



Hållbarhetsrapport

Omställningen till ett mer hållbart samhälle går allt snabbare. Vi vill fånga de nya affärsmöjligheter som uppstår när förutsättningarna för värdeskapande förändras, samtidigt som vi som företag tar vår del av ansvaret. Genom en noggrann kartläggning av hur vi direkt och indirekt påverkar vår omvärld och ett systematiskt målinriktat arbete, tar vi vårt ansvar och skapar förutsättningar för att bidra till en långsiktigt positiv utveckling.

Engagemanget för hållbar utveckling är idag högt. Kunder, anställda och samhället förväntar sig i allt högre utsträckning att företagen bidrar aktivt till ett mer hållbart samhälle. Bakgrunden är den samhälleliga kraftsamling som måste till

för att klara klimatförändringarna och övriga hållbarhetsutmaningar. När affärsprocesser och konsumtionsmönster förändras i grunden uppstår samtidigt nya affärsmöjligheter. Företag som är vakna och tar vara på möjligheterna kommer

PRIORITERADE FRÅGOR UNDER 2021

UTVECKLA CIRKULÄRA AFFÄRSMODELLER

Hyreshyllan - vårt koncept för att sälja begagnade produkter lanserades i januari 2022 efter en smygstart i december. Vi börjar i liten skala och hoppas växla upp försäljningen under året.

KONTROLL AV UNDERLEVERANTÖRER FÖR EGNA VARUMÄRKEN

Vi har utvecklat ett nytt förbättrat protokoll för granskning av underleverantörer för våra egna varumärken. Kontrollpunkterna har utökats från 50 till 240 och berör kvalitet, sociala aspekter och miljö. På grund av pandemin har antalet genomförda kontroller varit färre än önskat.

NY VISSSELBLÅSARTJÄNST FÖR UNDERLEVERANTÖRER TILL EGNA VARUMÄRKEN

Tjänsten levereras av tredje part och är samma som lanserades internt 2020.

KARTLÄGGNING AV KOLDIOXIDUTSLÄPP

Vi fortsätter arbetet med att kartlägga våra koldioxidutsläpp inom Scope 3 i syfte att skaffa oss kunskap, insikter och därmed också rätt förutsättningar i arbetet med att minska dem.

ÖVERGÅNG TILL URSPRUNGSMÄRKT EL FÖR VÅRA LOKALER I SVERIGE OCH NORGE

Förändringen leder till att utsläppen inom Scope 2 minskar.

att kunna flytta fram sina positioner. De här möjligheterna vill vi fånga.

För att lösningen på klimat- och hållbarhetsutmaningen inte ska leda till att problem uppstår eller förvärras inom andra områden, är det som företag viktigt att ha ett brett perspektiv på sitt hållbarhetsarbete. Utgångspunkten för NetOnNets långsiktiga hållbarhetsarbete är därför FN:s globala mål för hållbar utveckling. Vi använder oss av den internationella standarden för hållbarhetsredovisning GRI Standards metodik för att kartlägga vart vår påverkan uppstår och vad våra intressenter tycker är viktigast.

Till grund för NetOnNets hållbarhetsarbete ligger vårt hållbarhetsramverk som är indelat på fyra områden som kopplats till FN:s globala mål. Ramverket innehåller långsiktiga målsättningar som ger oss en tydlig riktning kring vart vi ska och vad vi ska åstadkomma, utifrån vår påverkan på omvärlden. Hållbarhetsarbetet bedrivs integrerat i verksamheten där ansvaret är delegerat till de olika verksamhetsområdena. Det hålls ihop och leds av en dedikerad person som är ansvarig för respektive huvudområde inom hållbarhetsramverket och som bär ansvaret för att driva frågorna framåt. Det övergripande ansvaret bärs av vår hållbarhetsansvarige med plats i ledningsgruppen.

Styrelsens ansvar och arbete inom hållbarhetsområdet är tydligt och inkluderas i företagets övergripande strategi- och affärsplanarbete. Engagemanget för hållbarhetsfrågor är stort och frågorna diskuteras i samband med övergripande strategifrågor. För att bredda perspektiven och stärka kompetensen inom cirkulära affärsmodeller inom styrelsen och i bolaget

har ett hållbarhetsutskott inrättats där två externa experter deltar jämte styrelseledamöter och representanter från koncernledningen. Under 2021 var experterna Emma Ihre som är Head of Sustainability på Embracer och Elin Bergman som är COO på Cradlenet, ett branschöverskridande nätverk för företag som vill bli cirkulära. Övriga ledamöter har varit Fabian Bengtsson, ägare och styrelseledamot, Benny Thögensen, styrelseledamot, Susanne Holmström, VD, Daniel Svensson, CFO samt Kristina Wärmare, hållbarhetsansvarig.

NetOnNets påverkan

NetOnNet är en e-handlare med en bred geografisk närvaro i Sverige och i Norge, en återförsäljare av i huvudsak hemelektronik, samt ägare av flera egna varumärken inom kategorierna hemelektronik, grill och elfordon. Vår utgångspunkt är att människor vill använda produkterna som vi säljer för att det på olika sätt underlättar vardagen och gör deras liv smidigare och enklare. Samtidigt har deras konsumtion en påverkan. Dagens linjära produktions- och konsumtionsmönster är inte hållbara och därför behöver påverkan längs hela produktens livscykel minimeras. Vår uppgift är att minimera påverkan utan att glädjen och nytan som våra produkter ger går förlorad. Det kan också formuleras som att vi genom att minska påverkan möjliggör fortsatt konsumtion och användning av våra produkter.

Den globala hemelektronikindustrins försörjningskedja sträcker sig från utvinning av mineraler, via tillverkning och transporter till återförsäljare, kund, återvinning och till sist deponering. Längs hela kedjan finns sociala och miljömässiga

risker och klimatpåverkan är stor. Elektronikindustrins försörjningskedja är den försörjningskedja som släpper ut femte mest växthusgaser i världen enligt en rapport från World Economic Forum.

Som en globalt sett liten återförsäljare är NetOnNets möjligheter att direkt påverka den globala försörjningskedjan liten. Vi kan dock påverka indirekt genom att säkerställa att vi väljer produkter av god kvalitet som kan användas länge. Genom kravställan och fabriksinspektioner kan vi säkerställa lika rättigheter, trygg arbetsmiljö och god affärsetik i produktionsleden. Eftersom vi är en betydande aktör på våra hemmamarknader kan vi göra stor skillnad genom

att möjliggöra och uppmuntra till och underlätta återbruk och återvinning. Genom att välja produkter med hög kvalitet som håller länge och för våra egna varumärken arbeta med design som möjliggör reservdelsutbyte och en ökad andel återvunnen plast och andra material i produkterna och därutöver möjliggöra nya sätt att bruka hemelektronik, förlänger vi den genomsnittliga livslängden och minskar avtrycket.

Därutöver har handeln som sådan också påverkan. Vi har både e-handel och fysisk handel och vår totala påverkan bestäms av transporter, förpackningslösningar, våra lokaler och mängden retur och kasserade produkter.

INDEX ÅRL HÅLLBARHETSRAPPORT

Hållbarhetsrapporten omfattar NetOnNet med dess filialer, vilka är beskrivna närmare i förvaltningsberättelsen sid 39. I tabellen under framgår var kraven på hållbarhetsinformation utifrån ÅRL 6 kap 11§ rapporteras i denna årsredovisning.

Område	Upplysning	Sidhänvisning
Affärsmodell	NetOnNets affärsmodell, strategi och styrning.	9
Miljö och klimat	NetOnNets arbete för att minska sin påverkan på miljö och klimat.	34
Sociala förhållanden och personal	Arbetet för att trygga sociala förhållanden och arbete med personalrelaterade frågor som jämställdhet och trygga arbetsplatser.	26
Mänskliga rättigheter och anti-korruption	Åtgärder för att förhindra brott mot mänskliga rättigheter och för att motverka korruption.	27
Risker och riskhantering	NetOnNets riskhanteringsprocess är integrerad i såväl strategi som styrning av verksamheten.	36

Värdeskapande och påverkan i vår värdekedja

Vi skapar värde längs hela värdekedjan och arbetar systematiskt för att minimera de hållbarhetsrisker som finns. Genom täta samarbeten och egna insatser kan vi bidra till en positiv utveckling.

TILLVERKNING & INKÖP

Hemelektronik tillverkas i huvudsak i Asien och Kina, världens klart dominerande producentland för hemelektronik.

FRAKT, LAGER & DISTRIBUTION

Från tillverkarna fraktas varorna, oftast med fartyg och sedan lastbil, till vårt centrallager i Borås för vidare distribution, antingen direkt till kund eller till våra Lagershoppar. Flygtransport ska användas endast i undantagsfall.

