



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2024

for Klubben AS

*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Klubben AS oppfyller våre krav til basisnivå. Les mer om basisnivå **her**.*





FNs BÆREKRAFTSMÅL



Til lesere av rapporten

Næringslivet og offentlig sektor har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima og dyr og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål og Parisavtalens 1,5 graders mål.

Denne rapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men rapporten favner bredere med klima og miljø, sirkulærøkonomi og antikorrupsjon. Våre medlemmer er forpliktet til å jobbe med aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på arbeidet. Medlemmer i Etisk handel Norge som er på Basisnivå1 oppfyller også åpenhetslovens aktsomhetsvurderingsplikt, og delvis informasjonsplikten.

OECDs begrep Responsible Business Conduct er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. Den systematiske innsatsen virksomheter gjør for å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning, samt rette opp skade for mennesker, dyr, samfunn og miljø – kalles aktsomhetsvurderinger (due diligence). Virksomheter over en viss størrelse er gjennom åpenhetsloven pålagt å gjøre aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter. Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger også på samfunn, miljø og dyr og etterleve FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP) og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner.

Etisk handel Norges prinsipper (vår Code of Conduct) for bærekraftig forretningspraksis dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Rapporten viser åpenhet om hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger i tråd med UNGP og OECDs retningslinjer. Alle medlemsrapportene gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk handel Norges hjemmesider.

Heidi Furustøl

Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

Denne rapporten er bygget rundt FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.

Modellen har seks trinn som beskriver hvordan virksomheter kan jobbe for mer ansvarlig og bærekraftig forretningspraksis. Å være god på aktsomhetsvurderinger betyr ikke at en virksomhet ikke har negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, men heller at virksomheten er åpen og ærlig om utfordringer og håndterer dette på best mulig måte i samråd med sine interessenter. Denne rapporten er delt inn i kapitler basert på denne modellen.



Forord av daglig leder

Som en av Norges ledende leverandører av utstyr til svømme- og idrettshaller, treningsentre, skoler, barnehager, institusjoner, butikker, idrettslag og privatpersoner med datterselskaper i Sverige, Finland og Polen har vi daglig kontakt med leverandører og kunder fra hele verden. Vår aktivitet og våre handlinger påvirker på tvers av landegrenser, noe som innebærer et stort ansvar for oss.

Når man handler hos oss skal kundene kunne være trygge på at varene vi forhandler er produsert etter strenge retningslinjer som ivaretar mennesker, samfunn og miljø. Vi anser en bærekraftig forretningspraksis er en forutsetning for en bærekraftig utvikling. For å kunne forsikre oss om dette stiller vi blant annet krav til våre leverandører gjennom vår egen Code of Conduct. Denne stiller krav til leverandørene innen etiske sosiale forhold, menneskerettigheter, miljø, dyrevelferd, korrupsjon og produktsikkerhet.

FNs bærekraftsmål er en verdensomspennende handlingsplan for bærekraftig utvikling, hvor vi jobber aktivt for å påvirke på de områdene der vi kan påvirke i leverandørkjeden. Vi er medlem av Etisk handel Norge som også forplikter oss til å jobbe aktivt med aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis.

" Klubben - vi skaper aktivitet "

Erik Heggelund
Daglig leder

Styrets signatur

Flisa, 03.02.2025


Kari Heggelund
Styreleder /Eier


Erik Heggelund
Daglig leder/ Eier

Flisa
14.02.2024

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

Klubben AS

Adresse hovedkontor

Solves gate 1 - 2270 Flisa

Viktigste merker, produkter og tjenester

Våre viktigste i merkevarer i forhold til omsetning 2024 er Sport-Thime, Select, Zoggs, Speedo, Arena, Reebok, AIREX, Duraflex stupebrett, Klubben egenproduksjon.

Beskrivelse av virksomhetens struktur

Klubben AS ble startet i 1976, og er i dag en ledende leverandør av utstyr til svømme- og idrettshaller, skoler, barnehager, institusjoner, butikker, lag og foreninger. Vi er 45 ansatte på vårt hovedkontor på Flisa og har filialer i Sverige, samt datterselskap i Finland og Polen.

Vi selger utstyr til private, det offentlige, idrettslag, treningssenter og frivilligheten. Vi har blant annet produkter for fotball, håndball, svømming, bordtennis, basketball, , orientering, hjemmetrening, styrketrening, babysvømming, klatring, friidrett, turn, gymnastikk, innebandy, og bad.

Vi er også leverandør for mange svømmehaller og idrettshaller, og selger blant annet billettsystemer, garderober, stupetårn, vannleker, fotball mål, håndballmål og basketanlegg. Vi har også en prosjektavdeling som jobber med montering av utstyr til svømmehaller, samt kvalitetssikrer idrettshaller.

Totalt har Klubben AS et produktutvalg på over 30.000 produkter fordelt på de to store hovedsegmentene våre vann og land.

Vår nettbutikk er Klubben.no. Vi er også ansvarlige for logistikken for Idrettsbutikken.no, Klubbensport.se, Klubbensport.fi.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

Antall ansatte

45

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

I 2024 er det første året vi har operert fra vårt nye bygg og lager som er tilpasset oss og vår bedrift. Det har tatt en del internt fokus på å få alt på plass og i flyt, men vi trives godt og har tro på at det har vært en riktig satsning for oss.

Kollegiet sitter mer samlet, og det medfører at vi jobber tettere på tvers av avdelinger, som er en styrke både internt og ut mot kunder.

Nytt bygg har også krevd at vi setter nye rutiner som huseiere, og vi ble re-sertifisert som Miljøfyrtårn i juni 2024 da vi gikk fra leieforhold til eiere av lokaler.

Sport-Thieme, som er minoritetseier og en av våre hovedleverandører har kjøpt seg opp i bedriften, og eier nå 39% av aksjene.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Daglig leder

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

erik@klubben.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Vi har en egen innkjøpsavdeling som håndterer alt av innkjøp. Innkjøpene foretas både fra agenter/mellomledd og direkte fra produsent. Innkjøpsavdelingen består av to ansatte med relevant utdanning og kursing innen innkjøp, logistikk, bærekraft og etisk handel.

Klubben skal føre en ansvarlig innkjøpspraksis. Dette jobber vi kontinuerlig med da dette er en viktig del av vårt arbeid med å fremme en bærekraftig forretningspraksis. Vi etterstreber å tilpasse vår innkjøpsstrategi slik at den styrker, heller enn svekker, våre leverandørers evne til å oppfylle våre krav for å sikre gode forhold for mennesker, samfunn og miljø. Vi søker å etablere og har klart å etablere langsiktige samarbeidsforhold med leverandører som demonstrerer både vilje og evne til å arbeide for positiv utvikling i leverandørkjeden.

Det er et mål for oss å ha langsiktighet i relasjonen til våre leverandører. Vi har tro på at langsiktig samarbeid er en vinn-vinn for både oss og leverandøren, og at gode relasjoner gir et godt grunnlag for å ha god transparens og trygghet i vårt arbeid med etisk handel. Vi har 39 av våre leverandører i rapporteringsåret har vi handlet med i mer enn 20 år, og 160 leverandører har vi handlet med i mer enn 5 år.

Med en så omfattende og bred leverandørkjede som vi har spredt over mange land, er vi klar over at vi opererer på markeder som kan ha brudd på menneskerettigheter og hvor miljøhensyn ikke har blitt hensyntatt for å nevne noen eksempler. Vi har over mange år, hatt en bevisst tanke på at når vi skal ha leverandører, så velger vi leverandører og produsenter som er vant til å handle med det europeiske markedet, nettopp for at vi skal kunne enkelt ha rutiner som trygger både leverandører og oss i arbeidet med etisk handel og aktsomhetsvurderinger. Det vil si at leverandørene og produsentene er vant til krav om dokumentasjon og har papirene i orden og kan fremvise disse ved forespørsel. Leverandørene og produsentene treffer vi fortrinnsvis på bransjemesser og allerede der har vi en god mulighet til å screene de og få en ide og innblikk i om hvorvidt dette er en leverandør/produsent som har høy sannsynlighet for å operere med anstendige forhold.

Vår største leverandør er Sport-Thieme fra Tyskland, de er også vår hovedaksjonær med rundt 39% av aksjeandelene.

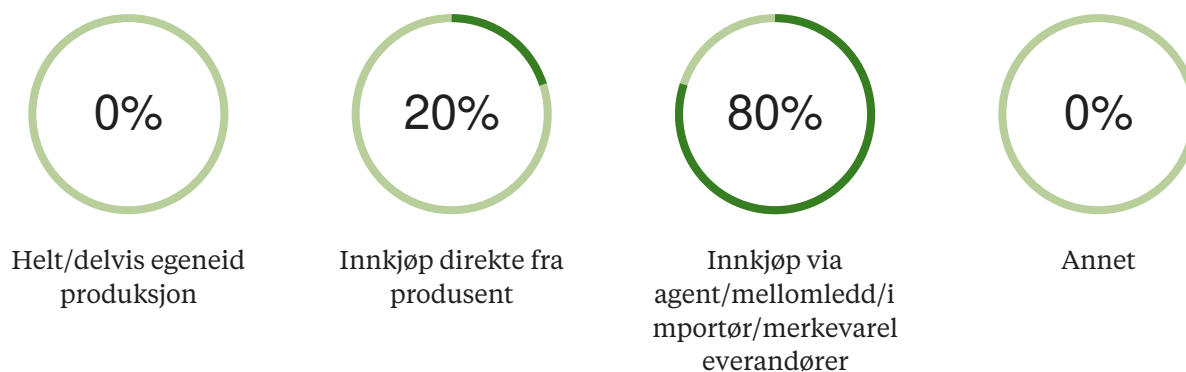
Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

218

Kommentar til antall leverandører

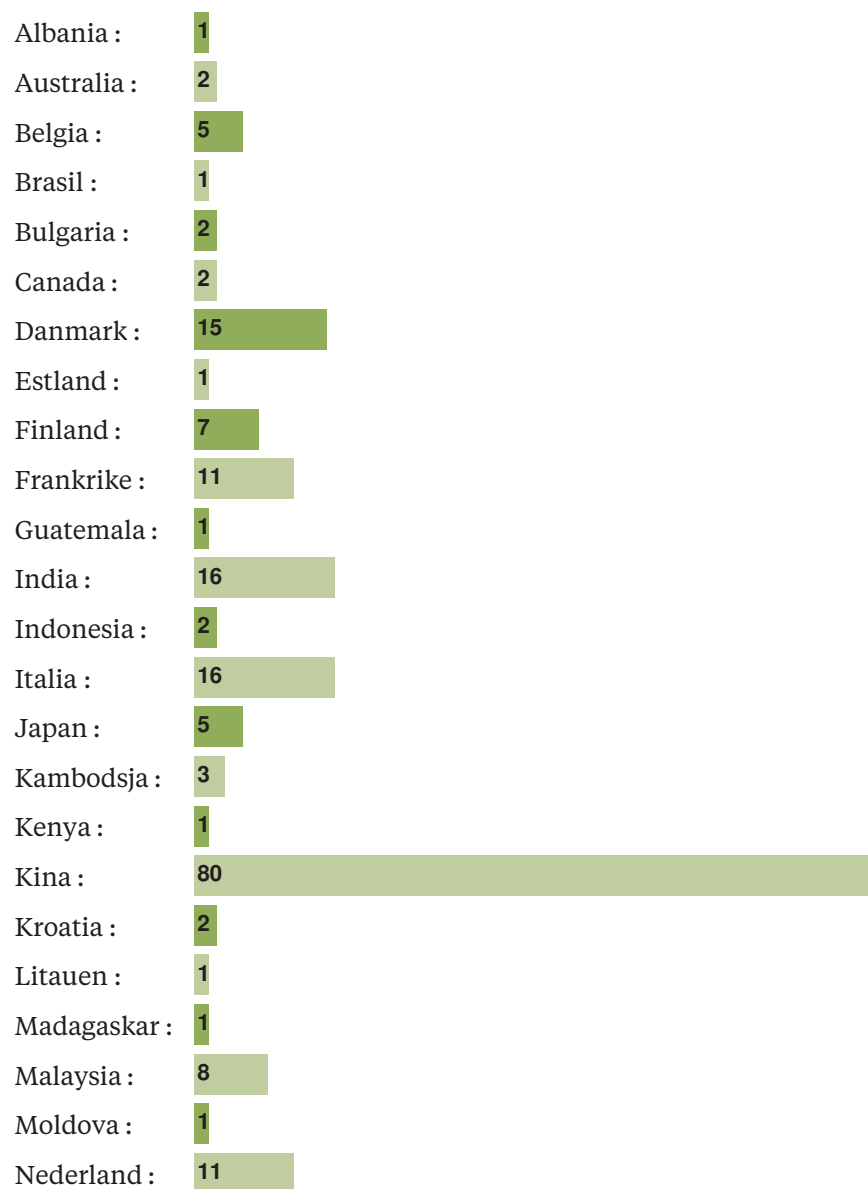
Det er veldig mange små leverandører i denne miksen.

