjänsteresor med flyg
- Klimatanalyserar t-shirt och byxa
- Använder grön adresserad direktreklam
- Testar som första klädkedja att ta betalt för plastpåsen i vissa butiker
- Testsäljer miljöväska framgångsrikt
- Går med i båttransportsamarbetet Clean Shipping