FÖRSÄLJNING & RETURER

Våra kunder handlar på nätet eller direkt i Lager-shoppen och kan returnera varor genom att antingen skicka tillbaka varorna eller lämna dem i en Lagershop.

BRUK, ÅTERBRUK & ÅTERVINNING

Hemelektronik som brukas förbrukar el, som på våra hemmamarknader i Sverige och Norge är mestadels koldioxidfri*. För produkter som inte längre används finns system i båda länderna för att omhänderta uttjänta elektronikprodukter för återvinning.

→ VÄRDESKAPANDE

Vi skapar värde genom att köpa in ett relevant sortiment av hög kvalitet från leverantörer som lever upp till högt ställda krav. För externa varumärken köper vi direkt från kända tillverkare och distributörer och ställer höga krav på både arbetsvillkor och miljöpåverkan. För våra egna varumärken samarbetar vi med cirka 150 noga utvalda leverantörer som vi systematiskt och regelbundet kontrollerar genom fysiska fabriksinspektioner.

Vi skapar värde genom att leverera snabbt till våra kunder och genom att optimera våra logistikflöden. PostNord har en inbyggd distributionscentral på vårt centrallager, vilket helt eliminerar en transportsträcka och sortering vilket medför kortare väg till slutkund och snabbare och effektivare hantering. Våra Lagershoppar fungerar som logistikhubbar för snabba leveranser eller upphämtning av varor och som vanliga butiker. Vi samarbetar med flera partners för så kallad last mile-distribution och erbjuder alltid miljövänliga alternativ om möjligt.

Genom ett tätt samarbete mellan marknad och inköp säkerställer vi att sortimentet är relevant för kunden. För att hjälpa kunderna att göra rätt val från början erbjuder vi utförlig produktinformation och kringliggande tjänster som gör att produkterna installeras korrekt. Vi bidrar positivt genom ett strukturerat arbete för att minimera osålda varor och returer, som till exempel kan bero på felköp eller reklamationer. För de varor som ändå returneras har vi en process för att erbjuda dem till försäljning.

Genom cirkulära tjänster och upplägg som bidrar till att produkter nyttjas maximalt under hela sin livslängd bidrar vi positivt genom att minska behovet av att tillverka nya produkter. Vi skapar också värde för nya kundgrupper genom att tillgängliggöra hemelektronik av hög kvalitet på nya sätt. Genom att reparera våra egna varumärken i egen regi kan vi snabbare identifiera och åtgärda eventuella kvalitetsbrister samt rationalisera försörjning av reservdelar, vilket betyder att det blir lönsamt att reparera och förlänga livslängden på fler produkter.

* Enligt Energimyndigheten var 91,9 procent av Sveriges elproduktion 2020 vattenkraft, kärnkraft, vind och sol. Resterande utgjordes av industriell kraftvärme och kraftvärme som eldar bland annat biobränslen och avfall. Enligt Olje- och Energidepartementet är 98 procent av den norska elproduktion förnybar.

→ RISK- OCH FOKUSOMRÅDEN

Arbetsmiljö, konfliktmineraler, utsläpp och avfall i produktionsledet, korruption.

Säkerställa efterlevnad av uppförandekod för leverantörer. Arbeta med materialval för egna varumärken.

Klimatutsläpp från transporter, emballage, uppvärmning av lokaler.

Optimera produktflöden och fyllnadsgrad i lastbilar och containers samt minska användning av emballage. Säkerställa god arbetsmiljö inom transport, t ex gällande arbetstid och ergonomi.

Miljö, klimatutsläpp från transporter, utsläpp från oförbrukade varor.

Arbeta med datadrivna insikter för att minimera returer och osålda varor. Utveckla kringtjänster som ökar kundernas nytta av produkter de köpt.

Klimat- och miljöutsläpp i försörjningskedjan, elektronikavfall.

Utforska och utveckla affärsmodeller som förlänger produkters livslängd, till exempel hyra och leasing, inbyte och försäljning av begagnade varor samt reparation av trasiga produkter. Därutöver att fortsätta ta emot uttjänta varor och skicka till återvinning.

Vårt hållbarhetsramverk

Hållbarhet är en integrerad del i vår verksamhet och strategi. På NetOnNet finner vi glädje i utmaningar där vi måste arbeta tillsammans för att nå

framgång. Det är en stor styrka i det nödvändiga förändringsarbete som vår bransch står inför. De fyra områdena i vårt hållbarhetsramverk, som

utgår ifrån FN:s globala mål för hållbar utveckling, har långsiktiga målsättningar som stärker vår affär och som ger oss en tydlig riktning kring

vart vi ska och vad vi ska åstadkomma, utifrån vår påverkan på omvärlden.

ANSVARFULL AKTÖR

LÅNGSIKTIGA MÅLSÄTTNINGAR

Att verksamheten säkerställer mänskliga rättigheter, trygg arbetsmiljö, jämställdhet och god affärsetik över hela värdekedjan.

STÄRKER AFFÄREN

Att vara en bra arbetsgivare gör det lättare att attrahera och behålla kompetent personal. Goda villkor i värdekedjan är ett krav vi ställer på oss själva och våra leverantörer genom vår uppförandekod.

DIREKT PÅVERKAN



FRAMSTEG 2021:

- Uppdaterat HR-policy, rekryteringspolicy, riktlinjer och code of conduct som alla medarbetare har signerat
- Nytt digitalt HR-system och tillbudsrapporteringsystem
- Regelbundna och täta temperaturmätningar i organisationen genom verktyget Winningtemp

LÄS MER PÅ SIDA 26

HÅLLBARA PRODUKTER OCH PRODUKTIONSLED

LÅNGSIKTIGA MÅLSÄTTNINGAR

Att verksamhet och produktion inte har en negativ påverkan på ekologi, arbetare eller användare.

STÄRKER AFFÄREN

Hållbarhet stärker både attraktionskraften hos våra egna varumärken och motivationen hos våra medarbetare. Arbetet säkrar samtidigt våra processer för framtiden.

DIREKT PÅVERKAN



FRAMSTEG 2021:

- Nytt mer omfattande inspektionsprotokoll för fabrikskontroller med kvalitets-, CSR- och miljöfokus framtaget
- Plan framtagen för hur fabrikskontroller ska genomföras när pandemin medger

LÄS MER PÅ SIDA 29

CIRKULÄRA RESURSFLÖDEN

LÅNGSIKTIGA MÅLSÄTTNINGAR

Att verksamheten är drivande i omställningen till cirkulär ekonomi.

STÄRKER AFFÄREN

Utförande av fungerande cirkulära affärsmodeller stärker bolagets långsiktiga marknadsposition.

DIREKT PÅVERKAN



FRAMSTEG 2021:

- Fortsatt utforskande av cirkulära affärsmodeller
- Start av försäljning av begagnade varor
- Uppskalning av Byt in genom lansering av tjänsten online
- Lansering av Bortforsling av vitvaror
- Lansering av Hyreshyllan, som erbjuder kunderna möjlighet att hyra hemelektronik

LÄS MER PÅ SIDA 31

MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

LÅNGSIKTIGA MÅLSÄTTNINGAR

Att organisationens aktiviteter inte negativt påverkar världens förmåga att uppnå 1,5-gradersmålet.

STÄRKER AFFÄREN

Arbetet framtidssäkrar våra processer och gör oss mer attraktiva för kunder som värdesätter klimatsmarta alternativ.

DIREKT PÅVERKAN



FRAMSTEG 2021:

- Byte till ursprungsmärkt el i våra lokaler
- Fortsatt arbete med att kartlägga utsläpp

LÄS MER PÅ SIDA 34

Ansvarsfull aktör

NetOnNet har höga ambitioner att vara en attraktiv arbetsgivare med ett högt förtroendekapital både internt och på arbetsmarknaden. Därför arbetar vi strukturerat med att säkerställa en god och trygg arbetsmiljö för alla i vår värdekedja och att vi alltid agerar etiskt som företag.

Utgångspunkten för vårt arbete är de dubbla insikterna om att våra medarbetare är vår viktigaste tillgång och att det är tillsammans som vi skapar framgång. Det är av yttersta vikt att våra medarbetare känner tillhörighet, trygghet och engagemang.

Vi ska vara en arbetsplats där chefer i sina respektive roller skapar förutsättningar för anställda att lyckas och en arbetsgivare som verkar för ökad mångfald och jämställdhet. Vi är övertygade om att det är en styrka om våra medarbetare återspeglar hela samhället.

Men vårt ansvar och vår ambition sträcker sig längre. Medarbetare, och även i allt större utsträckning kunder, väljer bolag som delar deras värderingar och som de därför kan känna stolthet över att vara en del av.

Våra fyra kärnvärden – enkla, nytänkande, ärliga och tillsammans – utgör grunden för våra värderingar.

