



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2021

for Holzweiler Items AS

□





Til lesere av rapporten

Næringslivet har stor påvirkning på mennesker, samfunn og miljø og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor også en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Alle selskaper, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning samt rette opp skade for mennesker, samfunn og miljø – såkalte aktsomhetsvurderinger (due diligence). Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner. Større virksomheter er fra og med 1.juli 2022, gjennom åpenhetsloven, lovpålagt å utføre dette arbeidet og vise åpenhet om det ved å rapportere offentlig om arbeidet.

Medlemmer i Etisk handel Norge har forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper (vår code of conduct), som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd.

Malen for medlemsrapporten er utformet for at virksomheten skal vise åpenhet om sitt arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis, som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. I rapporteringen skal det inngå hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger og beskrive hvilke utfordringer virksomheten står overfor, hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene samt fremdrift og resultater. Alle medlemsrapportene gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk handel Norges hjemmesider.

Heidi Furustøl

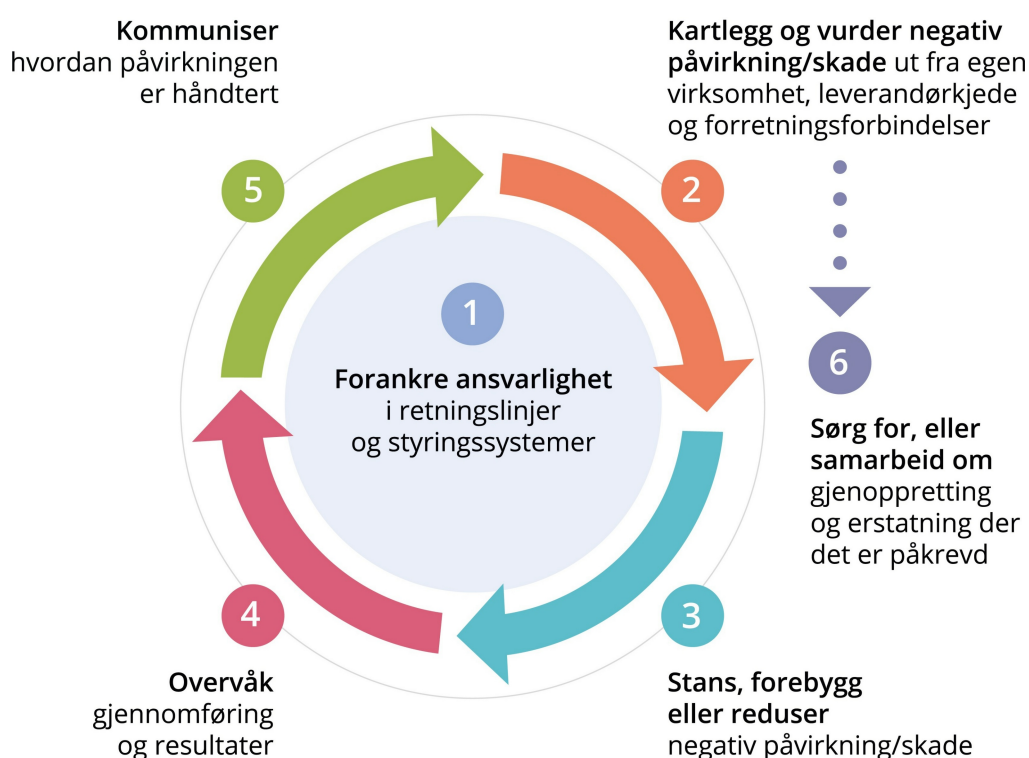
Daglig leder

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

2021 har vært et år med mye aktivitet innen bærekraft.

Vi har igangsatt tiltak for å omstille til sirkulære prosesser, investert i digitaliseringsverktøy både innen design, sporbarhet og produsentoppfølging, økt kravene for å inngå samarbeider med nye leverandører, økt bruken av mer bærekraftige materialer og vi har levert vårt første klimaregnskap.

Vi anerkjenner bransjens absolutte største klimautfordring - at det produseres og kjøpes for mye klær, og alt avfallet dette medfører. Vår tilnærming til dette er høyt på agendaen, med fokus på å navigere oss frem til hvordan vi, som et selskap i vekst, skal kunne vokse på de rette premissene. Vi ser at vi trenger en tydeligere strategi og bedre kommunikasjon rundt problemstillingen.

Våre samarbeider med andre aktører i bransjen, samt vår deltakelse i ulike bransjefora, vil være essensielle for å bidra til positive endringer på globale utfordringer.

Fokuset på å lage klær som varer lenge og som skal brukes igjen og igjen, har vært en viktig del av Holzweiler sin visjon fra selskapet ble etablert. Dette er fundamentet i hvordan vi jobber. Samtidig jobber vi for å forlenge vårt ansvar etter produktet er solgt, ved at vi har inngått samarbeider innen utleie og kjøp og salg av brukte Holzweiler klær, fokusert på hvordan kundene våre kan ta bedre vare på klærne sine, lagt til rette for reparasjon, og jobbet strategisk med fremtidsrettede designprosesser, merking av produkter og resirkuleringsmuligheter.

I 2021 startet vi med å involvere kundene våre i hvem som produserer produktene våre. Dette kan man finne under hvert produkt i nettbutikken. Når vi går over til 2022 skal mer informasjon deles, slik at kundene har gode forutsetninger for å ta mer bevisste valg når de handler.

Gode relasjoner og konstruktiv dialog er viktig når vi jobber med produsentene våre. Vår innkjøpspraksis beskriver både våre og leverandørens forpliktelser i et samarbeide om å etterleve våre retningslinjer for produksjon.

I 2021 har vi fått på plass bedre systemer for oppfølgingen og vi har valgt noen fokusområder for forbedring, basert på risikovurdering og innhentet data fra egenrapporteringsskjemaer og revisjoner.

Selv om 2021 endte godt for Holzweiler, skal vi ikke benekte at pandemien og den globale situasjonen brakte utfordringer med seg. Uten mulighet til å besøke leverandørene våre og med redusert råvaretilgang, økte råvarepriser og transportutfordringer, mister man litt av den kontrollen man er vant til å ha. Vi ser at vi må finne løsninger for å bedre kunne kontrollere produksjoner, materialetilgang og transport, tross pandemi, krig eller andre uforutsette hendelser. Et første tiltak i 2021, var å etablere et kontor i Shanghai for å kunne følge opp produksjonene og ha en tettere dialog med våre samarbeidspartnere.

Vi tar mye lærdom med oss inn i 2022, og har satt oss ambisiøse mål for å sikre at vi er en merkevare som alltid beveger seg i riktig retning.

Andreas Skappel Holzweiler

CEO

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Holzweiler Items AS

Adresse hovedkontor

Lysaker Brygge 23-25, 1366 Lysaker

Viktigste merker, produkter og tjenester

Holzweiler designer, produserer og selger produkter innen kategoriene klær, sko og tilbehør.

Beskrivelse av bedriftens struktur

Holzweiler har hovedkontor og showroom på Lysaker Brygge. Holzweiler gruppen har fire butikker i Oslo området og en i Bergen. I vårt lokale i Oslo bukta finner man en Holzweiler butikk, i tillegg til vår første café og restaurant - Café Platz. Det er planlagt for flere butikker i 2022.