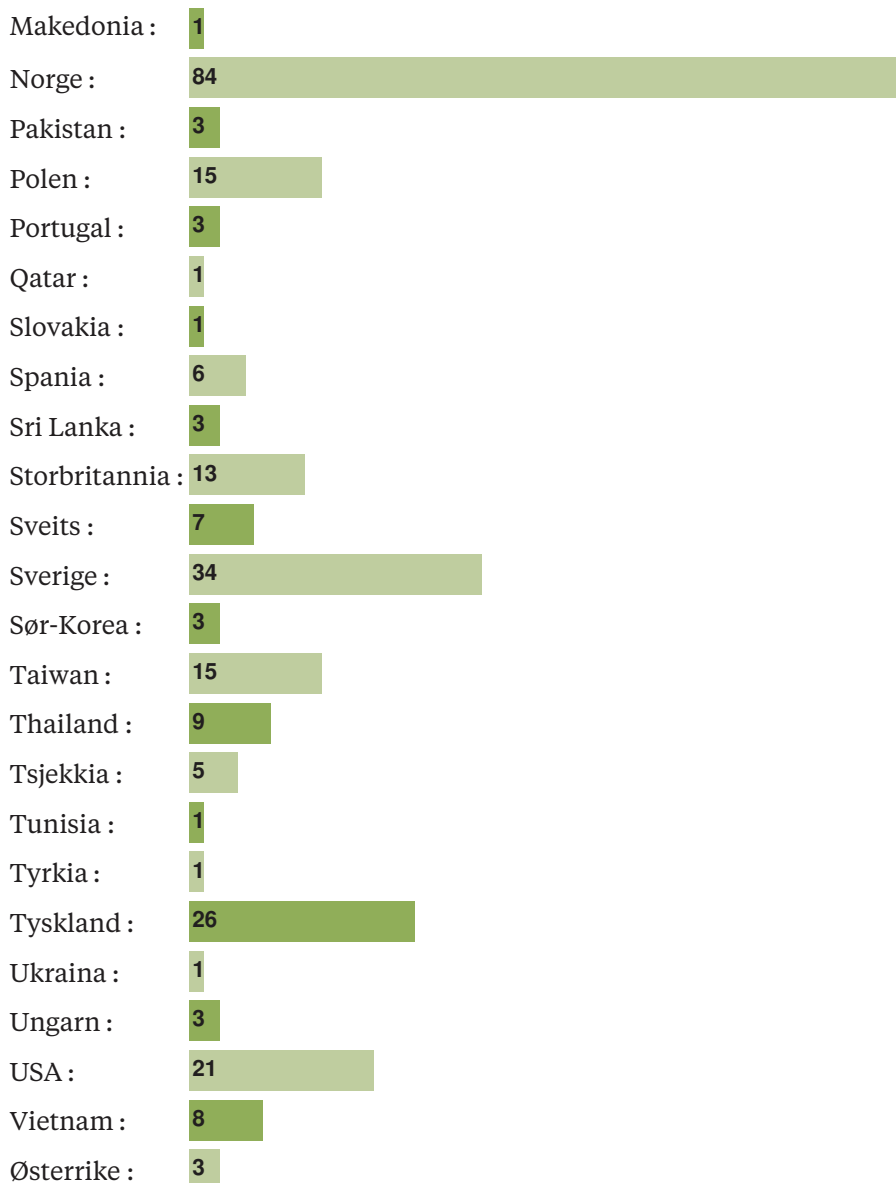
Type innkjøp/ leverandørforhold



Det er en del leverandører som både har produksjon og er grossister, så tallene blir et estimat.

Liste over førsteleddsprodusenter per land





Vi har fått utbedret rapporteringssystemet vårt på dette området fra tidligere rapporteringer. Det kan fortsatt gi et feil inntrykk, ved for eksempel at samme fabrikk kan brukes av flere leverandører, og vil da være referert til flere ganger.

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter

Antall arbeidere

430

Kommentar til antall arbeidere

90% av arbeiderne er menn, 10% er kvinner. Tallene er hentet fra BSCI auditen til vår hovedleverandør i India som har fått karakter C på BSCI audit. Vi har ikke komplett oversikt over antall arbeidere i produksjonslinjen på våre produkter. Vi har lagt til dette punktet til nytt innrapporteringsskjema til våre leverandører.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Plastikk	Kina Tsjekkia Tyskland Danmark Estland Finland Storbritannia Ungarn India Sør-Korea Litauen Malaysia Norge Sverige Thailand Taiwan USA
Treverk	Kina Tyskland Frankrike Storbritannia India Norge Polen
Polyvinylklorid	Sveits Tsjekkia Tyskland Frankrike India Norge Polen Sverige Taiwan
Polyester	Kina Kroatia Indonesia India Japan Kambodsja Madagaskar Portugal Tunisia Tyrkia Vietnam

Syntetisk lær	India Pakistan
Stål	Kina Finland Frankrike Ungarn India Norge Polen Sverige Taiwan USA
Aluminium	Østerrike Tyskland Norge Sverige
Gummi	Kina India Sri Lanka Malaysia
Skumplast	Sveits Kina Tsjekkia Frankrike Storbritannia Makedonia Norge Portugal Sverige Taiwan USA Vietnam
Silikon	Kina Malaysia
Glassfiber	Tyskland Nederland Sverige
Lær	Tyskland Polen

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Mål: Alle ansatte skal få opplæring/oppfrisking i bærekraft, anti korrupsjon og etisk handel. Vi bytter også personalhåndbok-leverandør nettopp for at vi skal kunne ha bedre tilgjengelighet på relevant informasjon til alle.

Status: Nye personalhåndbøker er publisert og har eget kapittel som om handler bærekraft og etisk handel. Alle ansatte har disse digitalt tilgjengelig. Annenhver uke har vi informasjon fra bærekraft- og etisk handel ansvarlig på felles fredagsmøte, med status på hva som er gjort på området de siste to ukene. Denne praksisen er videreført i 2024. Alle nyansatte får en grundig gjennomgang om arbeidet vi gjør på dette feltet, og det er en fast plan på opplæringsplanen vår.

2

Mål: Kategori og innkjøp får en større andel av produktene våre analysert, for å kunne identifisere risikoer i forsyningskjeden.

Status: Vi gjør en analyse av leverandørene og produktene som vi skal selge. Vi ser at det er en utfordring når det kommer spesialprodukter som kreves for å levere et anbud, fordi der setter kunden krav om hva slags produkt man skal ha (som f.eks. at det SKAL-krav i et anbud er en bandykølle på 95 cm, og vi har 96 cm i vårt standard sortiment) så kreves det at vi må raskt finne leverandører som ivaretar målene. Vi ser at det blir viktig å kommunisere med det offentlige i forkant at i en anbudssituasjon så bør man ha innenfor-rammer som SKAL krav, i dette tilfellet (95-98cm f.eks.). Det er risiko for at man da ikke får gjort grundige nok vurderinger, fordi man må hente inn nye leverandører raskt for å imøtekomme kravene som settes fra det offentlige. Vi har sjekket sporbarhet på tre produkter som var en del av et offentlig anbud, og erfarte at det ble møtt positivt av våre samarbeidspartnere.

3

Mål: Målsetning om å oppdatere ordlyden i Code of conduct årlig, og få automatisert utsending og innhenting ved bruk av digitalt verktøy.

Status: Code of Conduct ble oppdatert i juli 2024, og sendt ut digitalt til de leverandørene vi har handlet med i 2023 og 2024. Dette er et omstendelig arbeid, og vi vil oppdaterer vår Code of Conduct ved behov for endringer, eller re-sende den ved endringer i leverandørleddet. Vi har erfart at vi møter skepsis ved å sende den ut digitalt, da mange vegrer seg for å åpne eksterne linker. Vi vil fortsette dette arbeidet i 2025.

Prosessmål for kommende år

1

Hovedmål er å jobbe med en digital plattform som kan synliggjøre informasjonen vi har om våre leverandører og produsenter ut til kunde, både om Co2 avtrykk, klima, miljø, sertifiseringen osv. Dette avhenger av støtte fra Innovasjon Norge.

2

Fortsette arbeidet med å få digitalisert signeringen av våre Code of Conduct.

3

Arbeide for at SKAL-krav i offentlige anbud har en liten variabel, som kan være tilpasset flere leverandører. På den måten vil man minimere risiko ved å ta inn leverandører man ikke har så god kjennskap til, som andre faste leverandører.

4

Fortsette med å jobbe for at ansatte i Klubben AS skal øke kompetanse på bærekraft og etisk handel.

5

Vi vil følge tettere den geopolitiske situasjonen og risikovurdere landene vi importerer fra fortløpende. Vi har som strategi å ha langsiktighet i relasjonene, så vi mener ikke med det nødvendigvis at vi vil slutte å handle med forskjellige leverandører, men øke vår bevissthet på om endring av risikofaktorer og vurdere om det trengs ekstra tilrettelegging eller nye avklaringer.

6

1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av ansvarlighet knyttet til bærekraftig forretningspraksis i virksomheten handler om å ha strategier, planer, relevante policyer og retningslinjer for aktsomhetsvurderinger som er vedtatt av ledelsen. Disse bør omfatte hele virksomheten, samt virksomhetens leverandørkjede og forretningsforbindelser. Effektive styringssystemer for implementering er en forutsetning for å lykkes, og arbeidet med aktsomhetsvurderinger bør være en integrert del av virksomhetens forretningsdrift. Tydelige forventninger fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar innad i virksomheten for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer de står overfor og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy for egen virksomhet

1.A.1 Lenke til offentlig tilgjengelig policy for egen virksomhet

<https://www.klubben.no/velg-baerekraftig/code-of-conduct>

1.A.2 Hva sier virksomheten offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, dyr, samfunn og miljø?

Klubben AS erkjenner den potensielle negative påvirkningen av vår forretningspraksis på mennesker, samfunn og miljø. Vi forstår også vårt ansvar for å bidra positivt til utviklingen av vår leverandørkjede. Derfor har vi utviklet følgende prinsipper og krav for vår virksomhet:

Vi forplikter oss til grundige vurderinger av bærekraftige forretningspraksiser, inkludert identifisering og analyse av risikoen for negativ innvirkning på mennesker, samfunn og miljø forårsaket av våre egne aktiviteter. Vi vil aktivt stoppe, forebygge og redusere slik negativ påvirkning. Effekten av våre tiltak vil kontinuerlig overvåkes, vurderes og kommuniseres til berørte parter.

Hvis våre aktiviteter bidrar til eller forårsaker negativ innvirkning på mennesker, samfunn eller miljø, vil vi umiddelbart avslutte disse aktivitetene og søke å gjenopprette eventuelle skader. Hvis en leverandør er ansvarlig for den negative påvirkningen eller skaden, forventer vi at de tar ansvar for gjenopprettningstiltakene.

Vi vil føre en ansvarlig innkjøpspraksis, kontinuerlig arbeide med å styrke vårt arbeid for en bærekraftig forretningspraksis. Vi vil tilpasse vår innkjøpsstrategi for å styrke våre leverandørers evne til å oppfylle våre krav for å sikre gode forhold for mennesker, samfunn og miljø. Vi søker å etablere langsiktige samarbeidsforhold med leverandører som viser vilje og evne til å arbeide for positiv utvikling i leverandørkjeden.

Fri fagorganisering og representasjon for arbeidstakere er prinsipper som Klubben oppmuntrer og støtter. Vi forplikter oss til å involvere arbeidstakerrepresentanter og andre relevante interessenter i vårt arbeid for å fremme bærekraftig forretningspraksis.

Gjennom dialog med våre leverandører vil vi vurdere å tilby relevant opplæring eller ressurser for å styrke deres evne til å etterleve våre standarder for forhold i leverandørkjeden. Dette danner grunnlaget for et konstruktivt samarbeid med leverandører som aktivt arbeider for positiv utvikling av mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden.

1.A.3 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

Erik Heggelund eier og daglig leder har det overordne ansvaret for arbeidet.

Kari Heggelund er eier og styreleder, og jobber til daglig i Klubben AS som bærekraftsansvarlig.

Hege Timland-Rismoen er avdelingsleder på kategori og det daglige ansvaret for kontakt med leverandører og innkjøp.

Vi begynte arbeidet med Etisk Handel i 2011 da vi ble medlemmer. Vi satte raskt opp våre etiske retningslinjer som også danner grunnlaget for vår Code of Conduct. Målet er at både vår policy, code of conduct og etiske retningslinjer skal være oppdatert utfra hvordan markedet endrer seg slik at vi kan få med nye og aktuelle punkter.

Selv om hverdagen fanger, så jobbes det jevnt og trutt med å forbedre og sette nye rutiner rundt jobben med etisk handel og FN's bærekraftsmål. Vår CoC ble vedtatt av styret i 2012, og den har blitt oppdatert flere ganger. Siste oppdatering var sommeren 2024. Da ble vår CoC oppdatert med levelønn, dyrevelferd og klima. Vi startet da også digitalisering av underskriftene fra våre leverandører.

Den siste tiden har vi jobbet enda mer med å få policy til å bli en enda mer naturlig del av hverdagen. Det jobbes kontinuerlig på produktnivå med merking av produkter, opprinnelsesland etc. Vi har blitt bedre på å systematisere informasjonen vår, selv om det er stort volum. Nytt skjema er utarbeidet for utfyllelse for leverandører som gir mer utfyllende informasjonen om våre leverandører.