Genom att leva efter våra värderingar i hela värdekedjan blir vi en arbetsgivare som våra medarbetare kan känna stolthet över. Det gör det lättare att rekrytera och behålla kompetent personal, vilket är avgörande för långsiktigt hållbar framgång, samtidigt som vi kan lova våra kunder att produkterna de köper har producerats under schyssta villkor.

Arbetsmiljö, ledarskap och rekrytering

NetOnNet hade vid utgången av 2021 802 tillsvidareanställda fördelat på Sverige (720), Norge (59) och Kina (23). Kollektivavtal tillämpas för våra svenska och norska verksamheter och i Kina följer vi lokal lagstiftning.

Under 2021 har ett omfattande arbete med att ta fram och uppdatera HR-policy, riktlinjer och uppförandekod genomförts. HR-policyn är främst ett stöd för ledare och sammanfattar hur vi arbetar med en lång rad personalrelaterade frågor, från rekrytering, mångfald och inkludering till målsättningar, kompetensutveckling och arbetsvillkor. Att ha relevanta vägledande riktlinjer inom exempelvis mångfald, arbetsmiljö och droger är ett viktigt stöd i det dagliga arbetet. Vi har utbildat våra medarbetare i riktlinjerna, haft workshops om delar av vår uppförandekod och alla medarbetare har skrivit under uppförandekoden. Under året har vi även bytt HR system och digitaliserat flera av våra HR- och löneprocesser. Digitalisering av processer har lett till att vi kan lägga mer tid på värdeskapande arbetsuppgifter för både anställda och bolaget, och det är något vi kommer se mer av framöver.

Ett viktigt verktyg för att skapa en god arbetsmiljö är ett gott ledarskap. På NetOnNet är ledarskapet relationsbaserat och insiktsdrivet. Det innebär att ledare ska bygga relationer med sina

medarbetare genom att vara lyhörda och värna deras välmående. Detta kompletteras med insikter från temperaturmätningar där anställda en gång i veckan får frågor om hur de upplever sitt arbete.

Eftersom ledarskapsfrågor är viktiga för oss har vi regelbundna Ledarforum där vi samlar ledare för att diskutera aktuella ämnen. Under 2021 var den digitala förändringen och hur vi leder på distans ett återkommande ämne.

Kontinuerlig kompetensutveckling är viktigt för NetOnNet. Under året förbättrade vi vårt arbete med kompetensutveckling genom att implementera en digital läroplattform där anställda får tillgång till en digital kurskatalog som vi ständigt utökar med nya utbildningar. Genom detta verktyg har vi digitaliserat vår onboarding, kravställt utbildningar, haft digitala föreläsningar mm. Vi arbetar även med att följa upp kompetensutveckling. På NetOnNet har vi en samtalscykel som möjliggör detta. Vi genomför årligen flera samtal; relationssamtal med fokus på arbetssituation och målsamtal med fokus på mål och utveckling där en utvecklingsplan samt minst ett kompetensutvecklingsmål ska tas fram.

Som ett led i vårt jämställdhetsarbete har vi uppdaterat vår rekryteringsriktlinje under 2021 och ytterligare en utbildning i hållbar rekrytering kommer att genomföras under 2022. I riktlinjen ingår bland annat ett mål om balanserade

arbetsgrupper, vilket innebär att minst en av det underrepresenterade könet i arbetsgruppen som det rekryteras till ska finnas bland slutkandidaterna. Slutgiltiga rekryteringsbeslut görs dock alltid på basis av hur väl kandidaten kan stärka företaget genom att fylla kort- och långsiktiga kompetensbehov och utvecklas på lång sikt.

Hälsa och säkerhet är en prioriterad fråga. Risken för arbetsplatsolyckor är störst inom logistik och i våra Lagershopp där det finns fordon och mycket människor i omlopp. Skyddsarbetet leds av en skyddskommitté som består av ledare och medarbetare från olika delar av verksamheten samt arbetsmiljö- och skyddsombud och träffas varje kvartal. Inträffade arbetsplatsolyckor av allvarlig karaktär lyfts och utvärderas alltid i gruppen. För att öka systematiken i arbetet har vi under 2021 implementerat ett tillbudsrapporteringsystem och vi kommer att kunna rapportera tillbudsstatistik i nästa hållbarhetsrapport.

Kunders integritet

Våra kunder lämnar ifrån sig personuppgifter när de handlar av oss eller går med i vår kundklubb. Vi tar vårt ansvar för att hantera uppgifterna varsamt. Vi håller både tekniska system och organisatoriska rutiner uppdaterade för att skydda dem mot otillbörlig åtkomst eller användning och arbetar proaktivt med förbättringar. Alla medarbetare i vår kundtjänst utbildas i GDPR (General Data Protection Regulation) och påminns löpande om vikten av hög efterlevnad.

Leverantörer

Vi köper in produkter både direkt från stora tillverkare av hemelektronik och från distributörer. Asien dominerar produktionen av hemelektronik, där Kina är världens klart största tillverkare av hemelektronik. Olika sorters risker kring arbetsmiljön förekommer i leverantörsledet. Vi säker-

ställer genom vår uppförandekod att leverantörerna att leverantörerna hanterar dessa risker genom avtal och för våra egna varumärken genomför vi även kontroller.

→ *Se avsnittet om Hållbara produkter och produktionsled för mer information om avtalen och kontrollerna.*

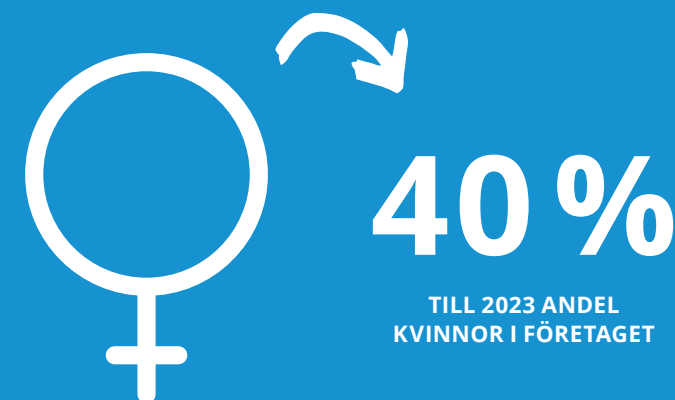
Antikorruption

Vårt arbete med antikorruption utgår från vår uppförandekod som alla medarbetare ska signera. Det kompletteras med utbildningar och workshops med fokus på korruption och mutor där deltagarna får diskutera olika scenarier som kan tänkas uppstå och hur de kan hanteras. Under året har vi konstaterat ett fall av försök till korruption. Fallet är utrett och hanterat.

eNPS

	2018	2019	2020	2021
eNPS	+11	+13	+22	+11

Employee net promotor score är ett nyckeltal som mäter hur sannolikt det är att medarbetare skulle rekommendera NetOnNet som arbetsgivare till en vän. Det mäts var sjätte vecka genom vårt system för temperaturmätningar. 2021 minskade eNPS till 11, vilket vi bedömer är en effekt av dels tätare mätning än tidigare år vilket ger en siffra som indikerar dagsform tydligare, dels en negativ påverkan av tillståndet i samhället i stort på grund av pandemin. Den digitala omställningen som medfört att vi inte kunnat mötas i samma utsträckning som tidigare påverkar då NetOnNet är ett bolag där värdeordet tillsammans är starkt.



JÄMSTÄLLDHET

Vi är övertygade om att det är en styrka om vår personal speglar samhället i stort. Därför har vi som mål att öka andelen kvinnor i företaget, både bland medarbetare och bland chefer. Till 2023 ska minst 40 procent av våra medarbetare och chefer vara kvinnor och från 2024 ska den siffran vara 50 procent.

0(0)

KONSTATERADE FALL
AV KORRUPTION**Medarbetare som signerat
uppförandekoden**

Vår uppförandekod, som uppdaterades 2021, innehåller tydliga beskrivningar av vad som förväntas av alla anställda på NetOnNet. Genom att alla medarbetare skriver under koden och genomgår utbildningar levandegör vi dokumentet och gör det användbart i vårt dagliga arbete. Under 2021 hade 97 procent av medarbetarna skrivit under koden. De som inte har signerat har varit föräldra- eller tjänstlediga.