I 2021 hadde vi ansatte i Frankrike, England, Kina og Danmark, som jobber innen salg, markedsføring og produksjonsoppfølging. Holzweiler's produkter selges via egneide butikker og webshop, men også wholesale til andre butikker både i Norge og globalt.

Hvert team har en avdelingsleder som sitter i ledergruppen. Her er bærekraft et av temaene som diskuteres og hvor det tas beslutninger. Daglig leder forankrer arbeidet med bærekraft i styret.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

244 000 000

Antall ansatte

126

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Line Staxrud Eriksen, CSR manager

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

line@holzweiler.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Fra Holzweiler sitt hovedkontor designes, utvikles og ordresettes kolleksjonene våre. Sourcing av materialer skjer i hovedsak fra leverandørene våre, basert på våre krav om bærekraftighet, holdbarhet og type materiale. Noe sourcer vi selv, direkte fra tekstil leverandører.

Det utvikles fire faste kolleksjoner i året med ordresetting på samme tid hvert år. Hver kolleksjon starter med en timeline som blir diskutert med leverandørene, og tidsfrister blir satt på bakgrunn av dette. Innkjøpsordrene settes i hovedsak etter innkjøpene fra egne butikker og wholesale kunder i Norge og og utland er gjort.

Det settes også i gang re-orderer og andre mindre leveringer i forbindelse med prosjekter eller samarbeider.

Holzweiler produserer innen flere kategorier (klær, yttertøy, sko, accessories) og jobber derfor med flere produksjonslinjer, hvorav noen produksjoner er via agent og noen er direkte med fabrikk. Der vi jobber med agent har vi faste fabrikker som produserer for oss.

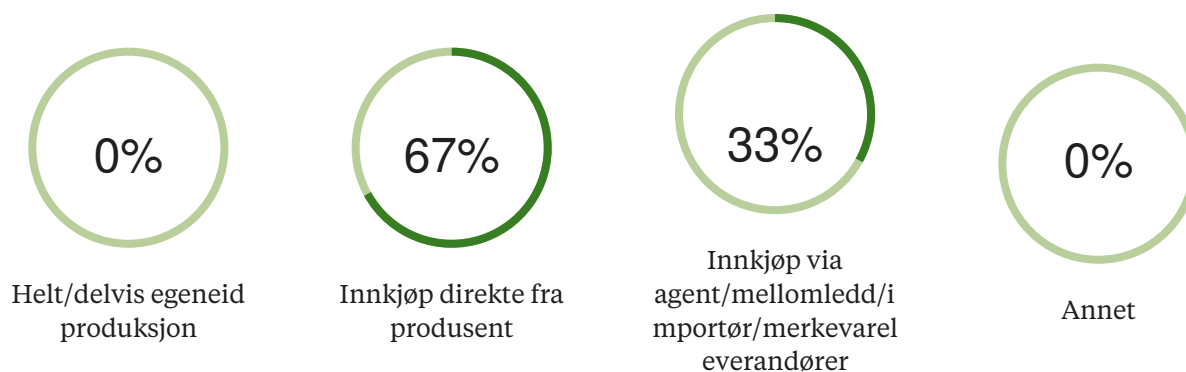
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

36

Kommentar til antall leverandører

Dette er agenter og produsenter vi har handlet direkte med i 2021.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Innkjøpsvolum er beregnet ut fra antall produserte varer i rapporteringsåret.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Italia :	2
Portugal :	11
India :	2
Kina :	15
Litauen :	1
Mauritius :	1
Tyrkia :	3
Thailand :	1

Dette er agenter og fabrikker vi har handlet direkte med i 2021.

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter som bedriften har oversikt over, og hvor mange produsenter dette er basert på.

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

Kommentar til antall arbeidere

På grunn av overgang til nytt system er ikke disse tallene tilgjengelige på rapporteringstidspunktet.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Organic cotton	Kina Egypt Indonesia India Tyrkia
RDS down	Kina
Wool	Argentina New Zealand Peru Sør-Afrika
Polyester/ Recycled polyester	Globalt

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Nei

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål : Starte opp samarbeidet med TrusTrace, en aktør som tilbyr system for produsentoppfølging og sporbarhet. Systemet skal forenkle og effektivisere prosessene med informasjonsinnhenting, lagring og evaluering. Basert på informasjonen som innhentes skal det lages en handlingsplan for forbedring der vi ser at behovet er størst.

Status : Vi startet samarbeidet med TrusTrace rundt digitalisering av arbeidet med produsentoppfølging og sporing i våre produksjonslinjer, i Juni 2021.
Vi er godt i gang med arbeidet og jobber nå med corrective action plans basert på svarene vi får inn via våre spørreskjemaer på plattformen, og fra audit rapporter.

2

Mål : Få oversikt over utslipp i produksjon, transport og i egne fasiliteter i samarbeide med CEMAsys. Oversikten for 2021 skal gi oss et bilde av vårt fotavtrykk i dag, og danne utgangspunktet for en plan for forbedring.

Status : Klimaregnskapet for 2021 er ferdigstilt, hvor scope 1, 2 og 3 er inkludert. Egne butikker og restaurant er ikke inkludert i det første regnskapet, men skal inkluderes fra 2022. Planen for reduksjon settes i 2022, og vil basere seg på omsetning siden vi er et selskap i vekst.

3

Implementere tankegangen om sirkulær økonomi i hele bedriften, med fokus på REDUCE, REPAIR, REUSE og RECYCLE.

Delmål:

Hvordan endre designprosessen for å designe ut mer waste og pollution?

Intern kompetanseheving av personer i salgs- og kundeservice posisjoner

Engasjere kundene ved en god kjøpsopplevelse med informasjon om vedlikehold og andre tips og triks.

Mål :

Øke bevisstheten til interessenter ved å lage engasjerende poster/filmer om reparasjon, vedlikehold og viktigheten av å ta vare på klærne sine.

Etablere en arbeidsgruppe som skal jobber med følgende temaer innen REDUCE:

- Redusere flyfrakt

- Reduseres antall produkter som selges på salg og øke antall produkter som aldri/sjeldent skal på salg

- Redusere antall prøver som utvikles og antall forsendelser av samples til og fra produsent

Dette har vært et stort fokus på tvers av alle avdelinger i 2021.

Tiltak innen sirkulær økonomi som er gjennomført:

- Utdanning innen CLO 3D design, del 2. Testing av verktøyet på noen kategorier, med svært gode resultater. Vi ser at dette på sikt skal implementeres som designmetode i alle våre produkter, for å redusere frakt, antall prøver, avfall og tidsbruk i sampling prosessen.
- Kompetanseheving av eget butikkpersonell og andre i salgsfunksjoner.
- Publisert filmer med enkle tips til hvordan man kan reparere og ta vare på klærne sine.
- Inngått samarbeide om utleie med Fjong i Norge og Danmark, og Rent the Runway(USA).
- Inngått samarbeide med Continued Fashion om utviklingen av Re:vive - Holzweiler´s resale platform hvor man kan kjøpe og selge brukte Holzweiler plagg. Re:vive ble lansert tidlig 2022, når rapporten skrives.
- Økt bruken av sirkulære materialer som resirkulert ull, bomull, nylon og polyester.
- Planlagt Eco-design kurs med Circular.Fashion for team design og produksjon i samarbeide med NFTA (Norwegian Fashion & Textile Agenda). Kurset er gjennomført tidlig 2022.
- Vårt Long Lasting Products (LLP) program ble utvidet til flere produkter og kategorier. Dette er produkter som skal leve lenge i butikk, og som ikke selges på salg.
- Reduksjon av flyfrakt har ikke vært mulig i 2021 pga shipping utfordringene verden har stått i dette året.