Opprinnelig så hadde vi en plan på hvordan bærekraft skal jobbes med på de forskjellige avdelingene ut i fra utvalgte fokusområder. Planen foreligger fortsatt, men vi erfarer at hvor vi er nå, så vi har mye å hente på bare dokumentere og systematisere arbeidet vi allerede gjør. Så nå jobber vi mest case-basert på tvers av avdelinger, og hvor arbeidet følges opp annenhver uke i fellesmøter. Eksempler på dette er ved oppstart i en anbudskonkurranse så samles vi på tvers av avdelinger for å kartlegge og diskutere etisk handel og miljø, ved innkjøp av ny varebil, så samles vi på tvers av avdelinger for å diskutere ny arbeidsmetodikk ved innkjøp av elektrisk varebil sett opp mot vår policy på bærekraft. Også før ansatte skal møte leverandører, så har vi møte i forkant hvor vi går igjennom status på den leverandører, hvilke land varene produseres i og risikofaktorer i produksjonslandene. Dette er bare noen eksempler på hvordan dette arbeidet gjøres i organisasjonen. Ved å gå igjennom eksempler og erfaringer på dette annenhver uke på fellesmøter med alle ansatte, så mener vi at akkurat nå så er det den beste strategien for å få alle involvert, fordi vi endrer dette fra å oppleves teoretisk til veldig praktisk og relevant.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i virksomheten, forankret i interne retningslinjer og rutiner?

Eier og daglig leder har det overordnede ansvaret for arbeidet med menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold.

For å forsterke dette arbeidet har vi nå en ansatt med dedikert ansvar for etisk handel og bærekraft arbeidet i vår bedrift. Alle i bedriften har fortsatt ansvar for å følge de policyer som er satt, men det var behov for en ressurs for å samle, koordinere og sikre utvikling i arbeidet som gjøres. Dette arbeidet ble en del av stillingen som heter "Bærekraftansvarlig" i organisasjonskartet. En av oppgavene som ble prioritert opp var å oppdatere Code of Conduct, og sende den ut til alle leverandører digitalt. For vår bedrift er dette et omfattende arbeid, da vi har mange leverandører. Vi erfarte også at det var bare delvis vellykket å sende ut denne med digital signering, da mange kvier seg for å åpne eksterne linker og for flere så ble e-posten stoppet av spamfilter og/eller ble kategorisert som søppelpost. Det jobbes kontinuerlig med dette videre. Det har også vært tettere dialog med Etisk handel Norge gjennom dette året, hvor vi har mottatt god veiledning og hjelp til å prioritere arbeidet. Vi mener at å synliggjøre informasjonen vi har på de forskjellige leverandørene vil være viktig i fremtiden, for at kunden skal kunne ta mer bevisste valg på produktene de velger. Derfor har vi også brukt mye tid på å se på forskjellige muligheter for dette. Vi har skissert opp et prosjekt som ble avslått av Innlandet fylkeskommune, fordi klima-aspektet ikke var løftet høyt nok, og deres kriterier berammer ikke etisk handel slik det foreligger nå. Vi er i videre dialog med Innovasjon Norge, og Klosser innovasjon for å se på mulighetene for å få realisert dette.

Kategoriavdelingen og innkjøpsavdelingen gjør fortsatt et betydelig arbeid på dette området, da det er de som er i direkte kontakt med leverandører og gjør vurderinger på hvilke produkter vi skal ha i sortimentet. De har oppdatert det nye informasjonsskjema som leverandører skal fylle ut før vi inngår avtale sammen med signering av Code of Conduct.

Det jobbes jevnlig med å forbedre og sette nye rutiner rundt jobben med etisk handel og FN's bærekraftsmål.

Klubben AS oppdaterte vår Code of Conduct (CoC) i 2024. På lik linje med den opprinnelige versjonen fra 2012, så ble den nye også forankret i styret. Den nye CoC oppdatert med levelønn, dyrevelferd og klima.

Vi har en egen personalhåndbok digitalt tilgjengelig for alle ansatte, som beskriver internpolicy for ansatte på miljø, bærekraft, korrupsjon, fagorganisasjon og arbeidstagerettigheter. Her ligger også alle relevante dokumenter om etisk handel og Miljøfyrtårn.

Vi har også styremedlemmer med fagkunnskaper innen bærekraft og miljøarbeid og som har tatt kurs gjennom Etisk Handel. Den siste tiden har vi jobbet enda mer med å få policyen til å bli en enda mer naturlig del av hverdagen, slik at alle avdelinger skal kunne ha et større fokus på bærekraft der hvor dette er naturlig. Det jobbes mye på produktnivå med merking av produkter, opprinnelsesland etc.

Hoveddelen av arbeidet med Etisk handel gjøres som nevnt hos innkjøp og kategoriavdelingen, men de andre teamlederne på de andre avdelingene har også en viktig rolle i å integrere våre etiske retningslinjer og aktsomhetsvurderinger i sine arbeidsområder. Det er et ønske og et mål at dette arbeidet skal få større fokus i ledermøter fremover. Men vi har jo satt opp en 4 års bærekraftsplan og ut fra denne så har de andre teamlederne foreløpig jobbet og har som mål å fortsette å jobbe med våre retningslinjer samt aktsomhetsvurderinger på litt ulike måter, beskrevet avdelingsvis:

Markedsføring (E-commerce)

Forankring: Bærekraft integreres naturlig i all kommunikasjon på nettbutikker og digitale plattformer, med særlig vekt på markedsføring av bærekraftige produkter.

Aktsomhetsvurderinger: Aktiv innsats for å unngå grønnvasking gjennom etterlevelse av Forbrukertilsynets retningslinjer for bærekraftskommunikasjon. All markedsføring kontrolleres jevnlig mot

Grønnvaskingskompasset for å sikre åpenhet og troverdighet. Miljø-fanen på nettsiden skal ha oppdatert informasjon.

Økonomi

Forankring: Identifiserer og implementerer kostnadseffektive bærekraftstiltak, og synliggjør de økonomiske gevinstene av disse.

Aktsomhetsvurderinger: Vurderer bærekraftsinitiativer ut fra økonomisk levedyktighet for å sikre at de støtter både klubbens økonomi og bærekraftsmål.

Salg

Forankring: Fremmer bærekraftige produkter og tjenester gjennom salgsarbeidet, inkludert opplæring av ansatte i produktenes miljøfordeler.

Aktsomhetsvurderinger: Produkter vurderes for bærekraftige egenskaper i salgsprosessen for å sikre ansvarlig forbruk. Salgsarbeidet har også tydelig bevissthet rundt risiko for grønnvasking. Øke fokus på reparasjonsmuligheter, reservedeler og ombruk av produkter.

Kundesenter

Forankring: Tilbyr effektiv kundeservice med fokus på å fremheve bærekraftige tjenester, som for eksempel samlet levering.

Aktsomhetsvurderinger: Kunder informeres aktivt om bærekraftige alternativer, som reparasjonsmuligheter, tilgang på reservedeler og ombruk av produkter, noe som bidrar til økt forbrukerbevissthet og mer ansvarlige valg.

Lager og logistikk

Forankring: Logistikkprosesser optimaliseres for å redusere karbonavtrykk, redusere emballasje, kildesortere og implementere miljøvennlige løsninger.

Aktsomhetsvurderinger: Drift og prosesser evalueres kontinuerlig for å redusere miljøpåvirkning og styrke en bærekraftig forsyningskjede. Sorteringsgrad rapporteres årlig. Årvåkenhet på på endring av emballasje fra leverandører, f.eks. ved økt bruk av plastikk.

Kategori og innkjøp

Forankring: Leverandørvalg baseres på bærekraft og samfunnsansvar (CSR), og det utvikles tydelige kriterier for ansvarlige innkjøp. Alle leverandører forpliktet til vår Code of Conduct.

Aktsomhetsvurderinger: Gjennomfører jevnlig vurderinger av leverandører for å sikre etiske og miljømessige standarder, og arbeider kontinuerlig for forbedringer i leverandørkjeden.

Eksempler på arbeidet blitt løftet frem på fellesmøter, slik at alle kan bli kjent med arbeidet som gjøres på tvers av avdelingene.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse (eller lignende), arbeidsoppgaver og insentivordninger?

Dette er slik det har vært og som det jobbes pr i dag:

Vi har våre etiske retningslinjer samt en personalhåndbok som alle nyansatte får en innføring i. Dette er levende dokument som revideres jevnlig, særlig når lover er i endring og det tilkommer nye punkter. Det at alle også er med på å jobbe ut avdelingsvise planer, sikrer god forankring og gjennomføring i organisasjonen.

Alle dokumenter som omhandler etisk handel arbeidet ligger også tilgjengelig i personalhåndboken vår under eget kapittel, slik at vi har full transparens og lett tilgjengelighet.

Alle ansatte i Klubben blir annenhver uke informert om jobben som gjøres med etisk handel og FN's bærekraftsmål. Når noen av våre ansatte skal i møte med en av våre leverandører skal CoC og bærekraft være en del av agendaen. Vi oppfordrer våre ansatte i Klubben å delta på relevante kurs hos Etisk Handel og andre relevante kurs. Blant annet har innkjøpsavdelingen og lager/logistikk personale tatt kurset "innkjøp, digitalisering og bærekraft" ved Innlandet fagskole. Tre ansatte deltok på årsmøtet i Etisk handel Norge, både for inspirasjon og faglig input.

Klubben AS forplikter seg til å jobbe med menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold ved å følge opp våre medlemskap i IEH, Miljøfyrtårn og ved å forplikte seg hos SBTi. Vi har hatt avdelingsmøter, hvor alle avdelinger har gjort en SWOT-analyse, og kommet frem til felles strategiplan, hvor bærekraft er ett av hovedmålene.

Klubben AS kommer til å kommunisere på webshopen vår det arbeidet vi nå legger ned med både etisk handel og SBTi. Det videre arbeidet med SBTi er lagt litt på hold da vi jobber med alternative digitale løsninger som vil kunne synliggjøre dataene vi har på etisk handel og bærekraft.

I løpet av de neste 4 årene, var målet å knytte rutinene for hver enkelt avdeling tydeligere til våre

aktsomhetsvurderinger ved å oppdatere alle stillingsbeskrivelser for å inkludere ansvar og forventninger relatert til etisk handel og bærekraftige praksiser. Målet om å forsterke rutinene på de enkelte avdelingene består, men vi har valgt å ikke lage nye arbeidsbeskrivelser til alle. Vi har istedenfor laget et punkt om kravene vi stiller med etisk handel og bærekraftsarbeidet inn som en del av arbeidsavtalen som ansatte signerer på ved oppstart. I arbeidsavtalen ligger også påloggingsinformasjon til personalhåndboken hvor informasjonen er tilgjengelig. Dette sikrer at hver ansatt fra dag én er klar over sitt ansvar for å opprettholde og fremme virksomhetens forpliktelser til disse områdene.

Vi etterstreber å få på plass at spesifikke arbeidsoppgaver knyttes til aktsomhetsvurderinger og at de integreres i den daglige driften av hver avdeling. For eksempel, innkjøpsavdelingen skal systematisk vurdere nye og eksisterende leverandører mot virksomhetens CoC, mens salgsavdelingen aktivt informerer kunder om produktets bærekraftige attributter og opprinnelse. Vi har også løftet opp fokus på ombruk, reparasjon av produkter, reservedeler til produkter og alternativ bruk av produktene vi har.

Rutiner koblet til aktsomhetsvurderingene (også nevnt under 1B1):

Markedsføring (E-commerce)

Forankring: Bærekraft integreres naturlig i all kommunikasjon på nettbutikker og digitale plattformer, med særlig vekt på markedsføring av bærekraftige produkter.

Aktsomhetsvurderinger: Aktiv innsats for å unngå grønnvasking gjennom etterlevelse av Forbrukertilsynets retningslinjer for bærekraftskommunikasjon. All markedsføring kontrolleres jevnlig mot Grønnvaskingskompasset for å sikre åpenhet og troverdighet. Miljø-fanen på nettsiden skal ha oppdatert informasjon.

Økonomi

Forankring: Identifiserer og implementerer kostnadseffektive bærekraftstiltak, og synliggjør de økonomiske gevinstene av disse.

Aktsomhetsvurderinger: Vurderer bærekraftsinitiativer ut fra økonomisk levedyktighet for å sikre at de støtter både klubbens økonomi og bærekraftsmål.

Salg

Forankring: Fremmer bærekraftige produkter og tjenester gjennom salgsarbeidet, inkludert opplæring av ansatte i produktenes miljøfordeler.

Aktsomhetsvurderinger: Produkter vurderes for bærekraftige egenskaper i salgsprosessen for å sikre ansvarlig forbruk. Salgsarbeidet har også tydelig bevissthet rundt risiko for grønnvasking. Øke fokus på reparasjonsmuligheter, reservedeler og ombruk av produkter.

Kundesenter

Forankring: Tilbyr effektiv kundeservice med fokus på å fremheve bærekraftige tjenester, som for eksempel samlet levering.