97%

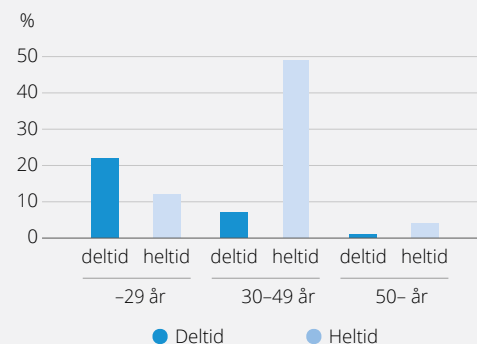
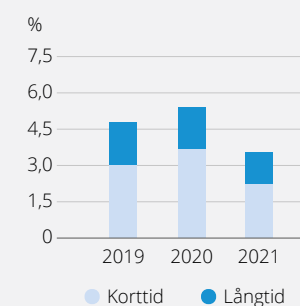
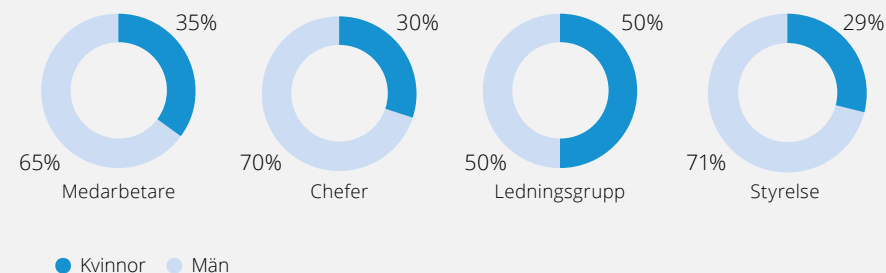
MEDARBETARE SOM SIGNERAT
UPPFÖRANDEKODEN**Visselblåsartjänst**

Under 2020 införde vi en anonym visselblåsar-tjänst som handläggs av tredje part. Under 2021 utökades denna till att också omfatta samtliga leverantörer för våra egna varumärken. Inga fall anmäldes till tjänsten under 2021.

NYCKELTAL	2021	2020	2019
Antal medarbetare	883	863	842
Genomsnittsålder	34	32,23	33,1
Personalomsättning, %	23,59	10,66	15,95
Könsfördelning (% män/kvinnor)	65/35	65/35	66/34
Medelantal anställda			
Sverige	644	635	613
Norge	44	40	67
Kina	22	18	17

Jämförelsetalen för 2019 har justerats på grund av ändrad beräkning av frånvaro.

Kommentar: vår personalomsättning definieras enligt formeln antal slutat + antal börjat under året dividerat med antalet anställda 1/1 2021. Summan inkluderar alltså såväl de som slutat som de som börjat. När vi summerar 2021 ser vi en ökad personalomsättning jämfört med föregående år. Ökningen grundar sig dels på att rörligheten på arbetsmarknaden under 2021 började komma igång efter 2020 som präglades av viss pandemieffekt. Vi har stängt flera Lagershoppa med personalminskning som följd och vi har dessutom vuxit som bolag under året och därför tillsatt nya roller.

TILLSVIDAREANSTÄLLDA**SJUKFRÅNVARO****KÖNSFÖRDELNING**

Hållbara produkter och produktionsled

Att säkerställa att produkterna vi säljer håller hög kvalitet och har producerats under säkra och schyssta förhållanden är en förutsättning att för att bygga ett långsiktigt förtroende hos kunder och medarbetare och för att minska vårt avtryck.

Hemelektronik skapar stora värden genom att bidra till glädje och nytta för våra kunder. Den bidrar till underhållning, effektiviserar både ideellt och avlönat arbete och förenklar vardagen. Det är viktigt både för oss och våra kunder att vi skapar dessa nyttor utan att andra eller miljön kommer till skada.

Som återförsäljare har vi en viktig uppgift i att säkerställa att produkterna som vi säljer har tillverkats med säkra metoder under goda förhållanden. Sköter vi det uppdraget väl kommer vårt förtroende att öka hos kunder och anställda, vilket stärker oss på marknaden och som arbetsgivare.

Vår roll

Elektronikbranschen har en stor påverkan och har en till stora delar gemensam försörjningskedja. Kina är det klart dominerande producentlandet. Ur detta perspektiv är våra hemmamarknader små och våra möjligheter att påverka de globala försörjningskedjorna är därför också begränsade. Men som en betydande aktör på den svenska och norska marknaden har vi möjlighet att genom olika typer av vägval, påverka branschen i rätt riktning.

Genom så kallad nudging, dvs att ändra människors beteenden genom att göra det enklare att göra vissa val, kan vi påverka kunderna till mer hållbara val och vi kan aktivt påverka vårt produktutbud genom branschsamarbeten. Vi har även möjlighet att noggrant välja vilka vi arbetar med, att ställa krav på hållbarhetsaspekter i inköpsprocessen och påverkar därigenom hållbarheten i vårt produktutbud.

De externa varumärken som vi köper in ska dessutom leva upp till vår uppförandekod för leverantörer som har upprättats utifrån FN:s allmänna deklARATION om de mänskliga rättigheterna, ILO:s (International Labour Organization) åtta kärnkonventioner om mänskliga rättigheter i arbetslivet, Barnkonventionen, FN:s Global Compact och OECD:s riktlinjer för multinationella företag. Om de har en egen uppförandekod ska den leva upp till minst samma nivå och de ska därutöver på förfrågan förse oss med information om sina underleverantörer.

100 procent av våra leverantörer har signerat NetOnNets uppförandekod. Vi har dock inga möjligheter att genomföra fysiska inspektioner för att kontrollera efterlevnad hos andra än leverantörerna till våra egna varumärken (läs mer

nedan). Därför regleras förväntad efterlevnad tydligt i våra avtal.

Kontroll av egna varumärken

För leverantörer till våra egna varumärken är våra möjligheter att påverka större, även om vi ofta är en liten kund hos de flesta fabriker. Vi har upprättat kommersiella avtal med alla 153 leverantörer i Kina där vår uppförandekod för leverantörer är en integrerad del. Efterlevnad säkerställs genom löpande fysiska inspektioner vid så kallade Factory Audits. Målet är att varje fabrik ska kontrolleras minst vartannat år. På grund av pandemin har antalet kontroller som kunnat genomföras under 2021 varit färre än önskat.

Inspektionsprotokollet uppdaterades under 2021 utifrån ISO-standarder och omfattar cirka 70–100 frågor för vart och ett av de tre områdena: CSR, QMS och EMS.

CSR (Corporate Social Responsibility) har närmare 100 frågor och omfattar nio underkategorier: barnarbete, tvångsarbete, diskriminering, lön, miljö, arbetsmiljö, hälsa, fackliga rättigheter och disciplinära åtgärder.

QMS (Quality Management System) har cirka



70 frågor och avser fabriks- och kvalitetsledningssystem.

EMS (Environmental Management System) har cirka 70 frågor och omfattar områdena energi, utsläpp av växthusgaser, luftföroreningar, avfall och avfallshantering, kemikaliehantering samt efterlevnad av miljöregler för produkter. Vi har idag hög kompetens inom CSR och QMS.

EMS är nytt för oss och vi bygger stegvis upp kompetensnivån. Målsättningen är att kunna börja ställa skarpa krav mot slutet av 2022.

Utöver kontroller har vi som mål att förse alla leverantörer med mentorer som kan hjälpa dem att bli bättre inom samtliga tre områden. Det kommer att hjälpa dem att ställa krav på sina underleverantörer, som vanligtvis är 40–50 per fabrik. Vi utvärderar kontinuerligt möjligheten att göra kontroller även hos underleverantörer, men bedömer i dagsläget att det inte är möjligt. Våra leverantörer får dock inte använda sig av underleverantörer som vi inte har godkänt.

FABRIKSKONTROLLER	2021	2020
Genomförda kontroller	43	21
Godkända	37	19
Underkända	6	2

Under 2020 minskade antalet fabrikskontroller på grund av covid-19.

Planen är att under 2022 ha gjort kontroller enligt det nya inspektionsprotokollet hos samtliga 140 leverantörer. Utvecklingen av pandemin och restriktioner som den medför kan komma att påverka genomförandet.

Produktutvecklings- och kvalitetskontroll

Vid framtagning av nya produkter analyserar produktutvecklingsteamet behovet av funktioner och gällande lagkrav, inte minst är EU:s Ecodesign-direktiv viktigt, för att säkerställa hög kvalitet. Under 2021 lades även en riskbedömning till i

SÅ KONTROLLERAS OCH BETYGSSÄTTS LEVERANTÖRERNA

För varje område finns ett inspektionsprotokoll som säkerställer att inspektionerna genomförs med stor noggrannhet och systematik. Det består av tre delar; ett formulär som ska fyllas i, inspektion på plats och intervju med medarbetare. Varje del betygssätts med ett poängsystem och baserat på det sorteras leverantörerna in i fyra kategorier A-D. För vissa punkter råder nolltolerans. Det innebär att leverantören väljs bort vid miss oavsett poängen i övrigt.