4

Mål:

Øke antallet produkter som designes med mer bærekraftige materialer, for produkter som leveres i 2021 .

Status:

I 2021 har vi endret metode for utregning av bruken av bærekraftige materialer. Årsaken er at materialet et produkt designes med ikke alltid er det samme som det som går inn i produksjonen. Årsaken kan være råvaremangel, prisøkning eller høye minimumskrav.

For produkter levert på markedet i 2021 var andelen bærekraftige materialer - basert på vekt- 45,6%.

5

Mål:

Tilby utleie av klær i samarbeide med Fjong

Status:

Gjennomført

6

Mål:

Sertifisere oss for GOTS og evaluere flere standarder

Status:

Dette har ikke blitt gjennomført, da GOTS har lagt til nye krav om at tredjeparts lager også må sertifiseres før vi kan motta vårt sertifikat.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Sirkulær økonomi:

- Implementere eco-design prosesser for å øke levetiden på våre produkter, fra design stadiet. Yttertøy er første kategori
- Bruke 3D design som verktøy på flere produkter/kategorier
- Videreutvikle Re:vive til å bli en internasjonal resale plattform for kjøp og salg av brukte Holzweiler produkter, og legge opp til at plattformen kan brukes som vårt take-back system for brukte Holzweiler produkter
- Implementere vår waste policy i alle prosesser internt og hos leverandører

2

Kjemikalier:

- Publisere vår egen RSL (restricted substance list)
- Kjemikalie fokus på yttertøy, målet er å finne en vannavstøtende behandling som har mindre miljøbelastning og som ikke kan skade mennesker som er involvert i produksjonen
- Sette rutine for testing av kjemikalier i våre produkter

3

Product passport:

Starte pilot på product passport, hvor hensikten er å få mer informasjon om hva som skjer med våre produkter etter de er solgt, og bedre kunne legge til rette for gjenbruk og resirkulering ved end-of-life.

4

Co2 reduksjon:

- Definere en strategi for reduksjon av Co2 basert på vår målsetning om å være net-zero i 2040
- Se på samarbeidsmuligheter for å skifte til grønn energi hos noen av våre leverandører
- Endre til transportmetode med Sustainable Fuel (SF) på noen av våre transport ruter
- Velge materialer med lavere klimapåvirkning, så fremt det ikke går på bekostning av produktets levetid

5

Produsent evaluering:

Bruke TrusTrace som et evalueringssystem av våre leverandører, hvor vi kartlegger risiko per leverandør og definerer forbedringspotensialet hos de forskjellige - basert på svar fra spørreskjemaer og informasjon fra audits. Dette er igangsatt i 2021.

6

Opplæring/tiltak på fabrikk:

- Bruke resultater fra produsent evalueringen og sette i gang minimum en forbedrings-eller opplæringsprosess hos minimum en leverandør.

7

Sporing av produkter:

- I gangsette sporing av noen produkter hos alle leverandører
- Fokus på sporing ned til/mot råmateriale på 10 produkter

8

Living-wage:

Finne metode for å jobbe med lønninger i produksjonene våre, ved bransjesamarbeider, dialog med

leverandører, vurdering av metoder og systemer som finnes, og ved å delta på Etisk Handel sine Living-wage Wednesday seminarer.



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://holzweiler.centracdn.net/client/dynamic/files/code-of-conduct_policy-for-responsible-business-conduct-holzweiler-items-as_a1e9f45676.pdf

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

Våre forpliktelser er kommunisert i en policy som er laget med utgangspunkt i Etisk Handel sin mal. Denne ligger på holzweilerslo.com.

Bærekraftområde på websiden ble oppdatert i 2021 og der kan man finne ytterligere informasjon om hvordan vi jobber med bærekraft. Siden skal kontinuerlig oppdateres, og man kan finne den her:
<https://holzweilerslo.com/sustainability-statement/>

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

Holzweiler sin policy er utviklet etter Etisk Handel sin mal, med noen tilføyninger tilpasset vår bedrift. Vår policy er gjennomgått og godkjent av ledelsen og styret. Den ligger som et vedlegg i personalhåndboken som alle ansatte blir informert om ved ansettelse. Utover dette har alle avdelinger fått en gjennomgang av innholdet i policyen, og alle nye ansatte får det samme når de deltar på Holzweiler Academy, hvor bærekraft er ett av temaene.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i bedriften, og hvorfor?

Arbeidet med aktsomhetsvurderinger ledes av CSR manager, Line Staxrud Eriksen, som kommuniserer direkte med ledelsen og med hver enkelt avdeling.

Bærekraft er en godt forankret del av selskapets strategi og er implementert i alle avdelinger, i ledelsen og i styret. Engasjementet for dette arbeidsområde er stort, og alle avdelinger tar ansvar innenfor sitt felt.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse, arbeidsoppgaver og incentivordninger?

Betydningen av bærekraftige forretningspraksis blir blant annet kommunisert i møter, via nyhetsbrev og i opplæring og er generelt et tema som diskuteres mye.

Noen har definerte oppgaver relatert til bærekraft i sine stillinger, andre jobber med konkrete bærekraft relaterte oppgaver på prosjektbasis eller har aktsomhetsvurdering som en naturlig del av arbeidet deres.

Eksempelvis er det naturlig at innkjøperne jobber etter vår innkjøpspraksis, ecomm jobber med å sette opp en resale platform og design teamet sourcer bærekraftige og holdbare materialer til produktene.

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

Det viktigste kompetansen utvikles i det arbeidet man gjør og ved å forstå bransjens utfordringer. Bærekraft i tekstilindustrien er fortsatt et "umodent" tema, hvor det som er riktig i dag, ikke nødvendigvis er svaret i morgen. Det er derfor viktig å hele tiden være oppdatert på utvikling, reguleringer og initiativer, og kunne vurdere dette basert på erfaringer man har gjort seg.

Vår kompetanse er basert på erfaring, nettverk, kursing og deltakelse i forum og konferanser, med hovedfokus på bærekraft innen tekstilbransjen.

Tidligere har vi deltatt på kurs innen innkjøpspraksis og en tredelt workshop om risikokartlegging, prioritering og forbedring hos Etisk Handel, samt flere kurs rettet mot vår bransje. Vi har deltatt på kurs om Workers Representation via Etisk Handel Norge. I tillegg har vi deltatt på flere arrangementer via NF&TA, innen utvidet produsentansvar, sirkulær økonomi, bærekraftig kommunikasjon, blockchain technology og bærekraftig emballasje.