Aktsomhetsvurderinger: Kunder informeres aktivt om bærekraftige alternativer, som reparasjonsmuligheter, tilgang på reservedeler og ombruk av produkter, noe som bidrar til økt forbrukerbevissthet og mer ansvarlige valg.

Lager og logistikk

Forankring: Logistikkprosesser optimaliseres for å redusere karbonavtrykk, redusere emballasje, kildesortere og implementere miljøvennlige løsninger.

Aktsomhetsvurderinger: Drift og prosesser evalueres kontinuerlig for å redusere miljøpåvirkning og styrke en bærekraftig forsyningskjede. Sorteringsgrad rapporteres årlig. Årvåkenhet på på endring av emballasje fra leverandører, f.eks. ved økt bruk av plastikk.

Kategori og innkjøp

Forankring: Leverandørvalg baseres på bærekraft og samfunnsansvar (CSR), og det utvikles tydelige kriterier for ansvarlige innkjøp. Alle leverandører forpliktet til vår Code of Conduct.

Aktsomhetsvurderinger: Gjennomfører jevnlig vurderinger av leverandører for å sikre etiske og miljømessige standarder, og arbeider kontinuerlig for forbedringer i leverandørkjeden.

1.B.3 Hvordan sikres det at relevante ansatte har tilstrekkelig kompetanse til å gjennomføre arbeidet med aktsomhetsvurderinger?

Ansatte i Klubben oppfordres til å delta på kurs hos Etisk Handel og andre relevante kurs på feltet. Tematikken er aktuell som tema på en rekke kurs og konferanser, og på forskjellige felt vi jobber med.

Vi deltar også på webinarer og leser/følger fagartikler samt veiledninger fra blant annet forbrukertilsynet og andre som har relevante opplysninger.

1.C. Planer og ressurser

1.C.1 Hvordan er virksomhetens forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn, dyr og miljø forankret i strategier og handlingsplaner?

Klubben AS forplikter seg til å jobbe med dette ved å følge opp våre medlemskap i Etisk handel Norge og Miljøfyrtårn.

Vi har hatt avdelingsmøter, hvor alle avdelinger har gjort en SWOT-analyse, og kommet frem til felles strategiplan, hvor bærekraft er ett av hovedmålene. Avdelingene har også egne bærekraftsplaner som bygger under den felles strategiplanen.

Vi har en god side på våre nettsider som samler opp informasjon om vårt arbeid innen miljø, etisk handel og bærekraft. Her legges blant annet alle rapporteringer som vi gjør ut for allmennheten.

Som Miljøfyrtårn så rapporterer vi årlig på vårt energiforbruk, drivstofforbruk, flyreiser, avfall med mere. Dette gir oss innsikt i bedriftens årlige Co2 avtrykk, og gir oss målbarhet i arbeidet som gjøres. Vi har nylig flyttet bedriften til nytt bygg, og dette er en utfordring i forhold til at vi ikke har historisk erfaring med tallgrunnlaget pr nå. Så vi avventer til vi får et vurderingsgrunnlag før vi gjør vurderinger om vi f.eks. skal investere i solceller på tak av lagerbygg. Vi har valgt å bygge et tak som er tilrettelagt for en slik investering.

Vi har årlige strategimøter for å kunne ha en rød tråd gjennom vår 5 årige plan for vekst, samtidig som vi tar pulsen på mer kortsiktige strategier og planer.

1.C.2 Hvordan følges strategier og planer for bærekraftig forretningspraksis opp av ledelse og styre?

Styreleder har sitt daglige virke som bærekraftsansvarlig hos Klubben AS. Styreleder rapporterer til styret om arbeidet som gjøres på hvert styremøte. Styret er innforståtte med og støtter jobben som blir gjort og skal gjøres fremover. Hver teamleder på hver avdeling har et overordnet ansvar for bærekraft og miljø, samt å få dette inn i avdelingens relevante planer og inn i avdelingens daglige arbeid. Vi vil i 2025 arbeide for at vi oppgraderer planverket for bedriften på dette området, og at vi tydeliggjør skillet mellom handlingsplan og strategien vår.

1.D Partnerskap og samarbeid med leverandører og forretningsforbindelser

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av bærekraftig forretningspraksis i møte med leverandører og forretningsforbindelser?

I hovedsak faller dette på vår Code of Conduct. Vår Code of Conduct sendes ut til alle leverandører. Denne inneholder spørsmål som leverandøren må kunne dokumentere hvordan de selv og eventuelt underleverandører arbeider for å etterleve retningslinjene. Dette kan gjøres ved oppfølgingssamtaler med Klubben AS eller kartlegging av arbeidsforholdene på produksjonssted. Dersom Klubben AS ønsker å kartlegge underleverandører med hensyn til etterlevelse av retningslinjene for etisk handel, plikter leverandøren å tillate en slik kartlegging og oppgi navn og kontaktopplysninger på disse.

I 2024 har vi oppdatert vår Code of Conduct, og sendt denne ut til alle leverandører på nytt. Det har vært mer omfattende arbeid enn forventet. Vi valgte å gå for en digital løsning hvor leverandøren kunne signere digitalt, men det viste seg raskt at det var vanskelig å vite om leverandøren mottok e-posten med informasjon. Mange er skeptiske til å åpne eksterne e-poster, og i flere tilfeller ble e-posten stoppet av spamfilter eller brannmur. I tillegg valgte flere å printe Code of Conduct og sende en skannet versjon tilbake, som uansett gjorde at vi fikk både et digitalt med også et manuelt system. For å jobbe mer strukturert og prioritere dette, så ser vi på løsninger på hvordan vi kan registrere hvem som har signert den nye Code of Conduct i ERP systemet vårt, slik at vi kan lettere å prioritere aktive leverandører.

Ved brudd på de etiske retningslinjene, skal leverandøren i samarbeid med Klubben AS lage en plan for utbedring av manglene. Utbedring skal skje innen rimelig tid. Heving av kontrakt vil kun forekomme dersom leverandør, etter gjentagende henvendelser, ikke viser vilje til å rette opp i forholdene. Våre leverandører skal ha et velfungerende system for håndtering av klager knyttet til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø og korrupsjon. Leverandøren skal sørge for at slike klager kan fremsettes av arbeidere og eksterne parter så som lokalsamfunn og sivilsamfunnsorganisasjoner. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er også leverandøren ansvarlig for gjenoppretting.

Vi understreker viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i leverandørkjeden ved i våre dialoger med våre forretningspartnere. Våre leverandører må besvare CoC skjemaet hvor vi innhenter grunnleggende informasjon om deres bedrift. I tillegg må leverandøren svare på konkrete spørsmål rundt drift, sertifikater og sosiale forhold i deres virksomhet. Bærekraft er tema på alle møter vi har med våre leverandører, særlig fokus på emballasje, frakt, levetid på produktet og resirkulerte materialer.

I arbeidet med bærekraftig forretningspraksis har vi sett på rutiner for å ha kontroll på dialogen vi har våre leverandører. I 2024 har vi brukt 218 leverandører, og vi har dialog med alle enten ved møte, telefon, og/eller epost. Mye av informasjon vedrørende sertifiseringer, datablad med informasjon om hva produktet inneholder, fagforeninger, bærekraft og Code of Conduct blir lagret i eposter og et filarkiv på produsenten. Etter en oppdatering av Code of Conduct i 2024, så har vi startet å digitalisere Code of Conduct signaturprosessen. Dette har vært mer tidkrevende enn antatt, og vi opplever at noen fortsatt vil signere pdf og scanne tilbake igjen, istedenfor å åpne eksterne linker. I praksis betyr det at vi har noen signerte digitalt, og andre som oppbevares i mapper vi har på leverandørene. Arbeidet vil fortsette i 2025.

Vi har hatt en bevisst tanke på at når vi skal ha leverandører, så velger vi konsekvent leverandører og produsenter som er vant til å handle med det Europeiske og Amerikanske markedet. Det vil si at leverandørene og produsentene er vant til krav om dokumentasjon og har papirene i orden og kan fremvise disse ved forespørsel. Leverandørene og produsentene treffer vi fortrinnsvis på bransjemesser og allerede der har vi en god mulighet til å screene de og få en ide og innblikk i om hvorvidt dette er en leverandør/produsent som har høy sannsynlighet for å operere med anstendige forhold.

Bærekraft er tema på alle møter vi har med våre leverandører, særlig fokus på emballasje, frakt, levetid på produktet, reservedeler og resirkulerte materialer.

Oversikt over vår Code of Conduct på nettsiden finner dere her:
<https://www.klubben.no/velg-bærekraftig/code-of-conduct>

Vår innkjøpsmodell:

Innkjøpsprosessen hos Klubben følger en strukturert tilnærming for å sikre at alle produkter som tas inn i

sortimentet oppfyller nødvendige standarder for kvalitet, sikkerhet, og etiske krav. Her er en steg-for-steg gjennomgang:

Vurdering av leverandør og produkt: Først vurderes det om produktet leveres av en eksisterende leverandør som allerede har undertegnet Klubbens Code of Conduct (CoC) og har de nødvendige sertifikater. Dersom dette er tilfelle, kan produktet vurderes for inkludering i sortimentet.

Ny leverandør: Hvis produktet kommer fra en ny leverandør, må det først sikres at leverandøren kan stå inne for Klubbens CoC. Det kreves også dokumentasjon på relevante sertifikater sammen med en signert CoC.

Kritisk vurdering av produktets nødvendighet: Det stilles spørsmål ved om produktet er kritisk viktig for sortimentet. Hvis produktet ikke er kritisk viktig og ikke oppfyller de etiske eller kvalitative kravene, skal det ikke tas inn i sortimentet.

Produktanalyse: For produkter som vurderes som nødvendige, må det innhentes prøver av produktet for analyse. Dette sikrer at produktet oppfyller gjeldende regelverk, som REACH-regelverket i Norge og Europa.

Godkjenning etter analyse: Hvis analysen godkjenner produktet for salg, må bærekraftansvarlig og kategoriansvarlig kontakte leverandøren for en gjennomgang av CoC og utføre en risikovurdering.

Endelig godkjenning og innkjøp: Basert på de foregående vurderingene og analysene, og etter nødvendig dialog og tilpasning med leverandøren, kan produktet til slutt tas inn i sortimentet hvis det oppfyller alle krav og standarder.

Denne prosessen er designet for å bedre kunne sikre ansvarlighet og kvalitet i alle ledd, fra leverandør til det endelige produktet som tilbys kundene.

I Klubben AS har vi ansvar for alle produkter vi tilbyr våre kunder, dette innebærer produksjonsforhold, produktinnhold og kundeforhold.

1.E Erfaringer og endringer

1.E.1 Hvilke erfaringer har virksomheten gjort seg om arbeidet med bærekraftig forretningspraksis i rapporteringsåret, og hva har endret seg som et resultat av dette?

Vi har de siste årene jobbet med rutinene for rapportere dialog og kunnskap vi har på våre leverandører. Ved oppdatering av Code of Conduct i 2024, så har vi digitalisert prosessen med signering av Code of Conduct. Dette har vist seg mer tidkrevende og ikke så optimalt som vi hadde ønsket.

Leverandører er skeptiske til å åpne eksterne linker, og det har vist seg tidkrevende for begge parter, og i flere tilfeller så ønsker leverandøren å signere på pdf og scanne tilbake igjen. Det gjør at vi får parallelle systemer, som vi må jobbe ut i fra, så vi jobber fortsatt for å optimalisere dette oppsettet. En erfaring vi tar med oss fra dette er at vi ikke kommer til å innhente Code of Conduct hvert år, men gjøre denne jobben når det er behov for å oppdatere Code of Conduct med nye punkter.

Vi ser også at vi må bli bedre på å systematisere innhenting av mer informasjon fra leverandørene, som sertifikater og annen informasjon som er både relevant for kunden å vite for å kunne gjøre bærekraftige valg for sitt behov, for oss å få målbarhet på arbeidet vi gjør, og for å skape merverdi for leverandørene ved at vi kan promotere bærekraftige leverandører i større grad. Dette er et omfattende prosjekt som vil prioriteres videre fremover.

En konsekvens av dette er at vi tar med oss kunnskapen vi har opparbeidet oss på Science Based targets initiativ videre inn i dette arbeidet.

Vi ser også at vi gjør mange tiltak fortløpende på de forskjellige avdelingene, og at det ligger som en naturlig del av arbeidet som gjøres. Det er veldig bra, men vi er for dårlige til å dokumentere det og registrere det. Dette vil også være viktig arbeid videre.



2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning/ skade, på mennesker, dyr, samfunn og miljø, inkludert i leverandørkjeden og gjennom forretningsforbindelser. Det handler om å først danne seg et overordnet risikobilde, for så å prioritere mest vesentlige risikoområder for grundigere kartlegging og håndtering av funn. Hvordan virksomheten er involvert i eventuell negativ påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø, er sentralt for å avgjøre riktig respons og tiltak. Involvering av interessenter, spesielt påvirkede parter, er sentralt i kartleggingsarbeidet, så vel som i tiltak for å håndtere utfordringene på en god måte.