- A) Hög poäng. Leverantören blir en prioriterad leverantör och ny kontroll görs om två år.
- B) Något sämre poäng. Leverantören ges ett-års-avtal och ny kontroll görs om ett år.
- C) Dålig poäng men över gränsen. En åtgärdsplan upprättas tillsammans med leverantören för att de ska kunna få tillräckligt antal poäng vid ominspektion.
- D) Under gränsen. Inga order får läggas hos leverantören och ingen ominspektion erbjuds. Om leverantören genomför åtgärder och återkommer inom sex månader kan en ny inspektion genomföras om den bekostas av leverantören.

AVVIKELSER

ÅTGÄRDSPLAN

ÅTGÄRDER

UPPFÖLJNING

processen i syfte att utvärdera om det är något med produkten som skulle kunna vara farligt, göra att den inte håller eller riskerar att användas på fel sätt.

Produkterna vi köper in utgår oftast från färdiga modeller som fabrikerna har, men som förädlas och anpassas till våra behov, till exempel avseende menyspråk. Produkterna utvärderas därefter genom grundliga så kallade PD-tester (product development) innan ett beslut om att gå vidare tas. Det innefattar tester för att säkerställa att respektive produkt håller tillräcklig kvalitet, fungerar enligt specifikationerna, är användarvänlig

och inte innehåller hälsoskadliga kemikalier. Alla eventuella avvikelser kräver åtgärder som ska tillhandahållas av leverantören och verifieras av NetOnNet.

Därutöver genomförs FQC-inspektioner (Final Quality Control) av varje leverans som skeppas från fabrik. Dessa genomförs enligt internationella standarder framtagna för att säkerställa jämn kvalitet. Kontrollerna innefattar en visuell besiktning för att säkerställa att produkten inte är skadad, att den är märkt med korrekt information som till exempel serienummer och energimärkning, att bruksanvisning är inkluderad, samt att

produkten startas och att samtliga funktioner testas enligt specifikation.

Sortimentsstyrning

Vi följer noga felfrekvenser och återkoppling som vi får på produkterna och vidtar åtgärder om de inte uppfyller våra kunders högt ställda förväntningar på kvalitet och hållbarhet. Under 2021 plockade vi bort 17 produkter från vårt sortiment av de skälen. Det är en del av vårt kontinuerliga arbete med sortimentsstyrning.

Varor som inte lever upp till våra kunders förväntningar har samma avtryck i försörjningskedjan utan att göra nytta i våra kunders vardag. Genom att hålla dåliga produkter borta och lyfta kvalitetsnivån på våra egna varumärken förlänger vi livslängden på produkterna och bidrar därmed till att minska det totala avtrycket från branschen.

Konfliktmineraler

Flera hemelektronikprodukter kan innehålla konfliktmineraler, det vill säga mineraler som bryts i konfliktområden eller under svåra arbetsförhållanden, som guld, tantal, tenn och volfram. Under 2021 togs ett första steg då en genomlysning av vårt sortiment av egna varumärken påbörjades av tredje part. Vi avser att arbeta vidare och fortsätta att kartlägga förekomsten av konfliktmineraler i våra egna varumärkesprodukter.

Cirkulära resursflöden

Övergången till en cirkulär ekonomi är nödvändig ur ett samhällsperspektiv och en stor möjlighet ur ett affärsperspektiv. Genom att utforska modeller som bidrar till mer cirkulära konsumtionsmönster bidrar vi till att minska branschens påverkan samtidigt som vi stärker vår marknadsposition och relation med kunderna.

Dagens konsumtionsmönster tar alltför stora naturresurser i anspråk. Det måste förändras om vi som samhälle ska klara de klimat- och miljöutmaningar som vi står inför. Allt fler konsumenter kommer till denna insikt och börjar därför förändra sina konsumtionsmönster. De söker samma nytta från sin konsumtion men köper begagnat, äger mindre, hyr oftare och reparerar när de kan.

I grunden handlar den cirkulära ekonomin om ökad resurseffektivitet, att få ut största möjliga nytta ur varje resurs som vi förbrukar. Att vara effektiv med resurser är djupt rotat i NetOnNet. Det ligger i vår natur att utmana och att våga prova nya saker för att kunna erbjuda bästa pris till våra kunder. I det cirkulära ligger för oss därför också att göra hemelektronik tillgängligt för fler genom att skapa fler sätt att få tillgång till hemelektronik än att bara äga.

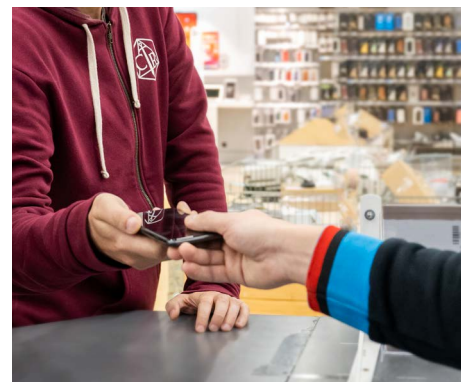
Stora möjligheter i cirkulära modeller

I vår roll som en betydande återförsäljare har vi stora möjligheter att leda utvecklingen på våra hemmamarknader mot mer cirkulära modeller och att påverka konsumtionsmönster. Vi gör det på tre sätt. För det första är vi en grindvakt som

bestämmer vilka produkter som kommer in i vårt sortiment och kan välja produkter av hög kvalitet som kan få en lång livslängd. En produkt som håller i fyra år ger samma nytta men till hälften av påverkan som en motsvarande produkt som måste bytas ut mot en ny efter två.

För det andra är vi en facilitator för återbruk genom att utveckla och erbjuda tjänster som tar vara på produkter som tjänat sina syften hos en kund och gör dem tillgängliga för nya kunder. Det bidrar till att produkternas livslängd ökar samtidigt som hemelektronik av hög kvalitet blir tillgänglig för kundgrupper som inte vill eller kan betala för helt nya produkter. Vi utforskar därför nyfikenheten inom olika modeller inom detta område, till exempel inom hyra och gärna i samarbete med partners i branschen. Vi planerar att starta fler spännande samarbeten och tjänster i framtiden. Exempel på tjänster som vi har lanserat syns här bredvid.

Vi kommer framåt att skala upp både Byt in och försäljning av begagnade produkter, som idag riktar sig främst mot konsumenter i Sverige. Vi planerar dels att bredda satsningen till Norge och till företagsmarknaden, dels att öka omfattningen.



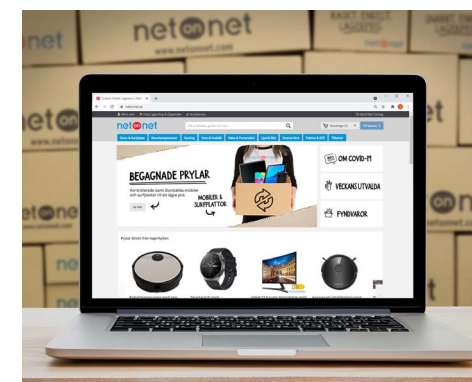
BYT IN

Vi byter in en stor mängd produkter där kunderna får ett värde att använda vid köp av nya produkter hos oss. Produkterna säljer vi vidare till tredje part som återställer och säljer dem igen.



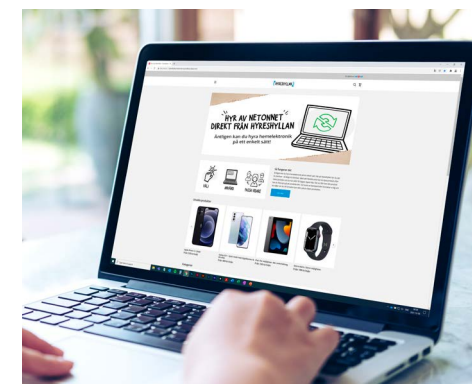
VÄXLA UPP!

Mot en månadskostnad kan kunden efter 12 månader välja att antingen uppgradera till en ny produkt, avsluta genom att lämna tillbaka produkten, eller behålla produkten och fortsätta med månadsbetalningarna till produkten är betald. När kunden känner att det är dags för en ny modell kan produkten bytas in hos NetOnNet. Vi tar då hand om kundernas gamla produkt och ser till att den får en ny ägare eller återvinns på ett miljövänligt sätt.



FÖRSÄLJNING AV BEGAGNADE PRODUKTER

Under 2021 har vi även börjat att sälja begagnade produkter som erbjuds både i Lagershop och online.



HYRESHYLLAN

Kunden kan hyra det hen behöver - så länge hen behöver. När hyresperioden är slut tar vi tillbaka produkten och återställer den och erbjuder sedan nya kunder att hyra den nu begagnade produkten. Detta säkerställer att produkterna kan användas under hela sin livslängd och inte hamnar oanvända i en låda.