Samarbeider er viktig for å øke kompetansen og for å sparre med andre. Vi deltar i følgende initiativer:

- Arbeidsgruppen "Sirkulære tekstiler", med initiativ fra Fretex og NF&TA
- Et nettverk som jobber med FN's bærekraftsmål i regi av Viken fylkeskommune
- Dialogforum om ull og mohair i regi av Etisk Handel Norge, hvor også sør-afrikanske ullprodusenter er med.
- Digitale prosesser i regi av NFTA og OsloMet
- Norwegian Fashion Change - Diversity, i regi av Norwegian Fashion Hub

Vi henter informasjon fra Ellen MacArthur Foundation om sirkulær økonomi. Vi både lese og lytter til Business of fashion og Innovation Forum, vi leser nyhetsbrev og relevante saker fra Etisk Handel og andre organisasjoner. Utover dette sparrer vi med andre som jobber med bærekraft i samme eller annen bransje, i tillegg til vår kontakt hos Etisk Handel.

1.C. Planer og ressurser

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

Holzweiler vil drive en lønnsom bedrift på de rette premissene. Arbeidet med bærekraft er høyt prioritert og omfavner alle avdelinger i bedriften, i tillegg til styret.

Arbeidet forankres gjennom Holzweiler's bærekraft strategi, hvor hovedtrekkene av det vi skal jobbe med og mot er beskrevet. Strategien er lagt ved i denne rapporten, og her følger en kortfattet oppsummering:

Bærekraft er en naturlig del av det Holzweiler gjør. Verdiene Lots of Love, Engasjement, Kvalitet og I am possible, videreføres i dette arbeidet. Et stort internt engasjement er drivkraften i arbeidet vi gjør.

Dette engasjementet skal gi skaperkraft og en mulighet til å bidra til vår felles fremtid og arv, hvor hovedmålet er en fortsatt vekst på de rette premissene.

Nåværende utslipp og praksis skal danne utgangspunktet for en handlingsplan som blant annet innebærer økt sporbarhet, redusert klimaavtrykk, samt tiltak for å forbedre arbeidsforhold på produksjonsstedene våre. Bruken av mer bærekraftige materialer skal økes, og vi skal redusere antall prøver og jobbe med forlengelse av produktenes levetid. Designet og kolleksjonene skal gjenspeile hva Holzweiler står for, og dermed skape et mer helhetlig bærekraftig konsept.

Holzweiler skal være et attraktivt brand for en målgruppe som i økende grad deler våre verdier.

Holzweiler vil iverksette en rekke initiativer som vil støtte opp om målsetningen:

Samarbeide med leverandører av gode systemer for å avdekke behovet for handling i produksjonslinjene og egen virksomhet, og utvikle en langsiktig handlingsplan med konkrete mål. Holzweiler skal sertifiseres innen GOTS standarden, som vil sikre en bedre bomullsproduksjon mtp klima, kjemikalier og arbeidsforhold. Det skal fokuseres på reparasjon og økt kunnskap om vedlikehold av produktene, både internt og for kunder. Antallet produkter som skal leve lenge før de ender på salg skal økes, og løsninger for videresalg og utleie skal være en del av forretningsmodellen. Arbeidsrettigheter hos våre samarbeidspartnere innen produksjon skal evalueres og tiltak igangsettes. Hovedfokuset er rettet mot lønn, forsikringer og arbeiderrepresentasjon.

1.C.2 Hvordan følges virksomhetens strategier og planer for å være ansvarlig og bærekraftig opp av ledelse og styre?

Målsetninger og handlingsplaner er basert på selskapets strategi, hvor både styret og ledelse er involvert.

Spesielt viktig for ledelsen er det at vi jobber strategisk mot nye reguleringer som kommer fra blant annet EU's tekstil strategi og Åpenhetsloven, og at vi kan vise til forbedring innen de feltene vi jobber.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i møte med forretningspartnere, spesielt i leverandørkjeden?

Viktigheten av ansvarlig forretningspraksis er et tema i det aller første møte med en mulig samarbeidspartner, og er likestilt med andre temaer som kvalitet, pris, volumer og hvordan vi opplever dialogen. Vi deler informasjon om vår bærekraftstrategi og hvilke krav vi stiller i den, samt vår innkjøpspraksis og prosessene vi jobber med gjennom design, produksjon og levering.

Dette er stegene vi jobber etter når vi vurderer en ny leverandør:

Holzweiler provide the supplier with " Holzweiler´s way of working", including our onboarding program and our policy.

Holzweiler´s way of working

At Holzweiler, we are committed to be a responsible and liable partner for our suppliers. We´re also committed to make positive change in the way we design, produce, and transport our goods.

Transparency and traceability are key elements in our work. We aim to trace our items from final product and all the way down to raw material, by 2030.

This requires a good relationship with all our suppliers on information sharing. Partners must also allow for Holzweiler to publicly name the factory and other parts of the supply chain.

In addition, our goal to become Net-Zero in 2040 also requires our partners commitment and that we work together to achieve this.

Onboarding program:

- The supplier provides information such as company profile, audit report, certificates, policies or other relevant documentation for us to evaluate.
- Holzweiler send out supplementary questions to the supplier when necessary
- Holzweiler evaluates this data before moving on to the next steps
- The supplier must comply with Holzweiler´s Code of Conduct, by familiarizing themselves with the content, and confirm that our requirements will be followed for all our productions, with a signature.
- The Supplier will be onboarded to our TrusTrace platform, where they fill in their company profile, upload certificates and answer our questionnaires on how they work with sustainability, covering ethics and social and environmental management.
- Welcome to the Holzweiler family!

How we evaluate:

After receiving all documentation, the potential partner will be evaluated after the following criteria:

- A total assessment of the supplier´s compliance with our Code of Conduct, put in context with risks in the country of production.
- Willingness to share information on subcontractors and production processes
- Policies and measures in place to ensure decent working conditions
- Production processes that reduce negative environmental impact
- Access to sustainable materials
- How the cooperation would affect on our sustainability targets
- Dialogue and the willingness to cooperate on improvement areas

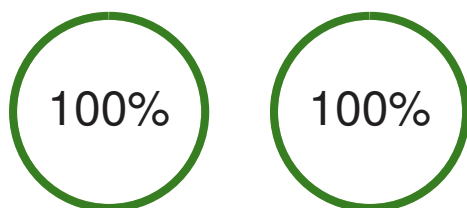
Bærekraft ansvarlig holder i dialogen med leverandører gjennom denne prosessen og følger opp dokumentasjon.

Innkjøperne snakker med leverandørene om pris, volum og leveringstid. De jobber etter vår innkjøpspraksis og policy, som sier at Holzweiler ikke skal operere på en måte som fører til brudd på vår egen policy.

Når purchase orders sendes ut, følge det med informasjon om våre retningslinjer til bærekraft i produksjon.

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører

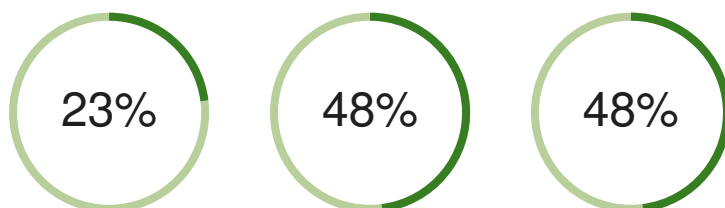


2021

2020

Dette er agenter og produsenter som vi handler direkte fra.