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, DYR, SAMFUNN OG MILJØ

Å prioritere en eller flere risikoområder på bakgrunn av alvorlighetsgrad, betyr ikke at noen risiko er viktigere enn andre, eller at virksomheter ikke gjør noen med annen risiko, men at det som har størst negativ påvirkning prioriteres først. Kartlegging og prioritering er en kontinuerlig prosess.

2.A.1 List opp prioritert risiko for potensiell og/ eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Prioritert risiko	Relatert tema	Geografi
Emballasje på våre produkter.	Miljø Utslipp Materialbruk	Kina Tyskland India Polen
Frakt til vårt lager, velge containerfrakt over flyfrakt.	Miljø Utslipp Drivhusgasser	Kina India
Gode arbeidsforhold hos våre produsenter - Følge ILO konvensjonen	Tvangsarbeid Fagorganisering og kollektive forhandlinger Barnearbeid Helse, miljø og sikkerhet Lønn Arbeidstid Regulære ansettelses	Kina India Sri Lanka Malaysia Polen Taiwan
Ta hensyn til helligdager som Kinesisk nyttår og Diwali	Arbeidstid Tvangsarbeid	Kina Malaysia Thailand Taiwan Vietnam India

Geografiske områder kan være flere enn de som er nevnt over, men dette er de områdene som er høyest prioritert.

BEGRUNNELSE FOR HVORFOR DISSE UTFORDRINGENE ER PRIORITERT SOM MEST VESENTLIGE FOR MENNESKER, DYR, SAMFUNN OG MILJØ

2.A.2 Beskriv: a) virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og hvordan den risikoen ble identifisert og prioritert b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i kartleggingen (produktgrupper, egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert d) om det er identifisert områder hvor det er manglende informasjon

for å vurdere risiko og hvordan dere vil gå frem for å få mer informasjon om dette.

Vi i Klubben AS er dedikert til å foreta grundige due diligence-vurderinger som er i samsvar med våre etiske retningslinjer. Vår prosess bygger på OECDs retningslinjer for multinasjonale selskaper og FN's Guiding Principles on Business and Human Rights. Vi etterstreber å oppfylle internasjonale standarder for etisk handel, noe som er spesielt viktig i vår handel med land som blant annet Kina og India, som er ansett som høyrisikoland.

Vi har følgende rutiner for kartlegging og identifisering av risiko:

Vi fører dialog med leverandør om våre minimumskrav og presenterer og får underskrevet vår Code of Conduct. Vi involverer leverandører ved inngåelse av rammeavtaler og samarbeider om sertifiseringer og krav som stilles. Vi prioriterer innkjøp fra bærekraftige kilder hvor det er mulig, og vurderer kortere forsyningskjeder for å redusere miljøavtrykket vårt.

Vi søker aktivt å identifisere og støtte utsatte grupper i leverandørlandene for å sikre at vår forretningsdrift ikke rammer disse, direkte eller indirekte via våre leverandører.

Vi har laget en oversikt over risiko i forskjellige produksjonsland hvor våre produkter er produsert, som er hjelpsom i dette arbeidet.

Under vår første screening ser vi på flere faktorer for å vurdere potensielle leverandører:

Produksjonsland:

Vi vurderer forholdene landet er kjent for i forhold til miljø, bærekraft og menneskerettigheter.

Andel av egenproduksjon versus bruk av underleverandører, samt deres Code of Conduct og krav.

Referanser fra andre kunder i Nord-Europa, USA og Canada.

Størrelse på firmaet og orden i grunndata og systemer.

Etter at første screeningrunde er over, går vi inn i en andre runde hvor vi krever at leverandørene må akseptere våre betingelser og krav. Dette inkluderer:

Signering av vår Code of Conduct. (denne ligger også inn under våre minimumskrav)

Oppgitt produksjonsland på alle produkter som registreres i vårt ERP-system.

Produktkategori og tolltariffnummer på alle varer som også registreres i systemet.

Angivelse av antall ansatte og kjønnsfordeling. Sistnevnte er vanskelig å få informasjon om og få leverandører til å fylle ut. Vi antar at det er en majoritet av menn i produksjonen av våre produkter, basert på egne besøk på fabrikker og kompetanse vi har på produksjonslandene.

Gjennom hele prosessen har vi jevnlig dialog med våre største leverandører, særlig i forhold til innkjøp. Vår største leverandør, Sport-Thieme, har vi jevnlig dialog med om disse spørsmålene, noe som sikrer tilgang til deres produktdata og muliggjør en kontinuerlig evaluering av deres bærekraftsinformasjon for integrasjon i våre systemer. Selv om dette er en kostbar og tidkrevende prosess, så mener vi at dette hadde vært svært nyttig informasjon å få kommunisert ut til sluttkunde, kombinert med informasjonen også vi har samlet. I tillegg til å være positivt for sluttkunde, så vil dette også underbygge vår forpliktelse til å sikre etisk integritet gjennom hele vår leverandørkjede.

Vi har utarbeidet et omfattende dokument hvor vi belyser flere risikoer ved produksjon i forskjellige land. Dette dokumentet vil oppdateres årlig. Det gir god bakgrunn for å gjøre vurderinger på risiko ved produksjon og er lett å navigere i. Vi er særlig vaksomme ovenfor endringer politisk, hvor radikale eller ytterliggående partier har styring, men også hvis det er områder vi produserer i som det skjer miljøkatastrofer som kan påvirke arbeiderenes arbeidsforhold og sikkerhet. Dialogen er tett mellom bærekraftansvarlig og kategoriansvarlig på dette området, i tillegg til dialog med våre leverandører.

Vi bruker også International Trade Union Confederation sin ranking, og hvilken score har landet på Transparency International corruption index.

Ettersom vi opererer i markeder hvor brudd på menneskerettigheter og manglende miljøhensyn kan forekomme, er det derfor viktig for oss å etterstrebe kontinuitet på screening og følge opp leverandører for å sikre at de oppfyller etiske standarder og miljøkrav. I arbeidet med etisk handel har vi gjennomført en omfattende prosess for å kunne identifisere og prioritere de mest kritiske negative påvirkningene knyttet til vår virksomhet. Her har vi i felleskap sett inngående på hvilke områder vår forretningsvirksomhet berører og lest oss opp på kilder om

ulike problemområder som sammen har bidratt til en mer helhetlig forståelse av de områdene hvor vi har størst potensial for forbedring og hvor vår innsats kan ha størst positiv effekt.

Tidligere har vi identifisert de viktigste negative påvirkningene, hvor vi med en grundig gjennomgang av vår verdikjede. Dette inkluderte:

Vi analyserte hvordan våre produkters emballasje, materialbruk og transport påvirker miljøet gjennom hele livssyklusen. Dette ga oss innsikt i direkte og indirekte effekter på miljøet, som utslipp, avfall og forbruk av ressurser. Denne prosessen har også kompetansen vår til å foreta vurderinger videre på nye leverandører.

Vi utarbeidet en oppdatert Code of Conduct i 2024, som er sendt ut til alle leverandører. For nye leverandører er vi tydelige på at vi ønsker at de skal være sertifisert, og med det ha en audit av en ekstern part. Vi innser at vi ikke har kompetanse til å gjennomføre dyptgående evalueringer av våre produsenter, og at det er en trygghet at de har sertifiseringer. Vi fortsetter allikevel å besøke leverandører og produksjonsenheter for å evaluere og få innsikt arbeidsforholdene, med særlig fokus på barnearbeid, arbeidstider, lønninger og fagforeningsrettigheter. Det gir oss et nyttig bilde av situasjonen, og det er viktig å ha dialog med produsentene om disse utfordringene også når vi er på stedet.

Vår miljørisikovurdering omfattet spesifikke områder som forurensning, avskoging, vannforvaltning og avfallshåndtering. Vi vurderte også hvordan materialvalg som plast, gummi og silikon påvirker miljøet både lokalt og globalt siden dette er materialer som vi har mye av i de produktene vi forhandler. Vi har ikke sett på tekstil og elektronikkproduksjon i denne omgang da vi ikke har overvekt av den slags produkter i vårt sortiment. Dette er områder vi skal kartlegge nærmere i neste runde. Vi har en omfattende leverandørkjede med 218 leverandører i 2024 og kartlegging av disse er en kontinuerlig prosess som må stykkes opp. Vi klarer ikke å spise en elefant i et jafs, men må ta det bit for bit.

Vi prioriterte områder hvor vår virksomhet direkte bidrar til negative effekter, og hvor vi har størst mulighet til å gjøre konkrete forbedringer. For eksempel, emballasje og frakt var prioriterte områder da disse direkte kontrolleres av våre operasjoner og valg. Det samme gjelder for arbeidsforhold på fabrikkene vi kjøper produktene våre på, her var det viktig for oss i tråd med vår forpliktelse til etisk handel og forsikre oss om at ikke er barnearbeid, lange arbeidstider, lave lønninger, og manglende fagforeningsrettigheter hos de forhandlerne vi bruker. Overholdelse av lovgivning og internasjonale standarder spilte også en viktig rolle i vår prioriteringsprosess, spesielt i forhold til arbeiderrettigheter og miljøbeskyttelse.

For miljørisikovurderingene våre har vi forsøkt så godt det lar seg gjøre å kartlegge virksomheten til leverandørene i hvert land, inkludert forurensning fra industri, avskoging, vannforvaltning og avfallshåndtering. Herunder ligger også vurdering av materialer som inngår i produksjonen av våre varer. Hovedsakelig plast, gummi og silikon da disse materialene er noen av de mest brukte materialene i de varene vi forhandler og som har en direkte innvirkning på både miljømessige og sosiale aspekter av produksjon og forbruk. Disse direkte innvirkningene og risikoområdene innebærer:

1. Miljøpåvirkning: Plast, gummi og silikon kan ha en betydelig negativ innvirkning på miljøet. Produksjonen av disse materialene krever ofte bruk av fossile brensler, som bidrar til utslipp av drivhusgasser som igjen bidrar til global oppvarming. Videre er ikke disse materialene alltid biologisk nedbrytbare, noe som fører til langvarige miljøproblemer, som forurensning i hav, elver og på land.

2. Arbeidsforhold: Produksjonen av plast, gummi og silikon kan innebære dårlige arbeidsforhold, inkludert urettferdige lønninger, lange arbeidstimer og utilstrekkelig sikkerhetsutstyr. Dette er spesielt relevant i land hvor arbeidslovene er mindre strenge enn i Norge. For oss er det viktig å sikre at leverandørkjeden opprettholder høye standarder for arbeidsforhold, i tråd med vår forpliktelse til etisk handel.

3. Kjemikaliebruk: Produksjonen av disse materialene involverer ofte bruk av skadelige kjemikalier som kan ha negative helseeffekter på arbeidere og lokalsamfunn nært produksjonsanlegg/fabrikk. Disse kjemikaliene kan også forårsake miljøskader. Det er derfor viktig for oss å kjenne til og kunne vurdere sikkerheten og håndteringen av kjemikalier i leverandørkjeden. Her har vi foreløpig ikke god nok oversikt.

4. Lag levetid og resirkulering: Selv om varighet kan ses som en positiv egenskap, fører den lange nedbrytningstiden for materialer som plast til miljøproblemer. Utfordringene med resirkulering og

avfallshåndtering av disse materialene er også betydelige. En reell utfordring for oss er å balansere behovet for holdbare produkter med ønsket om å fremme bærekraftighet.

Ut i fra vår kartlegging og kildene vi har, kan potensielle risikoområder i våre leverandørland være gruvedrift, tekstilproduksjon og elektronikkproduksjon. På disse områdene har vi begrenset informasjon.

Gruvedrift:

Her mangler vi innsikt i om det utvinnes av mineraler som inngår i produksjonen av eventuelle elektroniske komponenter i enkelte av våre produkter. Derfor har vi heller ikke pr nå innsikt i de sosiale og miljømessige forholdene ved utvinning av eventuelle mineraler, ei heller arbeidsforhold, miljøpåvirkning og ressursforvaltning.

Tekstilproduksjon:

Vi har ikke god nok oversikt over produksjonen av tekstiler i våre produkter. Primært nylon og bomull i lagbånd feks. Derfor har vi heller ikke bra nok oversikt over arbeidsforhold og kjemikaliebruk i produksjonen.

Elektronikkproduksjon:

Vi har begrenset oversikt over hele produksjonsprosessen, spesielt med tanke på håndtering av elektronisk avfall og arbeidsforhold i fabrikkene, samt opprinnelsesland til elektronikken.

Men, det skal sies at blir vi spurt om produktene innenfor disse kategoriene skal vi klare å spore produktene og finne informasjonen som etterspørres da våre leverandører har signert vår Supplier Code of Conduct og kan levere dokumentasjon ved etterspørsel.