Att driva på branschen och göra den mer cirkulär kräver samarbeten, både med producenter och med kunder. För till exempel Byt in samarbetar vi därför med både Samsung och Apple. På kundsidan planerar vi att fortsätta kommunicera vilka miljövinster som finns i det cirkulära samtidigt som vi gör fler cirkulära tjänster mer lättillgängliga och attraktiva. Vi har även ambitionen att utbilda kunder i vad cirkulär konsumtion har för miljöfördelar samt att göra det enklare och mer tillgängligt att cirkulera sina produkter.

För det tredje är vi genom våra egna varumärken en betydande D2C-aktör (direct-to-consumer). Vi kan påverka genom att välja produkter med större andel material som är återvunna eller går att återvinna. Vi har också möjlighet att påverka våra leverantörer att ta fram fler sådana produkter. Vår möjlighet att påverka är stor för våra egna varumärken men liten för externa varumärken. Läs mer i avsnittet Hållbara produkter och produktionsled.

Utmaningar med återbruk och cirkulära modeller

Det finns flera utmaningar med återbruk inom hemelektronik, varav två är snabb teknisk utveckling och låga priser. Den snabba tekniska utvecklingen inom vissa kategorier hindrar återbruk genom att göra produkterna omoderna långt innan de har hunnit bli uttjänta. De låga priserna är ett hinder eftersom det blir billigare att köpa en ny än att reparera. Det kan särskilt gälla om produkten måste skickas långt för reparation. Till exempel finns det flera varumärken som låter en verkstad i ett land ta hand om reparationer för flera länder. I sådana fall kan kostnaden för frakt och reparation överstiga produktens värde.

När det gäller hyra och reparationstjänster ser vi därför att de produkter som är aktuella är dyrare produkter med en lång livslängd, som exempelvis datorer, telefoner, plattor och vitvaror,

och det är inom de här kategorierna som vi börjar testa hållbarheten i affärsmodellen.

Reparation

Vår långsiktiga ambition är att göra reparations-tjänster och reservdelar för egen reparation mer tillgängliga för våra kunder. Idag reparerar vi främst produkter som är försäkrade eller som täcks av garanti eller reklamationsrätt. Reparationer utförs ofta av auktoriserade verkstäder för respektive varumärke.

För våra egna varumärken kan vi sköta reparationerna internt, vilket ger flera fördelar och större möjligheter att få en hållbar ekonomi i reparationsverksamheten. Vi kan till exempel spara reservdelar från kasserade varor samtidigt som det ger oss en djupare inblick i eventuella kvalitetsbrister som måste åtgärdas.

För vitvaror, som vi började sälja 2021, finns det lagkrav på att produkterna ska gå att reparera och att det ska finnas reservdelar tillgängliga. Vi bedömer det som sannolikt att fler kategorier kommer att omfattas av liknande lagkrav i framtiden. Under 2021 har vi haft 120 683 produkter inne för reparation.

Returer

Vi återtog 362 457 produkter från kunder under 2021 till följd av returer på grund av öppet köp eller outlösta försändelser. Alla returer som är i gott skick säljer vi igen med hjälp av fyndpriser. Produkter som är defekta eller som har mindre skönhetsfel säljer vi om möjligt med hjälp av fyndpriser eller på auktion via PS Auction. Under året sålde vi cirka 15 200 produkter via PS Auction, en ökning med drygt 13 000 produkter jämfört med 2020.

Återvinning

De avyttrade produkter som inte längre har någon livslängd kvar säkerställer vi att de går till återvinning.

HÅLLBARHETSRAPPORT

Under 2021 har vi i våra Lagershoppar och vårt centrallager återvunnit totalt 1 577 ton (1 648) avfall varav 240 ton (243) är elavfall. Ytterligare 203 kg (248) har gått till deponi.

Totalt minskar vi andelen återvunnet material under 2021 med 4,5 procent av totalvikten, vilket är ett direkt resultat av att NetOnNet aktivt genomfört åtgärder för att minska andelen genererat avfall.

I våra egna märkesvaror har vi aktivt arbetat med att minska andelen plast och wellpapp som inte tillför förpackningarna ett skyddande värde, vilket hjälpt oss att nå en minskning med 4 procent plast och 6 procent papper sett till total vikt genererat avfall trots en ökning av varuomsättningen.

Vidare har ett utökat kvalitetsarbete på inköpsavdelningen och ett utökat samarbete med externa partners för att avyttra begagnade varor som tidigare kunnat ses som uttjänta lett till en minskning av mängden elektronikavfall med över 1,5 procent - trots ett ökat fokus på att samla in uttjänt elektronik från våra kunder i Lagershop. Mängden farligt avfall har minskat väsentligt som ett resultat av att vi har gått över till LED-belysning i samtliga lokaler inom vår verksamhet och att vanliga lysrör som tidigare har redovisats i den här kategorin succesivt har fasats ut.

En förändring i produkterbjudandet har dock lett till en ökning av mängden insamlade järn- och metallprodukter (upp 46 procent) då flera produktkategorier som är tunga på detta material, till exempel grill och elfordon har ökat kraftigt under året.

Övriga positiva effekter av vårt ökade fokus av hållbarhet i organisationen kan ses i en minskning av genererat träavfall med 6 procent och en minskning av deponiavfall med hela 18 procent.

Under 2022 kommer vi på NetOnNet fortsätta satsa och ta ett större ansvar för hur kunderna brukar sin elektronik. Vi ska göra det ännu enklare att lämna tillbaka uttjänta produkter och fortsätter sätta höga mål kring återbruk för att på så sätt bidra till att sakta ned och stänga resursflödena.

	2021	2020	2019
Återvunnet material (kg) NetOnNet			
Järn	51 787	35 506	72 474
Trä	434 614	461 629	348 296
Plast	21 773	22 629	19 582
Papper	541 940	579 329	512 033
Elektronik	239 689	243 493	196 834
Övrigt*	286 392	304 051	247 471
Farligt avfall	353	1 318	-
Summa	1 576 548	1 648 203	1 396 690
* Deponi	203	248	-

I Norge ligger våra tre Lagershoppar i köpcentrum som har gemensam återvinning för alla butiker. Därför är det i nuläget utmanande att få exakta siffror från dessa tre Lagershoppar. Vi betalade under 2021 1,9 MNOK (1,9) i miljöavgifter vilket direkt bidrar till bättre hantering av elavfall.

På den svenska marknaden är det LBC Borås, Stena Recycling och El-kretsen som hjälper oss med återvinning och med att uppfylla det producentansvar som åligger oss enligt EU:s WEEE-direktiv (Waste Electrical and Electronic Equipment) och nationella förordningar. I Norge är vi anslutna till Norsirk som är Norges motsvarighet till El-Kretsen. Tillsammans med FTI (Förpacknings- och tidningsinsamlingen) skapar vi ett rikstäckande insamlings- och återvinningssystem.

Vi rapporterar och betalar WEEE-avgifter till El-kretsen i Sverige och till Norsirk i Norge. Vid val av producenter för våra egna varumärken är återvinning av restprodukter och god avfallshantering två viktiga kontrollpunkter som noga följs upp i revisioner. Läs mer i avsnittet Hållbara produkter och produktionsled. Det är också ett område där vi framöver har stora möjligheter att hitta nya lösningar för att ytterligare förenkla och förbättra för cirkulära lösningar, till exempel avseende konstruktion och materialval.



Minskad klimatpåverkan

Vi arbetar målinriktat för att kartlägga och minska utsläppen av växthusgaser.

Klimatfrågan är vår tids stora ödesfråga och vi är fast beslutsamma om att göra vårt för att bidra till samhällets och världens förmåga att nå 1,5 graders-målet. Som återförsäljare bidrar vi till efterfrågan på hemelektronik och därmed indirekt till de utsläpp som sker i hemelektronikbranschens försörjningskedja. Vi har under det gångna året tagit steg framåt i vår kartläggning av våra utsläpp men är ödmjuka för det faktum att området är mycket komplext. Under 2021 har vi fortsatt arbetet med att kartlägga och analysera våra utsläpp inom Scope 3, dvs de indirekta växthusgasutsläppen, utöver inköpt energi, som alltså sker utanför företagets gränser där vår största påverkan ligger. Syftet är att fördjupa våra kunskaper och insikter för att i nästa steg kunna sätta tydliga mål för att påverka och minska utsläppen.

Våra möjligheter att påverka dessa utsläpp kommer bland annat genom vår roll som grindvakt, som säkerställer att vi säljer produkter med hög kvalitet, och det arbete vi lägger ner för att förlänga produkters användningstid, till exempel genom upplägg som försäljning av begagnade produkter eller Hyreshyllan. Läs avsnittet om cirkulära resursflöden för mer information. De utsläpp som sparas genom att produkter cirkuleras är dock ännu inte med i vår redovisning. Vår ambition är att kunna redovisa dessa siffror i nästa års rapport. Vi kan även påverka våra leverantörer till en högre medvetenhet och mer hållbara produktionsätt.