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



2021

2020

2019

Dette er agenter og produsenter som vi handler direkte fra. Noen av disse har vi jobbet med helt siden vi startet med produksjon. Det er flere produsenter og leverandører lenger ned i leverandørkjeden vi har jobbet med i mange år.

Årsaken til at tallet er lavere for 2021, er at vi tidligere har rapportert på alle produsenter og agenter vi har jobbet med. For 2021 har vi kun fokusert på de som har levert varer til oss i 2021.

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?

I året som gikk har bærekraftig forretningspraksis rykket enda høyere opp på agendaen. Nye reguleringer kommer og vi er positive til at det stilles krav som omfavner alle i industrien. Som et resultat av dette ser vi viktigheten av å forbedre hvordan vi dokumenterer arbeidet vi gjør, samt kommunisere det på en bedre måte. For 2021 har vi lansert Holzweilers første bærekraft rapport, som ligger tilgjengelig på holzweilerslo.com, og også vårt første klimaregnskap. Vi har oppdatert websiden med vårt sustainability statement for å informere og engasjere kunder og andre interessenter, av samme årsak.

I 2021 startet vi arbeidet med TrusTrace sin plattform for produsentoppfølging og sporing av produkter, for å digitalisere prosessene vi jobber med. Vi har sett at vi må effektivisere og profesjonalisere hvordan vi jobber innen dette feltet.

Informasjon- og datainnhenting har blitt en mye større del av det daglige arbeidet med bærekraft enn det har vært tidligere, og vi ser derfor på hvordan vi kan legge til rette for dette på en god måte.

Vi har endret hvordan vi gjør onboarding med nye leverandører med vår "Holzweiler way of working", hvor den potensielle leverandøren blir gjort klar over kravene vi setter til informasjonsdeling og prosessene som følger med det, allerede i første dialog.

2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning eller skade på mennesker, 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, 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, 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 virksomhetens prioriterte risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Lønnsnivåer i produksjon	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Lønn Arbeidstid	Kina
Bruk av vann og kjemikalier	Helse, miljø og sikkerhet Miljø Vann	Globalt
Materialevalg	Miljø Utslipp Energi Avfall Materialbruk	Globalt
Avfall	Miljø Avfall	Globalt
Klimagassutslipp	Miljø Utslipp	Globalt
Dyrevelferd	Dyrevelferd	Globalt
Produktenes liv etter at de solgt	Miljø Avfall	Globalt

Dette er de utfordringene vi vet vi står ovenfor og hvor vi setter i gang kartlegging og/eller tiltak.

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

2.A.2 Beskriv kort virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og vis til hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. Beskriv hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/dere har snakket med. Beskriv videre også om det er identifisert områder eller tema hvor det er manglende informasjon for å danne seg et helhetlig bilde, og hvordan dere planlegger å gå frem for å få mer informasjon/håndtere dette.

Kartleggingen av risiko starter med en vurdering av tekstilbransjens utfordringer i lundene våre produksjoner er lokalisert. Disse kan variere veldig fra land til land, både når det gjelder hva den største risikoen er og hvilken alvorlighetsgrad risikoen har. For å identifisere dette benytter vi kilder som Ilo.org, transparency.org, business of fashion, innovation forum, kursing via etisk handel, relevante publiseringer og sparringer med andre som jobber innen bærekraft feltet.

Neste steg er kartlegging av forhold på våre produksjonssteder.

I juni 2021 inngikk vi et samarbeide med TrusTrace, en digital plattform for produsentoppfølging, datainnhenting og sporing av leverandørkjeden.

I dag sender vi selvevalueringsskjemaer for ansvarlig forretningspraksis (med dokumentasjonskrav) til alle våre leverandører direkte fra plattformen. På denne måten blir all informasjon samlet et sted, og den er oversiktlig og lett tilgjengelig.

80% av våre førsteleddslleverandører er onboardet i systemet, og resten vil bli det fortløpende.

Her blir også leverandøren bedt om å last inn deres nyeste revisjonsrapport om de har vært igjennom en audit de siste to årene. Vi etterspør informasjon om det allerede foreligger en CAP (corrective action plan) som produsenten jobber med, og eventuelt status på denne. Vi setter ikke i gang egne audits om vi godkjenner revisjonen som allerede har blitt gjennomført, for å unngå audit fatigue, hvor fabrikkene bruker enorme ressurser på å gjennomgå de samme revisjonene igjen og igjen.

Behovet for en revisjonsrapport i lavrisikoland blir vurdert basert på annen informasjon vi har om produksjonsstedet.

Risikoen i produksjonslandet, svarene fra selvevalueringen og eventuelle revisjoner, samt produksjonsstedets policier, systemer og rutiner for bærekraftig forretningspraksis, vil samlet utgjøre risikoen for et produksjonssted.

Det er sjeldent mangel på dokumentasjon fra produksjonsstedene. Den største utfordringen vi ser, ligger i å kunne validere om innholdet er 100% korrekt – selv i informasjon vi får fra auditrapporter. Det å finne gode metoder for dette, samt sette i gang tiltak for validering, vil være et fokus fremover.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø som ble identifisert i kartleggingen i egen virksomhet, leverandørkjeden eller hos forretningsforbindelser i rapporteringsåret og hvordan disse er håndtert.

Hos oss er kartlegging en prosess som hele tiden pågår.

I en industri som både er kjent for stor negativ innvirkning på klima, diffuse produksjonslinjer og dårlige arbeidsforhold, og hvor nye retningslinjer, risikoer og sannheter til stadighet blir en del av det totale bildet, er det ikke vanskelig å avdekke forhold som må adresseres. Basert på kartleggingen har vi innsett at vi har mye å gjøre for å redusere vår negative påvirkning i tiden som kommer. En stegvis tilnærming ved å fokusere på noen utvalgte områder, er tankegangen vi jobber etter.

Her er noen av de risikoene vi vet vi må i tak, hvorav noen tiltak er startet og andre er på planen.

Sporbarhet og åpenhet

Vi anser det som helt essensielt å få oversikt over hvilke aktører som er involvert i våre produksjoner, og deretter linke de sammen for å få et bedre bilde over produksjonslinjene våre. Man kan tenke at det er lett, men det er det dessverre ikke i en industri hvor det er fortsatt er ganske nytenkende å dele informasjon med andre. Per i dag krever det mye å komme helt ned til råmaterialene som er i produktene vi lager.

Vi har som tidligere nevnt investert i et system for å kunne spore produktene våre nedover i produksjonslinjen. Det å digitalisere disse prosessene og å få med oss leverandørene på dette, har vært det første steget. Videre har vi startet sporingen av noen produkter i forskjellige produksjonsland for å få en bredere erfaring, og for å se hvor utfordringene vi ligge.

Erfaringen til nå tilsier at tier 1 og 2 er enkelt, at det krever mer å inkludere tier 3 og at tier 4 fortsatt er et stykke unna.

Informasjonen vi avdekker ønsker vi på sikt å dele med våre interessenter, og vi har startet med å navngi førsteleddsprodusenter på alle produkter i nettbutikken vår.