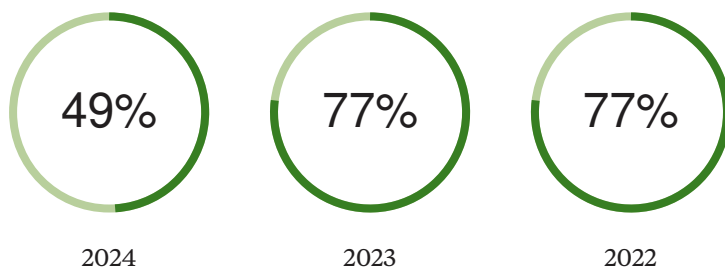
For å kunne forbedre vår kunnskap og kontroll over disse områdene, planlegger vi å implementere de samme strategiene vi har brukt på våre andre risikoområder: Gode due diligence prosesser for å kunne gjøre undersøkelser innen gruvedrift, tekstil- og elektronikkproduksjon. Vi fortsetter vårt tette samarbeid med våre leverandører for å forbedre transparens og rapportering. Vi ser på om det er bransje initiativer/multi-stakeholder-grupper som fokuserer på ansvarlig innkjøp og bærekraftige praksiser i gruve-, tekstil-, og elektronikksektorene som vi kan delta i/dra nytte av og det vil bli sett på om det kan inngås samarbeid med ikke-statlige organisasjoner (NGOer) som spesialiserer seg på disse områdene.

Kilder vi har brukt og bruker i denne sammenhengen:

Transparency International/ Corruption Perceptions Index
World Bank Group / Worldwide Governance Indicators
Doing Business Reports
Freedom House
Human Rights Watch
Amnesty International
United Nations Global Compact
The Economist Intelligence Unit
International Labour Organization
World Wildlife Fund
Environmental Protection Agency
The Business & Human Rights Resource Centre
Atradius Landrisikokart
The Financial Action Task Force
BSCI (Vår hovedleverandør i India er BSCI sertifisert)
OECDs retningslinjer for multinasjonale selskaper
FN's Guiding Principles on Business and Human Rights
Etisk handel Norge og Ethical Trading Initiative
International Chamber of Commerce

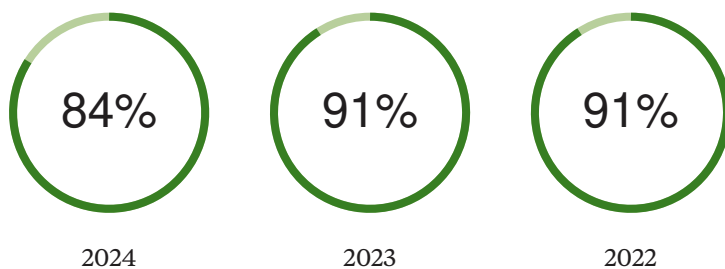
Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



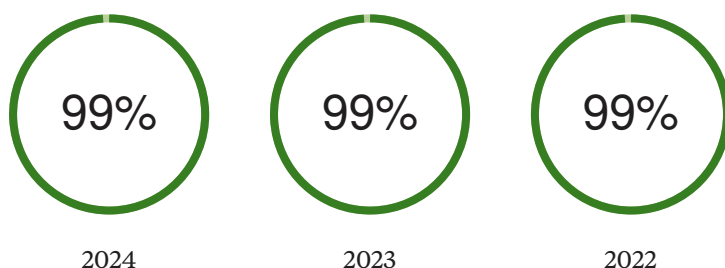
Dette er andelen av de som har signert den nye Code of Conduct som vi sendte ut i juli 2024. De som har signert den forrige Code of Conduct er ikke medregnet. Disse 49% som har signert står for 87% av totalt innkjøp gjort i 2024.

Andel av bedriftens leverandører som bedriften har hatt forretningsforhold med i mer enn tre år



Hovedvekt av sortiment kommer fra leverandører vi har hatt over flere år, mens leverandører med kortere relasjoner finner vi oftest i arbeidet med å imøtekomme offentlige anbud, hvor vi mangler enkeltprodukter. Vi har tatt ned antall leverandører enn tidligere, og noen av våre leverandører har slått seg sammen eller solgt bedriften til andre bedrifter. Av 218 leverandører har vi hatt relasjon med 160 av disse i over fem år, mens 183 leverandører har vi hatt i mer enn 3 år.

Andel leverandørbetalinger i rapporteringsåret som er utført i tide



Vi har ingen eksempler på at faktura ikke ble betalt i tide, så fremt faktura inneholder rett informasjon fra leverandør. Vi endret systemet for håndtering av faktura i juni 2024, men selv i denne perioden så har vi ikke erfart at vi ikke har betalt i tide.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, samfunn og miljø som ble identifisert men ikke prioritert, og hvordan disse er håndtert

I kartleggingsarbeidet med egen bedrift har vi ikke identifisert noen negative påvirkninger og skade ved egen virksomhet utover det som er vanlig ved å jobbe i kontorlandskap og lager. Vi forsøker å motvirke plager med å jobbe i kontorlandskap ved å ha hev/senk pulter, matter/puter til å stå på for å avlaste for hardt gulv og forskjellige typer tastatur og mus. På lageret vårt har vi primært plukk med truck. HMS er godt ivaretatt. Vi hadde full gjennomgang av HMS i våre nye lokaler ved resertifisering som Miljøfyrtårn i juni 2024.

I leverandørkjeden og blant våre forretningsforbindelser har vi ikke klart å avdekke noen problemer i 2024. Vi har testet ut tre leverandørers evne til å gi fra seg informasjon om sporbarhet, hvor vi fikk oversendt all informasjon på de etterspurte produktene fra material til produktet var hos oss. Dette var ett produkt som var laget av flere plast komponenter, ett i nylon og ett i aluminium. Vi var glad for å registrere at leverandørene responderte raskt og utfyllende på dette.

Miljø

Sorteringsgraden av søppel, plast og trevirke for Klubben AS har de senere årene vært ganske stabilt på 96%, med unntaksvis 2023 hvor det falt litt, da vi flyttet lokaler og restavfall økte i forbindelse med flyttingen. Det jobbes effektivt med å få ned forbruk på plast og annet avfall, og sorteringsgraden er høy.

Det jobbes aktivt med å også få leverandører til å ta ned forbruk av plast. Årvåkne lagermedarbeidere registrerte at en leverandør hadde endret innpakking av ett produkt som førte til betydelig mer plastavfall for kunden. Vi kontaktet leverandøren og ba om at våre produkter ikke skulle ha denne ekstra beskyttelsen, noe de imøtekom. Vi ble enige om at vi skulle følge med på produktet om det ble skader på det, men det har det ikke blitt.

Avfall og ombruk

Vi har løftet fokus på ombruk, både mot leverandører og særlig inn mot vår egen prosjektavdeling. Ved å gå igjennom ordrehistorikken på en del kunder, så ser vi at vi har vært gode på å oppmuntre kunde til å reparere produkter i gymsaler, f.eks. istedenfor å kjøpe nye. I mange tilfeller vil produktene vare i mange år ekstra, og det er en god økonomisk løsning for kunden.

Energi

Klubben AS har flyttet inn i nye lokaler som er svært energieffektive. Det meste av bygget er varmet opp med jordvarme, mens drift-energien på utstyr etc. er vanlig elektrisitet. Det er tilrettelagt for solceller på tak, men vi avventer videre for å bli bedre kjent med forbruk. Det er sensorer som regulerer lys på hele bygget, slik at lyset slukkes hvis det ikke er noen tilstede.

Transport

Siden Klubben AS er en nettbutikk med et stort lager på Flisa, betyr det at det primære innen transport for oss er varetransport, inngående varer til vårt lager og utgående varer til hele landet. Vi leverer også varer til våre datterselskap i Sverige og Finland. For all varetransport benyttes eksterne transportører.

Vi har også en del leveranser av varer inn til en HUB i Oslo, hvor deretter selve vareutleveringen foregår med el-lastebiler. Det prøves ut el-varebil for vår prosjektavdeling, og vi vil skifte ut deres dieselbil med elbil i løpet av 2025. I tillegg har vi to el-personbiler.

Klubben AS har kjøpt inn en el-bil, slik at vi totalt har 2 stk el-personbiler.



3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere handler om å håndtere funn fra kartleggingen på en god måte. Virksomhetens mest vesentlige negative påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø prioriteres først. Dette betyr ikke at annen risiko er uvesentlig eller at det ikke håndteres. Hvordan virksomheten er involvert, er sentralt for å treffe riktige tiltak. Faktisk negativ påvirkning/skade som virksomheten forårsaker eller bidrar til må stanses, forebygges og reduseres. Virksomheter som er direkte forbundet med negativ påvirkning må bruke sin innflytelse til å få forretningsforbindelser (f.eks. leverandører) til å stanse, forebygge og redusere dette. Dette innebærer å utvikle og iverksettes planer og rutiner for å håndtere risiko, og kan kreve endringer i egne policyer og styringssystemer. Virksomheters vellykkede håndtering av negativ påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FNs bærekraftsmål.

3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Beskriv mål og status for de tiltakene virksomheten har iverksatt for å redusere prioritert risiko

	Emballasje på våre produkter.
Overordnet mål :	Evaluering av emballasje på produkter fra produsenter.
Status :	Vi har god rutine med å informere leverandøren om hvordan vi ønsker produktet pakket for i minke bruken av plast, men vi erfarer at vi må følge opp dette i større grad. I løpet av året har vi kontaktet leverandører og bedt de endre innpakningen på produkter for å minimere plastbruk, noe de imøtekom. Vi vil også be om å få produkter sendt til oss i sertifiserte pappesker.
Mål i rapporteringsåret :	Vi vil be om mer informasjon fra leverandørene, for å bedre kartlegge hvilken papp som brukes. Vi vil fortsatt arbeide med å minimere unødvendig emballasje. Dette gjøres både i dialog med kunde og med årvåkenhet fra lageret, som gir beskjed ved endringer eller om de mener at produkter kan pakkes på en mer bærekraftig måte.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Vi har redusert innpakning av enkeltprodukter fra vår hovedprodusent i India der det går an
Vi gjenbraker paller fra vår største leverandør, Sport-Thieme til våre kunder for å minimere avfall fra trevirke.

Vi er i dialog med lokale bønder om gjenbruk av paller som ikke vi kan gjenbrake selv.

Vi formaliserer innhenting av informasjon om emballasje fra vår leverandører og registrerer dette.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Sorteringsgraden for Klubben AS har ligget stabilt på 96% de senere årene, men en liten nedgang i 2024 til 94%, da restavfall økte i forbindelse med at vi nå som eier av lokalene har ansvar for mer restavfall som f.eks. fra vaskemiddel . Vi jobber fortsatt aktivt med å få ned bruk av plast på leveringer fra våre utenlandske leverandører, plastemballasje er gått ned i løpet av året. Dette vil være aktuelt å jobbe videre med fremover også, da det er en utfordring med plastforbruk.

Vi har konkret redusert bruk av plast fra en leverandør, etter at lagermedarbeidere ble oppmerksomme på at de hadde tilført mer plast for beskyttelse av produktet. I samtale med leverandøren mente de at det var fare for at produktet kunne bli skadet hvis ikke den ekstra plasten var der, mens vår erfaring var at det ikke var meldt inn noen klager på produktet, og heller ikke observert noen skader. Hadde produktet fått skader, så hadde det vært vurdert at ekstra frakt på returer og reklamasjoner hadde veid opp for bruk av ekstra plast. Vi bestemte da at vi ville kutte plast, men følge ekstra med på at det ikke var skade på produktet. Det har gått helt fint, og vi har gitt tilbakemeldinger om vår erfaringer til leverandøren i håp om at de også kutter ekstra plast rundt produktet når de selger varen til resten av verden også.

På blandet treavfall er det en stor økning. Dette skyldes emballering av trevirke på alle leveranser av nye reoler og automatheiser inn i vårt nye lager på 3500 m². Det samme gjelder også for restavfall, dette skyldes avfall pga flytting av lager.

- Vi har som mål å finne ut hvordan produkter kan merkes med hvordan man kan resirkulere produktene. Dette er en kontinuerlig prosess som det jobbes med.
- Vi jobber med å få til å digitalisere informasjon vi har på bærekraft ut til kunde.
- Innkjøp skal gjøre forutsigbare innkjøp som ivaretar Klubbens behov for å ha riktige varer på lager. I stillingen ligger det også at innkjøpene skal være forutsigbare for våre leverandører og at innkjøpene blir satt i henhold til de rutine som er avtalt mellom den enkelte leverandøren og Klubben.
- Vi jobber målbevisst med sertifisering av produkter og vi har prioritert volum-varer som brukes i rammeavtaler. Utfordringen er at det er svært få sertifiseringer på produktnivå.