Efter att vi under 2021 har bytt till ursprungs-

märkt el i samtliga lokaler där vi äger frågan har vi två dominerande utsläppskällor: inkommande transporter och distribution till kund.

Under 2021 bytte vi till ursprungsmärkt el i samtliga lokaler där vi har rådighet över valet av elleverantör. Valet av förnybar el sänkte våra utsläpp kopplade till elförbrukning i våra lokaler med 80 procent.

Inkommande transporter

De varor vi köper in i egen regi fraktas med fartyg från producentländerna, som mestadels är Kina. De transporter som underleverantörer hanterar runt om i världen i egen regi är exkluderade i den här redovisningen eftersom det förutsätts att de redovisar dessa transporter själva. Sjötransport är ett klimatomänskligt bra transportslag för långa sträckor och villkoren sätts av den handfulla rederier som idag dominerar containermarknaden. Vi arbetar med att minska utsläppen genom att minska luften i emballagen så långt som möjligt och fylla våra containrar. Flygtransporter ska endast användas i undantagsfall. Under 2021 flög vi endast hem en försändelse från Kina.

Därefter fraktas varorna på lastbil till vårt centrallager i Borås. NetOnNet fortsätter att arbeta med värnenummerade bolag inom transportbranschen med höga miljökrav på sina egna

fordon samt dess underleverantörer. Vi prioriterar också leverantörer som arbetar aktivt för att ställa om mot fossilfria bränslealternativ. Redan idag använder flera av dem en stor andel HVO-diesel av total bränsleandel.

Distribution

På vårt centrallager i Borås sorteras inkommande gods och skickas vidare till våra Lagershoppar eller direkt till kunder inom vår e-handel. PostNord har en egen distributionsterminal integrerad på vårt centrallager. Det effektiviserar leveranserna och på så sätt elimineras en transport i distributionskedjan.

Ett andra sätt att eliminera transporter är att minska antalet returer. Dessa kan bero på flera saker, så som ånger, felköp eller att produkten är defekt. Vi analyserar alla returer för att förstå varför kunderna skickar tillbaka varan så att vi kan vidta åtgärder för att minimera flödet. Ett viktigt område för att minska returer är väl genomarbetad produktinformation med många bilder, betyg och omdömen från andra köpare. Det hjälper kunderna att välja rätt från början och minskar därigenom risken för returer.

Ett tredje sätt är att få plats med fler paket i varje transport genom att packa smart med mindre luft i paketen och att därefter fylla lastbilarna som lämnar vårt centrallager så långt som möjligt. Detta är sedan länge ett ständigt pågående arbete och ett område där vi har gjort tydliga framsteg. Förbättringsarbetet drivs framåt av medarbetarna som arbetar med packning. Idag

använder vi tolv olika storlekar på kartonger och kuvert vid packning och skickar om det går produkter i originalförpackning för att minska både luften i paketen och materialåtgången. Det här är en satsning som drivs av våra medarbetare och vi kan också se att det här arbetet ger tydliga resultat.

Vi arbetar aktivt för att kunna erbjuda våra kunder fossilfria fraktalternativ. Detta är lättare att göra i större städer där till exempel cykelbud är en möjlig lösning. Det finns idag dock ingen standard för vad som är en fossilfri transport, vilket gör att kunderna har svårt att jämföra fraktalternativ mellan olika butiker. Genom branschorganisation Hållbar E-handel arbetar vi aktivt för att få fram en enhetlig definition.

Våra utsläpp

Våra utsläpp kartläggs i enlighet med den internationella standarden Greenhouse Gas Protocol. Där vi använder schabloner i beräkningarna strävar vi efter att över tid få mer kvalitativa och exakta underlag, till exempel genom avtalsförändringar eller installation av ytterligare mätverktyg.

För att ge en mer nyanserad bild av våra utsläpp redovisar därför också ett klimatindex som mäter ton koldioxidutsläpp per miljon kronor i omsättning. Förra årets index i parentes.

Scope 1

Scope 1 utgörs av direkta utsläpp från NetOn-Nets egna anläggningar genom våra kylaggregat samt förbrukning från våra tjänstefordon.

SCOPE 1: 43,0 tCO₂e
KLIMATINDEX: 0,01 tCO₂e/MSEK (0,02)

UTSLÄPP tCO ₂ e	2021	2020
Kylaggregat	5,3	129,0
Tjänstebilar	37,7	20,0

Kommentarer till årets utfall. Utsläppen från tjänstefordon har ökat något jämfört med 2020. 2020 förekom näst intill inga fysiska möten eller arbete på kontoret eftersom allt skedde digitalt, därför kördes våra tjänstebilar betydligt mindre. Under 2021 har antalet anställda som åker till kontoret ökat, och likaså fysiska möten i tjänsten. Vi har också, jämfört med 2020, fler tjänster i bolaget som kör många mil i tjänsten. Våra tidi-

gare poolbilar som kördes vid enstaka tillfällen körs nu dagligen av anställda vars tjänster kräver det.

Vi har noterat att siffrorna i rapporteringen av utsläpp från köldmedium förra året var överskattade, då siffran som angavs felaktigt utgick från total påfyllnad i aggregat och ej påfyllnad under året. Ingen justering av siffran för 2020 har gjorts, därav att differensen mellan 2020 och 2021 är så pass stor som den är.

Scope 2

Scope 2 utgörs av indirekta utsläpp från elförbrukning, fjärrvärme och fjärrkyla. I de lokaler där vi delar energimätare med andra aktörer har vi använt schablonberäkning baserat på vår egen förbrukning, utifrån den typen av verksamhet.

SCOPE 2: 648,2 tCO₂e
KLIMATINDEX: 0,09 tCO₂e/MSEK (0,38)

UTSLÄPP tCO ₂ e	2021	2020
Elförbrukning	484,7	2 485,7
Fjärrvärme	160,7	190,3
Fjärrkyla	2,7	2,1

Kommentarer till årets utfall. Vi kan se en drastisk reduktion av våra totala utsläpp i Scope 2. Detta kommer till största del från ett beslut att köpa el med ursprungsgarantier för alla lokaler där vi har rådighet över elen. Vi kan se en viss minskning av utsläpp från vår fjärrvärme vilket troligtvis kan härledas till kallare vintermånader

föregående år. Vi fortsätter vårt arbete med att effektivisera energianvändningen på NetOnNet under 2022. Här kommer vi bland annat fokusera på nästa steg i vår energikartlägningsanalys som bland annat kommer innefatta en total genomgång av energianvändningen i ett antal av våra Lagershoppar.

Scope 3

Scope 3 utgörs av indirekta utsläpp utöver köpt energi, som sker utanför verksamhetens gränser. Här finns vår största påverkan.

För 2021 rapporteras inkommande transporter och vidare distribution av gods samt tjänsteresor med tåg och flyg.

SCOPE 3: 2916,9 tCO₂e (0,38)
KLIMATINDEX: 0,39 tCO₂e/MSEK (0,53)

UTSLÄPP tCO ₂ e	2021	2020	2019
Tjänsteresor	12,9	15,3	158,4
Inkommande transporter	1260,3	1 471,15	1 458
Distribution	1643,7	2 102	1 842

Kommentarer till årets utfall. Under året har vi fortsatt arbetet med att kartlägga våra koldioxidutsläpp inom Scope 3 för att ytterligare identifiera hur vår påverkan ser ut och var vi har störst påverkansmöjligheter, med syftet att skaffa oss kunskap, insikter och därmed rätt förutsättningar i arbetet med att minska dem. Under 2022 kommer vi att arbeta för att i samverkan med våra leverantörer sänka våra utsläpp och sätta mål för detta. Vi kommer framöver arbeta för att inkludera fler utsläppskällor i rapporteringen.

När det gäller vår distribution ser vi en minskning av våra utsläpp. 2021 har vi fortsatt att effektivisera alla våra transportled genom effektivare flöden och fyllnadsgrader och genom att optimera

förpackningar och ta bort onödigt emballage för att minska luft i transporter. Alla transportörer går mot större andel miljöbränsle och elfordon vilket påverkar positivt. Till exempel har utsläppen vid sjöfrakter minskat under året, där skillnaden beror på minskad bränsleåtgång eftersom godset till viss del fraktats på modernare och större fartyg. Allt fler kunder väljer dessutom fossilfria alternativ. Sammantaget ger detta resultat. Under 2022 kommer vi att fortsätta arbetet att tillsammans med våra befintliga transportörer optimera våra distributionsled ytterligare samtidigt som vi strävar efter att våra kunder ska kunna välja fossilfria leveranser i ännu större utsträckning.