Lønn og forsikringer

Dette er områder som det både er viktig og vanskelig å ta tak. Vi har jobbet med datainnhenting på disse faktorene fra våre leverandører, og er nå i gang med å se på hvilke metoder som allerede finnes for å adressere temaet. Vi jobber tett med Etisk Handel og noen andre norske aktører for å diskutere problemstillingene vi ser, og se på mulige løsninger og fremgangsmåter. Dette vil være et stort fokusområde i 2022. Et ønsket scenario vil være å samarbeide med andre aktører som jobber med den samme produsenten for å skape en forbedring.

Arbeiderrepresentasjon og fagorganisering

Vi ser at fagorganisering og arbeiderrepresentasjon fungerer på forskjellige måter i ulike land. Våre kartlegginger viser at utfordringen med velfungerende arbeiderrepresentasjon er størst hos fabrikkene vi jobber med i Kina, og dette vil derfor være landet vi fokuserer på først. Igjen vil samarbeide med andre som jobber med samme fabrikk være lønnsomt.

Produktets levetid

Vi har alltid hatt høyt fokus på kvalitet på produktene vi lager, og opplever at vi leverer ganske bra på dette området. Vi kan alltså bli bedre og har derfor etablert et teknisk team som sørger for enda bedre passformer og detaljer, for å optimalisere produktene ytterligere. Vi skal også ansette en på teamet som skal lede arbeidet med kvalitetssikring, testing og forbedring.

Vi ser at selv om produktene er av høy kvalitet, så kan dagens forbruk allikevel føre til at ting blir hengende i et skap og brukes altfor sjeldent. Vi har gått sammen med Continued Fashion om å utvikle vår egen plattform hvor folk kan kjøpe og selge brukte Holzweiler klær på en meget enkel måte. Vi anser tidsbruk som et hinder for mange når det kommer til å gi et plagg som ikke brukes ett nytt liv, og vi har derfor lansert en løsning hvor all produktinfo og bilder allerede ligger klart fra vårt produktarkiv. Samarbeider med Fjong og Rent The Runway om utleie, er også etablert.

Det å utvide vår forretningsmodell med løsninger innen gjensalg og utleie er helt klart en del av Holzweiler's fremtid, og vi vurderer også å inkludere andre sirkulære prosesser som reparasjon og redesign.

Avfall

Tekstilindustrien er kjent for å produsere mye avfall - både i produksjonsprosessene og men også som et resultat av dårlig kvalitet og at folk kjøper for mye klær. Vi er i gang med utviklingen av en intern waste policy for hvordan vi skal håndtere disse utfordringene, og sørge for å redusere avfall forårsaket av oss.

I materialeproduksjonen ligger det risiko for negativ påvirkning på klima, mennesker og dyr. Vi har derfor jobbet aktivt med å ta bedre valg for å redusere denne påvirkningen, og har økt andelen av sertifiserte materialer i våre produkter. Samtidig så opplever vi ofte at vi må velge mellom et materiale med høy kvalitet som vil tåle mye bruk eller et resirkulert materiale som vil score høyere på bærekraft skalaen, men som ikke vil gi produktene den samme holdbarheten. Dette ser vi som en utfordring som retter seg spesielt mot vår visjon om å lage klær som skal vare lenge.

Utslipp

Vi har gjort vårt første klimaregnskap for 2021, inkludert scope 1,2 og 3. På rapporteringstidspunktet har vi ikke hatt en ordentlig gjennomgang av resultatene, så vi vil kommentere dette mer inngående i rapporten for 2022. Basert på klimaregnskapet skal vi lage et veikart på hvordan vi skal nå Net-Zero i 2040.

Vann og kjemikalier

Vi har for liten intern kompetanse innen kjemikalier og har derfor blitt medlem av kjemikaliegruppen/Rise for å jobbe bedre med utfordringene innen dette feltet. Vi skal også søke etter mer kompetanse til teamet vårt for å kunne følge opp bedre og sette i gang tiltak.

Vi er i gang med å se på yttertøy og hvilke forbedringspotensialer denne kategorien har, og sette dette i sammenheng med holdbarheten vi ønsker for produktene.

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, 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, samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FNs bærekraftsmål.

3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Legg til mål, status på fremdrift, og beskriv tiltak dere har iverksatt for å håndtere virksomhetens prioriterte negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø

Prioritert negativ påvirkning/skade	Lønnsnivåer i produksjon
Overordnet mål :	Jobbe mot levelønn i våre produksjoner.
Status :	Datainnhenting er i gang og samarbeidsgruppe rundt temaet er etablert.
Mål i rapporteringsåret :	Oversikt over hvordan det jobbes med lønn hos våre tier 1 produksjonspartnere.

Utforte tiltak og begrunnelse :

Vi har innhentet informasjon fra noen utvalgte leverandører, via selvevalueringer, auditrapporter og annen dokumentasjon leverandøren har delt.

Dette vil være utgangspunktet for veien videre.

Vi har også innsett at samarbeider rundt dette teamet vil være essensielt, både samarbeider med leverandører, andre merkevarer, NGO'er og andre aktører. Vi har startet dialogen med Fair Wear Foundation for å se om deres systemer og kompetanse kan være riktig for oss.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Bruk av vann og kjemikalier
Overordnet mål :	Redusere vannbruk og skadelige kjemikalier i våre produksjoner.
Status :	Vi er i gang, men har fortsatt en lang vei å gå.
Mål i rapporteringsåret :	Benytte mer bomull sourcet som GOTS i våre produksjoner, øke bruken av Ecovero viscose og få mer kunnskap om kjemikalier.

Utforte tiltak og begrunnelse :

72% av bomullen vi kjøpte inn til leveringer i 2021 var organisk og 5% var resirkulert. Vi har introdusert Ecovero, men kun i en liten grad. På 2022 leveringen som er satt i produksjon i 2021, vil andelen øke.

Vi har blitt medlem av RISE/Kjemikaliegruppen for å øke kompetansen rundt kjemikalier og jobbe mer strategisk rundt med dette. Det ble også tatt en beslutning om å ansette noen med kompetanse på området.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Materialevalg
Overordnet mål :	Source mer bærekraftige materialer som er innenfor vår kvalitetsstandard.
Status :	Dette er en vedvarende prosess som alltid er en del av materialvalgene vi tar. Vi har økt bruken i 2021.
Mål i rapporteringsåret :	Øke bruken av mer bærekraftige materialer i våre produksjoner, og samtidig jobbe innenfor vårt krav til kvalitet og holdbarhet.

Utforte tiltak og begrunnelse :

I 2021 var hovedfokuset Organisk bomull fra GOTS standarden, RDS dun og resirkulert- eller RWS sertifisert ull. Noe av dette resultatet vil komme på leveringer i 2022 som er designet og satt i produksjon i 2021, men allerede på leveringer i 2021 har vi levert bedre enn tidligere.

72% av bomullen vi kjøpte inn til leveringer i 2021 var organisk

100% av dunen var RDS dun

45% av ullen var resirkulert

2% av ullen var RWS ull (tallet vil øke på ordre satt i 2021, men levert i 2022)

Dyrevelferd, arbeidsforhold og klimapåvirkning er årsaken til disse valgene.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Avfall
Overordnet mål :	Redusere avfallet våre produksjoner og produkter etterlater, samt sørge for at Holzweiler produkter ikke ender som avfall.
Status :	En intern waste policy er under utvikling, og skal definere hvordan vi skal jobbe videre med dette.
Mål i rapporteringsåret :	Få oversikt over vareprøver og eldre varebeholdning for å gi disse et nytt liv, og sette rammen for intern waste policy.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Vi har donert gjenværende varer fra tidligere kolleksjoner til Fretex, hvor de kan selge produktene i egne butikker og omsetningen går til deres arbeid i Frelsesarmeen.