	Frakt til vårt lager, velge containerfrakt over flyfrakt.
Overordnet mål :	Redusere klimaavtrykk og ha god planlegging av innkjøp og optimalisering av volum.
Status :	Pågående.
Mål i rapporteringsåret :	Det jobbes kontinuerlig med dette, men uroligheter i verden har gjort at også fraktmarkedet er krevende. Det gjøres kontinuerlige vurderinger av fraktbåtene om de velger å kjøre gjennom Suez-kanalen, eller om de velger å kjøre rundt Afrika, og dette har ikke vi påvirkning på. Det betyr at leveringstider på produkter blir ustabil, og leveringstid ut til kunde kan variere. Er det produkter som vi må ha raskere, så er fortsatt flytransport et alternativ. Målet vårt er å fortsatt å få mest mulig varer levert ved bruk av containere og ikke flytransport.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Vi må planlegge for lengre leveringstid enn normalt, i tilfelle containerskipene går rundt Afrika og ikke gjennom Suez-kanalen. Kostnadene for frakt har allerede økt, og det er forventet ytterligere prisøkning på frakt, både pga risiko og sikkerhetstiltak som må gjøres for å passere gjennom Suez, men også for at det tar flere ekstra dager å kjøre rundt Afrika, for de som velger det. Det betyr i praksis at vi må fortsette med å optimalisere varekjøp, sett opp imot leveringstid (med større marginer på leveringsdato), likviditet, kostnad på frakt, kapasitet på lageret og Co2-avtrykk. Tett dialog med leverandører vil hjelpe oss med å planlegge innkjøp bedre, både i forhold til produksjonskapasitet på fabrikkene, men også i forhold til fraktsituasjonen.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi forventer at situasjonen vil fortsette å tilpasse seg med politisk uro og nå også handelskrig med trussel om økte tollsatser. Dette vil påvirke verdenshandelen, og med det også containerflyt (dvs. at det er en naturlig flyt av containere fordelt på forskjellige havner, slik at varer stadig er i sirkulering). Under Covid-pandemien var dette også et problem, og det medførte store økninger i fraktprisen. Det kan bety at forskjell mellom kostnad på flyfrak og containerfrakt minsker. Vi vil uansett tilstrebe å jobbe for optimalisering av containerfrakt, og dette vil være et kontinuerlig arbeid.

	Gode arbeidsforhold hos våre produsenter - Følge ILO konvensjonen
Overordnet mål :	Sikre overholdelse av arbeidstidsbestemmelser og at arbeidsforhold er minimum etter standard som er satt i vår Code of Conduct.
Status :	Pågående
Mål i rapporteringsåret :	Vi er opptatt av å ha langsiktige relasjon er med våre leverandører, slik at de kjenner våre standarder og krav, og at vi kan ha dialog hvis de møter utfordringer. Målet for året har vært å få alle leverandører til å signere en oppdatert versjon av vår Code of Conduct. Dialogen med leverandører rundt endringene i vår Code of Conduct har i hovedsak vært rettet på samtaler rundt forskjellen mellom "leve lønn" i forhold til "minste lønn". Vi opplever at europeiske leverandører er mer ukjent med tematikken enn leverandørene vi har i Asia. De er vant til å forholde seg til Code of Conduct

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Vi har ikke klart å avdekke noen vesentlige risikoer i rapporteringsåret. Vi vil fortsette jobben med å få signerte vår nye Code of Conduct. Dette har vært mer arbeidskrevende enn forventet. Ikke på grunn av motvilje til å signere fra leverandørene, men fordi det er har vært vanskelig å nå de med digital signeringer på grunn tekniske forhold som spamfilter, søppel e-post og lav villighet til å åpne eksterne lenker.

Derfor har det tatt mye tid uten å oppnå det resultatsnivået vi er fornøyd med, og vi vil fortsette dette arbeidet kommende år. Samtidig, så har den dialogen vi har hatt med de som har signert den oppdaterte versjonen, vært nyttig og informativ, og ledet til gode samtaler og innsikt rundt arbeidet som gjøres av våre leverandører.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi forventer å øke andel av våre leverandører som har signert oppdatert versjon av vår Code of Conuct. Vi ser også hvordan vi kan legge inn hvem som har signert Code of Conduct direkte i vårt ERP-system. Klarer vi dette vil vi har kontinuerlig oversikt over leverandører med signert Code of Conduct som er aktive leverandører, og hvem som ikke har oppdatert. På den måten kan vi prioritere enklere hvem vi skal følge opp først.

	Ta hensyn til helligdager som Kinesisk nyttår og Diwali
Overordnet mål :	Ikke tilføre press på fabrikker i disse periodene, da fabrikken kan ha utfordringer med ferieavvikling i denne perioden.
Status :	Dette målet vurderes som fortsatt relevant, men vurderes som fullført i neste års rapport.
Mål i rapporteringsåret :	Målet er å sikre at innkjøp har så gode rutiner på å hensynta dette, slik at vi kan si at vi har nådd målet vårt.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Gjøre intern stikkprøve før høytidene for å avklare at vi ikke har sendt større ordre i bestilling - med kort leveringstid- rett før slike helligdager.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Det forventes at vi har ryddig og kontrollert flyt på innkjøp som gjør at dette ikke er noen bekymring. Innkjøpsavdelingen er godt kjent med disse helligdagene og er bevisst at man må legge inn bestilling i god tid i forkant. Da vi alltid betaler i tide, er det heller ikke noe som er relevant for økonomiavdelingen å sette seg som mål å sikre at vi ikke er forsinket med betaling heller.

3.B Andre tiltak for å håndtere risiko for negativ påvirkning/skade

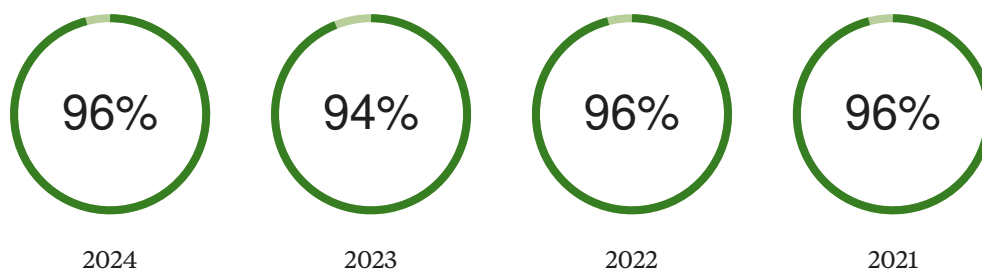
3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

I 2022 var sorteringsgraden vår av plast, blandet trevirke og restavfall på 96%.

På tampen av 2023, landet sorteringsgraden vår på 94%, dette skyldes flytting inn i nye lokaler. Vi regner å være på samme sorteringsgrad som tidligere, ved innrapportering til Miljøfyrtårn 1.april. Rapporten legges ut på våre hjemmesider.

Indikator

Sorteringsgrad egen søppel



Se vår miljørapporteringside her (oppdateres i april hvert år). <https://www.klubben.no/velg-baerkraftig/miljofyrtarn>

Her finner du klimaregnskapet vårt fra 2022 samt rapporten vår til miljøfyrtårn stiftelsen.

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

I 2023 brukte vi programmet Variable i for å innhente informasjon om klimagassutslipp. Dette verktøyet er inndelt i 3 scopes og vi har tidligere kartlagt scope 1 og 2. Vi avventer videre arbeid med scope 3, da vår hovedleverandør er i gang med å ta i bruk et annet system. De vil gjøre sine vurderinger av det systemet, også vil det være hensiktsmessig for oss å se hvordan vi kan enten bruke samme system, eller å ta i bruk deres data på en god måte.

Vi jobber med kartlegging av klimagassutslipp i produksjonskjeden og drift.

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis

Innkjøp skal gjøre forutsigbare innkjøp som ivaretar Klubbens behov for å ha riktige varer på lager. I stillingen ligger det også at innkjøpene skal være forutsigbare for våre leverandører og at innkjøpene blir satt i henhold til de rutinene som er avtalt mellom den enkelte leverandøren og Klubben.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Vi jobber veldig målbevisst på dette, og har prioritert volumvarer som brukes i rammeavtaler.

Utfordringen er at det er svært få sertifiseringer på produktnivå. Vi erfarer at vi ikke har godt nok system for å synliggjøre disse ut til kunde for at de kan ta gode valg. Dette jobber vi med digitale løsninger på i et eget utviklingsprosjekt.

3.B.5 Støtte aktivt opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, eller der lovverket ikke tillater dette, støtte aktivt opp om andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon

Som en del av vår forpliktelse til etisk handel, har vi identifisert samarbeidet med fagforeninger og anerkjennelsen av arbeidstakerrettigheter blant våre leverandører som en kritisk risikofaktor. Vi har engasjert oss direkte med våre leverandører for å fremme betydningen av dette og har implementert en rekke tiltak for å sikre at våre etiske standarder opprettholdes. Dette inkluderer regelmessig dialog, oppfølging og evaluering av våre leverandørers praksis. Våre tiltak og handlingsplan er utformet for å støtte positive forandringer og sikre en ansvarlig forsyningskjede.

I 2024 har vi møtte 24 forskjellige leverandører, og to mulige nye leverandører. Møtene holdes med ledelse alene, og noen ganger med salgspersonell tilstede. Alle leverandørene ble spurt om hvordan de etterlevde innholdet i Code of Conduct. Tilbakemeldinger er at dette er de vant til og at dette er kravene som settes av seriøse aktører. Det oppleves kanskje mer uvant for Europeiske produsenter, enn det gjør for våre leverandører som produserer i høyrisikoland.

I vår risikovurdering av landene vi produserer i, så har vi også lagt til International Trade Union Conferderation sin score på våre produksjonsland, for å gjøre det enklere for ansatte å kjenne risiko på dette området.

3.B.6 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring internt og av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Å bidra til utvikling, kompetanseheving, og opplæring internt samt hos leverandører og arbeidere i leverandørkjeden er en viktig del av å oppfylle standarder for aktsomhetsvurderinger. Her ser vi at vi har et stykke å gå da dette krever en mer strategisk tilnærming for å identifisere behov, utvikle tiltak, og måle effekten av disse tiltakene enn hva vi hittil har hatt på plass.

Interne behov:

Hva er vår nåværende kunnskapsnivå?

Vi har systematisert opplæring i etisk handel og bærekraft i vårt opplæringsprogram for alle nyansatte. Andre som ønsker en oppfriskning er velkommen til å være med på disse. D Hver andre uker har bærekraftsansvarlig en gjennomgang av status og tema som det jobbes med innenfor bærekraft og etisk handel. Eksempler på ting som gjøres løftes frem. Vi tror det er god læring i å eksemplifisere gode tiltak og dette arbeidet. Dette vil vi fortsette med.

Leverandører og arbeidere:

Kartlegge behov:

Velge ut noen store leverandører hvor vi ser at informasjonen vår er mangelfull eller har hull. Starte en dialog med de for å forstå nåværende kunnskapsnivå og utfordringer relatert til arbeidsrettigheter, sikkerhetsstandarder, og andre relevante områder. Innhente mer utfyllende informasjon fra ny leverandører, og være tydelig på våre forventninger i både dialog og gjennom signering av Code of Conduct. .

Hvilke tiltak?

Fortsette å oppfordre til sertifiseringer, slik at vi får tredjeparts vurderinger og kompetanse på dette disse områdene. Dette vil øke kompetansen om etisk handel til spesifikk opplæring i arbeidsrettigheter, helse og sikkerhet samt miljøstandarder.

Gjennomføring internt:

Etisk handel er etablert som en fast session opplæringsprogrammer for ansatte, med fokus på interaktiv læring og praktiske eksempler. Fortsette å inkludere dette i opplæring som en del av onboarding-prosessen for nye ansatte, og invitere andre ansatte som ønsker opplæring på området til å delta.

Gjennomføring i leverandørkjeden:

Rådgi leverandørene om opplæringsprogrammer, og kommunisere rundt denne tematikken i møte med våre leverandører. Oppfordre til sertifiseringer og samarbeid med eksterne som kan styrke dette arbeidet.

Følge opp etter en viss tid:

Har opplæringen hatt en effekt? Feks forbedring i arbeidsforhold, reduksjon i klager, eller økt bevissthet og kunnskap?

Beskrive det vi gjør i rapporter: Utvikle både interne og eksterne rapporter som beskriver opplæringstiltakene, deltakelse, og resultater. Publisere disse for åpenhet og transparens.

3.B.7 Bekjempelse av korrupsjon og bestikkelser i egen virksomhet og leverandørkjeden

Vi har informert internt på Klubben om policy om korrupsjon. Dette punktet er en del av vår Code of Conduct. Vi har også lagt til hvert produksjonslands score på Transparency International sin index på vår risikovurdering av landene vi produserer i. Dette vil gjøre det lettere for våre ansatte å vurdere risiko.

3.B.8 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ påvirkning

A woman with curly hair, wearing a maroon dress, is looking at several yellow sticky notes attached to a wall in a meeting room. The room has large windows and wooden beams. The sticky notes are in various colors, including green and yellow.

4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om å måle effekten av systematikken og eget arbeid i hvert trinn i aktsomhetsvurderingene, og viser hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. Virksomheten må ha systematikk og rutiner på plass for å kunne fange opp og kritisk vurdere egne konklusjoner, prioriteringer og tiltak som er gjort som en del av aktsomhetsvurderinger. Eksempelvis: Er kartlegging og prioritering av mest negativ påvirkning gjort på en faglig god og troverdig måte, og som reflekterer de faktiske forholdene? Virker tiltakene for å stanse, forebygge og/eller redusere virksomhetens negative påvirkning/skade etter hensikten? Er skade gjenopprettet der det er relevant? Dette kan gjelde tiltak virksomheten gjør selv og som utføres av eller i samarbeid med andre. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.