Hållbarhetsrelaterade risker

God riskhantering är en förutsättning för att skapa en långsiktig hållbar verksamhet och bibehålla sin konkurrenskraft. NetOnNet arbetar kontinuerligt och systematiskt med riskidentifiering och riskhantering vad gäller hållbarhetsrelaterade risker. Det är en central och viktig del som är integrerad i såväl strategi som styrning av verksamheten. Nedan redovisas de mest väsentliga hållbarhetsriskerna och dess bemötande. För att läsa mer om vår riskhantering se sid 40.

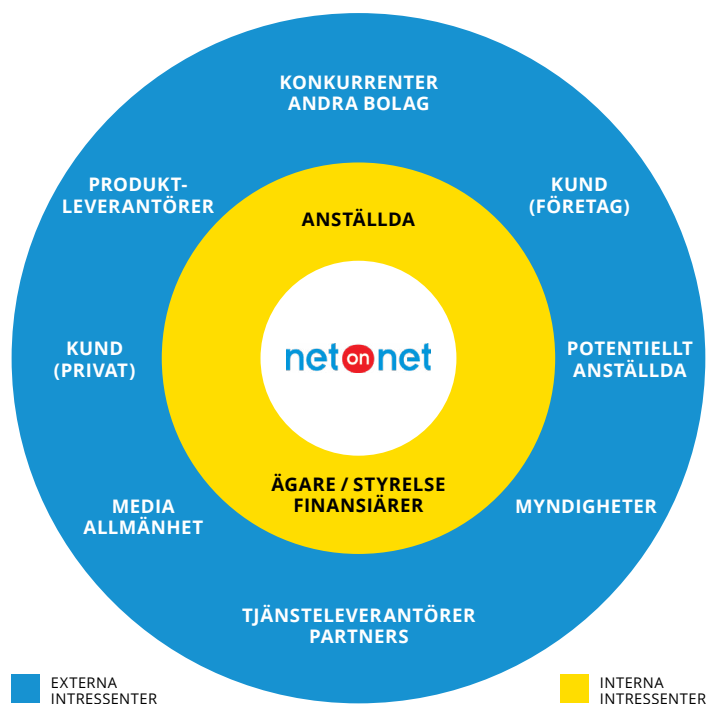
VÄSENTLIGA RISKER	RISKBEMÖTANDE
<p>ANSVARSFULL AKTÖR</p> <p>Risk för straffrelägganden, böter eller liknande ekonomiska konsekvenser vid överträdelse av lagar och förordningar kopplat till korruption.</p> <p>Skadat anseende för företaget vid brister i leverantörsleden.</p> <p>Fysisk och psykosocial ohälsa under covid-19.</p>	<p>Godkännande av leverantörer och avtalspartners för säkerställande av efterlevnad av uppförandekod och relevanta lagar och förordningar innan avtal skrivs. Det genomförs även löpande uppföljningsrevisioner utifrån ett riskperspektiv. Vi arbetar även med interna utbildningar, riktlinjer och policier för att hjälpa våra medarbetare att göra rätt och höja kunskapsnivån i bolaget.</p> <p>Vid upphandlingar kontrolleras våra partners hållbarhetsarbete och att rätt krav ställs på ersättningar motsvarande kollektivavtal. Uppföljningar görs genom kontinuerlig dialog med partners, löpande revisioner och samverkan med egna och externa leverantörer.</p> <p>Under 2020 höjdes frekvensen för bolagets medarbetarenkäter för att i större utsträckning kunna agera snabbt. Flertalet verktyg, såsom eNPS-undersökningar, användes för att få in ytterligare insikter. Under 2021 har vi arbetat vidare med nya digitala lösningar för att underlätta temperaturmätningar i organisationen för att bli ännu bättre.</p>
<p>MINSKAD KLIMATPÅVERKAN</p> <p>Risk för att NetOnNet väljs bort av kund/medarbetare om vi inte är rätt positionerade.</p> <p>Ett förändrat klimat och naturkatastrofer kan påverka NetOnNets leverantörer och fysiska Lagershoppar vilket kan påverka förmågan att leverera.</p>	<p>Under 2019 genomfördes en väsentlighetsanalys och intressekartläggning. Under 2020 påbörjades arbetet med att strategiskt knyta ihop hållbarhetsarbetet med företagets affärs- och varumärkesutveckling för att vara rätt positionerade på marknaden och under 2021 har vi fördjupat vårt hållbarhetsarbete ytterligare.</p> <p>NetOnNet arbetar systematiskt med att sänka utsläppen i enlighet med GHG-protokollet samt skapar än mer interaktion och dialog i våra leverantörsled för att stärka bolagets förmåga att anpassa sig. Under 2021 kommer det att påbörjas ett arbete där vi hanterar bolagets leverantörer även utifrån riskperspektiv. Vi arbetar även med våra egna lokaler och anpassar till ett förändrat klimat.</p>
<p>HÄLSOSAMMA OCH HÅLLBARA PRODUKTER</p> <p>Risk att produkter innehåller hälsovådliga kemikalier och/eller konfliktmineraler.</p> <p>Risk för att kunden fortfarande väljer det billigare alternativet framför hållbara produkter.</p>	<p>Under 2021 påbörjades en genomlysning av tredje part av vårt sortiment av egna varumärken. Vi avser att arbeta vidare och fortsätta att kartlägga förekomsten av konfliktmineraler och att arbeta med materialvalen i våra egna varumärkesprodukter.</p> <p>Produkter som reklamerats för ofta, saknar viktiga intyg eller inte klarar av att leva upp till våra krav kommer tas ut ur sortimentet. Vi vill vara en röst åt kunderna.</p>
<p>CIRKULÄRA RESURSFLÖDEN</p> <p>Brist och ökade priser på naturresurser och naturtillgångar så som vissa metaller och mineraler. Det kan också innebära ny lagstiftning som fördyrar och försvårar tillverkning och ökar priser.</p>	<p>NetOnNet skall drivas mot cirkulära resursflöden som främjar resurseffektivitet, minskad användning av farliga kemikalier samt en minskning av mängden avfall. NetOnNet ska fortsätta utforska och utveckla affärsmodeller som förlänger produkters livslängd, till exempel hyra och leasing, inbyte och försäljning av begagnade produkter samt reparationer.</p>

Intressentdialog och väsentlighetsanalys

Intressentdialog

En intressent- och väsentlighetsanalys är genomförd i syfte att identifiera våra viktigaste hållbarhetsfrågor genom att vikta de frågor som är viktigast för intressenterna mot vår ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan på omvärlden. Den revideras årligen utifrån kontinuerliga dialoger med bolagets interna och externa intressenter.

Lyhördhet för omvärldens förväntningar och intressenternas behov gör att vi kan utveckla verksamheten i en långsiktigt hållbar riktning. De viktigaste intressenterna är de grupper som i störst utsträckning berörs av och/eller påverkar verksamheten:



Väsentlighetsanalys

Vi har utifrån vår värdekedjeanalys identifierat 19 hållbarhetsfrågor där vi har en påverkan varav sju av dessa är identifierade som våra mest väsentliga hållbarhetsfrågor i utförd väsentlighetsanalys. Dessa sju frågor utgör de viktigaste hållbarhetsområdena för initiativ och förbättringsarbete för NetOnNet i närtid och är samtidigt en integrerad del av vårt hållbarhetsramverk och långsiktiga inriktningar. Ytterligare sex frågor är identifierade som väsentliga frågor. Väsentlighetsanalysen är baserad på betydelse för intressenter samt påverkan på omvärlden. Väsentlighetsanalysen förnyas varje år för att säkerställa att vi arbetar med rätt frågor för att på bästa sätt driva vårt långsiktiga hållbarhetsarbete.

VÄSENTLIGA FRÅGOR

- Produktdesign och reparation
- Efterlevnad av ny och befintlig lagstiftning
- Produktmärkning
- Hälsa och säkerhet
- Cirkulära erbjudanden
- Jämställdhet och mångfald

MEST VÄSENTLIGA FRÅGOR

- Produktsäkerhet/kvalitet
- Leverantörsbedömning
- Resurs- och avfallshantering
- Klimatpåverkan
- Materialanvändning
- Kundintegritet
- Affärsetik + korruption

Väsentlighetsanalysen fastställs av NetOnNets företagsledning och styrelse. Senaste väsentlighetsanalysen genomfördes i slutet av 2021 och resultatet framgår av matrisen ovan.

Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagsstämman i NetOnNet AB, org.nr 556520-4137

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för räkenskapsåret 2021-01-01 -2021-12-31, vars innehåll framgår på sida 22-38, och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Granskningens inriktning och omfattning

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

Uttalande

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Göteborg april, 2022

Harald Jagner
Auktoriserad revisor