Vi har startet digitaliseringen av designprosessen ved bruk av verktøyet CLO 3D. Et av målene med dette er å minimere antall prøver som utvikles, ved at første prøve vi mottar fra produsent er mer korrekt.

Produktets levetid er også en viktig del av dette, og beskrives under "produktenes levetid etter de er solgt".

Vår waste policy er under utvikling og er klar tidlig 2022.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Klimagassutslipp
Overordnet mål :	Net-Zero 2040
Status :	Klimaregnskap er gjennomført for første gang for 2021 og dette vil være grunnlaget for reduksjon.
Mål i rapporteringsåret :	Gjøre vårt første klimaregnskap for scope 1, 2 og 3, som skal være vårt grunnlag for å definere målsetninger på vei mot 2040.

Utførte tiltak og begrunnelse :

For å kunne måle reduksjon så vi oss nødt til å vite det nøyaktige utslippet. Vårt klimaregnskap for 2021 vil være baseline for reduksjon mot 2040.

Andre tiltak i rapporteringsåret som er gjennomført:

- Økt bruken av materialer som gir lavere klimagassutslipp
- Laget ett nytt set-up for hvordan vi leverer varer til Asiatiske kunder for å redusere reiseveien til produktene, ved å inngå samarbeide med lager i Shanghai
- Endret til grønnere fraktmetode fra nettbutikken

Prioritert negativ påvirkning/skade	Dyrevelferd
Overordnet mål :	Sikre god dyrevelferd i ull- og skinnproduksjon.
Status :	Vi er i gang med å videreutvikle vår standard for dyrevelferd, med beskrivende tiltak og målsetninger.
Mål i rapporteringsåret :	Videreutvikle vår standard for dyrevelferd og beslutte hvilke sertifiseringer vi ønsker å source innen.

Utforte tiltak og begrunnelse :

Punktene i vår dyrevelferd standard er satt:

All dun er RDS sertifisert (Responsible Down Standard)

Mulesing er ikke akseptert

All skinn vi bruker er bi-produkt fra matindustrien

Vi bruker ikke Angora eller pels

Vi øker bruken av RWS(Responsible wool standard) sertifisert ull

Vi øker bruken av mohair med dokumentert dyrevelferd

Vi øker bruken av skinn fra Leather working group

Disse skal evalueres på nytt i 2022. Handlingsplan med målsetninger skal settes tidlig 2022.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Produktenes liv etter at de solgt
Overordnet mål :	Sørge for at våre produkter er designet for lang levetid og mange bruk, legge til rette for reparasjon og videresalg, samt etablere et take-back system for brukte produkter. Legge til rette for resirkulering allerede i produktutviklingen.
Status :	Vi er i gang med alle prosessene, hvorav noen er gjennomført og andre er helt i oppstart.
Mål i rapporteringsåret :	Lansere Holzweiler resale løsning og inngå samarbeider innen utleie, samt øke kompetansen i kundeservice- og salgfunksjoner for å kunne gi kundene gode råd om hvordan de skal ta vare på klærne sine.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Tiltakene som er gjennomført i 2021 er alle basert på å øke produktenes levetid.

- Holzweiler Re:vive - vår egen resale plattform for kjøp og salg av brukte Holzweiler klær - er lansert. Denne plattformen skal videreutvikles for å brukes til take-back system for brukte Holzweiler klær.
- Samarbeider med Fjong og Rent-the-Runway om utleie er etablert.
- Kompetanseheving om care & repair hos ansatte innen salg og kundeservice.
- Lansering av How-to filmer med fokus på reparasjon
- Eco-design training for team design og produksjon i samarbeide med NF&TA
- Beslutning om pilotering av product passport for å være forberedt til fremtidige resirkuleringsmuligheter, ble tatt. Oppstart i 2022.

Tverrgående tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade:

Beskriv virksomhetens tverrgående tiltak for å stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning/ skade på mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden

3.B.1 Reduksjon av miljø- og klimafotavtrykk

Våre tiltak er beskrevet i Prioritert negativ påvirkning/skade.
Oppsummert har vi fokusert på:

- Klimaregnskap for å få oversikt over dagens utslipp og kunne måle reduksjon.
- Produktenes levetid med fokus på kvalitet, kompetanseheving internt og hos forbruker, og ved å implementere løsninger for gjenbruk. Formålet med dette er å legge til rette for flere bruk og redusere behovet for å kjøpe nytt.
- Materialevalg som har lavere negativ klimapåvirkning.
- Gjort endringer i fraktmetode fra nettbutikken og endret set-up for leveringer til det asiatiske markedet.

3.B.2 Tilpasning av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Vår innkjøpspraksis inkluderer krav til oss selv om å ikke bidra til brudd på vår egen policy.

Holzweiler considers responsible purchasing practices to be one of our most important tools for responsible business conduct. We shall adapt our purchasing practices in order to strengthen, and not undermine, our suppliers' ability to deliver on our requirements related to people, society and the environment. We strive towards lasting supplier relationships with suppliers who show a particular willingness and ability to create positive developments in the supply chain.

This includes:

- Continuously working to improve our policies and practice to enable our suppliers to be able to meet their commitments as outlined in our policy.
- Treating suppliers with respect and consideration in all our dealings and communications.
- Communicating clearly, promptly and accurately on all issues concerning orders.
- Never negotiating a price that will negatively impact on the wages and working conditions of workers.
- Staying with our current supplier if a higher price will ensure decent wages and working conditions for workers, rather than moving our business elsewhere purely based on price.
- Placing orders with leadtimes that do not trigger excessive working hours or sub-contracting. Always having a dialogue with the suppliers regarding lead times.
- Refraining from changing orders repeatedly and with short notice. If changes are unavoidable, amending target delivery times accordingly.
- Providing material and practical support to our suppliers in striving to meet their obligations in our policy.
- Taking pay and working conditions of workers into consideration when reviewing our business relationship, rather than ending a business relationship purely on the grounds of price or quality.

I 2021 har vi inkludert spørsmål om vår innkjøpspraksis i spørreskjemaet produsentene fyller inn årlig, for å se om vi leverer som lovet på punktene over. Denne vil bli sendt ut i første halvår 2022.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Se punkt 2.A.3

Holzweiler skal sertifisere seg innen GOTS standarden

3.B.4 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

I 2021 har vi kun hentet inn informasjon om hvordan våre produsenter jobber med dette via spørreskjemaer og revisjoner, og kommunisert dette via vår policy. Det er ikke satt i gang ytterligere tiltak i 2021.

3.B.5 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring internt og av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Vi kartlegger hvor behovet for opplæring og kompetanseheving er størst hos våre produsenter, og etter en evaluering skal vi se hvilke tiltak som vil ha størst positiv innvirkning.

Vi vurderer et samarbeide med Fair Wear Foundation for å få bistand til dette i land hvor de er aktive, og andre samarbeider som vil støtte opp om dialog med de ansatte på fabrikkene.