4.A Overvåkning og evaluering

4.A.1 Beskriv a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt og hvordan dette gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere arbeidet med aktsomhetsvurderinger, og hvordan dette gjennomføres i praksis

Overvåkningen av effekten og resultatene av tiltakene som er iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade eller negativ påvirkning på mennesker, dyr, samfunn, og miljø ligger under det overordnede ansvaret til Erik Heggelund, eier og daglig leder. Kari Heggelund er styreleder, eier og jobber til daglig i bedriften som bærekraftsansvarlig. Rapporteringer og oppfølging av kollegiet ligger under hennes område. Hege Timland-Rismoen, som er avdelingsleder for kategori med ansvar for kontakt med leverandører og innkjøp, spiller også en sentral rolle i denne overvåkningen, spesielt i forhold til leverandørkjeden.

Annenhver uke så tas arbeidet med etisk handel og bærekraft opp i møter med alle ansatte, hvor vi går igjennom hva som jobbes med, eksempler på ting vi har lykket med eller eksempel på ting hvor vi må endre praksis. Dette øker kompetansen og fokus i hele bedriften.

I tillegg har vi hatt møter med avdelingsledere sammen hvor vi har gått igjennom Klubbens forventinger og krav om etisk handel, og bærekraft ansvarlig har vært med på enkelt møter hos avdelingene. I noen tilfeller har det vært en til en møter med ansatte som har en spesielt utførende roller, for å kartlegge/dokumentere hvordan vi håndterer sortering av avfall ute på prosjekt, eller dokumentasjon på ombruk og reparasjon av produkter ute hos kunde. Vi har også hatt møter med de fra oss som skal møte leverandører på messer eller kundebesøk, slik at de kan få status på risiko tilknyttet produksjonsland og om de har signert oppdatert Code of Conduct.

Systematisk datainnsamling fra interne systemer og direkte fra leverandører gjennom selvrapporing.

Ansvaret for å evaluere virksomhetens implementering og arbeid med aktsomhetsvurderinger ligger hos bærekraftsansvarlig sammen med daglig leder og avdelingsleder for kategori. Strategiske beslutninger om bærekraft og etisk handel ligger hos styret.

Se også svar under punkt 5.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør og/ eller måler effekten av tiltak for å redusere risiko

For å sannsynliggjøre effektiviteten av våre tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning av vår drift, etterstreber vi å følge en systematisk tilnærming. Vi prioriterer ut i fra forskjellige faktorer; risiko i produksjonsland, salgsvolum, tilgjengelighet til leverandørens produksjonslinjer og påvirkningsevne. F.eks. så har ikke vi salgsvolum eller påvirkningsevne på produksjon av Adidas fotballer, selv om disse produseres i Pakistan som er høyrisiko. Da prioriterer vi heller leverandør som vi er tettere på produksjonlinjen og hvor vi har større gjennomslagskraft.

Når det gjelder dokumentasjon og sporbarhet har vi fokus på å samle så grundig dokumentasjon som mulig fra våre leverandører angående deres praksis og samsvar med etiske standarder og miljølover. Dette inkluderer å sikre at leverandørene har nødvendige papirer i orden, noe som er et krav i vår Code of Conduct. Vi prøver å se på hvor godt leverandørene oppfyller disse kravene slik at vi kan spore resultater over tid. Vi har bedt om dokumentasjon på sporbarhet på tre forskjellige produkter som er laget på forskjellige steder og med forskjellig materiale, og opplevde dette som positivt, da våre leverandører svarte raskt og ryddig, men god informasjon om produksjon av både materialer, selve produksjonen og mellomledd.

Vi etterstreber å kunne klare å gjøre grundige risikovurderinger av arbeidstakerrettigheter og miljørisiko knyttet til vår leverandørkjede mye ved hjelp av vår Code of Conduct. Vi har spesifikt valgt å ha ekstra fokus på arbeidsforholdene der hvor det produseres gummi, silikon og plastprodukter.

Vi prøver så godt vi kan å overvåke og følge opp leverandørenes praksis for å sikre at etiske standarder og miljøkrav overholdes over tid. Dette innebærer inspeksjoner - stort sett i tilknytning til reiser i det aktuelle landet (feks bransjemesser), dialog med leverandører og oppdatering av vår Code of Conduct basert på nye funn eller endringer.

Vi har stabile leverandører som vi har jobbet med over mange år. Vi har valgt de spesifikt på grunn av at de er vant til å jobbe med USA og Europa og er derved vant til å dokumentere ulike deler av sin drift. Mange av leverandørene treffer vi stort sett en gang i året, enten på Toyfair eller ISPO som er store bransjemesser.

Vi har ikke foreløpig klart å avdekke at vår forretningsvirksomhet har påført utsatte folkegrupper noen skade men vi har dette i fokus og er åpne for å endre/tilpasse vår praksis om vi skulle avdekke utfordringer eller bekymringer på dette området.

Vi har tro på at vi gjennom en grundig implementering av disse skrittene og en kontinuerlig forpliktelse til å forbedre oss, vil vi kunne sannsynliggjøre at våre tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning av vår forretningsdrift faktisk fungerer og bidrar til å opprettholde etisk handel og bærekraftige prinsipper gjennom hele leverandørkjeden



5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomheters aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis er at den bygger på konkrete aktiviteter og resultater. Virksomheten skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere virksomhetens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø. Kommunikasjonen bør inkludere hvordan risikoen er avdekket og håndtert, samt hvilke effekter man oppnådde av tiltakene/aktivitetene. Etter åpenhetslovens §4 skal virksomheter som er omfattet årlig offentliggjøre en redegjørelse for aktsomhetsvurderinger.



5.A. Kommunisere eksternt

5.A.1 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer med berørte interessenter om håndteringen av negativ påvirkning/skade

Vi kommuniserer med berørte interessenter om håndteringen av negativ påvirkning eller skade gjennom åpenhet, ansvarlighet og dialog. Vi deler informasjon åpent på vår nettside under punktet miljø og bærekraft og vi deler vår etisk handel rapport. Vi deler også vår Miljøfyrtårnsrapport, hvor vi rapporterer på klimaavtrykket vårt.

Gjennom rapportering, dialogmøter og andre kommunikasjonskanaler prøver vi å sikre at relevante parter er informert om selskapets innsats for å minimere negativ påvirkning og skade, samtidig som vi oppfordrer til tilbakemeldinger og bidrag for kontinuerlig forbedring. Vi mener at en åpen og dialogorientert tilnærming bidrar til å bygge tillit og legitimitet blant interessentene, samtidig som den viser at vi gjør så godt vi kan for å vise at vi håndterer etiske og bærekraftsrelaterte utfordringer på en ansvarlig måte.

Vi kommuniserer tett med våre viktigste leverandører. Arbeidsforhold og sertifiseringer for å sikre gode forhold er en viktig del av kommunikasjonen.

Vi har gjennomført flere besøk hos leverandører i 2024, men ingen besøk til produksjonsfasiliteter i høyrisikoland. Det planlegges det for i 2025.

5.A.2 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer offentlig rundt eget arbeid med kartlegging og håndtering av negativ påvirkning/skade

Vi har laget en egen plass på nettsiden vår, hvor vi har samlet artikler om vårt miljø og bærekraftsarbeid. Her ligger det artikler for hvordan vi jobber med etisk handel, FN's bærekraftsmål og åpenhetsloven. Her finner man også våre etiske retningslinjer, vår Code of Conduct, redegjørelsen for åpenhetsloven, siste godkjente rapport for arbeidet med etisk handel, og siste godkjente rapport for Miljøfyrtårnsrapporteringen vår.

Oversikt over alle artiklene rundt vårt arbeid med miljø og bærekraft, samt åpenhetsloven, Code of Conduct og etiske retningslinjer finner du her:

<https://www.klubben.no/velg-bærekraftig/code-of-conduct>

På denne siden finner du også vårt miljøregnskap:
<https://www.klubben.no/velg-bærekraftig/miljøfyrtårn>

Generell informasjon om arbeidet vi gjør med miljø, klima og etisk handel er samlet her:
<https://www.klubben.no/velg-bærekraftig>

5.A.3 Beskriv virksomhetens rutine for å ivareta og besvare eksterne henvendelser relatert til informasjonskravet pålagt virksomheter under åpenhetsloven.

Spørsmål rundt vårt arbeid med åpenhetsloven kommer inn til daglig leder. Sammen med avdelingsleder på kategori har de ansvaret for å ivareta og besvare eksterne henvendelser relatert til informasjonskravet som er pålagt virksomheter under åpenhetsloven. I denne prosessen er også bærekraftsansvarlige, innkjøpsavdelingen samt kommunikasjonsansvarlige også involvert. Vårt mål er å besvare alle spørsmål vedrørende åpenhetsloven, vår forretningsvirksomhets påvirkning på leverandørkjeden og sporbarheten rundt våre produkter i løpet av 2 uker. Vi har ikke hatt noen henvendelser relatert til åpenhetsloven i 2024, og tar det som et tegn på at vi har gode, informative sider.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker, dyr, samfunn eller miljø håndteres skaden gjennom å sørge for gjenoppretting, eller samarbeide om gjenoppretting. Gjenoppretting kan innebære økonomisk erstatning eller kompensasjon, en offentlig beklagelse, eller at skaden på annet vis rettes opp. Det handler også om å sørge for tilgang til klageordninger for arbeidere og/eller lokalsamfunn slik at de kan få sin sak hørt og håndtert.

6.A Gjenoppretting

6.A.1 Beskriv virksomhetens policy for gjenoppretting ved negative konsekvenser

Hvilke varslingskanaler og klagemekanismer skal bidra til å avdekke negative konsekvenser?

I hovedsak faller dette på resultatene av vår Code of Conduct. Vår Code of Conduct sendes ut til alle leverandører. Denne inneholder spørsmål som leverandøren må kunne dokumentere hvordan de selv og eventuelt underleverandører arbeider for å etterleve retningslinjene. Dette kan gjøres ved oppfølgingssamtaler med Klubben AS eller kartlegging av arbeidsforholdene på produksjonssted. Dersom Klubben AS ønsker å kartlegge underleverandører med hensyn til etterlevelse av retningslinjene for etisk handel, plikter leverandøren å tillate en slik kartlegging og oppgi navn og kontaktopplysninger på disse.

Ved brudd på de etiske retningslinjene, skal leverandøren i samarbeid med Klubben AS lage en plan for utbedring av manglene. Utbedring skal skje innen rimelig tid. Heving av kontrakt vil kun forekomme dersom leverandør, etter gjentagende henvendelser, ikke viser vilje til å rette opp i forholdene. Våre leverandører skal ha et velfungerende system for håndtering av klager knyttet til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø og korrupsjon. Leverandøren skal sørge for at slike klager kan fremsettes av arbeidere og eksterne parter så som lokalsamfunn og sivilsamfunnsorganisasjoner. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er også leverandøren ansvarlig for gjenoppretting.

Vi understreker viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i leverandørkjeden ved i våre dialoger med våre forretningspartnere. Våre leverandører må besvare CoC skjemaet hvor vi innhenter grunnleggende informasjon om deres bedrift. I tillegg må leverandøren svare på konkrete spørsmål rundt drift, sertifikater og sosiale forhold i deres virksomhet. Bærekraft er tema på alle møter vi har med våre leverandører, særlig fokus på emballasje, frakt, levetid på produktet og resirkulerte materialer.

I arbeidet med bærekraftig forretningspraksis har vi sett på rutiner for å ha kontroll på dialogen vi har våre leverandører. Totalt har vi kjøpt fra 218 leverandører i 2024, og vi har dialog med alle enten ved møte, telefon, og/eller epost. Mye av informasjon vedrørende sertifiseringer, datablad med informasjon om hva produktet inneholder, fagforeninger, bærekraft og Code of Conduct blir lagret i eposter og et filarkiv på produsenten. Erfaringen vår er at dette ikke gir oss full kontroll på alt arbeidet vi faktisk legger ned med våre leverandører. Vi har prøvd å gjøre dette enklere ved å få alle besvarelser inn i OneFlow som er et system for avtalehåndtering. Dette har vist seg å være delvis vellykket, da det er flere som ikke ønsker å åpne eksterne linker, og sender dokumentasjonen på e-post allikevel.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Vi har ingen eventuelle tilfeller av gjenoppretting å rapportere om i rapporteringsperioden.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

6.B.1 Beskriv hva virksomheten gjør for å sikre at ansatte og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer

Vi har et eget verneombud og en ansatt som har ansvar for HR. Det er egne varslingsrutiner for ansatte ved kritikkverdige forhold. Rutinene er beskrevet i personalhåndboka som alle ansatte har digital tilgang til. Vi følger arbeidsmiljøloven og ferieloven.

Påvirkede arbeidere og medlemmer av lokalsamfunnet kan varsle om kritikkverdige forhold, enten direkte til oss via mail til daglig leder, det er utdypet under artikkelen vår om Åpenhetsloven og hvordan vi jobber med den. Se link under:

<https://www.klubben.no/velg-bærekraftig/åpenhetsloven>

På hovedsiden vår har vi lagt inn en egen liten tekstboks hvor vi ber om innspill, tips eller råd om hvordan vi kan bli mer miljøvennlige også:

<https://www.klubben.no/velg-bærekraftig>

Ting som vurderes på sikt: Et åpent kontaktpunkt på virksomhetens nettside, eventuelt et anonymt tipsskjema.

Kontaktinformasjon:

Klubben AS
Daglig leder
erik@klubben.no