3.B.6 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ innvirkning på mennesker, samfunn og miljø.

Vi har fortsatt fokuset vårt på digitalisering av produktutviklingsfasen og økt kompetanse hos design teamet.

Over en toårsperiode fra 2020-2021 ble designteamet opplært i CLO 3D, et virtuelt designverktøy. Målet var å få innsikt til å kunne evaluere de potensielle fordelene ved å implementere 3D-teknologi i produktutviklingsprosessen vår, også sett fra et bærekraftperspektiv.

Vi ser at det å utvikle produkter i CLO og sende digitale presentasjoner av produktene til produsenten, fører til mer presis informasjon fra vår side. Dette vil igjen redusere behovet for antall fysiske prototyper og antall forsendelser til og fra produsent. Utfra den kunnskapen vi besitter i dag, anslår vi at vi reduksjonen er ca 25%.

I 2021 ble det etablert et teknisk team for ytterligere å forbedre kvaliteten på produktene, som igjen skal legge til rette for økt levetid. En senior teknisk designer, en mønsterkonstruktør og en digital design assistent utgjør dette teamet i dag.



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 hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis

Bærekraftansvarlig har hovedansvaret for at dette blir gjort, men mye av dataen hentes inn i de forskjellige avdelingene. Feks, Supply chain holder oversikt over transportmetoder, design rapporterer på antall produkter designet i 3D, Ecomm rapporterer på grønn frakt og reklamasjoner og bærekraftansvarlig rapporterer blant annet på antall leverandører som har vært igjennom hele screening prosessen, og antall produkter som kan spores til forskjellige nivåer.

Noen av tiltakene vi har satt igang er det for tidlig å måle. Dette gjelder spesielt tiltak innen sirkulære prosesser.

Klimaregnskap skal være en metode for oss å måle effekten av tiltak vi gjøre for å redusere CO2 utslipp, med utgangspunkt i tall fra 2021.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer

Et stort fokus for oss i 2021 har vært å jobbe med produktenes levetid og antall bruk. Høy kvalitet, gode materialer og passformer, løsninger for gjensalg og utleie, samt opplæring av personalet og kunder om hvordan de skal ta vare på klærne sine. Dette er vanskelig å måle effekten av i dag, men vi mener at dette er gode tiltak som helt klart har en effekt.

Materialevalg har en viktig rolle, og vi har økt bruken av sertifiserte materialer. Disse valgene fører til redusert negativ påvirkning av dyr, mennesker og miljø. Her måles fremgangen fra kolleksjon til kolleksjon, og fra år til år.

Digitalisering av oppfølgingsprosessen av leverandører fører til mer effektiv informasjonsinnhenting, og at informasjon vil være lettere tilgjengelig for alle avdelinger. Det samme gjelder for digital sporing av produkter, som gir oss en mye bedre oversikt over aktører som er involvert i våre produksjoner. Dette vil fremover være data som kan måles.

Klimaregnskap er en metode som vil vise helt konkret om tiltakene relatert til CO2 har en effekt eller ikke.

A woman with dark hair tied back, wearing a light blue button-down shirt and a brown leather apron, is looking down at something out of frame. She is in a kitchen setting, with a gas stove visible in the foreground. The background is blurred, showing kitchen shelves and equipment.

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. Virksomheter skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, 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 henter inn informasjon via spørreskjemaer, revisjoner og dialog om hvordan dette håndteres fra produksjonsstedet. Der vi ser at det er negativ påvirkning etterspør vi informasjon om hvordan de jobber med utbedring og hvordan de ansatte er involvert, feks gjennom arbeiderrepresentasjon.

I de fleste tilfeller jobber leverandørene allerede med tiltakene som er foreslått i revisjonsrapporten, og vi følger utviklingen basert på det.

Vi ser at vi må ta en mer aktiv rolle i dialogen og i utbedringer i tiden som kommer.

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

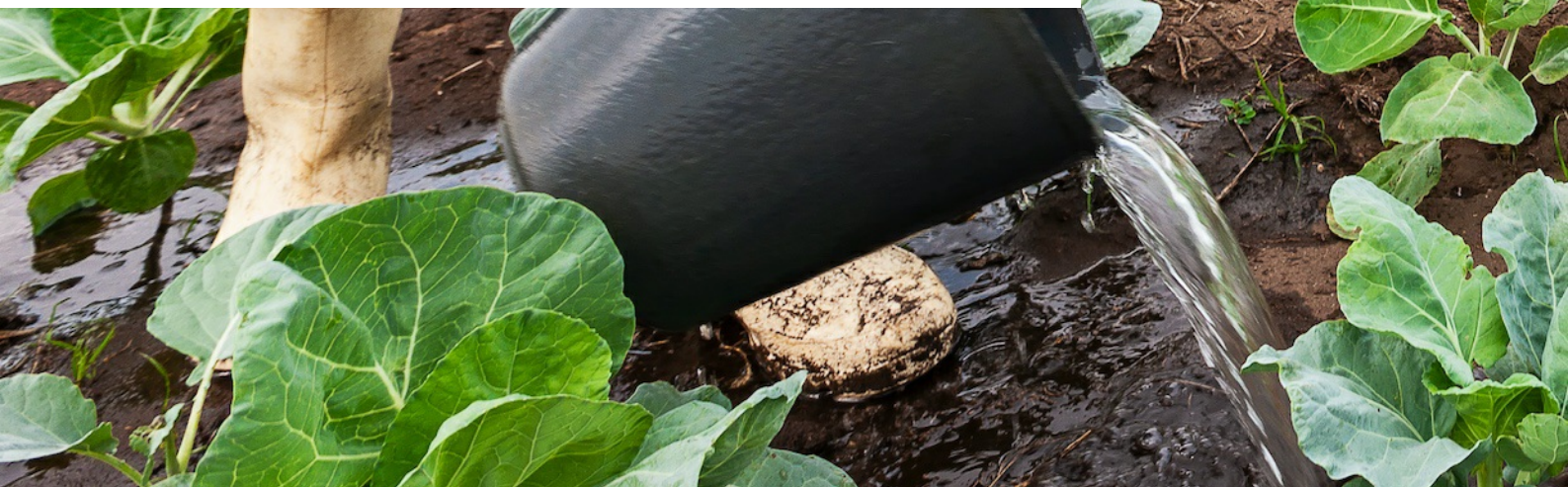
I dag kommuniseres dette i rapporteringen til Etisk Handel.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker eller samfunn, 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 for mennesker, samfunn og miljø

Vi har ingen ytterligere retningslinjer på dette enn det som står beskrevet i vår policy.

Vi forplikter oss til å gjøre opp for skader vi påfører mennesker i våre produksjonslinjer og vi skal jobbe for å gjøre minst mulig skade på dyr og miljøet.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Ingen gjenoppretting gjort i 2021.

6.B Tilgang til mekanismer for gjenoppretting

6.B.1 Beskriv hva selskapet gjør for å sikre at påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til effektive mekanismer for gjenoppretting, når det er aktuelt

Dette er ikke satt i gang tiltak på dette.

Kontaktinformasjon:

Holzweiler Items AS
Line Staxrud Eriksen, CSR manager
line@holzweiler.no